

TÜRKİYE'DE SİGORTACILIKTA GÜNCEL SORUNLAR CURRENT PROBLEMS IN INSURANCE IN TURKEY

Haşim ÖZÜDOĞRU¹ - Çiğdem ÇETİN²

Geliş Tarihi: 29.06.2017

Kabul Tarihi: 06.07.2017

ÖZET

Dünya tarihi boyunca sigorta çeşitli formlarda hep var olmuştur. İnsan hayatı devam ettikçe tüm varlıkları tehdit eden riskler de var olacaktır. Tüm bu riskleri tek başına yüklenmek mümkün değildir. Bu riskler var oldukça da bir yandan riskleri ortadan kaldırmak için fiziki tedbirler alınacak, tamamen ortadan kaldırılamayan riskler için de daima, sigorta gibi finansal çözümler mevcut olacaktır. Sigortacılık sektörü burada devreye girerek karşılaşılabilecek risklere karşı bir teminat fonu oluşturuyor. Girişimcinin, iş insanının ve vatandaşın üzerindeki riskleri paylaşan bir ortak haline geliyor. Yani Sigortacılık Sektörü kara değil, riske ortak oluyor. Ekonominin gelişmesine ve büyümesine paralel olarak Sigortacılık sektörü de büyümektedir.

Sigortacılık sektörü gelişmediği takdirde müteşebbisler daha az risk almak durumunda kalacak, daha az ticari faaliyette bulunacak, neticede ekonomi yavaşlayacaktır. Ekonomiyi büyütmenin ve ticareti artırmanın yolu güçlü bir sigorta sistemine sahip olmaktır.

Türkiye'de sigortacılık hizmetinin kalitesi dünya standartlarına ulaşırken; insanların da sigortaya olan ilgisi artıyor. İnsan hayatı için bu derecede önemli olan sigortanın sunumunda da hem devlet hem de özel sektör rol almaya devam edecektir.

Sigortacılık sektörü, insanların ve işletmelerin risklerini üstlenmesi gibi temel işlevlerinin yanında toplanan primlerin ekonomiye büyük ölçüde kaynak yaratması, sektörün önemini artırarak gelişmesini olumlu etkilemiştir. Sigortacılık sektörü, sosyo-ekonomik kayıpların önlenmesi, sermaye birikimi ve kredi olanağı sağlaması, refahı ve vergi gelirlerinin artırması, istihdama katkısı ve uluslararası ekonomik ilişkileri geliştirmesi gibi fonksiyonlarından dolayı da önemini artırmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sigorta, Sigorta Sektörü , Sektör Problemleri

ABSTRACT

Throughout of the history of world insurance has already been in a lot of forms. As long as human life exists a lot risks threatening to human life will exist. It is not possible to challenge with these risks on yourself. As long as these risks exists physical precautions will be taken in order to put an end to these risks by one way, financial sollutions like insurance will exist for risks which can be put an end completely. Insurance sector plays a role by this way. It is becoming a partner sharing risks of entrepreneur , businessman and citizen.By means insurance sector is a partner

¹ Gazi Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Yüksek Okulu Öğretim Üyesi

² Milli Eğitim Bakanlığı Uzman, Ankara

on a risk rather than a profit. Bigger and more developed of an economy means bigger of an insurance sector.

Unless insurance sector is undeveloped entrepreneurs take less risks, they are less dealt with commercial relations as as a consequence the economy will slow down. The way of developing economy and increasing trade is having a challenging insurance system.

As long as the quality of insurance service is reaching to the world of standarts ; the people are more interested to insurance. In the presentation of an insurance so important for human life both state and private sector continue to play a role. Not only insurance sector adopts the risks of people and business sectors as a vital duties but also it has effected positively on a earned profits creating a source for the economy in a great way , the development of this sector by increasing its importance . The importance of insurance sector has been increased thanks to functions of preventing social economical losts, creating opportunites for accumulation of capitals and credit, increasing welfare and tax revenue, benefits for employment and developing international economic relations.

Key Words: *insurance, insurance sector, sector problems*

1.GİRİŞ

1.1.Sigorta Kavramının Tanımı, Konusu, Önemi ve Gelişimi

Sigorta, insanların zararlarını birlikte karşılama ihtiyacından doğmuş bir uygulamadır. Bir başka deyişle sigorta: “Aynı veya benzer rizikolara maruz olan insanlar topluluğunda, rizikonun gerçekleşmesi sonucu ortaya çıkacak yeni durumun belirli bir bedel karşılığında giderilmesine yönelik hukuki bir talep hakkına sahip olunmasıdır” (Aybay, 2002: 21).

Sigorta Türk Ticaret Kanunu’nun 1263. Maddesinde aşağıdaki biçimde tanımlanmaktadır: “Sigorta bir akittir ki, bununla sigortacı bir prim karşılığında diğer bir kimsenin parayla ölçülebilir bir menfaatini halele uğratan bir tehlikenin (bir rizikonun) meydana gelmesi halinde tazminat vermeyi yahut bir veya birkaç kimsenin hayat müddetleri sebebiyle veya hayatlarında meydana gelen belli bir takım hadiseler dolayısıyla bir para ödemeyi, vesair edalarda bulunmayı üzerine alır.”

Sigortanın en temel özelliği, riskin dağıtılmasıdır. Bu sistem sayesinde tek bir insanın karşılaştığı risk nedeniyle uğradığı zarar, aynı riskle karşı karşıya kalıp da henüz zarar görmemiş insan topluluğunun katılımı ile katlanılması daha kolay hale gelmektedir. Bu da bireye, gelecekte endişe duymadan yaşama olanağı vermektedir (Gençosmanoğlu, 2003: 101). O halde burada, sigorta sözleşmesinin en önemli unsuru olan riskin tanımını yapmakta fayda vardır.

Risk: “Henüz gerçekleşmemiş olmakla birlikte gerçekleşme ihtimali olan tehlike” olarak tanımlanabilir (Çipil, 2004: 4).

Sigortanın birinci yapıcı unsuru kişi ve kurumların karşılaşacakları riskler için kendilerini güvende hissetmek istemeleridir. Bu güvenliğin sağlanması da risklerden doğacak olası zararların önceden topluluğa dağıtılması ile mümkündür. Sigorta başladıktan sonra gerçekleşecek zararlar sigortacı tarafından ödenecektir. Bu zararlar aynı rizikoya maruz diğer sigortalılardan alınan primlerle karşılanır. Rizikonun dağıtılması da sigortanın ikinci yapıcı unsurudur (Aksigorta, 1995: 7).

Sigortayı diğer ürünlerden ayıran en önemli özellik, sigortanın geleceğe dönük bir hizmet olması ve gelecekte ortaya çıkacak bir ihtiyacı gidermek amacıyla satın

alınmasıdır. Sigorta bir tür güvencedir. Sigorta sektörünün varlık nedeni mal, can ve sorumluluk konusunda güvence vermek ve bu alanlarda karşılaşılan risklerden doğan mali külfetleri azaltmaktır (Aybay, 2002: 21).

Türkiye’de sigortacılığın ortaya çıkmasından önce insanlar, aynen dünya ülkelerinde olduğu gibi maddi varlıklarını korumak amacıyla çeşitli yöntemler geliştirmişlerdir. Türkiye’de sigortacılığın bir meslek olarak gelişmesi yavaş olmuştur. Sadece halk değil, ticaretle uğraşanlar ve iş sahipleri de uğrayacakları zararları sigorta ile koruyup önleme yolunu seçmemişlerdir.

Sigorta ve reasürans faaliyetlerine ilişkin ilk düzenlemeler 1927 yılında yürürlüğe konmuş olmakla birlikte 1959 yılında Özel Sigortacılık Endüstrisinin kamu otoritesi tarafından desteklenmesine ilişkin 7397 sayılı Sigorta şirketlerinin Murakabesi Hakkındaki Kanun kabul edilmiştir. 1987 yılında da 7397 Sayılı Kanunun bazı maddelerini değiştiren ve kanuna bazı maddeler ekleyen 3379 Sayılı Sigorta Murakabe Kanunu yürürlüğe girmiştir.

1990’larda dinamizm kazanan sektör, içinde bulunduğu statik durumdan yavaş yavaş kurtulmaya başlamıştır. Sigorta aracıları ile şirket ilişkileri yeniden gözden geçirilmiş ve bu dönemde serbest tarife rejimine geçilmiştir. Sigortacılık faaliyetlerini liberalize eden ikinci adım, 1990 yılında tarifeli sistemin terk edilip serbest tarife sistemine geçilmesidir. Yeni sistem, hayat ve zorunlu sigorta branşları dışında poliçe fiyatının sigorta şirketi ile sigorta ettiren arasında karşılıklı anlaşmayla serbestçe tespit edilmesine dayanmaktadır (Timur,2006: 115).

Sigorta sektöründe 2003 yılı itibariyle toplam 55 şirket mevcut olup, bunlardan 52 tanesi sigorta şirketi, 3 tanesi de reasürans şirkettir.

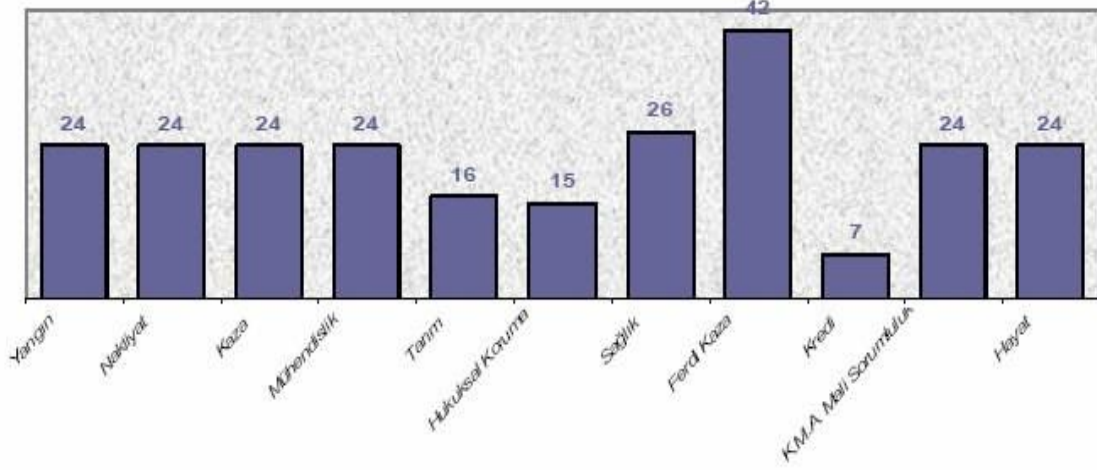
2014 yılı sonu itibariyle ise Türkiye’de toplam 68 sigorta şirketi, 2 reasürans şirketi mevcuttur. Aşağıdaki çizelge 2014 yılına kadar olan dönemde kurulmuş, sigorta ve reasürans şirketlerinin sayılarını göstermektedir.

Çizelge 1 Sigorta ve Reasürans şirketlerinin Sayısı- Faaliyet Alanı

FAALİYET ALANI	2014
Sigorta Şirketleri	68
Hayat	4
Hayat-Emeklilik	18
Hayat Dışı	38
Hali Hazırda Çalışmayan	8
Reasürans Şirketleri	2
Toplam	70

Kaynak: Türkiye Sigorta ve Reasürans Şirketleri Birliği 2008 Yılı Faaliyet Raporu, Türkiye Sigorta ve Reasürans Şirketleri Birliği Yayını, 2009, s: 20.

Branşlara göre faaliyet gösteren sigorta şirketleri aşağıdaki grafikten de görüleceği üzere, yoğunlaşma Hayat şirketlerinin de aynı alanda faaliyet gösteriyor olmaları nedeni ile Sağlık ve Ferdi Kaza branşlarındadır. Tarım, Hukuksal Koruma ve Kredi sigortaları henüz yaygınlaşmamıştır.



Grafik 1: Sigorta şirketlerinin branş dağılımı.

1.2.Sigortanın Türleri

A. Mal Sigortaları

Yangın Sigortaları, Kaza Sigortaları, Nakliyat Sigortaları, Mühendislik Sigortaları, Tarım Sigortaları, Kredi Sigortaları

B. Can Sigortaları

Hayat Sigortaları, Ferdi Kaza Sigortası, Sağlık Sigortası, Karayolu Yolcu Taşımacılığı Zorunlu Koltuk Ferdi Kaza Sigortası

C. Sorumluluk Sigortaları

Karayolları Motorlu Araçlar Zorunlu Mali Sorumluluk Sigortası, Zorunlu Karayolu Taşımacılık Mali Sorumluluk Sigortası, Motorlu Kara Taşıt Araçları İhtiyari Mali Sorumluluk Sigortası, Asansör Kazalarında Üçüncü Kişilere Karşı Sorumluluk Sigortası, Üçüncü Şahıslara Karşı Mali Mesuliyet Sigortası, Tehlikeli Maddeler Ve Tüpgaz Sorumluluk Sigortaları, Hukuksal Koruma Sigortası, Özel Güvenlik Mali Sorumluluk Sigortası, Zorunlu Sertifika Mali Sorumluluk Sigortası

2.TÜRKİYE’DE SİGORTACILIKTA YAŞANAN SORUNLAR VE ÖNLEMLER

Gelişmiş ülkelerde sigortacılık sektörü gelişme göstermişse de Türkiye’de özellikle sigortacılık bilincinin yeteri kadar yerleşmemesi nedeniyle sektör henüz hak ettiği yerde değildir. Sigortacılık Türkiye’de önce sağlık sigortası açısından daha çok devlet tarafından yürütülmek suretiyle başlatılmıştır. Sektörün gelişimi için aşılması gereken sosyal, kültürel, ekonomik ve hukuksal sorunların çözümüne ilişkin etkin çalışmaların yapılamaması nedeniyle de yakın zamanlara kadar gerekli gelişimi gösterememiştir.

Gelişmiş ülkelerde hukuki altyapının yeterliliği, sermaye piyasalarının gelişmiş olması ve eğitilmiş insan sayısının çokluğu gibi sebeplerle sigorta bilincinin yerleşmesi, sektörün kolayca büyüüp yayılabilmesine olanak sağlamıştır. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde ve az gelişmiş ülkelerde ise halkın eğitim seviyesinin düşüklüğü, sermaye piyasalarının yeterince gelişmemesi ve hukuki düzenlemelerin yeterli olmamasından dolayı sektör istenen gelişme düzeyine ulaşamamıştır.

Bugün dünyanın birçok ülkesinde sigortacılığın ekonomik kalkınma ve büyüme için ne denli önemli bir sektör olduğu anlaşılmış ve sektörün gelişmesine olanak sağlanarak ekonomik kalkınma ve gelişme aşamalarında sigortacılıktan yararlanılmıştır. Türkiye’de kamu kesiminin yetkili otoriteleri sigortacılığın gelişmesini desteklemeyi genellikle, sigorta şirketlerinin ticari faaliyetlerini arttırmasına yönelik bir katkı olarak değerlendirmişlerdir. Ticari bir kuruluşa özel destek sağlama hatasını işlemek için sektöre olan katkılarını esirgemişlerdir. Ayrıca, kalkınma plan ve programları hazırlanırken ekonominin bir mali kurumu olan sigorta sektörünün sorunlarını teşhis etme ve bu sorunlara çözüm getirme amacıyla yapılacaklar gereken klasik ifadelerle onlarca yıldan beri ilgili başlıklar altında işlenmiştir. Bu denli hayati önemde bir sektör, ekonomi içindeki gerçek işlevlerini yerine getirebilmesi için gerekli destek ve donanımına hiçbir zaman kavuşturulamamıştır.

Türkiye’de sektörün hak ettiği yerde olmamasının en önemli sebeplerinden biri de, sigortacılığın etkin bir şekilde tanıtımının yapılmamasıdır. Söz konusu sorunun temel nedenleri sigorta pazarlamacılığının yetersizliği ve sigorta sektöründe çalışanların eğitiminden kaynaklanan eksikliklerdir. Eğitimle ilgili yaşanan sorunlar sigorta pazarlamacılığı faaliyetlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Burada öncelikli olarak sektör çalışanlarının eğitime ağırlık verilmelidir. Sigortacılığı halka anlatacak ve iyi tanıtımını yapacak olan kişilerin sigorta sektöründe çalışan personel olacağı unutulmamalıdır. Sigorta pazarlamacılığında sorun oluşturan en belirgin faktörler ise müşteri ilişkilerindeki eksiklik (bu sorun en çok kişisel sigortalarda ön plana çıkmaktadır), mevcut ürünlerin hedef müşteri kitlelerine yeterince tanıtılamaması ve bu ürünlere ilişkin yeni uygulama alanları geliştirilememesidir (Yükçü ve Baklacı, 1998:7).

Sigorta işletmelerinde pazarlamaya yönelik anlayıştan çok satışa yönelik bir anlayış hâkimdir. Türkiye’de sigortacılık sektörü üzerine yapılan tartışmalarda vurgulanan en temel sorun, sektörün bir türlü istenilen potansiyele ulaşamamasıdır.

Sigortacılık müşteri-pazarlama odaklı bir yapıya henüz tam olarak geçememiştir. Bunun sonucunda da müşteri ihtiyaç ve beklentileri tam olarak karşılanamamakta ve sigorta bilincinin yaygınlaşması için ortam yaratılamamaktadır. Belli başlı ürünler pazarlanmakta, müşterinin ihtiyacına en iyi cevap verecek ürünler geliştirilmemektedir. Sektör, teknoloji ve ürün açısından gelişmiş ülkelerle olan uyumu sağlarsa, halkın sigorta bilincinde gelişme sağlanabilir. Son yıllarda, özellikle sosyal ve ekonomik hayatta meydana gelen hızlı değişimler ve artan rekabet, özellikle finansal hizmet işletmelerinin ürünlerinde farklılıklar yaratarak, ürünlerini kişiselleştirip müşterilerinin değişen ihtiyaçlarına cevap vermelerini zorunlu kılmaktadır.

Türk insanının sosyal ve kültürel yapı sorunları da sigortanın müşteriye pazarlanmasını etkilemektedir. Sigorta hizmeti toplumumuzun bakış açısıyla halen bir lüks olarak görülmektedir. Bu durum sigorta pazarlamasını, Türkiye’de yapılması güç bir meslek haline getirmektedir. Ayrıca Türk toplumu bireyleri, bir olayı ancak yaşandıktan sonra gelecekteki olaylar için daha duyarlı olmakta ve buna karşı önlemler alma yolunu seçmektedir. Nitekim şu anda Doğal Afet Sigortaları Kurumu (DASK)’na üretilen ve yaptırılması zorunlu deprem sigortası dahi, 1999 yılında yaşanan büyük Marmara depremi

sonrasında çok kayıplar vermiş olan Türk halkı için bütçelerine bir mali yük olarak görülmektedir. Yaşanan sosyal ve kültürel kökenli bu sorunların ve sigortanın gelir düzeyi yüksek kesim için gerekli olduğunu düşünen zihniyetlerin varlığı sektörü olumsuz yönde etkilemektedir (Aybay, 2002: 25).

Sigortacılık sektörünün yeterince tanıtılmaması ve dolayısıyla sektörde neler olup bittiğinin bilinmemesi sonucunda sektör imaj sorunuyla da karşı karşıya kalmaktadır. Türkiye’de sigortacılık sektörünün sosyal ve ekonomik işlevleri halkın geniş bir kesimi tarafından bilinmediğinden sigorta kavramı, sigorta işletmeleri, acenteler ve sigorta hizmetleri hakkında acilen düzeltilmesi gereken olumsuz bir imaj mevcuttur. Sigortacılara ve sigorta işletmelerine ait bu olumsuz imaj, sigorta sektörünün pazar payını genişleterek, Türkiye’nin sosyal ve ekonomik yapısı içinde kaplaması gereken yeri elde etmesini engelleyen en önemli etkenlerden birisi olmaktadır (Saran, 1998: 23). Bu nedenle, sektörün Türkiye ekonomisindeki haklı yerini alabilmesi için sigortacılık konusunda gerçek ve sağlıklı bilgilerin, etkin bir iletişim yoluyla kitlelere ulaştırılmasına ihtiyaç vardır. Yararlı ve kesinlikle işletmelerin menfaatine olan böyle bir konunun halka anlatılabilmesinde de halkla ilişkiler faaliyetleri çok önemli bir rol üstlenmektedir (Taşkın ve Şener, 2004: 23).

Dünya ile karşılaştırıldığında Türkiye’de sigortacılık sektörünün neden geri kaldığı konusundaki araştırmalarda dinsel ve töresel inançlar, enflasyon ve işletmelerin hatalı faaliyet politikaları gibi unsurlar üzerinde durulmaktadır. Son yıllarda bu sorunlar önemini yavaş yavaş yitirmeye başlamıştır. Ancak buna rağmen sektörde arzu edilen gelişme hala tam olarak sağlanmış değildir. Bunun sebeplerinden biri de sigorta ürünlerinin gelir elastikiyetinin yüksek olmasıdır. Gelir seviyesi düşük kişilerin geleceklerini güvence altına almaktan ziyade günlük ihtiyaçlarını karşılamaya öncelik vermesi ve sigortalanabilecek mal varlığı stokunun da gelire orantılı olması sigortayı gelir elastikiyeti yüksek bir ürün yapmaktadır. Bu nedenle, gelir seviyesinin düşüklüğü yanında gelir dağılımının bozukluğu da sigortanın yaygınlaşmasının ve gelişmesinin aleyhine işlemektedir. Sektörün büyüme sorununun diğer bir nedeni de kamu tarafından sağlanan sosyal güvenlik sistemi uygulamasındadır (Gençosmanoğlu, 2003: 104).

Gelişmiş ülkelerde sigorta şirketleri sermaye piyasalarının en güçlü kurumsal yatırımcılarından biri olarak faaliyet göstermektedir. Aşağıdaki çizelgeden 2015 yılı verilerine göre ülkeler itibariyle bazı gelişmiş ülkelerdeki ve Türkiye’deki toplam prim üretimine bakıldığında, sigortacılık sektörünün gelişmiş ülkelerde ne ölçüde geliştiği kolayca görülebilir.

Çizelge 2. Dünya Toplam Prim Üretimi (2016 Yılı)

Ülkeler	Milyar \$	Payı %
Kuzey Amerika	1.431.639	31,44
Latin Amerika	158.146	3,47
Avrupa	1.468.878	32,25
Asya	1.350.974	29,66
Afrika	64.123	1,41
Okyanusya	80.426	1,77
Türkiye	11.140	0,24

Kaynak: Sigma World insurance in 2015: steady growth amid regional disparities, Swiss Re.

Kuzey Amerika’da üretilen yıllık prim miktarının Türkiye bütçesini aşmış olması, sigortacılık sektörünün dünya piyasalarında ne denli önemli bir konuma sahip olduğunu göstermektedir. Burada dikkati çeken, nüfusu 7 milyon 170 bin kişi ile Türkiye’nin 1/10’u kadar olan İsviçre’nin, sigorta prim üretimi açısından Türkiye’nin 6 katından fazla olmasıdır.

Türkiye’de sigorta Şirketlerinin şimdiye kadar uyguladıkları hasar karşılama yönelik politikaları sektörün en önemli problemidir. Diğer problemlerin meydana gelmesinde de bu politikaların dolaylı etkileri vardır. Sorunlar öncelikle devletle işbirliğine gidilerek aşılmaya çalışılmalıdır. Sektörde şirketler ya da branşlar bazında genelden özele doğru etkin çalışmalar yapılarak sorunların üzerine gitmekte fayda vardır.

Riskin dağılımını gerçekleştiren sigortacılık, diğer sektörler gibi gelişmek için büyük bir yol kat etmiştir. Türkiye’de prim üretimi reel bazda istikrarlı bir şekilde artmakla beraber uluslararası verilerle kıyaslandığında söz konusu değişimin sağlam ve sağlıklı bir trend içinde olmadığı söylenebilir (Çipil, 2003: 25).

Türkiye’de bulunan sigorta şirketleri sermaye, teknoloji, insan kaynakları bilgi ve becerisi açısından dünyadaki diğer büyük sigorta şirketlerinden çok uzaklarda kalmışlardır. Bugün Türkiye’nin büyük ulusal sigorta şirketleri dünyadaki rakiplerinden son derece güçsüz ve korunmaya muhtaç durumdadırlar (Yücesan, 1998: 29). Sektörde mevcut prim tahsilâtı sorunu, kalifiye eleman sorunu, örgütsel sorunlar, üretim organları ile sigorta şirketleri arasındaki sorunlar, sigorta bilincinin yerleşmemesi, yasal düzenlemelerdeki eksiklikler ve boşluklar kendisini hissettirmekte ve önemini korumaktadır.

Ar-ge ve eğitim çalışmaları ile tanıtma ve kabul ettirme çalışmalarındaki yetersizlikler Türkiye’de sigortacılığın gelişimini engellemiştir. Uygulamada gelişmiş ekonomilerde sigorta teorisi ile pratiğinin birbirini desteklediği görülür. Fakat Türkiye’de

teori ile uygulama arasında tutarsızlıklar vardır. Bu nedenle Türkiye’de sigorta sektörü finans sektörü içinde istenilen yerde değildir. Buna, toplumun sigortaya olan ilgisizliği, gelir dağılımdaki bozukluk, ekonomik istikrarsızlık, yüksek enflasyon gibi unsurların etken olduğu söylenebilir (Aybay, 2002: 22).

Türkiye’de sigorta işletmeleri, sigorta poliçelerini taksitli olarak da satabilmektedirler. Fakat burada paranın zaman değerine hiç dikkat edilmemektedir. Enflasyonun aşırı olduğu Türkiye şartlarında tahsil edilecek poliçe tutarı değerinin düştüğü gözlemlenmektedir. Bu duruma, taksitlerin tahsilâtının aksamaması gerekliliği de eklenince durum içinden çıkılmaz bir hale gelmektedir (Madran ve Önal, 1999: 6).

Türkiye’de, gelir seviyesinin düşük olmasının yanı sıra gelir dağılımındaki heterojenlikte sigortacılığın gelişmesini olumsuz yönde etkilemektedir. Günümüzde üretim düzeyinin, yüksek enflasyonun ve hızlı nüfus artışının devam edeceği ve bu nedenlerle de gelir dağılımının giderek bozulacağı, işsizliğin artacağı kabul edilirse sigortaya katılımda kısa dönemde önemli gelişmeler beklenmesi mümkün görünmemektedir. Sigorta ürünlerine olan talebin bir yükselişe girebilmesi için gelir seviyesindeki dengesizliğin ve düşüklüğün düzeltilmesi gerekir. Sigortacılık sektörünün makroekonomik faydalarını Türkiye’de görmek zordur. Bunun temelinde, sigorta işletmelerinin mali kurumlar olarak değil sadece belirli hasarları gidermek için kurulmuş ve organizasyon kimliği ile ele alınmış işletmeler olması yatmaktadır (Gümüş, 2006: 71).

Sigorta olayında gelecekle ilgili bir sözün yerine getirilmesi, istenmeyen tatsız bir olayın gerçekleşmesine bağlıdır. Sigortacı yerleşmiş kanaatlerin değişmesi için çaba sarf edecektir. Sigortacının sattığı somut bir nesne olmadığından satış anında sigortanın yararlarını göstermek de zordur. Yani sigortacı, geleceğe ait bir söz satmaktadır. (Sarıkayalı, 2000: 23)

Sigorta şirketlerinin kendi işlerinde diyalog azlığı ve bir problem anında birlikte hareket etme gücünün zayıflığı sektörün gelişememe sebeplerindedir. Sigorta şirketlerinin dünyada birleşmeler ile güçlendikleri ve rekabette daha avantaj kazandıkları görülmektedir. Buna karşın Türkiye’de, sigorta şirketlerinin ve aracılarının sayısı tezat olarak artmaktadır. Bu durum fiyat rekabetini arttırmakta ve şirketler ile aracılarının güçlü bir yapıya sahip olmasını engellemektedir (Yücesan, 1999: 35). Sigorta hizmetini halka götüren kişilerin (acentelerin) meslek bilgilerinin yetersiz olması ve çevrelerine bu eksik bilgileri aktarmaları da sigortacılığın gelişimini aksatmaktadır. Bu konuda da yapılması gereken şey, sigortacılık sektöründe istihdam edilecek personelin sigortacılıkla ilgili bir programdan mezun olmuş olmasına dikkat etmektir. Ayrıca özellikle doğrudan satış sisteminin gelişmemiş olması ve sigorta poliçelerini satmada eş, dost, akraba dışına çıkılamaması, olayın yeterince yaygınlaştırılmamasına sebep olmaktadır (Demir, 1996: 20).

Türkiye’de kamu kesiminin yetkili otoriteleri sigortacılığın gelişmesini desteklemeyi genellikle, sigorta şirketlerinin ticari faaliyetlerini arttırmasına yönelik bir katkı olarak değerlendirmişlerdir. Ticari bir kuruluşa özel destek sağlama hatasını işlememek için sektöre olan katkılarını esirgemişlerdir. Ayrıca, kalkınma plan ve programları hazırlanırken ekonominin bir mali kurumu olan sigorta sektörünün sorunlarını teşhis etme ve bu sorunlara çözüm getirme amacıyla yapılacaklar gereken klasik ifadelerle onlarca yıldan beri ilgili başlıklar altında işlenmiştir. Bu denli hayati önemde bir sektör, ekonomi içindeki gerçek işlevlerini yerine getirebilmesi için gerekli destek ve donanım hiçbir zaman kavuşturulamamıştır.

Sigorta işletmeleri müşteriye dönük olmalı, müşterilerin ihtiyaç ve istekleri tatmin edilerek kâr sağlama ilkesini benimsemelidirler. Oysa sigorta işletmelerinde pazarlamaya

yönelik anlayıştan çok satışa yönelik bir anlayış hâkimdir. Türkiye’de sigortacılık sektörü üzerine yapılan tartışmalarda vurgulanan en temel sorun, sektörün bir türlü istenilen potansiyele ulaşamamasıdır.

Sigortacılık müşteri-pazarlama odaklı bir yapıya henüz tam olarak geçememiştir. Bunun sonucunda da müşteri ihtiyaç ve beklentileri tam olarak karşılanamamakta ve sigorta bilincinin yaygınlaşması için ortam yaratılamamaktadır. Belli başlı ürünler pazarlanmakta, müşterinin ihtiyacına en iyi cevap verecek ürünler geliştirilmemektedir. Sektör, teknoloji ve ürün açısından gelişmiş ülkelerle olan uyumu sağlarsa, halkın sigorta bilincinde gelişme sağlanabilir.

Son yıllarda, özellikle sosyal ve ekonomik hayatta meydana gelen hızlı değişimler ve artan rekabet, özellikle finansal hizmet işletmelerinin ürünlerinde farklılıklar yaratarak, ürünlerini kişiselleştirip müşterilerinin değişen ihtiyaçlarına cevap vermelerini zorunlu kılmaktadır.

Türk insanının sosyal ve kültürel yapı sorunları da sigortanın müşteriye pazarlanmasını etkilemektedir. Sigorta hizmeti toplumumuzun bakış açısıyla halen bir lüks olarak görülmektedir. Bu durum sigorta pazarlamasını, Türkiye’de yapılması güç bir meslek haline getirmektedir.

Sigortacılık sektörünün yeterince tanıtılmaması sonucunda sektör imaj sorunuyla da karşı karşıya kalmaktadır. Türkiye’de sigortacılık sektörünün sosyal ve ekonomik işlevleri halkın geniş bir kesimi tarafından bilinmediğinden sigorta kavramı, sigorta işletmeleri, acenteler ve sigorta hizmetleri hakkında acilen düzeltilmesi gereken olumsuz bir imaj mevcuttur.

Halkın sigorta konusunda bilinç eksikliği, enflasyon ve işletmelerin hatalı faaliyet politikaları gibi unsurlar üzerinde de durulmaktadır. Nedeni ise sigorta ürünlerinin gelir elastikiyetinin yüksek olmasıdır. Gelir seviyesi düşük kişilerin geleceğini güvence altına almaktan ziyade günlük ihtiyaçlarını karşılamaya öncelik vermesi ve sigortalanabilecek mal varlığı stokunun da gelirle orantılı olması sigortayı gelir elastikiyeti yüksek bir ürün yapmaktadır. Bu nedenle, gelir seviyesinin düşüklüğü yanında gelir dağılımının bozukluğu da sigortanın yaygınlaşmasının ve gelişmesinin aleyhine işlemektedir.

Sektörün büyüme sorununun diğer bir nedeni de kamu tarafından sağlanan sosyal güvenlik sistemi uygulamasındadır. Sorunlar öncelikle devletle işbirliğine gidilerek aşmaya çalışılmalıdır. Sektörde şirketler ya da branşlar bazında genelden özele doğru etkin çalışmalar yapılarak sorunların üzerine gitmekte fayda vardır.

Özellikle yüksek gelir seviyesine sahip ülkelerde ve gelişmekte olan ülkelerde sigortacılık sektörü, ekonomik kalkınma açısından önemli görülmektedir. Düşük gelir seviyesine sahip ülkelerde ve henüz gelişmemiş ülkelerde ise pek önemsendiği söylenemez. Ancak sigortacılık faaliyetleri ile yatırıma aktarılan fonlar sayesinde ekonomiye kaynak yaratılmakta, riskler bölünmekte ve zararlar paylaşılmakta, ekonomik çöküntüler önlenmekte, ekonomik açıdan risk düşürülmekte ve ekonomi içinde üretkenlik yükseltilmekte, büyüme ve gelişme desteklenmekte, gönüllü tasarruflar sayesinde fon oluşturulmakta ve bu fonlar yatırıma yönlendirilmektedir.

Netice olarak sigortacılık ile insanların ve kuruluşların ekonomik ve sosyal anlamda kendilerini güvende hissetmeleri sağlanmaktadır. Ülkelerin ekonomik kalkınma düzeyleri yükseldikçe, finansal tasarrufların milli gelir içindeki payı da yükselir. Mali sektör ne kadar gelişirse, finansal sistem de gelişmiş olur. Sigortacılık sektörü, mali sektörün gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Bu açıdan sigorta şirketlerinin mali açıdan

güvenilir durumda olmaları gerekir. Sigorta şirketleri yasal olarak özerk kuruluşlardır ancak uygulamada hiçbir zaman yasal düzenlemelerin dışına çıkmamışlardır.

Ancak mali sistem içinde bu kadar önemli bir yeri olan sigortacılık sektöründe; fiyat rekabeti, kar yaratamama, operasyonel verimsizlikler, yetişmiş insan gücüne sahip olamama, ülke geneline yaygınlaşamama ve daha birçok sorun, sigorta sektörünü uzun yıllardır zorlamaktadır.

Son yıllarda yapılan yeni yasal düzenlemeler, sigorta şirketlerinin gelişen altyapıları ve sektöre yabancı sermaye girişi ile sigortacılık sektöründe ciddi bir yol alınsa da bu konunun uzmanlarına göre hala sektörün köklü bir değişime ihtiyacı bulunmaktadır. Ancak bu şekilde, gittikçe kronik hale gelen bu sorunlara bir çözüm bulunabilecektir.

Sigorta şirketlerinin düşük karları, sektörün karşı karşıya kaldığı sorunların başındadır. Sadece fiyat odaklı rekabet yapılması, teknik kara dayalı olmayan ürün tasarımları yapılması ve hasar prim oranlarının çok yüksek olması bu sonucu doğurmaktadır. Kısaca fiyat rekabeti, sigorta şirketlerinde karsızlık yaratmaktadır. Karsızlığı tetikleyen en büyük sorun, fiyata dayalı rekabet yapılmasıdır. Fiyata dayalı rekabet yapıldığı, teknik kar odaklı fiyatlamama yapılmadığı için de sektörde ciddi anlamda kazanç erimesi yaşanmaktadır.

Sigorta şirketlerinin fiyat rekabetine odaklanmasında ise, piyasanın beklenen derinlikte olmaması etkili olmaktadır. Sigorta şirketleri, pazardaki paylarını yükseltebilmek için çoğu zaman aşırı fiyat rekabeti yaratmaktadır. Oysa bu rekabet aslında sigortacılık sektörüne zarar vermekte ve sektörün gelişmesini olumsuz etkilemektedir. Daha fazla prim üretebilmek için yapılan bu düşük fiyatlama, insanların sigorta sistemine duydukları güveni de sarsmaktadır. Bu olumsuzluklara bir de ara ara çıkan ekonomik krizler eklenince, piyasalar iyice durgunlaşmakta ve insanların satın alma gücündeki azalma yüzünden poliçeye olan talep düşmektedir. Sigorta şirketleri bir yandan yeni poliçe satmak, diğer yandan mevcut poliçeleri elde tutabilmek için, ekonomik kriz dönemlerinde fiyat rekabetini daha çok artırmaktadır. Fiyat rekabetinin en çok yaşandığı sigorta dalları, kasko, trafik, yangın ve sağlık sigortalarıdır.

Sigortacılık sektörünün bir başka ciddi sorunu, yeterince yaygınlaşamamaktır. Her fırsatta ifade edildiği gibi sigorta bilincinin henüz oturmamış olması yüzünden, sigortacılık sektörü yeterince gelişemiyor ve derinleşemiyor. Poliçe sayıları hala beklenen düzeye çıkmış değil. Diğer taraftan sigorta şirketleri, gerekli altyapı yatırımlarını yapsalar da, operasyonel verimliliklerini yükseltebilmiş değiller. Bu arada sektörde yetişmiş eleman sıkıntısı da giderilmiş değil. Bu sorun uzun yıllardır dile getirilse de, sigorta şirketleri insan kaynaklarına yeterince yatırım yapmamaktadır. Bu sorunların çözümü için her dönemde, gerek sigorta şirketleri gerekse devlet olarak çaba gösterilmektedir. Bu konuda ilerlemeler de sağlanıyor. Yine de konunun uzmanlarına göre, kronik hale gelen bazı sorunların çözümü için zamana ihtiyaç duyulmaktadır.

Sigorta şirketleri profesyonel kişileri sektöre yeterince kanalize edememektedir. Sektörde personel sirkülasyonu ve personel transferleri yüksek oranda yaşanmaktadır.

Sektöre işçi alımında belirli standartlar geliştirilememiştir. Acentelerin bilgisayar kullanım düzeyi yetersizdir. Sektörde bilgi alışverişi ve işbirliği söz konusu değildir. Acente sayısı ve kalitesi yeterli düzeyde değildir. Pek çok acente, sigortacılığı tali iş olarak yürütmekte bu da sektörü olumsuz yönde etkilemektedir. Acentelerin sattıkları poliçeleri yeterince tanımaması sonucu poliçe iptalleri artmaktadır. Ülkede sigorta teminatı zorunlu ve ihtiyari olmak üzere iki türlü uygulanmaktadır. Zorunlu trafik sigortasından ayrı olarak, patlayıcı maddeler ihtiva eden işyerleri ve çalışanları, otobüs yolcuları, kaynak atölyeleri, oto tamirhaneleri vb. işyerleri zorunlu sigorta uygulamasına

tabidirler. Sigorta sektörünün eksikliklerinin başında talebin yaratılmaması gelmektedir. Vatandaş sigorta bilincine yeteri kadar sahip olamadığı için talepte de bulunamamaktadır. Dolayısıyla atıl kalmış ve devreye sokulamamıştır.

1990'dan sonra serbest tarife ortamının etkisi ile gerek ürün çeşitliliği gerekse hizmet sunumu açılarından büyük bir gelişim sürecine giren sektörümüz, sorunları aşarak; sigortalılara, belirli kalitede çağdaş hizmet verebilir duruma ulaşmıştır. Sigorta maliyetinin yüksekliği, aktif/pasif sigorta dengesinin, pasif sigortalılar lehine bozulması, çok çeşitli, karmaşık ve istikrarsız sigorta sistemleri, finansal kriz, idari örgütlenme ve yönetim sorunları, Hükümetlerin popülist politikaları sonucu başvurduğu koruma politikaları sigorta şirketlerinin sorunlarını arttırmaktadır. Ayrıca sistemin genel olarak sigortacılık ilkelerine uygun işletilmemesiyle ilgili sorunlarda sorunların başında gelir(Peker 1997,s.38).

Türkiye'de, gelir seviyesinin düşük olmasının yanı sıra gelir dağılımındaki heterojenlikte sigortacılığın gelişmesini olumsuz yönde etkilemektedir. Günümüzde üretim düzeyinin, yüksek enflasyonun ve hızlı nüfus artışının devam edeceği ve bu nedenlerle de gelir dağılımının giderek bozulacağı, işsizliğin artacağı kabul edilirse sigortaya katılımda kısa dönemde önemli gelişmeler beklenmesi mümkün görünmemektedir. Sigorta ürünlerine olan talebin bir yükselişe girebilmesi için gelir seviyesindeki dengesizliğin ve düşüklüğün düzeltilmesi gerekir. Bununda salt sigortacılık sektörü tarafından yapılmasını beklemek yanlış olur. Sigortacılık sektörünün makro ekonomik faydalarını Türkiye'de görmek zordur. Bunun temelinde, sigorta işletmelerinin mali kurumlar olarak değil sadece belirli hasarları gidermek için kurulmuş ve organizasyon kimliği ile ele alınmış işletmeler olması yatmaktadır (Gümüş, 2006: 71).

Sigortacının sattığı somut bir nesne olmadığından satış anında sigortanın yararlarını göstermek de zordur.

Sigorta kapsamı dışında kalan istisnalar poliçe sahiplerine tam anlatılamamaktadır. Emeklilik sigortası bazı yanlış uygulamalar yüzünden insanlar üzerindeki güveni zedelemiştir. Zorunlu sigorta sayısı oldukça azdır. Bu da sektörün gelişmesine olumsuz yansımaktadır. Sektörün serbest tarife sistemine geçmesiyle artan fiyat rekabeti şirketleri olumsuz etkilemektedir. Acenteler arası fiyat rekabeti sektörde gelir düşürücü etki yaratmaktadır. Prim tahsilatında sorunlar yaşanmaktadır. Sektörde eğitilmiş personel sıkıntısı yaşanmaktadır. Sektörde personel sirkülasyonu ve personel transferleri yüksek oranda yaşanmaktadır. Bir çok acentenin ortamı çalışmaya elverişli değildir. Acentelerin bilgisayar kullanım düzeyi yetersizdir. Pek çok acente, sigortacılığı tali iş olarak yürütmekte, bu da sektörü olumsuz etkilemektedir. Acentelerin sattıkları poliçeleri yeterince tanımaması sonucu poliçe iptalleri artmaktadır(Önal 2001). Bunların yanı sıra; hisse senedi piyasasındaki yüksek volatilité, oluşturulan fonların ana hissedarın şirketlerine yönelmesi, prim/tahsilat sorunu, aracı kurum yetkilerine sahip olmama, enflasyonla mücadele edebilecek finansal enstrümanların yokluğu, hayat sigortası şirketlerinde etkin fon yönetiminden yoksunluk, sigorta şirketlerinin fon yönetim kadrolarına sahip bulunmayışları gibi sorunlar ise en önemli ve başta gelen sorunlardandır.

Burada değinilmesi gereken bir diğer husus sektörün güçlü tarafları ve zayıf taraflarıdır. Bunlar; Sektörün Güçlü Tarafları; Türkiye'deki genç ve yüksek nüfusla birlikte sigortada düşük penetrasyon, Türkiye'nin uluslararası gruplar tarafından ilgi çeken bir pazar olması, Sektörün sermaye yapısının giderek güçlenmesi, Sektördeki aktörlerin, oto dışı branşlara da yönelmesi, Sektörün ekonomi için ciddi bir likidite kaynağı oluşturması.

Sektörün Zayıf Tarafları; Kişi başına düşen milli gelirin düşük olması, Geçmişte yaşanan tatsız tecrübelerden ötürü tüketicide sigortaya karşı oluşan negatif bakış açısı, Gerekli kaynak oluşmadığı için bankacılık sektörünün gerisinde kalınması, Yeterli sigorta bilincinin oluşmaması ve 'kadercı' anlayış, Hayat dışı branşların ekonomik durgunluklarda etkilenmesidir.

3.SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye’de özel sigorta bilincinin gelişmemiş olması ve sigorta eğitiminin yetersizliği sigortacılığın yeterince gelişmemesine neden olmaktadır. Bunu gidermek üzere ilkokullardan başlayarak öğrencilere sigorta bilinci aşılanmalı, sigortacılıkla ilgili eğitim veren yükseköğretim kuruluşları arttırılmalı ve eğitilmiş çalışan kazanılmalıdır. Sigorta sistemi devlet politikası içine alınmalıdır.

Türkiye’de sigortanın ekonomik anlamı ve işlevi yeteri kadar anlaşılmadığı için sigortaya lüks ve pahalı bir hizmet gözüyle bakılmıştır. Sigortanın bir masraf kapısı, gereksiz bir harcama şeklinde kabul edilmesi de aynı düşüncenin bir başka belirtisidir.

Türk sigorta sektörü büyük ölçüde sanayi ve ticarete bağımlıdır. Yapılması gereken sigortacılığın tabana yayılmasıdır. Tabana yayılmanın gerçekleştirilmesinde halkın gelir düzeyinin düşüklüğü ve prim tarifelerinin bu gelire göre yüksek kalmasının da etkisi vardır.

Türkiye’de sigorta sektörü, piyasalarda tasarruf sahipleri ile yatırımcıları buluşturan, mali aracı rolünü tam olarak yüklenememiştir. Sanayileşmiş ülkelerde sigortacılık, sermaye birikimine ve bu sermayenin verimli alanlara kanalize edilmesine katkı yapan bir sektördür. Oysa Türkiye’de sigortacılığın bu işlevine yakın zamana kadar önem verilmemiştir. Bu durum, alınan primlerin GSMH içindeki payına bakıldığında daha iyi görülebilmektedir.

Optimal olmayan fiyatlandırma uygulamaları sektörün olumsuz etkilenmesi neticesini doğurmuştur. 1990 yılında serbest tarife rejimi sistemine geçilmesi ile birlikte aşırı fiyat rekabeti oluşmuştur. Teknik açıdan risk analizi hesaplanmadan sadece fiyat indirimi uygulamaları maliyetlerin göz ardı edilmesine neden olmuştur. Bu durum genel olarak prim kayıplarına neden olmuş, teknik karlarda azalma ve sigorta şirketlerinin mali yapılarında olumsuz gelişmeler doğurmuştur. Meydana gelen bu olumsuz gelişmeler sigorta şirketlerini oluşturan hasarların ödenmesinde mali zorluklarla karşı karşıya bırakmıştır. Bunun neticesinde hasar ödeme süreleri uzamış, bu durum zaten yeni yeni oluşan sigorta zihniyetinin zarar görmesine neden olmuştur.

Ülkemiz sigorta mevzuatının, AB mevzuatı ile uyumlaştırılmasında geçiş sürecinin sağlıklı ve başarılı yürümesi için sigortacılığın gelişmesini engelleyen faktörlerin giderilmesi amacına yönelik bir takım çalışmalar yapılması gerekmektedir.

Bankalarda olduğu gibi sigorta şirketlerinde de iç denetim teşkilatı kurulmalı, şirketlerin denetiminde erken uyarı sistemine yardımcı olmak üzere bağımsız dış denetim kuruluşlarına ilişkin yeni düzenlemeler yapılmalıdır.

Ülkemizde halkın büyük çoğunluğunun sigortaya olan güvensizliğini ortadan kaldıracak birtakım güven arttırıcı önlemler alınmalıdır. Ve sigorta sektörünü ilgilendiren kurumların halka daha yakın bilgi aktarması toplumda bilinen yanlış değerlendirmelerinin giderilmesine faydalı olacaktır. Gelişmeyi engelleyen sosyal faktörlerin giderilmesi, sigortacılık kapasitesinin artmasına yardımcı olacaktır.

Sigorta kesimi üzerindeki vergi yükünün yüksek oluşu, sigorta fonlarının düşük seviyede kalmasına neden olmuştur. Özellikle bazı branşlarda mükerrer vergilendirilme söz konusudur. Bu durum, sigorta sektörünün arzu edilen seviyede gelişmemesinin bir

diğer nedenidir. Hayat sigortası tazminatlarında veraset ve intikal vergisi alınmamalıdır. Bu uygulamanın sektörü olumsuz etkilediği açıktır.

Türkiye’de sigorta kesimi daha çok bankaların ve holdinglerin yan kuruluşu olarak faaliyet göstermektedir. Gelişmiş ülkelerde sigorta şirketleri hem bankalardan daha güçlü sermaye yapısına sahip hem de bankaların sahibi durumunda iken; Türkiye’de bu durum tam tersidir. Bankaların vermiş oldukları kredileri güvence altına almak için yaptıkları sigorta poliçeleri sektörde özellikle acentelere karşı haksız rekabete neden olmaktadır.

Sektöre uzun yıllar yeni sigorta şirketlerinin girişine izin verilmemesi de, sektörün gelişimini olumsuz yönde etkilemiştir. Bu durum, mevcut şirketlerin eksik rekabet koşulları altında çalışmasına imkan sağlamış dolayısıyla tam rekabetten yoksun modernize olmaması bir sektör ortaya çıkmıştır.

Enflasyonist ortam sigortacının, sigorta şirketlerinin mali yapısını zayıflatmakta karlılığı azaltmaktadır. Ülkeyi uzun yıllar etkisi altına alan kronik enflasyon nedeniyle Türk lirasının yabancı paralar karşısında sürekli değer kaybetmesi yurtdışından iş kabulünü engellemiştir. Fiyat artışları sigortacı bakımından çeşitli sakıncalar yaratmaktadır. Tahsilat gecikmeli olarak yapılmaktadır. Prim tarifeleri sürekli değiştirilmediği halde işletme giderleri sürekli artmaktadır.

Eksperlerle sigortacılar arasında sorunlar vardır. Sigorta poliçeleri ortalama bir insanın anlamayacağı kadar karışık ve okunmayacak şekilde hazırlanmıştır. Sigortacılığın gelişmemesinde dağıtım kanalını oluşturan acentelerin de hataları vardır. Meslekle ilgili olmayan kişilere ve kuruluşlara rastgele acentelik verilmiştir. Bilinçsiz ve yetiştirilmemiş yapımcı ve acentelerin kamu ilişkilerinde ki bilinçsiz, gerçek dışı beyanları, sonucu düşünmeden poliçe satma eğiliminde olmaları sigorta sektörü için olumsuzluklardan biridir. İdeal olan sigorta acentelerinin başka bir iş yapmadan sadece sigorta işleri yapmalarıdır.

Türkiye’nin sosyo-ekonomik yapısıyla mevcut sigorta potansiyeline bakıldığında halen kullanılacak potansiyelin çok az bir kısmının kullanıldığı görülmektedir. Sigorta hizmeti geniş tabanlı halk kesimine yeterince anlatılamamıştır. Sigorta şirketleri ferdi sigortalardan çok ticari ve endüstriyel portföylere yönelmişlerdir.

Sigortacılık sektörü ekonomiye olan katkılarından dolayı vazgeçilmez ve her gün gelişmekte olan bir sektördür. Türkiye’de de sigortacılık gelecek vadeden bir daldır. Gerekli teşvik ve tedbirler alındığı takdirde Avrupa Birliği ülkelerinde olduğu gibi Türkiye’de de sigorta sektörü gelişerek ekonomideki etkin rolünü gerçekleştirebilecektir.

4.KAYNAKÇA

Akalın, M. (2004) CRM ve Sigortacılık Sektöründe Örnek Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı: İstanbul.

Akay Balkaş, E. E. (2002) Türkiye’de Özel Sağlık Sigortası Hizmeti Satan İşletmelerin Pazarlama Politikalarının Bir Parçası Olan Reklâm Planlama ve Stratejilerinin Karşılaştırılması, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Reklamcılık ve Tanıtım Bilim Dalı: İstanbul.

Aksigorta, (1995) Sigortacılık Temel Bilgileri (1.Basım), Ar-Ge Eğitim Müdürlüğü Yayını: İstanbul.

Alpay, T. (2001) Temel Sigortacılık Bilgileri ve Uygulamalı Hasar Yönetimi, Yüce Yayın: İstanbul.

- Anonim 2, (2004) “Sigortacılar ve Müşterilerin Uzlaşma Adresi: Brokerler”, Bireysel Emeklilik ve Sigorta Tanıtımı Dergisi, Sayı. 9, ss. 8–12.
- Aybay, S. (2002) “Türk Sigorta Sektörünün Gelişimi, Sorunları ve Çözüm Önerileri: Güncelleştirilmiş Pazarlama Karması–7 P’s Yaklaşımıyla Uygulamalı Bir Araştırma”, Reasürör, Sayı. 44, ss. 21–40
- Cockerell, H. A. L. (1984) Sigortacılıkta Neler Oluyor (Çev. C. Selçuk Özcan), Metsan Matbaacılık: İstanbul.
- Çipil, M. (2004) Dünyada Zorunlu Sigorta Uygulamaları ve Türkiye Örneklerinin İncelenmesi, Milli Reasürans T.A.Ş. Yayınları: İstanbul.
- Çoban, S. (2003) “Sigorta Pazarlamasının Yapısal Özellikleri ve Temel Sorunları”, Pazarlama Dünyası, Yıl. 17, Sayı. 3, ss. 10–14.
- Demir, F. O. (1996) Sigorta İşletmesi ve Pazarlaması, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Fakültesi İşletme Politikası ve Yönetim Organizasyon Yüksek Lisans Programı: İstanbul.
- Dikmen, H. (2001) Maliyet Esasına Göre Sigorta Fiyatlandırması, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü Sigortacılık Bölümü: İstanbul.
- Erdoğan, İ. (1993) İsteğe Bağlı Sigorta Hizmetine Karşı Tutum, Beta Yayınları: İstanbul.
- Erederdi, H. C. (1998) Sigortacılığımızın Tarihi, Commercial Union Sigorta Yayını: İstanbul.
- Gençosmanoğlu, E. (2003) Dünden Bugüne Sigortacılık, www.hazine.gov.tr/makaleler/80yildergi.pdf
- Gönenç, B. (1994) Sigortada Dağıtım ve Tutundurma Metotları, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü Sigortacılık Anabilim Dalı: İstanbul.
- Gümüş, F. (2006) “Türk Sigortacılık Sektörünün Sorunlarının Tespiti ve Çözüm Önerileri”, Sigorta Araştırmaları Dergisi, Sayı. 2, ss. 67–78.
- Korkmaz, S. (1997) “Sigorta Pazarlaması ve Sigorta Hizmetine Tüketici Duyarlılığı”, Pazarlama Dünyası, Yıl. 11, Sayı. 66, ss. 10–15.
- Madran, C. ve Önal, B. Y. (1999) “Dünyada ve Türkiye’de Sigorta Aracılık Sistemleri, Sorunlar ve Öneriler”, Pazarlama Dünyası, Yıl. 13, Sayı. 75, ss.4–14.
- Saran, M. (1998) “Sigortacılık Sektöründe İmaj Sorununun Çözümünde Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Kullanılması”, Reasürör, Sayı. 27, ss. 19–28.
- Sigma World insurance in 2015: steady growth amid regional disparities, Swiss Re.
- Taşkın, E. ve Şener, H. Y. (2004) “Küreselleşme Sürecinde Türk Sigorta Sektörünün Önüne Çıkabilecek Sorunlar, Bu Sorunları Aşabilmek İçin Alınması Gereken Önlemler - Global Normlu Sigorta Sektörü”, Reasürör, Sayı. 51, ss. 14–24. 195
- Varlık, C. (2003) “Sigorta şirketlerinde Stratejik Planlama”, Birlik“ ten Dergisi, Yıl. 4, Sayı. 31, ss. 21–23.
- Yücesan, M. (1998) “Türk Sigorta Sektörünü Bekleyen Globalleşme ve Sektörün Bugün İçinde Bulunduğu Sorunlarla Beraber Bu Günü Nasıl Karşılacağı Konusunda Görüşler”, Reasürör, Sayı. 27, ss. 29–31.
- Yükçü, S. ve Baklacı, H. F. (1998) “Sigortacılık Sektörünün Temel Sorun Alanları”, Reasürör, Sayı. 29, ss. 6–17.
- http://www.sigortacilik.gov.tr/02YD/21TSM/21.01-Kanun/Türk_Ticaret_Kanunu.pdf
- <http://www.hazine.gov.tr/sdk2008/doc/Rapor2008.pdf>
- <http://www.sigortacilik.gov.tr/02YD/21TSM/21.01>