

-ARAŞTIRMA MAKALESİ-

SİGORTACILIK SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ VE DİJİTALLEŞMESİ SÜRECİNİN SWOT ANALİZİ: ERZURUM İLİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA*

Yavuz KOTAN¹

Uzman

Avrasya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

E-mail: yavuzktn@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-9957-181X

Özet

Bu çalışmada sigortacılık sektörünün gelişimi ve dijitalleşme sürecinde karşılaşılabileceği fırsatlar, üstünlükler, tehditler ve zayıflıklar hakkında araştırma yapılmıştır. Türkiye’de Sigortacılık sektörü hızlı bir değişim ve gelişim içerisinde. Bu değişimler Türkiye’deki ekonomi ve teknoloji değişimlerine paralel olarak ilerlemektedir. Sigorta Şirketlerinin ve dağıtım kanallarının teknolojik gelişmeleri kullanarak mevcut sistemlerini geliştirmesi, hızlı ve verimli çalışmalarını sağlayacak ve sigortacılıkta kullanılan malzemelerden tasarruf ederek şirketlerin sürdürülebilirliğine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sigortacılık, Dijitalleşme, Dağıtım, Üstünlükler, Zayıflıklar, Fırsatlar

Alan Tanımı: Sigortacılık (İşletme Finansmanı)

* Bu makalede bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyulmuştur.

¹ **Sorumlu Yazar:** yavuzktn@gmail.com

Atıf (APA): Kotan, Y., (2020), Sigortacılık Sektörünün Gelişimi ve Dijitalleşmesi Sürecinin SWOT Analizi: Erzurum İli Üzerine Bir Araştırma, Ekonomi Bilimleri Dergisi, 12 (2): 179-192.

Lisans: Bu makalenin kullanım izni Creative Commons Attribution-NoCommercial-NoDerivs 3.0 Unported (CC BY-NC-ND3.0) lisansı aracılığıyla bedelsiz sunulmaktadır.

THE DEVELOPMENT OF THE INSURANCE SECTOR AND SWOT ANALYSIS OF DIGITALIZATION PROCESS : A RESEARCH ON ERZURUM PROVINCE

Abstract

In this study, a research has been made on the development of the insurance sector and the opportunities, advantages, threats and weaknesses that can be encountered in the digitalization process. Insurance sector is in rapid change and development in Turkey. These changes has been progressing parallel to economic and technological changes in Turkey. Developing existing systems of insurance companies and distribution channels by using technological developments will enable them to work quickly and efficiently, and will contribute to the sustainability of companies by saving materials used in insurance.

Key Words: *Insurance, Digitalization, Distribution, Advantages, Weaknesses, Opportunities*

JEL Codes: *G22 - Insurance; Insurance Companies*

1. GİRİŞ

Sigortacılık sektörü, Türkiye de gelişmekte olan ve gelecek yıllar için büyük potansiyel taşıyan bir sektördür. Sigorta sektörünün gelişmesi ülke ekonomisinin gelişmesiyle paralellik gösterir. Sigortacılık sektörünün dijitalleşmesinin yarattığı etkilerin analiz edilerek yakalanacak fırsatların görülerek değerlendirilmesi, üstünlüklere yenilerinin katılması, krizlerin fırsata dönüştürülmesi açısından SWOT analizi yapılmıştır. Bu çalışmada sigortacılık sektörünün dijitalleşme sürecindeki gelişmesi ve saptanan duruma dayalı eylemler planlanması, yapılan bu planların uygulanıp değerlendirilmesi amaçlanmış ve elde edilmesi muhtemel sonuçlara yer verilmiştir.

2. SİGORTACILIK SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ VE DİJİTALLEŞMESİ

Cumhuriyetin ilanıyla birlikte her alanda başlatılan ilerleme ve kalkınma hamlesinden sigortacılık sektörü de payını almış ve 1925 yılında Türkiye İş Bankası tarafından Anadolu Anonim Türk Sigorta Şirketi kurulmuştur. 1927

yılında 1149 ve 1173 sayılı Sigorta Şirketlerinin Teftiş ve Murakabesi hakkındaki yasalar TBMM’de kabul edilmiş ve sigortacılık yasal bir zemine kavuşturulmuştur. 1935 yılında Güven Sigorta, 1936’da Ankara Sigorta kurulmuştur. 1938’da çıkan ve 1149 sayılı yasayı değiştiren 3392 sayılı yasa, hayat sigortası dalında çalışan şirketlerin maddi karşılıklarının ülke içinde kalmasını ve ulusal amaçlara uygun kullanılmasını öngörmüş ve sigorta şirketlerinin işlemlerini daha sıkı bir denetim altına almayı sağlamıştır. 1990 yılında kaza sigortaları, yangın ve nakliyat sigortaları dallarında serbest tarife düzenine geçilmiştir. Öte yandan, sigorta sektörünün düzenlenmesine ilişkin yetki, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı’ndan Başbakanlık Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı’na devredilmiştir (<http://www.trete.com.tr>). Dijitalleşme her ne kadar günümüzün en önemli konu başlıklarından biri olsa da 2 binli yılların başından bu yana hayatımızın merkezinde olan bir kavramdır. Dijitalleşme sayesinde Günümüze kadar bütün işlemler dijital ortama taşınmaya başlanmıştır. Günümüzde bilgisayarların kullanılmadığı bir iş alanı bulmak neredeyse imkansız. Bilgi sayarların bu denli aktif kullanılması dijitalleşmeye olanak sağlamış işletme ve birey arasında kopmayacak bir bağ kurulmasına imkan vermiştir. günümüzde teknolojik gelişmeler her yönüyle hayatı ekilediği gibi sigortacılık sektörünü de etkilemiştir. Şirketlerin dijitalleşmeyi kabul etmesi ve uyum göstermesi neredeyse zorunlu hale gelmiş, dijitalleşme sürecine uyum göstermeyen şirketlerin gelecekte rakip firmalarla rekabet edemeyeceklerini ön görmüşlerdir.

Dijitalleşme, finansal sistemdeki yapının daha hızlı çalışmasına etki etmesi yanında, sigortalıların yaşam tarzları ve beklentilerininide etkilemektedir. Geleneksel poliçelerin sigortalıların taleplerine göre kısa vadeli, belki günlerle ifade edilen sürelerde değişimler/eklemeler yapılabilir hale getirilmesi beklenmektedir. Kişilerin akıllı telefonları ile kolayca ulaşabileceği sistemler kurulmalı ve sigortalının istekleri poliçe kapsamına alınabilmelidir. Ancak bu olası gelişmeler yasal süreçlerde de düzenleme gerektirmekte, olası hasar durumlarında sorumluluk sahibinin kim olacağı sorusu netlik kazanmalıdır. Yasal düzenlemelerin üst kuruluşlara, daha çok kamuya bırakılması, aynı anda birçok farklı düzenlemenin yapılması gereğini ortaya çıkarmakta ve süreçler yavaş ilerlemektedir. Ayrıca farklı kurumların yasal düzenlemeleri sigorta şirketlerini de sürekli değiştirebilen bir ortamda işlem yapmaya zorlamaktadır. Bu koşullar, sigorta şirketlerinin oldukça sistemli bir şekilde olaylara yaklaşmasını, yeni uygulamaların farklı boyutlarının sigorta işlemlerine yansıtılması sonucunda ortaya çıkabilecek birçok senaryo için hazırlıklı olunmasını gerektirmektedir.

Sigorta şirketlerinin dijital ortamı kullanırken olası sigortalıların güvenini sağlayacak, anlaşılabilir basit ifadeler içeren, içeriği doğru bilgilerle donatılmış bilgilendirme sayfalarına ihtiyaçları vardır. İşlem sırasında sigortalının sistem üzerinde cevaplayamadığı soru oluşmamalıdır. Yeni satış kanallarının akıllı telefonlar ile hayata geçirilmesi acenteler için soru işareti yaratmamalı ve değişimi fırsata çevirmenin yolları aranmalıdır (Baştürk, 2019: 327).

3. SİGORTACILIK SEKTÖRÜNÜN VE DİJİTALLEŞMESİNİN SWOT ANALİZİ

SWOT, Türkçe'deki karşılığı ile baş harflerinin açılımı olan; işletmenin sektördeki rakiplerine karşı üstünlüğü (S), zayıflıkları (W) ile işletmenin içinde bulunduğu çevredeki fırsatlar (O) ve tehditleri (T) belirleyen bir analiz işleyişidir. SWOT analizinin birinci amacı şirketin iç performansını belirleyen üstünlükler ve zayıflıklar ile dışarıda karşılaşılan fırsatlar ve tehditleri belirlemektir. İkinci amacı ise rekabet üstünlüğünü sağlayabilmek ve izlenebilecek stratejik seçeneklerin belirlenmesidir (Yüksel ve Akın, 2006: 255). SWOT analizi yapılacak olan örgütün içsel ve dışsal tüm verileri doğru ve tam şekilde sunulursa veya sektörün geleceği için sistematik bir ilerleme sağlanmış olur. Stratejik yönetimde gerçekte bir fayda isteniyorsa, öncelikle hangi amaca yönelmesi gerektiği belirlenmelidir. Problem müşteri odaklıysa müşteri analizi; piyasayı öngörmek ise pazar analizi; kendi iç durumunu belirlemek ise iç çevre analizi yapılır. İşletmeler içinde buldukları sektörün gelişmesini yakından takip etmeli, pazarda oluşan değişimlere uyum sağlayabilmek için rakiplerini iyi analiz etmesi gerekmektedir. Devletin veya uluslararası kurumların politikalarındaki değişimlerini işletme için avantaja çevirecek stratejiler belirlenmesi şirketin devamlılığı açısından önem arz eder (Üstünl, 2019: 28).

3.1. Türk Sigorta Sektörünün Üstünlükleri

Türkiye geliştirmekte olan ekonomisi ve eğitim seviyesi artan genç nüfusu ile birçok pazarda gelecek vaat ediyor. Sigorta sektörü ise bankacılık, telekomünikasyon ile beraber umut vaat eden 3 sektörden biridir. Bunun göstergesi ise Avrupa ve Amerika gibi gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında, henüz bu pazarda penetrasyon yani etki oranının düşük olmasıdır. Bu durumun sayısal göstergelerine göre Avrupa'da 111.000 Kişiye bir sigorta firması düşerken,

Türkiye’de her 1.152.000 kişiye bir sigorta firması düşmesidir (Özyalcın, 2017: 43).

Sektörde çalışanların eğitim düzeyinin giderek yükseldiği görülmektedir. Sektörel istihdamda ilköğretim ve lise düzeyinde eğitim görenlerin oranı azalırken, yükseköğretim ve lisansüstü öğrenim görenlerin sayısı ve oranı artmaktadır. Eğitim dallarına göre lisans ve lisansüstü eğitim görenler arasında sigorta eğitimi almış kişi sayısı artmaktadır (Taşkın ve Şener, 2004: 18-19). Sigortacılıkla ilgili bilgilerin alınabileceği Sigorta Bilgi Merkezi 2008’de faaliyetine başlamıştır ve alt bilgi merkezleri ise, Trafik Sigortaları Bilgi Merkezi, Sağlık Sigortası Bilgi Merkezi, Hayat Sigortası Bilgi Merkezi ve Sigorta Hasar Takip Merkezi’dir. Emeklilik Gözetim Merkezi, bireysel emeklilik sisteminin güvenli ve etkin biçimde işletilmesini sağlamak ve katılımcıların hak ve menfaatlerini korumak üzere Hazine Müsteşarlığı tarafından görevlendirilmiştir (Resmi Gazete. S: 26754. 2008). TRAMER sistemiyle araç sigortaları, Doğal Afet Sigortaları Kurumu ise deprem gibi afetleri takip amacı ile kurulmuştur.

Günümüzde artık teknolojinin gelişmesi ile müşterilere veri daha kolay ulaşıldığı için poliçeler dijital ortamda onaylanmaya başlanmıştır. Örnek vermek gerekirse bir sigortalı herhangi bir acente dağıtım kanalına gitmeden kendi sigorta fiyatlarını alabilecek gerektiği zaman sistem üzerinden kişisel bilgilerini girerek onaylama yapabilmektedir. Dijital ortamın kullanımının yaygın hale gelmesi için sigorta müşterilerin bilgilendirilmesi gerekmektedir.

Bu etmenlerden sonra TOBB tarafından yayınlanan sigorta sektörünün güçlü yönleri şunlardır (<http://www.tobb.org.tr>):

- TOBB nezdinde örgütlenme ve Sigorta Acenteleri İcra Komitesi (SAİK), sigorta sektörünün bu örgütlenmelere sahip olmaları
- 7/24 hizmet ve ülke çapında yaygınlık,
- Müşteri güveni,
- Sigortacılığı iyi bilmek, profesyonellik,
- Sigorta Acentelerinin Prim üretimindeki payı.

3.2. Türk Sigorta Sektörünün Zayıflıkları

İnsanlar sigorta bilincine yeteri kadar sahip olamadığı için talepte de bulunamamaktadır. Sigorta maliyetlerinin yüksekliği, prim/tahsilât sorunu ve hayat sigortası şirketlerinde etkin fon yönetiminden yoksunluk gibi sorunlar da yer almaktadır. Türkiye’de reasürans şirketlerinin ve sektörün büyüklüğünün yetersizliği nedeniyle uygun reasürans anlaşmalarının yapılamaması sektörün teknik maliyetini artırıcı bir etki yaratmaktadır. Emeklilik sözleşmeleri, bazı yanlış uygulamalar nedeniyle insanlar üzerindeki güveni zedelemiştir. Zorunlu sigorta sayısı oldukça azdır. Bu da sektörün gelişmesine olumsuz etki yapmaktadır (Çiftçi, 2004:132).

Dijitalleşme konusunda büyük adımlar atan sigortacılık sektörü müşteriye ulaşmada ne kadar kolaylık sağlasa da ve bireylere yararlı bir dağıtım kanalı açsa da bazı bireylerin kaderci yaklaşımı ve sigortacılık konusunda halen İslam’a uygun değil diye düşünmeleri ve poliçeleri gereksiz görmeleri ana engel olarak kabul edilebilir. Bireylerin bakış açılarındaki soruna ilave olarak sektörel anlamda da bazı sorunlar yaşanmaktadır.

Sektörde yüksek oranda personel transferi yaşanmaktadır. Acentelerin sattıkları poliçeleri yeterince tanımaması ve müşteriyi bilinçlendirememesi police iptallerine neden olmaktadır. Bu durum sektöre tekrar kazandırılması çok zor olan memnuniyetsiz müşteri kitlesi yaratmaktadır. Aşırı rekabet sonucu fiyatların aşırı şekilde düşmesi, riski yüksek branşların ağırlığının artması, sunulan ürün ve hizmetlerde yetersizlik, teknolojik altyapı yetersizliği, yönetim ve organizasyon yetersizliği yaşanmaktadır (Kamilçelevi, 2012: 49).

Sezal (2017), sigortacılık sektörünün zayıflıkları olarak aşağıdaki hususları ileri sürmüştür.

- Sigortacılık ülke genelinde yaygınlaştırılmamıştır.
- Vergi uygulamaları sektörün ve sigortalının aleyhine sonuçlar vermektedir.
- Sektör için gerekli olan yasal altyapı henüz tamamlanamamıştır.
- Denetim eksikliği nedeniyle zorunlu sigortalar hedeflenen sigortalı sayısına ulaşamamaktadır.
- Türkiye geneline bakıldığında, sigorta acentelerinin bilgi teknolojilerine sahip olma ve bunları etkin bir şekilde kullanma yetisine sahip olmaması zayıf bir

yöndür. 2005 yılından itibaren sigortalının geçmişi hakkındaki verilerin bulunduğu TRAMER sistemi bilgi paylaşımı birazda olsa kolaylaştırmıştır.

• Sektörde belli başlı ürünler pazarlanmakta ve müşterilerin ihtiyacına yeterli şekilde cevap verebilecek ürünler geliştirilememektedir. Sigortacılık müşteri- pazarlama odaklı yapıya henüz tam olarak geçememiştir. Belli başlı ürünler pazarlanmakta, müşterinin ihtiyacına en iyi cevap verecek yaratıcı ürünler geliştirilmemektedir.

• Hizmet kalitesi konusunda özellikle diğer gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında boşluklar bulunmaktadır. Örneğin kaza branşında hâlihazırda bazı sigorta şirketlerinin özellikle hasar ödeme sürelerinin gecikmeli durumu sektöre olumsuz etki etmektedir. Diğer taraftan hayat branşı, gelişmiş ülkelerle kıyasla gelişmemiştir, az olarak nitelendirilebilecek prim tahsilâtı sonucu toplanan fonlar ise etkin değerlendirilememektedir.

• Sanat, spor, eğitim, sağlık projelerinde sosyal fayda ile ilişkili olan sigorta sektörünün tanıtımları etkin olarak yapılmamaktadır.

• Türkiye’de sigortacılık sektörün henüz yeterince büyük olmaması

• nedeniyle uygun reasürans anlaşmalarının yapılamaması sektördeki maliyetleri arttırmaktadır.

• Risk analizlerinin doğru bir şekilde yapılamaması nedeniyle fiyatlar gerçekçi seviyelerde belirlenememektedir.

Ayrıca, TOBB tarafından sigorta sektörü için ileri sürülen zayıflıklar ise şunlardır (<http://www.tobb.org.tr>);

- Teknolojik gelişmelere ayak uyduramamak, kurumsallaşamamak
- Şirket-acente ilişkisinde tek taraflılık
- Mesleki birlikteliğin sağlanamaması
- Rakiplere nazaran işletme maliyetlerinin yüksek olması
- Diğer bazı dağıtım kanallarının hakim güçlerini kullanmaları

3.3. Türk Sigorta Sektörünün Fırsatları

Türkiye’de sigorta sektörü ekonominin gelişmesiyle paralel olarak kendini geliştirmiş ve gelişmeye devam etmektedir. Türkiye’nin genç nüfusa sahip olması ve bu genç nüfusun eğitim düzeyinin yüksek olması sigorta sektörüne fırsat sağlamıştır. Gelişen ve değişen bu sektörde yer alan sigorta şirketlerinin artması şirketler arası rekabeti getirmiş bunun sonucunda hizmet ve ürün kalitesi artmıştır. Genç nüfusun teknolojiyi ve dijitalleşmeyi aktif kullanması sigortacılık sektörü için fırsat sağlamıştır. Dijitalleşmenin bu sektörde kullanılması yaşadığımız çağın

bir gereksimi olmuş insanların aktif kullandıkları sosyal medya kanallarına ulaşmak ve ücretsiz bir şekilde müşterilerine reklamlarla ürünlerini tanıtmak fırsatı sunulmuştur.

Zorunlu deprem sigortası örnek verilecek olursa Türkiye'nin bir deprem ülkesi olması gerçeğini sigorta şirketleri fırsata dönüştürme olanağına sahiptirler.

Bu etmenlerden sonar TOBB'un sigorta sektörü için ileri sürdüğü fırsatlar şunlardır (<http://www.tobb.org.tr>);

- Zorunlu sigortaların artması
- Sigorta bilincinin artması
- BES için devlet desteği
- Mevcut acentelere bireysel emeklilik sigorta (BES) aracılığı yetkisi verilmesi

KPMG (Uluslararası şirketler adına sektörleriyle ilgili denetim, vergi ve danışmanlık hizmetleri sunan, dünya geneline yayılmış bağımsız firmaların bütün ağlarını düzenleyen ve yönlendiren sektördür.) KPMG sektöre bakış yazısına göre fırsat yönleri (<https://www.assets.kpmg.tr>):

- Pek çok branşta oldukça düşük penetrasyon oranları
- Dijitalleşmenin iş süreçlerinde getirdiği yenilikler
- Finansal okur-yazarlık ile birlikte risk bilincinin gelişebilecek olması
- Kısa vadede ekonomik görünümdeki zayıflık nedeniyle yeterince etkili olması beklenmese de alacak sigortasının uzun vadede sektör için önemli bir fırsat barındırıyor olması.

3.4. Türk Sigorta Sektörünün Tehditleri

Türk sigorta sektöründeki en büyük zayıflık, sigorta kavramının Türk toplumunun geleneksel yapısında yer almamasıdır. Ayrıca, bazı acentelerin yaptığı hatalı sigortacılık uygulamalarından dolayı sigortaya karşı müşterilerin algısında olumsuz izlenim yaratılmaktadır. Bununla birlikte sigortacılıkla ilgili eğitim kurumlarındaki eğitimin yetersiz oluşu da olumsuz bir etken olarak dile getirilebilir.

Sigortacılığın gelişmiş olduğu ülkelerde sigorta yaptırma bilinci, okullardaki eğitim programlarıyla topluma öğretilmiş ve tanıtılmıştır. Ülkemizde bu bilinç yeterince oluşturulmamıştır (Taşkın ve Şener, 2004:16). Ülkemizde bireylerin sigortaya ayırdıkları pay gelişmiş ülkelere oranla çok düşüktür. Mali güçleri açısından büyük bir farkla pazarımıza gelen yabancı sigorta şirketleri; benchmarking, inovasyon, dış kaynaklardan yararlanma ve değişim mühendisliği gibi uyguladıkları modern yönetim teknikleriyle rekabet üstünlüğü sağlamaktadırlar (Kamilçelevi ve Okur, 2010: 7).

Gerek Türkiye’de gerek global ölçekte hızla yayılan dijitalleşme, pek çok artışının yanı sıra hem kurumsal hem de bireysel bazda çok sayıda risk içermektedir. Ülkemizde hemen hemen herkes evlerindeki bilgisayarlardan ya da akıllı telefonlarından internete erişmekte, kredi kartlarıyla dijital ortamda alışveriş yapmakta, tüm bilgileri bilgisayarlarında saklamaktadır. Her geçen gün teknolojinin ve bu teknolojilere erişilebilirliğin artmasına bağlı olarak, bilişim sistemlerine yönelik işlenen suçlar da artmaktadır. 2019 yılında Avrupa’yı hedef alan siber saldırıların % 77’si Türkiye’ye de saldırmışlardır (<https://www.anadolusigorta.com.tr>). Bunlara ek olarak TOBB tarafından belirtilen fırsat yönleri şunlardır (<http://www.tobb.org.tr>).

- Operasyonel yüklerin fazlalığı
- Alternatif satış kanalları / kanallar arası fiyat farklılıkları
- Sigorta şirketlerinin keyfi uygulamaları
- Portföy mülkiyeti hakkının kullanılamaması
- Merdiven altı üretim

KPMG ’nin sektöre bakış yazısına göre ise fırsat yönleri şunlardır (<https://www.assets.kpmg.tr>):

- Döviz kurlarındaki ve enflasyondaki dalgalanma
- Otomotiv satışlarındaki daralma
- Küresel ısınma ve Türkiye’nin deprem kuşağında olmasından dolayı doğal afetlere karşı yüksek risk taşıması
- Jeopolitik riskler

4. ARAŞTIRMANIN AMACI, YÖNTEMİ VE BULGULAR

Bu araştırmada Erzurum ilindeki sigortacılık sektörünün üstünlüklerini, zayıflıklarını, fırsatlarını ve tehditlerini belirlemek amacıyla SWOT analizi olarak bilinen yöntem kullanılmıştır. Bu amaçla Erzurum ilinde faaliyette bulun bazı acente ve bu acentelere gelen bazı müşterilere anket yapılarak bulgular elde edilmiştir. Demografik yapıyı tespit etmeye yönelik olan ilk üç soru ankete katılan kişilerin cinsiyetlerini, yaşlarını ve eğitim düzeylerini ölçmeye yöneliktir. Diğer sekiz soru ise sektörle ilgili görüşleri içermekte olup, beşli likert ölçeği kullanılarak sigorta acentesi yöneticilerinin ve müşterilerinin araştırma konusuna dair bilgi düzeyleri ve bakış açıları tespit edilmeye çalışılmıştır.

Tablo 1. Demografik Veriler

Cinsiyetiniz	<input type="checkbox"/> Bayan <input type="checkbox"/> Erkek
Yaşınız	<input type="checkbox"/> 18-29 <input type="checkbox"/> 30-45 <input type="checkbox"/> 46 ve üstü
Eğitim Düzeyiniz	<input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Önlisans <input type="checkbox"/> Lisans <input type="checkbox"/> Yüksek lisans

Ankete katılanların %28,6'sı (20) kadın, %71,4'ü ise (50) erkeklerden oluşmaktadır. Yaşların dağılımı; 18-29 arası % 35,71 (25), 30-45 arası %42,85 (30), 46 ve üstü % 21,42 (15)'dir. Eğitim düzeyinin dağılımı; lise %21,42 (15), önlisans %30 (21), lisans % 41,42 (29) ve yüksek lisans % 7,14 (5)'dür.

Tablo 2. Yönetici-Müşterilerin Bilgi Düzeyi ve Bakış Açısı

		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1	Sigortacılık sektöründe büyük gelişmeler var	%0	%7,14	%24,25	%32,85	%35,71
2	Sigortacılıkta dijitalleşme son derece önemlidir.	%2,85	%10	%20	%30	%37,15
3	Sigorta şirketlerinin çoğalmasını rekabet bakımından olumlu buluyorum	%0	%0	%8,57	%30	%61,42
4	Sigortacılıktadijitalleşme hizmet kalitesinin yükselmesine neden oldu	%0	%0	%17,14	%38,57	%44,28
5	Sigorta ürünü alırken yada fiyat araştırması yaparken dijital kanalları kullanmayı tercih ederim	%8,57	%15,71	%11,42	%32,85	%31,42
6	Sigortacılığın dijitalleşmesi sayesinde sigorta ürünleri hakkında daha detaylı bilgim oldu	%12,85	%21,42	%4,28	%27,14	%34,28
7	Dijitalleşme Sigortacılıkta yapılan işlerin hızlanmasına olanak sağlamıştır.	%0	%0	%10	%31,42	%58,57
8	Dijitalleşme, poliçeleri her daim yanımızda taşımaya olanak sağlamıştır.	%0	%0	%4,28	%24,28	%71,42

Ankete katılanların %35' i sigortacılık sektöründe büyük gelişmelerin olduğu görüşündedir. Sigortacılıkta dijitalleşmeyi son derece önemli bulanlar %37' dir. Sigorta şirketlerinin çoğalması rekabet açısından olumlu bulan kısım %61' dir. Sigortacılıkta dijitalleşme hizmet kalitesinin yükselmesine neden oldu görüşü %44' tür. Sigorta ürünü almada ya da fiyat araştırmasında dijitalleşmeyi kullanan kişi oranı %32'dir. Dijitalleşme sayesinde sigorta ürünleri hakkında bilgi sahibi oldum diyen kişi oranı %34' tür. Dijitalleşme sigortacılıkta işlemlerin hızlanmasına katılan kişi oranı %58' dir. Dijitalleşme, poliçeleri her daim yanlarında taşınmasına olanak sağladı görüş oranı ise %71' dir.

5. SONUÇ

Türkiye’de olduğu gibi Erzurum’da da sigortacılık sektörü, rekabetin yoğun olarak yaşandığı ve gelişmekte olan bir sektördür. Rekabetin yoğun olarak yaşanması nedeniyle teknolojik gelişmelerin de kullanılarak rakiplerden avantajlı konuma geçme çabası, yeni ürünlere yönelmek ve ürün geliştirmek, sigorta şirketlerinin önceliği olmuştur. Erzurumda sigortacılık sektörü geleneksel yapısından kurtularak teknolojik uygulamalara ayak uydurarak bu değişimi sistemlerinde uygulamaya başlamıştır. Dijitalleşme süreci ve uyumunun sigortacılığın gelişimi için çok önemli bir unsur haline geldiği yadsınamaz bir gerçektir. Sigorta şirketleri, dijitalleşme sayesinde müşterilerinin tüm bilgilerini entegre bir biçimde uyumlu olarak kullanabilmektedir. Dijital uygulamalarla müşteriler, pratik ve hızlı çözümlerle kaliteli hizmet alabilmektedirler.

Sigorta acente şirketlerine yönelik sunulabilecek öneriler ise alttaki biçimde sıralanabilir:

- Sigorta dağıtım kanalları her zaman bireyler ile diyalog bağımlı güçlü tutmalıdır.
- Sigorta şirketleri bu dijitalleşme sürecini bireyleri dağıtım kanalları aracılığıyla bilgilendirmelidir.
- Hem bireyler için hem şirketler için önem arz ettiği için çıkabilecek olası siber saldırılara karşı gerekli ve yeterli önlemler alınmalıdır.

KAYNAKLAR

Anadolu sigorta siber suçlardan korunuyor (2018).
<https://www.anadulusigorta.com.tr>

Baştürk, F. H. (2019)''Sigortacılık Sektöründeki Dijitalleşme Süreci ve Sigortacılık Eğitimine Yansımaları.'' ERPA International Congresses On Education S: 327

Çiftçi, H. (2004) “Türk Sigorta Sektörünün Sorunları: DEA Analizi ile Türk Sigorta Şirketlerinin Etkinlik Düzeylerinin Belirlenmesi”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. C.: 13. S.: 132

Emeklilik Gözetim Merkezi Çalışma Esaslarına İlişkin Yönetmelik. (2008) Resmi Gazete. Sayı: 26754

Kamilçelebi, H. (2012)'' Türkiye’de Sigorta Sektörünün Swot Analizi ve Bir Araştırma.’’ Ekonomi Bilimleri Dergisi S: 49

Kamilçelebi, H. ve Mehmet, E. O. (2010) “Rekabet Üstünlüğünün Sürdürülebilirliği İçin Yeni Yönetim Tekniklerinin Önemi ve Seçilmiş Sigorta Şirketleri Üzerine Bir Araştırma”. TSEV Sigorta Araştırmaları Dergisi. S: 7

Özyalçın, Z. C. (2017) “Türk Sigorta Sektörünün Gelecek Perspektifi: Sorunsuz Çözüm Önerileri Üzerine Bir Araştırma” İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü Uluslararası Ticaret Hukuku ve AB Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul S: 43

Sektörel Bakış Dergisi,(2019),
<https://home.kpmg/tr/tr/home/gorusler/2019/07/sektorel-bakis-2019.html>

Sezal, L. (2017) ''Türkiye Sigortacılık Sektörünün Değerlendirilmesi ve Faizsiz Sigortacılık Sisteminin Uygulanabilirliği'' Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi S: 52

Saran, M. (1998) “Sigortacılık Sektöründe İmaj Sorununun Çözümünde Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Kullanılması”, Reasürör Dergisi. S: 27

Sigorta Acentelerinin Güçlü Yönü “Mesleki Örgütlenme” (2014).
<https://www.tobb.org.tr>

Sigortacılık Sektörüne Bakış (2019) <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/tr>

Sigortanın Genel Tarihi, (2005) Türkiye’de Sigortacılık.
<http://www.trete.com.tr/sigortagentar.html>

Türkiyede Sigortacılık (2010). <http://www.tsrbsb.org.tr>

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, (2019),
<https://www.tobb.org.tr/Sayfalar/Detay.php?rid=6069&lst=Haberler>

Taşkın, E. ve Yelda Ş. (2004). “Küreselleşme Sürecinde Türk Sigorta Sektörünün Önüne Çıkabilecek Sorunlar, Bu Sorunları Aşabilmek İçin Alınması Gereken Önlemler - Global Normlu Sigorta Sektörü.” Reasürör Dergisi. S: 51

Üstünyol, N. (2019). “Swot Analizinin Bulanık Analitik Hiyerarşi Süreci İle Sayısallaştırılması Üzerine Bir Uygulama” Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Hatay S: 28

Yüksel, İ. ve Akin, A. (2006).”Analitik Hiyerarşi Proses Yöntemiyle İşletmelerde Strateji Belirleme.” Doğu Üniversitesi Dergisi, S: 255