

# Sigorta Sektöründe Dijital Dönüşümün Sigorta Acenteleri Üzerindeki Etkisi<sup>1</sup>

## The Impact of Digital Transformation on Insurance Agents in the Insurance Sector

**Gizem Gül ERŞAN**

Bilim Uzmanı, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, SBE,  
Muhasebe Finans ve Bankacılık A.B.D., [gizemgulersan@gmail.com](mailto:gizemgulersan@gmail.com)  
<https://orcid.org/0009-0006-7109-1634>

Makale Başvuru Tarihi: 18.03.2024

Makale Kabul Tarihi: 10.08.2024

Makale Türü: Araştırma Makalesi

**Said Alpagut ŞENEL**

Doç. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İİBF,  
Bankacılık ve Finans Bölümü, [asanel@cumhuriyet.edu.tr](mailto:asanel@cumhuriyet.edu.tr),  
<https://orcid.org/0000-0002-2267-7392>

### ÖZET

Sigorta kavramı, gelecekte ortaya çıkması muhtemel rizikolar için önceden önlem alma ihtiyacından dolayı ortaya çıkmıştır. Sigorta sektörünün temelinde güven duygusu vardır. Sigortanın güven duygusu veren bir unsur olması, bireylerin ve şirketlerin karşılaşacakları zararları engelliyor olmasından değil, ortaya çıkan zararların maddi bedelinin karşılanmasını sağlamasından kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda güven duygusunu pekiştiren bir unsur olarak son dönemde dijitalleşme gündemdedir. Dijitalleşme ve dijital dönüşüm terimleri son yıllarda farklı alanlarda sıkça karşımıza çıkan terimlerdir. İçinde bulunduğumuz çağ "dijital çağ" olarak adlandırılmaktadır. 2000'li yılların başından itibaren internetin yaygınlaşması ile hayatımızda yer alan dijitalleşme olgusu, özellikle akıllı telefonlar ile inanılmaz bir ivme kazanmıştır. Böylece küreselleşme rüzgârı hemen hemen tüm hayatımızı etkiler hale gelmiştir. Dijital çağ ile birlikte günümüzde her geçen gün teknolojiye yeni değişimler, gelişimler ve dönüşümler yaşanmaktadır. Hiç şüphesiz sigorta sektörü de dijital dönüşümden nasibini almıştır. Sigorta şirketleri ile sigortalılar arasında köprü görevini üstlenen sigorta dağıtım kanalları sigorta şirketlerinin kârlılıklarının artması ve yeni müşteri kazandırma potansiyelleri açısından çok önemli işlevlere sahiptirler. Özellikle sigorta acenteleri, coğrafi dağılımları, sahaya yakınlıkları ve tecrübeleri ile sigorta dağıtım kanalları içerisinde oldukça büyük bir öneme sahiptir. Bu çalışmanın amacı, yaşadığımız dünyada hemen hemen her sektörde kendisini gösteren dijitalleşme olgusunun sigorta acenteleri üzerindeki etkilerinin ortaya konmasıdır. Bu bağlamda literatüre az da olsa bir katkı sağlamış olmak yapılan çalışmanın bir diğer amacı olarak ifade edilebilir.

### ABSTRACT

The concept of insurance has emerged due to the need to take precautions in advance for possible future risks. The insurance sector is based on a sense of trust. Insurance is an element that gives a sense of trust, not because it prevents the losses that individuals and companies will face, but because it provides financial compensation for the losses that arise. In this context, digitalization has recently been on the agenda as an element that reinforces the sense of trust. The terms "Digitalization" and "digital transformation" have frequently terms that have been frequently encountered in different fields in recent years. The age we are in is called the "digital age". "The widespread use of the internet, particularly since the early 2000s, has led to the phenomenon of digitalization, which has gained incredible momentum with the rise of smartphones and the relentless wind of globalization has impacted almost every aspect of our lives". With the digital age, new changes, developments, and transformations in technology are being experienced every day. Undoubtedly, the insurance sector has also had its share of digital transformation. Insurance distribution channels, which act as a bridge between insurance companies and policyholders, have very important functions in terms of The profitability of insurance companies and their ability to attract new customers. In particular, insurance agencies, with their geographical distribution, proximity to the field, and experience, hold great importance among insurance distribution channels. You should write it as "The aim of this study is to reveal the effects of digitalization on insurance agencies which. In this context another aim of this study is to make a small contribution to the literature.

### Anahtar Kelimeler:

Sigorta Sektörü,  
Sigorta Acenteleri,  
Dijital Dönüşüm,  
Sigorta Sektöründe  
Dijital Dönüşüm,

### Keywords:

Insurance Sector,  
Insurance Agents,  
Digital Transformation,  
Digital Transformation  
in the Insurance Sector,

1 Bu çalışma Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde Gizem Gül ERŞAN'ın yazarlığında ve Doç. Dr. Said Alpagut ŞENEL'in danışmanlığında Eylül 2023 yılında tamamlanmış olan "Sigortacılıkta Hileler ve Dijitalleşme: Sivas'ta Faaliyet Gösteren Sigorta Acenteleri Üzerinde Bir Araştırma" isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

**Önerilen Alıntı (Suggested Citation):** ERŞAN, Gizem Gül ve ŞENEL, Said Alpagut (2024), “*Sigorta Sektöründe Dijital Dönüşümün Sigorta Acenteleri Üzerindeki Etkileri*”, **Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi**, S.7(1), ss.58-72, Doi: <https://doi.org/10.33712/mana.1454921>

## 1. GİRİŞ

İnsanlar, hayatları boyunca nasıl gerçekleşeceği ve ne zaman ortaya çıkacağı bilinmeyen, fakat herhangi bir zamanda ortaya çıkma ihtimali olan; ölüm, doğal afet, kaza, yangın gibi istenmeyen birçok olayla karşı karşıya kalabilmektedir. Tüm bu olumsuz olayların yol açacağı zararların giderilmesi amacı ile birleşen ve kendilerini güvence altına almak isteyen insanlar sigorta kavramının temellerini atmışlardır. Bir başka ifadeyle insanların korunma ve güvende olma isteği sigorta kavramını ortaya çıkarmıştır.

Sigortacılığa benzer uygulamaların çok eski zamanlara kadar uzandığı bilinmekle birlikte günümüzde anlaşıldığı şekliyle sigortacılığın ne zaman başladığı konusunda kesin bir tarih vermek mümkün değildir. Bazı araştırmacılara göre sigortanın tarihi, mallarını ve eşyalarını düşmanların veya hayvanların elinde kaybetme ihtimaliyle karşı karşıya kalan ilkel Mağara Adamına kadar geriye gitmektedir (Keleş Yıldız ve Akpınar, 2023:48).

İnsanoğlu dünya üzerinde var olduğu günden bu yana özellikle ilk çağlarda risklerle dolu bir dünyada yaşamını sürdürmüştür. Böylesine risklerle dolu bir dünyada yaşayan insanlar nasıl gerçekleşeceği ve ne zaman ortaya çıkacağı bilinmeyen risklerin yol açacağı zararların giderilmesi amacıyla birleşmişler ve olası bu risklerden korunmak için kendilerini güvence altına almak istemişlerdir. Böylece tek başlarına karşılamak zorunda kalacakları zararları aralarında bölüşmek suretiyle sigorta kavramının temellerini atmışlardır. Geçmiş M.Ö. 4.000 – 4.500 yıl öncesine uzanan sigorta faaliyetlerinin temelinde; insanların olası risklerden korunma ve güvende olma isteği yer almaktadır (Uralcan, 2005:1).

Gelecekte ortaya çıkması muhtemel rizikolar için önceden önlem alma ihtiyacı sonucu ortaya çıkan ve Latince kökenli “*sicurta*” kelimesinden türeyen bir kelime olan sigorta kelimesinin Türkçe karşılığı emniyet ve güven olarak ifade edilmektedir. Gerçekten de sigorta hem sosyal hem de ekonomik olarak bireylere ve şirketlere güven duygusu veren bir unsurdur. Sigortanın güven duygusu veren bir unsur olması, bireylerin ve şirketlerin karşılaşacakları zararları engelliyor olmasından değil, ortaya çıkan zararların karşılanmasını sağlamasından kaynaklanmaktadır (Baran, 1982:11; Güvel ve Güvel, 2002:22; Kahya, 2010:15; Yayla, 2019:108).

Sigorta kavramının hiç şüphesiz farklı şekillerde tanımlanması mümkündür. Örneğin Uygun’a (2018:10) göre sigorta, yaşam döngüsünde ortaya çıkması mutlak veya olası risklerin neden olabileceği kaybın ekonomik etkisini azaltmak amacıyla hazırlanan ve tarafları sigortalı ile sigortalayan olan bir sözleşme biçimidir (Uygun, 2018:10). Sigorta ile ilgili bir başka tanım, risk içeren bir olayın meydana gelme ihtimali göz önünde bulundurularak, risk ortaya çıktığında, zararı kısmen veya tamamen karşılamak üzere, bir kuruluştan belirlenmiş bir zaman dilimi süresinde ödeme karşılığında elde edilen güvencedir şeklindedir (Erdal ve Erdal, 2015:141). Bir başka tanımlamaya göre ise sigorta aynı türden tehlikeyle karşı karşıya olan kişilerin, belirli bir miktar para ödemesi yoluyla toplanan tutarın, sadece o tehlikenin gerçekleşmesi sonucu fiilen zarara uğrayanların zararını karşılamada kullanıldığı, bir risk transfer sistemidir (Milli Reasürans T.A.Ş., 2004:48).

Sigorta sadece riskleri teminat altına alan ve riskler gerçekleştiği zaman ortaya çıkan zararı karşılayan bir sistem değil aynı zamanda toplanan primlerle tasarrufların yatırıma dönüşmesini sağlayan yani ekonomik anlamda fon yaratan bir sistemdir. Bu açıdan sigorta sektörü, bireylere ve işletmelere finansal güvenlik sağlamasının yanı sıra ürettiği özellikle uzun vadeli fonlar ile sermaye piyasalarının gelişimine de katkı sağlamaktadır (Weisbart, 2018:16).

Sigorta şirketleri ile sigortalılar arasında köprü görevi gören sigorta dağıtım kanallarını; 5684 sayılı Sigortacılık Kanunu, sigorta acentesi ve broker olarak tanımlamıştır. Dünyada yerleşik uygulamalarda acenteler ve brokerler dışında sigorta dağıtım kanalları olarak; telefon, internet, faks gibi modern araçlar da sayılabilir. Ayrıca şirket merkezi ve bankalar da dağıtım kanalı olarak işlev yürütmektedir<sup>2</sup>. Söz konusu dağıtım kanalları, sigorta şirketlerinin kârlılıklarının artması ve yeni müşteri kazandırma potansiyelleri açısından çok önemli işlevlere sahiptir. Özellikle sigorta acenteleri; coğrafi dağılımları, sahaya yakınlığı ve tecrübesi ile sigorta dağıtım kanalları içerisinde oldukça büyük bir öneme sahiptir ve sigorta şirketlerine önemli katkılar sunmaktadırlar (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği - TOBB, 2015:2; Umut, 2020:116).

2 Sigorta ürünlerinin bankalar aracılığıyla pazarlanması bankasürans olarak bilinmektedir.

Gün geçtikçe gelişen ve gelişmeye bağılı olarak neredeyse her sektörü etkisi altına alan dijitalleşme sigorta sektörünü de etkilemektedir. Sigorta şirketlerindeki büyük eğilim, dijital uygulamalar geliştirerek “*dijital sigorta şirketi*” olabilmektir. Sigortacılıkta dijitalleşme ya da dijital sigortacılık, sigortacılıkla ilgili finansal hizmetlerin dijital çözümler yardımıyla uygulanması ve kullanılması anlamına gelir (Yurdakul ve Dalkılıç, 2016:50; Ünlener, 2018:51).

Sigorta sektörü ile ilgili olarak yapılan çalışmalar incelendiğinde konu ile ilgili akademik yayınlarda sigorta sektörünün farklı açılardan ele alındığı ancak sigorta sektöründe dijital dönüşümün sigorta acenteleri üzerindeki etkileri konusunda çok fazla çalışma yapılmadığı görülmüştür. Literatürde sigortacılık alanında yaşanan dijitalleşme ve dijital dönüşüm konusunda yapılan çalışmaların sayısının görece daha az olması bizi bu konuda bir çalışma yapmaya iten nedenlerden en önemlisidir. Bu nedenle çalışmamızın konusu sigorta sektöründe dijital dönüşümün sigorta acenteleri üzerindeki etkileri olarak belirlenmiştir.

Bu çalışmanın amacı, yaşadığımız dünyada hemen hemen her sektörde etkisini gösteren dijitalleşme olgusunun sigorta acenteleri üzerindeki etkilerinin ortaya konmasıdır. Bu çerçevede literatüre az da olsa bir katkı sağlamış olmak yapılan çalışmanın bir diğer amacı olarak ifade edilebilir. Çalışmada öncelikle; Türk Sigorta Sektörü ve sektörün genel yapısı hakkında bilgi verilmiştir. Daha sonra dijitalleşme kavramı ve dijital dönüşüm üzerinde durulmuş, dijital dönüşümün finans sektörü ve muhasebe üzerindeki etkilerine değinilmiştir. Daha sonra sigorta sektöründe dijital dönüşüm konusu ele alınmış, dijital dönüşümün sigorta sektörü üzerindeki etkileri, avantajları ve dezavantajları hakkında bilgi verilmiştir. Çalışmamız sonraki kısmında dijital dönüşümün sigorta acenteleri üzerindeki etkileri ele alınmıştır. Çalışmamız konu ile ilgili yapılan değerlendirmeler ve önerilerin yer aldığı sonuç bölümüyle bitirilmiştir.

## 2. TÜRK SİGORTA SEKTÖRÜNÜN GENEL YAPISI

Türk Sigorta sektöründe 31 Aralık 2023 tarihi itibarıyla Türkiye Sigorta Birliği’ne (TSB) kayıtlı 54 sigorta şirketi, 15 emeklilik şirketi ve 5 reasürans şirketi olmak üzere toplam 74 şirket bulunmaktadır. 54 sigorta şirketinin 50 tanesi hayat dışı (elementer), 4 tanesi de hayat grubunda faaliyet göstermektedir (www.tsb.org.tr, 2023). Türk sigorta sektöründe 2019 – 2023 yıllarında faaliyet gösteren sigorta, emeklilik ve reasürans şirketlerinin sayıları aşağıda (Tablo 1) gösterilmektedir.

**Tablo 1.** Türk Sigorta Sektöründe 2019–2023 Yıllarında Faaliyet Gösteren Şirket Sayıları

	2019	2020	2021	2022	2023
Sigorta Şirketleri	43	45	50	52	54
Hayat Dışı (Elementer)	38	39	43	45	50
Hayat	5	6	7	7	4
Emeklilik Şirketleri	17	15	15	14	15
Reasürans Şirketleri	3	3	4	4	5
<b>TOPLAM</b>	<b>63</b>	<b>63</b>	<b>69</b>	<b>70</b>	<b>74</b>

Kaynak: Türkiye Sigorta Birliği Genel Kurul Faaliyet Raporları, 2019:11; 2020:9; 2021:9; 2022:9

Türk Sigorta sektöründe 2019 – 2023 yıllarında faaliyet gösteren sigorta şirketlerinin sayısında yıllar itibarıyla sürekli bir artış görülmektedir. 2019 – 2023 yıllarında hayat dışı (elementer) grubunda faaliyet gösteren sigorta şirketlerinin sayısının hayat grubunda faaliyet gösteren sigorta şirketlerinin sayısından önemli ölçüde fazla olduğu görülmektedir. Emeklilik şirketleri sayılarına bakıldığında 2019 yılına göre bir azalış, reasürans şirketleri sayılarında ise 2019 yılına göre (2020 yılı hariç) bir artış olduğu görülmektedir.

## 3. DİJİTALLEŞME VE DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Dijitalleşme ve dijital dönüşüm terimleri son yıllarda farklı alanlarda sıkça karşımıza çıkan terimlerdir. Latince parmak anlamına gelen “*digitus*” kelimesinden türetilmiş olan dijital terimi, enformasyon sistemlerinin temelini oluşturan sayısallaştırmayı ifade eden bir kavramdır. Dijitalleşme kavramı tarihte ilk kez 1971 yılında North American Review dergisinde yayımlanan bir makalede “*toplumun dijitalleşmesi*” olarak kullanılmıştır. Dijitalleşme ve dijital dönüşümün temelinde teknolojik alanda yaşanan gelişmeler yatmaktadır. Günümüz dünyasında teknoloji artık *hayatımızın bir parçası* değil, *hayatımızın kendisi* konumuna gelmiştir (Taş,

2018:1819; Klein, 2020:998; Asadova, 2019:210).

İnsanların ihtiyaçlarına göre zaman içinde ortaya çıkan teknolojik gelişmeler insanlık tarihinde *sanayi devrimi* olarak ifade edilen değişimlere yol açmış ve yapılan icatlar insanları peşinden sürüklemiştir. İnsan ve hayvan gücüne dayalı üretim tarzından, makine gücünün hâkim olduğu üretim tarzına geçiş olarak tanımlanan Sanayi Devrimi, dünyadaki en önemli olaylardan birisidir ve tarihte bir kırılma noktası olarak kabul edilir (Berkaş ve Dimli Oraklıbel, 2021:2).

Tarihsel süreç içinde, 18. yüzyılın ikinci yarısından günümüze kadar üç büyük sanayi devrimi yaşandığı görülmektedir. Endüstri 1.0., Endüstri 2.0. , ve Endüstri 3.0. olarak ifade edilen gelişim Endüstri 4.0.'a kadar uzanmıştır. 2000'li yıllarda Akıllı Fabrika Dönemi, Akıllı Üretim Dönemi gibi farklı şekillerde ifade edilen Endüstri 4.0. süreci literatürde geçmeye başlamıştır (Gabaçlı ve Uzunöz 2017:150; Özden, 2018:1640; Dursun vd., 2019:264).

Endüstri 4.0 kavramı; Endüstri 1.0, Endüstri 2.0 ve Endüstri 3.0 süreçlerinden geçerek 21. yüzyılın başında nesne ve internet arasında iletişimini sağlamış ve dijital bir çağın başlamasına yol açmıştır. Bu süreç günümüzde de devam ederek 21. yüzyılın son dönemlerinde Endüstri 5.0 devriminin yaşanacağı öne sürülmektedir (Akdoğan ve Akdoğan, 2018:3). Sanayi devrimlerinin tarihsel süreci ve özellikleri aşağıda (Tablo 2) gösterilmektedir.

**Tablo 2.** Sanayi Devrimlerinin Tarihsel Süreci ve Özellikleri

V. Sanayi Devrimi (2020) (Endüstri 5.0.)	Üretimi gezenimizin sınırlarına saygılı hale getirerek ve endüstri çalışanlarının refahını üretimin merkezine yerleştirerek, istihdamın ve büyümenin ötesinde toplumsal hedeflere ulaşmak, esnek bir refah sağlayıcısı olmak için endüstrinin gücünün tanınması
IV. Sanayi Devrimi (2000) (Endüstri 4.0.)	Siber fiziksel sistemlere dayalı üretimin ortaya çıkışı ve siber fiziksel üretim sistemleri ile dijital sistemler arasında bağlantı kurulması
III. Sanayi Devrimi (1970) (Endüstri 3.0.)	Dijital teknolojiye dayalı makinelerin ortaya çıkışı, elektronik ve Bilgi Teknolojilerinin (BT) kullanımı ile üretim otomasyonunun daha yüksek bir düzeye taşınması
II. Sanayi Devrimi (1900) (Endüstri 2.0.)	Elektrik enerjisinin kullanımı ile montaj hatları ve seri üretimin ortaya çıkışı
I. Sanayi Devrimi (1760) (Endüstri 1.0.)	Su ve buhar gücünün (enerjisinin) kullanımı ile mekanik üretimin (mekanizasyon) ortaya çıkışı

Kaynak: TÜSİAD, 2016:19; Gabaçlı ve Uzunöz, 2017:151; Fırat ve Fırat, 2017:11; Kılıç ve Alkan, 2018:31; Topsakal vd., 2018:1624; Akbaba Buyruk, 2019:23; Kılıç, 2023:279

Genel bir ifade ile hem teknoloji yönünden hem de internet aracılığıyla gerçekleşen gelişmelerle yaşamın sosyolojik, kültürel ve ekonomik açıdan değişim göstermesi ve tekrar yapılanması süreci (Asadova, 2019:210) olarak tanımlanabilen dijitalleşme kavramının akademik kaynaklarda yapılan incelemeler sonucunda farklı tanımlarının da olduğu gözlemlenmiştir.

Verilerin, elektronik araçlar yardımı ile sayısallaştırılması olarak tanımlanabilen dijitalleşme, Amerika Birleşik Devletleri'nde bilgi teknolojileri alanında uzmanlaşmış, teknolojik araştırma ve danışmanlık hizmeti sunan Gartner şirketinin Information Technology (IT) Sözlüğü'nde "*analogdan dijitalleşme süreci*" olarak ifade edilmektedir. Dijitalleşme kavramı toplumda genellikle elektronik sistemlerin gelişmiş bir teknolojiyle kullanılması ve bunun da hızlı bir biçimde, daha zengin bilgilere, daha az işgücü ile ulaşılması şeklinde algılandığı söylenebilir (Yücel ve Adiloğlu, 2019:52; Kaya ve Okur, 2021:2590; www.gartner.com).

Temel hedefi, analog formda olan bilgilerin dijital kopyalar hale getirilerek korunması, uzun süreli olarak depolanması ve internet ağlarıyla dijital bir kütüphane gibi düzenli halde bulunmasını sağlamak olarak ifade edilen dijitalleşme, elde edilen bilgi kaynaklarını dijital kopyalar halinde depolayan, istenildiği zamanda ve istenilen yerde erişilebilen, bilgi dağıtımını yapabilen ve bununla birlikte güvenliği de sağlayan sayısallaştırılma sürecidir (Lazarova, 2019:98).

Dijital dönüşümü oluşturan *dijital* kelimesi veri üreten, depolayan ve işleyen olumlu ve olumlu olmayan elektronik teknoloji olarak tanımlanmaktadır. *Dönüşüm* ise değişen, daha iyi durumlara ilerleyen ve bazı başlangıç halleri ile başlayan genel süreçtir. Kurum ve kuruluşların günümüzde sektörde kalıcı halde olabilmeleri için ekonomik ilerlemenin sürdürülmesi, katma değer yaratan süreçlerin oluşturulması, verinin analizi ve kullanılması, ürün ve hizmetlerde küresel pazarda rekabet edilebilmesi, teknolojik yeniliklerin sunulması *dijital dönüşüm* olarak ifade edilmektedir (Güler, 2022:186).

Yıllar itibariyle farklı dönemlerde meydana gelen gelişmeler paralelinde yeni imkânlar ve dijital dönüşüm

süreçleri ortaya çıkmıştır. Bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi ve internet kullanım alanlarının yaygınlaşması ile ekonomik ve sosyal açıdan birçok alanda önemli değişimler meydana gelmiştir. Son yıllarda dijitalleşme kavramı, tüm iş dünyasında önemli bir hale gelmiştir. Birçok sektörde işletmelerin daha hızlı, daha pratik ve daha verimli bir işleyiş amacıyla dijitalleşmeye yöneldiği gözlemlenmektedir (Varol, 2021:26-27; Gönen ve Özudoğru, 2021:2965).

Dijital dönüşüm kavramının işlevsel karşılığı, bir durumda stratejik yönelimi, dijital teknolojileri, altyapıları, tedarik zincirini ve ekosistemleri kullanarak yeni ürünler ve iş modelleri geliştirmeyi vurgulayan dijital inovasyondur. Dijital dönüşüm dijitalleşme kavramından bir adım daha ileri gitmektedir. Çünkü dijital dönüşümün; yalnızca işletmeler genelinde değil, aynı zamanda endüstriler ve toplum genelinde gerçekleştiği, böylece işletmeler ve ekonomiler arasındaki bağlantıya ve daha küreselleşmiş bir dünya ekonomisine katkıda bulunduğu ifade edilmektedir (Durmuş, 2023:16).

Finans sektöründeki etkileri göz önüne alındığında dijital dönüşüm, yeni bir dijital iş modeli oluşturmak için dijital teknolojilerden yararlanma ve yetenekleri destekleme süreci, yeni süreçler oluşturma veya mevcut süreçleri yeniden yapılandırma olarak tanımlanmaktadır (O'Leary, 2022:3). Dijital dönüşümün finans sektörü ve muhasebe üzerine etkileri aşağıda kısaca ele alınmıştır.

### 3.1. Dijital Dönüşümün Finans Sektörü Üzerindeki Etkisi

Finans sektörü; bir ülkede fon kullananlar ile fon arz edenler arasında fon akımlarını düzenleyen kurumlar (finansal kuruluşlar), akımı sağlayan araç ve gereçler (finansal araçlar) ile bunları düzenleyen hukuki ve idari kurallardan oluşan organik doku olarak tanımlanır (Tuncer, 1985:98). Finansal piyasalarda fon alış verişine aracılık eden finansal kurumlar; bankalar, sigorta şirketleri, bankerler ve borsalar gibi çeşitli kurumları kapsar. Finansal araçlar ise, kambiyo senetleri, bonolar (devlet bonusu, finansman bonusu vbg.), tahvil, pay (hisse) senedi, tahvil ve pay (hisse) senedi türevleri ve yatırım fonlarıdır.

Finans sektörünün özellikle Covid-19 salgını ile şiddetlenen yoğun bir dijital dönüşüm içinde olduğu görülmektedir. Sektörde ödemeler, sigorta, borç verme ve varlık yönetimi için dijital teknolojiler kullanılmaktadır. Dijital dönüşüm, finans sektöründe geniş ve çeşitli etkileri olan bankaların karşılaştığı zorluklara çözüm sunan itici bir faktör olarak görülmektedir.

Finansal teknoloji sayesinde kullanıcılar, çeşitli mobil hizmetler üzerinden ödeme yapma, kredi başvurusu yapma, sigorta satın alma, para transfer etme, portföy yönetimi ve yatırım yapma olanaklarına sahiptir. Finansal hizmetlerin soyut olması, bilişim ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler bunları sağlamanın maliyetini oldukça azaltmaktadır (Fettahoğlu ve Kıldize, 2019:869-870).

Dijital dönüşümün finans sektörü üzerindeki etkileri, finans sektörünün merkezinde bankalar ve sigorta şirketlerinin yer alması nedeniyle, banka ve sigorta şirketleri açısından değerlendirilmelidir. Ancak çalışmamız temelde sigorta şirketleriyle ilgili olduğu için, çalışmamızın bu kısmında dijital dönüşümün bankalar üzerindeki etkileri ele alınacaktır. Dijital dönüşümün sigorta sektörü üzerindeki etkileri ise daha detaylı olarak farklı bir başlık altında ele alınacaktır.

Bankalar, rekabet güçlerini koruyabilmek için, müşteri odaklı bir yaklaşım benimsemek, yöntemlerini ve iş modellerini değiştirmek zorunda kalmaktadır. Dijital ekonomide, değer üretmek için hem yenilik hem de dönüşüm esastır. Teknolojik ilerlemeler sayesinde, tamamen akıllı telefonlar veya web siteleri üzerinden bankacılık hizmetleri sunan ve böylece geleneksel bankacılık normunu bozan yalnızca dijital bankalar gibi çeşitli biçimlerde alternatif iş modelleri ortaya çıkmıştır. (Durmuş, 2023:19).

Dijital dönüşüm ile birlikte meydana gelen dijital bankacılık, para transferleri, kredi işlemleri, kredi kartı işlemleri, yatırım işlemleri vb. diğer finansal işlemler olmak üzere banka şubesine gerek kalmadan dijital kanallar yoluyla birçok işlemlerin yapılmasına imkân sağlayan platformdur. Dijital bankacılık ile kredi işlemleri, kredi kartı işlemleri, yatırım işlemleri, para transferleri gibi birçok işlem banka şubelerine ihtiyaç duyulmadan dijital kanallar yoluyla yapılabilmektedir (Kocatürk, 2023:40).

Bankacılıkta dijitalleşmenin hem bankalara hem de müşterilere birçok faydası bulunmaktadır. Teknoloji kullanımı ve dijital dönüşüm bankalar için; otomasyona, hızlı hareket etmeye, arka ofis işlemlerinin iyileştirilmesine ve sonuç olarak operasyonel maliyetleri düşürerek verimlilik ve kâr artışına katkı sağlamaktadır. İnternet bankacılığı ve mobil bankacılık müşterilere zaman ve maliyet tasarrufu, geniş müşteri kitlesine istenilen yer ve zamanda hizmete erişim olanağı ile hizmette etkinlik ve konfor gibi yararlar sunmaktadır (Demirhan, 2021:11).

Bankacılık sektöründe şubeler, müşterilere ulaşımda uzun yıllar boyunca tek kanal olarak hizmet vermekte iken yaşanan teknolojik gelişmeler ile internet kullanımı artmış ve bankalar müşterilerine şubeleri dışında birçok kanaldan hizmet verebilir hale gelmişlerdir. Nitekim bankaların şubeleri dışındaki dijital kanallardan mobil bankacılık, çağrı merkezi, telefon bankacılığı, ATM (Automated Teller Machine) ve internet gibi teknolojik kanallar üzerinden yapılan işlemlerin artış gösterdiği ve bankaların en iyi verimi alabilmeleri için dijitalleşme sürecini benimsedikleri ifade edilmektedir (Güler, 2022:181).

### 3.2. Dijital Dönüşümün Muhasebe Üzerindeki Etkisi

Muhasebe işletmede meydana gelen mali nitelikteki işlemlere ilişkin verileri kaydeden, sınıflandıran, özetleyip rapor eden, farklı analiz tekniklerini kullanarak yorumlayan (analiz eden) ve işletmenin finansal yapısı ile ilgili bilgileri evrensel bir dille finansal bilgi kullanıcılarına aktaran bir meslek, bilim dalı, bir bilgi sistemi olarak ifade edilmektedir.

Muhasebenin bir bilgi sistemi olduğu gerçeği Amerikan Muhasebe Birliği'nin (American Accounting Association AAA) 1966 yılında yayımladığı kuramsal bir çalışmada ortaya konan temel muhasebe teorisi bildirisi (A Statement of Basic Accounting Theory ) ile temellendirilmiş ve bildiride muhasebenin özünde bir bilgi sistemi olduğu kabul edilmiştir (Ömürberk, 2003:157; Gökten Okan, 2013:24; Alkan, 2018:821).

Muhasebe sürecinde yapılan bütün işlemler (1) kaydetme, (2) sınıflandırma, (3) özetleyip raporlama ve (4) analiz edip yorumlama olmak üzere dört başlık altında toplanmaktadır. Kayıt süreci işletmede meydana gelen ve para ile ifade edilen işlemlerin belgelendirilerek muhasebe defterlerine yazılması işlemidir. İşletmede meydana gelen ve para ile ifade edilen işlemlerin kaydedilmesinden sonra kullanılabilir hale gelmesi için bu bilgilerle ilgili bir tasnif etme işlemi yapılması gerekir. Bu işlem sınıflandırma olarak ifade edilir. Kayıt sonrasında ortaya çıkan ve sınıflandırılan bilgilerin daha anlamlı bir hale gelmesi, finansal bilgi kullanıcılarının isteklerine cevap verebilmesi için özetlenip raporlanması gerekir. Finansal bilgi kullanıcılarının isteklerine cevap vermek amacıyla raporlanmış bilgiler analiz edip yorumlanmadığı sürece bir rakamlar yığınından başka bir şey olmayacaktır. O nedenle özetlenmiş ve raporlanmış bu bilgilerin farklı analiz teknikleri kullanılarak analiz edilmesi ve yorumlanması gerekir.

Teknolojik gelişmelere açık ve bilgisayarlaşmaya uygun bir meslek olan muhasebe mesleğinin teknolojik gelişmelerden etkilenmesi kaçınılmazdır. Nitekim Amerika Birleşik Devletleri'nde teknolojik gelişmelerin etkisi ile bilgisayarlaşma oranı arasındaki ilişkilerin sorgulandığı bir çalışmanın sonuçları bu gerçeği ortaya koymaktadır. Söz konusu çalışmada 702 mesleğin grupları için geleceğinde mesleklerin teknoloji ile uygunluğu araştırılmış ve muhasebe mesleğinin %94 olasılıkla bilgisayarlaşmaya en uygun meslek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Erturan ve Ergin, 2018:156; Kablan, 2018:1568).

Dijital dönüşüm ile birlikte muhasebe ve muhasebe mesleği birçok alanda olduğu gibi değişim ve dönüşümler yaşamaktadır. Bu dijital dönüşüm ile birlikte muhasebe alanında yeni kavram, yöntem ve teorilerin oluşması öngörülürken, muhasebe mesleğinde de bu yetkinliklere olan gereksinimlerin artış göstermesi beklenmektedir (Kurnaz vd., 2020:83). Bu noktada dijital dönüşümün muhasebe alanında etkileri göz ardı edilmemelidir. Çünkü muhasebe ekonominin dinamosu olarak görülmektedir (Şıtak ve Yardımcıoğlu, 2022:138).

Geçmişte muhasebe mesleğinin icrasında; işletmede meydana gelen ve parayla ifade edilen işlemler (finansal nitelikteki olaylar) belgelerine dayandırılarak, oluş biçimlerine göre elle fiziki olarak önce yevmiye defterine kaydediliyordu. Muhasebe kayıtları sonucu ortaya çıkan bilgiler defter-i kebirde aktarılacak suretiyle sınıflandırılıyor daha sonra özetlenerek başta bilanço ve gelir tablosu (kar-zarar tablosu) olmak üzere farklı finansal tablolar aracılığıyla finansal bilgi kullanıcılarına aktarılıyordu. Bilgisayarın icadı ile başlayan dijital teknolojilerdeki gelişme muhasebe bilgi sistemini ve muhasebe meslek mensuplarını derinden etkilemiştir. Bilgisayarların kullanıma girmesi ile elle tutulan defterler bilgisayar ortamında tutulmaya başlamış, satın alınan muhasebe programları aracılığı ile finansal tablolar daha kolay hazırlanmaya başlamıştır. (Akdoğan ve Akdoğan, 2018:6; Karcıoğlu ve Binici, 2021:227).

Muhasebe süreçlerinin otomatikleşmesi ve teknoloji yoğun hale gelmesi geleneksel kâğıt tabanlı işlemleri; çevre dostu ve düşük maliyetli, ihtiyaç ve beklentilere daha hızlı cevap veren, daha az kaynak kullanan, maksimum verimlilik sağlayan, planlamadan üretim takibine kadar uçtan uca dijital iş akışlarına dönüştürmüştür. Özellikle internetin icadı ve yaygın olarak kullanılmaya başlanması, muhasebe mesleğini büyük ölçüde etkilemiştir. Muhasebe sistemleri bulut bilişim hizmeti ile birleşerek Bulut Muhasebesine (Cloud Accounting) yönelmiştir.

Literatürde Endüstri 4.0'ın muhasebenin esas fonksiyonları üzerinde değişimi yaratacağı ifade edilmektedir. Kaydetme, sınıflandırma, özetleme (raporlama) fonksiyonları insansı makineler tarafından yapılacaktır. Kaydetme fonksiyonu, finansal nitelikteki uygulamalara bağlı bilgilerin, ürün veya hizmetlerle bağlantılı kodlar yardımıyla okutularak sistemsel giriŐlerinin sağlanması Şeklinde gerçekleŐecek, sınıflandırma ve özetleme (raporlama) fonksiyonları yapay zekâ ile donatılmıŐ sistemler tarafından yapılacak böylece saniyede terabaytlarca bilgi taranıp insandan daha kolay ve hızlı bir Şekilde raporlanabilecektir. Dolayısıyla standart kayıt ve raporlama iŐlevlerinden kendilerini kurtaran muhasebe meslek mensupları, güncel bilgiye sahip olarak, bu bilgiyi nasıl katma değere dnŐtrebileceklerine daha fazla zaman ayırabileceklerdir. Böylece analiz ve yorumlama fonksiyonu farklı bir boyut kazanacak, işletmenin geleceğinin planlanmasına önemli katkılar sağlayacaktır (Erturan ve Ergin 2018:164; Dursun vd., 2019:254).

Muhasebe ve muhasebe mesleği devlet kurumlarının dijital dönüşüme gitmesi ile zorunlu olarak hızlı bir dönüşüm sürecine girmiŐtir. IŐletmelerde yer alan e-defter ve e-fatura gibi e-dönüşüm zorunlulukları meslek çalışanlarının hem işletmelerin muhasebe sistemlerinin e-dönüŐümlerini hem de kendi e-dönüŐümlerini yapmalarını zorunlu hale getirmektedir. Günümüzde eski düzeninden oldukça uzaklaŐan muhasebe mesleği dijital dönüşüm ile tüm bilgilerin bilgisayar ortamında gerçekleştiği, analiz edildiği ve muhasebe kayıtlarının otomatik oluŐturulduęu bir döneme girmiŐtir. Muhasebe ve muhasebe mesleğinin dijital dönüşüme uyum sağlayabilmesi ve gelecek yıllarda da varlığının devam edebilmesi için muhasebe eğitimi oldukça önemlidir. Ancak mali müŐavirlerin çoğunluğuna yeterli eğitimlerin verilmediği kaçınılmaz bir gerçektir. Muhasebe ve muhasebe mesleğinin dijital çağa uyum sağlayabilmesi ve gelecekte de varlığını sürdürebilmesi için muhasebe eğitimi kilit bir rol oynamaktadır. Muhasebe meslek mensupları, dijital dönüşüm sürecinde bilgileri kullanan, analiz eden ve yorumlayabilen olarak öne çıkacaktır. Bu nedenle finansal raporlama, vergi danıŐmanlıęı, akıllı üretim, denetim gibi çeşitli iş alanlarında yeterli dijital muhasebe bilgisine sahip meslek mensuplarına ilgi artacaktır (Kurnaz vd., 2020:83; Mert vd., 2022:201).

#### 4. SİGORTA SEKTÖRÜNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Dijital sigorta, sigorta ve bağlantılı finansal hizmetlerin sağlanması ve iŐletilmesi anlamına gelmektedir. Dijital çözümler ile verilen hizmetlerin kapsamı, sigorta ve kişisel yatırımları, poliçe ve talepleri yönetme ve kiŐiselleŐtirilmiŐ bilgilere ulaŐabilmek için yapılan işlemleri içermektedir (Nicoletti, 2016:17).

Dijital sigortacılık kavramı, sigorta poliçelerini satmak için teknoloji öncelikli iş modelinin kullanılması olarak tanımlanabilir. Günümüzde sigorta Şirketlerinin çoğunluğu geleneksel sigorta uygulamalarına ek olarak iŐletmelerinin dijital sigorta bölümüne sahiptir. Müşterilerin satış öncesinde sigorta poliçesini araŐtırması ve bu poliçeler arasında seçim yapması sigorta poliçelerinin satıŐının önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Dijital sigortacılık kavramının kapsamı her geçen gün büyümektedir. Sigorta poliçesinin satın alınmasından önce yapılan araştırma ve karar verme süreci ile poliçenin satış süreci gibi aŐamaları kapsayan kavram günümüzde sigorta süreci baŐlamadan önce gerekli olan incelemelerin yapılmasından sigorta hasar süreçlerindeki incelemelere kadar oldukça geniş bir alanı içermektedir (Varol Gönen ve zdoğru, 2021:2965).

Sigorta Şirketleri dijital ortamı kullandıkan, sigortalıların güvenini kazanacak, anlaşılır ve basit ifadeleri içeren, içeriği doğru bilgilerle hazırlanmıŐ bilgilendirme sayfalarına ihtiyaçları vardır. Sigortalının işlem sırasında sistem üzerinde anlayamadığı, cevaplayamadığı herhangi bir soru oluŐmamalıdır. Yeni satış kanallarının akıllı telefonlar ile kullanımının sağlanması acenteler için soru iŐareti oluŐturmamalı ve bu değişimi fırsata çevirmenin yolları aranmalıdır (Kotan, 2020:181-182). Çalışmamızın bundan sonraki kısmında dijital dönüşümün sektör üzerindeki etkileri ile avantaj ve dezavantajları üzerinde durulacaktır.

##### 4.1. Dijital Dönüşümün Sigorta Sektörü zerindeki Etkisi

Her ne kadar sigorta sektörünün dijital uygulamalara geçiŐi diğer finans sektörlerine göre daha geç gerçekleŐse de sektör hızlı adaptasyon sağlayarak müşterilerine her geçen gün dijital uygulamaları tanıtılmaktadır. Dijital dönüşüm finansal sistemdeki yapının daha hızlı çalıŐmasına etki etmesi yanında, sigortalıların yaşam tarzları ve beklentilerini de etkilemektedir. Dünya genelinde iş yaŐamının dijital ortama geçmesi yanında sigorta sektöründe de dijitalleşmenin yoğun bir Şekilde kullanıldığı açıkça görülmektedir. Sigorta sektöründe dijitalleşmenin etkileri aşağıdaki gibi özetlenebilir (ğn, 2018);

- Dijital dönüşüm alanında piyasaya sunulan yeni ürün ve hizmetlerde fiyatlandırmaları kontrol altında tutmak önemli bir rol oynamaktadır. Sigorta sektörü maliyet yönetimini hedefleri arasında tutmadığında bu dijital dönüşüm ile kurumun hedeflerine ulaşımının etkisinin sınırlı olmasına sebebiyet vermektedir.
- Sigorta sektöründe de diğer finansal sektörlerde olduğu gibi müşteriler ön planda tutulmaktadır. Müşterilerin sunulan ürün ve hizmetler ile olan deneyimleri, sigorta şirketlerinin kendilerini geliştirmesinde önem taşımaktadır. Bu durum kendilerini ölçme ve değerlendirmede olanaklar sağlar.
- Günümüzde sunulan birçok ürün, rekabetin fazla olduğu sigorta sektöründe çok kısa bir süre sonra rakip firmalarca kopyalanabiliyor. Bu nedenle piyasaya sunulacak olan yeni fikirlerin ve yeni ürünlerin hızlı bir şekilde müşteriye ulaştırılması ve tanıtılması hedef müşteri kitlesinde yer tutabilmesi açısından katkı sağlamaktadır.
- Dijital dönüşüm ile satış verimliliği oldukça önemli bir noktadadır. Satış etkinliklerinin genel yaklaşım olarak değil nokta atışlar yapılarak gerçekleşmesi, satış ekibini doğru, güvenilir bilgiler ve araçlarla hazırlamak ve bunların detaylı takibini yapabilmek dijital dönüşüm kavramı içerisinde önemli bir parçayı oluşturmaktadır.
- Poliçe üretme ve risk yönetimi konusunda dijitalleşme ile oluşan olanakların doğru bir şekilde yönetilmesi ve yönlendirilmesi ile sigorta şirketlerinin başarılı olmalarını sağlamaktadır.
- Hasar ve tazminat yönetiminde evrak tabanlı ağır işleyen bir sistemin, dijital platformlar ile gerçekleştirilmesi usullerin daha hızlı olarak gerçekleştirilip bir sonuca varılması, müşteriler açısından şirket anlamında olumlu sonuçlara sebep olurken diğer taraftan hem müşterilere hem de sigorta şirketlerine zaman kazandırmaktadır.

Etkili dijital uygulamalar ile sigorta şirketi ve müşteriler arasında etkin bir iletişim sağlanacaktır. Müşterilerin istediği ürün içeriğini ve özelliklerini seçebilmesi, aradığı ürün ile ilgili bilgilere kolay ulaşabilmesi ve bunların sonucunda da fiyat bilgisine ulaşması, müşterilerin sigorta şirketi ile olan ilişkilerinin sağlamlaşmasına yardımcı olmaktadır. Bununla birlikte müşterilerin sigorta şirketinin ürünlerine karşı ilgisi artmakta ve sigorta şirketine yeni müşteriler kazandırma olanağı sağlamaktadır.

Sigorta sektörü, risk yönetimi amacına hizmet etmekle birlikte, oldukça hacimli bir ekonomik büyüklüğü de simgelemektedir. Bu sebeple sosyal ve ekonomik açıdan büyük öneme sahiptir. Sektör, aniden gerçekleşen ekonomik bir afetle karşılaştığında, üretim faktörlerinin korunması ve dolayısıyla ekonominin dayanaklı olması bakımından oldukça önemlidir (Klynveld Peat Marwick Goerdeler – KPMG, 2020:3).

Sigorta sektöründe müşterilere doğru ve hızlı bilgi ulaştırmak oldukça önemlidir. Müşteriler ihtiyaçlarını karşılayabilmek amacıyla satın aldıkları poliçelerin içerisinde neleri barındırdığı konusunda bilgi sahibi olmak istediklerinde hızlı bir şekilde bilgi verebilmek sigorta şirketleri için önemlidir. Müşteriler poliçe dâhilindeki ihtiyaçları doğrultusunda yardım talep ettiklerinde günümüzde mobil uygulamalar ve sosyal medya gibi teknolojinin sağladığı yeniliklerle daha hızlı ulaşım imkânları bulunmaktadır. Dijitalleşme, müşteriler bakımından hızlı ulaşım imkânları ile müşterilerin alacakları poliçe konusunda birçok tercih sunarken, sigorta şirketleri bakımından ise müşteriler açısından riskleri tanıma, hasar durumunda süreçlerin daha hızlı ilerletilmesi, müşterilerin ihtiyaçlarına göre teklifler sunma ve müşteri memnuniyetini sağlama gibi faydalar bulunmaktadır (Kaya ve Okur, 2021:2591).

#### 4.2. Sigorta Sektöründe Dijital Dönüşümün Avantajları ve Dezavantajları

Dijital dönüşüm ile birlikte interneti sıklıkla kullanmaya başlayan müşteriler, yedi gün yirmi dört saat istedikleri bilgiye istedikleri zaman ve kolay bir biçimde ulaşabilmekte, sigorta şirketi ile e-posta yoluyla bağlantı kurarak ya da soru-cevap odaları sayesinde sitede yer almayan soru ve sorunlar ile ilgili cevap alabilmektedirler. Bu sayede müşteriler, kişisel bilgilerine erişim sağlayıp kopyalarını alabilmekte böylelikle maliyetler azalmakta ve verimde bir artış gerçekleşmektedir. Maliyetlerin azalmasının bir diğer etkeni ise sanal süreçte oluşan sert rekabet koşullarıdır. Müşterilerin yararına olan bu gelişme, her konuda artan şeffaflık ve hizmet kalitesi ile birlikte, sigorta müşterileri için daha fazla değer oluşturmak elektronik sistemin sağlamış olduğu olanaklar sayesinde gerçekleşmektedir (Aliyeva, 2019:54-55).

Dijital dönüşüm ile sigorta araçlarına duyulan ihtiyaç azalmaya başlamıştır. Bu durumun sigortacılık sektörüne olumlu etkisi ise müşterilerin ulaşım sorununun ortadan kalkması ve zamandan tasarruf edebilmesidir. Dijital dönüşüm sayesinde müşteriler, birçok işlemi sigorta şirketlerinin internet sitelerinden yapılabilmektedirler ve bu



nedenle acentelere gitmeden işlemlerini gerçekleştirme olanağına sahip olmuşlardır. Sigorta sektöründeki internet uygulamalarının en önemli faydalarından biri de mevcut ve potansiyel müşteriler ile internet sayfalarında yer alan görüntüsel özellikler kullanılarak direkt iletişim sağlanabilmesidir. Bu iletişimin daha kısa zamanda kurulması, daha kısa sürede risk yönetimi desteğinin olması, kaliteli hizmet, düşük fiyatlar ve açıklık, teminatların esneklikle belirlenmesi müşterilerin yararına olacaktır. İnternetin herkese açık bilgi iletişim platformu olması fiyat şeffaflığı ile birlikte sigortalıların, fiyat tarifelerini karşılaştırmalarında kolaylık sağlamaktadır. Belirli bir ürünün değışken özelliğe sahip olmaması halinde sigortalı, çevrimiçi karşılaştırma ile söz konusu riski kapsayan en uygun tarife seçimini yapabilecek duruma gelmektedir. Bu sayede fiyat rekabetinde artış olmakta ve sigortacının belirli risklerde tarifenin belirsizliğine ya da sigortalının bilgisizliği ve aczine dayalı aşırı kâr sağlanması muhtemel olmamaktadır (Eroğlu, 2004:9-10).

Dijital dönüşümün sigorta sektörüne faydaları olmasına rağmen yol açtığı bir takım olumsuzluklar da bulunmaktadır. Dijital sigortacılıkta karşılaşılan güvenlik problemi en önemli sorunlardan bir tanesidir. Hangi çeşit olursa olsun sigorta poliçelerinin tamamı kişisel bilgileri içermekte ve ödemeyi gerektirmektedir. Bu tür işlemlerin internet üzerinden yapılıyor olması, istenmeyen kişilerin söz konusu bilgileri ele geçirme riskini doğurmaktadır. Bu duruma engel olabilmek için geliştirilen birçok güvenlik teknolojisi gerekli güvenliği sağlamasına rağmen müşterilerin korkusunu henüz istenilen seviyede azaltamamıştır (Eroğlu, 2004:14).

Geleneksel sigortacılık sisteminden özellikle hassas ve ağır evrak işleri ile uğraşılan sigorta işlemlerinden dijital bir platforma geçiş yapılmasının zorlukları olabilir. Müşteri transferleri ve doğru veri sağlamanın beraberinde, dijitale geçen bir sigorta şirketi, personeline yeni bir platforma uyum sağlama konusunda eğitimler vermek ve müşterilerine on-line hizmetlere nasıl erişim sağlanması gerektiği hakkında yardımcı olmak zorunda kalacaktır (Varol, 2021:49).

Sigortacılıkta bazı durumlar teknik açıdan on-line işlemleri zorlaştırmaktadır. Örneğın eksperlik ve hasar tespit işlemlerinde internet kullanımı, benzer biçimde sağlık ve hayat sigortalarında sağlık muayenelerinin yapılması mevcut teknoloji ile zor olabilmektedir. Dolayısıyla belirli poliçelerde dijital dönüşüm fayda sağlasa dahi bu fayda tüm poliçeler için geçerli olamamaktadır (Aliyeva, 2019:58).

Dijital sigortacılığı kullanan sigorta şirketleri için sigortanın yapısından dolayı, müşteriler ile sıklıkla olmasa da uzun dönemli ilişkiler kurulmaktadır. İnternet aracılığı ile işlemlerin yapılması sırasında sigorta şirketinin devamlı müşteriyle yüz yüze iletişim kurulamaması ve bazı anlaşmazlıkların meydana gelmesi halinde ilişki zarar görmeden sorun çözülebilmektedir. Ancak yeni ve potansiyel müşteriler ile yüz yüze iletişimin olmaması durumu tepki ve geri bildirimler ile ilgili problemlerle karşılaşıldığında çözümü zorlaşabilmektedir (Eroğlu, 2004:14).

## 5. DİJİTAL DÖNÜŐMÜN SİGORTA ACENTELERİ ÜZERİNE ETKİSİ

Sigorta şirketlerinin dijital dönüşüme sağladığı uyum kadar dağıtım kanallarının da dijital dönüşüme uyum sağlaması gerekmektedir. Dağıtım kanalları, pazarlama sürecinde öncelikli bir role sahip olmakla birlikte dijitalleşme sürecinde önemli bir sorumluluk üstlenmektedir. Teknolojide yaşanan gelişmeler, hem sigorta şirketlerinin geleneksel dağıtım kanallarının dijitalleşmesinde hem de birden fazla alternatif dağıtım kanallarının gelişmesinde etkili olmaktadır. Teknolojik gelişmeler sigortacılık sektöründe banka, broker ve acente gibi geleneksel satış kanallarına ilaven alternatif dağıtım kanallarının oluşmasına olanak sağlamıştır.

Dijital sigortacılığın gelişimi; mobil uygulamaların ve internet sigortacılığının gelişimine söz konusu gelişimler de sigorta sektörünün ilerlemesine katkı sağlamaktadır. Sigorta şirketleri müşterilerine hizmet sunarken yüz yüze iletişim kurmanın daha etkili olduğunu savunmaktadır ancak yüz yüze iletişimin maliyeti de fazladır. Sigorta şirketleri geleneksel yöntemle müşterileri ile iletişim kurabilmesi için finansal kuruluşlar, yüksek maliyetli binalar ve eğitimli personeller kullanma ve bu giderleri karşılama zorunluluğı vardır.

Sigortacılık sektöründe çeşitli dağıtım kanallarında birisi olan sigorta acenteleri temsil ettikleri şirketlerin ürünlerini mevcut müşterilerine sunarlar. Sigorta acenteleri, müşterilerin ihtiyaçlarına göre gerekli bilgilendirmeyi yapmaları, ürün tavsiyelerinde bulunmaları ve uygun işletme tercihi için müşterilerine yol göstermeleri sebebiyle fazlasıyla önemli bir konuma sahiptirler. Sigorta sektöründe müşteri beklentileri gün geçtikçe artış göstermektedir. Bu beklentileri karşılayabilmek için ana işletmelerin sigorta acenteleri ile iletişiminin sağlıklı olması oldukça önemlidir. Sigorta acentelerinin hem mevcut müşteri memnuniyetindeki görevleri hem de ana işletmeden bağımsız olarak müşteriler ile kurduğı iletişim önem arz etmektedir. Müşteriler, sigorta acentelerinden memnun kaldıklarında ileri dönemlerde de sigorta şirketi ve ürün seçimine dair önerilerini daha fazla dikkate almakta bu durum ise müşteri kaybı riskinin fazla olduğu sigorta sektöründe

işletmeler için önemli derecede tehdit oluşturmaktadır (Aydın ve Kirazlı, 2020:32). Sigorta acentelerine yaşanan dijital dönüşüm sektörde yeni bir kanal açarak müşteri sayısının artırılmasının yanı sıra sigorta şirketlerinin geneline birçok katkı sağlayacaktır. Bu katkıları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Bul, 2016:8);

- Değişen müşteri tercihlerine anında uyum sağlayabilme, müşterilerin özel günlerinin bir parçası haline gelme, müşterileri daha iyi tanıyabilme,
- Müşteri kayıp oranlarından daha kolay haberdar olma,
- Ürünleri müşteri gözü ile bakarak tasarlayabilme,
- Yeni müşteri maliyetinin yüksek olması nedeniyle müşteri sadakati oluşturmanın finansal getirisini kolaylıkla algılayabilme,
- Operasyonel verimlilik,
- Daha basit ve hızlı süreçler ile etkin süreç yönetimi sağlayabilme,
- Risk kabul, hasar yönetimi ve pazarlama gibi alanlarda önemli olan “büyük veri” yaklaşımı ve gelişmiş veri analiz yetkinliklerini ilerletme ve karar verme aşamalarını geliştiren bu analiz teknikleriyle daha fazla etkin duruma getirebilme,
- İşletme içerisinde yenilikçi kültür ve yaratıcı düşüncesini geliştirme.

Sigorta acentelerinin dijitalleşmesinin sağladığı katkılarla birlikte karşılaşılabilecek en büyük zorluklardan biri, geleneksel iş modellerinin değişimi olacaktır. Sigorta şirketleri dijital pazarda rekabet edebilmek için mevcut süreçlerle dijital teknolojileri bir bütün halinde kullanarak iyi bir stratejiye gereksinim duyacaklardır. Bunun haricinde, veri şeffaflığı çoğaldıkça hem veri gizliliği hem de veri güvenliği önemli konular haline gelmektedir. Sigorta şirketleri, acenteler, müşteriler, eksperler, veri toplayıcı platformlar ve tıbbi hizmetler gibi hizmet sağlayıcıları arasında fazlasıyla veri aktarımı bulunmaktadır. Bu veri aktarımları ise yasal bir tehdit oluşumuna sebebiyet vermektedir (Eren ve Başar, 2021:53).

Sigorta acentelerinin her biri bu değişime uyum sağlamakta aynı seviyede olmasalar da büyük çoğunluğunun bu değişimin hangi yönde olduğunun bilincinde ve uygun stratejiler kurma gayretinde olduklarının açıkça belli olduğu ifade edilmektedir (Bul, 2016:8).

Sigorta sektörü içerisinde acenteler, dağıtım kanalı olarak en büyük paya sahiptir. Kapsamlı bir acente ağına sahip olmak şirketler için olumlu karşılanırken, yeterli poliçe yazımı yani üretimin karşılanamaması durumunda acente komisyonları ciddi bir maliyete sebebiyet vermektedir. Dijital dönüşümle sigortalılar ile sigorta şirketleri arasındaki işlemlerin internet üzerinden yapılması acentelerin sektördeki varlığı açısından sorunlar ortaya çıkarabilmektedir. Ayrıca işlemlerin uzaktan sanal ortamda yapılması meydana gelebilecek yeni riskleri ve sigortalıların mağdur olmasına ve güven sorunlarının yaşanmasına sebebiyet verebilecektir. Sigorta sahtekârlıklarının artış göstermesi ve sahte hasar oranlarının yükseliş eğiliminde olması sigorta sektörünün dikkat etmesi gereken konular içerisinde en başta yer almaktadır. Bu durumda dijital dönüşüm sigorta sektörü için olumlu gelişmelere neden olduğu kadar olumsuz durumların da meydana gelme olasılıklarını artırabilmektedir. Sigorta şirketlerinin kendi bünyesinde kurduğu hasar ve risk yönetimi bölümleri ve kullanacakları yeni programlar sürecin olumsuz etkilerini en aza indirmeyi amaçlamaktadır. Bu bölümlerde görev yapacak kişilerin dijitalleşme dâhilinde çeşitli bilgilere sahip olması beklenmekte ve sigorta sektörünün istihdam yapısında da olası farklılıklar yaşanacağı düşünülmektedir (Hayırsever Baştürk, 2019:325).

Teknolojik gelişmelerle sigorta sektöründeki aracı mekanizmasının da değişim göstermesi muhtemel bir durumdur. Bu sebeple sektörde oldukça önemli olan acentelerin dijitalleşme karşısında kendilerini geliştirmesi ve dönüştürmesi gerekmektedir. Sigorta sektöründeki prim üretimlerinin çoğunluğu acenteler tarafından sağlanmaktadır. Dolayısı ile acenteler müşteri bilgilerine ve profiline en fazla hâkim olan aracılarıdır. Sigorta şirketleri ve acenteler arasında kuvvetli bir bağ vardır bu sebeple dijitalleşme aşamasında sigorta şirketleri, sigorta işlemleri sırasında acenteleri kısa vadede geri planda tutması mümkün değildir. Ancak acentelerin de bu sürece uyum sağlaması önemlidir. Dijital dönüşüm ile birlikte sektörün dışında kalma korkusu yaşayan acentelerin, bu korkudan uzaklaşmak için poliçe satan taraftan danışmanlık yapan tarafa geçmeleri gerekmektedir. Danışmanlık hizmetini etkili bir şekilde ilerletmek için acenteler çok iyi sigorta bilgisine sahip ve sektörü geliştirmeye odaklı personeli bünyesinde bulundurmalıdır (Varol, 2021:45-46).

Sigorta şirketlerinin yanı sıra sigorta acentelerinin ve diğer dağıtım kanallarının sigorta müşterilerinin değerlendirmesi sırasında güçlü bir dijital yapıya gereksinimleri vardır. Dijital yapı, müşteriler ile aynı dili

konuşan ve potansiyel risklerini açıklayan müşterilerin güvenilir danışmanları olmalıdır. Dijital yapı sağlanırken müşterilerin beklentilerine önem vermek gerekir. Müşteri nerede olursa olsun sigorta şirketi dijital yapı sayesinde müşterinin yanında olacaktır. Sigorta şirketleri dijital dönüşümle müşteri ilişkilerini güçlendirmek ve işlerini büyütmek için yeni fırsatlara sahip olabilirler (Yurdakul ve Dalkılıç 2016:55).

## 6. SONUÇ

Sigorta belirli bir prim karşılığında, kişi ve kuruluşların para ile ölçülebilir değerlerinin, muhtemel risklerin meydana gelmesiyle oluşacak maddi hasarları karşılayan ve sigortalılara güvence veren vazgeçilmez bir unsurdur. Sigortacılık sektörü ekonomiye ciddi katkılar sunmaktadır. Bu katkılarda en büyük payı acenteler oluşturmaktadır. Sigorta sektöründeki prim üretimlerinin çoğunluğu acenteler tarafından sağlandığı için müşteri bilgilerine ve profiline en fazla hâkim olan araçlar acentelerdir.

Özellikle 2000'li yılların başından sonra internetin yaygınlaşması ile hayatımızda yer alan dijitalleşme olgusu akıllı telefonlar ile inanılmaz bir ivme kazanmış ve küreselleşmenin acımasız rüzgârı hemen hemen tüm hayatımızı etkiler hale gelmiştir. Bu etki kaçınılmaz olarak finansal hizmetler piyasasını da etkisi altına almış ve sigortacılık alanında ilk olarak on-line poliçe üretilmeye başlanması ile dijitalleşme, sektörü etkisi altına almaya başlamıştır. Sonrasında internet üzerinden satışlar ile dijitalleşme hızlanmış ve bugün geldiğimiz nokta itibarıyla tüm sektörün vazgeçilmez olgusu haline gelmiştir.

Finans sektöründeki dijital dönüşüm bilişim teknolojisindeki gelişmelere paralel olarak yeni hizmet ve ürünleri ortaya çıkarmaktadır. Bu hizmet ve ürünler insanlara daha kolay kullanım ve daha hızlı işlem yapılabilme olanağı sağlamaktadır. Geleneksel bankacılık dijital dönüşüme hızlı bir şekilde adapte olmuştur. Günümüzde müşteriler, on-line olarak en iyi hizmeti aldıkları ve güvenli şekilde işlemlerini gerçekleştirebilecekleri bankaları tercih etmektedirler. Bunun sonucu olarak bankalar yeni teknolojileri hızla sistemlerinde kullanabilir hale getirmektedirler. Finans sektöründeki dijital dönüşüm müşteri odaklı olmaktadır. Dijital dönüşüm ile dijital teknolojilerin gelişmesinin müşteri üzerinde olumlu etkileri olduğu söylenebilir. Bunun sebepleri; daha az zamanda daha hızlı ve daha fazla işlem yapılabilmesi, zamandan tasarruf edilmesi ve kaynaklara ulaşabilme imkânının kolaylaşmasıdır. Dijital dönüşümle bankacılık sektöründe şube çalışan sayılarında her geçen gün azalma görülmektedir. Mobil ve dijital bankacılık, ATM, kredi kartı ve yapay zekâ uygulamalarının kullanımında ise giderek artış göstermektedir. Bu bakımdan finans sektöründe dijital dönüşümün daha önceden başladığı ve hızla varlığını sürdürdüğü ön görülebilir.

Oldukça geniş bir teknolojik temele sahip olan muhasebe açısından dijital dönüşümün kaçınılmaz olduğu yadsınamaz. Ekonomide büyük bir öneme sahip olan muhasebe mesleğinde yaşanan dijital dönüşüm göz ardı edilemez. Muhasebenin dijital dönüşüme uyum sağlaması kadar muhasebe meslek mensuplarının da dijital dönüşüme sağladığı uyum oldukça önemlidir. Bu sebeple muhasebe meslek mensupları hem dijital dönüşüme hem de dijital dönüşümün getirdiği yeniliklere açık olmalıdırlar.

Dijital teknolojilerin sigorta sektöründeki sigorta acenteleri üzerindeki etkisine bakıldığında dijital dönüşüme uyum sağlayamayan küçük ölçekli sigorta acentelerinin sektörde varlıklarını sürdürmekte zorlanacakları ifade edilebilir. Sigorta sektörü içerisinde güçlü işbirlikleri olan ve daha büyük grupları yöneten sigorta acentelerinin ise sektörde önemli bir konumda olacağı tahmin edilmektedir. Bununla birlikte müşterilerin sigorta ürünü satın alırken yüz yüze iletişim kurduğu geleneksel satış kanallarından dijital kanallara tam olarak geçişin uzun vadeli olacağı ön görülmektedir.

Sigorta şirketlerinin dijital uygulamalar ve teknolojiye karşı ilgi ve tutumları sektörün dijitalleşmeye olan ilgisini artırmaktadır. Diğer sektörlerde olduğu gibi sigorta sektöründe de müşteri istek ve ihtiyaçları sürekli değişim göstermektedir. Sigorta şirketleri bu durum karşısında müşterilerinin diledikleri sigorta işlemine daha kolay ulaşabilmelerini sağlamak için sürekli olarak kendilerini yenilemek ve yeni platformlar geliştirmek durumundalar. Sigorta şirketlerinin daha çok insana ulaşıp müşteri kazanması hedef olduğu için dijitalleşmede bilişim teknolojilerinin etkisi diğer sektörlerle göre daha fazladır.

Çalışmamızda dijital dönüşümün, sigorta sektörü içerisinde dağıtım kanalı olarak en büyük paya sahip olan acenteler üzerindeki etkileri ele alınmıştır. Müşteri bilgilerine ve profiline en fazla hâkim olan acentelerin dijital dönüşüm karşısında kendilerini geliştirmesi ve dönüştürmesi gerekmektedir. Dijital dönüşüm ile birlikte sektörün dışında kalma korkusundan uzaklaşmaları bunun için de poliçe satan taraftan danışmanlık yapan tarafa geçmeleri gerekmektedir. Danışmanlık hizmetini etkili bir şekilde ilerletmek isteyen acenteler çok iyi sigorta bilgisine sahip ve sektörü geliştirmeye odaklı personeli bünyesinde bulundurmalıdır. Her ne kadar acenteler sektörde yaşanan dijital dönüşüm nedeniyle sektörün dışında kalma korkusu yaşasalar da sigorta şirketleri ile

acenteler arasında var olan kuvvetli bir bağ nedeniyle sigorta şirketlerinin acenteleri kısa vadede geri planda tutmaları mümkün değildir.

Dijital dönüşümün acenteler üzerindeki etkilerinin ele alındığı bu çalışma ile literatüre bir katkı yapılmaya çalışılmıştır. Hiç şüphesiz dijital dönüşümün sektörde sadece acenteleri etkilediği düşünülemez. Dijital dönüşüm sigorta şirketleri ve diğer dağıtım kanallarını da etkilemektedir. Konu ile ilgili araştırma yapacak araştırmacılar tarafından dijital dönüşümün sigorta sektörü üzerindeki etkileri; örneğin brokerler ve bankalar gibi diğer dağıtım kanalları üzerindeki veya sigorta şirketlerinin kârlılıklarının artması ve yeni müşteri kazanma potansiyelleri üzerindeki etkileri gibi farklı açılardan ele alınabilir.

#### YAZAR BEYANI / AUTHORS' DECLARATION:

Bu makale Araştırma ve Yayın Etiğine uygundur. Beyan edilecek herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Araştırmanın ortaya konulmasında herhangi bir mali destek alınmamıştır. Makale yazım ve intihal/benzerlik açısından kontrol edilmiştir. Makale, “*en az iki dış hakem*” ve “*çift taraflı körleme*” yöntemi ile değerlendirilmiştir. Yazar(lar), dergiye imzalı “*Telif Devir Formu*” belgesi göndermişlerdir. Mevcut çalışma için mevzuat gereği etik izni alınmaya ihtiyaç yoktur. Bu konuda yazarlar tarafından dergiye “*Etik İznine Gerek Olmadığına Dair Beyan Formu*” gönderilmiştir. / **This paper complies with Research and Publication Ethics, has no conflict of interest to declare, and has received no financial support. The article has been checked for spelling and plagiarism/similarity. The article was evaluated by "at least two external referees" and "double blinding" method. The author(s) sent a signed "Copyright Transfer Form" to the journal. There is no need to obtain ethical permission for the current study as per the legislation. The "Declaration Form Regarding No Ethics Permission Required" was sent to the journal by the authors on this subject.**

#### YAZAR KATKILARI / AUTHORS' CONTRIBUTIONS:

Kavramsallaştırma, orijinal taslak yazma, düzenleme – **Y1 ve Y2**, veri toplama, metodoloji, resmi analiz – **Y1 ve Y2**, Nihai Onay ve Sorumluluk – **Y1 ve Y2**. / **Conceptualization, writing-original draft, editing – Y1 and Y2, data collection, methodology, formal analysis – Y1 and Y2, Final Approval and Accountability – Y1 and Y2.**

#### KAYNAKÇA

- AKDOĞAN, Nalan ve AKDOĞAN, M. Uğur (2018), “*Büyük Veri - Bilişim Teknolojisindeki Gelişmelerin Muhasebe Uygulamalarına ve Muhasebe Mesleğine Etkisi*”, **Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi**, S.18(55), ss.1-14.
- ALİYEVA, Günay (2019), “*Elektronik Sigortacılığın Gelişimi ve Türk Sigorta Sektöründeki Şirketlerin Kümeleme Analizi İle Değerlendirilmesi*”, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul.
- ALKAN, B. Şeyma (2018), “*Muhasebe Teorisi ve Uygulamaları Açısından Muhasebe Bilgisinin Niteliksel Özellikleri*”, **Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi**, S.20(Özel Sayı), ss.819-837.
- ASADOVA, Shalala (2020), “*Dijitalleşmenin Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Üzerinde Etkisi: OECD Ülkeleri Üzerinde Bir Araştırma*”, **8. Türkiye Lisansüstü Çalışmaları Kongresi Bildiriler Kitabı**(Ed. Burak Yuvalı, Taha Eğri), 24-27 Nisan 2019 – Malatya, İlmî Etütler Merkezi Yayını, İstanbul, Cilt:II, ss.209-225.
- AYDIN, Samet ve KİRAZLI, Tahir (2020), “*Dijital Pazarlamada Marka Denkliğinin Sigorta Sektöründe Aracı Memnuniyeti Üzerine Etkisi*”, **Kayseri Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, S.2(1), ss.29-47.
- BARAN, T. Fikret (1982), **Sigorta ve Reasüransa Bir Yaklaşım**, Milli Reasürans T.A.Ş. Yayını, Ankara.
- BERKTAŞ, Sena ve DİMLİ ORAKLIBEL, Renk (2021), “*Sanayi Devrimi ile Gelen Değişim: İş Bölümü ve Yabancılaşma*”, **Atlas Ulusal Sosyal Bilimler Dergisi**, S.5(6), ss.112-121.

- BUL, Aycan (2016), “*Sigorta Dağıtım Kanallarının Dijitalizasyonu*”, **15. Ulusal İŐletmecilik Kongresi Bildiriler Kitabı**, 26-28 Mayıs 2016 – İstanbul, İstanbul Üniversitesi Yayını, İstanbul, ss.1-9.
- BUYRUK AKBABA, Nur AyŐe (2019), “*Bulut Muhasebe ve İŐletmelerde Uygulanması*”, **Muhasebe ve Finansman Dergisi (MUFAD)**, S.82, ss.21-40.
- DEMİRHAN, Mustafa (2021), “*Sektörel Bakış: Türk Bankacılık Sektöründe Dijitalleşmenin Şube Dağıtım Kanalına Etkileri*”, **Erciyes Akademi**, S.35(1), ss.10-19
- DURMUŞ, Hasan (2023), “*Dijital Dönüşümün Finans Sektöründeki Rolü*”, **Dijitalleşmenin Finans Sektörüne Getirdiği Yenilikler** (Ed. Rahmi Yücel, Yücel Akyıldız, Hülya Er), zgr Yayınları, Gaziantep, ss.13-37
- DURŞUN, G. Deniz, EKTİK, DođuŐ ve TUTCU, BurŐin (2019), “*Mesleğin Dijitalleşmesi: Muhasebe 4.0*”, **Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)**, S.6(6), ss.263-271.
- ERDAL, Fuat ve Erdal Leman (2015), **Bankacılık ve Sigortacılığa Giriş**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, EskiŐehir.
- EREN, Yağmur ve BAŞAR, zlem Deniz (2021), “*Dijital Platform zerinden Sigorta PoliŐesi Satın Alma DavranıŐları: YaŐ Gruplarının Dijital Sigorta Kanallarının Kullanımına İlişkin Bir Araştırma*”, **Working Paper Series**, S.2(3), ss.51-60.
- EROĞLU, Suzan (2004), “*Türkiye’de ve Dünyada İnternet Sigortacılığının Gelişimi ve Bir Uygulama Denemesi*”, **Yüksek Lisans Tezi**, EskiŐehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, EskiŐehir.
- ERTURAN, İ. Ejder ve ERĐİN, Emre (2018), “*Muhasebe Mesleğinde Dijitalleşme: Endüstri 4.0 Etkisi*”, **Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi (Asos Journal)**, S.6(72), ss.153-165.
- FETTAHOĞLU, Sibel ve KILDIZE, Duygu (2019), “*Dijital Finansal Okuryazarlık ve Bireylerin Finansal Teknoloji Kullanma Konusundaki Tutumları*”, **Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi**, S.9(12), ss.867-889.
- FIRAT, S. Ümit ve FIRAT, O. Zihni (2017), “*Sanayi 4.0 Devrimi zerine KarŐılaŐtırmalı Bir İnceleme: Kavramlar, Küresel Gelişmeler ve Türkiye*”, **Toprak İŐveren Dergisi**, S.114, ss.10-23.
- GABAÇLI, Nihal ve UZUNÖZ, Meral (2017), “*IV Sanayi Devrimi: Endüstri 4.0 ve Otomotiv Sektörü*”, **3. Uluslararası Politik, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Kongresi (3rd International Congress on Political, Economic and Social Studies ICPESS) Bildiriler Kitabı**, 9-11 Kasım 2017 – Ankara, , ss.149-174.
- GÖKTEN OKAN, Pınar (2013), “*Pozitif Muhasebe Teorisi ve Muhasebe Politikalarının SeÇimine İlişkin Ampirik Bir Çalışma*”, **Doktora Tezi**, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- GÜLER, Hale Nur (2022), “*Türk Finans Sektöründe Dijitalleşme ve Yenilikler*”, **Avrasya Dosyası Dergisi**, S.13(2), ss.181-200.
- GÜVEL, Enver Alper ve GÜVEL, ndaŐ Afitap (2002), **Sigortacılık**, SeŐkin Yayıncılık, Ankara.
- HAYIRSEVER BAŞTÜRK, Feride (2019), “*Sigortacılık Sektöründeki Dijitalleşme Süreci ve Sigortacılık Eğitimine Yansımaları*”, **International Congresses on Education (Educational Researches and Publications Association ERPA)**, 19-22 Haziran 2019 – Sakarya, Sakarya Üniversitesi Yayını, ss.320-328.
- KABLAN, Ali (2018), “*Endüstri 4.0, “Nesnelerin İnterneti” - Akıllı İŞletmeler ve Muhasebe Denetimi*”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi**, S.23(Endüstri 4.0 ve rgtsel Değişim zel Sayısı), ss.1561-1579.
- KAHYA, Fatih (2010), **Osmanlı Devleti’nde Sigortacılık**, Libra Yayınları, İstanbul.
- KARCIOĞLU, ReŐat ve BİNİCİ, F. Ömür (2021), “*Dijital Dönüşümün Muhasebe Meslek Mensupları zerine Etkisi*”, **Ağrı İbrahim ÇeŐen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (AİCUSBED)**, S.7(2), ss.26-24.
- KAYA, Hatice ve OKUR, Abdurrahman (2021), “*Sigortacılık Sektöründe Dijitalleşmenin PoliÇe Bilinirliğine Etkisi ve Müşterilerin Satın Alma Tercihleri Ankara lçeğinde Değerlendirilmesi*”, **çnc Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi**, S.56(4), ss.2589-2606.

- KELEŞ YILDIZ, Sema ve AKPINAR, Özgür (2023), “*Sigortacılığın Tarihsel Gelişimi ve Arşiv Belgeleri Işığında Osmanlı İmparatorluğu Döneminde Sigortacılık Örnekleri*”, **Toplum, Ekonomi, Vergi Teorik ve Ampirik Değerlendirmeler** (Ed. Osman Geyik, Gamze Yıldız Şeren), Gazi Kitabevi, Ankara, ss.41–77.
- KILIÇ, Raziye (2023), “*Sanayi Devrimlerinin Serüveni: Endüstri 1.0’dan Endüstri 5.0’a*”, **Takvim-i Vekayi**, S.11(2), ss.276-291.
- KILIÇ, Sabiha ve ALKAN, R. Metin (2018), “*Dördüncü Sanayi Devrimi Endüstri 4.0: Dünya ve Türkiye Değerlendirmeleri*”, **Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi**, S.2(3), ss.29-49.
- KLEIN, Müge (2020), “*İşletmelerin Dijital Dönüşüm Senaryoları - Kavramsal Bir Model Önerisi*”, **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, S.19(74), ss.997-1019.
- KLYNVELD PEAT MARWICK GOERDELER - KPMG (2020), “*Sektörel Bakış 2020 - Sigortacılık*”, **KPMG**, [www.assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/tr/pdf/2020/01/sectorel-bakis-2020-sigortacilik.pdf](http://www.assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/tr/pdf/2020/01/sectorel-bakis-2020-sigortacilik.pdf) (Erişim Tarihi: 01.12.2022).
- KOCATÜRK, Yaren (2023), “*Bankacılıkta Dijitalleşmenin Etkileri ve Türkiye’deki Analizi*”, **Ekonomi ve Finansal Araştırmalar Dergisi**, S.5(1), ss.38-50.
- KOTAN, Yavuz (2020), “*Sigortacılık Sektörünün Gelişimi ve Dijitalleşmesi Sürecinin Swot Analizi: Erzurum İli Üzerine Bir Araştırma*”, **Ekonomi Bilimleri Dergisi**, S.12(2), ss.179-192.
- KURNAZ, Ersin, TEKBAŞ, İsmail, BOZDOĞAN, Tunga ve ÇETİN, Ö. Orbay (2020), “*Dijitalleşmeyle Birlikte Muhasebe Eğitiminin Muhasebe Meslek Mensupları Açısından Değerlendirilmesi*”, **Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi**, S.22(Özel Sayı), ss.81-96.
- LAZAROVA, Victoria (2019), “*Digitalization and Digital Transformation in Accounting*”, **İkonomieskii Sotsialni Alternativi**, S.2, ss.97-106, [https://www.unwe.bg/uploads/Alternatives/Lazarova\\_8\\_Alternativi\\_BG\\_br\\_2\\_2019.pdf](https://www.unwe.bg/uploads/Alternatives/Lazarova_8_Alternativi_BG_br_2_2019.pdf) (Erişim Tarihi: 25.02.2024).
- MERT, Hüseyin, GÜNER, Memet ve DUYAR, Göktuğ (2022), “*Dijitalleşme Sürecinin Gelişimi ve Muhasebe Uygulamalarına Etkileri Yönünden İstanbul İlinde SMMM’ler Üzerinde Bir Araştırma*”, **Muhasebe ve Denetim Bakış Dergisi**, S.66, ss.195-218.
- MİLLİ REASÜRANS T.A.Ş. (2004), **Açıklamalı Sigorta ve Reasürans Terimleri Sözlüğü**, Milli Reasürans Yayını, İstanbul.
- NICOLETTI, Bernardo (2016), **Digital Insurance: Business Innovation in the Post-Crisis Era**, Palgrave Macmillan Publisher, İtalya.
- O’LEARY, E. Daniel (2022), “*Digitization, Digitalization and Digital Transformation in Accounting, Electronic Commerce and Supply Chains*”, **Editorial Report**, John Wiley & Sons Ltd Publisher, New Jersey, ss.101-110.
- ÖĞÜN, Fatih (2018), “*Sigorta Sektöründe Dijital Dönüşüm*”, **Finans Gündem** (Köşe Yazısı), 10 Mayıs 2018, [www.finansgundem.com/yazarlar/sigorta-sektorunde-dijital-donusum-yazisi/1304687](http://www.finansgundem.com/yazarlar/sigorta-sektorunde-dijital-donusum-yazisi/1304687) (Erişim Tarihi: 01.12.2022).
- ÖMÜRBEK, Vesile (2003), “*Kurumsal Kaynak Planlamasında Muhasebe Bilgi Sisteminin Rolü: Gıda Sektöründe Uygulama*”, **Doktora Tezi**, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- ŞITAK, Başak ve YARDIMCIOĞLU, Mahmut (2022), “*Dijitalleşmenin Muhasebe Mesleğine ve Muhasebe Meslek Mensuplarına Etkilerinin Covid-19 Pandemi Döneminde İncelenmesi*”, **İşletme Bilimi Dergisi**, S.10(1), ss.133-162.
- TAŞ, Hacı Yunus (2018), “*Dördüncü Sanayi Devrimi’nin (Endüstri 4.0) Çalışma Hayatına ve İstihdama Muhtemel Etkileri*”, **Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi**, S.9(16), ss.1817-1836.
- TOPSAKAL, Yunus, YÜZBAŞIOĞLU, Nedim ve ÇUHADAR, Murat (2018), “*Endüstri Devrimleri ve Turizm: Türkiye Turizm 4.0 Swot Analizi ve Geçiş Süreci Önerileri*”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi**, S.23(Endüstri 4.0 ve Örgütsel Değişim Özel Sayısı), ss.1623-1638.
- TUNCER, Selahattin (1985), **Türkiye’de Sermaye Piyasası (Teori Uygulama)**, İstanbul Matbaası, İstanbul.

- TÜRK SANAYİCİLERİ VE İŞ İNSANLARI DERNEĞİ - TÜSİAD (2016), **Türkiye'nin Küresel Rekabetçiliği İçin Bir Gereklik Olarak Sanayi 4.0**, TÜSİAD Yayını, İstanbul.
- TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ - TOBB (2015), **Sigorta Acenteleri Dünya Uygulamaları Araştırma ve 2023 Vizyonu Belirleme Raporu**, Deloitte Sigorta Acenteleri İcra Komitesi (SAİK) Yayını, İstanbul, [http:// mobil.tobb.org.tr/DuyuruResimleri/2496-1.pdf](http://mobil.tobb.org.tr/DuyuruResimleri/2496-1.pdf) (Erişim Tarihi: 01.12.2022).
- TÜRKİYE SİGORTA BİRLİĞİ – TSB (2020), **2019 Genel Kurul Faaliyet Raporu**, TSB Yayını, İstanbul.
- TÜRKİYE SİGORTA BİRLİĞİ – TSB (2021), **2020 Genel Kurul Faaliyet Raporu**, TSB Yayını, İstanbul.
- TÜRKİYE SİGORTA BİRLİĞİ – TSB (2022), **2021 Genel Kurul Faaliyet Raporu**, TSB Yayını, İstanbul.
- TÜRKİYE SİGORTA BİRLİĞİ – TSB (2023), **2022 Genel Kurul Faaliyet Raporu**, TSB Yayını, İstanbul.
- TÜRKİYE SİGORTA BİRLİĞİ – TSB (2023), **“İstatistikler”**, **TSB Kurumsal Web Sayfası**, <https://www.tsb.org.tr/tr/istatistikler> (Erişim Tarihi: 29.02.2024).
- UMUT, Muharrem (2020), **“Sigortacılar Açısından Bir Pazarlama Aracısı Olarak Bankaların Rolü: Bankasürans”**, **Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, S.16(1), ss.115-130.
- URALCAN, Őebnem (2005), **Bireysel Emeklilik Sistemi ve Altyapısı**, Beta Yayınları, İstanbul.
- UYGUN, Dilara (2018), **Sigortacılık: Özel Sigorta ve Sosyal Sigorta**, Umut Dağıtım Yayınları, İstanbul.
- ÜNLENEN, Fatma Burcu (2018), **“Ankara İlinde Konut Poliesi Hasarı Oluşan Sigortalıların Sigorta Farkındalığı”**, **Yüksek Lisans Tezi**, BaŐkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- VAROL GÖNEN, Nuriye ve ÖZÜDOĞRU, HaŐım (2021), **“Sigortacılıkta Dijitalleşme: Sigorta Sektöründeki Müşteriler ve Acente alıŐanları Üzerine Bir Uygulama”**, **Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi**, S.56(4), ss.2962-2978.
- VAROL, Nuriye (2021), **“Sigortacılıkta Dijitalleşme: Sigorta Sektöründeki Müşteriler ve Acente alıŐanları Üzerine Ankara İlinde Bir Uygulama”**, **Yüksek Lisans Tezi**, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü EĞitim Enstitüsü, Ankara.
- WEISBART, Steven (2018), **“How Insurance Drives Economic Growth”**, **Insurance Information Institute**, <https://www.iii.org/sites/default/files/docs/pdf/insurance-driver-econ-growth-053018.pdf> (Erişim Tarihi: 05.03.2024).
- YAYLA, Őerafettin Okan (2019), **“Sigortacılık ve Türkiye'de Sigorta Sektörünün Durumu”**, **Liberal Düşünce Dergisi**, S.24(94), ss.107–125.
- YURDAKUL, Müberra ve DALKILIÇ, Nilüfer (2016), **“Sigortacılık Sektöründe Dijital ağ”**, **Sosyal Bilimler Dergisi**, S.50, ss.49-67.
- YÜCEL, Göksel ve ADİLOĞLU, Burcu (2019), **“Dijitalleşme - Yapay Zekâ ve Muhasebe Beklentiler”**, **Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi**, S.17, ss.47-60.

5684 sayılı **Sigortacılık Kanunu** (14.06.2007 tarih ve 26552 sayılı Resmi Gazete).

[www.gartner.com](http://www.gartner.com) (Erişim Tarihi: 05.03.2024).

[www.tsb.org.tr](http://www.tsb.org.tr) (Erişim Tarihi: 05.03.2024).