

**Tarih: Nisan 2011**

Millî Reasürans T.A.Ş.  
adına sahibi

**H. Hulki YALÇIN**

İnceleme Kurulu  
BAŞKAN

**Barbaros YALÇIN**  
ÜYE

**Hüseyin YUNAK**  
ÜYE

**Ali N. YÜCEL**  
ÜYE

**Feridun ÖZÜNAL**  
ÜYE

**Güneş KARAKOYUNLU**

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü  
**Y. Kemâl ÇUHACI**

Basın Yayın Koordinatörü  
**Ebru FERAY**

Dizgi  
**Ebru FERAY**

Kapak Dizaynı  
**Umut SİLE**

Renk Ayrımı  
**FİLMEVİ**

Baskı  
**CEYMA MATBAASI**  
Matbaacılar Sitesi  
Yüzyıl Mah. 4. Cad. No. 123  
Bağcılar - İstanbul

Yönetim Yeri:  
Merkez  
**Maçka Cad. 35**  
34367 Şişli / İstanbul

Tel : 0-212-231 47 30 / 3 hat  
E-mail : reasuror@millire.com.tr  
Internet : <http://www.millire.com.tr>

Yayın Türü: Yaygın süreli yayın

3 ayda bir yayınlanır.

**Dergide yer alan yazıların  
içeriğinden yazı sahipleri  
sorumludur.**

## İÇİNDEKİLER

Türk Sigorta Piyasasında 2011 Yılı Reasürans Yenilemeleri .....	4
Trafik Sigortası Hasarlarında Eşdeğer Parça Kullanımı Sorunu ve Çözüm Önerileri .....	6
Banka Sigortacılığı: Bir Swot Analizi .....	11
Japonya Depremi .....	22
Cevap Rüzgarda .....	23
İndeks (Sayı 71 - 80) .....	26

## ***Reasürör Gözüyle***

*Türk piyasasında faaliyet gösteren sigorta şirketlerinin 2010 yılı reasürans yenilemeleri, tüm hızıyla devam eden dünya ekonomik krizinin yanı sıra, ülkemizde 2009 yılı Eylül ayında Marmara Bölgesinde meydana gelmiş olan sel felaketinin gölgesinde yapılmış olmasına rağmen, şirketlerimiz, Bölüştürmeli Reasürans anlaşmalarında olduğu gibi Katastrofik Hasar Fazlası reasürans anlaşmalarının plasmanında da belirgin bir sıkıntıyla karşılaşmamışlardır. Bu yıl yapılan reasürans yenilemeleri ise, yurt içinde, yıl içerisinde yaşanmış herhangi bir doğal afet olmamasının ve 2010 yılının ortalarından itibaren başlayan ekonomik iyileşmeler ve dünya reasürans piyasalarındaki olumlu şartların da etkisiyle geçen yıla göre daha rahat koşullarda gerçekleşmiştir. Dergimizin bu sayısında, 2011 reasürans yenilemeleri hakkında kısa bir bilgi yer almaktadır.*

*Ayrıca “Trafik Sigortası Hasarlarında Eşdeğer Parça Kullanımı Sorunu ve Çözüm Önerileri” adlı çalışmada, özellikle Trafik Sigortası kapsamına giren hasarlarda ortaya çıkan sorunlar üzerinde durulmaktadır. Sektörün üretmiş olduğu toplam prim içerisinde önemli bir hacme sahip olan Trafik Sigortalı, zorunlu bir bireysel sigorta türü olması nedeniyle, sigorta şirketleri ile üçüncü kişiler arasındaki sigorta ilişkisinin en fazla olduğu alandır. Bu özelliğine bağlı olarak, suistimal ve mağduriyet anlamında en fazla sorun da maalesef bu sigorta türünde ortaya çıkmaktadır. Sayın Şenol Serkan Şentürk, bu çalışmasında herhangi bir hatası olmaksızın aracı hasara uğramış kişilerin bu konu nedeniyle mağduriyeti gibi sorunları ortaya koyarken, aynı zamanda bu sorunu ortadan kaldırmaya yönelik önerilerde de bulunmaktadır.*

*Diğer bir telif çalışma ise, önemi giderek artmakta olan Banka Sigortacılığı üzerinedir. Son birkaç yıldır kişilerin banka ve finans kuruluşlarıyla olan kredi ilişkisinin artmasına paralel olarak, Banka Sigortacılığı ya da banka şubelerinde düzenlenen poliçelerin hacmi ve toplam prim içerisindeki payı hızlı bir şekilde yükselmiştir ve önümüzdeki dönemlerde de bu hızlı gelişmenin devam etmesi beklenmektedir. Sayın Bülent Karan “Banka Sigortacılığı: Bir Swot Analizi” adlı çalışmasında, Banka Sigortacılığının tanımı ve özellikleri ile ülkemizdeki uygulamaları hakkında açıklamalarda bulunmakta, pazar payı bakımından güncel rakamlara dayanan bilgiler vererek, söz konusu uygulamanın güçlü ve zayıf taraflarının yanı sıra, fırsatlar ve tehditlere ilişkin bir analiz yapmaktadır.*

*11 Mart tarihinde Japonya’da meydana gelen 9 büyüklüğündeki deprem ve sonrasında tsunami afetine ilişkin çeşitli yayın organlarında çıkan yazılardan derlenen bir çalışma Yabancı Basından Seçmeler bölümünde yer almaktadır. Bu çalışmanın şimdilik bir ön bilgi vermek amacıyla olduğunu, konu hakkında dergimizin ileriki sayılarında daha ayrıntılı çalışmalara yer vereceğimizi belirtiriz.*

*Yüzlerce akarsu ve nehrin bulunduğu, üç tarafı denizlerle çevrili bir yarımada bulunan ülkemiz için rüzgâr ve akarsudan elektrik enerjisi üretimi, ülkemizin son yıllarda en fazla yatırımda bulunduğu konulardan biridir. Bu bölümde çevreye ve doğaya hiçbir zararı olmayan rüzgar enerji santrallerinin inşaa aşaması ve sigortasına ilişkin ayrıntıların verildiği bir makalenin çevirisi de yer almaktadır.*

## *Türk Sigorta Piyasasında 2011 Yılı Reasürans Yenilemeleri*

**2**009 yılı boyunca gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde etkisini belli derecelerde hissettiren ekonomik krizin, 2010 yılından itibaren olumsuz etkilerini yavaş yavaş yitirmesi ve kısmen de olsa toparlanmaların başlaması, ekonomik faaliyetlerle doğrudan bağlantılı sigortacılık sektörünü de olumlu yönde etkilemiştir. Türk sigorta piyasasında faaliyet gösteren sigorta şirketleri, rekabetin getirdiği olumsuzluklara rağmen 2010 yılını, enflasyon oranının da üzerinde, %13,6 oranında bir büyüme ile kapatabilmişlerdir. Bu durum, hiç şüphesiz ki şirketlerin reasürans ilişkisine de yansımış ve 2011 yılı tahmini prim gelirlerinde, beklendiği kadar olmasa da %5 gibi bir artış yaratmıştır.

2010 yılı sonu itibarıyla sigortacılık sektörünün kaydetmiş olduğu gerçek büyümenin en önemli nedenleri arasında Hazine Müsteşarlığı'nın, şirketlerin mali yapılarını olumsuz etkileyen konularda tedbir

alınmasını öngören düzenlemelerin sağladığı olumlu etkilerin yanı sıra, yeni oluşturulan zorunlu sigortalar ve banka kredisi bağlantılı poliçeler dolayısıyla gerçekleşen prim üretimi sayılabilir. 2010 yılında %13,6 oranında büyüyen ve önümüzdeki yılda da yaklaşık bu oranda bir prim artışı gerçekleştireceği tahmin edilen sektörümüzün 2011 yılında reasüröre devredeceği primlerde %5 gibi bir prim artışı öngörmesi, büyümesini çok büyük oranda küçük ölçekli bireysel sigortalara dayandıracağı, Yangın, Mühendislik ve Nakliyat gibi büyük ölçekli endüstriyel ve ticari risklerin söz konusu olduğu branşlarda ise aşırı rekabetin devam edeceği gibi bir sonuç çıkmaktadır. Diğer taraftan, piyasamızın bu tür büyük ölçekli risklerdeki saklama payını her geçen yıl artırma eğiliminde olduğu da gözlenmektedir. Bu durum, olumlu bir gelişme olarak, piyasamızın artık büyük yabancı reasürörlerin etkisinde olmamasın-

dan kaynaklanmaktadır. Gerçekten de, bölüşmeli reasürans anlaşmaları şartlarının her yenileme döneminde biraz daha esnemesi, önceleri yabancı ihtiyari desteği ile teminat altına alınabilen büyük risklerin önemli bir kısmının bugün artık şirketlerimizin kendi anlaşmaları kapsamında koasürans yoluyla sigorta edilmesi çok sık görülen bir durumdur ve Türk sigorta piyasası açısından sevindirici bir gelişmedir.

Bölüşmeli reasürans anlaşmaları bakımından bu yıl kayda değer herhangi bir gelişme söz konusu olmamış, tahmini prim artış oranı, yukarıda da belirtildiği gibi %5 oranında gerçekleşmiştir. Ancak, geçen yıl bölüşmeli reasürans anlaşmalarına ilişkin tahmini primlerin %13 oranında azalmış olduğu göz önüne alındığı takdirde, bu yıl gerçekleşen %5 oranındaki artış olumlu sayılabilir. Reasürans programlarında da geçen yıl olduğu gibi, 5 sigorta şirketi dışında kalan şirketler bö-

lüşmeli reasürans programlarına devam etmişlerdir. 2011 yılı reasürans yenilemelerinde, tespit edilebildiği kadarıyla şirketlerin bölüşmeli reasürans anlaşmalarının plasmanında bir zorluk yaşanmamıştır.

Hasar Fazlası reasürans anlaşmalarının yenilemelerini Risk Hasar Fazlası ve Katastrofik Hasar Fazlası anlaşmalar olarak incelersek, Yangın ve Mühendislik bölüşmeli reasürans anlaşmalarındaki konservasyonları ko-

rumak üzere alınmış ve “Event” faktörünü de içeren Risk Hasar Fazlası anlaşmalarında bu yıl bir değişiklik söz konusu olmamıştır. Risk Hasar Fazlası anlaşmalarında herhangi bir teminat artışı olmadığı gibi, bu dilimler itibarıyla ROL düzeyinde de kayda değer bir değişiklik gerçekleşmemiştir. Katastrofik Hasar Fazlası reasürans anlaşmalarının yenilemelerinde de, bu yıl da herhangi bir zorluk söz konusu olmamıştır ki bu durum, dünya reasürans piyasalarında

yaşanmakta olan rahat koşullar ve sermaye fazlalığı nedeniyle beklenen bir sonuçtur. Şirketlerimiz, konservasyonlarında kalan kümül risklerdeki artış nedeniyle bu yıl, geçen yıla göre %8 oranında daha fazla teminat almışlardır. Piyasamızın bilgisine sunulmak üzere ve şirketlerimizin çalışmalarında faydalı olacağı umuduyla, Katastrofik Hasar Fazlası reasürans anlaşmaları yenilemelerine ilişkin bilgiler 2010 yılı ile karşılaştırmalı olarak tabloda verilmiştir.

	2011	2010
<b>1. Bölge Yangın ve Mühendislik Konservasyon Deprem Risk Kümülü (Dask ve Millî Reasürans Hariç) (SI)</b>	62.823 milyar Euro	58.215 milyar Euro
<b>Alınan Teminat</b>	3.537 milyar Euro	3.212 milyar Euro
<b>PML</b>	% 5,63	% 5,52
<b>Overall ROL</b>	% 2,41	% 2,38

**Y. Kemal ÇUHACI**

## *Trafik Sigortası Hasarlarında Eşdeğer Parça Kullanımı Sorunu ve Çözüm Önerileri*

### **Giriş**

**S**igortacılık sektöründe özellikle Trafik Sigortası hasarlarında sigorta şirketlerinin eşdeğer parça kullanımına olanak tanıyan mevzuat düzenlemesi bazen şirket bazen de tedarikçi ya da servis kaynaklı olarak suistimallere yol açabilmektedir. Trafik Sigortası hasarlarında mağdurların mağduriyetlerini arttıran uygulamalar hukuki olarak bir hak ihlali olması yanında, aynı zamanda vatandaşların sigortacılık sektörüne olan güvenini de sarsmaktadır.

Trafik Sigortası hasarlarında mağdurların sigorta şirketlerinin müşterisi olmaması şirketleri hasar onarım sürecinde müşteri memnuniyetinden uzak uygulamalara yöneltebilmekte ve mevzuatta eşdeğer parça tanımına ilişkin açıklığın bulunmaması da sektör uygulamalarında ciddi mağduriyetler yaşanmasına yol açabilmektedir. Bazı şirketler hasar onarımlarında eşdeğer parça adı altında “yan sanayi” olarak adlandırılan düşük kalitede

yedek parça kullanımına gidebilmektedir.

Bununla birlikte bazen sigorta şirketinin inisiyatifi dışında yedek parça tedarik firması ya da oto tamir servisinden kaynaklı olarak da düşük kaliteli ve ucuz yedek parçalar kullanılabilir. Bu durumda araca monte edilen yedek parça yan sanayi iken sigorta şirketine orijinal ya da eşdeğer parça üzerinden faturalandırma yapılmaktadır.

### **Eşdeğer Parça Kullanımına İlişkin Mevzuat**

Karayolları Motorlu Araçlar Zorunlu Mali Sorumluluk Sigortası Genel Şartlarının “Tazminat ve Giderlerin Ödenmesi” başlıklı B.2. maddesinin 4. fıkrası; “*Hasar halinde, hasar gören parça, onarımı mümkün değilse veya eşdeğeri parça ile değiştirilme imkânı yok ise yenisi ile değiştirilir. Bu durumda taşıtta bir kıymet artışı meydana gelse dahi bu fark tazminat miktarından indirilemez.*” hükmünü amir olup, anılan hüküm gere-

ği hasarlı aracın tamir edilmesi ya da eşdeğer parça ile değiştirilme imkânı yok ise yenisi ile değiştirilmesi gerekmektedir.

Söz konusu hüküm, 2002 yılında yapılan mevzuat değişikliği ile getirilmiş olup Trafik Sigortası hasarlarında “kıymet kazanma tenzili”ni ortadan kaldırmayı amaçlamaktaydı. Kıymet kazanma tenziline göre araca takılan yedek parça aracın değerinde bir artışa yol açıyorsa (özellikle eski model araçlarda) tazminat üzerinden belli oranda bir indirimle giderilmekteydi. İndirim oranına ise çoğunlukla sigorta eksperleri karar vermekte ve bu nedenle yapılan indirim ve oranlar tartışmalara yol açmaktaydı. Kıymet kazanma tenziline ortadan kaldırılması ile tartışmalar son bulmuş, ancak bu kez de eşdeğer parça tanımının tam yapılmaması sebebiyle Trafik Sigortası hasarlarında bugün de devam eden mağduriyetler yaşanmaya başlanmıştır.

Sigortacılık mevzuatı eşdeğer parça kullanımına izin verirken kullanılan parçaların

araç değerinde düşüşe yol açacak yan sanayi parçalar olmasını da açık bir şekilde yasaklamıştır. Hazine Müsteşarlığı'nın 06.11.2009 tarih ve 2009/18 sayılı Genelgesinde: *“Mevzuatın izin verdiği sınırlar dışına çıkılarak araç değerini düşürecek nitelikte parça takılması uygulamasından vazgeçilmesi”*, hükmü, 27.10.2010 tarih ve 2010/38 sayılı Sektör Duyurusunda ise *“Sigortalıların ve hak sahiplerinin mağdur edilmemesini teminen parça tedarik uygulamasının anılan Tebliğde (Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği) yer alan tanımlamalara uygun biçimde yürütülmesi gerekmektedir. Aksi durumlarda sorumlular hakkında 5684 sayılı Sigortacılık Kanununun 34 üncü maddesinin ikinci fıkrasının (f) bendi uyarınca müeyyide uygulanacaktır”* hükmü mevcuttur.

## **Motorlu Taşıtların Yedek Parçaları**

Bir motorlu taşıtların yedek parçalarının yaklaşık %20'si bizzat taşıtlar üreticisi tarafından üretilmekte, geri kalan %80'lik bölüm ise üretici firmanın anlaşmalı olduğu parça üreticileri tarafından sağlanmaktadır. Söz konusu %80'lik bölüm için taşıtlar üreticileri, tedarikçilerinden aşağıda da belirtildiği üzere belli sertifikalar talep etmektedirler. Bir motorlu taşıtta kul-

lanılan yedek parçaları 4 ana kategoride sınıflandırabiliriz.

### **1-Orijinal Yedek Parçalar (OEM):**

Parça üreticilerinin motorlu taşıtlar üreticilerine sağladığı parçaların (Original Equipment Manufacturer - OEM) bir bölümü araçların üretiminde kullanılırken bir bölümü ise araç üreticisi tarafından tamir ve bakımda kullanılmak üzere yetkili satıcı servislere dağıtılmaktadır.

2005/4 sayılı “Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği”nin 3. maddesinin (r) bendinde orijinal parça; *“Bir motorlu aracın üretiminde veya montajında kullanılan parçalarla aynı kalitede olan ve söz konusu motorlu aracın üretiminde veya montajında kullanılan parçaların veya yedek parçaların üretiminde sağlayıcı tarafından getirilen spesifikasyonlara ve üretim standartlarına göre üretilmiş yedek parçalar anlamına gelmektedir. Aracın parçaları ile aynı üretim bandında üretilen yedek parçalar da bu kapsamdadır. Bu parçaların, söz konusu aracın montajında kullanılan parçalarla aynı kalitede olduğunun ve araç üreticisinin spesifikasyonlarına ve üretim standartlarına göre üretilmiş parça üreticisi tarafından belgelendirilmesi halinde, aksi kanıtlanana kadar, orijinal ye-*

*dek parça olduğu varsayılır”* olarak tanımlanmıştır.

Buna göre, orijinal yedek parça üç kategoride yer alan parçaları kapsamaktadır:

- a. Motorlu taşıtlar üreticisi tarafından üretilen parçalar,
- b. Araç üreticisi ile yedek parça üreticisi arasında akdedilen tedarik anlaşmasına göre yedek parça üreticisi tarafından sağlanan parçalar,
- c. Yedek parça üreticisinin, motorlu taşıtlar üreticisinin üretim standartlarına göre çoğunlukla aynı üretim bandında ürettiği ancak ona sağlamadığı parçalar.

Piyasada “logosuz orijinal” olarak tanımlanan yedek parçalar (OES - Original Equipment Supplier) ile 3. grupta tanımlanan “Aracın parçaları ile aynı üretim bandında üretilen yedek parçalar” kastedilmektedir.

Örneğin, Volvo için araç farı üreten Valeo firmasının aynı üretim bandından çıkan ve üzerine Volvo markasını değil de kendi markasını vurduğu far logosuz orijinal parçadır ve Tebliğ hükmüne göre orijinal yedek parça olarak addedilir. Piyasada yanlış bir şekilde logosuz orijinal parçalar eşdeğer parça olarak tanımlanabilmektedir. Böyle bir yorum eşdeğer parçayı sadece logosuz orijinal parça ile sınırlı tutma riski taşımaktadır.

## 2- Eşdeğer Parçalar (Original Equivalent Parts - OEP):

Üreticisi tarafından orijinal (OEM) parça vasfında olduğu iddia edilen “ikincil pazar” parçalar “orijinal eşdeğer parça” olarak tanımlanmaktadır.

Tebliğin 3. maddesinin (s) bendinde eşdeğer yedek parça, “*Bir motorlu aracın montajında kullanılan parçalarla eşdeğer kalitede olduğu varsa mevzuat gereği aranan mecburi standartlara uygunluğunun üreticisi tarafından belgelendirilmesi gereken parçalar*” olarak tanımlanmıştır. Böylece Tebliğ aracın montajında kullanılan parçalarla aynı kalitede olan ancak üreticisi tarafından sağlanan üretim standartları ve spesifikasyonlara uygun olarak üretilmeyen parçaları eşdeğer kalitede parçalar olarak tanımlamaktadır. Bu durumda eşdeğer parçalar orijinal parçalarla aynı veya daha üst kalitede fakat buna karşılık farklı spesifikasyonlara sahip parçalardır. Tebliğ ile amaçlanılan otomotiv yedek parçalarında rekabetin artırılması ve orijinal yedek parça üreticilerinin tekel konumunun kırılmasıdır. Eşdeğer parça üreticisi ürettiği parçanın orijinali ile “aynı kalitede” olduğunu ispatlarsa ürettiği parça eşdeğer parça olacaktır. Burada eşdeğer parçanın orijinal parça ile aynı spesifikasyonları (görünüş ve şekilsel özellikler) taşıması gereği yoktur. Çünkü böyle bir zorunluluk orijinal parça üreticisinin ürettiği parçada yapacağı

basit bir görsel değişiklik ile eşdeğer parça üreticisinin ürettiği parçanın eşdeğerliliğini ortadan kaldıracak, bu ise rekabet koşullarına aykırı bir durum yaratacaktır.

## 3-Yan Sanayi Düşük Kalite Parçalar (Aftermarket Auto Parts):

Piyasada kısaca “yan sanayi” olarak adlandırılan söz konusu parçalar orijinal ya da eşdeğer parçalara göre düşük kalitede ve fiyatta olan parçalardır. Trafik Sigortası hasarlarında mağdurların zarar görmesine neden olan uygulama onarımlarında “eşdeğer parça” adı altında yan sanayi düşük kalite parçaların kullanılmasıdır.

## 4-Çıkma ve Sökme Parçalar:

Çıkma parçalar kazaya uğramış araçların onarılacak yeniden kullanıma hazır hale getirilmiş parçalarıdır. Sökme parçalar ise kazaya uğramış araçların onarım gerektirmeyen sağlam parçalarıdır. Çıkma ve sökme parçalar sigorta şirketlerince karşılanan hasar onarımlarında sigortalı ya da mağdur onayı haricinde hiçbir şekilde kullanılamazlar. Bu konuda mevzuatta herhangi bir muğlaklık ve piyasada tartışmalı bir husus yoktur.

## **Yedek Parçalar İçin Eşdeğerlik Nasıl Sağlanır?**

Eşdeğer parçayı üreten, parçanın motorlu taşıt aracının

parçaları ile eşdeğer kalitede olduğunu belgelendirmelidir. Bu belge ile üretilen parçanın eşdeğerliliği iddiası kanıtlanmış olmakta ve ispat yükü aksini iddia edenlere devredilmiş olmaktadır.

Peki eşdeğerlik nasıl sağlanacaktır? Motorlu bir taşıt ortalama olarak 5.000’e yakın parçadan oluşmaktadır. Her bir parça için eşdeğerlik belgesi almak yüksek maliyet gerektiren ve uygulamada gerçekleştirilmeyen bir durumdur. Her bir ürün için eşdeğerlik belgesi almak yerine üreticiler üretim sistemlerine ilişkin kalite yönetim sertifikaları almaktadırlar. Yedek parça üreticileri üretim sistemleri için çeşitli sertifikalar alabilirler. Bu sertifikalar üretimlerinin örneğin çevreyle ilgili kriterlere uyumuna (Environmental Management System - ISO 14001: 2004) veya genel kalite yönetim sistemine (Quality Management System - ISO 9001) ilişkin olabilir. Söz konusu sertifikalar yan sanayi ürünlerin orijinal parçalarla eşdeğer olduğunu belgelendirmezler. Tedarikçi firmalar tarafından bu belgeler yanıltıcı bir biçimde eşdeğerlik belgesi olarak sunulabilmektedir. Bugün için otomotiv yedek parça piyasasında üreticilerin yüksek kalitede üretim sürecine sahip olduklarının başlıca belgesi ISO/TS 16949:2002’dir. Aşağıda da belirtilen belli başlı taşıt üreticileri kendilerine üretim yapan

yedek parça tedarikçilerinin söz konusu belgeye sahip olmalarını şart koşmaktadır.

ISO/TS 16949: 2002, ülkemizin de üyesi olduğu Uluslararası Standardizasyon Örgütü'nün (ISO) 176 no.lu teknik komitesinin desteği ile Uluslararası Otomotiv Çalışma Grubu (International Automotive Task Force-IATF) ve Japon Otomotiv İmalatçıları Birliği (JAMA) tarafından hazırlanmıştır. IATF üyeleri arasında BMW, Daimler-Chrysler, Fiat, Ford, GM, Peugeot, Citroen, Renault, Wolkswagen, AIAG (ABD), ANFIA (İtalya), FIEV (Fransa), SMMT (İngiltere) ve VDA (Almanya) yer almaktadır. JAMA tüm Japon otomotiv firmalarını kapsamaktadır.

ISO/TS 16949: 2002 belgesi, ISO 9000 standardı temeli üzerine otomotiv sektörüne özel gereksinimlerin dâhil edilmesiyle oluşturulmuş, ABD'de Ford, GM ve Chrysler'ın hazırladığı QS 9000; Alman VDA6.1, Fransız EAQF ve İtalyan AVSQ standartlarını içeren Otomotiv Sektörü Kalite Yönetim Sistemi belgesidir. Bu belge ile farklı farklı belgelendirme tetkiklerinin önüne geçilmesi ve otomotiv yedek parça piyasasında evrensel tek bir belgelendirmenin kullanılması amaçlanmıştır. Söz konusu belge, belgelendirme denetimleri için referans olma özelliğine sahiptir. Bununla birlikte şunu da belirtmekte fayda vardır: ISO TS 16949: 2002 mevcut ABD, Alman,

Fransız ve İtalyan otomotiv kalite sistem gerekliliklerini düzene sokarken dünyanın her yanındaki tüm otomobil üreticileri tarafından benimsenmesi gereken bir zorunluluk değildir. Farklı taşıt üreticileri tedarikçileri için değişik koşullar talep edebilmektedirler.

Ülkemizde kamu kurumları tarafından düzenlenen yedek parça alım ihalelerinde eşdeğer parçalar için aranan belgelendirme koşulları yedek parçanın Türkiye'de üretilip üretilmediğine ve o yedek parça için Türk Standartları Enstitüsü (TSE)'nün standart oluşturup oluşturmadığına göre değişmektedir. Türkiye'de üretilen yedek parçalara ait TSE standardı mevcutsa "TSE Uygunluk Belgesi", mevcut değilse "TSEK Kalite Uygunluk Belgesi" eşdeğer parçanın standardına ilişkin olarak aranan belgelerdir.

TSEK Kalite Uygunluk Belgesi Türk standartları bulunmayan konularda imalata yeterlilik belgesi almış firmaların söz konusu ürünlerinin ilgili uluslararası standartlar, benzeri Türk standartları, diğer ülkelerin milli standartları, teknik literatür esas alınarak TSE tarafından kabul edilen Kalite Faktör ve Değerlerine uygunluğunu belirtir. Bu belgenin geçerlilik süresi 1 yıldır.

Yedek parça yurt dışında üretilmişse yedek parçaya ait Uluslararası Akreditasyon Forumu Karşılıklı Tanınma Ant-

laşmasında yer alan ulusal akreditasyon kurumlarınca akredite edilmiş belgelendirme kuruluşları (örneğin: TÜV, Bureau Veritas) tarafından verilen belgelerin (Otomotiv yedek parçaları için ISO/TS 16949: 2002 gibi) ihalede sunulması gerekmektedir.

Ayrıca söz konusu kalite kontrol kuruluşlarının uluslararası kurallara uygun şekilde akredite edilmiş olduklarının Türk Akreditasyon Kurumu'ndan (TURKAK) teyidi şartı aranmaktadır.

## Sorunun Çözümü

Eşdeğer parça sorununda nihai çözüme ulaşıncaya kadar bir ara çözüm olarak sigorta şirketleri ile tedarik firmaları arasında yapılan tedarik anlaşmalarında tedarikçilere, yedek parçaları ISO/TS 16949: 2002 belgesine sahip üreticilerden temin etmeleri şart koşulabilir. Sigorta şirketi tedarikçi ile yapacağı anlaşmada yedek parçalar için ISO/TS 16949: 2002 belgesine sahip markalara isim olarak yer vermeli, söz konusu markalar haricinde sağlanan parçaların satın alınmayacağı sözleşmede açık olarak belirtilmelidir. Örneğin karoseri parça grubu, plastik parça ve mekanik grubu, aydınlatma parça grubu, soğutma parça grubu gibi parça grupları altında ISO/TS 16949: 2002 belgesine sahip markalar tek tek belirtilmelidir. Markaya



söz konusu belgeyi veren kalite kontrol kuruluşunun gerekli koşulları taşıyıp taşımadığı da Türk Akreditasyon Kurumu vasıtasıyla teyit edilmelidir.

Gerek görülürse tedarikçiden eşdeğer parça ile birlikte ISO/TS 16949: 2002 kalite belgesinin kopyasını da ibraz etmesi istenmelidir. Sigorta şirketinin aldatılmasının önüne geçmek için tedarikçiden sağlanan yedek parçanın ambalajı, ambalajın içindeki ürünle marka yönünden uyum göstermeli, tedarikçi tarafından ibraz edilen parça listelerinde ürün kodunun eşdeğer olduğu belirtilmelidir.

Markaların kalite uygunluk belgelerinin haricinde, Türkiye’de üretilen yedek parça

ürünleri için TSE bir standart oluşturmuşsa TSE belgesi, henüz oluşturmamışsa TSEK belgesi de sigorta şirketlerinin tedarikçilere şart koşacağı belgelerden olmalıdır. Bununla birlikte unutulmamalıdır ki söz konusu belgeler TSE tarafından bir yıllık süre için verilmektedir. Tedarik anlaşmalarında belgenin geçerlilik süresinin ticaret esnasındaki tarihi kapsamına vurgu yapılmalıdır.

Tüm bunların yanında sigortalı ya da hak sahiplerinin, araçlarına monte edilen parçaların söz konusu belgelere sahip olup olmadığını inceleme ve parçaların düşük kalitede yan sanayi ürünü olduklarını tespit etmeleri halinde de eş-

değer veya orijinal parçalar ile değiştirilmesini isteme hakları bulunmaktadır. Anlaşmazlık halinde ise Hazine Müsteşarlığı’na ya da Sigorta Tahkim Komisyonu’na başvuruda bulunarak haklarını arama yoluna gitmeleri gerektiği düşünülmektedir.

**Şenol Serkan ŞENTÜRK**  
**Sigorta Denetleme Uzmanı**

**TC Başbakanlık**  
**Hazine Müsteşarlığı**  
**Sigorta Denetleme Kurulu**

## *Banka Sigortacılığı: Bir Swot Analizi*

### 1. Banka Sigortacılığı Kavramı

**B**anka Sigortacılığı (Bankasürans), sigorta ürünlerinin bankalar kanalıyla satılmasını tanımlamak için Fransa'da 1980'lerden sonra oluşturulmuş bir terimdir. Ancak bu terim sadece dağıtımını içermemektedir. Yasal, mali, kültürel ve/veya tüketici davranışları gibi özellikler de Banka Sigortacılığı kavramına entegre olmuş hususlardır. Gerçekte tüm bu özellikler dünyadaki Banka Sigortacılığı yaygınlığındaki büyük farklılıkların bir göstergesidir (Fenelon, 2003: 1). Bankalar tarafından sigortacılık hizmetinin sağlanması olan Banka Sigortacılığı, sigortacılık hizmetinin dağıtımını için oluşmuş ve büyüyen bir dağıtım kanalıdır. Bununla birlikte, Banka Sigortacılığı dünyanın her tarafında farklı şekilde uygulanmaktadır. Kültürel ve sosyo demografik faktörlerin yanı sıra sektörel düzenlemeler bu farklılığın sebepleridir (Wong, 2007: 3). Banka Sigortacılığı, bankaların ve sigorta şirketlerinin ürün üretim ve dağıtımında

daha yakın işbirliği ve bazen de birlikteliği anlamına gelmektedir. Banka Sigortacılığı kavramının gelişmesinde tasarruflardaki gelişme ve değişmeler ile sosyal ve demografik gelişmelerin yanında, mali piyasalarda yaşanan rekabetçi ortamın da çok büyük bir etkisi olmuştur (Karacan, 1994: 228).

#### 1.1. Banka Sigortacılığının Tanımı

Banka Sigortacılığı, banka ve sigorta şirketleri tarafından finansal pazarda entegre bir sistemde faaliyet göstermek için uygulanan stratejidir. Bu tanım, çeşitli finansal hizmetlerin birbirleriyle bağlantısını ve aynı zamanda dağıtımını öne çıkarmaktadır. Diğer daha dar kapsamlı tanımlar, sigorta ürünlerinin Banka Sigortacılığı kanalından dağıtılmak için özel olarak tasarlanmış olması gerektiğini belirtirler (Wong, 2007:5). Malezya Bankalar Birliği, Banka Sigortacılığını şöyle tanımlamaktadır: Banka Sigortacılığı sigorta ve banka ürünlerinin aynı kanaldan dağıtımıdır. Esasında, sigortacı-

lık ürünlerinin bir bankacılık network'ü üzerinden dağıtılmasıdır. Bankalar kanalıyla satılabilecek ürünler Hayat Sigortaları'ndan hayat dışı branşlardaki ürünlere (kasko, ferdi kaza, vs.) kadar hepsi olabilir.

Bir başka tanıma göre, Banka Sigortacılığı temel anlamda, bankaların geniş müşteri portföyüne, bankacılık ve sigortacılık ihtiyaçlarını aynı anda karşılayacak bir şekilde sigorta ürünlerini satmasıdır. Banka Sigortacılığı taraflar için farklı anlamlar içerir. Bankalar için bir ürün çeşitliliği ve ilave gelir kaynağı, sigorta şirketleri için pazar penetrasyonunu ve prim üretimini arttırıcı özellikler taşırken, müşteriler için ise daha düşük fiyat ve yüksek kalitede ürün kaynağı olarak tanımlanabilir. Bu nedenle her üç taraf da Banka Sigortacılığında kazançlı çıkmaktadır.

Banka Sigortacılığı uygulamaları ülkeden ülkeye farklılıklar göstermektedir. Bunun temel sebebi ise mevzuat ve tüketici alışkanlıklarıdır. Diğer taraftan Banka Sigortacılığının etkin işlemesi için banka ve sigorta şirketleri arasında tam

Tablo 1	
Nitelik	İş Akış Şekli
Sahiplik	- Bağımsız Kuruluşlar - Ortak Girişimler - Bağlı Ortaklık
Satış Noktası	- Banka Şubelerinde Bulunan Sigorta Acentelikleridir - Bankanın Broker Gibi Çalışmasıdır - Banka Personeli Eğitilmiş Sigorta Danışmanlarıdır - Çeşitli Kanallardan Satış Yapılması (şubeler, internet, alt dağıtım kanalları)
Ürünler	- Çapraz Satışla Satılabilecek Basit Ürünler - Müşteri İhtiyaçlarına Göre Hazırlanmış Yönlendirme Gerektiren Ürünler - Müşterinin Yaşam Döngüsü veya Önemli Olaylara Bağlı Olarak Bütünleşik Finansal Ürünler
Müşteri Veri Tabanı	- Banka Müşterileri Veri Tabanının Kısıtlı Paylaşımı - Banka Sigorta Şirketiyle Tüm Veri Tabanını Aktif Bir Şekilde Paylaşır
Ürün Tedarikçisi	- Ürünler, Banka Sigortacısı (banka-şirket işbirliği) tarafından tasarlanır - Banka, Acentelik Anlaşması Yaptığı Sigortacı veya Sigortacıların Ürünü Sadece Satmaktan Sorumludur.
Policelendirme Şekli	- Sigortacı Ortak Tarafından - Bankanın Sigortacı Bağlı Ortaklığı Tarafından - Üçüncü Taraflara "Outsource" Edilerek

entegrasyon sağlanması gerekmektedir. Kıta Avrupası'ndaki özel odaklanmış ve tam entegrasyon sağlanmış uygulamanın yanında dünyanın diğer kısımlarındaki çok çeşitli uygulamalar içeren Banka Sigortacılığı modelleri de bulunmaktadır. Bu nedenle Banka Sigortacılığı aşağıdaki özellikleri ihtiva etmelidir (Wong, 2007: 5).

- Dağıtım kanalı sadece banka şubeleri ile kısıtlı değildir.
- Sigortacılar tarafından sunulan banka hizmetleri kapsam dışındadır.
- Bütünleşik finansal ürünlerin dağıtılması, sigorta içerdiğinden kapsam içine alınmıştır.

## 1.2. Banka Sigortacılığının Özellikleri

Banka Sigortacılığı modelinin seçiminde, pazarın iç yapısı ve tüketici tercihlerinin yanı sıra pazarın kendine özel sosyo ekonomik, kültürel yapısı ve kanuni düzenlemeler önemli birer faktördür.

Banka Sigortacılığı modellerinin çeşitlerini açıklamada birkaç nitelik yardımcı olacaktır: Sahiplik, satış noktaları, ürünler, tüketici veritabanı, ürün tedarikçileri ve policelendirme şekli. Banka Sigortacılığı modellerini sınıflandırmada sahiplik yapısını (örn.; bağımsız kuruluşlar, ortak girişimler, bağlı ortaklık) kullanmak en yaygın yöntem olmakla birlikte diğer değişkenlere

bağlı olarak da kategorileştirme yapılabilir.

Geçmiş tecrübelerle dayanılarak yapılan bazı genellemeler tercih edilen modele ışık tutmaya yardımcı olacaktır. Genelleme yaparsak, banka ve sigorta operasyonlarını ne kadar bütünleşik hale getirirsek, Banka Sigortacıları için üretim maliyetlerini düşürmek ve çapraz satışa uygun ürünler geliştirmek o kadar kolay olacaktır. Bu durum aynı zamanda müşteri veritabanını paylaşmayı da beraberinde getirecektir. Örneğin bazı ülkelerde müşteri bilgilerini 3. tarafla paylaşmak yasaktır. Bilgi teknolojileri mimarisinin birbirine uyumlu hale getirilmesi, Banka Sigortacılarının maliyetlerini düşürmeyi sağlamakta ve

3. taraflardan destek alınmasını gereksiz kılmaktadır.

Son olarak, kompleks ve yönlendirmeye dayalı ürünler daha fazla personel eğitimi gerektirmekte ve her banka müşterisi için uygun olmamaktadır. Bu durumda banka-sigorta şirketi ilişkisine göre oluşabilecek iş akışları Tablo 1'deki gibidir (Wong, 2007: 5-6).

Banka Sigortacılığı modellerinin ticari olarak ayakta kalabilmesi için boyut ve ölçek çok önemlidir. Birçok pazarda düzenlemeler özel önem gerektirdiği için, şirketler amaçlarına ulaşmada birtakım farklı operasyonel yapılara öncelik vermektedir. Bu satış modellerini iki ana başlıkta gruplamak mümkündür:

- Banka kanalları aracılığıyla sigorta ürünlerinin satılması için bir dağıtım anlaşması yaparak satmak: Bu anlaşmada hisse katılımı yoktur. Bu model, daha çok ABD'de uygulanan Banka Sigortacılığı sistemine benzeyen modeldir. Bu modellerde bankalar, daha geniş ürün yelpazesi sunabilmek ve müşteri değer zincirlerini kendilerinden genellikle daha verimli olan rakiplerinden koruyabilmek için, müşteriye erişim ve marka hissesi ticareti yaparlar. Bu ürünlerin dağıtımı, bankaların ücret tabanlı iş modeline dayanan klasik tercihi uygun olan

komisyon ödemeleri yaratır.

- Ortak yeni bir şirket kurarak banka müşterilerine yönelik sigorta ürünleri geliştirmek ve satmak: Bu yapılar geleneksel acente veya broker yoluyla satış yapan sigortalardan farklı olarak sadece banka kanalıyla satılacak sigorta ürünleri geliştirmek amacıyla kurulmuştur. Genellikle sürecin başında ya da sonunda bankalar bu şirketin tamamına sahip olurlar.

Ürünlerin göreceli olarak basit ve bankanın esas ürünleri ile ilişkili olduğu ülkelerde bankaların sigorta satışları yüksektir. Banka Sigortacılarının satmakta en başarılı olduğu ürünler, bankacılığın esas ürünleriyle ilintili veya mortgage, kredi ve mevduat işlemleri ile çapraz satışa uygun olan ürünlerdir (konut sigortası, kredi sigortası, vs.). Bu ürünler genel anlamda bir banka satış ekibi için uygun ürünlerdir.

Diğer taraftan, İngiltere'deki "emeklilik ürünleri" gibi komplike ürünlerin satışında Banka Sigortacılarının başarı şansı kısıtlıdır. Bununla birlikte, Fransa'da bankanın esas hizmetlerinden bağımsız olan komplike ürünlere dönüş vardır. Bunlar yüksek gelir seviyesini hedef almış olan hayat poliçeleri ile uzun süreli koruma sigortalarını içeren ayrıntılı ürünlerdir (Wong, 2007: 7).

## 2. Türkiye'de Banka Sigortacılığı Uygulaması

Türkiye'nin beklenen hızlı büyüme potansiyeli nedeniyle birkaç yıl önce Banka Sigortacılığı dikkat çekmeye başlamıştır. Türkiye'deki penetrasyonun Kıta Avrupası'na göre çok daha düşük seviyede olmasına rağmen yine de Banka Sigortacılığı en önemli dağıtım kanallarından biri olarak ön plana çıkmıştır. Hayat sigortacılığında, Banka Sigortacılığının 1998'de toplam üretim içinde %17 olan payı 2005 yılında %23'e, 2007 sonunda ise %47'ye yükselmiştir. Hayat dışı branşlarda ise 2005 sonunda %10'lar civarındadır.

2000'lerin başında gerçekleşen banka iflasları, Banka Sigortacılığının gelişimini olumsuz etkilemiştir. Birçok Türk bankası ve sigorta şirketinin ortaklık yapısı ilişkili olduğu için bu durum tüketici güvenliğini olumsuz yönde etkilemiştir. En çok prim üreten 10 sigorta şirketinin altısının büyük sermayedarı banka veya banka sahibi bir holdingdir. Aynı zamanda, bankaların müşterilerini kendi ürünlerini almaya zorlamaları yasak olduğu için, konut kredileri ile ilişkili sigorta ürünlerinin satışında yönlendirme yapmak konusunda da bankalar ısrarcı olamamaktadırlar.

Spesifik Banka Sigortacılığı ürünlerinin gelişimi henüz tamamlanmamıştır. Birçok büyük sigorta şirketi çeşitli

bankalarla acentelik sözleşmesi imzalamış bulunmaktadır. Banka Sigortacılığı üretiminin büyük çoğunluğu, bankaların kullandıkları kredilerle ilişkili ürünlerden kaynaklanmaktadır. Son gelişmeler bu dağıtım kanalının büyümeye devam edeceğini göstermektedir. 2007 baharında kabul edilen Mortgage Kanunu'nun, henüz yeterince büyümemiş olan pazarı büyütüp, özellikle mortgage ile ilişkili hayat sigortası üretimini arttıracığı düşünülmektedir.

Türkiye'de bankacılık sektörü, tüketici üzerinde sigortacılık sektörüne nazaran daha etkili bir role sahiptir. Bu durum kimi zaman tüketicinin birçok sigorta branşı veya Bireysel Emeklilik Sistemi ile ilk kez tanışmasını da beraberinde getirmektedir. Aynı zamanda bankacılık sektörünün sahip olduğu bu konum, bankacılığı sigortacılık sektörünün dağıtım kanalları arasında önemli bir yere getirmektedir. Ayrıca tüketiciye sunulan bankacılık hizmeti ile birlikte tüketicinin sigortaya olan ihtiyacının, bankalar tarafından hemen karşılanıyor olması müşteri memnuniyetini sağlamaktadır. Türkiye'de sigortacılık sektörünün gelişime açık yönü, önümüzdeki günlerde dağıtım kanallarının öneminin daha da artacağını göstermektedir. Bankacılık sektörünün müşteri potansiyelinin büyüklüğü ise bir anlamda sigortacılık sektörünün dağıtım kanalları ara-

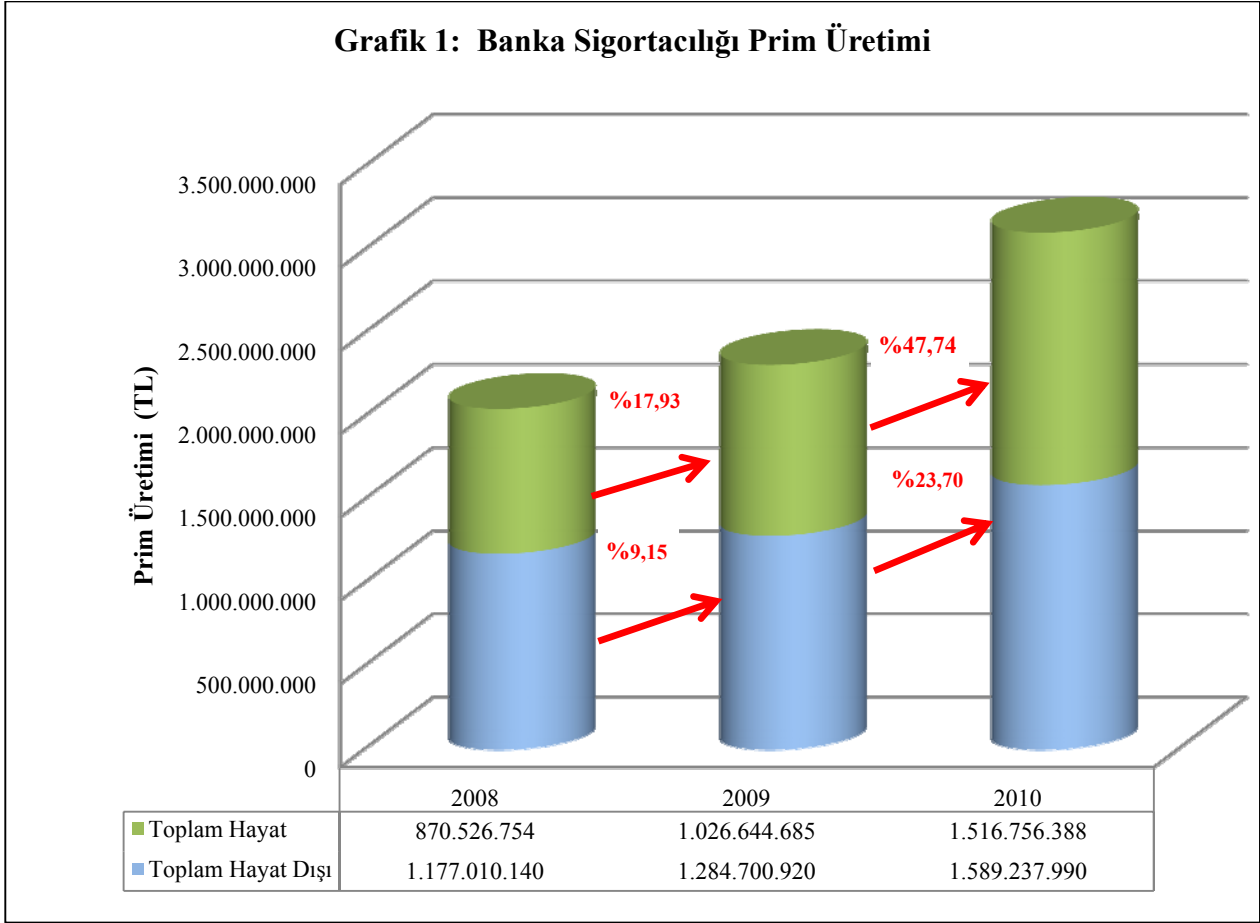
sında gelişime en açık kanalın bankacılık sektörü olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

Bankalar, Banka Sigortacılığı kanalıyla bankacılık işlemleri dışında bir gelir elde ederken aynı zamanda müşteri sadakatini de yakalamaktadır. Sigorta şirketleri ise önemli büyüklükteki müşteri potansiyeline sahip bir dağıtım kanalını kullanma fırsatına sahip olmaktadır. Diğer yandan sigorta şirketlerinin şubeleri dağıtım kanalı olarak kullanmaları bu alan için yapılacak harcamaları minimuma indirmektedir. Fakat bu noktada banka çalışanlarının sigortacılık konusunda eğitim ihtiyaçları ortaya çıkmaktadır. Bu sebeple hem banka müşterisine yönelik ürünler hazırlanması, hem çalışanların sigortacılık eğitimleri, hem de performans değerlendirmesi bankalar ile sigorta şirketlerinin ortaklaşa yürüttüğü çalışmalar arasında yer almaktadır (Altuntepe, 2008: 7).

Türkiye'de sigorta şirketlerinin kurulmasına bankalar öncülük etmiştir. Bundan dolayı çoğu sigorta şirketinin sermayedarları arasında bankalar ve iştirakleri yer almakta idi. 2006 ve 2007 yıllarında sektörde yaşanan satın almalar sonrasında 2007 sonu itibarıyla banka sahipliğindeki faal sigorta şirketi sayısı 17 olmuştur (SDK, 2007: 26). 2010 yıl sonunda ise ana sermayedarın banka olduğu sigorta şirketi sayısı 12'ye inmiştir. Bununla birlikte, 22 adet hayat dışı ve

15 adet hayat ve emeklilik şirketi dağıtım kanalı olarak bankaları kullanmaktadır. Hayat dışı şirketlerin 12'si, hayat ve emeklilik şirketlerinin ise 9'u, birden fazla banka ile acentelik anlaşması imzalamış durumdadırlar. Diğer taraftan 17 bankanın birden fazla hayat dışı sigorta şirketiyle, 11 bankanın ise birden fazla emeklilik ve hayat şirketiyle çalıştığı görülmektedir (SDK, 2009: 26). Banka Sigortacılığında başarı, basit ürünler ve entegre çalışmayla sağlanmıştır. Başarılı Banka Sigortacılığı modelleri, bu güne kadar anında karar veren müşterilere banka veznesinde satılan basitleştirilmiş ürünleri kapsamaktadır. Ürünlerin göreceli olarak basit ve bankanın esas ürünleri ile ilişkili olduğu durumlarda bankaların sigorta satışları yüksektir. Banka Sigortacılarının satmakta en başarılı olduğu ürünler, bankacılığın esas ürünleriyle ilintili veya mortgage, kredi ve mevduat işlemleri ile çapraz satışa uygun olan ürünlerdir (konut sigortası, kredi sigortası, vs.). Bu ürünler genel anlamda bir banka satış ekibi için uygun ürünlerdir (Wong; 2007: 3-7). Ülkemizde de Banka Sigortacılığının en etkin olduğu alan, bankaların kullandıkları krediler ile ilişkili ürünlerde olmaktadır. Ülkemizde Banka Sigortacılığının önemi anlaşıldıkça, kredi ile ilişkili ürünler dışında banka müşterilerine çapraz satış yöntemiyle satılabilecek basit

**Grafik 1: Banka Sigortacılığı Prim Üretimi**



ürünler de sigorta şirketleri tarafından özel olarak hazırlanmaya başlanmıştır.

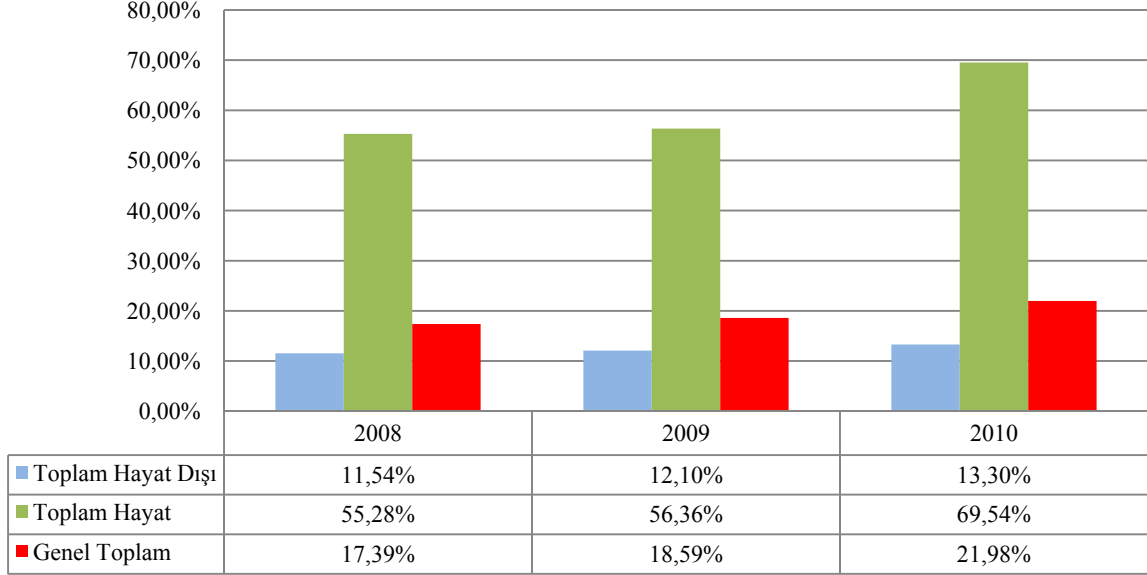
Bankalar için sigorta şirketleri tarafından hazırlanan özel ürünler dışında, hala kredilerle ilişkili ürünlerin satışının büyük yer tuttuğu görülmektedir. Nitekim hayat dışı branşlardaki banka kaynaklı üretimin %32'sinin Yangın Sigortaları'ndan oluşması, bankaların verdiği konut kredileri ile ticari kredilerde alınan gayrimenkul ipoteklerinin sigortalanmasından kaynaklanmaktadır. Ülkemizdeki banka kaynaklı üretimin son 3 yıldaki gelişimi Grafik 1'de gösterilmiştir.

Hayat sigortaları üretiminde son 3 yılda önemli bir gelişme yaşanmaktadır. 2008 yıl sonu verilerine göre, toplam banka kaynaklı üretimde hayat branşlarının payı %42,5 iken, 2010 yılı verilerine göre bu değer %48,8'e ulaşmıştır. Böylelikle hayat branşındaki banka kaynaklı prim üretimi, hayat dışı branşı yakalamıştır. Ülkemiz toplam prim üretimi içinde hayat branşının payının %15 mertebesinde olduğu düşünüldüğünde; Banka Sigortacılığı açısından hayat branşı prim üretiminin son 3 yıldaki gelişimi daha da çarpıcı bir durum kazanmaktadır. Son 3 yılda Ban-

ka Sigortacılığındaki prim üretimi artışlarını sektörün genel üretimi ile mukayese etmek açısından, dağıtım kanalı olarak bankaların pazar payları Grafik 2'de gösterilmiştir.

Son 3 yıllık değerlere göre banka kaynaklı prim üretimindeki artışın, sektörün genel artış oranından yüksek olması, bankaların toplam prim üretimi içindeki pazar payını da arttırmıştır. Sadece %5,6'lık bir büyüme gerçekleşerek, reel anlamda bir küçülme yaşanan 2009 yılında banka kaynaklı prim üretiminin %12 civarında artmış olması, bankaların sigorta faaliyetleri konusundaki

**Grafik 2: Banka Sigortacılığı Pazar Payı**



odaklanmalarının bir göstergesi olarak kabul edilebilmektedir. Bununla birlikte bankaların hangi branşlarda büyüme gerçekleştirdikleri önemli bir unsurdur. Son 3 yıllık verilere göre, bankaların branş kırılımlı üretimleri Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablodan da görüleceği üzere, banka kaynaklı üretim hayat dışı branşlarda yangın ve doğal afetler, kaza, kara araçları ve genel zararlar branşlarında odaklanmaktadır. Banka kaynaklı üretimin sektörün genel prim üretim yapısı/portföy dağılımı ile kıyaslanmasını netleştirmek açısından, her branş için sektör/bankasürans dağılımı Tablo 3’de belirtilmiştir.

Yukarıdaki veriler incelendiğinde; Bankanın bir dağıtım kanalı olarak portföyünün

%80’ini Yangın ve Doğal Afetler, Kaza, Kara Araçları ve Genel Zararlar branşlarında oluşturduğu görülmektedir. Sektör genelinde %22 civarında payı bulunan, banka hariç tutulduğunda toplam prim üretiminin hemen hemen dörtte birini oluşturan Kara Araçları Sorumluluk branşında banka kaynağı, toplam prim üretiminin sadece %3’ünü elde etmektedir. Bu verinin tam tersi olarak da, banka hariç dağıtım kanallarının toplam üretiminin sadece %3’ünü oluşturan Kaza branşında ise banka kaynağının toplam üretiminin nerdeyse beşte birini oluşturmaktadır.

Bu durum aslında bankaların sektöre, geleneksel dağıtım kanallarının sağlayabileceğinden farklı önemli bir büyüme ve gelişme alanı açtığını

gösteren önemli bir veridir.

### 3. Banka Sigortacılığı Swot Analizi

Ülkemizdeki Banka Sigortacılığının pozisyonunu belirlemek açısından, bir SWOT analizinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir. Bu amaçla bankaların, bir sigorta ürünleri dağıtım kanalı olarak sahip olduğu güçlü ve zayıf yönler ile sigorta şirketleri açısından mevcut ve olası fırsatlar ve tehditler belirlenmeye çalışılmıştır.

#### 3.1. Güçlü Yönler

**a. Bankacılık Sektörünün Yapısal Sağlamlığı:** Ülkemiz bankacılık sektörü hızlı bir büyüme ve gelişmeye girmiştir. 2010 yılında

**Tablo 2: Branş Ayrımlı Banka Kaynaklı Üretim (1.000 TL)**

Branş	2008	2009	Artış	2010	Artış
Kaza	223.555.879	251.646.071	%12,6	297.640.596	%18,3
Hastalık/Sağlık	61.885.734	73.841.605	%19,3	133.655.286	%81,0
Kara Araçları	267.011.346	231.655.171	-%13,2	264.994.753	%14,4
Raylı Araçlar	-	-	%0,0	3.608	
Hava Araçları	507.651	3.180.019	%526,4	7.135.485	%124,4
Su Araçları	11.245.501	9.793.318	-%12,9	13.408.295	%36,9
Nakliyat	18.933.124	16.929.426	-%10,6	17.893.933	%5,7
Yangın ve Doğal Afetler	377.683.182	445.342.374	%17,9	510.559.729	%14,6
Genel Zararlar	132.263.618	158.335.648	%19,7	219.653.379	%38,7
Kara Araçları Sorumluluk	43.423.939	44.629.086	%2,8	46.131.109	%3,4
Hava Araçları Sorumluluk	960.700	932.070	-%3,0	2.170.871	%132,9
Su Araçları Sorumluluk	-	3.868		46.370	%1.098,9
Genel Sorumluluk	29.589.599	25.105.496	-%15,2	34.768.675	%38,5
Kredi	5.313.561	3.906.415	-%26,5	1.593.221	-%59,2
Emniyeti Suistimal	-	10.410.610		9.106.731	-%12,5
Finansal Kayıplar	1.156.802	3.486.010	%201,3	24.812.510	%611,8
Hukuksal Koruma	3.479.503	5.503.733	%58,2	5.663.439	%2,9
Toplam Hayat Dışı	1.177.010.140	1.284.700.920	%9,1	1.589.237.990	%23,7
H-Hayat	870.526.754	1.026.644.685	%17,9	1.516.756.388	%47,7
H-Kaza	457.870	5.827.535	%1.172,7	8.470.918	%45,4
H-Hastalık/Sağlık	870.984.624	1.032.472.220	%18,5	-	-%100,0
Toplam Hayat	870.526.754	1.026.644.685	%17,9	1.516.756.388	%47,7
Genel Toplam	2.047.536.894	2.311.345.605	%12,9	3.105.994.377	%34,4

bankacılık sektörünün aktif büyüklüğü bir önceki yıla göre %20,8 artarak 1.007,6 milyar TL'ye ulaşmıştır. Diğer taraftan, faizlerin düşmesine rağmen bankaların kârlılığı da %8,7 artmıştır. Sektörün 2008 yılında başlayan ve 2009 yılında etkisini yoğun olarak hissettiren global krizden yara almadan çıkmış olması, tüketici nezdindeki güveni de artırmıştır.

#### **b. Bankacılık Sektörünün Tüketici İhtiyaçlarını Karşı-**

**layan Görüntüsü:** Bankalar geçmişte yoğun olarak mevduat toplayıp, bunu menkul kıymetlerde değerlendirmekte idi. Gerek bireysel gerekse de ticari müşterilerine kredi kullandırmamaları veya yüksek faiz uygulanması, tüketicilerin bankalara bakış açısını olumsuz hale getirmişti. Ancak son dönemde bankaların aktiflerindeki menkul kıymet payının azalması, kredilerin payının artarak toplam aktifler içinde %52,5'lik bir paya ulaşmasını sağlamıştır. Bu du-

rum ise, bankaların gerek bireysel, gerekse de ticari/kurumsal müşterileri nezdinde daha güçlü bir konuma ulaşmasını sağlamıştır. Bu durum tüm finansal ihtiyaçların tek bir noktadan teminini sağlayacak olan müşteri sadakati açısından bankalara önemli bir avantaj sağlamaktadır.

**c. Bankaların Tutundurma Faaliyetlerine Verdikleri Önem:** Modern pazarlama stratejisinin temel unsuru olan tutundurma faaliyetleri, tüketici-



cilerin marka hakkındaki görüşlerini olumlu yönde pekiştirmeyi hedeflemektedir. Bu amaçla yapılan reklam faaliyetleri için bankaların önemli bütçeler ayırdıkları gözlemlenmektedir. Ürünün dağıtım noktasının, karar verme aşamasında tüketici üzerindeki büyük etkisi göz önüne alındığında, bankaların bu konuda sigorta şirketlerine göre daha güçlü bir pozisyonda olduğu görülmektedir. Nielsen Medya tarafından hazırlanan 2009 yılı en çok reklam veren kuruluşlar listesinin ilk 90 sırasında hiçbir sigorta şirketi bulunmazken 10 adet banka bulunmaktadır. 2010 yılında ise bu listedeki banka sayısı 11'e yükselmiştir.

**d. Müşteri Veritabanı:** Bankalar müşteri veri tabanını yaş, gelir seviyesi, konut/araç sahipliği, meslek, vb. gibi çok detaylı bilgilerle zenginleştirmektedirler. Müşterileriyle yıl içinde defalarca yüz yüze gelmeleri sayesinde de, değişen her türlü bilgiyi güncelleme imkânına sahiptirler. Bu nedenle etkin bir veri madenciliği yapılarak, mevcut ürünlerini hangi müşteri segmentine sunmaları halinde yüksek satış oranı elde edebileceklerini tahminlemeleri daha kolaydır.

Bunun yanında çeşitli verilere dayanarak daha homojen müşteri segmentasyonu yapma avantajına da sahiptirler. Bu durum müşteri ihtiyacına uy-

gun ürün hazırlama, daha düşük satış maliyeti gibi güçlü yönler sağlamaktadır.

**e. Yaygın Şube Ağı:** Bir dağıtım kanalının aynı anda birden çok noktaya hizmet götürülebilmesi, daha fazla müşteriyle yüz yüze gelebilme ve dolayısıyla kişisel bağ kurma fırsatı oluşturmaktadır. Bankaların yaygın şube ağları da, bu açıdan gerek sigorta şirketinin markasının farklı lokasyonlarda bulunmasını, gerekse de sigorta şirketleri açısından kümül risklerin yaygınlaşmasını sağlamak açısından önemli bir avantaj oluşturmaktadır.

**f. Alternatif Dağıtım Kanalları ve Teknoloji Kullanımı:** Günümüz bankacılık sektörü teknoloji ile iletişim kurma sanatını çok başarılı bir şekilde uygulamaktadır. Bankaların ATM, internet bankacılığı, çağrı merkezi hizmetleri gibi alternatif dağıtım kanallarını etkin kullanması ve müşterilerini bu kanalları kullanmaya özendirilmesi, operasyonel maliyetleri düşürmesinin yanında müşteri sadakati açısından da büyük fayda sağlamaktadır. Bankaların oluşturduğu güven ve buna bağlı sadakat, bu kanallardan birçok sigorta ürününün daha kolay satılmasını sağlayacak önemli bir güçlü yöndür.

**g. Çapraz Ürün Satış Bilinci:** Bankaların müşteriden maksimum verim alma esaslı

çapraz ürün satışı stratejisi, finansal ürünler arasında önemli bir konumda olan sigorta ürünleri açısından büyük avantaj oluşturmaktadır. Tüm bireysel kredilerle ilintili sigorta ürünlerinin, çapraz satış bilincine bağlı olarak daha etkin satılması sigorta şirketleri açısından büyük avantajdır.

### 3.2. Zayıf Yönler

**a. Sigorta Satışı Bankaların Ana Faaliyet Alanı Değildir:** Banka, mevduat kabul eden, bu mevduatı en verimli şekilde çeşitli kredi işlemlerinde kullanmak amacını güden veya faaliyetlerinin esas konusu düzenli bir şekilde kredi almak ya da kredi vermek olan ekonomik bir kuruluştur. Diğer bir ifadeyle bankalar, faizle para alıp veren, kredi, iskonto, kambiyo işlemleri yapan, kasalarında para, değerli belge, eşya saklayan ve bunun dışındaki diğer ekonomik etkinliklerde bulunan kuruluşlardır. Sigorta ürünlerine aracılık etme faaliyetleri de bankaların en basit tanımının "*diğer ekonomik işler*" kısmında yer almaktadır. Bu durum ise, bankaların sigorta ürün satışına tam odaklanmamasına yol açmaktadır.

**b. Bilgi Eksikliği:** Ana faaliyet konusu sigorta satışı olmayanca, tüm banka personelinin de sigorta ürünleri hakkında detaylı bilgi sahibi olmaması sonucunu doğurmaktadır. Sigorta Acenteleri Yönetmeliği

gereğince her şubede teknik personel niteliklerini haiz bir personel bulunması zorunluluğu olmakla birlikte, aynı personelin şubenin bankacılık işlemleriyle ilgili görev ve sorumlulukları da olduğu düşünüldüğünde, tüm sigortacılık işlemlerinde etkin rol oynayabileceği şüphesiz değerlendirilmelidir.

**c. Banka Personelinin Aynı Zamanda Bir Müşteri Olması:** Müşteri ile birebir görüşen, sadece bankacılık değil sigorta ürünlerini de pazarlayacak olan banka personeli, aynı zamanda bir dış müşteridir. Kendi sigorta ihtiyaçlarını farklı

bir şirketten karşılıyor olması, geçmişten gelen bir memnuniyetsizliği, bir tüketici olarak sigorta bilincinin olmaması belirgin bir sıklıkta karşılaşılan durumlardır. Ürünün pazarlamasında en etkin rol oynaması beklenen bu pazarlama ekibi, böyle durumlarda avantajdan çok dezavantaja dönüşebilmektedir.

**d. Hedef/Performans Sıralamasında Sigorta Ürünleri Ön Planda Değil:** Etkin bir verimlilik ve performans ölçümü yapılan bankalarda, sigorta ürünlerinin satışı, finansal kiralama işlemleri, yatırım işlemleri diğer finan-

sal faaliyetler arasında sayılmaktadır. Dolayısıyla birçok bankada hedeflerde, sigorta ürün satışı yerine, komisyon gelirleri kullanılmakta, bu durumda sigorta ürünleri diğer komisyon kazandırıcı enstrümanlarla rekabet etmek zorunda kalmaktadır.

### 3.3. Fırsatlar

**a. Düşen Faiz Oranları Nedeniyle Komisyon Gelirlerinin Öneminin Artması:** Ülkemizde 2010 yılında hızlı bir şekilde düşen faiz oranları, bankaların faiz gelirlerinde önemli bir düşüşe neden olmuştur. Nitekim aktifleri kredi

**Tablo-3: Dağıtım Kanallarının Portföy Yapısı**

Branş	Sektör Payı	Banka Hariç Diğer Kanallardaki Payı	Banka Dağıtım Kanalındaki Payı
Kaza	%5,01	%2,90	%18,73
Hastalık/Sağlık	%14,27	%15,17	%8,41
Kara Araçları	%26,08	%27,53	%16,67
Raylı Araçlar	%0,01	%0,01	%0,00
Hava Araçları	%0,40	%0,39	%0,45
Su Araçları	%0,90	%0,91	%0,84
Nakliyat	%2,50	%2,71	%1,13
Yangın ve Doğal Afetler	%16,57	%14,18	%32,13
Genel Zararlar	%8,31	%7,47	%13,82
Kara Araçları Sorumluluk	%21,30	%24,12	%2,90
Hava Araçları Sorumluluk	%0,42	%0,46	0,14
Su Araçları Sorumluluk	%0,00	%0,00	%0,00
Genel Sorumluluk	%2,74	%2,83	%2,19
Kredi	%0,27	%0,29	%0,10
Emniyeti Suistimal	%0,14	%0,07	%0,57
Finansal Kayıplar	%0,71	%0,58	%1,56
Hukuksal Koruma	%0,36	%0,36	%0,36
Toplam Hayat Dışı	%100,00	%100,00	%100,00

ağırlıklı olarak %20,8 oranında artan bankaların kârlarındaki artış sadece %8,7 oranında kalmıştır. Faizlerdeki yatay seyrin devam edeceği beklentisi, bankaların faiz dışı gelirlere odaklanmasına sebep olmuştur. Bu durum bankaları dağıtım kanalı olarak kullanan sigorta şirketleri açısından önemli bir pazarlama fırsatı oluşturmuştur.

**b. Artan Bireysel Krediler Nedeniyle Daha Fazla Tüketiciye Ulaşabilme Şansı:** Ülkemizde 2010 yılında bireysel krediler, bankaların toplam kredi hacmi içerisinde %33'lük bir pay sağlamıştır. Toplam 173 milyar TL bireysel kredi hacminin yaklaşık %75'i konut, araç ve tüketici kredilerinden oluşmaktadır. Bireysel kredilerde 2010 yılında %33'lük bir artış sağlanmıştır. Bu artış, başta konut poliçeleri olmak üzere, toplam bireysel krediler içerisinde %35'lik paya sahip tüketici kredileriyle ilişkilendirilebilecek hayat ve ferdi kaza türevi ürünlerin satışı için önemli bir fırsat oluşturmaktadır.

**c. Bankaların Farklı Bireysel Kredi Kampanyaları Nedeniyle Niş Pazarlar Oluşturabilme Şansı:** Bankalar özellikle bireysel müşterilerine yönelik dönemsel ürünler hazırlamaktadır. İlginç sloganlarla çıkan; “Erken Gelen Bayram Kredisi”, “Tıp Bayramı Kredisi”, “Gülen Emekli

Kredisi” vs. gibi belirli pazar segmentlerine yönelik hazırladıkları ürünlerle, sigorta şirketleri açısından niş pazarlar oluşturmaktadırlar. Bu durum, ürün tasarımını iyi yapan ve banka pazarlama birimleriyle koordinasyon içinde çalışan şirketlere önemli fırsatlar sunmaktadır.

**d. Bankaların Düşen Faizler Nedeniyle Uzun Vadeli Proje Kredilendirmelerinin Farklı Branşlarda Sadık Müşteriler Kazandırabilmesi:** Bankacılık sektörünün menkul kıymet portföyünden kâr elde etmek yerine kredi veren pozisyona dönmesi, ardından faizlerin düşmesi ve ekonominin canlanmasıyla uzun vadeli yatırım veya işletme kredilerinin artması, sigorta şirketlerine banka müşterilerinden oluşan sadık bir müşteri profili kazanma fırsatı oluşturmuştur. İnşaat Bütün Tehlikeler poliçesiyle kazanılacak bir müşteri, uzun yıllar Yangın, Makine Kırılması ve Tüm Sorumluluk poliçeleriyle portföyde kalacak bir sadık müşteri fırsatı oluşturmaktadır.

### 3.4. Tehditler

**a. Profesyonel Acente ve Brokerlerin Bankalara Gösterdikleri Tepki:** Sigorta sektörünün ana dağıtım kanalı tartışmasız profesyonel acente ve brokerlerdir. Esas faaliyeti sigorta ürünlerinin satışı olan ve sektörün toplam prim üretimi-

nin yaklaşık %80'ini gerçekleştiren, sigortacı ile sigortalı arasındaki bağı kuran acentelerin, sektördeki konumu tartışılmaz. Ancak bankaların sigortacılık faaliyetlerine ağırlık vermesi, acentelerin müşterilerinin de zaman zaman bankalardan kullandıkları kredi ile ilişkili sigorta ürünlerini alması, acentelerde belirgin bir tepki oluşturmaktadır. Bu durum, Banka Sigortacılığı yapan şirketler için, acente ve banka şubesinin aynı müşteri için teklif istemeleri durumunda önemli bir kargaşaya neden olabilmektedir. Bazen acentelerin tepki olarak bu şirketler için üretim yapmamasına kadar giden bir süreç yaşanabilmektedir.

**b. Yasal Kısıtlamalar:** 14 Nisan 2008 tarihinde yürürlüğe giren Sigorta Acenteleri Yönetmeliği, Banka Sigortacılığı açısından son derece kolaylaştırıcı maddeler içermektedir. Ancak, bu yönetmeliğin değişecek olması ve yeni yönetmelikte bankaların sigortacılık faaliyetlerine bazı kısıtlamalar getirilme ihtimali bulunması, Banka Sigortacılığı açısından en önemli tehdit olarak değerlendirilmelidir.

**c. Muhtemel Bir Ekonomik Krizde Bankaların Pozisyonunun Ne Olacağıın Belli Olmaması:** Yakın dönemde global çapta, yaklaşık 10 yıl önce ülkemizde yaşanan ekonomik krizlerde bankacılık

sektörü ciddi problem yaşamıştır. Bankaların kriz anında kredi politikalarında radikal değişiklikler yapması müşterileri nezdinde büyük güven kaybetmelerine neden olmaktadır. Orta Doğu’da yaşanan siyasi kargaşanın petrol fiyatları üzerinde yapacağı olumsuz baskıya bağlı olarak global krizin etkilerinin tam bitmemiş olması da değerlendirildiğinde, yaşanabilecek bir ekonomik krizde bankacılık sektörünün alacağı pozisyon büyük önem taşımaktadır. 2001 yılından bugüne önemli

yapısal değişiklik yaşamış ve denetim mekanizmalarını çok düzenli çalıştırmış olan Türk bankacılık sektörünün olumsuz bir durum yaşamayacağı öngörülmekle beraber, bir krizin her zaman Banka Sigortacılığı açısından tehdit olarak değerlendirilmesi uygun olacaktır.

#### 4. Sonuç

Bankaların sektöre sağladığı en önemli katkılardan biri yeni pazar alanları oluşturabilme özelliğidir. Özellikle bi-

reysel müşterilere Kasko ve Trafik Sigortaları’nın dışında pazar penetrasyonu daha düşük olan Konut Poliçeleri ile Ferdi Kaza ve türevi ürünlerin satılmasında önemli görevler üstlenmektedirler. Bu tür ürünlerin yaygınlaşması, sektöre de dikey bir derinlik kazandıracaktır.

Dağıtım kanalı olarak etkin kullanıldığında büyük faydalar sağlamakla birlikte, hiçbir zaman profesyonel acentelerin alternatifini oluşturulmaması gerektiği değerlendirilmelidir.

#### Kaynakça:

- Altuntepe, Derya (2008), “Bankasürans Potansiyeli Bankaların Sigorta Şirketlerini Hareketlendirdi”, *Banka&Sigorta Dergisi*, Ağustos 2008.
- Fenelon, Sara (2003), “Bancassurance Across The Globe”, *Scor Technical Newsletter*, France.
- Karacan, Ali İhsan (1994), *Sigortacılık ve Sigorta Şirketleri*, Bağlam Yayıncılık, İstanbul.
- SDK (2007), *Türkiye’de Sigortacılık Ve Bireysel Emeklilik Faaliyetleri Hakkında Rapor*, Hazine Müsteşarlığı Sigortacılık Denetleme Kurulu, Ankara.
- SDK (2009), *Türkiye’de Sigortacılık ve Bireysel Emeklilik Faaliyetleri Hakkında Rapor*, Hazine Müsteşarlığı Sigortacılık Denetleme Kurulu, Ankara.
- Wong, Clarence ve M. Barnshaw, L.Bevere (2007), *Bancassurance: Emerging Trends, Opportunities and Challenges*, Swiss Reinsurance Co., Switzerland.
- (<http://www.icwai.org/icwai/knowledgebank/fm41.pdf>: 2008)

**Bülent KARAN**  
**Genel Müdür Yard.**  
**Halk Sigorta A.Ş.**

# Yabancı Basından SEÇMELER

## *Japonya Depremi*

**1** 1 Mart 2011 tarihinde Honshu Adası'nın kuzeydoğu kıyısında, Tokyo'ya 230 mil uzaklıktaki Sendai şehrini vuran 9 büyüklüğündeki deprem ve sonrasında tsunami, çok sayıda can kaybına ve özellikle kıyı bölgelerinde olmak üzere çok maddi hasara neden olmuştur. Kaydedilmiş depremler arasında dünyada dördüncü, Japonya'da ise en büyük olan bu deprem ve hemen sonrasında meydana gelen tsunami, Japon nüfusunun yaklaşık %10'unu, diğer bir deyişle 10 milyon insanı doğrudan etkilemiştir.

Mal, Nakliyat, Motorlu Araç ve Hayat Sigortaları'nı büyük ölçüde etkilemesi beklenen depremin dünya reasürans piyasalarını ne ölçüde etkileyeceği konusunda kesin bir rakam vermek için henüz çok erkendir; bunun yanı sıra, üretime ara vermek zorunda kalan, elektronik eşya ve cihaz,

otomobil fabrikaları, petrol rafinerileri ve büyük tedarik zincirlerinin uğramış olduğu kâr kayıpları ile ilgili olarak da büyük belirsizlikler söz konusudur. Ancak, meydana gelen hasar, Japon devletinin yanı sıra, sigorta ve reasürans piyasaları tarafından karşılanabilecek boyuttadır ve herhangi bir mali yetersizlik sorunu yaşanması zayıf bir ihtimal olarak değerlendirilmektedir.

Japonya'daki deprem ve sonrasında meydana gelen tsunaminin neden olduğu hasar; konutlar, sınai ve ticari işletmeler ve nükleer tesisler açısından incelendiği takdirde, aslında uluslararası reasürans piyasalarını etkileyecek rakamın çok da ürkütücü olmaya çağrı ortaya çıkmaktadır.

Japonya'da konutlar için düzenlenen standart yangın poliçelerinde, deprem teminatı verilmemekte, deprem ve tsunami riskleri, bir zeyilname ile temin-

nata dâhil edilmektedir. Sigorta şirketleri tarafından deprem ve tsunami tehlikesine karşı düzenlenen poliçeler, %100 olarak devlet tarafından idare edilen, JER (Japanese Earthquake Reinsurance Corporation) adlı kuruluşa devredilmektedir. Bu Sistemin reasürans programında özel sigorta şirketleri de bulunmakla birlikte, program büyük ölçüde Japon devletinin teminatı altındadır. Depremi takip eden yangın tehlikesi ise, JER'in kapsamında olmayıp, özel sigorta şirketleri tarafından teminat altına alınmakta ve şirketlerin reasürans anlaşmalarıyla korunmaktadır. Ancak, burada belirtilmesi gereken önemli bir husus, konutlara yönelik radyoaktif bulaşmadan kaynaklanan hasarların kesinlikle teminat harici olmasıdır.

Ticari ve endüstriyel tesisler ise, deprem ve depremi takip eden tsunami ile yangın tehlikelerine karşı sigorta te-

minatı altındadır ve bu tür riskler, dünya reasürans piyasalarına plase edilmektedir. Daha önce de belirtildiği gibi, meydana gelen fiziki hasar, büyük reasürans şirketleri ve uluslararası modelleme şirketleri tarafından belli bir yere kadar tahmin edilebilmekte, ancak üretim durmasına bağlı olarak meydana gelebilecek kâr kaybına ilişkin tazminat talepleri konusunda önemli belirsizlikler söz konusudur.

1961 tarihli Japanese Nuclear Act'e göre doğal afetler nede-

niyle nükleer tesis ve reaktörlerde meydana gelen tüm hasar ve buradan kaynaklanan sorumluluklar Japon devletinin garantisi altındadır. Bu çerçevede, Fukuşima'daki nükleer tesiste deprem ve tsunamiye bağlı olarak yaşanan ve yüz binlerce kişinin bölgeden tahliye edilmesine neden olan problemlerin sigorta ve reasürans piyasaları için bir sorumluluk doğurması, dolayısıyla herhangi bir hasar ödemesi beklenmemektedir. Nihayet, 11 Mart 2011 tarihinde meydana gelen

deprem ve tsunami afetinin neden olduğu sigortalı hasar miktarının, ekonomik hasarın büyüklüğü göz önüne alındığı takdirde, çok büyük bir rakama ulaşmayacağı, ancak 11 Eylül Dünya Ticaret Merkezi (İkiz Kuleler) veya Katrina kasırgasının neden olduğu hasar miktarından da daha az olmayacağı belirtilmektedir.

**Y. Kemal ÇUHACI**

## *Cevap Rüzgârda*

**G**erek planlama, gerekse kurulum aşamasındaki rüzgâr, güneş, hidroelektrik ve biyotermal enerji projeleriyle dünya genelinde büyük miktarda yatırım, Yenilenebilir Enerji kaynaklarına yönelmektedir. 2010 yılında sektöre yapılan global ölçekte yatırım tutarının geçen yıla göre %23 oranında artış göstererek yaklaşık 200 milyar ABD Dolarına ulaştığı tahmin edilmektedir.

Avrupa'da hâlihazırda temiz (yeşil) enerji projelerine devlet veya özel sektör kanalıyla yapılan yatırımların büyük bir kısmı offshore rüzgâr

enerji çiftliklerine yönelmiş durumdadır. Avrupa, 9 ülke ve 38 offshore projesi kapsamında 828 türbin ve toplam 2,056 mw enerji kapasitesiyle offshore rüzgâr enerji üretimi konusunda dünya lideridir. Bu kapasitenin %44'ü İngiltere tarafından üretilmektedir. İngiltere'nin, hâlihazırdaki 336 offshore türbin ve 32 gw (gigawatt) kapasitelik yeni enerji üretim planıyla liderliğini sürdürmesi beklenmektedir. Charles Taylor Enerji Bölümü eksper Matthew Yau'ya göre İngiltere kıta sahanlığı üzerinde yer aldığı için etrafında yaklaşık 200 deniz mili genişliğinde nispeten sığ su

bulunmaktadır; bu da offshore rüzgâr üretim çiftlikleri açısından ideal bir konum yaratmaktadır.

London Array inşa aşamasındaki en önemli projelerden biridir. Bu rüzgâr çiftliği Kent ve Essex kıyılarının 20 km açığında Thames'in Kuzey Denizi'ne açıldığı noktada, E.ON, Dong Energy ve Masdar gibi Yenilenebilir Enerji üretim firmalarının ortak girişimi ile inşa edilmektedir. Tam kapasite ile faaliyete geçtiğinde, 341 türbinle 230km<sup>2</sup>'lik bir alana güç sağlayacağı ve yaklaşık 1000 mw'lık (1gw) elektrik üreteceği tahmin edilmektedir.

Bu miktar İngiliz Hükümetinin 2015 sonuna kadar yenilenebilir kaynaklardan elde edilen enerjinin tüm elektrik üretimi içindeki payı olarak hedeflenen %15,4'lük oranın yaklaşık %7'lik kısmıdır. 4 yılda tamamlanması öngörülen proje uyarınca kıyı ve denizde trafo- ların kurulması ve türbinleri ana şebekeye bağlayacak yüz- lerce kilometre kablunun deniz altında döşenmesi gerekmektedir. Enerji çiftliğinin 40 yıl hizmet vermesi tasarlan- dığı için, kablolar uzun süre da- yanabilmeleri amacıyla 0,5 ila 3m arası derinliğe gömülme- ktedir.

Bu kadar iddialı ve daha önce test edilmemiş büyük- lükte olan bu proje, pek tabii birçok riski de barındırmakta- dır. 1.9 milyar Sterlin bedelli rüzgâr parkının en az %50'lik sorumluluğunun sigorta piya- sası tarafından üstlenildiği tahmin edilmektedir. Müteah- hit ve yatırımcılar son yıllarda büyük patlama gerçekleştiren Yenilenebilir Enerji piyasası- na sermaye aktarabilme fırsat- larını araştırırken; sigortacılar yüksek düzeyde sektörel uz- manlık ve bilgi gerektiren ve son derece karmaşık teknolo- jiyeye sahip rüzgâr enerjisi giri- şimlerine çekinerek teminat vermek durumunda kalmışlar- dır. Temiz enerji sektöründe yaşanan gelişmeler ister iste- mez sigorta piyasalarında Ye- nilenebilir Enerji konusunda uzmanlaşmış yeni bir grubun oluşumuna yol açmıştır. Son

beş yıl içinde, Ascot Renewco, Munich Re, RSA Global Renewable Energy, GCube ve Sciemus'un da yer aldığı gi- derek artan sayıda sigorta şir- keti; rüzgâr, güneş veya daha farklı yeşil enerji riskleri ko- nusunda sigorta uzmanların- dan oluşmuş özel birimler kurmuştur.

Offshore rüzgâr enerjisi risklerinin büyük bir kısmı projenin inşaatı sırasında ger- çekleşmektedir. Matthew Yau, pervane kanatlarının taşınma sırasında tahribata uğraması- nın yanı sıra, sualtı kablolarını döşeyen su araçlarının da bazı hasarlara neden olduğunu be- lirtmektedir. Yau açıklama- sında bu tür inşaatların lojisti- ğinin çok daha karmaşık ol- duğu; projede yalnızca rüzgâr- la değil, devamlı değişen bir ortam olan denizle de müca- dele edildiğinden, okyanus ve muhteviyatının inşaatın temel- lerini etkileyecek apayrı bir dinamik yarattığını vurgula- maktadır.

Bir başka büyük risk ise özellikle temellerin tasarımı- la ilgilidir. Yau, temel inşaa- sında yaygın olarak kullanılan "mono-pile" tek kazıklı/kule sisteminden yararlandığını; ancak son zamanlarda bazı so- runlar tespit edilmesi nedeni- le dolgu bağlantı tasarımının mercer altına alındığını ifade etmektedir. Henüz kaç türbine yeniden dolgu yapılması ge- rektiği kesinleşmemiştir; fakat bu sürecin epey maliyetli ola- cağı tahmin edilmektedir.

Yau, bir yöntemle göre 50 tür- binin sabitleme maliyetinin 10 milyon Sterlin, bir diğer yön- teme göre ise bu maliyetin 30- 40 türbin için 20 milyon Ster- lin olabileceğini ifade etme- ktedir. Yau açıklamasında, te- mellerin tasarımı konusunun ana risklerden biri haline ge- leceğini düşündüğünü ve pi- yasanın sorundan ancak yeni yeni haberdar olduğunu be- lirtmektedir. Bununla beraber türbinlerin faaliyet aşaması- da büyük hasarlar meydana gelmediği ve türbinlerin ken- dilerinde hayati bir sorun or- taya çıkmadığı için, söz konu- su hasarlar yalnızca inşaat ve bir ölçüde iş durması hasarları olacaktır.

İnşaat aşamasındaki en önemli risklerden biri de deniz dibinde millerce kablo dö- şenirken maruz kalınacak ha- va ve su şartlarıdır. 1,5-2 met- relik dalgalarla kaplı bir deniz, hem inşaat hem de kablo döşeme faaliyetlerinin kesintiye uğramasına neden olacaktı- r. Deniz tabanına kablo dö- şenmesiyle ilgili bir diğer risk ise mavna veya benzer su ta- şıtlarının çipalarıyla kabloları tahrip etme ihtimalidir. Şu ana kadar sigorta şirketlerinin kablo döşeme işleriyle ilgili sorumlulukları yüksek muafi- yetler nedeniyle asgari sevi- yede kalmıştır; dolayısıyla bu risk henüz gündemde değildir. Ancak Matthew Yau inşaat sürecinin en büyük riskinin hiç kuşkusuz kablo döşeme işi olduğunu ve projelerde gerçek

tehlike ve en büyük riskin bu süreçte ortaya çıkabileceğini belirtmektedir.

Offshore rüzgâr çiftliklerinin faaliyet sırasında karşılaşılabilecekleri ve proje açısından en maliyetli olabilecek diğer bir risk ise kıyı ve offshore trafoların tahribata uğramasıdır. Bu durumda günlük maliyeti 700,000 dolar civarında olan ağır vinçli tamir teknelerinin kullanılması gerekecektir. Yau'ya göre parkta üretilen enerjinin her bir offshore trafodan geçerek iletilmesi, dolayısıyla tek bir trafo tahribatının üretimin tümünü etkilemesi nedeniyle yüksek miktarda iş durması hasarı da söz konusu olabilir. Hasar halinde, iş durması yükümlülükleri piyasada kolay bulunmayan kablo birleştirici ve tamir teknelerinin bulunup tamiratın yapılmasına kadar geçen süre kaybı da söz konusu olacağı için, daha da artacaktır.

RAS, Yenilenebilir Enerji Bölümü Başkanı Mark Potter'a

göre faaliyet aşamasında kötü hava ve deniz şartlarına bağlı daha başka riskler de söz konusu olabilir. Potter, "Kıyının 15-20 km açığındaki çok büyük türbinler söz konusu olduğunda pek çok faktör devreye girer. Rüzgâr türbininin bakımının yapılması denizin ortasına insan göndererek gerekli tamirin yaptırılması anlamına gelmektedir; bu da büyük bir iş durması yükümlülüğü riski içermektedir. Ayrıca denizdeki şartlar karaya göre çok daha zorlu olduğundan, rüzgâr türbinleri hava olaylarından kaynaklanan hasarlara daha fazla maruz kalacaklardır." açıklamasında bulunmuştur.

Rüzgâr enerjisi sigorta sektörünün diğer yeşil enerji kaynaklarına göre daha fazla aşına olduğu, dolayısıyla daha kolay teminat verebildiği bir teknolojidir. Öte yandan yeni kuşak güneş panelleri ve rüzgâr türbinleri gibi denenmemiş ve fazla bilinmeyen tek-

nolojiler söz konusu olduğunda sigorta piyasası riski üstlenmek konusunda tedirginlik yaşamaktadır. Kimi sigorta şirketleri test edilmemiş ürünlere teminat vererek, Yenilenebilir Enerji üreticilerinin araştırma geliştirme maliyetlerine katılma fikrine sıcak bakmamaktadır. Potter geçmiş performansın sektör açısından büyük önem taşıdığını; ancak yenilikçi bir sektörde piyasaya sürekli olarak yeni oyuncular gireceğini, sektörün yeni teknolojiler ve üreticiler ortaya çıktıkça onları değerlendirebilecek uzmanlıkta mühendis kadrosu ve derin bir teknik altyapı oluşturması gerektiğini vurgulamaktadır.

**The Journal,  
Aralık 2010, Ocak 2011  
Çeviren:  
Güneş KARAKOYUNLU**



# İ N D E K S

## ( S a y ı 71 - 80 )

### SİGORTA VE REASÜRANS

Subprime Krizi, Kurumsal Risk Yönetiminin İşe Yaramadığını Kanıtladı Diyebilir miyiz?.....	Sayı 71, sayfa: 18 - 20
Retrosesyon.....	Sayı 71, sayfa: 21 - 24
Mali Yeterlilik II (Solvency II) Sistemine İlişkin Son Gelişmeler .....	Sayı 72, sayfa: 11 - 14
Reasürans Sektörünün Yeni Yapısı .....	Sayı 72, sayfa: 21 - 24
Sigorta ve Reasürans Şirketlerinin 2009 Yılında Dikkate Alması Gereken On Konu.....	Sayı 72, sayfa: 25 - 31
Son On İki Ayda Reasürans Şirketlerini Etkileyen Temel Faktörler .....	Sayı 72, sayfa: 32 - 35
Maliyet Açısından Sigorta Hizmetinin Fiyatlandırılması.....	Sayı 73, sayfa: 5 - 15
Solvency II’de Modelleme: Standart ve İç Modeller .....	Sayı 73, sayfa: 16 - 20
Niyetin Gerçeğe Aykırı Şekilde Beyan Edilmesi: İki Trete ve Bir Zeyilname.....	Sayı 73, sayfa: 21 - 23
Hasar Tasfiye Sürecinde Sigorta Şirketinin İhmali ve İyi Niyetli Olmamasının Neden Olabileceği Sonuçlar .....	Sayı 73, sayfa: 24 - 26
Sigorta Şirketlerinin Müşterilerini İzleme Yükümlülükleri.....	Sayı 74, sayfa: 20 - 22
ABD’de Hasar Ödemelerinin Takibi Prensibi .....	Sayı 75, sayfa: 26 - 29
Solvency II - Son Gelişmeler .....	Sayı 75, sayfa: 30 - 32
Türk Sigorta Piyasasında 2010 Yılı Reasürans Yenilemeleri.....	Sayı 76, sayfa: 4 - 6
Sigortalının Taahhüdüne İlişkin Maddeler: Hassasiyetle Yaklaşılması Gereken Bir Konu.....	Sayı 76, sayfa: 24 - 26
Yapılandırılmış Risk Transferi.....	Sayı 76, sayfa: 27 - 31
Küresel Finansal Krizin Sigorta Sektörüne Yansımaları .....	Sayı 77, sayfa: 4 - 15
Sermaye Yeterliliğinin Ölçülmesinde Reasürans Riski .....	Sayı 77, sayfa: 16 - 23
Portföy Sigortacılığı.....	Sayı 77, sayfa: 33 - 35
Türkiye’de Sigorta Sektörü ve Risk Yönetimi .....	Sayı 78, sayfa: 14 - 32

Türk Sigorta Piyasasında 2011 Yılı Reasürans Yenilemeleri .....	Sayı 80, sayfa: 4 - 5
Banka Sigortacılığı: Bir Swot Analizi .....	Sayı 80, sayfa: 11 - 21

## YANGIN SİGORTALARI

Yükselen Sular .....	Sayı: 75, sayfa: 33 - 35
Türk Sigorta Piyasasında Kâr Kaybı Uygulamaları .....	Sayı: 77, sayfa: 24 - 26
Şili Depremi - Kötü Başlayan Yıl .....	Sayı: 77, sayfa: 27 - 32
Büyük Depremler .....	Sayı: 78, sayfa: 37 - 39
Bilinmeyen Sular .....	Sayı: 79, sayfa: 35 - 37
Japonya Depremi .....	Sayı: 80, sayfa: 22 - 23

## NAKLİYAT SİGORTALARI

Institute Cargo Clauses (1.1.2009) .....	Sayı 71, sayfa: 4 - 8
Institute Cargo Clauses'daki Değişiklikler .....	Sayı 72, sayfa: 15 - 20
Tekne İnşaat Sigortalarında Değişen Özel Şartlar: London Marine Construction All Risks	
Kirli Sular .....	Sayı 73, sayfa: 27 - 31
Wording (01.09.2007).....	Sayı 74, sayfa: 4 - 16
Fidye Teminatı .....	Sayı 74, sayfa: 26 - 27

## KAZA SİGORTALARI

Yeşil Kart Sigortası .....	Sayı 72, sayfa: 4 - 10
Kasko ve Trafik Sigortaları Kârlılık Değerlendirmesi.....	Sayı 76, sayfa: 7 - 23
Trafik Sigortaları'nda Ödül-Ceza Sistemi Üzerine Bir Uygulama.....	Sayı 78, sayfa: 4 - 13
Trafik Sigortası Hasarlarında Eşdeğer Parça Kullanımı Sorunu ve Çözüm Önerileri .....	Sayı 80, sayfa: 6 - 10

## MÜHENDİSLİK SİGORTALARI

Hidroelektrik Santral Sigortaları.....	Sayı 74, sayfa: 17 - 19
--	-------------------------

## HAYAT VE SAĞLIK SİGORTALARI

Hayat Sigortası Şirketlerinde ve Emeklilik Şirketlerinde Finansal Risklerin Yönetimi ..... Sayı: 79, sayfa: 4 - 25

## KREDİ SİGORTALARI

Kriz Sonrası Kredi Sigortası ..... Sayı 75, sayfa: 17 - 25

## GENEL

Asya'nın Uyanan İki Devi-Çin ve Hindistan ..... Sayı 71, sayfa: 9 - 17  
Kuruluşundan Bugüne Millî Reasürans T.A.Ş. .... Sayı 73, sayfa: 4  
Küresel Salgın Riski..... Sayı 74, sayfa: 23 - 26  
Örgütsel Yaşamda Risk Kavramı ve Analizi Üzerine..... Sayı 75, sayfa: 4 - 16  
Politik Risk Bakımından Tehlikeli Bölgeler..... Sayı 78, sayfa: 33 - 36  
Sermaye Riskinin Ölçülmesinde Aktif Riski ..... Sayı 79, sayfa: 26 - 34  
İklim Değişikliği ..... Sayı 79, sayfa: 38 - 39  
Cevap Rüzgarda ..... Sayı 80, sayfa: 23 - 25