



**KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
SİGORTACILIK VE SOSYAL GÜVENLİK ANABİLİM DALI  
İNSAN KAYNAKLARI VE SOSYAL GÜVENLİK TEZLİ YÜKSEK LİSANS  
PROGRAMI**

**SİGORTA TALEBİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER: KONYA İLİ ÖRNEĞİ**

**Said Sami SÖNMEZ**

**Yüksek Lisans**

**KONYA  
Ağustos 2021**

# SİGORTA TALEBİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER: KONYA İLİ ÖRNEĞİ

Said Sami SÖNMEZ

KTO Karatay Üniversitesi  
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü  
Sigortacılık ve Sosyal Güvenlik Anabilim Dalı  
İnsan Kaynakları ve Sosyal Güvenlik Tezli Yüksek Lisans Programı

Yüksek Lisans

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ATILGAN

Konya  
Ağustos 2021

## BİLDİRİM

Enstitü tarafından onaylanan Yüksek Lisans tezimin tamamını veya herhangi bir kısmını basılı veya dijital biçimde arşivleme ve aşağıda belirtilen koşullar dahilinde erişime açma iznini KTO Karatay Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle, Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak ve gelecekteki çalışmalar (makale, kitap, lisans, patent vb.) için tezimin tamamının veya bir bölümünün kullanım hakları yalnızca bana ait olacaktır.

Tezimin bütünüyle kendi çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izinle kullanılması zorunlu olan kaynakları, yazılı izin alarak kullandığımı ve istenildiğinde izinlerin suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayımlanan “Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge” kapsamında, tezim, aşağıda belirtilen koşullar haricince, YÖK Ulusal Tez Merkezi ve KTO Karatay Üniversitesi Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

Enstitü / Fakülte Yönetim Kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 2 yıl ertelenmiştir.<sup>1</sup>

Enstitü / Fakülte Yönetim Kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren ... ay ertelenmiştir.<sup>2</sup>

Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir.<sup>34</sup>

25 Ağustos 2021

---

**Said Sami SÖNMEZ**

---

<sup>1</sup> MADDE 6(1) Lisansüstü tezle ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.

<sup>2</sup> MADDE 6(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.

<sup>3</sup> MADDE 7(1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

<sup>4</sup> MADDE 7(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

## ETİK BEYAN

KTO Karatay Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Hazırlama ve Yazım Kurallarına uygun olarak Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ATILGAN danışmanlığında tarafımdan üretilen bu tez çalışmasında; sunduğum tüm veri, enformasyon, bilgi ve belgeleri bilimsel etik kuralları çerçevesinde elde ettiğimi, tüm değerlendirme, analiz, bulgu ve sonuçları bilimsel usullere uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım kaynakların tümüne bilimsel normlara uygun biçimde atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, tezimin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

25 Ağustos 2021

---

**Said Sami SÖNMEZ**

## TEŞEKKÜR

Lisansüstü eğitimime başladığım ilk günden itibaren elini sürekli üzerimde hissettiğim, tezimin her aşamasında gerek birikiminden gerekse tecrübelerinden faydalandığım çok değerli danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ATILGAN'a teşekkürü bir borç bilirim.

Ayrıca tez savunma jürisinde yer alarak tezimi değerlendiren ve kıymetli katkılarını esirgemeyen Doç. Dr. Erdem KIRKBEŞOĞLU ve Doç. Dr. Özgür AKPINAR'a teşekkürlerimi sunmak isterim.

Tez sürecinin her aşamasında ihtiyaç duyduğum her an yardımlarını esirgemeyen kıymetli dostum Ahmet AKAR'a teşekkürü borç bilirim.

Eğitim hayatımın her aşamasında bana inanan ve güvenen ayrıca tez çalışmamın başından sonuna kadar beni yüreklendiren aileme minnet duygularımı belirtmek isterim.  
Ağustos, 2021

Said Sami SÖNMEZ

## ÖZET

Said Sami SÖNMEZ

Sigorta Talebini Etkileyen Faktörler: Konya İli Örneği

Yüksek Lisans

Konya, 2021

Sigortacılık alanında bir talep eden bir de talep edilen olmak üzere iki unsur vardır. Sigorta sektörü talep edilen konumda olurken, bu sektörden beklentileri olan karşı tarafı talep edenler oluşturmaktadır. Olası gelişmelere göre hızlı ve dinamik hareket edebilen sektör talep eden tarafın isteklerini karşılamanın yanında, yeni önerilerle talebin yaratılması yoluna gitmektedir. Sigorta talebinde bulunanlar aslında örtük manada olası risklerden doğacak olan zararın tazminine ya da vaat edilen teminat altına alınma işlemine/güvenceye talip olmaktadır. Bu durum aynı zamanda sigorta talebinde bulunanların gerek yatırım gerekse finansal açıdan gelir düzeylerinin artması oranında risklerin de artacağını dolayısıyla sigorta taleplerinin de buna paralel artış göstereceğini ortaya koymaktadır. Sigortacılık sektörünün her geçen gün gelişmesiyle birlikte sigortaya olan talep de artmaktadır. Sigorta şirketleri, sigorta talebinde bulunanların istek ve arzularını göz önünde bulundurduğu gibi, bu talepler doğrultusunda daha kaliteli hizmet ve poliçe üreterek sigortalılık oranını artırmaları beklenmektedir. Bu durum aynı zamanda talebi etkileyen faktörlerin farkındalığını da beraberinde getirmektedir.

Bu çalışmada, sigorta talebini etkileyen ekonomik ve sosyo-kültürel faktörlerin değerlendirilmesi yanında, Konya halkının sigortayı tercih etme olasılıklarında etkili olan faktörlerin neler olduğu sorusuna cevap aranmıştır. Talebi etkileyen faktörlerin belirlenmesinin yanında, Konya ili örnek alınarak, 2021 yılı “Sigorta Talebine Etki Eden Faktörler Anketi” verileri doğrultusunda incelenmiştir. Bu nedenle sigorta talebini etkileyen faktörlerin analizi için nitel modellerinden biri olan anket uygulama yöntemi tercih edilmiştir. Elde edilen bulgulara ve ulaşılan sonuçlara göre, aylık gelir durumunun yüksek olması sigortalı olma olasılığını artırmaktadır. Konya evreninde sigorta talebini etkileyen dini faktörlerin kişilerin yaşları ile farklılık gösterdiği özellikle 32-38 yaş aralığındaki bireylerde dini faktörün etkili olduğu tespit edilmiştir.

### **Anahtar Kelimeler**

Sigorta, sigorta talebi, tüketici davranışları, dini faktörler

## **ABSTRACT**

Said Sami SÖNMEZ

Factors Affecting Insurance Demand: The Case of Konya

Master's

Konya, 2021

The field of insurance includes two components, the claimant and the demanded. While the insurance sector is in a requested position, the counterparty who has expectations from this sector is the demanders. In addition to meeting the demands of the requesting party, the sector that can operate quickly and dynamically according to possible developments proceeds in the direction of creating demand with new proposals. In fact, those who claim the insurance aspire to indemnify the damage that may arise from the possible risks in the implicit meaning or to take the promised guarantee/assurance. This situation also indicates that the risks will increase in proportion to the increase in the income level of the insurance claimants, both in terms of investment and financial therefore, insurance claims will increase correspondingly with this.

With the development of the insurance sector day by day, the demand for insurance is also increasing. Insurance companies take into consideration the requests and desires of those who claim insurance, and they are expected to increase the insurance rate by producing better quality services and policies in line with these demands. This situation also brings about the awareness of the factors affecting the demand. In this study, besides the evaluation of the economic and socio-cultural factors affecting the insurance demand, an answer was sought to the question of what factors are effective in the probability of individuals living in Konya to prefer insurance. In addition to determining the factors affecting the demand, the Konya sample was examined in line with the data of the 2021 "Factors Affecting the Insurance Demand Survey". For this reason, the survey method, which is one of the qualitative models, was preferred for the analysis of the factors affecting the insurance demand. According to the findings and results, having a high monthly income increased the probability of carrying insured. It has been determined that the religious factors affecting the insurance demand in Konya differ with the age of the people, especially in the 32-38 age range, the religious factors are effective.

### **Keywords**

Insurance, insurance demand, consumer behaviors, religious factors

## İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY .....	i
BİLDİRİM .....	ii
ETİK BEYAN .....	iii
TEŞEKKÜR.....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT .....	vi
İÇİNDEKİLER .....	vii
TABLolar DİZİNİ .....	x
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xii
GRAFİK DİZİNİ.....	xiii
KISALTMALAR DİZİNİ.....	xiv
1.GİRİŞ .....	1
2.SİGORTANIN TANIMI, ÖNEMİ VE TÜRK SİGORTA SEKTÖRÜ.....	2
2.1.Sigortanın Tanımı.....	2
2.2.Sigortanın Önemi .....	3
2.3.Sigortanın İşlevleri .....	3
2.3.1.Makro İşlevleri.....	4
2.3.1.1.Etkin Bir Tasarruf Kaynağı Olma İşlevi .....	5
2.3.1.2.Ekonomik Krizleri ve Kayıpları Önleyici İşlevi .....	5
2.3.1.3.Uluslararası Ticareti Geliştirme İşlevi .....	6
2.3.1.4.Vergi Kaynağı Olma İşlevi .....	6
2.3.1.5.İstihdama Katkı sağlama İşlevi .....	6
2.3.1.6.Kredi Sağlama İşlevi .....	7
2.3.2.Mikro İşlevi .....	7
2.3.2.1.Girişimcinin Kararlarını Etkiler .....	8
2.3.2.2.Sigorta Toplumda Dayanışmayı Sağlar .....	8
2.3.2.3.Atıl Duran Sermayeyi Minimuma İndirme İşlevi .....	9
2.3.2.4.Sosyal Güvenliğe Katkı Sağlama İşlevi.....	9



2.4.Sigorta Türleri .....	9
2.4.1.Sosyal Sigorta .....	9
2.4.2.Özel Sigorta .....	10
2.4.2.1.Hayat Dışı Sigortalar .....	11
2.4.2.2.Hayat Sigortaları .....	19
2.5.Türk Sigorta Sektörü .....	19
2.5.1.Türkiye’ de Sigortacılığın Tarihsel Gelişimi .....	19
2.5.2.Türkiye’ de Sigorta Sektörünün Durumu .....	23
3.SİGORTA TALEBİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER .....	29
3.1.Sigorta Talebi .....	29
3.2.Sigorta Talebini Etkileyen Faktörler .....	30
3.2.1.Ekonomik Faktörler .....	30
3.2.1.1.Gelir Düzeyi .....	32
3.2.1.2.Prim Fiyatı .....	35
3.2.1.3.Enflasyon .....	38
3.2.1.4.Faiz Oranları .....	41
3.2.2.Sosyo-Kültürel Faktörler .....	43
3.2.2.1.Tüketici Davranışı .....	44
3.2.2.1.1.Tüketici Kavramı, Özellikleri ve Sosyo-Ekonomik Faktörler .....	44
3.2.2.2.Eğitim Seviyesi .....	50
3.2.2.3.Reklam .....	52
3.2.2.4.Din .....	56
4.SİGORTA TALEBİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER KONYA ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA .....	62
4.1.Araştırmanın Konusu .....	62
4.2.Araştırmanın Amacı .....	62
4.3.Araştırmanın Önemi .....	62
4.4.Araştırmanın Varsayımları .....	62
4.5.Araştırmanın Sınırlılıkları .....	63
4.6.Araştırmanın Yöntemi .....	63

4.6.1. Anket Formunun Oluşturulması .....	63
4.6.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	64
4.6.3. Verilerin Analizi .....	64
4.7. Araştırma Ölçeklerinin Geçerliliği ve Güvenilirliği .....	64
4.8. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri.....	65
4.9. Araştırmanın Bulguları.....	67
4.9.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri ile İlgili Bulgular.....	67
4.9.2. “Sigorta poliçesi satın aldınız mı?” Sorusuna İlişkin Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları.....	69
4.9.3. “Neden Poliçe Yaptırdınız?” sorusuna ilişkin Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları .....	69
4.9.4. “Aşağıdaki sigorta türlerinden hangilerini yaptırdınız?” sorusuna ilişkin Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları .....	70
4.9.5. “Sigorta satın aldığınız kanallar hangileridir?” Sorusuna İlişkin Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları .....	72
4.9.6. “Hangi durumların sağlanması size bir veya birden fazla branşta sigorta yaptırmayı düşündürür?” Sorusuna İlişkin Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları.....	73
4.9.7. “Neden sigorta satın almazsınız?” Sorusuna İlişkin Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları.....	74
4.9.8. “Sigorta yaptırırken nelere dikkat edersiniz?” Sorusuna İlişkin Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları .....	75
4.10. Araştırma Hipotezlerinin Kabul/Red Durumu .....	89
5. SONUÇ .....	91
KAYNAKLAR .....	94
ÖZGEÇMİŞ .....	104
EK 1. ANKET .....	105
ETİK KURUL.....	107

## TABLolar DİZİNİ

Tablo 1. Sigorta Sektördeki Şirket Sayıları.....	24
Tablo 2. Hayat ve Hayat Dışı Sigorta Yazılan Prim ve Hasar Ödemelerinin Dağılımı (Bin TL) .....	26
Tablo 3. Merkez Bankası ve Hükümet Tarafından Hedeflenen ve Reelde Gerçekleşmiş Olan Enflasyon Oranları .....	40
Tablo 4. Dünya Merkez Bankaları'nın Geçerli ve Tahmini Faiz Oranları .....	42
Tablo 5. Dönemlere Göre Net Okullaşma Oranı (%) .....	51
Tablo 6. Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları.....	64
Tablo 7. Anketi Cevaplayan Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	67
Tablo 8. “Sigorta poliçesi satın aldınız mı?” sorusuna ilişkin Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları .....	69
Tablo 9. “Neden Poliçe Yaptırdınız?” Sorusuna İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler.....	69
Tablo 10. “Aşağıdaki sigorta türlerinden hangilerini yaptırdınız?” Sorusuna İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler .....	70
Tablo 11. “Sigorta satın aldığınız kanallar hangileridir?” Sorusuna İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler.....	72
Tablo 12. “Hangi durumların sağlanması size bir veya birden fazla branşta sigorta yaptırmayı düşündürür?” İfadelerine İlişkin Yüzde, Standart Sapma ve Aritmetik Ortalama Değerleri.....	73
Tablo 13. “Neden sigorta satın almazsınız?” İfadelerine İlişkin Yüzde, Standart Sapma ve Aritmetik Ortalama Değerleri .....	74
Tablo 14. “Sigorta yaptırırken nelere dikkat edersiniz?” İfadelerine İlişkin Yüzde, Standart Sapma ve Aritmetik Ortalama Değerleri .....	75
Tablo 15. Yaş-Dini Boyut.....	76
Tablo 16. Yaş-Dini Boyut Scefte Testi.....	76
Tablo 17. Aylık Gelir – Sigorta Satın Alma .....	77
Tablo 18. Eğitim Durumu- Sigorta Satın Alma .....	78
Tablo 19. Medeni Durum-Poliçe Yaptırma Nedenleri.....	79
Tablo 20. Medeni Durum-Poliçe Yaptırma Nedenleri.....	80
Tablo 21. Medeni Durum-Poliçe Yaptırma Nedenleri.....	80
Tablo 22. Medeni Durumu-Poliçe Yaptırma Nedenleri.....	81
Tablo 23. Medeni Durumu-Poliçe Yaptırma Nedenleri.....	81
Tablo 24. Medeni Durumu-Poliçe Yaptırma Nedenleri.....	82
Tablo 25. Meslek Durumu-Sigorta Satın Alma Kanalları .....	83
Tablo 26. Meslek Durumu-Sigorta Satın Alma Kanalları .....	84

Tablo 27. Meslek Durumu-Sigorta Satın Alma Kanalları .....	84
Tablo 28. Meslek Durumu-Sigorta Satın Alma Kanalları .....	85
Tablo 29. Meslek Durumu-Sigorta Satın Alma Kanalları .....	86
Tablo 30. Cinsiyet-Sigorta Yaptırma Nedenleri .....	87
Tablo 31. Hipotezlere İlişkin Sonuçlar .....	89

## ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. 2019 Yılında Sigorta ve Bireysel Emeklilik Sektörü.....	27
Şekil 2. 2019 Yılında Sigorta ve Bireysel Emeklilik Sektörü.....	27
Şekil 3. 2019 Yılı Konsolide Finansal Büyüklükler .....	28
Şekil 4. Satın Alma Sürecinde Adımlar .....	47
Şekil 5 Maslow'un İhtiyaç Hiyerarşi Piramidi.....	50
Şekil 6. Araştırma Modeli.....	65

## GRAFİK DİZİNİ

Grafik 1. Hayat Dışı Branşa Brüt Pirim Üretimi (2015-2019).....	255
Grafik 2. Hayat Branşa Brüt Pirim Üretimi (2015-2019).....	25
Grafik 3. Türkiye’de GSYH (Milyar \$).....	32
Grafik 4. GSYH Büyüme Oranları (%).....	33

## KISALTMALAR DİZİNİ

AB: Avrupa Birliği

BES: Bireysel Emeklilik Sistemi

DASK: Doğal Afet Sigortaları Kurumu

GSMH: Gayri safi milli hasıla

HATMER: Sigorta Hasar Takip Merkezi

HAYMER: Hayat Sigortası Bilgi Merkezi

HMB: Hazine ve Maliye Bakanlığı

İSTARMER: İstanbul Üniversitesi İstatistik Uygulama ve Araştırma Merkezi

MEB: Milli Eğitim Bakanlığı

SAGMER: Sağlık Sigortası Bilgi Merkezi

SDK: Sigorta Denetleme Kurulu

SGK: Sosyal Güvenlik Kurumu

TCMB: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası

TRAMER: Trafik Sigortaları Bilgi Merkezi

TSB: Türkiye Sigorta Birliği

TTK: Türk Ticaret Kanunu

TÜFE: Tüketici Fiyatları Endeksi

ÜFE: Üretici Fiyatları Endeksi

## 1. GİRİŞ

Sigorta kavramı gerek ekonomik ve gerekse sosyal hayatta güvence kavramını da çağrıştıran yaşamın dinamik ve önemli bir parçası haline gelmiştir. Söz konusu bu güvenceyi oluşturmak, geleceği öngörmek ve öngöremediği belirsizlikler, krizler ve rizikoların gerçekleşmesi sonucu ortaya çıkacak yeni durumlar karşısında önlemler almak sigorta şirketleri için oldukça önemlidir.

Sigortacılık sektörü her geçen gün gelişmekte olup ülke ekonomisine olan katkılarından dolayı vazgeçilmez bir sektördür. Sektörün daha çok gelişimi için talebi etkileyen ekonomik, sosyal ve kültürel faktörlere ilişkin farkındalık oluşturacak çalışmalar yapılması gerekmektedir.

Sigortacılık sektörü açısından talebin yaratılması önemini korurken talep edenler açısından da yeteri kadar sigorta yaptırma bilincine sahip olması gerekmektedir. Sigortacılık sektörünün gelişmesini engelleyen faktörler ile sigorta talebini etkileyen faktörler arasında doğrudan bir ilişki, uyum ve bağlantı olduğu açıktır. Sigortacılık sektörü açısından talebi etkileyen faktörlerin ve tüketici tutumlarının bilinirlik kazanması çalışmanın önemli ölçüde bir değere sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu çalışmada, sigorta talebini etkileyen faktörler ele alınırken Konya ili bağlamında bu faktörlerin etkisi anket uygulama yöntemi ile analiz edilmiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda tanımlayıcı istatistikler, ANOVA, T-TESTİ ve Kİ-KARE testi uygulamalarından yararlanılmıştır.

Çalışma, beş ana bölümden teşekkül etmektedir. Birinci bölüm, giriş bölümüdür. İkinci bölümde, sigortanın kavramsal anlamı, önemi, işlevleri, türleri, Türk sigorta sektörü gibi temel konular ele alınarak bir çerçeve çizilmiştir. Üçüncü bölümde, sigorta talebi, talebi etkileyen ekonomik ve sosyo-kültürel faktörler, tüketici davranışı ve özellikleri ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Dördüncü bölümde ise, Konya ilinde sigorta talebini etkileyen sosyo-ekonomik faktörlerin yanında özellikle dini faktörlerin etkisi ilişkilendirilmeye çalışılmış ve anket uygulama verileri değerlendirilmeye alınmıştır. Sonuç kısmında ise bütüncül bir yaklaşımla sektörün daha iyi bir hizmet ve ürün kalitesi sunabilmesi için talebi etkileyen faktörlere ilişkin bazı önemli tespitlere ve önerilere yer verilmiştir.



## 2. SİGORTANIN TANIMI, ÖNEMİ VE TÜRK SİGORTA SEKTÖRÜ

### 2.1. Sigortanın Tanımı

Sigorta kavramı, insanın risk unsuruyla olan ilişkilerini merkezi konuma alan ve yaşamın bir parçası haline gelen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Her geçen gün daha fazla ilgi gören sigorta kavramı üzerine gelecek yıllarda daha fazla çalışmalara ihtiyaç duyulacaktır. Bu çalışma sigorta kavramının anlaşılması açısından önemlidir. Sigorta kavramının birçok farklı tanımı bulunmasına karşın biz bu çalışmada birkaç tanımı almakla kavramsal çerçeveyi belirlemiş olacağız.

Sigorta; bireylerin birbirine benzeyen veya aynı risklerle karşılaşması, risk yönetimini yapan ve aynı zamanda riski ticari bir faaliyet olarak üstlenen sigorta şirketlerine prim ödemesi karşılığında tarafların belli bir zaman sürecinde teminata alınan herhangi bir riskin meydana gelmesi neticesinde zararın karşılanması için talep hakkına sahip olması olarak tanımlanmaktadır (Alma, 2015, s. 4).

Sigortanın daha kapsamlı bir tanımına değinecek olursak;

Sigorta belirli bir miktar prim ödeme koşuluyla bireyin yaşamının ya da organlarının veya birey ya da kuruluşların parasal olarak ölçülebilir maddi emtialarının ya da üçüncü kişilere olan mesuliyetlerinin, sigorta mevzuatı yoluyla sınırlandırılan kısımlarının karşı karşıya kalabileceği aynı ölçütlerle sınırlı tesadüfî risklerin gerçekleşmesi sonucu oluşan zararlarını, para ile ölçülen maddi varlıklar üzerinden ve meydana gelen hasar nispetinde tazmin ederek sosyo-ekonomik olası sorunları engelleyen ve önleyen yatırımlara transfer edilen fon ve ikrazlarla birlikte ekonomik kaynak yaratan, farklı şekillerde devlet tarafından denetlenen ve düzenlenen işlemler bütünüdür (Eser, 2019, s. 2).

Mevzuat açısından bakıldığında Sigorta kavramı Türk Ticaret Kanunu'nun (T.T.K) 1401. Maddesinde sigorta sözleşmesi isminin geçtiği görülmektedir. İlgili maddede; "Sigorta sözleşmesi sigortacının bir prim karşılığında, kişinin para ile ölçülebilir bir menfaatini zarara uğratan tehlikenin, rizikonun, meydana gelmesi halinde bunu tanzim etmeyi ya da bir veya birkaç kişinin hayat süreleri sebebiyle ya da hayatlarında gerçekleşen bazı olaylar dolayısıyla bir para ödemeyi veya diğer edimlerde bulunmayı yükümlendiği sözleşmelerdir" (T.T.K, 2011).

## **2.2. Sigortanın Önemi**

Küreselleşmeyle beraber risklerin ve belirsizliklerin giderek artması, bu konuda alınacak tedbirler ve uygulanacak çözümler açısından sigorta bir kat daha önem kazanmaktadır.

Sigortacılık faaliyetleri, sağlamış olduğu yararların yanı sıra öngörülemeyen ve karşılaşması muhtemel risklere karşı hem bireyleri hem de kurumları koruma açısından büyük önem arz etmektedir. Sigorta olası belirsizlikleri ve azami oluşan kayıpların etkisini mümkün olduğu kadar en aza indirerek yeni yatırımlar, rekabet gibi mali ve ekonomik gelişmelerde önemli bir rol oynamaktadır. Aynı zamanda sigorta firmaları emeklilik fonlarının yanında hisse senedi ve tahvil gibi piyasalardaki büyük kurumsal yardımcılarıdır. Bu nedenle sigorta şirketlerinin ve sigorta ürünlerinin piyasada yer alması ekonomik büyümenin sürdürülebilir olmasında vazgeçilmez bir unsurdur (Hızlan, 2019, s. 3).

Ülkemizdeki mali sistemler ve bunların içerisindeki fon arz edenler ile fon talebinde bulunanlar arasında oluşan bağlantıyı üzerine alan aracı kuruluşlar yer almaktadır. Ülkemizde mali sistem içerisinde yer alan aracı kuruluşlar en yaygın olanı bankalardır. Fon arzında bulunanlar ile talebinde bulunanlar arasındaki fon aktarımlarının büyük bölümü bankalar vasıtası ile gerçekleşmesine rağmen, sigorta firmalarının da bu transferlerdeki rolü yadsınamaz. Gelişmekte olan ülkelerin ekonomileriyle birlikte sigorta sektörünün de aynı doğrultuda gelişim gösterdiği görülmektedir. Sigorta bireylerin ve kurumların güvence olarak düşündükleri ve muhtemel risklere karşı muhafaza etmek için bir takım tasarrufa yöneldikleri bir sistemdir. Bu tasarruflar değişik yöntemler yatırımcılara kaynak sağlamada önemli rol oynamaktadır (Alpay, 2001, s. 35).

Sigortanın önemi sosyal bakımdan değerlendirildiğinde, risklerini en aza indirmek ve oluşabilecek tehlikelere karşı kurumlar ve kuruluşlar sigorta faaliyetlerinden yararlanmak için prim ödemektedir. Bu açıdan bakıldığında artan prim ödemeleri ile oluşan fon havuzları ile ülke ekonomisine olan katkısı büyüktür (Hızlan, 2019, s. 3).

## **2.3. Sigortanın İşlevleri**

Sigorta ve sigortacının toplamış olduğu primler ekonomide kaynak görevi görmektedir. Sigorta, sigortalının gelirlerinden ayırıp ödedikleri primleri tekrar ekonomiye

kazandırarak dönüşüm işlevi görmektedir. Sigorta etki alanları dikkate alınarak bakıldığında iki işleve sahiptir. Bunlar;

- Makro İşlevleri
- Mikro İşlevleri

Ülkemizde yaşanan ekonomik ve teknolojik gelişmeler ile sigorta sektöründe de geniş sigorta ürünleri ortaya çıkmakla birlikte sigortanın gelişimi de hız kazanmaktadır. Sigorta sektörünün gelişmesi firmaların karlılıklarını, üretimlerini ve ticaretlerini arttırmaları mikro açıdan, makro açıdan ise ülkenin ekonomik bakımdan ilerlemesini destekleyen önemli bir güçtür (Orhaner, 2013, s. 40).

### 2.3.1. Makro İşlevleri

Sigortanın temel işlevi riski bölmek ve dağıtmak olsa da ekonomik işlevi temel işlevinin önüne geçmektedir. Günümüzde sigorta işletmelerinin ekonomik işlevleri daha çok önem kazanmıştır. Çünkü ekonomiye katkı sağlaması, ekonomik büyüme ve gelişime destek oluşturma açısından ekonomik işlevler, sigorta şirketlerine mali kurum kimliği sağlamaktadır. Ülke ekonomisinin büyümesi, gelişmesi ve toplumun refaha ulaşmasında sigortacılık sektörünün ekonomik işlevi önemli bir katkı sağlamaktadır. Sigortacılık sektörünün ekonomik gelişime katkı sağladığını yapılan çalışmalar göstermektedir. Sigortacılık sektörünün ekonomik bakımdan birçok fonksiyonu yerine getirdiği görülmektedir (Kılınç, 2018, s. 7).

Sigorta sisteminde bireyler beklenmedik olaylar sonucunda meydana gelebilecek kayıplarını karşılayabilmek için tasarruflarının bir kısmını sigortaya yönlendirmektedir. Sigorta sisteminde ödenen bu primler tasarrufun artışına neden olacaktır. Bunun sonucunda sigorta şirketlerinde oluşan bu fonlar sigortanın tasarruf işlevi olarak ülkenin ihtiyaç duyduğu yatırıma yönelik kaynak oluşturma özelliği göstermektedir. Oluşan bu fonların büyüklüğü ölçüsünde ülkenin ekonomik hareketlilik alanı da o ölçüde rahatlamaktadır (Alpdündar, 2017, s. 52). Riskin küçültülmesi rekabeti, yatırım iştahını ve harcama tutumunu etkiler. Bunlar ise ekonomik büyüme ve denge açısından belirleyici değişkenlerdir.

Ayrıca, uluslararası ticaretin artışında sigortanın rolü büyüktür. İhracat sigortası ile uluslararası ticarete ihracatçının karşılaşılabileceği riskler teminat altına alınmaktadır.

Böylelikle riskleri azalmış ve riski transfer etmiş olan ihracatçı uluslararası ticarete daha etkin hale gelmektedir. Bu neden ile uluslararası ticaret ve ekonominin gelişmesinde sigortanın işlevinden söz etmek mümkündür (Alpdündar, 2017, s. 52).

Sigortanın makro etkilerinden biri de ülkelerin ekonomisinde tasarruf kaynağı olan vergilere katılmasıdır. Sigorta işletmeleri de tıpkı diğer işletmeler gibi üzerine düşen vergileri ve gayrimenkullerine dayalı gelir vergisini ödemekle yükümlüdür. Ayrıca her sigorta poliçesinden elde edilen vergiler de mevcuttur. Sigorta bedeline oranla gider vergisi, yangın söndürme vergisi gibi vergiler de tahakkuk ettirilmektedir (Uralcan, 2004, s. 66).

#### 2.3.1.1. Etkin Bir Tasarruf Kaynağı Olma İşlevi

Yoksulluğu aşmanın ve ekonomik gelişmişlik seviyesine ulaşabilmenin yolu sermaye birikimi sağlamaktır. O halde ekonomik büyüme gayretinde bulunan toplumlar sermaye birikimine hassasiyet göstermek zorundadır. Kişilerin elde etmiş oldukları gelirlerinden yaptıkları tasarruflar çoğunlukla bankalar, hayat sigortaları ve diğer sigortalar ile diğer benzer kurumlar vasıtasıyla toplanarak, ödünç para verme (ikraz) yolu ile yatırıma fon olmaya ya da hisse senedi gibi yatırım araçlarının alımına hazır bir kaynak haline gelmektedir. Sigortacılar, kişilerin birçok nedenden dolayı gelirlerinden kendi kendilerine tasarrufa ayıramadıkları bölümleri belirli zaman aralıklarıyla ve daha düzenli bir biçimde birikim yapılmasını sağlamaktadırlar. Böylece ödenen prim tutarları sigorta yaptıran taraf açısından bir tasarruf sayılmaktadır. Hayat sigortalarında eşit prim sistemi ile sigortalı, teminatının ilk yıllarında riski aşan bir prim ödemektedir. Sigorta şirketi de bu şekilde biriktirdiği miktarlardan faiz kazanmaktadır. Böylece sigorta aracılığı ile bireylerin küçük tasarruflarından ülke yatırımlarına kaynak olabilecek büyük fonlar oluşmaktadır (Eralp, 2008, s. 13).

#### 2.3.1.2. Ekonomik Krizleri ve Kayıpları Önleyici İşlevi

Sigorta sistemi karşılıklı iş birliği ve yardımlaşma organizasyonudur. Bu organizasyon tarafından fonlar, kişilerin tek başlarına üstesinden gelemeyecekleri ekonomik krizlerin, organizasyon bünyesinde yaşanan krizlerin etkisinin paylaşılarak hafifletilmesi yoluna gidilir. Yani ekonomik çöküntü riskini dağıtarak riski minimize eder. Diğer yandan

organizasyon bünyesinde bilgi aktarımını ve gerekli denetim faaliyetini sağlayarak, karşı karşıya gelinen muhtemel risklerin ve bu riskler neticesinde meydana gelebilecek hasarların neden olacağı kayıpları minimum seviyeye indirir (Kılınç, 2018, s. 7).

#### 2.3.1.3.Uluslararası Ticareti Geliştirme İşlevi

Ülkelerin dış ticari hacminin artırılmasında sigortanın olumlu katkıda bulunduğu bilinmektedir. Uluslararası alanda belirgin bir şekilde gelişen ticaret ile birlikte ekonomik büyümeye bir ivme kazandırırken, diğer yandan şirketlerin karşı karşıya kaldığı tehlikeleri de beraberinde getirmektedir. Özel sektör ve resmi destekli ihracat kredi sigortası söz konusu riskleri minimize etmek için önemli bir finansal araçtır. İhracat kredi sigortasının asıl misyonu, sigortalanma yoluyla ihracatın desteklenmesi, uluslararası ticaretin kolaylaştırılması, ticaretin önündeki engeller kaldırılarak ticaret hacminin gelişmesi ve ihracatçıların ticari risklerden korunmasına önayak olmaktır.

Sigortacılık, ekonominin olmazsa olmaz enstrümanlarından biridir. Gerek ekonominin sürdürülebilirliği gerekse ekonomik kayıpların telafisi açısından önemli bir güç oluşturmaktadır. Bu güç ülkenin hem üretim hem de ticaret hacminin artırılmasına etki etmekte olup özellikle ihracat ve ithalat taşımacılığı risklerinin giderilmesi noktasında sorumluluk üstlenmektedir. Bu güven uluslararası ticaretin geliştirilmesi ve genişletilmesinde büyük katkı sağlamaktadır (Akçacı, 2013).

#### 2.3.1.4.Vergi Kaynağı Olma İşlevi

Sigorta kuruluşları, sigortacılık faaliyetlerini yürütürken aynı zamanda sigorta şirketlerinin vergi ödeme yükümlülüklerini de yerine getirmek durumundadırlar. Bu vergi ise sigortanın devlet bütçesi için önemli bir kaynak oluşturduğunu göstermektedir. (Hancı, 2007, s. 13).

#### 2.3.1.5. İstihdama Katkı Sağlama İşlevi

Sigorta sektörünün gelişmesiyle birlikte sigorta şirketlerinin ve sigorta sektörünün ihtiyacından doğan birçok sigortacılık mesleği hasıl olmaktadır. Bu durum iş arayanlar, çalışmak isteyenler için yeni bir iş kapıları oluşturmaktadır. Sigorta şirketleri istihdama katkı sağlamaktadır. (Yayla, 2019, s. 116).

Ancak sigorta şirketlerinin istihdama olan etkisi iki türdür. İlki, ana merkez ve bölge müdürlüklerinde istihdam edilen kişilere, ikinci etkisi ise, sigorta şirketlerinin acente, prodüktör, broker gibi organlarında oluşturduğu istihdama yönelik katkısıdır. Özellikle acente, prodüktör ve brokerlik gibi organların istihdam açısından katkısı daha önemlidir. Sigorta şirketleri doğrudan ürettikleri primlerin tamamına yakın kısmını üretim organları (prodüktörler ve acenteler) aracılığı ile sağlamaktadır. Ülke geneline yayılmış bir şekilde faaliyetlerine devam eden acenteler mevcut ve potansiyel sigorta kaynaklarından yararlanabilmek maksadıyla daha çok personel istihdam etmektedirler (Çubıkcı, 2018, s. 68).

#### 2.3.1.6. Kredi Sağlama İşlevi

Yeni bir şirket ve yeni iş kuranların büyüebilmesi için finans kaynağına ihtiyacı vardır. Bu kaynağı sağlamanın yollarından biri de düşük faiz oranında kredi alabilmektir. Bu sağlanan kredi, girişimcinin var olan iş kapasitesini büyütmesine katkı sağlayacaktır. Fakat bahse konu krediyi alabilmesi için belirli bir teminat göstermesi gerekmektedir. Örnek verecek olursak bir taşınmazın ipoteği karşılığında kredi alanlar için, sigorta garantisi olmadan taşınmazın teminat olarak kabul edilmesi mümkün değildir. Diğer yandan çoğu satıcı, söz konusu malın ya da işin kaza, yangın veya hırsızlık gibi risklere karşı teminat altına alınmamış olması nedeniyle alıcılara kredili satışta bulunmaz. Kısacası yeterli sigorta güvencesi olan bir girişimci kredi alırken herhangi bir zorlukla karşılaşmayacaktır (Hızlı, 2007, s. 23).

#### 2.3.2. Mikro İşlevi

Sigorta, özel ve tüzel kişilerin maruz kaldıkları riskleri ödenen primlerle oluşturulan kaynaktan yararlanarak meydana gelen kayıplarını karşılayarak sosyal-ekonomik çöküntülerin önüne geçen bir yardım ve dayanışma organizasyonu işlevi görmektedir (Alpdündar, 2017, s. 53).

İnsanlar, hastalık, kaza işsizlik ve ölüm vb. birçok risk ile karşılaşmaktadır. Şirketlerde ise bu riskler yangın, hırsızlık, patlama, kaza, iflas etme, üçüncü kişilere zarar verme ve yanlış pazarlama şeklindedir. Öte yandan yurtiçi ve yurtdışı ekonomik faaliyetlerindeki

artış risk olasılığını artırmaktadır. Bu açıdan bakıldığında sigorta güvence ve risk yönetimi açısından böyle bir mikro işlev üstlenmektedir (Güvel & Güvel, 2015, s. 31).

#### 2.3.2.1. Girişimcinin Kararlarını Etkiler

Girişimciler çeşitli yatırım tercihlerinde bulunur ancak belirsizlik bu tercihleri etkilemektedir. Bu belirsizlikleri ortadan kaldırmak için benzer riskler ile karşı karşıya kalma ihtimali sigortalıları bir araya toplayarak belirsizlikleri ortadan kaldırma görevini sigorta şirketleri üstlenmektedir. Ayrıca sigorta şirketlerinin riskler meydana geldiğinde hasarı tazmin etmesi, girişimcilerin yatırım kararını olumlu yönde etkilemektedir.

Girişimci, sigorta şirketinin verdiği güvence sayesinde, rekabet ortamına rahatlıkla girebilir ve tereddüt etmeden yeni yatırımlar yapma imkanı yakalayabilir. Böylelikle sigorta, girişimcilerin kesin adımlar atarak cesur kararlar vermesine etki etmektedir. Başka bir ifadeyle riskin ve belirsizliğin girişimci bakımından güvenceye alınmış olması, iş verimini artırır. Zarar riskinin minimuma indiğini gören girişimci piyasada rekabet etmekten tereddüt etmeyerek girişimde bulunacağı gibi yeni iş alanlarına sermaye oluşturur. Bu sayede iş yaşamında, sigortanın verdiği güvence ile daha büyük sanayi ve ticari şirketlerin oluşumu gerçekleşir (Çubıkcı, 2018, s. 69).

#### 2.3.2.2. Sigorta Toplumda Dayanışmayı Sağlar

Sigortanın, risklerin oluşmasını engellemek gibi bir işlevi yoktur. Sigorta, riskler meydana geldikten sonra oluşan hasarın ardından maddi kayıpları tazmin etmek, kişi ve kuruluşların ekonomik açıdan daha fazla kayba uğramasının önüne geçmek gibi işlevleri üstlenmektedir.

Sigorta ekonomik açıdan yatırımları teşvik edici ve arttırıcı bir etkiye sahiptir. Bu sayede ülkelerin ekonomilerine de katkıda bulunur; yeni iş kolları oluşturur, yangın, hırsızlık, doğal afetler gibi risklerin gerçekleşmesinde zararların temini ile ortaya çıkabilecek sosyal huzursuzlukların azalmasını sağlar. Sigorta toplum içinde dayanışmayı gerekli kılar. Bireylerin ve işletmelerin dayanışmasını sağlamakla ulusal bazda dayanışma, huzur ve güven inşa edilmiş olur. Reasürans sistemi ile oluşturulan bu dayanışma uluslararası düzeye taşınmaktadır (Seferoğlu, 2019, s. 26).

### 2.3.2.3. Atıl Duran Sermayeyi Minimuma İndirme İşlevi

Yatırımcılar yatırımlarını yaparken birçok risk ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu risklerin gerçekleşmesi durumunda yatırımları için kullanacakları kaynağı kaybetme ihtimalleri de söz konusudur. Yatırımcılar, olası zararları kendileri üstlenmek zorunda kalırlarsa, bu zararın giderilmesi için ayrılan sermaye miktarı, sigorta için ödenen prim tutarlarından daha fazla olacaktır. Bu durum girişimcinin yatırımına ayırdığı fonları kullanmasını ve büyümesini engelleyecektir. Sigorta, yatırımlarda böyle bir sınırlamanın olma riskini güvence altına alarak engel olacaktır (Güvel & Güvel, 2015, s. 30).

### 2.3.2.4. Sosyal Güvenliğe Katkı Sağlama İşlevi

Sigortanın işlevlerinde biri de sosyal güvenlik sistemi üzerindeki baskıyı hafifletmektedir. Gerek hayat sigortaları gerekse bireysel emeklilik sistemi, devletin büyük harcamalar gerektiren sosyal güvenlik sistemi için tamamlayıcı bir rol oynamaktadır. Örneğin bireysel emeklilik sistemi, sosyal güvenlik sistemine ek emekli maaşı ödeyerek sosyal güvenliğe katkı sağlamaktadır. Bu sayede sosyal güvenlik sistemi üzerindeki baskıyı azaltarak, devletin üstlenmiş olduğu yükü bütçeyi rahatlatarak hafifletir. Böylece devletler sosyal güvenlik harcamalarına ayırdıkları kaynakları başka yerlere ve yatırımlara aktarabilir hale gelir. (Erdoğan, 2013, s. 55).

## 2.4. Sigorta Türleri

Bu çalışmada ankette sınırlandırılan/yer alan sigorta türleri ele alınmıştır.

### 2.4.1. Sosyal Sigorta

Sosyal sigortalar, sahip olduğu önem ve güvenlik açısından sosyal devlet tarafından düzenlenen ve yürütülen sigorta faaliyetleri olarak tanımlanmakta olup devletin kurduğu sigorta kurumları tarafından yürütülmektedir. Sosyal sigortaların görevi sosyal güvenliği sağlamaktır. Bu anlamda meydana gelecek olası riskin belirsizliğinden kaynaklı yükümlülüğü belirli bireylerin üstünden alarak toplumun geneline bu sorumluluğu yaymaktadır. Kişi ve toplum bazlı bakıldığında hem özel sigorta hem de sosyal sigorta olsun, tüm sigortaların amacı aynı veya benzer risklerle karşılaşan bireylerin veya toplumların böylesi bir riskin meydana gelmesi durumunda oluşan risklerin kolektif bir



şekilde birlikte üstlenilmesidir. Bu organize topluluk içinde yer alan kişiler bunun için önceden belirli miktarda prim öderler. Fakat, sosyal sigortaların özel sigortalardan ayrıldığı tarafları da mevcuttur. Özel sigortalar isteğe bağlı olarak kurulurken sosyal sigortaların sınırları yasalarla çizilmiş bir şekilde kurulur. Sosyal sigortalarda ödenen primler ile sağlanan ıvazlar arasında bir eşitlik yoktur. Öyle ki sosyal sigorta yardımları, bazı durumlarda prim ödemesine bakılmaksızın da yerine getirilebilir. Burada riskin bölünmesinin yanında sosyal eşitliği sağlamak da önemlidir. Bu nedenle prim ve yardım tutarları ile sosyal sigorta primlerinin yüksek tutarları sigortalının riskine göre değil, sigortalının ödeme gücüne göre belirlenmektedir. Sosyal güvenlik sistemi; ‘kamusal önlemler ile hastalık, doğum, kaza, ölüm, yaşlılık ve malullük gibi durumlarda meydana gelebilecek ekonomik ve sosyal çöküntülere karşı, toplumdaki bireylerin kendini koruması anlamına gelen bir kavram’ şeklinde tanımlanmaktadır (Kılınç, 2018, s. 9).

#### 2.4.2. Özel Sigorta

Gerçek ya da tüzel kişilerin karşılaştıkları riskler ve tehlikeler kanunlar çerçevesinde kurulmuş olan şirketlere transfer etmek için isteğe bağlı bir teminat olduğu gibi yasal anlamda zorunlu yapılan sigorta çeşididir. Meydana gelebilecek riskten dolayı zararların giderilmesi noktasında, bireylere maddi kolaylık sağlamaktadır. Aynı zamanda özel çıkarları koruma amacı taşıdığı gibi sosyal güvenliğin sağlanmasına da yardımcı olmaktadır. Bu nedenle devlet, özel sigortacılığı teşvik etmekte ve bu teşviki sosyal devletin bir unsuru olarak görmektedir. Özel sigortalara ya da sosyal sigortalara prim ödeyenler, karşılaştıkları zararların telafisinde kendi aralarında eşit yardım ve hizmet görmektedirler. Sosyal sigorta teminatlarında en önemli özellik bireyin tek kendisinin değil aynı zamanda yakınlarının da sağlıklı ve huzurlu hayat sürebilmeleri için gereken faktörler yer almaktadır. Genellikle maddi ve manevi hususları içermektedir. Özel sigorta mevzuatında ise hayat ve sağlık sigorta riskleri sosyal sigorta unsurlarına benzemesine rağmen asıl teminat unsurları maddi teminatlardır. Örnek verecek olursak bir bireyin arabası yangın sırasında zarar görmüş ise bu zararın teminatını sosyal sigorta karşılamaz ancak özel sigorta karşılamaktadır (Güvel & Güvel, 2015, s. 27).

Özel sigortaların belli başlı özellikleri vardır. Bunlar:

- Sigorta şirketleri özeldir.

- Katılım isteğe bağlıdır.
- Sigorta süresi sözleşme ile belirlenir, genel olarak bir yıldır.
- Sigortalı tarafından ödenen primle finanse edilmektedir.
- Kişisel menfaat ilişkisine dayanmaktadır.
- Sigorta poliçeleri her bir sigorta türü için bir değişkenlik göstermektedir.
- Sigortacının ve sigortalının birlikte anlaşması ile düzenlenebilmektedir.
- Özel sigorta hukukuna tabidir.
- Şahsi menfaatleri gözetmektedir.
- Kar amaçlı kuruluşlardır.
- Tek bir sigorta şirketinin yanı sıra birkaç sigorta şirketiyle de çalışma yapılabilmektedir.
- Sigorta şirketleri, risk analizini yaptıktan sonra eğer risk yüksek ise talep edecekleri primi yüksek tutar veya sigorta yapmama hakkına sahiptir (Kılınç, 2018, s. 10).

#### 2.4.2.1. Hayat Dışı Sigortalar

Hayat sigortası haricindeki diğer bütün sigorta türleri hayat dışı sigorta branşı içerisinde yer almaktadır.

Hayat dışı sigorta sözleşmelerinde, sigorta kuruluşu bir prim karşılığında, sigortalının para ile ölçülebilir bir çıkarını zarara uğratan riskin, meydana gelmesi durumunda zararı tazmin etmeyi üstlenmektedir. Bu zararın tazmini için sigorta şirketlerinin yeterli mali güce sahip olmaları gerekmektedir. Malum olduğu üzere Sigorta şirketlerinin iki temel faaliyeti bulunmakta olup bunlar sigorta poliçeleri satarak prim üretmek diğeri ise meydana gelen hasarlar nedeniyle sigortalılara tazminat ödemektir. Bir başka deyişle hayat dışı sigortalar, sigortalıların maddi varlıklarını tehdit eden tehlikelere karşı sigorta ile teminat altına almaktadır (Erdoğan, 2013, s. 33).

##### **a) Yangın Sigortaları**

Yangın sigortası, çeşitli amaçlarla kullanılan bina gibi yapıları ve muhteviyatı, yangın, infilak ve bunlardan kaynaklı çeşitli etkenlerin sebep olduğu fiziki hasarlara karşı güvence altına alan sigortadır. Yangını söndürme çalışmalarında su ya da başka bir kimyasal madde ile yapılan müdahaleler neticesinde oluşan hasarların tazmini de yangın

sigortası ile sunulan teminatın kapsamındadır (Çipil, Sigortacılık ve Risk Yönetimi, 2019, s. 116).

Yangın sigortasının 3 tür poliçesi vardır. Bunlar;

1. Abonman Poliçe
2. İlk Ateş Poliçesi
3. Mutabakatlı Kıymet Poliçesi

“Teminatın kapsamı, standart yangın poliçesinde hariç tutulmuş grev, lokavt, kargaşalık, halk hareketleri, kötü niyetli hareketler, terör, deprem ve yanardağ püskürmesi, fırtına, kar ağırlığı, sel veya su baskını, yer kayması, dahili su, kara, hava ve deniz taşıtlarının sigortalı kıymete çarpması gibi ek riskler olarak nitelendirilen tehlikelerin yanı sıra, meydana gelmiş olan fiziki bir hasara bağlı olarak oluşan maddi hasarlar, enkaz kaldırma masrafları, kira kaybı ve yangın ve infilak mali sorumluluğu da, yine yangın sigortası kapsamında teminat altına alınmaktadır” (Erdoğan, 2013, s. 35).

#### **b) Nakliyat Sigortaları**

Malların transferi sırasında karşılaşılabilecek muhtemel riskler sonucunda taşınan emtia da meydana gelebilecek hasarların teminat altına alındığı sigorta türüdür. İlk başlarda denizlerde başlayan taşımacılık daha sonra diğer transfer yollarını da kapsama almıştır (Kırkbeşoğlu, 2015, s. 55).

Emtia nakliyat sigortasında, sigortalının kasıtlı hareketinden dolayı oluşan zararlar, olağan akma, fire, aşınma veya yıpranmadan kaynaklanan hasarlar, malların kendi kusuru ya da paketleme yetersizliğinden kaynaklanan hasarlar karşılanmamaktadır. Savaş, grev, kargaşalık ve halk hareketleri gibi riskler ek teminatlar olup, ayrıca sigorta sözleşmesine dahil edilebilmektedir. Emtia nakliyat sigortası sefer esaslı ile yapılmakta, sürekli sevkiyat yaptıran sigortalılar için nakliyat sigortalarında abonman poliçeleri yapılmakta ve her sevkiyatta bildirilmesi, zamanında bildirmeme ve unutulma gibi sigorta yaptırmayı zorlaştırıcı etmenler ortadan kaldırılmaktadır. Emtia nakliyat sigortası yaptıran sigortalının ihtiyatlı davranmak ve sevkiyatını yaptırdığı malların korunması için üzerine düşen tedbirleri yerine getirmekle yükümlüdür. Ayrıca, sevkiyatı yapılacak mallar ile ilgili olarak sigortacıya verilecek olan bilgilerin taşınma belgesinde yer alması ve bu bilgilere aykırı bir taşıma olmaması gerekir (TSB, 2020).

Nakliyat sigortasının türleri şu şekildedir:

1. Tekne Sigortası
2. Kıymet Nakliyat Sigortası
3. Emtia Nakliyat (Yük) Sigortası

### c) Kaza Sigortaları

İnsan yaşamında kaza riski en önemli riskler arasında yer almaktadır. Kaza, sigortalının beklemediği bir anda hasarlı bir olayla karşılaşma durumudur. Başka değişle kaza, herhangi bir yerden gelen ve ansızın karşılaşılan bilinçsiz bir olayın, sigortalının mal ve can varlığı üzerinde hasara neden olmasıdır. Kaza sigortası, kaza sonucunda meydana gelen hasarları telafi edebilmek için yapılan sigorta türüdür. Kaza sigortasının amacı, sigortalının bir kaza sonucunda karşı karşıya kalacağı ekonomik ve işgücü kayıplarının sigortacı tarafından ödenmesidir.

Özellikle sanayi devrimi ile meydana gelen makineleşme kaza riskini önemli ölçüde arttırmıştır. Gerek makine kulvarında oluşan hasar gerekse makine kullanıcılarında meydana gele iş kazaları zorunlu sigorta sistemini de beraberinde getirmiştir. Söz konusu kaza sigortalarının muhteviyatında iş kazaları da yer almaktadır. İş kazaları önemli bir riski oluşturduğundan konuyla ilgili ülkemizdeki mevzuata bakıldığında; 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu'nun 13'üncü maddesi ile iş kazası kavramının oldukça geniş kapsamlı ele alındığı görülmektedir (Daşcı, 2018, s. 36).

Ülkemizde kaza sigortaları, toplam portföy bakımından ele alındığında sigorta şirketlerinin önemli bir payını oluşturmaktadır. Uygulama açısından Oto ve Oto Dışı Sigortalar olarak ikiye ayrılmaktadır (Kırkbeşoğlu, 2015, s. 55).

Kaza sigortası genellikle, aşağıdaki gibi sınıflandırılmaktadır;

1. Oto Sigortaları
  - ❖ Trafik Sigortası
  - ❖ Yeşil Kart Sigortası
  - ❖ Kasko Sigortası
  - ❖ İhtiyari Mali Sorumluluk Sigortası
  - ❖ Zorunlu Karayolları Taşımacılık Mali Sorumluluk Sigortası
2. Oto Dışı Sigortalar

- ❖ Hırsızlık Sigortası
- ❖ Cam Kırılması Sigortası
- ❖ Sorumluluk Sigortaları
- ❖ İşveren Sorumluluk Sigortası
- ❖ Üçüncü Şahıs Sorumluluk Sigortası

#### **d) Mühendislik Sigortaları**

Mühendislik sigortasının temelleri buhar kazanlarının denetlenmesi zamanlarına kadar dayanmaktadır. Sanayi devrimi sırasında Büyük Britanya'da sık sık meydana gelen patlamalar, büyük maddi hasar ve ciddi can kayıplarına yol açmıştır. Bu tür tehlikelere karşı korunmak için yeni adımlar atma zorunluluğu doğmuştur. 1854'te buhar kullanımı ile ilgilenen beyefendiler Manchester Buhar Kullanıcıları Derneği'ni kurmaya karar verdiler. Bu derneğe üye olanlar, dernek bünyesinde çalıştırılan kazan müfettişlerinden hizmet alma hakkına sahipti. Bu organizasyon sadece patlamaların nasıl önüne geçilebileceğine değil, aynı zamanda tesisin en avantajlı ve ekonomik yöntemlerle nasıl kullanılacağı hakkında da üyelerine rehberlik hizmeti vermeyi üstlenmiştir. Manchester Buhar Kullanıcıları Birliği birbirinden değerli birçok hizmet sunsa da bir sigorta şirketi değildi. Bununla birlikte, 1858'de, belirgin bir ihtiyaca cevap olarak, bazı üyeler ilk mühendislik sigortası şirketi olan Buhar Kazanı Güvence Şirketi'ni kurdu. Bu şirket kazaların sigortası ile başladı ve arkasından benzer şirketlerin oluşumu izledi. İlk başta sadece kazanlar sigortalandı, ancak teminatlar kademeli olarak çeşitli tipteki basınçlı kaplara uzatıldı. Makine Sigortası (bugün Makine Kırılması Sigortası olarak bilinir) 1872'de başladı ve hem kazan patlaması hem de makine teminatları hızla diğer sanayi sektörlerine de yayıldı. Yirminci yüzyılın başlarında makine arızasından kaynaklanan kar kaybı için ilk sigorta poliçeleri çıkarıldı. Aynı zamanda, montaj sigortası (yerinde montaj ve makinelerin kurulumunu kapsayan) ortaya çıktı. Ancak yangından kaynaklı zararlar kapsam dışı bırakıldı, sadece küçük ve orta ölçekli montaj için makul bir koruma sağlandı (Bacak, 2020, s. 24).

Sanayi Devrimi ile birlikte makinelerdeki gelişim beraberinde elektronik cihazlarda da önemli ilerlemeler getirmiştir. 1920'li yıllarda teknolojinin gelişmelere paralel olarak elektronik aksamı fazla olan makineler ve cihazlar üretilmeye başlanmıştır. 1923 yılında ise elektronik cihazlara yönelik sigorta uygulamaları gelişmiştir. Günümüzde ise

bilgisayarların hayatımızdaki önemenin armasıyla elektronik cihaz sigortalarının önemi artmıştır (Akpınar & Kulil, 2015, s. 545). Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte, Bilgisayar Tüm Riskler, Alçak Gerilim, Elektronik Ekipman Tüm Riskler, Makine Kırılması ve Stokun Bozulması gibi diğer mühendislik sigortaları çeşitlerini getirmiştir (Bacak, 2020, s. 24).

Mühendislik sigortasının 4 türü vardır. Bunlar;

1. İnşaat (İnşaat Tüm Riskler) Sigortası
2. Montaj Sigortası
3. Makine Kırılması Sigortası
4. Elektronik Cihaz Sigortası

#### **e) Tarım Sigortaları**

Tarım sektörü, kendine has özellikleri sebebiyle, çeşitli rizikolar ile sıkça karşı karşıya gelmektedir. İşte bu rizikolar, tarım işletmelerindeki hayvanların, bitkisel ürünlerin ve insanların hayatlarını olumsuz etkilemekte ve de tarımsal üretim miktarlarında dalgalanmalara sebep olmaktadır. Bu dalgalanmalar çiftçilerin tarımdan elde ettikleri gelirden düzensizliğe neden olmaktadır. Bu olumsuzluklar neticesinde çiftçi ve ailesi için önemli zorluklar ortaya çıkmaktadır (Tufan, 2020, s. 56). Dolu, rüzgâr, don, sel, kuraklık ve yangın gibi doğal afetlerin tarımsal üretimi negatif yönde etkilemesi o bölgede kıtlığa, çiftçinin borca girmesine, gelecek dönemde düşük verimli ve düşük kaliteli hasat döneminin meydana gelmesine neden olmaktadır. Bu nedenle tarımsal üretimde, ürünlerin sigortalanması ile risk ve belirsizliklere karşı mücadele etme, üreticilerin tutum ve davranışları; üretim faaliyetinin şekli (ürünler), üretim faaliyetine yapılan yatırımın ölçüsü, bilgi ve gelir düzeyi, yeniliklere bakış açısı, üretimde sürdürülebilirliğin sağlanması ve geleceğe dair beklentileri açısından yakından ilgilidir. Bundan dolayı tarımda en etkili risk yönetim aracı geleceğe yönelik tarım sigortasıdır. Türkiye'nin nüfusunun %23'ü tarım ile uğraşarak geçimini sürdürmektedir. Ayrıca Türkiye dünya çapında da bazı tarımsal ürünlerde başı çekmektedir. Bu nedenle Türkiye tarım sigortası bakımından oldukça büyük bir potansiyele sahiptir. Türkiye'de tarımsal sigortacılık kavramı ile ilgili yasal anlamda ilk hükümlere 1926 yılında çıkarılan "Türk Ticaret Kanunu'nda" rastlanılmaktadır. Sonrasında ise 5363 sayılı "Tarım Sigortaları Kanunu",

Türkiye’de 14.06.2005 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne uyum sürecine girdiği zamanlarda, gelişmiş ülkelerin tarım sigortası uygulamaları incelenmiş, devletin %50 mali destek sağladığı İspanya’da uygulanan modelden esinlenilerek alt yapısı oluşturulmuştur. Yasa gereğince bir havuz sistemi oluşturulmuş ve eşit sermayelerle bir araya gelen sigorta şirketlerince havuzun yürütme işlerini halledecek işletici şirket olan TARSİM kurulmuştur (Tekin & Karlı, 2021, s. 9).

Tarım sigortasının kapsam bakımından 8 türü vardır. Bunlar;

1. Bitkisel Ürün Sigortaları
2. Sera Sigortaları
3. Büyükbaş Hayvan Hayat Sigortaları
4. Küçükbaş Hayvan Hayat Sigortaları
5. Kümes Hayvanları Hayat Sigortaları
6. Su Ürünleri Sigortaları
7. Arıcılık (Arılı Kovan) Sigortaları
8. İlçe Bazlı Kuraklık Verim Sigortaları

#### **f) Zorunlu Deprem Sigortası (DASK)**

Zorunlu Deprem Sigortası, konutlarda depremin doğuracağı maddi hasarların tazmin edilmesini sağlamaya yönelik olarak 2000 yılında kurulan Doğal Afet Sigortaları tarafından oluşturulan yeni bir sigorta sistemidir. Detaylı bir çalışma sonucunda devletin ve sigorta sektörünün iş birliği ile oluşturulan bu sistemin ana amaçları şöyledir:

- Deprem kapsamına giren tüm konutları, ödenebilir bir prim karşılığında sigorta güvencesi altına almak,
- Yurtiçinde riskin geniş bir kitleye dağılmasını sağlamanın yanında deprem sonucunda karşılaşılan zararların sebep olacağı maddi yükün belli bir kısmını sigorta aracılığıyla uluslararası reasürans ve sermaye piyasalarına transfer etmek,
- Devletin depremlerde (özellikle deprem sonrası afet konutları inşasından) kaynaklanan maddi yükünü azaltmak,
- Sigorta sistemini sağlıklı yapı üretiminde bir araç olarak kullanmak,
- Deprem hasarlarının karşılanmasında uzun vadeli kaynak birikimini temin etmek,

- Sigorta bilincinin toplum genelinde gelişmesine katkı sağlamak.

Zorunlu Deprem Sigortası uygulaması ile; konut sahiplerine devletin bütçesinden bağımsız ve maddi kayıpları telafi eden somut bir güvence temin edilmektedir. Bununla birlikte, ödemesi yapılan küçük miktardaki sigorta primleri sayesinde sosyal yardımlaşmanın gereği en iyi şekilde yerine getirilmiş olmakta, ülke genelinde risk paylaşımı ve dayanışma sağlanmakta, yeteri ölçüde iç kaynaklar birikinceye kadar riskin belirli bir bölümü reasürans aracılığıyla uluslararası piyasalara aktarılmaktadır, deprem sebebiyle devlet bütçesi üzerinde oluşan maddi ağırlığın azalacağından olası ek vergilerin önüne geçilmiş olacaktır (Güngör, 2011, s. 2).

### **g) Sağlık Sigortası**

Özel sağlık sigortası bireylerin tıbbî tedavi ve ilaç harcamalarına karşı güvence veren sigorta türüdür. Sağlık sigortası sağlayan şirketlerin tıbbî danışmanlarından onay almak suretiyle, sigortalının, ameliyat, kısa ya da uzun süreli tedaviler, ameliyat veya tedavi nedeniyle yapılan ilaç harcamaları gibi bütün harcamalarını, maksimum sınırlarda tam veya muafiyet olarak sağlamaktadır. Sigorta şirketlerinin sağlık sigortası uygulamalarında farklılık olmakla birlikte, belli zaman aralıklarıyla yapılan sağlık kontrolleri, herhangi bir tıbbî nedeni olmaksızın sağlık alanında yapılan harcamalar ve buna benzer harcamalar, genel olarak teminat harici tutulmaktadır. Özel Sağlık Sigortalarının başlıca iki temel teminatı vardır. Bunlardan biri “Yatarak Tedavi Teminatı” diğeri ise “Ayakta Tedavi Teminatıdır”. “Yatarak Tedavi Teminatı, ameliyat olsun veya ameliyat olmasın sağlık kuruluşlarında yatarak yapılan tedaviler için hastaneden çıkışa kadar ki süre içindeki, doktor, ameliyathane, asistan, anestezi, gerekli ve zorunlu diğer tıbbî hizmetlere ait sigortalının hastanede tedavi gördüğü süre içerisinde oluşacak giderler ile yoğun bakım ve ambulans giderlerini üstlenir”. “Ayakta Tedavi Teminatı ise doktor muayene, teşhis yöntemleri (MR, tomografi ve laboratuvar tetkikleri gibi), küçük müdahalelerin girdiği ayakta tedaviler ve ilaç giderlerinden oluşur”. Ayrıca bu iki temel teminata ilave olarak, ekstra prim ücreti vermek şartıyla gözlük (cam/çerçeve/lens) ve dişin kapsandığı üçüncü bir teminat grubu vardır. Özel sağlık sigortasının en önemli sorunlarından biri prim miktarını belirlenmesinde yaşanan sorunlar ve yardım paketlerinin hesaplanmasında yaşanan sorunlardır. Sağlık durumları elverişli olmayan kişilerin özel sağlık sigortasını tercih edememelerinin önündeki en büyük neden



fiyatlarının yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. Özel sağlık sigortasının kapsamı ve ödeyeceği prim miktarı sigorta yaptıracak olan kişinin demografik özellikleri önemli rol oynamaktadır. Hastalanma frekansı yaralanma oranlarına göre prim miktarı belirlenmektedir. Özel sağlık sigortalarının amacı sigorta işletmelerinin kar etmesi olduğu için genel olarak yüksek risk grubu olarak adlandırılan ve bu grupta yer alan yaşlı, sakat, kronik hastalığı olan vb. bireyleri sigorta yapmaktan imtina etmektedirler (Daşcı, 2018, s. 41).

#### **h) Bireysel Emeklilik**

“Bireysel emeklilik sistemi, mevcut kamu sosyal güvenlik sistemini tamamlayıcı nitelikte ve tasarrufları teşvik etmeye yönelik bir sistemdir. Katılımın gönüllülük esasına dayandığı bu sistem, makro hedef itibarıyla ekonomiye uzun dönemli kaynak yaratmakta, mikro hedef itibarıyla ise katılımcıların aktif çalışma yaşantılarında tasarruf yapmasını sağlayarak emeklilik döneminde kullanılmasına olanak vermektedir” (Akpınar, 2018, s. 186).

Bu sistemle kişiler, daha fazla gelir ettikleri çalışma dönemlerinde tasarruflar yaparak, ileriki yaşlarında ortaya çıkması muhtemel maddi yetersizlikten dolayı yaşanacak sıkıntılardan kolayca kurtulabilme olanağına sahip olacaklardır. Kısacası, çalışanların ücretlerinin belirli bir miktarını tasarrufa ayırmalarını destekleyerek emeklilik zamanlarında daha yüksek kazançlar elde edebilmeleri ve dolayısıyla harcamalarını artırabilmelerini sağlamakta olan bir sistem olmaktadır (Aktaş, 2019, s. 16).

Bireysel Emeklilik Sistemi’nde otomatik katılım dönemi 1 Ocak 2017 tarihi itibarıyla uygulanmaya başlamıştır. Otomatik katılım sistemine 45 yaşını doldurmamış çalışanlar, işverenler aracılığı ile düzenlenecek bir emeklilik sözleşmesiyle sisteme dahil edilmektedir. Özel sektör ve kamuda çalışan bireylerin, prime esas kazancın %3’ü kesilerek sisteme aktarılmaktadır. Çalışanlar otomatik katılım sisteminde dilediği kadar kalabilmektedir. Otomatik katılıma geçiş kademeli olarak gerçekleştirilmiştir. İlk olarak 1 Ocak 2017 tarihinden itibaren 1000 ve üzeri çalışana sahip iş yerlerini kapsamıştır. Sistem daha sonra sırasıyla 1 Nisan 2017 tarihinde 250-999 arası çalışana sahip iş yerlerini, 1 Temmuz 2017 tarihinde 100-249 arası çalışana sahip iş yerlerini, 1 Ocak 2018 tarihinde 50-99 arası çalışana sahip iş yerleri, Mahalli İdareleri ve KİT’leri, 1 Temmuz 2018 tarihinde 10-49 arası çalışana sahip iş yerlerini, son olarak da 1 Ocak 2019 tarih

itibariyle 5-9 çalışana sahip iş yerlerini kapsamıştır. OKS'de çalışan bireyler emeklilik şirketleri tarafından sisteme dahil olduğu tarih bildirildikten sonra 2 ay içinde sistemden ayrılabilirler. Sistemden ayrılma durumunda ödenen katkı payları emeklilik şirketi tarafından katılımcıya iade edilir. Sisteme devam etme durumunda ise, katılımcı hesabına 1.000 TL ilave devlet katkısı aktarılmaktadır. Ancak, söz konusu bu durum bir defaya mahsustur. Ayrıca sistemde, sadece fon işletim gideri kesintisi yapılmakta olup bunun dışında herhangi bir kesinti yapılmamaktadır. Çalışan bireyler isterlerse 3 ay süresince katkı payı ödemelerine ara verebilir. Otomatik Katılım Sistemi'nde çalışan bireylerin maaşından ayrılarak ödenen katkı paylarına BES'de olduğu gibi devlet %25 katkı vermektedir. Bu katkı tutarı çalışan bireylerin devlet katkısı hesabında kayıt altına alınmaktadır (Yöntem, 2021, s. 38).

#### 2.4.2.2. Hayat Sigortaları

Hayat Sigortaları, insan hayatını ele alan ve yaşam boyunca karşılaşılabilecek tüm riskler için gerekli olan önlemleri almayı sağlayan, bu sebep ile çok farklı alternatifleri içeren bir sigorta alanıdır. Bu sigorta türünde amaç, bireyin ufak bazı tasarruflarını sigorta primi olarak değerlendirerek, hayatı boyunca meydana gelebilecek birtakım kazalarda, ailesine bir miktar maddi destek sağlamaktır. Hayat sigortaları, bu sebeple zenginleşme vasıtası ya da borsa gibi düşünülmemesi gerekir. Ayrıca hem teknik hem de yasal olarak hayat sigortalarının bunu sağlaması mümkün değildir. Bu sigorta türünde amaç rizikoyu karşılamaktır. Dolayısıyla rizikonun olmadığı yerde hayat sigortasından bahsetmek mümkün değildir (Aktaş, 2019, s. 38).

### 2.5. Türk Sigorta Sektörü

#### 2.5.1. Türkiye' de Sigortacılığın Tarihsel Gelişimi

Türkiye' deki sigortacılığın tarihi Selçuklu döneminde ahilik teşkilatına ve Osmanlı döneminde ise lonca teşkilatına dayandırmak mümkündür. Ancak 19. yüzyılın ikinci yarısına kadar modern anlamda sigortacılıktan söz etmek mümkün değildir. 19. yüzyıldan önce bazı Anadolu köylerinde köylünün uğradığı zararı karşılamak, ihtiyaç halinde yardım sağlamak amacıyla kurulduğu, ölüm ve hastalık halinde esnaf kuruluşlarının üyelerine örgütlenerek yardım ettikleri bilinmektedir. Ancak bunların gerçek anlamda

sigorta olmayıp, bazı köyler ile sınırlı olduğu, yayılmadığı ve sosyal yardımlaşma, dayanışma, güvenlik için kurulan kuruluşlar olduğu görülmektedir. Sigorta sektörü 1839 senesindeki Tanzimat Fermanı ile dışa açılım hususunda gelişim göstermiştir. 19. yüzyılın ikinci yarısından sonra yaşanan yangınlar ve bu yangınlar neticesinde oluşan hasarlar, sigorta hususundaki negatif düşüncelerin azalmasına az da olsa katkıda bulunmuştur. Türkiye’de sigortaya karşı ilk ilgi, 1870 yılının yazında İstanbul’un Beyoğlu ilçesinde büyük bir tahribe neden olan yangın sonrasında (Büyük Pera Yangını) duyulmaya başlandığı belirtilmektedir. Bu yangında birçok ev, işyeri, cami ve kilisenin yanmış olması ve bölgede yaşayan yabancı ve yabancılarla ilişkileri olan zenginlerin ikamet ediyor olması, Türkiye’de sigortacılığın gelişimini bir hayli hızlandırmıştır (Hüseynova, 2019, s. 80).

Türkiye’ de ilk sigortacılık faaliyetleri 1872 yılında İngiliz sigorta şirketleri, açtıkları temsilciliklerle başladı. Daha sonra Fransızlar da Türkiye’de sigorta pazarına ilgi gösterdiler ve 1878 yılında ilk olarak bir Fransız şirketi faaliyetlerine başladı. Sigortacılık sektörü Alman, İtalyan ve İsviçre kaynaklı sigorta şirketlerinin çalışmalarıyla birlikte genişlemeye başladı. Bu şirketler ihtiyaç görülen sigorta gereksinimini gidermekle birlikte, o dönemlerde sigorta şirketlerinin kuruluşunu ve sigorta faaliyetini düzenleyen devlet denetimini öngören yasaların, hatta bu konu ile ilgili herhangi bir hükmün dahi yer almaması sebebiyle denetimsiz bir şekilde çalışıyorlar, tamamen özgür hareket edip, merkezi yönetimlerinden aldıkları emirler doğrultusunda işlem gerçekleştiriyorlardı. Hata o kadar ki poliçelerini kendi dillerinde düzenliyor, muhtemel bir anlaşmazlık durumunda ise dava makamı olarak kendi mahkemelerini ya da ilgili şirket merkezinin bulunduğu yerel mahkemeleri gösteriyorlar ve sigorta sözleşmelerini istedikleri gibi feshedebiliyorlardı. İlk yerli sigorta şirketi olan “Osmanlı Umum Sigorta Şirketi” 1893 yılında faaliyet göstermeye başladı. Devam eden yıllarda sigortacılığın belirli bir düzene girebilmesi için yabancı şirketler arasında eşgüdümsel hareket etme eğilimi baş gösterdi. 12 Temmuz 1900 tarihinde 43 adedi yabancı olmak üzere 44 sigorta şirketi kolektif bir bilinçle bir araya gelerek sabit bir yangın sigorta tarifesi yayınladılar. Bu Türkiye’de yayımlanan ilk tarifedir. “1900 yılına geldiğindeyse İstanbul’da bir Yangın Sigorta Şirketleri Sendikası kurulmuştur. Bu sendika, Londra Yangın Bürosu Komitesinin (Fire Office Committe of London) talimatları ve tarifesine uygun bir biçimde ilk yangın sigorta tarifesini hazırlamıştır. Sendika dışında faaliyet gösteren sigorta şirketlerinin de varlığına

karşın 1912’ de üye sayısı 50’ nin üzerinde olmuştur. Sendikanın adı 1916 yılında ‘Türkiye’de Çalışan Sigorta Şirketleri Cemiyeti’ olarak değiştirilmiştir. 1914 yılında, yabancı sigorta şirketleri için tescil ve teminat gösterme şartı getiren kanun çıkartılmıştır. 1918’de ise, siyasal faktörlerin de etkisiyle İttihadı Osmanlı Sigorta Şirketi kurulmuştur. 1923’te oluşturulan ‘Şark Sigorta’ Osmanlı döneminde kayda değer son sigorta şirkettir” (Alma, 2015, s. 31).

Cumhuriyet’in ilanından sonra milli sigortacılığın gelişimiyle ilgili hem yasal hem de kurumsal önemli teşebbüslerde bulunulmuştur. 1924 yılında yabancı ülkelerin düzenlemiş oldukları poliçelerde Türkçeyi kullanma zorunluluğu getirmesiyle birlikte kendi dillerinde poliçe düzenlenmesine son verildi. Aynı yıl “Sigortacılar Kulübü” kuruldu. Bir yıl sonra “Sigortacılar Daire-i Merkeziyesi” ismi ile kurulan bu müesseseye kulüp çalışmalarını bırakmıştır. Sigorta şirketlerinin risk üstlenme faaliyetiyle katma değer olarak ekonomide önemli bir sektördür. Sektörün Türkiye’de modern anlamda gelişimi 1927 yılında çıkarılan “Sigorta ve Sigorta Şirketleri Teftiş ve Murakabesi” kanunuyla başlamıştır. Bu kanunun çıkarılmasından sonra sigorta sektöründe yabancı sermayeli şirketlerin yerini kademeli olarak yerli sermayeli şirketler almaya başlamıştır. 1929 yılında “Milli Reasürans Türk Anonim Şirketi” kurulmuş ve sigortacılık sektörü on yıl sonra Ticaret Bakanlığına bağlanmıştır. Reel anlamda sigorta sektörünün Türkiye’deki gelişimi, 1980 yılından sonra alınan kararlarla liberalizasyon sürecinin hızlanmasıyla başlamıştır. Özellikle 1980’lerin ortalarından itibaren sektördeki regülasyonlara bağlı olarak, piyasaya yeni girişlerin boy gösterdiği görülmüştür. Bu döneme yabancı sermaye şirketlerinin sektöre yeniden yoğun bir ilgi gösterdiği görülmüştür. 1987 yılında sigortacılık sektörü “Hazine Müsteşarlığına” bağlanarak mali yapının bir parçası olmuştur. Mayıs 1990’dan sonra ise kademeli bir şekilde tarife serbestisine geçilmiş, 1999 yılında yaşanan Marmara depreminin ardından da “Doğal Afet Kanunu Sigortası Kurumu” (DASK) faaliyete geçirilmiştir. Ekim 2003 yılında da bireysel emeklilik sigortacılığı faaliyetlerine izin verilmiş, 14 Haziran 2005’te “Tarım Sigortaları Kanunu” (TARSİM) yürürlüğe girmesiyle sektörün ortaklık faaliyetlerini ve ürün çeşitliliği artırılmıştır (Çelik, 2018, s. 1206).

Trafik Sigortası Bilgi Merkezi (TRAMER) 16.12.2003 tarihli ve 25318 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan “Trafik Sigortası Bilgi Merkezi Yönetmeliği” ile kurulmuştur. 2003 yılından itibaren trafik sigortası üretimi gerçekleştiren bütün sigorta şirketlerinin

tüm poliçe bilgileri ve bunların hasar ve ödeme kayıtları TRAMER sistemine transfer edilmiş olup, yeni üretilen poliçeler ve hasar kayıtları günlük olarak transfer edilmektedir. 5684 sayılı “Sigortacılık Kanunu” 14 Haziran 2007 tarihinde Resmi Gazete ’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu gelişmenin ardından 2008 yılında Sigortacılık Kanununun getirdiği yeni tanım ve uygulamalarla ilgili ikincil mevzuat düzenlemeleri üzerindeki çalışmalar tamamlanmıştır. “Sigorta Bilgi Merkezi 9 Ağustos 2008 tarihinde 26962 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan yönetmelikle faaliyetine başlamıştır. SBM nezdinde kurulan alt bilgi merkezleri, Trafik Sigortaları Bilgi Merkezi (TRAMER), Sağlık Sigortası Bilgi Merkezi (SAGMER), Hayat Sigortası Bilgi Merkezi (HAYMER) ve Sigorta Hasar Takip Merkezi (HATMER) olarak kurulmuşlardır” (TSB, Türkiye Sigorta Birliği , 2020).

Son yıllarda sigortacılık alanında ve sigortacılık kanununda yeni düzenlemeler yapılmıştır. Bu düzenlemeler ile birçok yenilik ortaya konmuştur. Bu yeniliklere aşağıda değinilmiştir.

Türkiye Sigorta; Hazine ve Maliye Bakanlığı’nın “Yeni Ekonomi Programı” çerçevesinde Türkiye ekonomisinin tasarrufa yönelik imkanlarının artırılması ve bankacılık dışı finansal sektörün geliştirilmesi amacıyla kamu sigorta şirketleri olan Ziraat Sigorta, Halk Sigorta ve Güneş Sigorta’nın güçlerini birleştirmesi ile 31 Ağustos 2020 tarihi itibarıyla elementer sigortacılık branşlarında hizmet vermeye başlamıştır (TURSG, 2021).

Türk Reasürans, yurt içi reasürans kapasitesini artırmak ve ülke genelinde teminat verilemeyen veya teminat verilmesinde güçlükler bulunan çeşitli riskler sonucu meydana gelebilecek maddî ve bedenî zararların karşılanabilmesini teminen sigorta ve reasürans teminatı sağlamak amacıyla sermayesi Hazine ve Maliye Bakanlığına bağlı “Türk Reasürans Anonim Şirketi” kurulmuştur. Bu şirket “Yeni Ekonomi Programı” çerçevesinde “Ekonomik Dengelenme” ve “Sağlıklı ve Sürdürülebilir Büyüme” hedeflerine ulaşmak üzere kurulmuştur. Türk Reasürans A.Ş., Türk Sigortacılık Kanunu’nda yapılan düzenleme ile reasürans piyasasının ihtiyaçları doğrultusunda çalışmalar yapmak amacı ile 06.09.2019 tarihinde faaliyete geçmiştir (Türk-Re, 2021).

Türkiye’de sigortacılık alanında çalışmalara yapan gerçek ve tüzel şirketlerin devlet adına denetimini yapmak üzere 1963 yılında “Sigorta Murakabe Kurulu” kurulmuştur. Bu

Kurul, 1994 yılında “Sigorta Denetleme Kurulu” adıyla Hazine Müsteşarlığı’na bağlanmıştır. Aynı dönemde, daha önce bankacılık sektörüyle birlikte yürütülen sektöre ilişkin düzenleme faaliyetlerinin ve idari süreçlerin yürütülmesi için “Sigortacılık Genel Müdürlüğü” kurulmuştur. 2001 yılında yayımlanan “Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanunu” ile 2007 yılında 5684 sayılı Sigortacılık Kanununun getirdiği modern anlayış çerçevesinde Türkiye’de sigortacılık sektörünün hızla büyümesi ve finansal sistemin içinde ağırlığının artması üzerine, İstanbul’un küresel finans merkezi haline getirilmesi vizyonuna da bağlı olarak, sektörün daha dinamik bir anlayışla düzenlenmesini teminen, “Sigortacılık Genel Müdürlüğü ve Sigorta Denetleme Kurulu” birleştirilerek 18.10.2019 tarihinde “Sigortacılık ve Özel Emeklilik Düzenleme ve Denetleme Kurumu” oluşturulmuş, 05.06.2020 tarihinde ilk toplantısını yaparak kuruluş sürecini tamamlamıştır (SEDDK, Sigortacılık ve Özel Emeklilik Düzenleme ve Denetleme Kurumu, 2020).

#### 2.5.2. Türkiye’ de Sigorta Sektörünün Durumu

Türkiye’de sigorta sektörü yıldan yıla değişim göstermektedir. Sigorta sektörü branş bazında, satış bazında, tazminat ödeme ve karlılık gibi birçok açıdan değerlendirilmektedir. Biz bu çalışmada genel çerçevesi ile inceleyeceğiz.

Türkiye’de sigorta şirketleri hayat ve hayat dışı olmak üzere iki branşta faaliyet göstermektedir. Sektörde faaliyette bulunan hayat branşında, poliçe sahibinin yaşamı boyunca herhangi bir sıkıntı yaşamadan hayat sürmesine ve ölümü halinde geride kalan ailesine aynı avantajları sağlayan sigorta ürünleri sunulmaktadır. Hayat dışı sigorta hizmetleri ise hayat branşından farklı olarak, sigorta ettirenin malvarlığında oluşabilecek herhangi bir risk durumunda, meydana gelebilecek hasarları ve kayıpları güvence altına almaktadır. Bunlara örnek verilecek olursak, kaza, tarım, nakliyat, yangın, sorumluluk ve inşaat sigortaları hayat dışı branşta yer alan türler arasındadır (Arslan, 2021, s. 119).

Türkiye sigorta potansiyeli yüksek olmasına rağmen, sigorta priminin yeterince üretilmemesi, yabancı sermayeli firmaların teknolojik anlamda gelişmiş olması, yabancı sermayenin işlevsel olarak daha etkin olması, yabancı firmaların dev yatırımlar nedeniyle tanınmış olup itibar sahibi olmaları, şirket yönetim kültürünün daha ileri seviyelerde olması, entellektüel sermayeye sahip olmaları, kolayca dağıtım kanallarını organize

ederek kısa sürede yeterli düzeye getirmeleri gibi birçok neden sıralaması yapılırsa, bu durum her zaman Türk sigorta pazarında yabancı sermayenin ilgisini çekmiştir. Bu sebeple yabancı firmalar cezbedici fiyatlar sunarak Türk sigorta pazarında yerli sermayeli firmalara ortak olmak istemişlerdir (Uralcan, 2004).

Yabancı sermayenin doğrudan veya dolaylı payının %50'den fazla olduğu şirketler yabancı olarak nitelendirilmektedir. Bu şirketler sermaye yapılarına göre sınıflandırıldığında, sektörde 25 yerli, 38 yabancı şirket bulunmaktadır. 31.12.2019 tarihi itibarıyla toplam sermayenin %66,5'ine yabancılar sahipken, toplam primin %53'ü ise yine yabancılar tarafından üretildiği görülmüştür (HBM, 2019, s. 6).

Türkiye'de sigorta sektöründe yıllara ve branşlara göre faaliyet gösteren şirket sayıları Tablo 1' de gösterilmiştir.

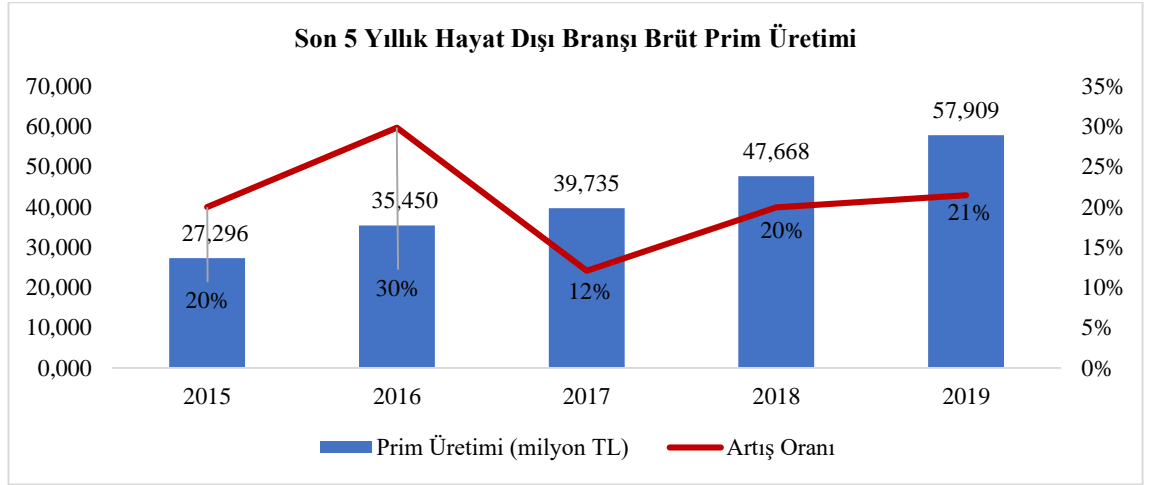
**Tablo 1. Sigorta Sektördeki Şirket Sayıları**

<b>Yıllar</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Hayat Dışı	38	38
Hayat	4	4
Hayat/Emeklilik	18	18
Reasürans	2	3
<b>Toplam</b>	<b>62</b>	<b>63</b>

(Kaynak: Türkiye Sigorta Birliği Sektör Raporu, 2019)

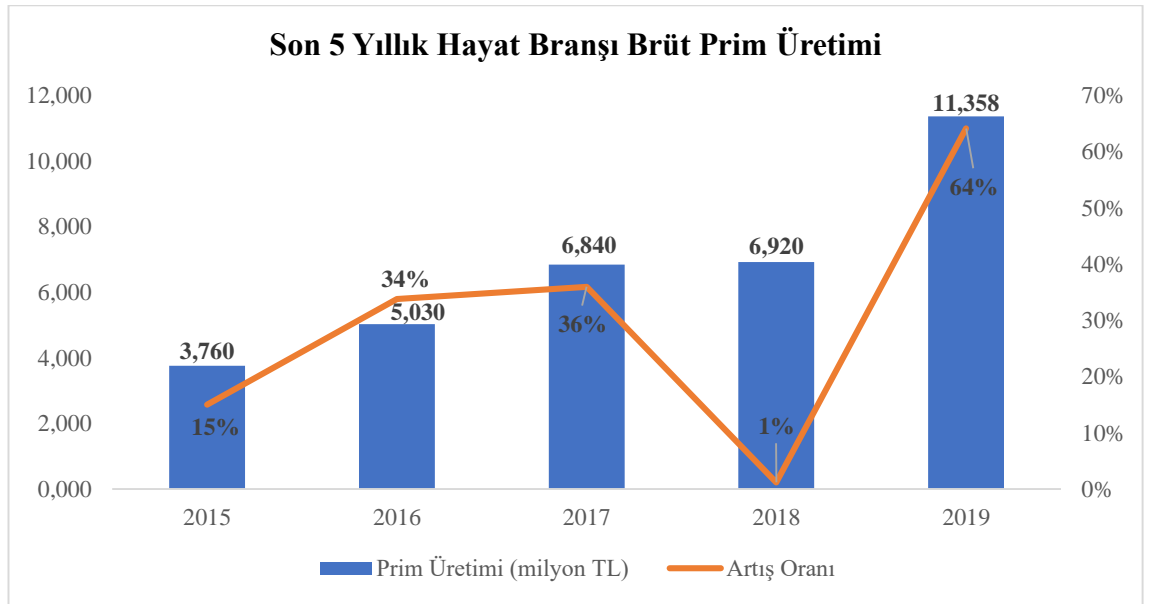
Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı üzere Türkiye'de sigorta şirket sayısı 2018 yılında 62 olarak görülürken 2019 yılında bir adet şirket artışı görülmektedir. Bu şirketin reasürans alanında faaliyet gösterdiği anlaşılmaktadır.

**Grafik 1. Hayat Dışı Branşa Brüt Pirim Üretimi (2015-2019)**



Kaynak: Sigortacılık Sektörü ve Bireysel Emeklilik Sistemi Temel Mali Tabloları, Hazine ve Maliye Bakanlığı, Sigortacılık Genel Müdürlüğü, 2019

**Grafik 2. Hayat Branşa Brüt Pirim Üretimi (2015-2019)**



Kaynak: Sigortacılık Sektörü ve Bireysel Emeklilik Sistemi Temel Mali Tabloları, Hazine ve Maliye Bakanlığı, Sigortacılık Genel Müdürlüğü, 2019

Grafik 1 ve 2 incelendiğinde hayat dışı ve hayat branşlarının yıl bazında toplam prim üretimleri yer almaktadır. Buna göre; Toplam primler içindeki payı %16,4 olan hayat dalı brüt prim üretimi 11.358 Milyon TL, toplam primler içindeki payı %83,6 olan hayat dışı brüt prim üretimi ise 57.909 Milyon TL olmuştur. 2019 yılında hayat dışı brüt prim üretimi %21'lik artışla, hayat branşı brüt prim üretimi ise %64'lük artışla enflasyonun



üstünde bir büyüme kaydetmiştir Ayrıca 2019 itibarıyla sektörün toplam prim üretimleri, geçen yıla göre %26,9 oranında bir artışla 69.268 Milyon TL olarak gerçekleşmiştir (HBM, 2019, s. 6).

**Tablo 2. Hayat ve Hayat Dışı Sigorta Yazılan Prim ve Hasar Ödemelerinin Dağılımı (Bin TL)**

	Yazılan Primler			Ödenen Hasarlar		
	2018	Eyl.18	Eyl.19	2018	Eyl.18	Eyl.19
<b>Kaza</b>	1.807.819	1.315.539	1.663.860	240.124	163.775	154.784
<b>Sağlık</b>	6.245.415	4.436.203	5.955.987	4.154.330	3.024.837	3.895.826
<b>Raylı Araçlar</b>	0	0	13	0	0	0
<b>Kara Araçları (Kasko)</b>	7.843.091	5.437.502	6.546.295	6.997.386	4.118.709	4.191.472
<b>Hava Araçları</b>	179.858	47.503	100.438	234.362	180.409	265.077
<b>Su Araçları</b>	300.213	224.806	316.688	147.129	99.714	216.608
<b>Nakliyat</b>	829.834	588.715	704.595	365.426	247.767	262.651
<b>Yangın ve Doğal Afetler</b>	6.977.666	4.772.103	5.775.820	2.051.439	1.354.342	2.538.058
<b>Genel Zararlar</b>	5.246.715	4.100.357	4.491.163	1.550.017	994.999	1.254.753
<b>Kara Araçları Sorumluluk (Trafik)</b>	15.860.360	11.511.428	13.334.917	8.612.505	5.986.627	7.380.582
<b>Hava Araçları Sorumluluk</b>	194.378	60.140	92.250	70.958	44.576	41.644
<b>Su Araçları Sorumluluk</b>	31.381	27.565	36.774	5.791	3.681	5.890
<b>Genel Sorumluluk</b>	1.392.169	990.348	1.234.438	506.546	345.699	315.271
<b>Kredi</b>	248.338	193.035	241.399	96.856	64.367	105.831
<b>Kefalet</b>	71.789	41.077	51.805	76.367	63.136	20.845
<b>Finansal Kayıplar</b>	345.678	237.076	345.663	69.279	44.491	193.934
<b>Hukuksal Koruma</b>	167.744	111.304	142.149	936	619	798
<b>Destek</b>	122	133	155	119	0	0
<b>Hayat Dışı Branş Toplamı</b>	47.742.572	34.094.835	541.034.411	24.179.572	16.737.749	20.844.024
<b>Hayat Branşı</b>	6.920.647	5.442.950	7.378.412	2.642.336	1.947.765	2.297.939
<b>Toplam</b>	54.663.218	39.537.785	48.412.823	26.821.908	18.685.514	23.141.963

(Kaynak: KPMG Sektörel Bakış, 2020)

Gider kısmında, sigorta sektörü, 2018' in sonunda hasar tazminatı olarak 26,8 milyar TL ödeme yapmıştır. Aynı dönemde trafik ve kasko branşlarında ödenen tazminat oranı toplam hasar ödemelerinin yüzde 60,4'üne, 2019 yılının ilk 9 ayında totalde yalpalan hasa ödemesi 23,1 milyar TL'ye ulaşmıştır. Yıl bazında bakıldığında %18'lik artışa denk gelen bu oran içinde trafik ve kasko branşlarının yer aldığı oran %56 düzeyindedir. Hayat branşının toplam hasar ödemeleri içinden aldığı pay ise yüzde 10 olarak gerçekleşmiştir. Türk sigorta ve bireysel emeklilik sektörü 2019 yılı prim üretiminde %13,3 oranında bir büyüme sağlamıştır (KPMG, 2021, s. 12).

Sektörün pirim üretimlerinin yanında meydana gelen hasarlar sonucunda üstlendiği tazminatlar da vardır.



**Şekil 1. 2019 Yılında Sigorta ve Bireysel Emeklilik Sektörü**

(Kaynak: Türkiye Sigorta Birliği Sektör Raporu, 2019)

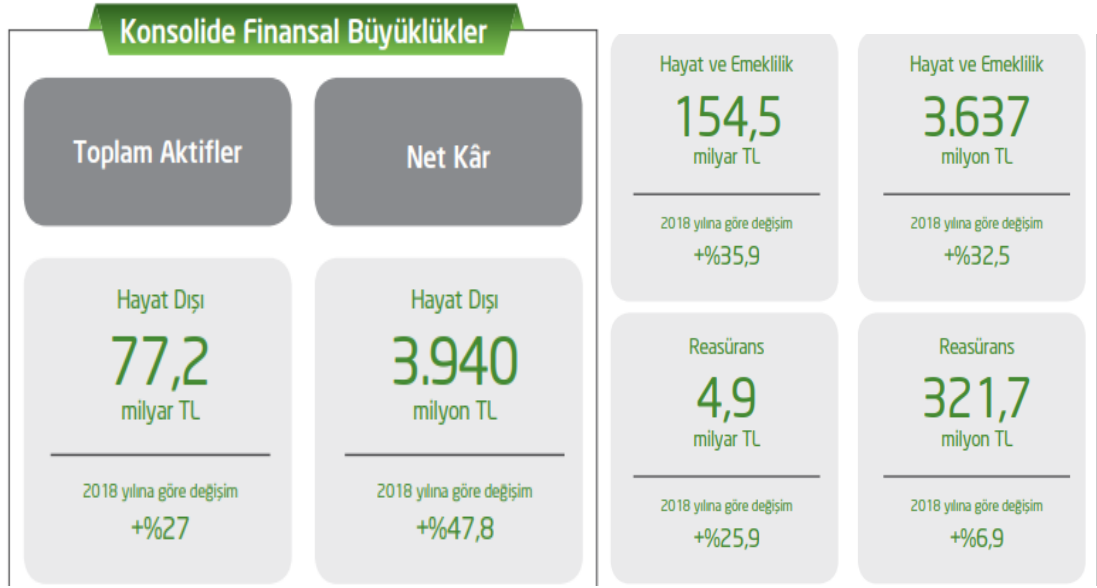


**Şekil 2. 2019 Yılında Sigorta ve Bireysel Emeklilik Sektörü**

(Kaynak: Türkiye Sigorta Birliği Sektör Raporu, 2019)

Yukarıdaki şekillerde görüldüğü üzere Türk sigorta sektörünün ödemiş olduğu tazminat tutarları yer almaktadır. Sektör totalde 39,6 Milyar TL tazminat üstlenmiştir. Ödenen tazminatlarda 35,9 Milyar TL hayat dışı sigortalar, 3,6 Milyar TL hayat sigortaları yer almıştır. Ayrıca 2001 yılından itibaren 2019 yılına kadar 210,8 Milyon TL DASK tarafından sigortalılara tazminat ödenmiştir. TARSİM' de ödenen tazminat tutarı ise 1,2 Milyar TL olarak karşılanmıştır.

Ayrıca konsolide finansal büyüklükler branş bazında net karlık ve bir önceki yıla göre değişim oranları aşağıda görülmektedir.



### Şekil 3. 2019 Yılı Konsolide Finansal Büyüklükler

(Kaynak: Türkiye Sigorta Birliği Sektör Raporu, 2019)

Sigorta sektöründe prim üreten şirketlerin toplam aktiflerine ve net karları incelendiğinde en yüksek kar, reasürans sektörüne aittir. 2018 yılına kıyasla 2019 yılında aktiflerindeki %35,9 artış ile hayat ve emeklilik branşı sektördeki diğer branşların önüne geçmiştir. Yani 2019 yılında hayat ve emeklilik branşında poliçe üretiminde artış yaşandığı görülmektedir. Sektörün büyüklüğünün göstergesi olan toplam aktifleri 2019 yılında %32,6 oranında artışla 236,6 milyar TL'ye yükselmiştir (TSB, 2020, s. 3).

### 3. SİGORTA TALEBİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

#### 3.1. Sigorta Talebi

Arz ve talep birbirleri ile ilişkili/bağıntılı olan ikiz kavramlardır. Arz hizmetin satılmaya hazır olması anlamına gelirken talep, satın alma gücüyle desteklenen satın alma isteğidir (Şener, s. 50). Sigorta talebi ise sigorta şirketlerinin sunmuş oldukları hizmete (arza) talip olanların isteğidir. Sigortacılık sektöründe mal değil hizmet sunulmaktadır. Sigorta talebinde bulunan aslında örtük manada olası risklerden doğacak olan zararın tazminine ya da vaat edilen teminat altına alınma işlemine/güvenceye talip olmaktadır. Bu durum aynı zamanda sigorta talebinde bulunanların gerek yatırım gerekse finansal açıdan gelir düzeylerinin artması oranında risklerinde artacağını dolayısıyla sigorta taleplerinin de buna paralel artış göstereceğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda riskler hem sigorta şirketi hem de sigorta talebinde bulunan açısından büyük önem arz etmektedir. O halde riskin ne olduğuna ilişkin kısa da olsa değinmek gerekiyor. Risk, tehlike, şans, kayba ve hasara maruz kalma olarak tanımlanmıştır. Risk, bazı olumsuz olayların ortaya çıkma olasılığını ifade etmektedir (Kurnuç, 2019, s. 114). Finansal olarak risk ise, gerçekleşmesi beklenen sonuç ile gerçekleşen fiili sonuç arasındaki sapma olup, belirsizlik meydana getiren neticelerin dağılımıdır (Ceran & Mermud, 2011, s. 30). Bundan dolayı sigorta şirketleri, sigorta yapmadan önce risk analizi yapmakta ve uygun bulmazsa sigorta yapmamakta ya da yüksek prim talep etmektedir (Kılınç, 2018, s. 10). Sigorta işletmeleri aldıkları primler ile tazmin edemeyecekleri kadar büyük riskleri sigortalamamakta, birbirine benzeyen nitelikte ve homojen bir yapıya sahip olmayan risklere sigorta güvencesi sağlamamaktadır. Ancak riskin maddi açıdan ölçülebilir olması ve riskin belli olması şartı aranmaktadır (Özdemir, 2017, s. 23). Buna karşılık sigorta talebinde bulunanlar ise ne olursa olsun risksiz ya da riskini güvence ve koruma altına alıp belirsizlikten kaçınarak rahat bir çalışma hayatını önemsemektedirler. Bunun için birey olası riskten kaçınmak ya da ortadan kaldırmak amacıyla sigorta ücreti ödemeyi kendisi talep etmektedir (Eser, 2019, s. 33). Türkiye’de yapılmış olan sağlık sigortalarında Covid -19 için pandemi ilan edilmiş olması ve genel/özel şartlarda salgın hastalık kapsam dışı olduğu belirtilmekle beraber bazı sigorta şirketleri SGK üzerinde kalan kısmı ödeyeceklerini açıklamışlardır (Alagök, 2020).

### 3.2. Sigorta Talebini Etkileyen Faktörler

Sigorta talebini etkileyen faktörlerin değişkenlere göre artış ya da azalış oluşturmaktadır. Gerek küresel ekonomik faaliyetlerdeki karmaşık yapı gerekse piyasalardaki olası şartlar/dinamiklerin gösterdiği ekonomik değişim, gelişim ve etkileşim risk olasılığını artırmaktadır. Hem ekonomik hem de sosyo-kültürel faktörler olası risklere bağlı olarak sigorta talebinde bulunanların karar mekanizmalarını da etkilemektedir. Sigorta sektörünün büyüklüğü hem ekonomik avantaj sağlayacak hem de sosyal fayda seviyesini yükseltecektir (Özdemir, 2017, s. 71).

Sigorta talebini etkilenen faktörleri ekonomik ve sosyo-kültürel olmak üzere iki ana başlığı ve diğer önemli gördüğümüz unsurları da ana başlığın altında alt başlıklar olarak inceleyeceğiz.

#### 3.2.1. Ekonomik Faktörler

Türk finans sektörünün bankacılıktan sonraki ikincil unsuru sigortacılık sektörüdür. Piyasalarda meydana gelen gerek küresel gerekse ulusal ekonomik değişiklikler sigorta şirketlerinin de doğal olarak etkilenmesine neden olmaktadır. Sigorta sektörü ekonomik krizlerden iki şekilde etkilenmiştir. Bir yandan ekonomik kriz reel sektörü daraltarak kurumların sigorta taleplerini düşürmesine neden olurken, diğer yandan kişi başına düşen gelirdeki düşüş bireylerin sigorta satın alma isteklerinde azalmaya yol açmıştır. 2002 yılından itibaren yaşanan ekonomik canlanma sigorta sektörünü de olumlu yönde etkilemiştir (Hancı, 2007, s. 64).

Türkiye'nin 2000 yılından bu yana etkileyici ekonomik ve sosyal kalkınma performansı, istihdam ve gelir düzeylerini artırmış ve Türkiye'yi gelir bakımından orta- üst seviyesinde bir ülke haline getirmiştir. Ancak, son birkaç yılda ekonomik kırılganlıklar arttığından ve daha zorlu bir dış ortam ortaya çıktığından, bu başarılar artan risklerle karşı karşıyadır. Bu süre zarfında Türkiye çarpıcı gözle görülür bir şekilde şehirleşme dönüşümüne girmiş, güçlü bir makroekonomik ve mali politika sergilemiş, ihracat ve finansal piyasaya açılmış, birçok yasal düzenlemeleri Avrupa Birliği (AB) standartları ile uyumlu hale getirmiş ve kamu hizmetlerine erişimi büyük ölçüde artırmıştır. Bu arada 2008-2009 yıllarında baş gösteren küresel krizinin etkilerinden de olumlu bir şekilde sıyrılmayı başarmıştır. Ancak son yıllarda artan enflasyon, işsizlik, daralan yatırımlar, finansal

sektörde artan kırılganlıklar ve düzeltici politika eylemleri ve reform uygulamaları göz önüne alındığında, genel makroekonomik görünüm daha kırılgan ve belirsiz olduğu görülmektedir. Ülkenin çevresinde devam eden jeopolitik gerilimler sebebiyle önemli dışsal olumsuzluklar da mevcuttur. Özellikle dünyayı saran COVID-19 krizinin Türkiye’de ciddi derecede olumsuz etki yaratması ve ekonomik ve sosyal kazanımları daha da zayıflatması beklenmektedir (Worldbank, Dünya Bankası, 2021). Diğer yandan COVID-19 sürecinde sigortalıların hastanelerde gördükleri tedaviler sonucunda hastane masraflarına ek ücretler ödeme riski ile karşı karşıya kaldıkları görülmüştür. Ancak sigorta şirketleri sigortalının satın almış olduğu sağlık sigortası poliçesinin teminatlarına ve kapsamına bakılmaksızın COVID-19 sonucu maruz kaldıkları hastane masraflarını bir iyi niyet göstergesi olarak kapsamında ödeneceğine dair bildirimlerde bulunmuşlardır. Halbuki salgın hastalıkları poliçede teminat dışı kalan hallerden sayılmaktadır. Sigortacılık sektörünün göstermiş olduğu bu iyi niyet göstergesi; Sigortacılık sektörü her ne koşulda olursa olsun toplum yararına hareket ederek bireylerin ekonomik açıdan sorunlar yaşamasının önüne geçerek sigortaya olan talebi artırmıştır.

Yatırımlara etkin kaynak sağlamak, ülkede oluşturulan kaynakların arttırılması ve bu kaynakların varlıklarını korunması işlevlerini sağlayan sigorta sektörü ekonomik büyüme hızında etkin bir rol üstlenmiştir. Bu işlevlerin yer almadığı bir ekonomi gelişemez ve meydana gelen değişik riskler nedeniyle zaman içinde kendini tüketir (Özdemir, 2017, s. 24).

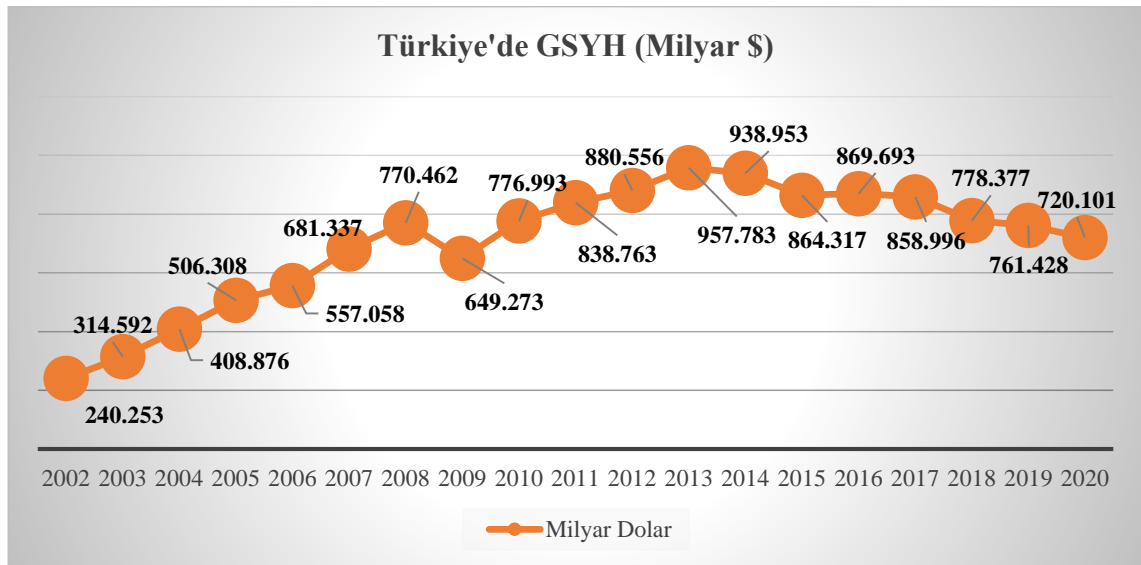
Öte yandan ekonomilere güvence, yatırım ve birikim alanlarına katkı veren sigorta, iktisadi çöküntüleri dağıtan ve engel olan, yatırıma yönlendirilen fonları ile ekonomiye kaynak sağlayan, gelir seviyesini yükselten, riski bölen, zararı paylaştıran, iktisadi riski azaltan, ekonomi içinde üretkenliği artıran, iktisadi büyüme ve gelişmeye destek olan, gönüllü tasarruflar ile fon oluşturan, oluşan bu fonları yatırıma yönlendiren ve verimli alanlara yönelten dinamik mali sektörlerden bir tanesidir (Özdemir, 2017, s. 24). Bu bağlamda sigorta şirketleri finansal sektörde önemli bir rol oynamakta ve sigorta ürünlerinin bulunabilirliği açısından sürdürülebilir ekonomik büyümenin vazgeçilmez unsurudur (Casper Christophersen, 2014, s. 1). Günümüzde sigorta sektörü, ekonomik işlevleriyle ülke ekonomisinin büyümesine ve gelişmesine önemli katkılar sağlamaktadır. Sigorta sektörü farklı ekonomik öneme sahip birçok işlevi yerine getirir (Kılınç, 2018, s. 7).

Türk sigorta sektörü, Türk finans piyasasında çok hızlı büyüme potansiyeline sahip sektörler arasındadır. Sektörün gelişimini etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bu sektörün büyüme trendi incelendiğinde büyüme hızının gerçekleşen gayri safi milli hasılasının yaklaşık iki katı olduğu görülmektedir. 2050 yılına kadar sektörün mevcut durumunun en az %50'si kadar büyüyeceği tahmin edilmektedir. Türkiye’de genç nüfus varlığı, sigortalılık seviyesinin düşüklüğü, kişi başına düşen gelirin artışı, yeni sigortacılık faaliyetleri, AB uyum süreci ve yabancı sermayenin sektöre olan ilgisindeki artış sigortacılık sektörünün büyümesine işaret eden güçlü göstergelerdir. Türk sigortacılık sektörü, her geçen gün daha aktif bir hale gelmektedir (Güvel & Güvel, 2015, s. 60).

### 3.2.1.1. Gelir Düzeyi

Sigorta talebinin oluşumunda ilk başta gelen belirleyicilerinden biri gelir düzeyidir. Yüksek gelir, daha güçlü bir ekonomi demektir. Gelir ve akışı olmalı ki güvence altına alma talebi de doğmuş olsun. Geçmişte yapılan araştırmalar, gelirin talep üzerinde güçlü bir olumlu etkisi olduğunu göstermektedir (Liam J. A. Lenten, 2006, s. 47). Gelir ile sigorta arasındaki ilişki pozitifdir. Gelir düzeyi yüksek olan ülkelerde sigorta talebi görece olarak daha yüksektir. Reel gelir yükseldikçe sigorta talebi de yükselmektedir (Hancı, 2007, s. 46).

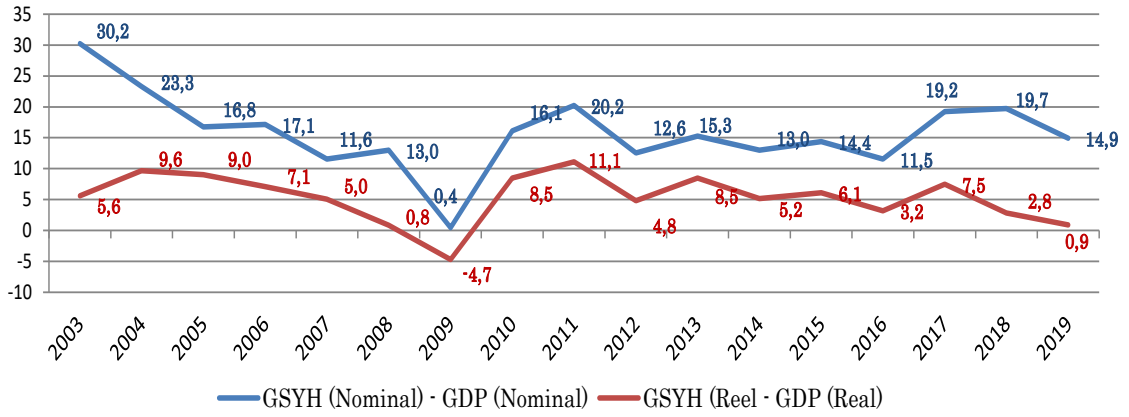
**Grafik 3. Türkiye’de GSYH (Milyar \$)**



(Kaynak: (Worldbank, 2021))

Dünya Bankası tarafından açıklanan ve bir ülkenin ekonomik gücünün ölçütü olan GSYH verileri incelendiğinde Türkiye'nin 2002'deki milli gelirinin 240 milyar \$ olduğu, 2008 yılına kadar milli gelirinde her yıl artış göstererek ilerleyen Türkiye'nin 2009 yılında yaşanan küresel krizle beraber GSYH'si 649 milyar \$'a gerilediği, 2009 yılından sonra da her yıl artarak devam eden GSYH 2013 yılında son 18 yılın en yüksek seviyesine, 958 milyar \$'a kadar yükseldiği, 2013 yılından sonra düşüşe geçen yıllık cari fiyatlarla GSYH 2019 yılında 761 milyar \$ olarak açıklandığı görülmektedir. 2020 yılında ise 720 milyar \$ seviyesine gerileyerek tekrar bir düşüş görülmektedir (Worldbank, 2021).

**Grafik 4. GSYH Büyüme Oranları (%)**



(Kaynak: SDK, Sigortacılık ve BES Faaliyet Raporu)

TÜİK verilerine göre; “Türkiye’de Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH) 2019 yılında cari fiyatlarla 4,3 trilyon TL olarak gerçekleşmiş, Zincirlenmiş Hacim Endeksi GSYH ise %0,9 oranında artışla 1,76 milyar TL’ye yükselmiştir. Aynı dönemde kişi başına milli gelir cari fiyatlarla %13,3 oranında artışla 51.834 TL’ye yükselmiş iken ABD doları bazında %5,8 oranında azalışla 9.127 dolar olarak gerçekleşmiştir. Aşağıdaki grafikte GSYH’nin cari ve sabit fiyatlarla yıllık artış oranları gösterilmiştir” (SEDDK, 2019).

Bu GSYH gelir düzeyi doğrultusunda Türkiye’deki sigorta sektörüne baktığımızda 178 milyar TL aktif büyüklüğü ile Türk finans sektörünün %4’ünden fazlasını oluşturan yerli sigortacılık sektörü nüfus ve büyüme dinamikleri ile oldukça yüksek bir potansiyele sahiptir. Buna rağmen sektörün tüketiciler nezdinde yarattığı farkındalığın düşüklüğü ve tüketici algısının genel yapısı sebebiyle potansiyelinin altında bir performans sergiliyor. Ekonomide yeniden canlanmanın yaşanacağı 2020 yılı ile birlikte sektörde hareketliliğin artacağı tahmin ediliyor (KPMG, 2021).



Türkiye'nin de içinde olduğu gelişmekte olan ekonomilerde sigortacılık sektörü, ülke ekonomisinin en önemli sektörlerinden bir tanesidir. Sigortacılık sektörü düşük gelir seviyesine sahip ekonomilerde pek önemsenmeyen bir sektör olmasına karşın, gelişmiş ülkelerde iktisadi büyüme açısından oldukça önemli bir sektör olarak görülmektedir (Özdemir, 2017, s. 22).

GSYİH'nin yüksek oranda büyümesi aynı zamanda sigorta sektörünün de büyümesi anlamına gelmektedir. Doğal olarak gelir artışı bireylerin ihtiyaç hissettikleri sigorta hizmeti satın almalarını sağlayacaktır. GSYİH büyümesi durumunda sırasıyla, hayat sigortası talebi büyür ve kişilerin sigorta hizmetlerine olan harcamalarında artış meydana gelir. GSYİH ile sigorta sektörünün prim büyümesi arasında pozitif bir korelasyon olduğunu varsayıyoruz (Čepeláková, 2015, s. 24). Bu korelasyon ekonomik büyümeye yine pozitif olarak bir döngü sağlayacaktır. Etkileşim halinde olan bu korelasyonun doğruluğunu gelir düzeyi yüksek gelişmiş olan ülkelerin sigorta sektörüne ilişkin taleplerinin de yüksek olması net olarak ortaya koymaktadır.

Balta'nın gelir düzeyi arttıkça tasarruf gücü artar, tasarruf arttıkça sigortaya talepte artar savındaki tasarruf kavramını masrafları kısmak anlamında değil birikim yapmak olarak anlamak gerekiyor. Birikimin artması şeklinde anlaşıldığı zaman bu durum yeni yatırımın yapılması ya da olası risklerin azaltılması için sigorta talebinin artması olarak telakki edilir.

2020 yılında dünya ekonomisinin %3,0'ler seviyesinde büyüyeceği tahmin ediliyor. Diğer birçok finansal hizmet sektöründe olduğu gibi sigortacılık sektöründe de yaygınlık gelişmiş ülkelerde yüksek olsa da gelişmekte olan ekonomilerde görece düşük seviyededir. 2018 sonu itibarıyla dünya birincil prim üretiminin yüzde 31'i Kuzey Amerika'da olurken, ikinci sırada yüzde 30 ile Avrupa bölgesinin gelişmiş ekonomileri yer alıyor. Çin ise tek başına %11'lik bir pazar payına sahiptir. Kısacası, sigortacılık sektöründe uzun vadedeki güçlü potansiyelin anahtarı; gelişmekte olan ekonomilerin destekleyici demografik unsurları ve hızlı büyümeleri olarak öne çıkıyor. Önümüzdeki yıllarda küresel büyümede bir kesinti yaşanmaz ise reel prim artışlarının; penetrasyonun düşük olduğu gelişmekte olan ekonomiler öncülüğünde hız kazanması öngörülüyor (KPMG, 2021).

### 3.2.1.2. Prim Fiyatı

Prim, herhangi bir riske ilişkin olarak, sigortacının vermiş olduğu teminata karşılık olmak üzere, sigortalı veya sigorta ettiren tarafından para olarak ödenen bedeldir. Sigorta sözleşmesinin en önemli unsurlarından birisidir ve sözleşmenin diğer bütün şartları yerine getirilmiş olsa dahi, primin ödenmemesi, birçok durumda sigorta sözleşmesinin yürürlüğe girmesini engelleyen bir durumdur. Prim, risk primine ek olarak genel giderler, komisyonlar, sigorta şirketinin bu iş dolayısıyla katlanmak zorunda olduğu tüm maliyetler ve faaliyet karını içermektedir (Zülfikar, 2019, s. 4-5).

Aslında sigorta kavramının birebir ilişkili olduğu alt kavramı primdir. Olası risklerden doğacak zararların belirli bir prim karşılığında güvence altına alınması eylemi sigorta kavramının kapsamına girmektedir. Bu durum taraflar arasında pragmatik bir yaklaşımı yani risklerin sonuçlarını ve sigortanın sağladığı yararı değerlendiren birey ile hizmet sunan sektörün ortak bir kabullenişini beraberinde getirmektedir.

Prim, sigortalı açısından tehlikenin değeri anlamına gelmemektedir. Bu primde sigortacının masrafları ve kar payı ilave edilir. Prim iki kısımdan oluşur. Tehlikenin bedeli olan safi prim ve sigortacının masrafları ile kar marjının ilavesiyle oluşan gayri safi primdir. Sigortacının safi primi hesaplamasında şu unsurlar göze çarpmaktadır:

- a) Tehlikenin gerçekleşmesi ihtimali: Tehlikenin yüzdellik nispetini artması veya azalması prim miktarı üzerinde etkilidir.
- b) Sigorta sözleşmesinin devam ettiği müddet: prim miktarına tesir eden bir başka unsur, sözleşmenin devam müddetidir.
- c) Faiz yüzdeleri: Genelde sigortacı, primleri, sözleşmenin yapılmasında veya sözleşme uzun vadeli ise, her senenin başında tahsil eder. Bu şekilde sigortacının nezdinde, büyük miktarda para toplanır. Sigortacı bu parayı genelde, faizli banka ve kuruluşlarda işletir, nemalandırır. Ne kadar yüksek nema temin ederse, o nispette, bir sonraki sene düşük prim talep eder. Sigortalar piyasasında rekabet olacağı için, böyle davranmak mecburiyetindedir. İstatistiki hesapların verdiği rakamlarla belirlenen safi prim, nazari olarak oluşacak tehlikelerin doğuracağı hasarı karşılamaktadır. Sigortalının fiilen aldığı prim (gayrisafi prim eşittir ticari prim)'i tespit edebilmek için, safi primde sigortacının işletme masrafları, karı sigortalı hesabına verdiği vergiler ilave edilir (Gün, 1947, s. 7).

Türk Ticaret Kanunu'nun 1430'ncü Maddesinde; “(1) Sigorta ettiren, sözleşmeyle kararlaştırılan primi ödemekle yükümlüdür. Aksine sözleşme yoksa sigorta primi peşin ödenir. Özel kanunlardaki hükümler saklıdır. (2) Sigorta primi nakden ödenir. İlk taksitin nakden ödenmesi şartıyla, sonraki primler için kambiyo senedi verilebilir; bu hâlde, ödeme kambiyo senedinin tahsili ile gerçekleşir. (3) Sigorta ettiren, sigortacının sorumluluğu başlamadan önce, kararlaştırılmış primin yarısını ödeyerek sözleşmeden cayabilir. Sözleşmeden kısmi cayma hâlinde, sigorta ettirenin ödemekle yükümlü olduğu prim, cayılan kısma ilişkin primin yarısıdır.”

Yine aynı Kanunun 1445'inci maddesinde; “(1) Sigortacı sözleşmenin süresi içinde, rizikonun gerçekleşmesi veya mevcut durumun ağırlaşması ihtimalini ya da sözleşmede riziko ağırlaşması olarak kabul edilebilecek olayların varlığını öğrendiği takdirde, bu tarihten itibaren bir ay içinde sözleşmeyi feshedebilir veya prim farkı isteyebilir. Farkın on gün içinde kabul edilmemesi hâlinde sözleşme feshedilmiş sayılır” Şeklinde hükümler bulunmaktadır (T.T.K, 2011).

Sigortacının sorumluluğu ne zaman başlar sorusuna; eğer prim peşin olarak ödeniyorsa tamamının, eğer taksit ile ödeniyorsa ilk taksitinin ödemesi yapıldığı anda başlar cevabını vermek mümkündür. Taraflar sigorta primini istedikleri bir şekilde belirleme imkanına sahip değillerdir. Haksız rekabetin oluşmaması ve sigorta sektörünün zarar görmemesi için sigorta primleri “tarife” adı verilen belirli usul ve esaslara göre belirlenmektedir (Gülbitti, 2007, s. 15).

Yukarıda ele aldığımız gelirin yüksekliği ile sigorta sektörü arasında pozitif bir ilişki varken bunun tam aksine prim fiyatı yüksekliği sigorta sektörü arasında negatif bir ilişki söz konusudur. Zira hizmetin fiyatı yükseldikçe talebin azalacağı genel geçer bir iktisat kaidesidir. Ancak sektörün bireye sağlayacağı avantaj ve bireyin fizibilite ettiği yüksek riskin minimize edilmesi birlikte düşünüldüğünde olası bir talebi beklemek mümkün görünmektedir. Buna karşın düşük prim ise talebin daha fazla artması anlamına gelecektir. Fakat bu konuyla bağlantılı olan diğer bir husus ise sigorta fiyatlarının uluslararası arenadaki reasürans anlaşmalarına indeksli olduğu göz önünde bulundurulduğunda prim fiyatının yüksek ya da düşük olması sektörün çok da elinde olan bir durum değildir. Ancak yabancı yatırımcılar için döviz kurunun yüksek olması hasebiyle bu durum bir avantaja dönüşmektedir. Dolayısıyla yabancı yatırımcılar için

prim fiyatının yüksekliği kendi para birimleri dikkate alındığında cazip hale geleceği yadsınamaz.

Türkiye Sigorta Birliği (TSB) üyesi şirketlerden derlenen verilere göre 2020 yılı Eylül sonu itibarı ile toplam prim üretimi geçen yılın aynı dönemine göre %22,4 artış ile 59.258.190.125 TL olarak gerçekleşmiştir (TSB, 2020).

Primlerin tahmin edilmesinde genellikle iki yöntem uygulandığı görölmektedir. Bunlar biri, özel prim yöntemi diğeri ise ortalama prim yöntemidir. Özel prim sisteminde prim her riskin taşıdığı tehlike düzeyi açısından belirlenmektedir. Teknik anlamda ise, her bir riskin fiyatını belirlemek zor olduğundan benzer risklerin gruplandırılması yoluyla fiyatlama cihetine gidilmektedir. Ortalama prim yönteminde ise; herhangi bir ayırıma gidilmeksizin kişilerin risk profilleri arasında benzer özellikler gösteren belli bir grup için risk primi, ortalama değerle belirlenmektedir. Teknik olarak primin belirlenmesinde mikro değişkenlerle birlikte bazı makro büyüklükteki dalgalanmalar da dikkate alınmaktadır. Bu büyüklükler; devlet harcamaları, faiz ve enflasyon oranı, döviz kurları, büyüme hızı ve fiyatlar genel seviyesidir (Pamukçu & Bölükbaşı, 2008, s. 55-56).

Herhangi bir sigorta poliçe için ödenmesi gereken prim, risk ve yük olmak üzere iki temel kalemden meydana gelir. Risk primi ise, gerçekleşmesi beklenen tazminat bedellerini ödemek için olasılık ve istatistiksel metotlarla belirlenmiş miktardır. Yük primi; genel yönetim giderleri, komisyonlar ve faaliyet karının toplamından oluşmaktadır (Çipil, 2008, s. 114).

Primlerin hesaplanmasında bazı kurallar göz önünde bulundurulmaktadır. Primler bu kurallar esas alınarak hesaplanmaktadır:

- Saptanan prim sigortacının tüm tazminat giderleri ile sigortacılık faaliyeti sonucu oluşan giderleri karşılamalıdır.
- Sigorta primleri, her sigorta konusu üniteye göre ayrı ayrı belirlenmelidir.
- Belirlenen primler, ekonomik ölçülerde olmalı, sigortalılar tarafından ödenebilir durumda olmalıdır.
- Belirlenen primle emniyet teşvik edilmelidir (Özkan, 1998, s. 281).

### 3.2.1.3. Enflasyon

Bu bölümde enflasyonla sigorta talebi arasındaki ilişkiyi, bu ilişkinin yönünü ve bunun yanı sıra ilişkinin yönünün farklı zamanlarda değişiklik gösterip göstermediğini incelemeye çalışacağız. Öncelikle ifade etmemiz gerekir ki enflasyon sigorta sektöründe de temel risklerden biridir.

Enflasyon, “bir ekonomideki mal ve hizmetlerin fiyatlarında gözlenen sürekli ve genel kapsamlı artışı ifade etmektedir. Enflasyon ortamında, 1 Türk lirası ile alınabilecek mal miktarı azalır ve dolayısıyla Türk lirasının değeri düşmüş olur. Yüksek enflasyon, ekonomik birimlerin yatırım, tüketim ve tasarruf kararlarını etkiler. Enflasyon oranı, birimlerin bu kararları verirken dikkate almayacakları kadar düşük ise ve bu düşük enflasyon sürdürülebiliyorsa, o ekonomide fiyat istikrarı sağlanmış demektir” (TCMB, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, 2016).

Karras (1993), enflasyon ve ekonomik büyüme arasındaki negatif yönlü ilişkinin negatif arz şokları gibi faktörlerden kaynaklandığını ileri sürmektedir (Karras, 1993). Fischer (1996) yüksek enflasyonun ekonomik büyümeyi negatif yönde etkilediği konusunda bir şüphenin bulunmadığını belirtmektedir (Fischer, 1996, s. 34).

Karras ve Fisher’in ileri sürdükleri savı (Berber ve Artan: 2004)’nın Türkiye’de “Enflasyon-Ekonomik Büyüme İlişkisi” çalışmaları desteklemektedir. Onların bu çalışmalarında Türkiye’de enflasyon ile ekonomik büyüme arasında negatif yönlü bir ilişkinin varlığına işaret etmektedir. Şöyle ki, enflasyon oranındaki %10’luk bir artış ekonomik büyümeyi %1,9 oranında azaltmaktadır (Berber & Artan, 2004, s. 1).

Yukarıdaki yer alan “gelir” konusunda ekonomik büyüme ile sigorta sektörü arasındaki ilişkiyi bahsederken ekonomik büyümenin aynı zamanda sektörünün büyümesine işaret eden güçlü göstergelerden biri olduğunu ifade etmiştik. Bu ilişki aynı zamanda enflasyon ile sigorta sektörü arasındaki ilişki için de geçerlidir. Enflasyon ile ekonomik büyüme arasındaki negatif yönlü ilişkinin sigorta sektörü açısından da söz konusu olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz.

“Bir ekonomide fiyat seviyesini gösteren enflasyonu ifade etmek üzere kullanılan üretici fiyat endeksi (ÜFE) ve tüketici fiyat endeksi (TÜFE) olmak üzere başlıca iki gösterge bulunmaktadır. Buna göre ÜFE girdi fiyatlarından kaynaklanan arz yanlı fiyat

değişmelerini ifade ederken, TÜFE nihai mal ve hizmet fiyatlarındaki değişimi ifade etmektedir. Bununla birlikte, enflasyonun niteliğini belirleme konusunda TÜFE ile ÜFE arasındaki ilişkinin incelenmesi önem arz etmektedir. Buna göre, girdi fiyatlarındaki yükselişten kaynaklanan maliyet enflasyonu önce ÜFE'yi artıracak, ÜFE-TÜFE arasındaki aktarma mekanizmasının nitelik ve hızına göre gecikmeli olarak TÜFE'ye de yansıtacaktır. Diğer taraftan, gelir artışı veya beklentilerden kaynaklanan bir talep enflasyonu önce TÜFE'yi, yine ilk durumda olduğu gibi gecikmeli olarak ÜFE'yi etkileyebilmektedir. Bu nedenle, ÜFE ile TÜFE arasındaki ilişkinin varlığının ve nedensellik yapısının belirlenmesi ekonomi politikaları açısından önem arz etmektedir” (Saraç. & Karagöz, 2010, s. 220).

Tüketici Fiyatları Endeksi (TÜFE), gıda, ulaşım, konaklama, sağlık ve haberleşme gibi malları ve hizmetleri içeren bir tüketici sepetindeki fiyat değişimlerini ölçen endekstir. Önceden belirlenmiş ürün sepetindeki her bir ürün için fiyat değişiklikleri ve ortalamaları hesaplanır. TÜFE'deki değişiklikler, yaşama maliyetiyle ilişkili fiyat değişikliklerini değerlendirmek için kullanılır. TÜFE'nin temel amacı, tüketime konu olan önceden belirlenmiş mal ve hizmetlerin fiyatlarındaki değişimi ölçümleyerek nihai hedef olan enflasyonu hesaplamaktır. Tüketici fiyatları endeksini hesaplamaya yönelik; yurtiçinde ikamet edenler, yabancı ziyaretçiler ve şirketlerin ülkede yaptığı tüm tüketim harcamalarını dikkate alınır. Bu çerçevede tüketime konu olmayan mal ve hizmetler kapsam dışında tutulmuştur. Aylık olarak açıklanan Tüketici Fiyatları Endeksi, piyasaları etkileyen ve takip edilmesi gereken önemli veriler arasında yer almaktadır. TCMB'nin 2011 yılından bugüne orta vadeli hedefinde enflasyonu %5 seviyesine getirme yükümlülüğü vardır. Bu yükümlülük, TCMB ve hükümetler tarafından ortak belirlenir. Eğer %5'in üzerinde %7'nin üzerinde enflasyon gerçekleşirse gerekçelerini hükümete bir enflasyon raporuyla bildirmek zorundadır. TCMB, enflasyon hedeflemesini gerçekleştirmek için tüm para politikası araçlarını kullanır, hükümetler ise yapısal reformlarla ona destek olur (Ayvalı, 2017).

Enflasyon hedefleri; Merkez Bankası tarafından Türk Hükûmeti ile birlikte, 3'er yıllık dönemler hâlinde belirlenir. Enflasyon hedefi olarak, tüketici fiyat endeksinin sene sonundaki yıllık değişim oranı kullanılır (TCMB, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, 2016).

**Tablo 3. Merkez Bankası ve Hükümet Tarafından Hedeflenen ve Reelde Gerçekleşmiş Olan Enflasyon Oranları**

Yıl	Hedef	Gerçekleşen
2002	35	29,7
2003	20	18,4
2004	12	9,3
2005	8	7,7
2006	5	9,7
2007	4	8,4
2008	4	10,1
2009	7,5	6,5
2010	6,5	6,4
2011	5,5	10,4
2012	5	6,2
2013	5	7,4
2014	5	8,2
2015	5	8,8
2016	5	8,5
2017	5	11,9
2018	5	20,3
2019	5	11,8
2020	5	14,6
2021	5	
2022	5	
2023	5	

(Kaynak: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası)

Enflasyon Raporu'nun 2020 yılı üçüncü sayısının sunumunda konuşan TCMB Başkanı Murat Uysal, "Enflasyonun 2020 yılı sonunda yüzde 8,9 olarak gerçekleşeceğini, 2021 yılsonunda ise yüzde 6,2'ye geriledikten sonra orta vadede yüzde 5 düzeyinde istikrar kazanacağını tahmin ediyoruz." Şeklinde beyanda bulunmuştur. Ancak küresel ölçekte seyreden Covid-19 salgınının ülke ekonomilerini etkilediği birlikte düşünüldüğünde bu oranların tahmininde sapmalar olabileceği gibi öngörülemeyen belirsizliklerin olması da muhtemeldir. Bu durum salgına ilişkin spesifik politikaların uygulamaya konulması sayesinde enflasyonun nasıl seyredeceğini de öngörmemize salık verecektir. Enflasyon tüm sektörleri etkilediği gibi sigortacılık sektörünü de etkileyeceği bir gerçektir.

Yüksek enflasyon ekonominin ve sektörlerin gelişmesine olumsuz etki yaratmaktadır. Paranın değerinin düşeceği yönünde bir beklenti söz konusu olduğu zaman poliçe sahipleri sabit primli sigorta ürünlerini satın almamaktadır. Enflasyon kabul edilebilir

düzyeyde gerçekteştiği zaman ekonomide ve sigorta sektöründe kontrol altına alınabilmektedir (Kılınç, 2018, s. 33).

Enflasyon beklentileri sigorta talebini negatif yönde etkilediğini ifade etmiştik. Bir nevi sigortanın daha az talep edilmesi anlamına gelmektedir. Bu durumda dövize endeksli önlemlerin alınması gerekmektedir.

Ancak beklenen enflasyon; mal ve sorumluluk sigortaları açısından olumlu bir durumdadır; kişi sigortaya ödeyeceği yüksek ücretin bir süre sonra enflasyon sebebiyle yüksek oranda değer kaybedeceğine inanırsa, mantığına uygun geleceğinden sigorta yaptırmayı düşünür (Eser, 2019, s. 34).

#### 3.2.1.4. Faiz Oranları

Faiz, borç verenin parasını belirli bir süre kullandırması karşılığında aldığı bedeldir. Faiz oranı genellikle yıllık olarak ifade edilir (Tunçalp, 2021).

Faiz; nominal ve reel faiz olmak üzere ikiye ayrılmaktadır, nominal faiz; bankaların kullanılan krediler üzerinden talep ettikleri ve fiyat hareketlerinden etkilenen faiz oranıdır. Reel faiz ise reel sermayeden kaynaklanan kar oranını ifade ederken; nakit para, bina ve bunlara benzer sermaye bedelleri olan unsurları satın alma gücü olarak ifade eden orandır (Eser, 2019, s. 95).

Bir ekonomide nominal faiz, yaklaşık olarak reel faiz ile beklenen enflasyon toplamından oluşur. Başka bir ifadeyle; reel faiz, nominal faiz oranından enflasyon oranının arındırılmasıyla bulunur. Enflasyon ne kadar yüksekse özel sektör faizleri de o kadar yüksek oluşur (Tunçalp, 2021).

Reel faiz oranlarının yüksek olması, primlerin fırsat maliyetinin de yüksek olması sonucunu doğurduğu içindir ki, reel faiz oranlarıyla sigorta talebi arasında negatif bir ilişki olduğu belirtilmektedir (Beenstock, Dickinson, & Khajuria, 1986, s. 262).

Enflasyon, faiz oranlarının yüksek olması ve döviz kurunda meydana gelen artışlar, ekonomik krizin sinyallerini vermekle birlikte, toplumun refah düzeylerinde azalmalara ve gelir dağılımında bozulmalara yol açması olağandır (Özel, 2000, s. 7). Bu üç değişken aynı zamanda birbirileri ile etkileşim içinde olduğu için ekonomik göstergeleri mutlaka etkileyecektir.



**Tablo 4. Dünya Merkez Bankaları'nın Geçerli ve Tahmini Faiz Oranları**

<b>Merkez Bankası</b>	<b>Geçerli Faiz Oranı (%)</b>	<b>Tahmini Faiz Oranı (%)</b>
Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB)	12	11
Federal Rezerv (FED)	1.75	1.75
Avrupa Merkez Bankası	0.5	0.5
Japonya merkez Bankası	0.1	0.1
İngiltere Merkez Bankası	0.75	0.75
Çin Merkez Bankası (PBOC)	2.50	2.35
Hindistan Merkez Bankası	5.15	4.7
Brezilya Merkez Bankası (BCB)	4.5	4.5
Rusya Merkez Bankası	6.25	6
Nijerya Merkez Bankası	13.50	13.50

(Kaynak: (Bloomberg, 2021) )

Tablo 4.'de örneklem alınan ülkelerin Merkez Bankası faiz oranlarına bakıldığında; Nijerya'dan sonra en yüksek faiz oranına Türkiye sahiptir ve ardından Rusya gelmektedir.

Ekonomilerde genel olarak; yüksek oranlı enflasyon yaşandığı dönemlerde yüksek seviyelerde faiz oranları ile karşılaşılır; çünkü yüksek enflasyonun olduğu zamanlarda mal ve hizmet fiyatlarında oluşan fiyat değişmelerini kontrol etmek güçtür. Bu dönemde yatırım yapmak isteyenler; kendilerini güvende hissedebilmek adına daha fazla risk almamak için yüksek getiri aracına yönelirler ve böylece faiz artmaya başlar (Doğan, Eroğlu, & Değer, 2016, s. 406).

### 3.2.2. Sosyo-Kültürel Faktörler

Yukarıda sosyo-kültürel faktörlerin olası risklere bağlı olarak sigorta talebinde bulunanların karar mekanizmalarını etkilediğini dile getirmiştik. Burada sigorta talebine sosyal ve kültürel etkilerin olumlu ve olumsuz yönlerini incelemeye çalışacağız. Çünkü sigorta talebini toplumun gerek ekonomik gerekse sosyo-kültürel bakımdan farklılıklarını, etkilerini ve özellikle, eğitim, kültür ve dini yapıyı gözlemeksizin bir bütün olarak değerlendirmek doğru olmaz. Her ne kadar sigorta talebini etkileyen faktörlerin başında dünyanın dinamik ve değişken ekonomi süreci olmakla birlikte, ülke halkları arasında ortak değerler, kuşaklar arası farklılıklar, yaşam tarzları ve kültürel unsurlar ile birlikte bir takım dini öğeler de etkilemektedir. Sigorta sektörünün ülkenin ekonomik yönden kendilerine sağlamış olduğu mevcut avantajları ve meydana getirdiği dezavantajları da doğru algılayıp, bu süreçten sadece etkilenen bir sektör olmayıp, sürece katkı sağlayabilen sektör olması yanında sosyo-kültürel yapıyı bütünsel okuyup ona göre stratejiler oluşturması gerekmektedir. Bu bağlamda sosyo-kültürel yapı üzerinde durulmaya değer bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyoloji bilim dalının salt manada toplum bilimi olarak anlaşılmamaktadır. "Toplumsal yapı" kavramı, sadece Sanayi Devrimi'ne bağlı kentleşme olgusunu açıklamak için kullanılmasına karşın; "sosyal yapı" geçmişten günümüze farklı sosyal birliktelik tarzlarını da kapsayan bir kavram olarak kullanılmaya başlanmıştır. Sanayi devrimi ile birlikte yeni oluşan kent yaşamının toplumsal yapı kavramı ile açıklanmasındaki zorluklar, gün geçtikçe daha iyi anlaşılmaya başlandığından "sosyo-kültürel yapı" kavramı, modern-sanayi toplumlarındaki kentsel yaşamın açıklanabilmesini sağlayacak alternatif araçlardan birisi haline gelmiştir. Sosyal ve kültürel gerçekliği kendi içinde sentezleyen kurumsal yapı sosyo-kültürel yapıdır. Sosyo-kültürel yapının ürünleri olduğu ileri sürüldüğü kadar sosyo-kültürel yapıları oluşturduğu da ileri sürülen ve sosyolojik açıdan süreçsel ilişkilere dayanan bir etkileşim ağı olarak değerlendirilen kurumsal yapıların, sosyo-kültürel yapının ayrılmaz bir parçası olduğunu göz ardı etmek oldukça zordur. Sosyo-kültürel gerçekliğin, sosyal ve kültürel basit bir toplamı olmadığını en önemli göstergelerinden birisi de değerlerin sosyal boyutta içselleştirildiği oranda toplumlar tarafından yaşanması ve dışsallaşıp nesnelleştiği oranda ise kültürel biçim kazanmasıdır (Güzel, 2006, s. 93).

Bu ifadelerden de anlaşılacağı üzere, sigorta talebinde sosyo-kültürel yapının gerçekliği etkili faktörler arasında olduğu, dolayısıyla talepte bulunanların davranışsal olarak bu etkiler altında kalmasının sektörün göz önünde bulundurması gereken etmenlerden biri olduğu şeklinde bir çıkarımda bulunmamızın doğru ve yerinde olduğu anlaşılmaktadır. Küresel anlamda ekonomik değişkenlerin kestirilememesi mümkünken sosyo-kültürel yapıların geleneksel bir boyutunun olduğu, hatta dini yapıların davranışsal değişikliğe uğramasının neredeyse mümkün olmadığı birlikte düşünüldüğünde, sektörün bu yapısal ögeler üzerinde spesifik stratejiler ve yeni projeksiyonlar ortaya koyması gerekmektedir.

### 3.2.2.1. Tüketici Davranışı

Tüketici davranışları birçok disiplinin ilgi alanına girdiği gibi sigorta alanının da konuları arasındadır. Özellikle bünyesinde pazarlama departmanı bulunan sektörler tüketici tutumlarını göz önünde bulundurmamak durumundadırlar.

#### 3.2.2.1.1. Tüketici Kavramı, Özellikleri ve Sosyo-Ekonomik Faktörler

Tüketici davranışı kavramı oldukça yeni bir disiplin olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu alanda yazılan ilk kitaplar 1960'lı yıllara rastlamaktadır. Kavramın ataları olarak nitelendirilebilen kısımları ise daha önceki tarihlerde ortaya çıkmıştır. Örneğin, Amerikalı sosyolog ve ekonomist Thorstein Veblen dikkat çeken tüketim konusunu 1899 yılında işlemiştir. 1950'li yıllarda Freud felsefesi motivasyon araştırmacıları tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Tüketici davranışına ışık tutan pazarlama kavramı da 1950'li yıllarda telaffuz edilmeye başlanmıştır. Daha sonra tüketici davranışlarının önemi işletmeler tarafından net bir biçimde anlaşılmış ve literatüre bu alanda birçok kaynak geçmiştir.

Kısıtlı becerileri ve sınırsız arzuları olan insan, yaşamının hemen hemen her döneminde alışveriş yapma gereksinimi ile karşı karşıya kalmıştır. Özellikle tarım toplumundan modern yaşama geçişle birlikte artan şehirleşme sürecinde alışveriş olgusu sosyal yaşamın bir parçası haline gelmiştir.

Günümüzde tüketici davranışlarının altında yatan konuların incelenmesi ve tüketici davranışlarının önceden tahmin edilmesi şirketler açısından da son derece önem kazanmış bir konudur. Yeni ekonomide tüketici kavramının önemli bir yeri vardır. Yeni ekonomi tüketici kavramına alışlagelmişin dışında bir anlam ve önem yükleyerek; örgütsel

sistemin içerisinde yer alan, üretim sürecine doğrudan ve dolaylı olarak katılan önemli bir ortak olarak yaklaşmaktadır (Akgün, 2008, s. 1).

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanununun 1'inci maddesinin (k) bendinde kısaca; "Tüketici: Ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişiyi." Sigorta kavramının yer aldığı aynı maddenin (l) bendinde ise; "Tüketici işlemi: Mal veya hizmet piyasalarında kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla hareket eden veya onun adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişiler ile tüketiciler arasında kurulan, eser, taşıma, simsarlık, sigorta, vekâlet, bankacılık ve benzeri sözleşmeler de dâhil olmak üzere her türlü sözleşme ve hukuki işlemi" ifade eder. Şeklinde hükümler yer almaktadır (TKHK, 2013).

Türk Hukukunda tüketici haklarını koruma anlamında bir düzenlemeyi içeren bu Kanunun ilk özel kanun olma özelliği yanında tüketicinin haklarının korunmasının önem kazanması ve tüketici davranışına verilen önemi ortaya koymaktadır (TKHK, 2013).

Değişen ve gelişen dünya düzeni ve küreselleşme karşısında tüketicinin de her geçen gün istek ve ihtiyaçları değişim göstermektedir. Bu gelişmeler karşısında tepkisiz kalamayan tüketici proaktif bir pozisyonda yer almakta ve tutum ve davranışlarını gelişmelere göre ayarlamaktadır. Tüketicinin bu değişkenlik arz eden bu tutumu ve rekabet unsurları göz önünde bulundurulduğunda sektörün ya tüketicilerin talepleri doğrultusunda tutumunu belirlemesi ve ona göre stratejiler geliştirmesi ya da etkin ve etkili pazarlama tekniklerini kullanarak tüketiciyi yönlendirerek bir konsensüs sağlamalıdır.

Öte yandan küresel krizlerin meydana getirdiği belirsizlik tablosu tüketicide psikolojik değişikliklere neden olacağı için tüketim adına karar alma ve yönelim süreçlerine etki edecektir.

Kriz ve tüketici de oluşturacağı psikolojik etkiler başlı başına ele alınması gereken farklı bir konu olduğu için burada yüzeysel olarak parmak basmayı uygun gördük.

#### A. Tüketici Davranışı ve Özellikleri

Tüketici davranışları ile ilgili literatürde çokça tanımlamalar bulunmakla birlikte biz sadece üç farklı tanımı almakla iktifa edeceğiz.

Muter'e göre tüketici davranışı; "Tüketicinin satın alma kararını verirken kullandığı yöntemleri, mal veya hizmetlere karşı içsel veya dışsal faktörlerle oluşturduğu tutumları,

mal veya hizmeti seçme ve kullanma özelliklerini kapsamaktadır” (Muter, 2002, s. 5). Muter’in bu tanımında bahsettiği içsel ve dışsal faktörleri psiko-sosyal ve sosyo-kültürel davranışlar olarak algılamak yerinde olur.

Diğer tanımlamada; “Hangi mal ve hizmetlerin kimden, nasıl, nereden, ne zaman satın alınacağı veya satın alınıp alınmayacağına ilişkin bireylerin kararlarına ait süreçtir” (Orhan, 2002, s. 2-3).

Bir başka tanımlama da ise; “Tüketici davranışı, bireylerin ya da grupların istek ve ihtiyaçlarını tatmin etmek için ürünleri, hizmetleri, düşünceleri ya da deneyimleri seçmesi, satın alması, kullanması ya da elden çıkarması ile ilgili süreçleri ve bu süreçleri etkileyen faktörleri inceleyen çalışma alanı olarak tanımlanabilir” (Solomon, 1992, s. 33).

Ürün ve hizmetlerin pazarlanması sadece ekonomik bir faaliyet olmadığı gibi bireylerin satın alma davranışlarını da etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bu nedenle tüketici davranışı çok geniş bir evreni kapsamaktadır.

Değişen şartlar karşısında tüketicinin de davranışları değişim göstermektedir. Bu davranış değişikliğine neden olan faktörleri sektör açısından da algılayabilmek gerekir.

Tüketicilerden beklenen yeni davranış kalıplarını anlamak ve bu çerçevede pazarlama uygulamalarını geliştirmek günümüzde daha fazla önem kazanmaktadır. Tüketicilerin harcama kısıtlamasına gitmelerinin nedenlerini bilmenin yanında onları bu duyguya iten sebeplerin anlaşılması ve bu yönde gerekli yönlendirme çalışmalarının yapılması gerekmektedir. Tüketiciler gelişen dünya ile birlikte satın alma ve tüketme davranışlarında yeni boyut kazandıkları anlaşılmaktadır (Odabaşı, Küresel Kriz Ortamında Tüketici Davranışları, 2009, s. 82).

Yukarıdaki tüketici davranışı tanımlarından da anlaşılacağı gibi sadece satın alma aşamasında değil, bu aşamanın öncesini, sonrasını, bu aşama ile ilgili deneyimleri ve çeşitli etmenleri de ele almaktadır.

Tüketici davranışının incelenmesinde de bazı varsayımları ve alana ait özelliklerin incelenmesi gerekmektedir. Tüketici davranışına ait özellikleri özetle yedi ana konuda toplamak mümkündür:

- 1- Tüketici davranışı güdülenmiş bir davranıştır.
- 2- Tüketici davranışı dinamik bir süreçtir

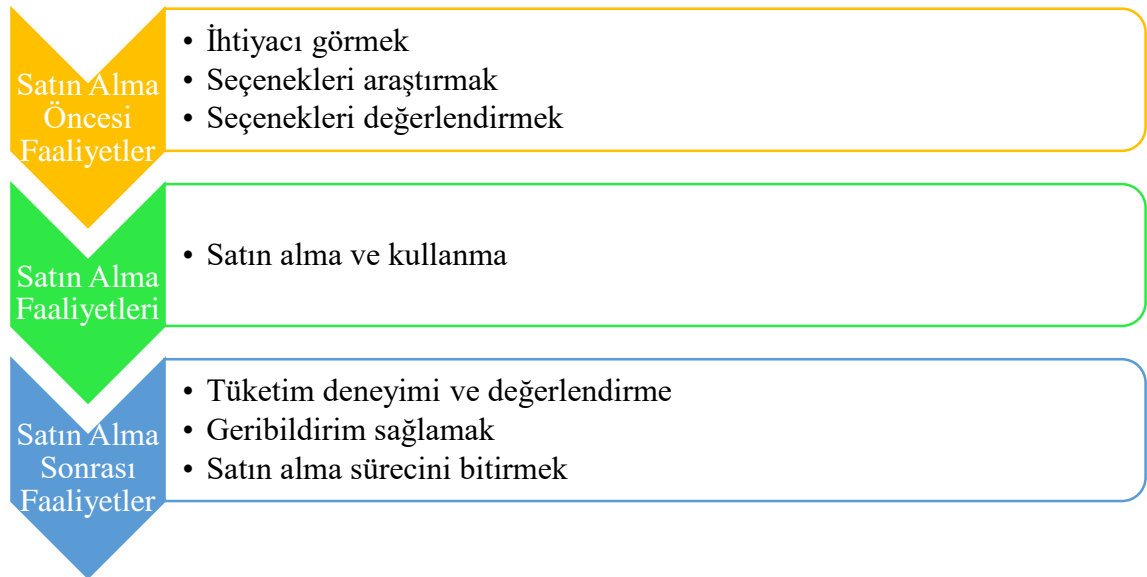
- 3- Tüketici davranışı çeşitli faaliyetlerden oluşur.
- 4- Tüketici davranışı karmaşıktır ve zamanlama açısından farklılıklar gösterir.
- 5- Tüketici davranışı farklı rollerle ilgilenir.
- 6- Tüketici davranışı çevre faktörlerinden etkilenir.
- 7- Tüketici davranışı farklı kişiler için farklılıklar gösterebilir (Odabaşı & Barış, 2003, s. 31).

### 1- Tüketici davranışı güdülenmiş bir davranıştır:

Tüketici davranışı bir araç ve bir amaçtan meydana gelmektedir. Tüketici davranışı belirli bir amacı gerçekleştirmek için güdülenmiş davranıştır. Davranışın kendisi bir araç, ihtiyaç ve isteklerin tatmin edilmesi ise amaçtır. İhtiyacı tatmin etmeye yönelik davranışa etkide bulunan nedenlerinin bilinmesi, sektör için son derece önemlidir (Odabaşı & Barış, 2003, s. 31).

### 2- Tüketici davranışı dinamik bir süreçtir:

Tüketici davranışı dinamik bir süreci incelemektedir. Bu süreç üç adımdan oluşmaktadır. Bu adımlar: satın alma öncesi, satın alma ve satın alma sonrası faaliyetlerdir (Odabaşı & Barış, 2003).



**Şekil 4. Satın Alma Sürecinde Adımlar**

(Kaynak: Solomon, Michael, Consumer Behavior. Buying, Having and Being, Pearson Education International.)

Satın alma, bir karar sürecidir. Dolayısıyla bu karar sürecinin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Tüketici davranışını sadece satın alma süreci olarak sınırlandırmak doğru değildir. Karar sürecinin incelenmesi tüketicilerin neden, nasıl ve ne satın aldıklarını açıklamada oldukça yararlıdır. Satın alma süreci ve bu süreçte yer alan adımlarını tüketici ve pazarlamacılar açısından anlamı Şekil 4'te yer almaktadır (Odabaşı & Barış, 2003, s. 31).

Örneğin 5. şekilde de görüldüğü üzere satın alma karar sürecinde; satın alma öncesinde ihtiyacın farkına varma, seçenekleri araştırma ve seçenekleri değerlendirme aşamaları bulunmaktadır. İhtiyaç olmasından sonra bu ihtiyacın giderilmesi için seçenekleri araştırma ve değerlendirme devreye girmektedir. Bu basamakta tüketicinin önceki tecrübeleri oldukça önemlidir.

### **3- Tüketici davranışı çeşitli faaliyetlerden oluşur:**

Tüketici davranışının çeşitli faaliyetlerden oluşması ve bu faaliyetlerin neler olabileceği hususu dikkatleri çekmektedir. Tüketici olarak herkesin birtakım düşünceleri, kararları, deneyimleri ve değerlendirmeleri vardır. Bunların bazıları bilinçli ve planlı olarak yerine getirilirken, bazıları için tamamen tesadüfi olarak yapılabilmektedir. Satış elemanları ile görüşme, bilgi toplama ya da satın almaya karar verme bilinçli ve planlı yapılan faaliyetlere örnek olarak gösterilebilir (Odabaşı & Barış, 2003, s. 32).

### **4- Tüketici davranışı karmaşıktır ve zamanlama açısından farklılıklar gösterir:**

Tüketici açısından zamanlama faktörü önemlidir. Bu açıdan zamanlama, kararın ne zaman alındığını ve sürecin ne kadar uzun sürdüğünü açıklar. Karmaşıklık ise, bir karardan etkili olan faktörlerin (değişkenlerin) sayısını ve kararın zorluğunu açıklar. Bir karar ne kadar karmaşıksa o kadar çok zaman harcanacak demektir (Odabaşı & Barış, 2003, s. 32).

### **5- Tüketici davranışı farklı rollerle ilgilenir:**

Satın alma süreçleri kişiden kişiye farklılık arz etmektedir. Ancak tüketicinin satın alma kararını verirken kendi ihtiyaç ve isteklerini karşılamak için bu kararı aldığı bir gerçektir. Bir satın alma karar süreci basamakları adım adım incelendiğinde: Başlatıcı, Etkileyici, Karar verici, Satın alıcı ve Kullanıcı gibi temel unsurlardan oluştuğu görülmektedir (Odabaşı & Barış, 2003, s. 35).

## **6- Tüketici davranışı çevre faktörlerinden etkilenir:**

Tüketici davranışını dış faktörlerden etkilenme özelliğine sahiptir. Bu etkilenme zaman zaman değişebileceği gibi uyum da sağlayabilir. Kimi çevre faktörlerinin etkileri uzun bir dönemi kapsarken kimi için çok kısa sürebilmektedir. Genellikle tüm bireyler satın alma sürecinin farklı aşamalarında çevresel faktörlerden etkilenmektedir. Örneğin, kredi faiz oranlarında yükselme ya da düşme beklentisi beraberinde tüketici alımını hızlandırma, erteleme ve vazgeçme gibi bir davranış göstermesine itmektedir (Odabaşı & Barış, 2003, s. 36).

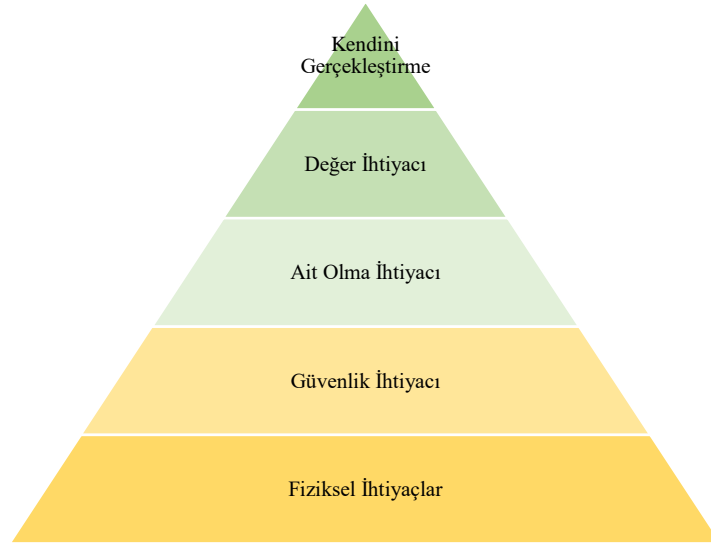
## **7- Tüketici davranışı farklı kişiler için farklılıklar gösterebilir:**

Tüketici davranışının farklı kişiler için farklılık göstermesi kişisel farklılıkların doğal sonucudur. Tüketici davranışını anlamada, bireylerin davranış farklılıklarının nedenlerini anlamak önemlidir. Tüketici olarak tüm bireyler farklı tercihler ve farklı satın alma davranışları göstermektedir. Bu durum genelleştirme yapmayı zorlaştırır da işletmeler için tüketici tepkilerinin neler olacağını bilmek önem taşımaktadır (Odabaşı & Barış, 2003, s. 36).

Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılacağı üzere tüketicinin tercihte bulunması için satın alması gereken şeyin (ürün ve hizmet) istek mi ihtiyaç mı olduğu yönünde karar vermesi gerekmektedir. Tüketimin bir nevi anlamı bu istek ve ihtiyacın giderilmesi anlamına gelmektedir. İhtiyacın isteğe, isteğin de ihtiyaca dönüşmesi zaman zaman mümkün olabilmektedir. İhtiyaç isteğe dönüştüğü oranda satın almaya yönelim de daha kolay olacak ve ekonomik bir değer ortaya çıkacaktır. Tüketicinin ihtiyaç olarak gördüğü ürün ve hizmetleri tercih etmede yine ekonomik ve sosya-kültürel etmenler/uyarıcılar etkili olmaktadır. Öte yandan tüketicinin bu istek ve ihtiyaçları gidermesi için karar verme süreci sektör içinde en önemli hususlardandır. Sektör bu istek ve ihtiyaçları karşılayabilmek için tüketicinin içsel (kişisel) ve dışsal (sosyal) davranış farklılıkları öngörmenin yanında ürün ve hizmet alternatifleri ve farklı cazip sunumlarla tüketicinin karşısına çıkarmak zorunda olduğu gibi tüketicinin gerekli ve önemli gördüğü istek ve ihtiyaç eksikliklerinin koşullarını kazan-kazan modeli ile optimal bir uyum ya da uzlaşma oluşturması yerinde olacaktır.

Bir diğer önemli gördüğümüz husus ise ihtiyaçları belirli bir hiyerarşiye göre sıralayan Abraham Maslow'un (1908 – 1970) pramidi burada çok anlamlı gözükmektedir. Maslow'a göre ihtiyaç hiyerarşisi aşağıda verilmiştir:





**Şekil 5 Maslow'un İhtiyaç Hiyerarşi Piramidi**

(Kaynak: C. George Boeree: Personality Theories, Abraham Maslow, 2006, Psychology Department Shippensburg University.)

Bu hiyerarşide sektör için öncelikli sıra (Safety Needs) güvenlik ihtiyacıdır. Fizyolojik ihtiyacın hemen üstünde yer alan güvenlik ihtiyacı bireylerin gerek kendileri ile gerekse sahip oldukları şeyler ile ilgili tehlike ve hasarlardan güven, emniyet, sağlık ve huzur içerisinde olma ihtiyacının önemli ve öncelikli alanlardan olduğunu göstermektedir. Bireyler buna bağlı olarak mevcut yaşam biçimlerini koruma (istikrar) ve sürdürmenin yanında olası mevcut duruma zarar verecek ya da kaygı ve korkuları azaltacak önlemlere de ihtiyaç duyarlar. Bu ihtiyaçlarını gidermek için tüketiciler de sigorta kapsamını, prosedürlerini, uygulamalarını, çalışma koşullarını ve prim fiyatlarını sorgulamayı ve incelemeyi gerekli görürler. Bu anlamda sigorta sektörü hedef kitlesi tüketicilerin ekonomik ve sosyokültürel tutumlarını göz önünde bulundurarak ekonomik, sosyal ve kültürel yararı gözeten çok yönlü bir çalışma yaparak beklentilerine cevap verebilmeyi ve sorunları çözebilmeyi düşünmelidirler. Sektör hedef kitleye hizmet sunabilmek için bu faktörleri de göz önünde bulundurarak yeterince bilgilendirici, bilinçlendirici, eğitici, koruyucu, önleyici, sorun çözücü ve geliştirici stratejik planlar yapabilirler.

#### 3.2.2.2. Eğitim Seviyesi

Sigorta talebini etkileyen sosyo-ekonomik pek çok faktör söz konusu olmakla birlikte, bu faktörlerden en önemlisi kuşkusuz ki eğitim seviyesidir.

Eğitim, beşeri sermayeye katkıda bulunarak ekonomilerin büyümesini sağlamanın yanı sıra sosyal, kültürel ve siyasal kalkınma dinamiklerini de harekete geçirmektedir (Yenilmez & Kılınç, 2018, s. 57). Bunun yanı sıra eğitimin bireyler ve ülke ekonomisine olan katkısı yanında sigorta bilincinin geliştirilmesinde de olumlu yönde katkısı olacaktır. Sektörde istihdam edilen personelin eğitim düzeyi de sigorta sektörünün gelişmesi ve ekonomiye katkısında da önemli bir rol oynamaktadır.

Milli Eğitim Bakanlığı her yıl, o yılın örgün eğitim dönemine ilişkin verileri MEB Resmi İstatistikler web sayfasında yayımlıyor. MEB'in yayımladığı istatistiklere göre, "2019-2020 örgün öğretim döneminde net okullaşma oranları ilkokul, ortaokul ve ortaöğretim düzeylerinde bir önceki yıla nazaran artarken, yükseköğretim düzeyinde ise söz konusu oranlar son 2 dönemde de düşüş göstermektedir" (M.E.B, 2021).

**Tablo 5.Dönemlere Göre Net Okullaşma Oranı (%)**

<b>Dönem</b>	<b>İlkokul</b>	<b>Ortaokul</b>	<b>Ortaöğretim</b>	<b>Yükseköğretim</b>
<b>2017-2018</b>	91.5	94.5	83.6	45.6
<b>2018-2019</b>	91.9	93.3	84.5	44.1
<b>2019-2020</b>	93.6	95.9	85	43.4

(Kaynak: MEB İstatistikleri)

Türkiye’de eğitim politikalarının son 10 yılı incelendiğinde okullaşma oranlarının artmasından, eğitime ayrılan kaynakların artırılmasına kadar pek çok alanda gelişme görülüyor. Öncelikle Türkiye’de eğitim sistemindeki ihtiyaçları karşılayacak eğitim kaynakların yeterliliğine bir göz atmalıyız. 2019 yılı verilerine göre, "MEB Türkiye’de Hazine ve Maliye Bakanlığı’ndan (%43,7) sonra en fazla bütçe ayrılan ikinci bakanlıktır (%11,8). Buna karşın, Türkiye’de hem özel öğretime ayrılan pay hem de özel kaynakların eğitime katkısı artıyor" (ERG, 2019, s. 24). 2020 yılında, Milli Eğitim Bakanlığı’nın bütçe ödeneği 125,4 milyar TL olarak belirlendi. Bir başka deyişle 2020 yılında eğitime ayrılan toplam bütçenin %77,3’ü Milli Eğitim Bakanlığı’na ayrılmıştır (M.E.B, 2021).

Türkiye’de eğitim seviyesi yükseldikçe sigortanın değeri hak ettiği yerden arzu edilen yere gelecektir diyebiliriz. Bununla beraber tüketici kitlesinin eğitim düzeyindeki artış

yaşam biçimlerindeki farklılaşmaları beraberinde getirirken gittikçe sektöre daha fazla ihtiyaç duyulmasına ve davranışının yön değiştirmesine yol açacaktır.

Tüketicilerin meslekleri ve öğrenim düzeyleri, spesifik anlamda mallara olan ihtiyacı ve isteği yaratır. Bir işveren ile işçinin ihtiyacı birbirinden doğal olarak farklıdır. Ayrıca, tüketicilerin öğrenim düzeyleri yükseldikçe istek ve ihtiyaçları da giderek artar ve çeşitlilik gösterir (Akgün, 2008, s. 37).

Tüketicilerin eğitim düzeyleri etkili olduğu gibi yeni şeyler öğrenme, bilgi seviyesinde artış, istidat ve yeteneğinin de yükseldiği bir gerçektir. Öğrenilen her yeni şey, aynı zamanda bir isteğin de oluşmasına neden olmaktadır (Karabacak, 1993, s. 88). Öğrenim durumu yüksek tüketici, daha kaliteli ve daha karmaşık ve doyurucu ürün ve hizmetler istemektedir (Köseoğlu, 2002, s. 102). Eğitim seviyesi ve sigorta talebi pozitif ilişkilidir; sigorta bilinci geliştikçe, yanlış inanç anlayışını terk eden kişiler sisteme daha fazla güvenle ve olumlu şekilde yaklaşmaktadır (Eser, 2019, s. 34).

### 3.2.2.3. Reklam

Gündelik yaşantımızın hemen hemen her alanını kuşatan ticari reklamın tanımı Reklam Kurulu Yönetmeliği'nde şu şekilde: "Ticaret, iş, zanaat veya bir meslekle bağlantılı olarak; bir mal veya hizmetin satışını ya da kiralanmasını sağlamak, hedef kitleyi oluşturanları bilgilendirmek veya ikna etmek amacıyla reklam verenler tarafından herhangi bir mecra da yazılı, görsel, işitsel ve benzeri yollarla gerçekleştirilen pazarlama iletişimi niteliğindeki duyuruları" şeklinde ifade edilmektedir (GTB, 2021).

Reklam bireylerin tutum ve davranışlarına etki etme amacıyla en fazla kullanılan taktiklerden ve yaşamı şekillendiren ve yansıtan en önemli kültürel unsurlardan biridir. Artık günümüzde günlük yaşantımızın kaçınılmaz bir parçası haline gelen reklamlar tüm sektörlerin amaçlarını gerçekleştirebilmek için başvurdukları bir araç olması hasebiyle anlamlı hale gelmiştir.

Bu anlamda reklam uluslararası işletmelerin hedefledikleri pazar ve kültürüne göre çeşitlilik arz etmektedir. Dolayısıyla hedeflenen sosyal yapının kültürüne ilişkin dinamiklerin bilmesi gereklidir. Bu durum aynı zamanda reklâm stratejilerinin doğru belirlenmesinde gereklidir. Küçülen dünya karşısında kültürlerarası farklılıkların bilinirliği de önemlidir. Hangi kültüre nasıl bir reklam içeriklerinin sunulacağı dikkate

alınması gereken hususlardandır. Bu bağlamda hedef kitle ile kültürel bir iletişim kurmanın yolu, kültürel özelliklerin dikkate alınarak reklam stratejilerinin belirlenmesine ve ortak bir dil yaratılmasına bağlıdır. Reklamcılık tarihi incelendiğinde 1950’li yıllardan itibaren başlayan ve günümüzde de halen devam eden küresel reklâm stratejilerine ilişkin tartışmaların odak noktasını “mesajların iletilmesinde izlenecek yollar” oluşturmaktadır. Genel olarak bakıldığında küresel reklâm uygulamalarında amaç, ürün nerede üretilirse üretilsin veya satılsın ürüne ilişkin aynı konumlandırma ve aynı reklâm stratejisini oluşturmaktır. Ancak ulusal sınırların dışına çıkarak farklı pazarlara yönelmek beraberinde farklı yasal düzenlemeler, dil, kültür, anlayış ve tutum başta olmak üzere coğrafik ve iklimsel değişimler gibi pek çok etmeni dikkate almayı gerektirmektedir. Bu durumda uluslararası pazarlamanın esasları doğrultusunda ürüne ilişkin kararlar ile tüketici davranışları bilgisi küresel reklâm uygulamaları için temel çıkış noktasını oluşturmaktadır. Yeni küresel pazarlama anlayışı ile dünyadaki bütün insanları aynı kategoride değerlendirmek reklam açısından yanılsıza sürükleyeceği gibi farklı insan çeşitliliğinin farklı kültürlerle aynı zamanda farklı duygulara sahip olması farklı ve yaratıcı reklam içeriklerini barındırması gerekmektedir. Kültür, kişilerin yaşamında her alanda etkili olduğu gibi, ürün ve hizmetlere ilişkin kararlarında da belirleyici bir konumda yer almaktadır. Bu nedenle reklamcılar hedef kitlelerin değerleri, yaşam stilleri, istekleri vb. unsurları, bir diğer ifade ile kültürel farklılıklarını anlayarak reklâm çalışmalarını hitap ettikleri hedef kitlenin genel anlayışına göre gerçekleştirmelidir (Aktuğlu & Eğinli, 2010).

Reklam; “tarafsız bir iletişim değil, aksine üretici tarafından bilinçli olarak hedef kitlede yeni bir tutum geliştirmek, mevcut tutumun şiddetini artırmak veya var olan tutumu değiştirmek amacıyla kurulan bir etkileşim sürecidir” (Yılmaz, 2004).

“Reklamın en temel amacının hizmetle ilgili müşterinin zihninde pozitif bir algı yaratmak olduğu söylenebilir. Kitlesele bir haberleşme aracı olarak reklam, kişisel satıştan farklı olarak, hizmeti müşterinin ayağına götürmekten çok, müşteriye satış noktasına çekmeyi amaçlar. Bunun yanında müşteriye gerekli bilgileri sunar, onların isteklerini değiştirmeye ve işletmenin hizmetlerini tercih etme nedenlerini ortaya çıkarmaya çalışır” (Çemberci, 2007, s. 48).

“Reklam, marka ve poliçeden müşterileri haberdar eden, bilgi veren değerlendirmesine katkıda bulunan, psikolojik kabul yaratan, satın almaya ikna edip yönelten, satın alma sonrası tatmin yaratan, acenteyi destekleyen, markayı ve poliçeyi hatırlatan fonksiyonlara sahiptir. Ancak sigortanın soyut özelliği, poliçenin teknik özellikleri ve müşteriye göre farklılaşabilme özelliği, reklamlarla etkin bir mesaj vermeyi kısıtlayabilmektedir. Sigortacılık alanında verilecek reklamların ana fikri genellikle, risk, menfaat, hasarı karşılama, emniyet, koruma, güven ve duygusal esaslara dayanmaktadır” (Karabulut, 1988).

Reklam sektörü, tüketim zincirini canlı tutmak amacıyla duygusal ve/veya rasyonel mesajlarla donattığı öneriler bütünü anlam dünyamıza aktarmaktadır. Bu mesajların pek çok ve çeşitli duyguyu içerdiği basit gözlemlerle bile anlaşılabilir (Taşkaya, 2013, s. 3).

Tüketicilerin istenilen davranışları sergilemelerini sağlamak amacı ile reklam mesajlarında temelde ussal ve duygusal olmak üzere iki farklı mesaj türü kullanılmaktadır. Ussal uyarıcıların kullanıldığı reklamlarda tüketicinin akılcı satın alma davranışında bulunacağı göz önünde bulundurulur. Ussal uyarıcıların kullanıldığı reklamların tespitinde, bilimsel verilere dayanarak tüketicinin “neden bu ürünü satın almalıyım” sorusunu resmi istatistikler (rakamlar), kanıtlanmış bilgiler, fiyat, dayanıklılık vb. öğeler ile cevaplayan uyarıcılar göz önüne alınmıştır. Ussal uyarıcıların aksine kanıtlanmış bilgilerden, istatistiklerden, rasyonel kararlardan uzak ve daha çok hislere, hayallere, ruhsal süreçlerine dayalı uyarıcıların kullanıldığı mesaj türleri ise duygusal reklam mesajlarında karşımıza çıkar (Sabuncuoğlu, 2006, s. 32-33).

Potansiyel tehditlerle ilişkilendirilen korku, bir ürünü satmak ya da tüketiciyi harekete geçirmek amacıyla, reklam mesajlarında ikna edici bir araç olarak kullanılır. Rasyonel söylemlerin yanı sıra daha çok duygusal söylemlere dayanan korku uyarıcı, hedef kitleye, reklam mesajında sunulan tavsiyelere uymadığında başına gelecek olumsuz sonuçları göstererek, korku yoluyla iknayı hedefleyen bir tekniktir. Evini afetlere karşı sigorta ettirmeyen birinin su baskını, yangın, deprem sonucunda yaşayacağı mağduriyetin konu edildiği reklamlar da bu duruma örnektir (Taşkaya & Güneş, 2017, s. 228). Yine saygınlık ihtiyacını karşılamak için satın alınan lüks bir otomobile yaptırılan sigorta ile de bireyin güvenlik ihtiyacı karşılanmış olur.

Dijital dünyanın paylaşımına sunduğu uygulamalardan sigorta şirketleri de yararlanmaktadır. Pek çok sigorta şirketi ürünlerinin satışı için birer dijital platformlar oluşturmaktadırlar. Artık web sitesi, sosyal medya entegrasyonu, arama motoru optimizasyonu, takip, tıklama oranları, trend, etkileşim süresi ve online gibi kavramlar pazarlama başarısının yeni ölçütleri olmuştur. Sigorta işletmeleri dijitalleşme sürecine ayak uydurmak için yeni fırsatlar kollamaktadır. Bununla birlikte, işletmeler dijital platformları doğrudan satış için kullandıkları görülmektedir. Özellikle pandemi sürecinde sektörün online alışverişte ilerleme kaydettiği görülmüştür. Dijital pazarlama, müşterilerin erişimi, katılımı ve sürekli geri bildirimleri nedeniyle günümüz pazarlaması için en popüler yaklaşımdır (Aydın & Kiraz, 2020, s. 32).

Tüketiciler için arama motorları yaşamlarının vazgeçilmez ve önemli bir unsuru haline gelmiştir. Arama motorları artık etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Var olan bu gerçeği gören sektör buna göre reklamcılığına yatırım yapmalıdır. Öte yandan mobil araçların işlevselliği her geçen gün artmaktadır. İşletmeler; dijital kanallarda sundukları tüm içeriğin, verdikleri tüm hizmetlerin mobil kanallar ile aynı deneyimi sunacak şekilde erişilmesine imkân tanınmalıdır. Bu alana yapılacak yatırım bazı özelliklerin yalnızca mobil uygulamalar üzerinden verilmesi ile de olabilir. Mobil uygulamalar ile kişilerin kullanım ve satın alma alışkanlıkları daha iyi tespit edilebiliyor, demografik ve psikografik özellikleri daha net anlaşılabilir olduğundan mobil uygulamalara yatırım yapılması önemlidir (Aydın & Kiraz, 2020, s. 32).

Sigortanın; reklamlarla birlikte geniş kitleye ulaşmasının yanı sıra işçi-işveren için getirilen zorunlu sigorta dışında da tüm çalışanlar için daha cazip fırsat haline getirilerek sunulmalıdır (Eser, 2019, s. 142).

Ancak sigorta şirketleri reklam yaparken dikkat etmeleri gereken husus ise 5684 sayılı Sigorta Kanunu'nun 32'nci maddesinde; "Sigorta şirketleri ve aracılar, her çeşit broşür, izahname ve diğer belgeler ile ilan ve reklamlarını, taahhütleriyle sigortalıya sağlayacakları hak ve menfaatlerin sınır ve kapsamı dışında bir anlayışa neden olacak şekilde düzenleyemez ve kişi ve kuruluşlara gerçeğe aykırı, yanıltıcı, aldatıcı ve haksız rekabete yol açan beyanda bulunamaz. Bu hükme aykırılığın tespiti halinde durum, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun uyarınca faaliyet gösteren Reklam Kuruluna

bildirilir” (5684 Sigortacılık Kanunu, 2017). Şeklinde hüküm altına alınarak tüketici, kanuna aykırı reklamlardan korunmuştur.

#### 3.2.2.4. Din

Sigorta sözleşmesinin İslam hukuku boyutunda geçerli olup olmadığına ilişkin farklı görüşler ileri sürülmüştür. İlk görüş İbn Abidin tarafından ileri sürülmüştür (Sağlam, 2009, s. 5). İbn Abidin ve onu takip eden fıkıhçılar sigorta sözleşmesini batıl (fasid) saymıştır (Döndüren, 1993, s. 166). Osmanlı’da hayat sigortasının meşruluğuna ilişkin 1911 yılında Şeyhülislamıktan çıkan fetvada İbn Abidin’in sigortanın caiz olmadığı yönündeki görüşü tekrar edilerek, “*İslam diyarında değil, yabancı memleketlerde bulunan sigorta şirketleriyle böyle bir akid yapılması halinde, şirketin kendi rızasıyla tazminat ödediği durumda*” sözleşmenin geçerli olabileceğine hükmedilmiştir (Kender, 2015, s. 20). Gelenekçi yaklaşım karşısında diğer bir grup İslam hukukçusu ise sigorta sözleşmesinde riba unsuru bulunmadığı bahsiyle sigortaya olumlu yaklaşmıştır. Nitekim 1870 yılında gerçekleşen Beyoğlu yangını sonucunda Şeyhülislamıktan sigortanın caiz olduğuna ilişkin ilk defa bir fetva alındığı ve 1901 yılında Mısır Müftüsü sıfatıyla Muhammed Abduh’un hayat sigortasının cevazına ilişkin fetva verdiği bilinmektedir. Ancak sonraki dönemde meselenin hukuki ve iktisadi açıdan çok yönlü ele alınması ile sigorta, İslam hukukçuları tarafından sosyal sigorta, primli sigorta ve karşılıklı sigorta olmak üzere üç ayrı alanda farklı bakış açılarıyla değerlendirilmiştir (Demirci, 2019, s. 28).

Wasaw (1986)’da Mısır, İran, Fas, Pakistan, Tunus ve Türkiye’nin verilerini kullanarak uluslararası bir çalışma yapmıştır. Bu çalışmada İslam’ın hayat sigortası üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu çalışmanın sonucunda diğer şartlar sabitken (Ceteris Paribus), islam ülkelerindeki müşterilerin gayri islamî ülkelere nazaran daha az hayat sigortası satın aldığı görülmüştür (Browne & Kim, 1993, s. 621).

2019 yılında “İstanbul Üniversitesi İstatistik Uygulama ve Araştırma Merkezi” (İSTARMER) tarafından HDI Sigorta A.Ş. için nitel ve nicel bir yöntem kullanarak toplam 362 kişi üzerinde gerçekleştirilen araştırmada değerler ve inançlar ile ilgili algı bölümünde sigorta kavramı en fazla sağlık (dini inancının gereklerine göre yaşadığını belirtenler), SSK ve BAĞKUR (dini inancının gereklerine göre yaşamadığını belirtenler)

ile eşlemede olduğu çağrışımı dile getirdiklerini, dini inancının gereklerine göre yaşadığını belirtenler arasında sigorta sahibi olmayanların oranı %38 iken, dini inancının gereklerine göre yaşamadığını belirtenler arasında bu oranın %30 olduğunu, yine dini inancının gereklerine göre yaşadığını belirtenler arasında trafik, kasko, DASK, konut, doğal afet, işyeri gibi elementer sigortalara daha yüksek oranda sahip olduğu, BES sahipliği oranının yüksek çıkma sebebinin de son dönemlerde zorunlu hale getirilmesinden dolayı olduğu, sigorta türleri bazında sahiplik nedenleri ile inanç ilişkisi incelendiğinde ortak motivasyonun güvence olduğunu, dine önem verdiğini ve dini inancının gereklerine göre yaşadığını belirtenlerde yeni bir sigorta yaptırma eğiliminin düştüğünü ortaya koymuştur (Vural & Zülfiyar, 2019, s. 95-98).

Yukarıdaki her iki çalışma da sigorta kullanıcılarına yönelik nitel araştırmalar olduğu görülmekte olup aşağıdaki kongrenin ise alim, uzman kişilerin sigorta konusundaki görüşlerinin yer aldığı görülecektir.

1996 yılının Eylül ayında Kombassan Holding, S.Ü. İlahiyat Fakültesi ve Konya İlahiyat Fakültesi Vakfı tarafından yapılan “I. Uluslararası İslam Ticaret Hukukunun Günümüzdeki Meseleleri Kongresi'nin” Konya’da yapılması ve uluslararası olması hasebiyle dünyanın çeşitli yerlerinden alimlerin ve alanında uzman kişilerin iştirak etmesi, daha sonra 1997 yılında kitaplaştırılan bu Kongre’de sigorta konusunun ayrı bir bölüm olarak tartışılmış olması, bizim de çalışmamızın ilgi alanını oluşturmasından dolayı çok anlamlı bir data oluşturmaktadır.

Bu önemli kongrede (Faruk Beşer:1997, s:851) güven (sigorta) ihtiyacının insanda fitri olan temel bir ihtiyaç olduğunu, İslam’ın ise fitrat dini olduğunu, İslam’ın insanın bu arzu ve ihtiyaçlarının zarar görmeyecek şekilde karşıladığını, dinin, aklın, malın, nefsin ve neslin korunmasının şeriatin maksatlarının olmazsa olmaz beş temel esası (birincil ihtiyaçlar) olduğunu, güvenin bir nimet olduğunu ve insan faktörü açısından güven duyma ihtiyacının evrensel olduğunu dolayısıyla sigortanın evrensel olduğunu, bununla birlikte İslam’da **âkile** müessesesinin olduğunu, bunun trafik kazalarından iş kazaları ve meslek hastalıklarına, tıbbi tedavi hatlarından insan ihmalinden kaynaklanan her türlü yaralama ve ölümlere köklü çareler getiren bir kurum olduğunu dile getirmektedir (Beşer, 1997, s. 851).



Günümüz İslam hukukçularının sigortaya bakışları/yaklaşımları menfi ve müspet olmak üzere iki grupta yer almaktadırlar. Bu iki gurubun özetle görüşleri şöyledir:

Dayanışmaya dayalı sosyal sigortaları kısmen caiz olarak görmekle birlikte, hayat sigortasını takdiri ilahiye meydan okumak ve onu kabullenmemek olarak görüp caiz değildir diyenler vardır. Öte yandan fıkıh kaynaklarının tanıdığı meşru akidlere kaza sigortalarının benzemediği, akdin, kesin olmayan, şüpheli veya muhtemel bir unsura veya hususa dayandığı (ğarar) (Dalgın, 1996), rizikoların sınırsız olduğu, iştirak bedellerinin pazarlığa tabi olduğu, kumar ve piyangoya benzetildiği, faiz içerdiği, haksız tazmin, başkalarının malını batıl yolla yemek, objektif olmayan bir şeyin satışı, devletin ya da fertlerin organize ettiğine göre değişiklik gösterdiği, mevcut haliyle haram unsurlar içerdiğinden bahisle özellikle ticari sigortada yoğunlaşan hususları doğru bulmadıklarını ifade etmişlerdir (Dalgın, 1997, s. 921).

1976 yılında Mekke’de toplanan “7. İslam İktisadı Toplantısında” görüşlerin büyük çoğunluğu ticari sigortanın haramlığı yönünde olmuştur. Yine 1978 yılında Mekke’de yapılan “İslam Fıkıhı Toplantısında” ez-Zerka’nın dışında tüm üyeler, ticari sigortaların bütün çeşitlerinin haramlığını kabul etmişlerdir (Dalgın, 1997, s. 884).

Müspet görenler ise sigorta türünde kazanç gayesi güdülmediğini dolayısıyla cevazında şüphe olmadığını dile getirmektedirler. Mala ve cana karşı güven içinde olma duygusu insanın fitratında bulunan bir ihtiyaç olduğu, sigorta akdinin böyle bir ihtiyacın karşılanması düşüncesiyle doğduğu, çıkışı itibariyle sigortanın gayesinin güven ihtiyacını karşılamak olduğu, aykırı görülen yerlerin giderilebilir olduğu, âkile, tekafül gibi benzer müesseselerin uygulamalarının olduğu, bu uygulamalardaki kısmi farklılıkların öze taalluk etmediği, ticaretin globalleştiği bugünün dünyasında ticari sigortanın bulunmamasının Müslümanların ekonomik açıdan mağlubiyetine neden olacağı, sigortayı kabul etmeyen bir tacir ürettiği malı ihraç ederse batması/batırılmasının muhtemel olduğu, başka ülkelerden mal almaya kalktığında sigorta olmadan kabul etmeyeceği dolayısıyla ticaret yapılamayacağı, bu anlamda sigortanın ihtiyaçtan öte bir zaruret olduğu, hayat sigortasının kaderi ilahiye ile bağlantı kurulmasının doğru olmadığı, hayatı garanti altına almak değil ölümden doğacak zararları telafi etmek olduğu şeklinde hususları ileri sürmektedirler (Beşer, 1997, s. 869).

Bu Kongrede çok enteresan bir anekdotunu anlatan Faruk Beşer: “doğruyu söylemek gerekirse bu yazılanların çoğunun sigortayı tecviz etmemesine bakarak hep cumhurdan yana tavır alma insiyakıyla caiz olmayacağı kanaatimi pekiştirmek için başladım. Ama itiraf etmeliyim ki, mevcut delillerle bir süre bu düşüncemi zorladım, nihayet bir nokta da nötürleşti ve ardından da öbür taraf ağırlık kazanmaya başladı. Eğer din ve onu kavrama anlamındaki fıkıh bir ikna olma ve itminan bulma olayı ise benim de caiz olmayacağı sonucunun çıkmasını istediğim halde, caiz olacağını söyleyenlerin delilleriyle ve ona ilave kendi argümanlarımla ikna olduğumu, hatta buna mecbur kaldığımı söylemem gerekir.” (Beşer, 1997, s. 862). Diyerek bir itirafta bulunur.

Anlaşıyor ki, sigortanın dinen caiz olup olmadığı tartışması üç noktaya odaklanmaktadır. Bunlar sigortanın dayanışma sağlaması, faize benzeyip benzememesi ve akdin yapılışı bakımından kabul edilebilir olup olmamasıdır. Bu hususta görüşlerin şartlara göre değişmesi pekâlâ mümkündür. Çünkü “zamanın değişmesi ile dinî hükümlerin de değişebileceği” İslâm hukukunun esaslarındandır. Bu esas Mecelle’nin 39. maddesinde; “*Ezmânın (zamanın) tagayyürü (değişmesi) ile ahkâmın tagayyürü inkar olunamaz*” şeklinde kayıtlıdır. Konuya ilişkin tartışmalarda farklı görüşlerin öne sürülmesi de İslâm’ın kolaylığı esas alan uygulamalarına imkân vermektedir.

Öte yandan mevcut sigortayı menfi görenlerin alternatif arayışlarının olduğu, uygulama projeleri ileri sürdükleri, bu alanda farklı oluşumların hatta devlet bazında bazı yapıların (Dar al-Maal al-Islami Trust (DMI), Cenevre- (دار المال الإسلامي) (-The House of Islamic Money- İslam Tekafül Kurumu) ortaya koyulduğu ve faaliyet gösterdikleri göze çarpmaktadır (Dalgın, 1997, s. 909).

İslam Hukuku alanında çalışan ve aynı zamanda Konya’da kanaat önderi olarak da görülen Prof. Dr. Orhan Çeker’in yukarıda adını verdiğimiz Kongrede “Bir Sigorta Müessesesi Uygulama Projesi” başlığı altında sunduğu tebliğde İslam ülkeleri bağlamında zekâttan uyarlamalı prim ile bir sigorta sistemi önerdiği görülmektedir. Yani üyelerinin ticari kazanç elde etme amaçlarının olmayışı nedeniyle, karşılıklı yardımlaşma ve dayanışma esasına dayanan değişken primli karşılıklı sigortalar da ivazlı/ticari bir sözleşme niteliğinden ziyade karşılıklı hibe, kefâlet ya da özel şartlar içeren teberru vb. akitlere dayandırılmıştır. Değişken primli sigortalarda diğer üyeler hiç tazminat alamazken, riske maruz kalan üyelerin ödediği primden çok tazminat almasındaki

belirsizlik, sözleşmeye zarar verecek boyutta görülmemiş, riba ile kumar unsurlarının da bu tür sigortada bulunmadığı kabul edilmiştir (Çeker, 1997, s. 967).

Bu Kongre aslında çağdaş İslam hukukçularının meseleyi değerlendirmede iki türlü bir yaklaşım sergiledikleri görülmektedir: Birincisi yeni çıkmış bir akid ilişkisinin değerlendirirken içinde yaşanan toplum şartlarını, hangi ihtiyaçtan kaynaklandığını, akdin amacını ve gerçekleştireceği yararı göz önünde tutarak onu genel İslam ilkelerine vurmak; ikincisi ise, akdin amacı, içinde yaşanan toplumda hangi ihtiyacı karşıladığı göz ardı edilerek önceki Müslüman toplumlarda ortaya çıkmış ve topluma göre hükmü belirlenmiş akit ilişkilerine benzerlik gösterip göstermediğini tespiti çalışmak şeklinde ifade edilebilir (Apaydın, 1997, s. 972).

Netice itibariyle Türkiye–genelinde ve muhafazakar yapısı ile bilinen Konya özelinde sigorta sistemi bütüncül olarak değerlendirildiğinde aynı konuda farklı yargılara ulaşılmasının paradigma farklılıklarından kaynaklandığı, alan uzmanlarının yeterince zihinlerinin berraklaşmadığı, kimi uzmanların pratik uygulamalardan ziyade teoride kaldıkları, kimilerinin ise Arap müelliflerin etkisinde fazlaca kaldıkları, ileri sürülen alternatif teorik önerilerinin pratik, ekonomik ve uygulanabilir zemini olup olmadığı hususunda şüphelerin oluştuğu, sigorta sisteminin günümüz şartlarında biçimsel olarak yeniden ihyası teklifinin yapıldığı, bu konu genel kabul görür bir hükme bağlanmadıkça sigorta hizmetinden yararlanacak potansiyelin bundan yoksun kalacakları, bundan dolayı dinin öngördüğü uygulamalara kıyasla modern sigorta ihtiyacını karşılayacak bir çözüm arayışı bulunduğu görülmektedir. Bu problemin temelde İslâm'ın ekonomik prensiplerinin sanayi ve hizmet ekonomilerinde uygulanmamasından kaynaklandığını ifade etmek mümkündür.

Bununla birlikte, İslâm kültürünün yaşam tarzları, zihin kalıpları, olayların kökenleri ile mevcut durum arasındaki bağıntısı, ekonomik ve sosyokültürel pratikleri birlikte düşünüldüğü zaman, sigorta konusu zaman, şartlar ve sebep dairesi içerisinde teori ve realite bağlamında hâlâ yeterince netliğe kavuşturulmuş değildir. Bu bir tür manevî kültür gecikmesidir. Oysa dinin beşerî faaliyet alanlarının tümünde adalet ve hakkaniyeti sağlayacak kolaylaştırıcı esaslara sahip olduğu açıktır. Kanaatimizce uzmanlar geniş bilgi birikimlerinin yanında, hukuki ve felsefi düşünce kabiliyetleri ile birlikte, sigorta sistemini kendi iç mantığı ve bütünlüğü içerisinde incelemeleri ve sigorta sektörünün

alanda çalışan uzman kadrolarının bilgi birikimlerinden de yararlanarak uygulanabilirliği olan, geliştirici bir özüm üretmeleri gerekir. Bu arada uygulamada dinî duyarlığa aykırılıklar varsa bunlar da giderilebilir. İslâm toplumlarında sanayi ve hizmet ekonomisi faaliyetlerini düzenleyecek, teşvik edecek, geliştirecek ve İslâm medeniyetini ilerletecek bir bilimsel ve düşünsel derinleşmeye ihtiyaç olduğu açıktır. Bu ihtiyaç sigorta alanında da kendisini göstermektedir.

Görüldüğu üzere din faktörü sosyo-ekonomik olarak yadsınamayacak kadar büyük bir etkiye sahiptir. Dolayısıyla sigorta yaptırmayan büyük bir potansiyelin varlığını da düşünerek sigorta sektörünün bu alanda spesifik ve etkileşimli olarak çalışmalar yapması gerekmektedir.

## **4. SİGORTA TALEBİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER KONYA ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA**

### **4.1. Araştırmanın Konusu**

Araştırmanın konusu; sosyal yaşam içerisinde sigorta talebini etkileyen faktörlerin değerlendirilmesi yanında Konya ili bağlamında bu talebi etkileyen faktörlerin belirlenmesine ilişkin anket uygulaması yapılarak elde edilen sonuçların analizini esas almaktadır.

### **4.2. Araştırmanın Amacı**

Bu çalışmanın amacı, sigorta talebinde bulunan alıcıları etkileyen gerek ekonomik gerekse sosyo-kültürel faktörlerin belirlenmesi ve Konya ilinde yapılan anket uygulaması ile bu etkilerin analizi edilerek Konya halkının sigorta satın alırken ne gibi etmenlerin aktif rol aldığını tespit etmek amaçlanmıştır. Bu çalışma sektör açısından önemli ipuçları sunacağı gibi bu kültürel dinamiklerin etki edip etmediğini ortaya koymaktadır.

### **4.3. Araştırmanın Önemi**

Sigorta sektörü açısından talebi etkileyen faktörlerin bilinirlik kazanması çalışmanın önemli ölçüde bir değere sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bu çalışma sigorta talebini etkileyen faktörlerin belirlenmesinde sosyal ve kültürel yapının anlaşılması açısından önemlidir. Sigorta talebinde tüketici tutumlarının belirlenmesinde yaş, cinsiyet, gelir, eğitim gibi demografik özellikleri, ekonomik, sosyo-kültürel özellikleri tüketicinin talep etme ya da etmeme davranışı açısından önemlidir. Bu durum aynı zamanda sigorta şirketlerinin üreteceği hizmet ve ürüne ilişkin özelliklerin belirlenmesi bakımından da oldukça önemlidir.

### **4.4. Araştırmanın Varsayımları**

Araştırmanın varsayımları aşağıda belirtilmiştir.

- Anketi cevaplayan katılımcıların, soruları doğru bir şekilde algıladıkları ve doğru bir şekilde yanıtladıkları,
- Seçilen örneklemin alanı temsil ettiği,

- Kullanılan ölçeklerin ve uygulanan araştırma yönteminin bu araştırmanın amacına ve problemin çözümüne uygun olduğu ve
- Verilerin değerlendirilmesinde kullanılan tekniklerin araştırmanın amacına uygun yöntemler olduğudur.

#### **4.5. Araştırmanın Sınırlılıkları**

Araştırma birtakım sınırlılıklar taşımaktadır. Bu sınırlılıklar;

- Araştırma, Konya ili ile sınırlandırılmıştır.
- Araştırma, konusu itibari ile daha önce çalışılmamıştır.

#### **4.6. Araştırmanın Yöntemi**

Konya il merkezinde yaşayan sigorta satın alabilir potansiyele sahip bireylere yönelik anket uygulanmakta ve toplanan veriler analiz edilerek önemli bulgulara ulaşılmıştır. Sigorta talebi konusunda tercihlerini etkileyen faktörleri ortaya koymak için bireylerin gelir, yaş, cinsiyet, eğitim, ekonomik ve sosyo-kültürel özellikleri dikkate alınarak amacımıza yönelik veriler analiz edilmektedir. Araştırma yöntemi başlığı altında anket formunun oluşturulması, örneklem ve veri analizi gibi hususlar aşağıda ele alınmaktadır.

##### **4.6.1. Anket Formunun Oluşturulması**

Anket, Konya ilinin sigorta talebini etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Anket formu öncelikle taslak haline getirilerek alanında uzman “6” kişi tarafından incelenmiş olup görüş ve tavsiyeleri alınmıştır. Görüşler ve öneriler çerçevesinde bazı değişiklikler yapılarak pilot uygulamaya uygun hale getirilmiştir. Pilot çalışma kapsamında Konya’ da sigorta yaptıran kişilere 50 adet ön anket çalışması yüz yüze görüşülerek uygulanmıştır. Pilot uygulaması veri analizi sonuçlarına göre ankette ve ölçeklerde gerekli düzeltmeler yapılarak ankete son hali verilmiştir.

Anketin birinci kısmında kişilerin cinsiyeti, yaşı, medeni durumu, mesleği, eğitim durumu, aylık ortalama kişisel geliri gibi demografik özellikleri belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir. Anketin ikinci kısmında kişilerin sigorta satın alıp almadığı, neden satın aldığı, nereden ve hangi tür sigorta aldığına dair özellikleri belirleyen sorular sorulmuştur. Anketin üçüncü kısmında ankete katılan kişilere hangi şartların oluşması ile

sigorta aldıkları, neden almadıkları ve sigorta alırken nelere dikkat ettiklerini belirlemeye yönelik sorular yöneltilmiştir. Burada soruların ne derece etkili olduğu belirlemek için ifadenin yanında 5’li Likert tipi (1=*Kesinlikle Katılmıyorum*, 2= *Katılmıyorum*, 3= *Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum*, 4=*Katılıyorum*, 5= *Kesinlikle Katılıyorum*) ölçek kullanılmıştır.

#### 4.6.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırma evreni, Konya ili olup, örneklem ise dağıtılan 500 anket içerisinde analize uygun olan 360 ankettan oluşmaktadır. Araştırma örneklemini belirlerken kolayda örneklem yöntemi ile belirlenmiştir. Kolayda örneklem de araştırmacı ihtiyacı olan örnekleme ulaşmaya kadar en hızlı ve en kolay yol ile deneklerden veri toplamaktır.

#### 4.6.3. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde SPSS 23.0 versiyonundaki istatistiksel paket programı kullanılmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda tanımlayıcı istatistikler, ANOVA, T-TESTİ ve Kİ-KARE testi analizlerinden faydalanılmıştır.

### 4.7. Araştırma Ölçeklerinin Geçerliliği ve Güvenilirliği

Bu araştırmada konu ile ilgili alanında yetkin kişilerin görüşlerine başvurularak, “içerik geçerliliği” uygulanmıştır (Baş, 2001: 188). Güvenilirlik hesabı yapılırken Cronbach’s Alpha katsayısı yöntemi esas alınmıştır.

Ankette kullanılan ölçeklerin, güvenilirlik analizi sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

**Tablo 6. Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları**

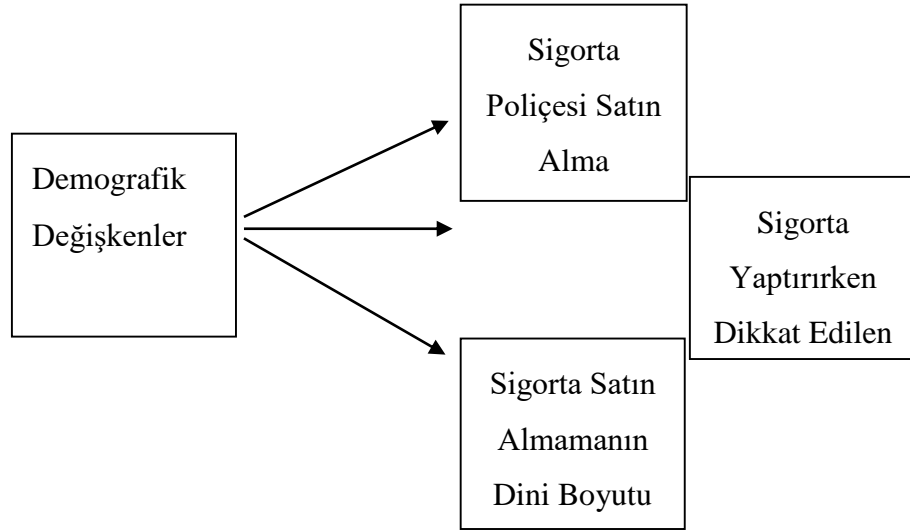
	Cronback’s Alpha	Soru Sayısı
Hangi durumların sağlanması	,872	7
Size bir veya birden fazla branşta sigorta yaptırmayı düşündürür?		

Neden sigorta satın almazsınız?	,834	7
Sigorta yaptırırken nelere dikkat edersiniz?	,959	9

Tablo 5’te görüldüğü üzere, araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik katsayılarının 0.70’in üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Yani kullanılan ölçeklerin “Cronbach’ s Alpha” değerinin yüksek olduğu görülmektedir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2014, p. 292).

#### 4.8. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki model ve hipotezler kurulmuştur.



Şekil 6. Araştırma Modeli

#### Hipotezler:

**H1:** Kişilerin yaşları ile dini açıdan sigorta yaptırmamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H2:** Kişilerin aylık gelirleri ile sigorta poliçesi satın almaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H3:** Kişilerin eğitim düzeyi ile sigorta poliçesi satın almaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H4:** Kişilerin medeni durumu ile poliçe yaptırma denemeleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H4a:** Kişilerin medeni durumları ile kendi ihtiyaçları için sigorta yaptırmaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.



**H4b;** Kişilerin medeni durumları ile kredi kullanırken banka istediği için sigorta yaptırımları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H4c;** Kişilerin medeni durumları ile sigortacı bir yakının ricası doğrultusunda sigorta yaptırımları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H4d;** Kişilerin medeni durumları ile yatırım amacı ile sigorta yaptırımları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H4e;** Kişilerin medeni durumları ile zorunlu olduğu için sigorta yaptırımları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H4f;** Kişilerin medeni durumları ile risklerden kaçınmak için sigorta yaptırımları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H5;** Kişilerin meslekleri ile sigorta satın aldığı kanallar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H5a;** Kişilerin meslekleri ile sigortayı sigorta şirketinden satın alması arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H5b;** Kişilerin meslekleri ile sigortayı acenteden satın alınması arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H5c;** Kişilerin meslekleri ile sigortayı banka şubesinden satın alınması arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H5d;** Kişilerin meslekleri ile sigortayı PTT'den satın alınması arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H5e;** Kişilerin meslekleri ile sigortayı internetten satın alınması arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H6;** Kişilerin cinsiyetleri ile sigorta yaptırırken dikkat ettiği unsurlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H6a;** Kişilerin cinsiyetleri ile sigorta yaptırırken sigorta şirketinin finansal açıdan güçlü olmasını bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H6b;** Kişilerin cinsiyetleri ile sigorta yaptırırken sigorta primlerinin düşük olmasını bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H<sub>6c</sub>**; Kişilerin cinsiyetleri ile sigorta yaptırırken hasar ödeme hızını bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H<sub>6d</sub>**; Kişilerin cinsiyetleri ile sigorta yaptırırken taksit imkanının fazla olmasını bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H<sub>6e</sub>**; Kişilerin cinsiyetleri ile sigorta yaptırırken acente çalışanlarının güler yüzlü olmasını bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H<sub>6f</sub>**; Kişilerin cinsiyetleri ile sigorta yaptırırken çevremdeki insanların görüş ve deneyimlerinden faydalanmasını bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H<sub>6g</sub>**; Kişilerin cinsiyetleri ile sigorta şirketinin hasar anındaki destek durumunu bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H<sub>6h</sub>**; Kişilerin cinsiyetleri ile daha önceki sigorta deneyimlerinden faydalanmasını bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H<sub>6i</sub>**; Kişilerin cinsiyetleri ile alınan sigorta ürününü kapsamının bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

#### **4.9. Araştırmanın Bulguları**

Araştırmanın sonucunda elde edilen; katılımcıların demografik özellikleri, korelasyon ve regresyon analizi sonuçları aşağıda verilmiştir.

##### **4.9.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri ile İlgili Bulgular**

Araştırma kapsamında değerlendirilen çalışanların demografik özellikleri Tablo 7’ de verilmiştir.

**Tablo 7. Anketi Cevaplayan Katılımcıların Demografik Özellikleri**

		<b>Frekans</b>	<b>Oran (%)</b>
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	131	36,4
	Erkek	229	63,6
	Toplam	360	100
<b>Medeni Durum</b>	Evli	220	61,1
	Bekar	140	38,9
	Toplam	360	100

<b>Yaş</b>	18-24	38	10,6
	25-31	133	36,9
	32-38	64	17,8
	39-45	40	11,1
	46 ve üstü	85	23,6
	<b>Toplam</b>	<b>360</b>	<b>100</b>
<b>Eğitim Durumu</b>	Ortaokul	15	4,2
	Lise	32	8,9
	Yüksekokul	38	10,6
	Lisans	193	53,6
	Lisansüstü	82	22,8
	<b>Toplam</b>	<b>360</b>	<b>100</b>
<b>Aylık Gelir</b>	2324	31	8,6
	2325-3500	68	18,9
	3501-4500	55	15,3
	4501-5500	57	15,8
	5500 üzeri	149	41,4
	<b>Toplam</b>	<b>360</b>	<b>100,00</b>
<b>Meslek</b>	Memur	138	38,3
	İşçi	82	22,8
	Akademisyen	44	12,2
	Serbest Meslek	92	25,6
	Çiftçi	4	1,1
	<b>Toplam</b>	<b>360</b>	<b>100</b>

Tablo 6' daki ankete katılanların demografik özellikleri ile ilgili araştırma sonuçları incelendiğinde; katılımcıların %63,6'sının erkek, %36,4'nün kadın olduğu görülmektedir. Medeni durum açısından bakıldığında %61,1'nin evli, %38,9'unun bekâr olduğu anlaşılmaktadır. Kişilerin yaş aralığı dağılımı açısından incelendiğinde ise; %10,6'sının 18-24 yaş arası, %36,9'unun 25-31 yaş arası, %17,8'nin 32-38 yaş arası, %11,1'nin 39-45 yaş arası ve %23,6'sının 45 yaş ve üzeri olduğu görülmektedir. Anketi cevaplayan çalışanların %4,2'sinin ortaokul, %8,9'unun lise, %10,6'sının yüksekokul, %53,6'sının lisans, %22,8'inin ise lisansüstü eğitime sahip olduğu tespit edilmiştir. Aylık gelirleri açısından bakıldığında %8,6'sı 2324 TL, %18,9'u 2325-3500 TL, %15,3'ü 3501-4500 TL, %15,8'i 4501-5500 TL ve %41,4'ü 5500 TL ve üzeri gelire sahiptir. Mesleki

açından bakıldığında %38,3'ü memur, %22,8'i işçi, %12,2'si akademisyen ve %1,1'i çiftçidir.

#### 4.9.2. “Sigorta poliçesi satın aldınız mı?” Sorusuna İlişkin Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları

Araştırma sonuçlarına göre “Sigorta poliçesi satın aldınız mı?” sorusuna ilişkin tanımlayıcı istatistiklere ilişkin bulgular aşağıda belirtilmiştir.

**Tablo 8. “Sigorta poliçesi satın aldınız mı?” sorusuna ilişkin Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları**

		Frekans	Oran (%)
Sigorta poliçesi satın aldınız mı?	Evet	255	70,8
	Hayır	105	29,2
Toplam		360	100

Sigorta poliçesi satın aldınız mı?” Sorusunun altında yer alan cevaplara ilişkin frekans tablosu incelendiğinde %70,8 oranında “Evet” cevabıdır. En az yanıtı alan iki cevap ise %29,2 ile “Hayır” cevabı olmuştur.

#### 4.9.3. “Neden Poliçe Yaptırdınız?” sorusuna ilişkin Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları

Araştırma sonuçlarına göre “Neden Poliçe Yaptırdınız?” sorusuna ilişkin tanımlayıcı istatistiklere ilişkin bulgular aşağıda belirtilmiştir.

**Tablo 9. “Neden Poliçe Yaptırdınız?” Sorusuna İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler**

		Frekans	Oran (%)
Kendim İhtiyaç duydum	Evet	121	33,6
	Hayır	239	66,4
Toplam		360	100
Kredi çekerken banka istediği için yaptırдыm	Evet	102	28,3
	Hayır	258	71,7
Toplam		360	100
Sigortacı bir tanıdığımın ricası ile yaptırдыm	Evet	22	6,1
	Hayır	338	93,9
Toplam		360	100
Poliçe süresi boyunca risk gerçekleşme dahi kullanabileceğim ekstra hizmetlerden dolayı yaptırдыm	Evet	44	12,2
	Hayır	316	87,8
Toplam		360	100

<b>Yatırım amacıyla yaptırđım</b>	Evet	36	10
	Hayır	324	90
	<b>Toplam</b>	<b>360</b>	<b>100,00</b>
<b>Zorunlu olduğu için yaptırđım</b>	Evet	197	54,7
	Hayır	163	45,3
	<b>Toplam</b>	<b>360</b>	<b>100</b>
<b>Risklerin olumsuz etkilerinden korunmak için yaptırđım</b>	Evet	127	35,3
	Hayır	233	64,7
	<b>Toplam</b>	<b>360</b>	<b>100,00</b>

“Neden Poliçe Yaptırđınız?” sorusunun altında yer alan cevaplara ilişkin frekans tablosu incelendiğinde en çok yanıt alan cevap %54,7 oranında “Zorunlu olduğu için yaptırđım” cevabıdır. En az yanıtı alan cevap ise %6,1 ile “Sigortacı bir tanıdığımın ricası ile yaptırđım” cevabı olmuştur.

#### 4.9.4. “Aşağıdaki sigorta türlerinden hangilerini yaptırđınız?” sorusuna ilişkin Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları

Araştırma sonuçlarına göre “Aşağıdaki sigorta türlerinden hangilerini yaptırđınız?” sorusuna ilişkin tanımlayıcı istatistiklere ilişkin bulgular aşağıda belirtilmiştir.

**Tablo 10. “Aşağıdaki sigorta türlerinden hangilerini yaptırđınız?” Sorusuna İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler**

		<b>Frekans</b>	<b>Oran (%)</b>
<b>Trafik</b>	Evet	268	74,4
	Hayır	92	25,6
	<b>Toplam</b>	<b>360</b>	<b>100</b>
<b>Kasko</b>	Evet	178	49,4
	Hayır	182	50,6
	<b>Toplam</b>	<b>360</b>	<b>100</b>
<b>Konut</b>	Evet	135	37,5
	Hayır	225	62,5
	<b>Toplam</b>	<b>360</b>	<b>100</b>
<b>İşyeri</b>	Evet	33	9,2
	Hayır	327	90,8
	<b>Toplam</b>	<b>360</b>	<b>100</b>
<b>Nakliyat</b>	Evet	7	1,9
	Hayır	353	98,1

		Toplam	360	100,00
<b>Ferdi Kaza</b>	Evet		42	11,7
	Hayır		318	88,3
	Toplam		360	100
<b>Sağlık</b>	Evet		113	31,4
	Hayır		247	68,6
	Toplam		360	100
<b>Yeşil Kart</b>	Evet		5	1,4
	Hayır		355	98,6
	Toplam		360	100
<b>İnşaat</b>	Evet		2	0,6
	Hayır		358	99,4
	Toplam		360	100
<b>Elektronik Cihaz</b>	Evet		27	7,5
	Hayır		333	92,5
	Toplam		360	100
<b>Yat</b>	Evet		2	0,6
	Hayır		358	99,4
	Toplam		360	100
<b>Seyahat</b>	Evet		47	13,1
	Hayır		313	86,9
	Toplam		360	100
<b>BES</b>	Evet		22	6,1
	Hayır		338	93,9
	Toplam		360	100
<b>Hayat</b>	Evet		54	15
	Hayır		306	85
	Toplam		360	100
<b>Tarım</b>	Evet		3	0,8
	Hayır		357	99,2
	Toplam		360	100
<b>DASK</b>	Evet		128	35,6
	Hayır		232	64,4
	Toplam		360	100
<b>Makine Kırılması</b>	Evet		6	1,7
	Hayır		354	98,3
	Toplam		360	100

“Aşağıdaki sigorta türlerinden hangilerini yaptırdınız?” Sorusunun altında yer alan cevaplara ilişkin frekans tablosu incelendiğinde en çok yanıt alan cevap %74,4 oranında “Trafik” cevabıdır. En az yanıtı alan iki cevap ise %0,6 ile “Yat” ve “İnşaat” cevabı olmuştur.

#### 4.9.5. “Sigorta satın aldığımız kanallar hangileridir?” Sorusuna İlişkin Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları

Araştırma sonuçlarına göre “Sigorta satın aldığımız kanallar hangileridir?” sorusuna ilişkin tanımlayıcı istatistiklere ilişkin bulgular aşağıda belirtilmiştir.

**Tablo 11. “Sigorta satın aldığımız kanallar hangileridir?” Sorusuna İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler**

		Frekans	Oran (%)
<b>Sigorta şirketinin kendisi</b>	Evet	119	33,1
	Hayır	241	66,9
	Toplam	360	100
<b>Acente</b>	Evet	203	56,4
	Hayır	157	43,6
	Toplam	360	100
<b>Banka şubesi</b>	Evet	111	30,8
	Hayır	249	69,2
	Toplam	360	100
<b>PTT</b>	Evet	3	0,8
	Hayır	357	99,2
	Toplam	360	100
<b>Brokerlik</b>	Evet	2	0,6
	Hayır	358	99,4
	Toplam	360	100,00
<b>İnternet</b>	Evet	23	6,4
	Hayır	337	93,6
	Toplam	360	100

“Sigorta satın aldığınız kanallar hangileridir?” Sorusunun altında yer alan cevaplara ilişkin frekans tablosu incelendiğinde en çok yanıt alan cevap %56,4 oranında “Acente” cevabıdır. En az yanıtı alan iki cevap ise %0,6 ile “Brokerlik” cevabı olmuştur.

4.9.6. “Hangi durumların sağlanması size bir veya birden fazla branşta sigorta yaptırmayı düşündürür?” Sorusuna İlişkin Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları

Araştırma sonuçlarına göre “Hangi durumların sağlanması size bir veya birden fazla branşta sigorta yaptırmayı düşündürür?” sorusuna ilişkin tanımlayıcı istatistiklere ilişkin bulgular aşağıda belirtilmiştir.

**Tablo 12. “Hangi durumların sağlanması size bir veya birden fazla branşta sigorta yaptırmayı düşündürür?” İfadelerine İlişkin Yüzde, Standart Sapma ve Aritmetik Ortalama Değerleri**

Hangi durumların sağlanması size bir veya birden fazla branşta sigorta yaptırmayı düşündürür	1	2	3	4	5	Std. Sapma	Art. Ort.
	%	%	%	%	%		
“Sigorta primleri düşük olursa”	15,0	11,7	7,2	38,6	27,5	1,39	3,51
“Uygun ödeme koşulları sağlanırsa”	16,7	10,0	24,7	41,8	21,8	1,39	3,37
“Maddi durumum iyileşirse”	15,6	16,1	10,3	35,8	22,2	1,38	3,33
“Poliçe teminatları daha sadeleştirilerek yazılırsa”	16,7	16,9	16,7	27,8	21,9	1,39	3,21
“Sigorta poliçeleri dini hassasiyetlere uygun hale getirilirse”	22,3	19,4	14,2	18,3	24,7	1,51	3,01
“Enflasyon oranı düşerse”	22,5	18,1	15,8	27,8	15,8	1,41	2,96
“Faiz oranları artarsa (Hayat sigortası karlılık)”	32,2	20	19,7	15,8	12,2	1,39	2,55

(n= 360), 1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum



Tablo 12’deki aritmetik ortalamalara göre, “Hangi durumların sağlanması size bir veya birden fazla branşta sigorta yaptırmayı düşündürür?” de ilk sırada “Sigorta primleri düşük olursa” (3,51), son sırada ise “Faiz oranları artarsa (Hayat sigortası karlılık)” (2,55) olduğu görülmektedir.

4.9.7. “Neden sigorta satın almazsınız?” Sorusuna İlişkin Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları Araştırma sonuçlarına göre “Neden sigorta satın almazsınız?” sorusuna ilişkin tanımlayıcı istatistiklere ilişkin bulgular aşağıda belirtilmiştir.

**Tablo 13. “Neden sigorta satın almazsınız?” İfadelerine İlişkin Yüzde, Standart Sapma ve Aritmetik Ortalama Değerleri**

Neden sigorta satın almazsınız?	1	2	3	4	5	Std. Sapma	Art. Ort.
	%	%	%	%	%		
“Ödediğimiz primin aldığımız hizmetin üstünde olduğu için.”	17,2	18,3	20,8	26,7	16,9	1,29	3,07
“Sigorta güvencesinin hasar anında yeterli olmayacağı için.”	20,3	24,4	23,3	21,1	10,8	1,28	2,77
“Sigorta hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığım için.”	19,4	28,9	20,3	22,5	8,9	1,25	2,72
“Acente çalışanlarının yeterli bilgi vermediği için.”	21,1	26,9	24,7	17,5	9,7	1,25	2,67
“Sigorta şirketleri güvenilir olmadığı için.”	19,4	28,6	26,4	15,8	9,7	1,22	2,67
“Hasar yapma veya riske maruz kalma ihtimalimin düşük olduğu için.”	23,1	25	24,4	16,4	11,1	1,29	2,67
“Sigorta yaptırmanın inançlarımızla uyummadığı için.”	31,9	27,5	13,3	10	17,2	1,45	2,51

(n= 360), 1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum

“Neden sigorta satın almazsınız?” Boyutundaki ifadelerin ortalamaları dikkate alındığında birinci sırada 3,07 ortalama ile “Ödediğimiz primin aldığımız hizmetin üstünde olduğu için.” İfadesinin yer aldığı, son sırada ise 2,51 ortalama ile “Sigorta yaptırmanın inançlarımızla uyummadığı için” İfadesinin yer aldığı ortaya konulmuştur.

#### 4.9.8. “Sigorta yaptırırken nelere dikkat edersiniz?” Sorusuna İlişkin Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları

Araştırma sonuçlarına göre “Sigorta yaptırırken nelere dikkat edersiniz?” sorusuna ilişkin tanımlayıcı istatistiklere ilişkin bulgular aşağıda belirtilmiştir.

**Tablo 14. “Sigorta yaptırırken nelere dikkat edersiniz?” İfadelerine İlişkin Yüzde, Standart Sapma ve Aritmetik Ortalama Değerleri**

Sigorta yaptırırken nelere dikkat edersiniz	1	2	3	4	5	Std. Sapma	Art. Ort.
	%	%	%	%	%		
“Sigorta şirketinin hasar anındaki desteğine.”	9,7	7,8	6,7	28,6	47,2	1,31	3,95
“Aldığım sigorta ürününün kapsamına/içeriğine”	9,4	6,9	6,9	31,7	45	1,28	3,95
“Hasar ödeme hızına.”	11,1	7,2	7,5	30,8	43,3	1,33	3,88
“Daha önceki deneyimlerime.”	10,3	8,9	9,2	33,6	38,1	1,31	3,80
“Sigorta primleri düşük olmasına.”	10,8	7,5	7,8	45,6	28,3	1,25	3,73
“Sigorta şirketinin finansal açıdan güçlü olmasına.”	13,1	8,6	9,2	36,7	32,5	1,35	3,66
“Taksit imkânının fazla olmasına.”	12,2	10,8	11,7	31,9	33,3	1,36	3,63
“Acente çalışanlarının ilgisi ve güler yüzüne.”	12,2	10,3	15,8	35,3	26,4	1,31	3,53
“Çevremdeki insanların görüş ve deneyimlerine.”	13,1	11,4	12,5	36,4	26,7	1,34	3,52

(n= 360), 1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum,

4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum

“Sigorta yaptırırken nelere dikkat edersiniz? “ile ilgili ifadeler incelendiğinde ilk sırada 3,95 aritmetik ortalama ile iki ifade yer almaktadır. Bu ifadeler “Sigorta şirketinin hasar anındaki desteğine.” ve “Aldığım sigorta ürününün kapsamına/içeriğine” ifadeleridir. Son sırada ise 3,52 ortalama ile “Çevremdeki insanların görüş ve deneyimlerine.” ifadesi yer almaktadır.

## ANOVA Testi Bulguları

**Tablo 15.Yaş-Dini Boyut**

Değişken	Grup (yaş)	N	Ortalama	Std. Sapma	F	Sig.
Sigortanın Dini Boyutu	18-24	38	2,184	1,4678	2,734	0,029
	25-31	133	2,346	1,3317		
	32-38	64	2,969	1,5115		
	38-45	40	2,500	1,5689		
	46 ve üzeri	85	2,659	1,4925		

Sigortanın dini boyutu yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık sergileyip sergilemediğini tespit etmek için varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Sigortanın dini boyutunun yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık sergilediği gözlenmiştir,  $F_{(4,355)}=2.734$ ,  $p<0.05$ . Dolayısıyla “ $H_1$ : Kişilerin yaşları ile dini açıdan sigorta yaptırmamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.” hipotezi desteklenmektedir. Bu farkın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek için Scheffe testi yapılmıştır.

## Scheffe Testi Bulguları

**Tablo 16. Yaş-Dini Boyut Sceffe Testi**

Değişken	Yaş	Yaş Grupları	Ortalama Farkı	Standart Hata	Sig.
Sigortanın Dini Boyutu	18-24	25-31	-,1617	,2657	,543
		32-38	-,7845*	,2958	,008
		39-45	-,3158	,3272	,335
		45 ve ÜSTÜ	-,4746	,2819	,093
	25-31	18-24	,1617	,2657	,543
		32-38	-,6229*	,2198	,005
		39-45	-,1541	,2605	,554
		45 ve ÜSTÜ	-,3130	,2006	,120
	32-38	18-24	,7845*	,2958	,008
		25-31	,6229*	,2198	,005
		39-45	,4688	,2912	,108
		45 ve ÜSTÜ	,3099	,2391	,196
	39-45	18-24	,3158	,3272	,335
		25-31	,1541	,2605	,554
		32-38	-,4688	,2912	,108
		45 ve ÜSTÜ	-,1588	,2770	,567
	45 ve ÜSTÜ	18-24	,4746	,2819	,093
		25-31	,3130	,2006	,120
		32-38	-,3099	,2391	,196
		39-45	,1588	,2770	,567

Tabloda görüldüğü üzere, 32-38 yaş grubunun 18-24 ve 25-31 yaş gruplarına göre sigortanın dini boyutunu göz önünde tutarak satın alma davranışı sergilediği bulunmuştur.

### Ki-Kare Testi

Kişilerin aylık gelirleri ile sigorta poliçesi satın almaları arasındaki ilişkinin var olup olmadığına bakılmıştır.

**Tablo 17. Aylık Gelir – Sigorta Satın Alma**

Aylık Gelir		Sigorta poliçesi satın aldınız mı?		Total	$\chi^2$	SD	P
		EVET	HAYIR				
2324	Gözlenen Sıklık	14	17	31	24,067	4	,000
	Beklenen Sıklık	22,0	9,0	31,0			
2325-3500	Gözlenen Sıklık	36	21	57			
	Beklenen Sıklık	40,4	16,6	57,0			
3501-4500	Gözlenen Sıklık	37	18	55			
	Beklenen Sıklık	39,0	16,0	55,0			
4501-5500	Gözlenen Sıklık	45	23	68			
	Beklenen Sıklık	48,2	19,8	68,0			
5501 ve Üzeri	Gözlenen Sıklık	124	25	149			
	Beklenen Sıklık	105,5	43,5	149,0			
Total	Gözlenen Sıklık	255	105	360			
	Beklenen Sıklık	255,0	105,0	360,0			

Kişilerin aylık gelirleri ile sigorta poliçesi satın almaları arasında bir ilişki sergileyip sergilemediğini tespit etmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan analiz neticesinde aylık gelir ile sigorta poliçesi satın alma arasında bir ilişki olduğu gözlenmiştir ( $\chi^2_{(6)}=24,067$ ;  $p<0.05$ ). Bu ilişki ise beklenen ve gözlenen değerler incelediğinde kişilerin aylık gelirleri artışı ile sigorta yaptırmaları artış göstermektedir. Dolayısıyla “ $H_2$ : *Kişilerin aylık gelirleri ile sigorta poliçesi satın almaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.*” hipotezi desteklenmektedir. Bir başka değiş ile kişilerin aylık gelirlerinin artması ile sigortaya olan talepleri artmıştır.

**Tablo 18.Eğitim Durumu- Sigorta Satın Alma**

Eğitim Durumu		Sigorta poliçesi satın aldınız mı?		Total	x <sup>2</sup>	SD	P
		Evet	Hayır				
ORTAOKUL	Gözlenen Sıklık	12	3	15	10,323	4	,035
	Beklenen Sıklık	10,6	4,4	15,0			
LİSE	Gözlenen Sıklık	28	4	32			
	Beklenen Sıklık	22,7	9,3	32,0			
YÜKSEKOKUL	Gözlenen Sıklık	25	13	38			
	Beklenen Sıklık	26,9	11,1	38,0			
LİSANS	Gözlenen Sıklık	126	67	193			
	Beklenen Sıklık	136,7	56,3	193,0			
LİSANSÜSTÜ	Gözlenen Sıklık	64	18	82			
	Beklenen Sıklık	58,1	23,9	82,0			
Total	Gözlenen Sıklık	255	105	360			
	Beklenen Sıklık	255,0	105,0	360,0			

Kişilerin eğitim durumları ile sigorta poliçesi satın almaları arasında bir ilişki sergileyip sergilenmediğini tespit etmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan analiz neticesinde eğitim durumu ile sigorta poliçesi satın alma arasında bir ilişki olduğu gözlenmiştir

( $\chi^2_{(4)}=10,323$ ;  $p<0.05$ ). Bu ilişki ise beklenen ve gözlenen değerler incelediğinde kişilerin eğitim seviyelerinin yükselmesi ile sigorta yaptırımları artış göstermektedir. Dolayısıyla “*H3: Kişilerin eğitim düzeyi ile sigorta poliçesi satın almaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.*” hipotezi desteklenmektedir. Bir başka değiş ile kişilerin eğitim seviyelerinin artması ile sigortaya olan talepleri artmıştır.

**Tablo 19. Medeni Durum-Poliçe Yaptırma Nedenleri**

Medeni Durumu		Neden poliçe yaptırınız? /Kendim ihtiyaç duydum		Total	$\chi^2$	SD	P
		Evet	Hayır				
Evli	Gözlenen Sıklık	78	142	220	,862	1	,363
	Beklenen Sıklık	73,9	146,1	220			
Bekar	Gözlenen Sıklık	43	97	140			
	Beklenen Sıklık	47,1	92,9	140			

Kişilerin medeni durumları ile kendi ihtiyaçları için sigorta yaptırımları arasında bir ilişki sergileyip sergilenmediğini tespit etmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan analiz neticesinde medeni durumları ile kendi ihtiyaçları için sigorta yaptırımları arasında bir ilişki olmadığı gözlenmiştir ( $\chi^2_{(1)} =,862$ ;  $p>0.05$ ). Bu yüzden “*H<sub>4a</sub>: Kişilerin medeni durumları ile kendi ihtiyaçları için sigorta yaptırımları arasında anlamlı bir ilişki vardır*” hipotezi reddedilmiştir. Bir başka değiş ile kişilerin e medeni durumları ile kendi ihtiyaçları için sigorta yaptırımları arasında bir ilişki yoktur.

**Tablo 20. Medeni Durum-Poliçe Yaptırma Nedenleri**

Medeni Durumu		Neden poliçe yaptırınız? /Kredi çekerken banka istediği için yaptırırım.		Total	$\chi^2$	SD	P
		Evet	Hayır				
Evli	Gözlenen Sıklık	62	158	220	,006	1	1,000
	Beklenen Sıklık	62,3	157,7	220			
Bekar	Gözlenen Sıklık	40	100	140			
	Beklenen Sıklık	39,7	100,3	140			

Kişilerin medeni durumları ile kredi kullanırken banka istediği için sigorta yaptırımları arasında anlamlı bir ilişki sergileyip sergilenmediğini tespit etmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan analiz neticesinde kişilerin medeni durumları ile kredi kullanırken banka istediği için sigorta yaptırımları arasında bir ilişki olmadığı gözlenmiştir ( $\chi^2_{(1)} = ,006$ ;  $p > 0.05$ ). Bu yüzden “ $H_4$ ; Kişilerin medeni durumları ile kredi kullanırken banka istediği için sigorta yaptırımları arasında anlamlı bir ilişki vardır”. Hipotezi reddedilmiştir. Bir başka değiş ile kişilerin medeni durumları ile kredi kullanırken banka istediği için sigorta yaptırımları arasında bir ilişki yoktur.

**Tablo 21. Medeni Durum-Poliçe Yaptırma Nedenleri**

Medeni Durumu		Neden poliçe yaptırınız? / Sigortacı bir tanıdığımın ricası ile yaptırırım		Total	$\chi^2$	SD	P
		Evet	Hayır				
Evli	Gözlenen Sıklık	13	207	220	,040	1	,826
	Beklenen Sıklık	13,4	206,6	220			
Bekar	Gözlenen Sıklık	9	131	140			
	Beklenen Sıklık	8,6	131,4	140			

Kişilerin medeni durumları ile sigortacı bir yakının ricası doğrultusunda sigorta yaptırımları arasında bir ilişki sergileyip sergilenmediğini tespit etmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan analiz neticesinde medeni durumları ile sigortacı bir yakının ricası doğrultusunda sigorta yaptırımları arasında bir ilişki olmadığı gözlenmiştir ( $\chi^2_{(1)} = ,862$ ;  $p > 0.05$ ). Bu yüzden “H<sub>4c</sub>; Kişilerin medeni durumları ile sigortacı bir yakının ricası doğrultusunda sigorta yaptırımları arasında anlamlı bir ilişki vardır.” hipotezi reddedilmiştir. Bir başka değiş ile kişilerin e medeni durumları ile kendi ihtiyaçları için sigorta yaptırımları arasında bir ilişki yoktur.

**Tablo 22. Medeni Durumu-Poliçe Yaptırma Nedenleri**

Medeni Durumu		Neden poliçe yaptırdınız? / Yatırım amacıyla yaptırdım		Total	x <sup>2</sup>	SD	P
		Evet	Hayır				
Evli	Gözlenen Sıklık	21	199	220	,130	1	,722
	Beklenen Sıklık	22	198	220			
Bekar	Gözlenen Sıklık	15	125	140			
	Beklenen Sıklık	14	126	140			

Kişilerin medeni durumları ile yatırım amacı ile sigorta yaptırımları arasında bir ilişki sergileyip sergilenmediğini tespit etmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan analiz neticesinde medeni durumları ile yatırım amacı ile sigorta yaptırımları arasında bir ilişki olmadığı gözlenmiştir ( $\chi^2_{(1)} = ,130$ ;  $p > 0.05$ ). Bu yüzden “H<sub>4d</sub>; Kişilerin medeni durumları ile yatırım amacı ile sigorta yaptırımları arasında anlamlı bir ilişki vardır.” hipotezi reddedilmiştir. Bir başka değiş ile kişilerin medeni durumları ile yatırım amacı ile sigorta yaptırımları arasında bir ilişki yoktur.

**Tablo 23. Medeni Durumu-Poliçe Yaptırma Nedenleri**

Medeni Durumu		Neden poliçe yaptırdınız? / Zorunlu olduğu için yaptırdım		Total	x <sup>2</sup>	SD	P
		Evet	Hayır				
Evli	Gözlenen Sıklık	129	91	220	3,498	1	,039
	Beklenen Sıklık	120	99,6	220			
Bekar	Gözlenen Sıklık	68	72	140			
	Beklenen Sıklık	76,6	63,4	140			



Kişilerin medeni durumları ile zorunlu olduğu için yaptırımları arasında bir ilişki sergileyip sergilenmediğini tespit etmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan analiz neticesinde medeni durumu ile zorunlu olduğu için yaptırımları arasında bir ilişki olduğu gözlenmiştir ( $\chi^2_{(1)} = 3,498$ ;  $p < 0.05$ ). Bu ilişki ise beklenen ve gözlenen değerler incelediğinde kişilerin evli olma durumları ile zorunlu olduğu için sigorta yaptırımları artış göstermektedir. Dolayısıyla “ $H_{4e}$ ; *Kişilerin medeni durumları ile zorunlu olduğu için sigorta yaptırımları arasında anlamlı bir ilişki vardır.*” hipotezi desteklenmektedir. Bir başka değiş ile kişilerin medeni durumları ile zorunlu olduğu için sigorta yaptırımları artmıştır.

**Tablo 24. Medeni Durumu-Poliçe Yaptırma Nedenleri**

Medeni Durumu		Neden poliçe yaptırınız? / Risklerin olumsuz etkilerinden kurtulmak için yaptırım		Total	$\chi^2$	SD	P
		Evet	Hayır				
Evli	Gözlenen Sıklık	94	126	220	13,75	1	,000
	Beklenen Sıklık	77,6	142,5	220			
Bekar	Gözlenen Sıklık	33	107	140			
	Beklenen Sıklık	49,4	90,6	140			

Kişilerin medeni durumları ile risklerden kaçınmak için sigorta yaptırımları arasında bir ilişki sergileyip sergilenmediğini tespit etmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan analiz neticesinde medeni durumu ile risklerden kaçınmak için sigorta yaptırımları arasında bir ilişki olduğu gözlenmiştir ( $\chi^2_{(1)} = 13,750$ ;  $p < 0.05$ ). Bu ilişki ise beklenen ve gözlenen değerler incelediğinde kişilerin evli olma durumları ile risklerden kaçınmak için sigorta yaptırımları artış göstermektedir. Dolayısıyla “ $H_{4f}$ ; *Kişilerin medeni durumları ile risklerden kaçınmak için sigorta yaptırımları arasında anlamlı bir ilişki vardır.*” hipotezi desteklenmektedir. Bir başka değişle kişilerin medeni durumları ile risklerden kaçınmak için sigorta yaptırımları artmıştır.

## Kİ-KARE Testi

**Tablo 25. Meslek Durumu-Sigorta Satın Alma Kanalları**

Meslek		Sigorta satın alınan kanal/Sigorta şirketinin kendisi		Total	$\chi^2$	S D	P
		Evet	Hayır				
Memur	Gözlenen Sıklık	43	95	138	1,966	4	,742
	Beklenen Sıklık	45,6	92,4	138			
İşçi	Gözlenen Sıklık	31	51	82			
	Beklenen Sıklık	27,1	54,9	82			
Akademisyen	Gözlenen Sıklık	12	32	44			
	Beklenen Sıklık	14,5	29,5	44			
Serbest Meslek	Gözlenen Sıklık	32	60	92			
	Beklenen Sıklık	30,4	61,6	92			
Çiftçi	Gözlenen Sıklık	1	3	4			
	Beklenen Sıklık	1,3	2,7	4			
Total	Gözlenen Sıklık	119	241	360			
	Beklenen Sıklık	119,0	241,0	360,0			

Kişilerin meslek durumları ile sigortayı sigorta şirketinden satın alması arasında bir ilişki sergileyip sergilenmediğini tespit etmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan analiz neticesinde meslek durumu ile sigortayı sigorta şirketinden satın alması arasında bir ilişki olmadığı gözlenmiştir ( $\chi^2_{(4)} = 1,966$ ;  $p > 0,05$ ). Bu yüzden “ $H_{5a}$ ; Kişilerin meslekleri ile sigortayı sigorta şirketinden satın alması arasında anlamlı bir ilişki vardır”. Hipotezi reddedilmiştir.

**Tablo 26. Meslek Durumu-Sigorta Satın Alma Kanalları**

Meslek		Sigorta satın alınan kanal/Acente		Total	x <sup>2</sup>	S D	P
		Evet	Hayır				
Memur	Gözlenen Sıklık	71	67	138	8,593	4	,038
	Beklenen Sıklık	77,8	60,2	138			
İşçi	Gözlenen Sıklık	42	40	82			
	Beklenen Sıklık	46,2	35,8	82			
Akademisyen	Gözlenen Sıklık	30	14	44			
	Beklenen Sıklık	24,8	19,2	44			
Serbest Meslek	Gözlenen Sıklık	56	36	92			
	Beklenen Sıklık	51,9	40,4	92			
Çiftçi	Gözlenen Sıklık	4	0	4			
	Beklenen Sıklık	2,3	1,7	4			
Total	Gözlenen Sıklık	203	157	360			
	Beklenen Sıklık	203	157	360,0			

Kişilerin meslek durumları ile sigortayı acenteden satın alması arasında bir ilişki sergileyip sergilenmediğini tespit etmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan analiz neticesinde meslek durumu ile sigortayı acenteden satın alması arasında bir ilişki olduğu gözlenmiştir ( $x^2_{(4)} = 8,593$ ;  $p < 0.05$ ). Bu ilişki ise beklenen ve gözlenen değerler incelediğinde kişilerin meslek durumunun değişmesi ile sigorta yaptırmaları artış göstermektedir. Dolayısıyla “H<sub>5b</sub>; Kişilerin meslekleri ile sigortayı acenteden satın alınması arasında anlamlı bir ilişki vardır.” hipotezi desteklenmektedir.

**Tablo 27. Meslek Durumu-Sigorta Satın Alma Kanalları**

Meslek		Sigorta satın alınan kanal/Banka Şubesi		Total	x <sup>2</sup>	S D	P
		Evet	Hayır				
Memur	Gözlenen Sıklık	60	78	138	18,626	4	,001
	Beklenen Sıklık	42,6	95,5	138			
İşçi	Gözlenen Sıklık	20	62	82			
	Beklenen Sıklık	25,3	56,7	82			
Akademisyen	Gözlenen Sıklık	13	31	44			

	Beklenen Sıklık	13,6	30,4	44			
Serbest Meslek	Gözlenen Sıklık	17	75	92			
	Beklenen Sıklık	28,4	63,6	92			
Çiftçi	Gözlenen Sıklık	1	3	4			
	Beklenen Sıklık	1,2	2,8	4			
Total	Gözlenen Sıklık	111	249	360			
	Beklenen Sıklık	111	349	360,0			

Kişilerin meslek durumları ile sigortayı banka şubelerinden satın alması arasında bir ilişki sergileyip sergilenmediğini tespit etmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan analiz neticesinde meslek durumu ile sigortayı sigorta şirketinden satın alması arasında bir ilişki olduğu gözlenmiştir ( $\chi^2_{(4)} = 18,626$ ;  $p < 0,05$ ). Dolayısıyla “ $H_{5c}$ ; Kişilerin meslekleri ile sigortayı banka şubelerinden satın alınması arasında anlamlı bir ilişki vardır.” hipotezi desteklenmektedir.

**Tablo 28.Meslek Durumu-Sigorta Satın Alma Kanalları**

Meslek		Sigorta satın alınan kanal/PTT		Total	$\chi^2$	S D	P
		Evet	Hayır				
Memur	Gözlenen Sıklık	2	136	138	1,958	4	,743
	Beklenen Sıklık	1,2	136,9	138			
İşçi	Gözlenen Sıklık	1	81	82			
	Beklenen Sıklık	,7	81,3	82			
Akademisyen	Gözlenen Sıklık	0	44	44			
	Beklenen Sıklık	4	43,6	44			
Serbest Meslek	Gözlenen Sıklık	0	92	92			
	Beklenen Sıklık	,8	91,2	92			
Çiftçi	Gözlenen Sıklık	0	4	4			
	Beklenen Sıklık	0	4,0	4			
Total	Gözlenen Sıklık	3	357	360			
	Beklenen Sıklık	3,0	357	360,0			

Kişilerin meslek durumları ile sigortayı PTT şubesinde satın alması arasında bir ilişki sergileyip sergilenmediğini tespit etmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan analiz neticesinde meslek durumu ile sigortayı PTT şubesinde şirketinden satın alması arasında bir ilişki olmadığı gözlenmiştir ( $\chi^2_{(4)} = 1,958$ ;  $p > 0.05$ ). Dolayısıyla “ $H_{5d}$ ; Kişilerin meslekleri ile sigortayı PTT’den satın alınması arasında anlamlı bir ilişki vardır.” hipotezi reddedilmiştir.

**Tablo 29. Meslek Durumu-Sigorta Satın Alma Kanalları**

Meslek		Sigorta satın alınan kanal/İnternet		Total	$\chi^2$	S D	P
		Evet	Hayır				
Memur	Gözlenen Sıklık	9	129	138	5,859	4	,210
	Beklenen Sıklık	8,8	129	138			
İşçi	Gözlenen Sıklık	2	80	82			
	Beklenen Sıklık	5,2	76,8	82			
Akademisyen	Gözlenen Sıklık	0	44	44			
	Beklenen Sıklık	2	43,8	44			
Serbest Meslek	Gözlenen Sıklık	2	92	94			
	Beklenen Sıklık	,2	92	92			
Çiftçi	Gözlenen Sıklık	0	4	4			
	Beklenen Sıklık	0	4,0	4			
Total	Gözlenen Sıklık	2	358	360			
	Beklenen Sıklık	2,0	358	360,0			

Kişilerin meslek durumları ile sigortayı internetten satın alması arasında bir ilişki sergileyip sergilenmediğini tespit etmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan analiz neticesinde meslek durumu ile sigortayı internet şubesinde satın alması arasında bir ilişki olmadığı gözlenmiştir ( $\chi^2_{(4)} = 5,859$ ;  $p > 0.05$ ). Dolayısıyla “ $H_{5e}$ ; Kişilerin meslekleri ile sigortayı internetten satın alınması arasında anlamlı bir ilişki vardır.” hipotezi reddedilmiştir.

### Fark Testleri (T-Testi)

Araştırmanın bu kısmında cinsiyet ile sigorta yaptırma nedenleri arasında bir farklılık sergileyip sergilemediğini görmek için T-Testi yapılmıştır.

**Tablo 30. Cinsiyet-Sigorta Yaptırma Nedenleri**

Değişken	Grup	N	Ort.	Std. Sap.	T	Sig.
Sigorta şirketinin finansal açıdan güçlü olması	Kadın	131	3,832	1,3493	1,4141	,070
	Erkek	229	3,576	1,0559		
Sigorta primleri düşük olmasına	Kadın	131	3,664	1,3493	-1,340	,181
	Erkek	229	3,847	1,0559		
Hasar ödeme hızına	Kadın	131	4,046	1,1692	-1,779	,062
	Erkek	229	3,786	1,4181		
Taksit imkanının fazla olması	Kadın	131	3,901	1,4222	-2,975	,003
	Erkek	229	3,480	1,2080		
Acente çalışanlarının ilgisi	Kadın	131	3,771	1,1738	-2,733	,007
	Erkek	229	3,397	1,3682		
Çevremdeki insanların görüş ve deneyimleri	Kadın	131	3,656	1,3288	-1,439	,151
	Erkek	229	3,445	1,3452		
Sigorta şirketinin hasar anındaki desteği	Kadın	131	4,099	1,1493	-1,541	,105
	Erkek	229	3,878	1,3964		
Daha önceki deneyimler	Kadın	131	3,939	1,2263	-1,534	,126
	Erkek	229	3,725	1,3535		
Aldığım sigorta ürününün içeriği	Kadın	131	4,107	1,1317	-1,748	,081
	Erkek	229	3,873	1,3594		

Yapılan T-testi neticesinde taksit imkanının fazla olması  $T_{(360)}: -3,648, p < 0.05$  ve acente çalışanlarının ilgili olması  $T_{(360)}: -2,733, p < 0.05$  değişkeninin cinsiyet gruplarına göre anlamlı bir biçimde farklılaştığı gözlenmiştir. Kadınların, taksit imkanının fazla olması ile sigorta yaptırmalarına yönelik algıları ( $x:3,901$ ), erkeklerin sigorta yaptırmalarına yönelik algılarına göre daha yüksektir. Ayrıca acente çalışanlarının ilgili olması yine kadınlarda ( $x:4,107$ ), erkeklere göre ( $x: 3,873$ ) sigorta yaptırma algılarını daha çok etkilediği görülmüştür. Dolayısıyla “ $H_{6d}$ ; Kişilerin cinsiyetleri ile sigorta yaptırırken taksit imkanının fazla olmasını bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.” ile “ $H_{6e}$ ; Kişilerin cinsiyetleri ile sigorta yaptırırken acente çalışanlarının güler yüzlü olmasını bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.” hipotezi desteklenmektedir. Fakat, “ $H_{6a}$ ; Kişilerin cinsiyetleri ile sigorta yaptırırken sigorta şirketinin finansal açıdan güçlü olmasını bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.” “ $H_{6b}$ ; Kişilerin cinsiyetleri ile sigorta yaptırırken sigorta primlerinin düşük olmasını bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.”, “ $H_{6c}$ ; Kişilerin cinsiyetleri ile sigorta yaptırırken hasar ödeme hızını bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.”, “ $H_{6f}$ ; Kişilerin cinsiyetleri ile sigorta yaptırırken çevremdeki insanların görüş ve deneyimlerinden faydalanmasını bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.”, “ $H_{6g}$ ; Kişilerin cinsiyetleri ile sigorta şirketinin hasar anındaki destek durumunu bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.”, “ $H_{6h}$ ; Kişilerin cinsiyetleri ile daha önceki sigorta deneyimlerinden faydalanmasını bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.”, “ $H_{6i}$ ; Kişilerin cinsiyetleri ile alınan sigorta ürününün kapsamının bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.” Hipotezleri ise reddedilmektedir

#### 4.10. Araştırma Hipotezlerinin Kabul/Red Durumu

Konya’da sigorta talebini etkileyen faktörleri tespit etmek amacıyla geliştirilen hipotezlere ile ilgili sonuçlar, Tablo 31’de verilmiştir.

**Tablo 31.Hipotezlere İlişkin Sonuçlar**

HİPOTEZLER	SONUÇ
H1: Kişilerin yaşları ile dini açıdan sigorta yaptırmamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.	KABUL
H2: Kişilerin aylık gelirleri ile sigorta poliçesi satın almaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H3: Kişilerin eğitim düzeyi ile sigorta poliçesi satın almaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H4: Kişilerin medeni durumu ile poliçe yaptırma denemeler arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H <sub>4a</sub> ; Kişilerin medeni durumları ile kendi ihtiyaçları için sigorta yaptırmaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
H <sub>4b</sub> ; Kişilerin medeni durumları ile kredi kullanırken banka istediği için sigorta yaptırmaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
H <sub>4c</sub> ; Kişilerin medeni durumları ile sigortacı bir yakının ricası doğrultusunda sigorta yaptırmaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
H <sub>4d</sub> ; Kişilerin medeni durumları ile yatırım amacı ile sigorta yaptırmaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H <sub>4e</sub> ; Kişilerin medeni durumları ile zorunlu olduğu için sigorta yaptırmaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H <sub>4f</sub> ; Kişilerin medeni durumları ile risklerden kaçınmak için sigorta yaptırmaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
H <sub>5a</sub> ; Kişilerin meslekleri ile sigortayı sigorta şirketinden satın alması arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
H <sub>5b</sub> ; Kişilerin meslekleri ile sigortayı acenteden satın alınması arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H <sub>5c</sub> ; Kişilerin meslekleri ile sigortayı banka şubesinden satın alınması arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL



H <sub>5d</sub> ; Kişilerin meslekleri ile sigortayı PTT’den satın alınması arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
H <sub>5e</sub> ; Kişilerin meslekleri ile sigortayı internetten satın alınması arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
H <sub>6a</sub> ; Kişilerin cinsiyetleri ile sigorta yaptırırken sigorta şirketinin finansal açıdan güçlü olmasını bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.	RED
H <sub>6b</sub> ; Kişilerin cinsiyetleri ile sigorta yaptırırken sigorta primlerinin düşük olmasını bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.	RED
H <sub>6c</sub> ; Kişilerin cinsiyetleri ile sigorta yaptırırken hasar ödeme hızını bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.	RED
H <sub>6d</sub> ; Kişilerin cinsiyetleri ile sigorta yaptırırken taksit imkanının fazla olmasını bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.	KABUL
H <sub>6e</sub> ; Kişilerin cinsiyetleri ile sigorta yaptırırken acente çalışanlarının güler yüzlü olmasını bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.	KABUL
H <sub>6f</sub> ; Kişilerin cinsiyetleri ile sigorta yaptırırken çevremdeki insanların görüş ve deneyimlerinden faydalanmasını bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.	RED
H <sub>6g</sub> ; Kişilerin cinsiyetleri ile sigorta şirketinin hasar anındaki destek durumunu bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.	RED
H <sub>6h</sub> ; Kişilerin cinsiyetleri ile daha önceki sigorta deneyimlerinden faydalanmasını bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.	RED
H <sub>6i</sub> ; Kişilerin cinsiyetleri ile alınan sigorta ürününü kapsamının bir sigorta yaptırma nedeni olarak kabul etmesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.	RED

## 5. SONUÇ

Bu çalışmada, sigorta talebini etkileyen faktörler ve Konya ili özelinde bu faktörlerin etkisi incelenmiştir. Belirsizliklerin ve risklerin her geçen gün yaşamın bütün alanlarını kapsar hale gelmesi sigortanın işlevsel gücünü ve sigorta talebine etki eden faktörlerin yadsınamayacağını ortaya koymaktadır. Sektör, belirsizliklerin doğurabileceği ekonomik kayıplar ve oluşacak rizikoların telafisi yanında sigortaya olan talebi etkileyen faktörlere ilişkin değerlendirmeleri portföylerine almak durumundadırlar.

Elde edilen bulgular ve ulaşılan sonuçlar bir bütün olarak değerlendirildiğinde;

Çalışma kapsamında Konya’da ikamet eden büyük bir kısmını erkek, evli, 25-31 yaş arası, lisans mezunu, aylık geliri 5501 TL ve üzeri olan memur kişilerden oluşan demografik bir yapı oluşmuştur. Bununla birlikte demografik yapının yansira ekonomik ve sosyo-kültürel faktörlerin de etkili olduğu görülmektedir. Söz konusu sosyo-kültürel faktörlerin önemli bir yere sahip olduğunu Konya ili araştırmamızda gözler önüne sermekteyiz. Konya halkı için dini açıdan sigorta algısı kişilerin yaşları ile farklılık göstermektedir. Yapılan ANOVA ve Scheffe testi özellikle 32-38 yaş arası bireylerin, 18-24 ve 25-31 yaş arası bireylere göre dini boyutu göz önünde tutan bir tutum sergileme eğiliminde olduğunu göstermiştir, ( $F_{(4,355)} = 2,734, p < 0,05$ ).

Kişilerin aylık gelirleri ile sigorta satın almaları arasında bir ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Ki-Kare testi sonucunda aylık geliri artan bireylerin sigorta yaptırma eğilimlerinin arttığı görülmektedir, ( $\chi^2_{(6)} = 24,067; p < 0,05$ ). Ayrıca bu kişilerin eğitim durumları ile sigorta satın almaları arasında bir ilişki olduğu yapılan test ile belirlenmiştir. Özellikle lisans mezunu olan bireylerin satın alma eğilimlerinin ortaokul-lise ve yüksekokul mezunu bireylere göre daha fazla olduğu görülmektedir, ( $\chi^2_{(4)} = 10,323; p < 0,05$ ).

Kişilerin medeni durumları ile sigorta yaptırma nedenleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Analiz sonucunda bireylerin medeni durumları ile zorunlu olduğu ve risklerden kaçınmak için sigorta yaptırma arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Bu durum neticede evli bireylerin hem zorunlu olduğu ( $\chi^2_{(1)} = 3,498; p < 0,05$ ) hem de risklerden kaçınmak için ( $\chi^2_{(1)} = 13,750; p < 0,05$ ) sigorta yaptırma eğilimlerinin daha fazla olduğu görülmüştür.

Kişilerin meslek durumları ile sigorta satın aldığı kanallar arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Analiz sonucunda bireylerin meslek durumları ile acente ve bankadan sigorta satın alma arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Bu netice de özellikle memur bireylerin hem acente ( $\chi^2_{(4)} = 8,593$ ;  $p < 0,05$ ) hem de banka yolu ile ( $\chi^2_{(4)} = 18,626$ ;  $p < 0,05$ ) sigorta satın alma eğilimlerinin daha fazla olduğu görülmüştür.

Son olarak kişilerin cinsiyetleri ile sigorta yaptırırken dikkat ettiği unsurlar arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için T-Testi yapılmıştır. Analiz sigorta yaptırma nedeni olarak kabul edilen taksit imkanının fazla olması ( $T_{(360)} = -3,648$ ,  $p < 0,05$ ) ve acente çalışanlarının ilgili olması ( $T_{(360)} = -2,733$ ,  $p < 0,05$ ) kişilerin cinsiyetlerine göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Kadınların, taksit imkanının fazla olması ile sigorta yaptırmalarına yönelik algıları ( $x:3,901$ ), erkeklerin sigorta yaptırmalarına yönelik algılarına göre daha yüksektir. Ayrıca acente çalışanlarının ilgili olması yine kadınlarda ( $x:4,107$ ), erkeklere göre ( $x: 3,873$ ) sigorta yaptırma algılarını daha çok etkilediğini göstermiştir.

Zorunlu sigortaların dışındaki Kasko, Konut, gibi sigortaların büyük oranda yaptırıldığı görülmüştür. Bu durum gerek sigorta sektörü gerekse ülke ekonomisi açısından oldukça olumludur. Her geçen gün büyüyen ve gelişen sigorta sektörü, talebi etkileyen faktörleri göz önünde bulundurarak sürekli kendini yenilemeli ve sigorta talebini negatif yönde etkileyen etkiler minimize edilmelidir.

Beklenilenin aksine, dini faktörlerden daha ziyade, sigorta talebini etkileyen en önemli etmenin farkındalık oluşturulamaması olduğu görülmüştür. İslam hukukçularının konuyu hem olumlu hem de olumsuz yönde değerlendirmeleri dindar kesimin tümüne genelleyecek bir tutum geliştirilmesini mümkün kılmamıştır.

Konya’da düzenlenen “I. Uluslararası İslam Ticaret Hukukunun Günümüzdeki Meseleleri Kongre’sinde” gerek kanaat önderleri gerekse İslam hukukçuları bir araya gelerek sigorta konusunu da ele almışlardır. Bu kongrenin İslam Hukuku alanında dünyadaki oldukça önemli otoritelerin bir araya gelmesi, Konya’da gerçekleşmesi ve ilk kez düzenlenmesi çalışmamız açısından oldukça önemlidir. Kongrede sigortanın dini boyutu hakkında iki ayrı görüş beyan edilmesine rağmen danışılan konumunda olan bir akademisyenin sigorta ile ilgili yeterli bilgi edindikten sonra görüşlerinin değiştiğini ifade

etmesi anlamlıdır. Bu olay, sigortanın dini boyutu hakkında görüş beyan eden kanat önderlerinin de aslında sigorta ile ilgili yeterli bilgiye sahip olmadıklarını gözler önüne sermiştir. Aslında mesele, sanayi ve hizmet ekonomilerinin İslâm toplumlarında yeni yeni uygulanmaya başlaması sorunudur. İlahiyatçılar iktisat ve finans konularını, iktisatçı ve finansçılar ise İslâm hukukunu çözüm üretecek düzeyde bilmiyorlar. Bu konudaki önerimiz, Konya’da yapılan söz konusu kongre gibi çalışmaların çeşitlendirilmesidir.

## KAYNAKLAR

- 5684 *Sigortacılık Kanunu*. (2017, Haziran 14). Resmi Gazete: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/06/20070614-2.htm> adresinden alındı
- Akçacı, T. (2013). Sigorta Sektörünün Türk Dış Ticaretine Etkisi: Eşbütünleşme ve Nedensellik Analizi. *Journal of Insurance Research/Sigorta Araştırmaları Dergisi*.
- Akgün, V. Ö. (2008). Modern Alışveriş Merkezlerinin Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi ve Konya İlinde Bri Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi*. Konya, Türkiye: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Bölümü Üretim Yönetimi ve Pazarlama Ana Bilim Dalı.
- Akpınar, Ö. (2018). Türkiye’de Bireysel Emeklilik Sisteminin Gelişiminde Devlet Katkısının Rolü. N. Ç. Çelikdemir, A. O. Onağ, & Ö. Akpınar içinde, *Yerelden Globale Stratejik Araştırmalar I* (s. 184-201). İstanbul: IJOPEC Publication.
- Akpınar, Ö., & Kulil, O. (2015). Mühendislik Sigortaları. E. Kırkbeşoğlu içinde, *Risk Yönetimi ve Sigortacılık* (s. 543-566). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Aktaş, N. M. (2019). Türkiye’de Bireysel Emeklilik ve Hayat Sigortası : İzmit’te Bir Araştırma . *Yüksek Lisans Tezi*. Kars: Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı.
- Aktuğlu, I., & Eğinli, A. (2010). Küresel Reklâm Stratejilerinin Belirlenmesinde Kültürel Farklılıkların Önemi. *Selçuk İletişim Dergisi*, 168-173.
- Alagök, B. (2020). *GrECo International Sigorta ve Reasürans Brokerliği A.Ş.* Covid-19 Sigorta Etkileri Bilgilendirme: <https://www.greco.services/tr/news/sigorta-etkileri-bilgilendirme.html> adresinden alındı
- Alma, D. (2015). Türkiye Sigorta Sektörünün İncelenmesi ve Kasko Sigortası Tercihini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Celal Bayar Üniversitesi Personeline Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi*. Manisa : Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı.

- Alpay, T. (2001). *Temel Sigortacılık Bilgileri ve Uygulamalı Hasar Yönetimi*. İstanbul: Yüce Yayın.
- Alpdündar, H. S. (2017). *Bireylerin Sigorta Eğilimlerini Yönlendiren Faktörlerin Davranışsal Finans Yaklaşımı İle İncelenmesi*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık.
- Apaydın, Y. (1997). V. Oturuma İlişkin Değerlendirme. M. Bayyigit içinde, *I. Uluslararası İslam Ticaret Hukukunun Günümüzündeki Meseleleri Kongresi* (s. 972-976). Konya: KOMBAD Yayınları.
- Arslan, P. (2021). Ekosistemlerin Türk Sigorta Sektörünün Gelecekteki İş Yapış Modellerine Etkisi. *Doktora Tezi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Finans Enstitüsü Sigorta ve Risk Yönetimi Anabilim Dalı.
- Aydın, S., & Kiraz, T. (2020). Dijital Pazarlamada Marka Denkliğinin Sigorta Sektöründe Aracı Memnuniyeti Üzerine Etkisi. *Kayseri Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29-47.
- Ayvalı, M. (2017, 03 31). *Bireysel Yatırımcı*. Tüketici Fiyatları Endeksi – TÜFE Nedir?: <https://www.bireyselyatirimci.com/tuketici-fiyatlari-endeksi-tufe-nedir/> adresinden alındı
- Bacak, Y. (2020). Mühendislik Sigortalarının İnşaat Projeleri Riskleri Yönetimindeki Önemi ve İnşaat Sektörü Büyümesine Etkisi. *Doktora Tezi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Finans Enstitüsü Sigorta ve Risk Yönetimi Anabilim Dalı.
- Beenstock, M., Dickinson, G., & Khajuria, S. (1986). The Determination of Life Premiums: An International Cross-Section Analysis 1970–1981. *Insurance: Mathematics and Economics*, 262.
- Berber, M., & Artan, S. (2004). Enflasyon ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği. *Turkish Economic Association*, 1-14.
- Beşer, F. (1997). İslam Şeriatı Açısından Sigorta. M. Bayyigit içinde, *I. Uluslararası İslam Ticaret Hukukunun Günümüzdeki Meseleleri Kongresi* (s. 844-874). Konya: KOMBAD Yayınları.
- Bloomberg. (2021, 03 24). <https://www.bloomberght.com/merkez-bankalari-2020-de-ne-yapacak-2242543> adresinden alındı

- Browne, M. J., & Kim, K. (1993). An International Analysis of Life Insurance Demand. *The Journal of Risk and Insurance*, 616-634.
- Casper Christophersen, P. J. (2014). Insurance and the Macroeconomic Environment. *EIOPA Financial Stability Report*, 1-11.
- Čepeláková, L. (2015). The Impact of the Macroeconomic Environment on Insurance Companies. *Master's Thesis*. Prague: Charles University Faculty of Social Sciences Institute of Economic Studies.
- Ceran, M., & Mermud, A. Y. (2011). Basel III Doğrultusunda Bankacılık Riskleri ve Sermaye Yeterliliği; Türk Bankacılık Sektörü Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 29-38.
- Çeker, O. (1997). Bir Sigorta Müessesesi Uygulama Projesi. M. Bayyigit içinde, *I. Uluslararası İslam Ticaret Hukukunun Günümüzdeki Meseleleri Kongresi* (s. 963-968). Konya: KOMBAD Yayınları.
- Çelik, T. (2018). Türk Sigorta Sektöründe İşbirliği ve Rekabet: Pazar ve Rosse Yaklaşımı. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1205-1214.
- Çemberci, M. (2007). Sigorta Pazarlaması Ve Tüketicinin Bireysel Emeklilik Sistemine Bakış Açısını Test Etmeye Yönelik Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı İşletme Yönetimi ve Organizasyon Bilim Dalı.
- Çipil, M. (2008). *Risk Yönetimi ve Sigortacılık*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Çipil, M. (2019). *Sigortacılık ve Risk Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Çubıkcı, E. (2018). Sigorta Harcamaları ve İktisadi Büyüme İlişkisi: Türkiye Üzerine Ekonometrik Bir Uygulama. *Yüksek Lisans*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonometri Anabilim Dalı.
- Dalgın, N. (1996). *İslam'ın Işığında Sigortacılık*. Trabzon: Eser Ofset.
- Dalgın, N. (1997). Kaza, Hayat ve İşsizlik Sigortalarına Yeni Bir Yaklaşım. M. Bayyigit içinde, *I. Uluslararası İslam Ticaret Hukukunun Günümüzdeki Meseleleri Kongresi* (s. 878-927). Konya: KOMBAD Yayınları.

- Daşcı, A. N. (2018). Özel Sağlık Sigortası Tercihinde Asimetrik Bilgi Varlığı: İstanbul İli Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. Tokat: Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı .
- Demirci, S. (2019). Sigortacılıkta Yeni Bie Yaklaşım: Katılım Sigortacılığı. *İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 25-39.
- Doğan, B., Eroğlu, Ö., & Değer, O. (2016). Enflasyon ve Faiz Oranı Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 405-425.
- Döndüren, H. (1993). *Delilleriyle Ticaret ve İktisat İlmihali*. İstanbul: Erkan Yayınları.
- Eralp, A. (2008). Hayat Sigortası ve Gelir Esnekliği . *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonometri Anabilim Dalı .
- Erdoğan, E. (2013). Dünya'da ve Türkiye'de Ekonomik Büyümenin Sigortacılık Sektörüne Etkisi. *Yüksek Lisans Tezi*. Çorum: Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- ERG. (2019). *Eğitimin Yönetişimi ve Finansmanı; Eğitim İzleme Raporu 2019*. İstanbul: Eğitim Reformu Girişimi.
- Eser, F. (2019). Türkiye'deki Temel Makroekonomik Değişkenlerin Sigortacılık Sektörü Üzerindeki Etkileri . *Doktora Tezi*. Muğla: Muğla Sıtkı Kocaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı .
- Fischer, S. (1996). Maintaining Price Stability. *Finance & Development*, 34-37.
- GTB. (2021, Haziran 22). *Resmi Gazete*. Reklam Kurulu Yönetmeliği: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/07//20140703-4.htm> adresinden alındı
- Gülbitti, L. (2007). Türkiye'de Kasko Sigortası Hasar Uygulamalarının Değerlendirilmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü Sigortacılık Anabilim Dalı.
- Gün, A. E. (1947). *Sigorta Hukuku*. Ankara: Goğuş Matbaa.



- Güngör, İ. (2011). Zorunlu Deprem Sigortası Uygulaması. *I. Türkiye Deprem Mühendisliği ve Sismoloji Konferansı* (s. 1-8). Ankara: Türkiye Deprem Mühendisliği Derneği.
- Güvel, E. A., & Güvel, A. (2015). *Sigortacılık*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Güzel, S. (2006). Sosyal Yapı ve Toplumsal Yapı Bileşkesinde Sosyo-Kültürel Yapı Kavramı. *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, 83-96.
- Hancı, M. (2007). Katılım Bankalarında Sigortacılık İşlemleri ve Uygulamaları. *Yüksek Lisans Tezi*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Muhasebe Finansman Bilim Dalı.
- HBM. (2019). *2019 Yılı Sigortacılık Sektörü Piyasa Analiz Raporu*. Ankara: Hazine ve Maliye Bakanlığı.
- Hızlan, S. K. (2019). E-Ticarete Tüketici Satın Alma Karar Süreci: İnternet Alışverişinde Kasko ve Trafik Sigortası Karşılaştırma Sitelerinin İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Hızlı, P. B. (2007). Sigorta Sektörünün Gelişimi, Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi ve Türkiye Uygulaması. *Yüksek Lisans Tezi*. Adana: Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı.
- Hüseynova, K. (2019). Zorunlu Sorumluluk Sigortalarında Pazarlama Faaliyetleri ve Türkiyede'ki Sigorta Pazarının Değerlendirilmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü Sigortacılık Anabilim Dalı.
- Karabacak, E. (1993). Medyanın Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi ve Pazarlama Yönetimi Açısından Önemi. *Yüksek Lisans Tezi*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı.
- Karabulut, M. (1988). *Sigorta Pazarlaması*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.

- Karras, G. (1993). Money, Inflation, and Output Growth: Does The Aggregate SupplyAggregate Demand Model Explain The International Evidence? *Review of World Economic*, 662-674.
- Kender, R. (2015). *Türkiye'de Hususi Sigorta Hukuku*. İstanbul: Levha.
- Kılınç, B. (2018). Sigorta Sektörünü Etkileyen Faktörler (OECD Örneği) . *Yüksek Lisans Tezi* . Burdur: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Muhasebe ve Finansal Anabilim Dalı.
- Kırkbeşoğlu, E. (2015). Sigortacılığa Giriş. E. Kırkbeşoğlu içinde, *Risk Yönetimi ve sigortacılık* (s. 43-56). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Köseoğlu, Ö. (2002). Değişim Fenomeni Karsısında Markalaşma Süreci ve Bu Süreçte Halkla İlişkilerin Rolü. *Yüksek Lisans Tezi*. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı.
- KPMG. (2021, Mayıs 7). *KPMG. KPMG Sektörel Bakış 2020*: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/tr/pdf/2020/01/sektorel-bakis-2020-sigortacilik.pdf> adresinden alındı
- Kurnuç, K. D. (2019). Tüketicilerin Sigorta Ürünlerine Karşı Dini Tutumları ve Risk Algısı. *The International New Issues In Social Sciences*, 109-136.
- Liam J. A. Lenten, D. N. (2006). A Time-Series Analysis of the Demand for Life Insurance Companies in Australia: An Unobserved Components Approach. *Australian Journal of Management*, 41-66.
- M.E.B. (2021, 05 15). *Milli Eğitim Bakanlığı* . Resmi İstatistikler: [https://sgb.meb.gov.tr/www/icerik\\_goruntule.php?KNO=396](https://sgb.meb.gov.tr/www/icerik_goruntule.php?KNO=396) adresinden alındı
- Muter, C. (2002). Bilinçaltı Reklamcılık (Bilinçaltı Reklam Mesajlarının Tüketiciler Üzerindeki Etkileri). *Yüksek Lisans Tezi*. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Anabilim Dalı.
- Odabaşı, Y. (2009). Küresel Kriz Ortamında Tüketici Davranışları. *Tüketici Yazıları II*, 67-83.
- Odabaşı, Y., & Barış, G. (2003). *Tüketici Davranışı*. İstanbul: MediaCat.

- Orhan, İ. (2002). Satın Alınan Ürünlerle İlişkin Duyguların Cinsiyet ve Cinsiyet Rollerini Bakımından İncelenmesi,. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı.
- Orhaner, E. (2013). *Sigortacılık*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Özdemir, S. (2017). Sigortacılıkta Risk ve Kasko Sigortası Tercihini Üzerine Aydın İli Uygulaması. *Yüksek Lisans Tezi*. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Özel, S. (2000). *Türkiye'de Enflasyon, Devalüasyon ve Faiz*. İstanbul: Alkım Yayıncılık.
- Özkan, M. (1998). *Sigorta İşlemleri ve Muhasebesi*. İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.
- Pamukçu, A., & Bölükbaşı, B. (2008). *Sigortacılıkta Risk Yönetimi*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Sabuncuoğlu, A. (2006). Televizyon Reklamlarında Toplumsal Cinsiyet. *Yüksek Lisans Tezi*. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı.
- Sağlam, H. (2009). İslam Hukukuna Göre Sigorta-Riba ve Faiz İlişkisi Görüşlerinin Değerlendirilmesi. *E- Akademi Hukuk, Ekonomi ve Siyasal Bilimler Dergisi*, 1-23.
- Saraç., T. B., & Karagöz, K. (2010). Türkiye'de Tüketici ve Üretici Fiyatları Arasındaki İlişki; Yapısal Kırılma ve Sınır Testi. *Maliye Dergisi*, 220.
- SEDDK. (2019). *Sigortacılık ve Bireysel Emeklilik Faaliyetleri Hakkında Rapor*. Ankara: T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı.
- SEDDK. (2020, 5 12). *Sigortacılık ve Özel Emeklilik Düzenleme ve Denetleme Kurumu*. Kurumun Tarihçesi: <https://seddk.gov.tr/hakkimizda-kurumun-tarihcesi.html> adresinden alındı
- Seferoğlu, S. (2019). Türkiye'de Sigorta Bilincinin Etkinlik Ölçümünün Analizi: Anket Uygulaması. *Yüksek Lisans*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü Sigortacılık Anabilim Dalı .
- SEGEM. (2012). Sigorta Aveneteleri Teknik Personel Eğitim Programı. *Ders Notu*. SEGEM.

- Solomon, M. (1992). *Consumer Behaviour*. Boston: Prentice Hall.
- Şener, S. (tarih yok). *Mikro İktisat*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.
- T.T.K, T. T. (2011). Türk Ticaret Kanunu.
- Taşkaya, M. (2013). Reklamda Nostaljik Unsurlar: Kimlik Vaadi Ve Anlamın Tüketimi. *ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, 1-37.
- Taşkaya, M., & Güneş, S. S. (2017). Post-Modern Belirsizlik Ortamında“ Tüketime Sunulan Güven”: Sigorta Reklamları Üzerine Bir Analiz. *Global Media Journal TR Edition*, 223-238.
- TCMB. (2016). *Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası*. Türkiye Merkez Bankası Tanıtıcı Broşür: [https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/e17531fd-7874-4cf7-8d9f-18972bf00260/TCMB\\_Brosur.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-e17531fd-7874-4cf7-8d9f-18972bf00260-m5ljVv8](https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/e17531fd-7874-4cf7-8d9f-18972bf00260/TCMB_Brosur.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-e17531fd-7874-4cf7-8d9f-18972bf00260-m5ljVv8) adresinden alındı
- TCMB. (2020). *Enflasyon Raporu 2020-IV*. İstanbul: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası.
- Tekin, A., & Karlı, B. (2021). Denizli ili Çivril İlçesinde Elma Üretimi Yapan Tarım İşletmelerinde Üreticilerin Tarım Sigortası Yaptırma Tercihleri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi* , 8-19.
- TKHK. (2013, 7 11). *6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun*. Türkiye Cumhuriyeti Resmi Gazete:  
<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/11/20131128-1.htm> adresinden alındı
- TSB. (2020). *Sektör Raporu 2019*. İstanbul: Türkiye Sigorta Birliği.
- TSB. (2020, 10 16). *Türkiye Sigorta Birliği*. Nakliyat Sigortası: <https://www.tsb.org.tr/emtea-nakliyat-sigortasi.aspx?pageID=720> adresinden alındı
- TSB. (2020, 07 09). *Türkiye Sigorta Birliği* . Türkiye'de Sigortacılık: <https://www.tsb.org.tr/turkiyede-sigortacilik.aspx?pageID=439> adresinden alındı

- Tufan, H. (2020). Kooperatifçilik ve Tarım Sigortası. Türkiye Tarım Kredi Kooperatiflerinin Tarım Sigortası Hizmetlerinin Değerlendirilmesi; Aydın İlinde Bir Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi*. Aydın: Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonomi Finans Ana Bilim Dalı.
- Tunçalp, E. (2021, 05 10). *Kargem*. Reel Faiz Nedir?: <https://www.kargem.com.tr/reel-faiz-nedir.html> adresinden alındı
- TURSG. (2021, 07 12). *Türkiye Sigorta*. 2021 I. Çeyrek Dönem Konsolide Özet Faaliyet Raporu: <https://www.turkiyesigorta.com.tr/docs/default-source/finansal-bilgiler/faaliyet-raporlari/2021/turkiye-sigorta-2021-1-ceyrek-ozet-yk-konsolide-faaliyet-raporu.pdf> adresinden alındı
- Türk-Re. (2021, 07 26). *Türkiye Reasürans A.Ş.* Türkiye Reasürans Kuruluş Kanunu: <https://www.turkreasurans.com.tr/kurulus-kanunu> adresinden alındı
- Uralcan, G. Ş. (2004). *Temel Sigorta Bilgileri ve Sigorta Sektörünün Yapısal Analizi*. İstanbul: Beta Basım Yayın .
- Vural, A. M., & Zülfiyar, H. (2019). *Sigorta ve Sigortacılık Algısı Türkiye Tutum ve Davranış Analizleri*. İstanbul: Der Yayınları.
- Worldbank. (2021, Nisan 13). *Dünya Bankası*. Dünya Bankası Türkiye: <https://www.worldbank.org/tr/country/turkey/overview> adresinden alındı
- Worldbank. (2021, Mayıs 25). <https://data.worldbank.org>. <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?end=2019&locations=TR&start=2002> adresinden alındı
- Worldbank. (2021). *The World Bank*. Data: <https://data.worldbank.org/country/turkey?locale=tr> adresinden alındı
- Yayla, Ş. O. (2019). Sigortacılık ve Türkiye'de Sigorta Sektörünün Durumu. *Liberal Düşünce Dergisi*, 107-125.
- Yenilmez, F., & Kılınç, E. (2018). Türkiye'de İşgücüne Katılma Oranı-İşsizlik Oranı İlişkisi: Cinsiyet ve Eğitim Düzeyine Dayalı Bir Analiz. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi* , 55-76.

- Yılmaz, E. (2004). Medyatik Dil Alanları: Reklamcılık Dili Üzerine Metin Dil Bilimsel Bir İnceleme. *Türk Dili*, 384-400.
- Yöntem, H. (2021). Finansal Okuryazarlığın Bireysel Emeklilik Sistemi Tercihlerine Etkisi: Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesinde Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. Burdur: Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Bankacılık ve Finans Anabilim Dalı.
- Zülfikar, A. M. (2019). *Sigorta ve Sigortacılık Algısı Türkiye Tutum ve Davranış Analizleri*. İstanbul: Der Yayınları.

## ÖZGEÇMİŞ

### KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Said Sami SÖNMEZ

### EĞİTİM DURUMU

Lisans Öğrenimi : 2017, KTO Karatay Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sigortacılık ve Sosyal Güvenlik Bölümü, Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fak. Sosyal Hizmet Bölümü Lisans

Yüksek Lisans Öğrenimi : Mezuniyet yılı, KTO Karatay Üniversitesi, Sigortacılık ve Sosyal Güvenlik Anabilim Dalı, İnsan Kaynakları ve Sosyal Güvenlik Bölümü

Bildiği Yabancı Diller : İngilizce

Bilimsel Faaliyetleri : -

### İŞ DENEYİMİ

Stajlar : 2016, Stajyer, Yönet Sigorta ve Aracılık Hizmetleri,

2016, Stajyer, Yönet Sigorta ve Aracılık Hizmetleri,

2016, Stajyer Karatay Sevgi Evleri,

2015, Stajyer Konya Sosyal Hizmet Merkezi Sosyal Ekonomik Destek Birimi

Projeler : -

Çalıştığı Kurumlar : 2018, Araştırma Görevlisi, KTO Karatay Üniversitesi

Tarih: 25 Ağustos 2021

**EK 1. ANKET**  
**ANKET FORMU**

Bu anket formu KTO Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yürütülmekte olan **“Sigorta Talebine Etki Eden Faktörler”** başlıklı yüksek lisans tez çalışması için yapılmaktadır. Sizlerden edinilecek bilgiler tamamen bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Katkılarımız bizim için önemlidir. Şimdiden değerli katkılarınızdan dolayı teşekkür ederiz.

**1- Lütfen size uygun cevabı işaretleyiniz.**

<b>KİŞİSEL BİLGİLER</b>					
<b>Cinsiyetini z</b>	Erkek ( )	Kadın ( )			
<b>Medeni Durumunu z</b>	Evli ( )	Bekar ( )			
<b>Yaşınız</b>	18-24 ( )	25-31 ( )	32-38 ( )	39-45 ( )	46 ve Üstü ( )
<b>Öğrenim Durumunu z</b>	Ortaokul ( )	Lise ( )	Yüksekokul ( )	Lisans ( )	Lisans Üstü ( )
<b>Aylık Net Geliriniz</b>	2324 TL ( )	2325-3500 TL ( )	3501-4500 TL ( )	4501-5500 TL ( )	5501- üzeri ( )
<b>Mesleğiniz</b>	Memur ( )	İşçi ( )	Akademisyen ( )	Serbest Meslek ( )	Çiftçi ( )

**2- Sigorta poliçesi satın aldınız mı?**

Evet ( )                      Hayır ( )

**3- Daha önce ihtiyari poliçe satın aldınız mı? (İsteğe bağlı sigorta Kasko, Sağlık vb.)**

Evet ( )                      Hayır ( )

**4- Neden poliçe yaptırdınız? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz.)**

- Kendim ihtiyaç duydum ( )
- Kredi çekerken banka istediği için yaptırdım ( )
- Sigortacı bir tanıdığımın ricası ile yaptırdım ( )
- Poliçe süresi boyunca risk gerçekleşmese dahi kullanabileceğim ekstra hizmetlerden dolayı yaptırdım ( )
- Yatırım amacıyla yaptırdım ( )
- Zorunlu olduğu için yaptırdım ( )
- Risklerin olumsuz etkilerinden korunmak için yaptırdım ( )

**5- Aşağıdaki sigorta türlerinden hangilerini yaptırdınız?**

Trafik ( )                      Kasko ( )                      Konut ( )                      İşyeri ( )                      Nakliyat ( )  
Ferdî Kaza ( )                      Sağlık ( )                      Yeşil Kart ( )                      İnşaat ( )                      Elektronik Cihaz ( )  
Yat ( )                      Seyahat ( )                      BES ( )                      Hayat ( )  
Tarım ( )                      DASK ( )                      Makine Kırılması ( )



## 6- Sigorta satın aldığınız kanal hangisidir.

Sigorta Şirketinin kendisi ( ) Acente ( ) Banka Şubesi ( ) PTT ( ) Brokerlik ( ) İnternet ( )

## 7- Hangi durumların sağlanması size bir veya birden fazla branşta sigorta yaptırmayı düşündürür?

SORU NO	Hangi durumların sağlanması size bir veya birden fazla branşta sigorta yaptırmayı düşündürür?	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Maddi durumum iyileşirse.	( )	( )	( )	( )	( )
2	Sigorta primleri düşük olursa.	( )	( )	( )	( )	( )
3	Uygun ödeme koşulları sağlanırsa.	( )	( )	( )	( )	( )
4	Poliçe teminatları daha sadeleştirilerek yazılır ise.	( )	( )	( )	( )	( )
5	Sigorta poliçeleri dini hassasiyetlere uygun hale getirilirse.	( )	( )	( )	( )	( )
6	Enflasyon oranı düşerse.	( )	( )	( )	( )	( )
7	Faiz oranları artarsa. (Hayat Sigortasında karlılık)	( )	( )	( )	( )	( )

## 8- Neden Sigorta Satın Almazsınız?

SORU NO	Neden Sigorta Satın Almıyorsunuz? (Zorunlu sigortalar haricinde isteğe bağlı olup almadığımız sigorta türleri için)	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Sigorta yaptırmanın inançlarımızla uyuşmadığı için.	( )	( )	( )	( )	( )
2	Ödediğimiz primin aldığımız hizmetin üstünde olduğu için.	( )	( )	( )	( )	( )
3	Hasar yapma veya riske maruz kalma ihtimalimin düşük olduğu için.	( )	( )	( )	( )	( )
4	Acente çalışanlarının yeterli bilgi vermediği için.	( )	( )	( )	( )	( )
5	Sigorta güvencesinin hasar anında yeterli olmayacağı için.	( )	( )	( )	( )	( )
6	Sigorta şirketleri güvenilir olmadığı için.	( )	( )	( )	( )	( )
7	Sigorta hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığım için.	( )	( )	( )	( )	( )

## 9- Sigorta yaptırırken nelere dikkat edersiniz?

SORU NO	Sigorta yaptırırken nelere dikkat edersiniz?	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Sigorta şirketinin finansal açıdan güçlü olmasına.	( )	( )	( )	( )	( )
2	Sigorta primleri düşük olmasına.	( )	( )	( )	( )	( )
3	Hasar ödeme hızına.	( )	( )	( )	( )	( )
4	Taksit imkânın fazla olmasına.	( )	( )	( )	( )	( )
5	Acente çalışanlarının ilgisi ve güler yüzüne.	( )	( )	( )	( )	( )
6	Çevremdeki insanların görüş ve deneyimlerine.	( )	( )	( )	( )	( )
7	Sigorta şirketinin hasar anındaki desteğine.	( )	( )	( )	( )	( )
8	Daha önceki deneyimlerime.	( )	( )	( )	( )	( )
9	Aldığım sigorta ürününün kapsamına/içeriğine	( )	( )	( )	( )	( )

## **ETİK KURUL**