BİLGİLENDİRMENİN SİGORTA SÖZLEŞMESİ SATIN ALMA TERCİHİ ÜZERİNE ETKİSİ: KASKO SİGORTASI ÖRNEĞİ

Pınar DÖNMEZ[*]
Özlem DENİZ BAŞAR[**]

ÖZET
Sigorta sözleşmelerinin düzenlenip satılması sürecinde sigorta ettirenin doğru şekilde bilgilendirilmesi, yasal bir zorunluluk olmasının yanı sıra ilgili sözleşmenin tercih edilmesi açısından da büyük önem taşımaktadır. Bilgilendirilmenin sadece doğru yapılması değil, uygun bir şekilde, sigorta ettirenin istediği kanallarla yapılması da sözleşmenin satın alınma ihtimalini artıracaktır. Bu noktada sözleşmeleri hazırlayıp sigorta ettirenin karşısına çıkararak sunacak olan sigorta şirketleri ve/veya acentelere oldukça fazla görev düşmektedir. Bu çalışmada İstanbul ili sınırları içerisinde KASKO sigortası sahibi kişilere, sigorta sözleşmelerinin satışını yapan sigorta şirketleri tarafından ürün ve teminat kapsamı hakkında yapılan özel bilgilendirmenin, kişilerin satın alma kararı üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bu sayede kişilerin çeşitli özelliklerine göre, sözleşmelerini satın alma sürecinde tercih ettikleri bilgilendirme yöntemleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bilgilendirme, KASKO sigortası, ilişki analizi

EFFECTS OF INFORMING ON INSURANCE AGREEMENT PURCHASE DECISION: EXAMPLE OF MOTOR INSURANCE

ABSTRACT
Informing the policy owner accurately during the issuance and sales processes of insurance agreements is a legal obligation, furthermore this fact is crucial in terms of opting for the related agreement. Not only providing the accurate information but also providing such information through the channels demanded by the policy owner in an appropriate manner will increase the possibility for the agreement to be purchased. At this point, the insurance companies and/or agencies those issue and present the agreements to the policy owners have a great part to play. In this study, the effects of informing the Motor Insurance owners in Istanbul province, with regard to the scope of product and coverage, by the insurance companies selling the related insurance agreements on the decision making of individuals have been researched. By this means, the informing methods preferred by the individuals, according to their various traits, during the agreement purchase decision process, have been tried to be determined.

Keywords: Informing, Motor Insurance, relationship analysis

[*] Underwriter, UNICO Sigorta, Endüstriyel Risk &Reasürans, Uzman
[**] Doç. Dr., İstanbul Ticaret Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, İstatistik Bölümü Öğretim Üyesi

1. GİRİŞ

Sigorta poliçesi satın alınırken sigorta ettirenin bilgilendirilmesinin gerekliliği, ilgili yönetmeliklerle açık olarak ifade edilmektedir. Sigorta ettirenin ilgili sözleşmeyi tercih etmesi veya etmemesi yapılan bilgilendirmenin yeterliliği ile doğrudan ilişkili olabilecektir. Bilgilendirilmenin iyi ve doğru yapılmış olması bir sözleşmenin sigorta ettiren tarafından kabul edilip edilmemesini direkt etkileyebileceği gibi, sözleşme ile ilgili bilgilendirme eksiklikleri nedeniyle hukuki olarak sorunlarla karşılaşılabileceğini de göstermektedir. Bu noktada sözleşmeleri hazırlayıp sigorta ettirenin karşısına çıkararak sunacak olan sigorta şirketleri ve/veya acentelere oldukça fazla görev düşmektedir.

Bilgilendirilmenin sadece doğru yapılması değil, uygun bir şekilde, sigorta ettirenin istediği kanallarla yapılması da sözleşmenin satın alınma ihtimalini artıracaktır. Hatta bilgilendirilmenin yapılmasında çeşitli pazarlama tekniklerinin de uygulanması sigorta ettirenin ilgili şirketten sözleşmesini tercih etme ihtimalini de değiştirecektir.

Şenocak (2007) bilgilendirme yükümlülüğünün amacını, sigorta ettirenin kendi istek ve ihtiyaçlarına en uygun sigorta sözleşmesini seçmesini sağlamak için bilgi eksikliğini gidermek ve sigorta şirketlerinin de bilgiyi kötüye kullanmalarını engellemek olduğunu belirtmiştir. Oksay (2008) kişilerin, hasarla karşılaştıkları zaman eksik bilgilendirme nedeniyle, hasarın sigortacı tarafından karşılanmamasını aldatılma olarak düşünerek sisteme olan güvenlerinin sarsıldığını belirtmiştir. Yurdakul ve Dalkılıç (2006) yaptıkları çalışmada inceledikleri sigorta müşterilerinin, sigorta şirketleri tarafından bilgilendirilmelerinin yüksek olduğunu ve benzer birçok nedenle birlikte bu durum sonucunda sigorta şirketleri ile birebir bağlantıda olan müşterilerin bağımlılıklarının daha fazla olduğu sonucunu tespit etmişlerdir.

Bu araştırmanın amacı, İstanbul ili sınırları içerisinde KASKO sigortası sahibi olan kişilerin, sahip oldukları sözleşmeleri hakkında bilgilendirilip bilgilendirilmediklerinin tespit edilmesi, bilgilendirilmelerinin veya bilgilendirilmemelerinin sigorta poliçesi satın alma kararları üzerindeki etkisinin belirlenmesidir.

2. SİGORTA SÖZLEŞMELERİNDE BİLGİLENDİRİLME

Bilgilendirme; Türk Dil Kurumu'nun 2016 tarihli yayınına göre 'bir konuda verilen bilgi, brifing' demektir. Bilgilendirme kavramı, birbiriyle karşı karşıya gelen tarafların, diğer tarafa sözleşme ilişkisine girmek için gerekli bilgileri aksetmesi olarak tanımlanmıştır. Bunların yanı sıra birlikte aydınlatma ve danışmanlık yapma anlamlarına da gelmektedir (Akgün, 2010: 13).

Sigorta sözleşmelerinde bilgilendirme kavramı, Hazine Müsteşarlığı tarafından hazırlanan ve 28.10.2007 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan "Sigorta

Sözleşmelerinde Bilgilendirmeye İlişkin Yönetmelik"te kapsamlı olarak açıklanmıştır. İlgili yönetmeliğin dördüncü bölümünde sigortacının genel bilgilendirme yükümlülüğü, bilgilendirmenin şekli, bilgi talepleri ve şikayetlerin cevaplandırılması hususlarına ilgili maddeler yer almaktadır.

Sigortacı bilgilendirme sırasında sigorta ettirene doğru bilgi vermek zorundadır. Sigortacı eğer doğru bilgi vermeyerek sigortalanacak menfaatin veya menfaate gelebilecek zararların teminat kapsamına alınmasını engel olmuşsa veya daha çok prim ödenmesine sebep olmuşsa, meydana gelen hasarı ödemekle mükelleftir (Akgün, 2010: 75).

Sigorta şirketleri veya aracılar eksik bilgi vermemekle de yükümlüdürler. Sözleşmedeki tüm hususlar hakkındaki bilgilendirme, tam bilgilendirmenin esasını oluşturur. Bilgilendirme sigorta ettirenin ilgili sözleşmeyi tercih edebilmesi hakkında karar vermesini sağlayacak yeterlilikte olmalıdır. Yeterli bilgi kavramı, sigorta ettirenin açık ve net taleplerini karşılayacak şekilde tarafsız olarak tespit edilen bilgilerdir (Özdamar, 2009: 26).

Hazine Müsteşarlığı tarafından hazırlanmış olan Sigorta Sözleşmelerinde Bilgilendirmeye İlişkin Yönetmelik'te Madde 5.1'de bilgilendirme yükümlülüğü 'Sigortacının bilgilendirme yükümlülüğü, sigortacı tarafından sigorta ettirene ve sigorta sözleşmesine taraf olmak isteyen kişilere karşı sözlü ve yazılı şekilde yerine getirilir.' şeklinde ifade edildiğinden dolayı bilgilendirme, yazılı bilgilendirme ve sözlü bilgilendirme olarak ikiye ayrılarak incelenebilir.

a) Sözlü Bilgilendirme: Sigorta poliçesi ve içeriği ile bilginin sigorta acentesi temsilcisi veya aracılar tarafından şifahen verilmesi anlamına gelmektedir.
b) Yazılı Bilgilendirme: Sigorta poliçesi ve içeriği ile bilginin sigorta acentesi temsilcisi veya aracılar tarafından bir belge ile yazılı olarak verilmesi anlamına gelmektedir. Sigorta Sözleşmelerinde Bilgilendirmeye İlişkin Yönetmelik'te yazılı bilgilendirme yapmanın esas olduğu belirtilmiştir.

3. KASKO SİGORTASI HAKKINDA GENEL BİLGİ

KASKO kelimesi Fransızca 'kırılma' ve 'çarpışma' anlamına gelen 'casse' ve 'collision' kelimelerinin ilk hecelerinin bir araya gelmesinden oluşmuş bir kelimedir (Güvel ve Güvel, 2012: 111).

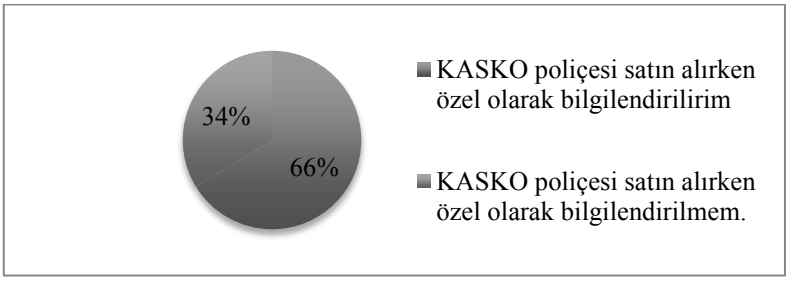
Sigortacılık Mevzuatı'nda yayınlanan 'Kara Araçları KASKO Sigortası Genel Şartları' A-1 maddesine göre Kara Araçları Kasko Sigortası kapsamı; sigortacının, sigortalının poliçede belirtilen ve karayolunda kullanma izni olan motorlu ve motorsuz kara araçlarından, römork veya karavanlardan, iş makinelerinden, lastik tekerlekli traktörler de dahil diğer zirai tarım makinelerinin, belirli risklerin gerçekleşmesi sonucunda doğrudan uğrayacağı maddi zararları teminat altına alınması olarak açıklanmıştır. Bu riskler belirli bir çerçevede belirtilmiştir ve bu risklerin neler olduğu aşağıdaki gibi sıralanmıştır.

a) Aracın karayolunda veya demiryolunda kullanılabilen motorlu, motorsuz araçlarla çarpışması,
b) Gerek hareket gerek durma halinde iken sigortalının veya aracı kullananın iradesi dışında araca ani ve harici etkiler neticesinde sabit veya hareketli bir cismin çarpması veya aracın böyle bir cisme çarpması, devrilmesi, düşmesi, yuvarlanması gibi kazalar,
c) Üçüncü kişilerin kötü niyet veya muziplikle yaptıkları hareketler ile fiil ehliyetine sahip olmayan kişilerin yol açacağı zararlar,
d) Aracın yanması,
e) Aracın veya araç parçalarının çalınması veya çalınmaya teşebbüs edilmesi.

4. BİLGİLENDİRMENİN KASKO SİGORTASI SATIN ALMA KARARI ÜZERİNE ETKİSİNİN İNCELENMESİ

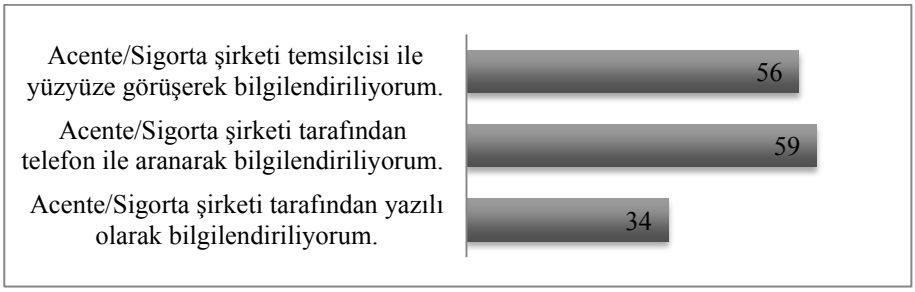
KASKO sigortaları satın alınırken, sigorta şirketinin müşterisini bilgilendirmesinin satın alma üzerindeki etkisini incelemek amacıyla düzenlenmiş olan anket, kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak 250 kişiye uygulanmıştır. Bu araştırmanın hedef kitlesini İstanbul'da yaşayan ve KASKO sigortası sahibi olan kişiler oluşturmaktadır. Bu nedenden dolayı çalışmaya dahil edilmiş olan ancak KASKO sigorta poliçesi almadığını belirten 25 kişi çalışmadan çıkarılmıştır. Anket sonuçları hedef kitleyi temsil eden 225 kişinin cevaplarına göre değerlendirilmiştir. Anket sonuçlarının güvenilirliği Cronbach'ın Alpha katsayısı ile incelenmiştir. 0,713 olarak hesaplanan bu katsayı, Nunnally (1978) tarafından yapılan çalışmalarda eşik değer olarak belirlenen 0,70 değerinden daha fazla olduğu belirlenmiştir.

Araştırmaya katılanların %30,2'si kadın, %69,8'i erkektir. Bu katılımcıların %25,8'i 18-25 yaş aralığında, %42,7'si 26-33 yaş aralığında, %20,4'ü 34-41 yaş aralığında, %7,1'i 42-49 yaş aralığında ve %4'ü 50-57 yaş aralığında yer almaktadır. Ayrıca araştırmaya katılanların % 52'si bekar, %48'i evlidir. Eğitim durumları açısından incelendiğinde ise %0,4'ünün ilköğretim, %8,9'unun lise, %5,8'inin 2 yıllık üniversite, %66,2'sinin 4 yıllık üniversite, %16,4'ünün yüksek lisans ve %2,2'sinin doktora programlarından mezun oldukları belirlenmiştir.



Şekil 1. KASKO Poliçesi Satın Alırken Bilgilendirilme Durumu

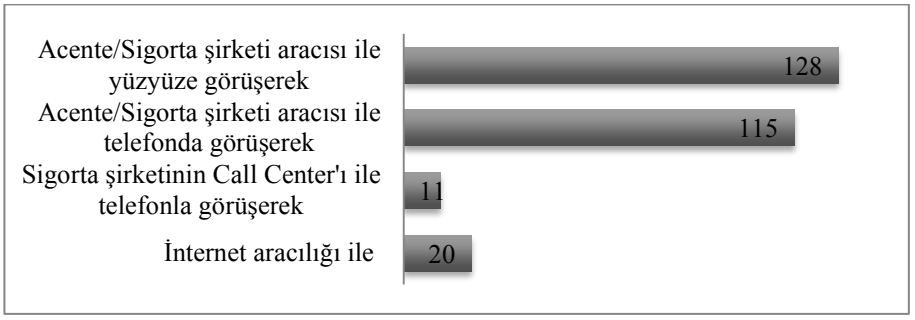
Şekil 1'de kişilerin KASKO poliçesi satın alırken acenteleri/sigorta şirketleri tarafından bilgilendirilip bilgilendirilmediklerine ilişkin bulgular görülmektedir. Araştırmaya katılan kişilerin %66'sı satın almadan önce bilgilendirildiklerini ifade ederken, %34'ü bilgilendirilmediklerini belirtmişlerdir.



Şekil 2. Temsilcisi Tarafından Bilgilendirilen Müşterinin Bilgilendirilme Şekli

Sigorta şirketleri tarafından bilgilendirildiklerini ifade eden kişilere nasıl bilgilendirildikleri sorulmuş ve Şekil 2'deki sonuçlar elde edilmiştir. Kişilerin çoğunlukla acente/sigorta şirketi temsilcileri tarafından telefonla aranarak veya yüzyüze görüşerek bilgilendirildikleri görülmüştür.

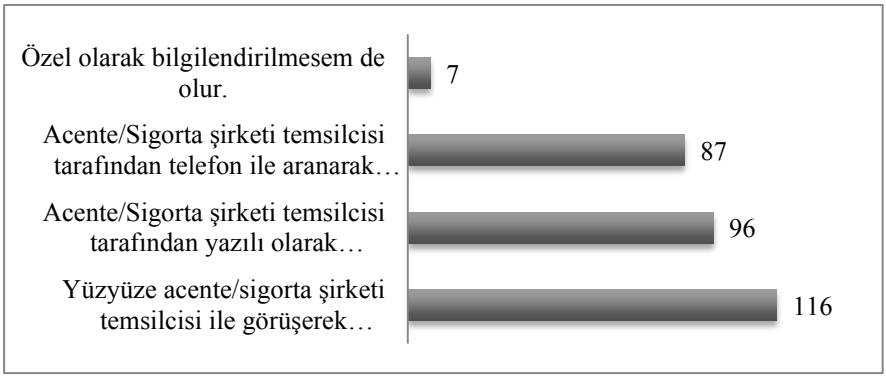
Araştırmaya katılmış olan kişilerin tamamı KASKO poliçesi sahibi kişilerdir. Bu kişilere poliçelerini nasıl almayı tercih ettikleri sorulmuş ve birden fazla seçenek seçmelerine imkan tanınarak elde edilen sonuçlar Şekil 3'te gösterilmiştir.



Şekil 3. KASKO Poliçe Satın Alma Tercihleri

Kişilerin KASKO poliçelerini genel olarak acente/sigorta şirketi aracısı ile yüzyüze ve/veya telefonda görüşerek almayı tercih ettikleri belirlenmiştir. Buradan müşterilerin kendileri ile doğrudan irtibata geçecek bir temsilci ile iletişim halinde olmak istedikleri söylenebilir.

Araştırmaya katılan kişilere KASKO poliçeleri hakkında nasıl bilgilendirilmeyi tercih ettikleri sorulmuş. Birden çok seçeneğin işaretlenebildiği bu sorudan elde edilen cevaplar Şekil 4'te gösterilmiştir.



Şekil 4. KASKO Poliçesi Satın Alırken Nasıl Bilgilendirilmenin Tercih Edildiği

KASKO poliçesine sahip olan kişilerin çoğunlukla acente/sigorta şirketi temsilcisi ile yüzyüze görüşerek bilgilendirilmeyi tercih ettikleri görülmektedir.

Araştırmaya katılan kişilerin KASKO poliçesi satın alırken bilgilendirilme durumları ile incelenen diğer değişkenler arasındaki ilişkinin belirlenmesi için ki-kare analizi uygulanmış ve anlamlı bulunan ilişkiler Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Aralarında İlişki Olduğu Belirlenen Değişkenler

	Değişkenler	χ^2	P	Sonuç
1	Cinsiyet * Poliçenizi satın alırken, poliçe kapsamı hakkında nasıl bilgilendiriliyorsunuz?	11,222	0,024	İlişki var
2	Yaş * Poliçenizi satın alırken, poliçe kapsamı hakkında nasıl bilgilendiriliyorsunuz?	30,688	0,015	İlişki var
3	Medeni Durum * Poliçenizi satın alırken, poliçe kapsamı hakkında nasıl bilgilendiriliyorsunuz?	19,311	0,001	İlişki var
4	Acente/sigorta şirketi aracısı ile telefonda bilgilendirilerek sigorta poliçesi almayı tercih etmek * Poliçenizi satın alırken,poliçe kapsamı hakkında nasıl bilgilendiriliyorsunuz?	36,868	0,000	İlişki var
5	Cinsiyet * Acente/sigorta şirketi temsilcisi ile yüz yüze görüşerek bilgilendirilmeyi tercih etmek	4,203	0,04	İlişki var

Tablo 1. Aralarında İlişki Olduğu Belirlenen Değişkenler (Devam)

	Değişkenler	χ^2	P	Sonuç
6	Medeni Durum * Acente/sigorta şirketi aracısı ile yüzyüze görüşerek sigorta poliçesi almayı tercih etmek	22,083	0,000	İlişki var
7	İnternet aracılığı ile sigorta poliçesi almayı tercih etmek * Yüz yüze acente/sigorta şirketi temsilcisi ile görüşerek bilgilendirilmeyi tercih etmek	6,198	0,013	İlişki var
8	Yaş * Acente/sigorta şirketi temsilcisi tarafından yazılı olarak bilgilendirilmeyi tercih etmek	10,135	0,038	İlişki var

Tablo 1'de belirtilmiş olan değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olduğu tesbit edildiğinden, daha sonraki tablolarda bu ilişkiler açıklanmaya çalışılmıştır.

Tablo 2. Cinsiyet, Yaş, Medeni Durum ve Telefonla Poliçe Almayı Tercih Etmek ile Poliçe Kapsamı Hakkında Bilgilendirilme Şekli Arasındaki İlişki

Değişkenler	Kategoriler	Acente/Sigorta Şirketi tarafından telefon ile aranarak bilgilendiriliyorum.	Acente/Sigorta Şirketi tarafından yazılı olarak bilgilendiriliyorum.	Bilgilendirilmiyorum	Kendim okuyorum.	Yüzyüze acente/sigorta şirketi temsilcisi ile görüşerek bilgilendiriliyorum.	Toplam
Cinsiyet	Kadın	18	16	0	1	11	46
	Erkek	44	19	1	0	50	114
Yaş	18-25 yaş	13	2	0	0	26	41
	26-33 yaş	25	23	1	0	24	73
	34-41 yaş	15	9	0	1	7	32
	42-49 yaş	5	1	0	0	1	7
	50-57 yaş	4	0	0	0	3	7
Medeni Durum	Bekar	24	15	0	0	45	84
	Evli	38	20	1	1	16	76
Acente/sigorta şirketi aracısı ile telefonda bilgilendirilerek sigorta poliçesi almayı	tercih etmem	21	17	0	0	52	90
	tercih ederim	41	18	1	1	9	70

Tablo 2'de sigorta ettirenin poliçesini satın alma sürecindeki bilgilendirilme yöntemi ile çeşitli değişkenler arasındaki ilişkiler gösterilmiştir. Cinsiyet açısından incelendiğinde, kadınların ağılıklı olarak acente/sigorta şirketi temsilcisi tarafından telefon ile aranarak bilgilendirildikleri görülürken, erkeklerin ise telefonla bilgilendirilmenin yanı sıra temsilci ile yüzyüze görüşerek de bilgilendirildikleri belirlenmiştir. Yaş açısından incelendiğinde 34 ve üzeri yaş grubundaki kişilerin telefon ile aranarak bilgilendirildikleri söylenebilir. Medeni durum açısından incelendiğinde bekar kişilerin ağırlıklı olarak yüzyüze, evli kişilerin ise çoğunlukla telefonla bilgilendirildikleri görülmüştür. Bunların yanı sıra acente/sigorta temsilcisi ile telefonda görüşerek sigorta poliçesi almayı tercih etmeyen kişilerin, KASKO poliçelerini satın alırken yüzyüze görüşerek bilgilendirildikleri, telefonda bilgilendirilerek poliçe satın almayı tercih edenlerin ise KASKO poliçelerini satın alırken çoğunlukla telefonda bilgilendirildikleri belirlenmiştir.

Tablo 3. Cinsiyet, Medeni Durum, İnternet Aracılığı ile Sigorta Poliçesi Almayı Tercih Etmek ile Tüzyüze Görüşerek Bilgilendirilme Tercihi Arasındaki İlişki

Değişkenler	Kategoriler	Acente/sigorta şirketi temsilcisi ile yüzyüze görüşerek bilgilendirilmeyi		Toplam
		tercih etmem	tercih ederim	
Cinsiyet	Kadın	40	28	68
	Erkek	69	88	157
Medeni Durum	Bekar	33	84	117
	Evli	64	44	108
İnternet aracılığı ile sigorta poliçesi almayı	tercih etmem	94	111	205
	tercih ederim	15	5	20

Tablo 3'te kişilerin acente/sigorta şirketi temsilcisi ile yüzyüze görüşerek bilgilendirilmeyi tercih etmeleri ile cinsiyetleri, medeni durumları ve internet aracılığı ile sigorta poliçesi almayı tercih etmeleri arasındaki ilişkiler görülmektedir. Cinsiyet açısından incelendiğinde kadınların temsilci ile yüzyüze görüşerek bilgilendirilmeyi tercih etmedikleri, buna karşılık erkeklerin ise bunu tercih edebilecekleri görülmektedir. Medeni durum açısından incelendiğinde, bekar kişilerin temsilci ile yüzyüze görüşerek bilgilendirilmeyi tercih ettkileri belirlenmiştir. İnternet aracılığı ile poliçe almayı tercih eden kişilerin ise temsilci ile yüzyüze görüşerek bilgilendirilmeyi tercih etmedikleri söylenebilmektedir.

Tablo 4. Yaş Grupları ile Yazılı Olarak Bilgilendirilme Tercihi Arasındaki İlişki

Yaş	Acente/sigorta şirketi temsilcisi tarafından yazılı olarak bilgilendirilmeyi		Toplam
	tercih etmem	tercih ederim	
18-25 yaş aralığı	43	15	58
26-33 yaş aralığı	49	47	96
34-41 yaş aralığı	22	24	46
42-49 yaş aralığı	10	6	16
50-57 yaş aralığı	5	4	9

Tablo 4'te KASKO poliçesi sahibi kişilerin yaş grupları ile acente/sigorta şirketi temsilcisi tarafından yazılı olarak bilgilendirilmeyi tercih etmeleri arasındaki ilişki gösterilmiştir. 18-25 yaş aralığındaki kişilerin %74'ünün yazılı olarak bilgilendirilmeyi tercih etmedikleri görülmüştür. Bu durumda bu yaş grubundaki kişilerin acente/sigorta şirketi temsilcisi tarafından yazılı olarak bilgilendirilmeyi tercih etmedikleri söylenebilir.

5. SONUÇ

Sigorta sözleşmesi satın alınırken sigorta ettiren, sözleşmenin diğer tarafı olan sigorta şirketi ve/veya acentesi tarafından doğru bilgilendirilmelidir. Sigorta sözleşmelerinde bilgilendirme kavramı, Hazine Müsteşarlığı tarafından hazırlanan ve 28.10.2007 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan "Sigorta Sözleşmelerinde Bilgilendirmeye İlişkin Yönetmelik"te kapsamlı olarak açıklanmıştır. Sigorta ettirenin bilgilendirilmesinin zorunlu olmasına karşın çoğu zaman kişiler eksik bilgilendirilmektedir. Bu durum zaman zaman sigorta şirketlerinin karşısına hukuki bir sorun olarak çıkabilmektedir.

Bilgilendirmenin sadece sözleşmenin satın alınmasından sonra değil, sözleşmenin satışı sırasında da önemli bir süreç olduğu bilinmektedir. Bilgilendirmenin eksiksiz yapılması sözleşmelerin satışlarını da etkileyen bir faktör olarak belirtilebilir.

Bu araştırmada İstanbul ili sınırları içerisinde yaşayan ve KASKO sigortası sahibi kişilerden kolayda örnekleme yöntemi ile seçilenlerin satın alma sürecinde bilgilendirilme tercihleri belirlenmiştir. Araştırmaya katılanların %30,2'si kadın, %69,8'i erkektir. Bu katılımcıların %25,8'i 18-25 yaş aralığında, %42,7'si 26-33 yaş aralığında, %20,4'ü 34-41 yaş aralığında, %7,1'i 42-49 yaş aralığında ve %4'ü 50-57 yaş aralığında yer almaktadır. Bu kişilerin %66'sı KASKO poliçelerini satın alırken acente/sigorta şirketi temsilcileri tarafından bilgilendirildiklerini, %34'ü ise bilgilendirilmediklerini belirtmişlerdir.

KASKO poliçesi sahibi kişilerin sözleşmelerini satın alırken veya aldıktan sonra bilgilendirilmelerinin çoğunlukla telefon ile aranarak yapıldığı belirlenmiştir. Bununla birlikte bu kişilerin çoğunlukla acente/sigorta şirketi aracısı ile yüzyüze görüşerek bilgilendirilmeyi tercih ettikleri görülmüştür. Yüzyüze görüşme sayesinde sigorta ettirenin daha ayrıntılı olarak bilgi alabileceği ve sorularını yöneltebileceği bir muhatap bulabiliyor olması bu yöntemin tercih edilmesine neden olarak gösterilebilir.

Poliçeyi satın alma sürecinde çeşitli demografik faktörlerin etkilerinin olduğu da tesbit edilmiştir. Kadınların bu süreçte temsilci tarafından telefon ile aranarak bilgilendirilmelerine karşılık erkeklerin yüzyüze görüşerek bilgilendirildikleri belirlenmiştir. Bununla birlikte genelde 34 yaş grubu üzerindekilerin telefonla aranarak bilgilendirildikleri görülmüştür. Medeni durum açısından incelendiğinde ise bekar kişilerin yüzyüze, evli kişilerin ise çoğunlukla telefon ile bilgilendirildikleri tesbit edilmiştir.

Sigorta poliçelerini alırken kişilerin alış tercihleri de incelenmiş ve çoğunlukla yüzyüze görüşerek poliçe almayı tercih ettikleri görülmüştür. Bu satın alma şeklinin bir anlamda diyalog halinde bulunularak daha fazla güven sağlanılmasından dolayı tercih edildiği söylenebilir. Ayrıca araştırma sonucunda KASKO poliçelerini satın alırken yüzyüze görüşerek bilgilendirildiklerini belirten kişilerin, telefonda görüşerek sigorta poliçesi almayı tercih etmedikleri de görülmüştür. Bu da yüzyüze bilgilendirmenin kişilerin poliçe alımına olumlu etkisinin olduğunu göstermektedir.

Yüzyüze bilgilendirilme genel olarak tercih edilmiş olsa da demografik açıdan incelendiğinde kadınların bu şekilde bilgilendirilmeyi çok fazla tercih etmedikleri görülmüştür. Bu durumda bilgilendirilme yönteminin cinsiyet açısından farlılık gösterdiği söylenebilmektedir.

Acenteler/sigorta şirketlerinin, sözleşmenin satış aşamasında sigorta ettirene sigorta sözleşmesi hakkında doğru, ayrıntılı ve kişiye direk ulaşan bilgilendirme yöntemlerini tercih etmeleri gerektiği görülmektedir. Acenteler/sigorta şirketleri sigorta ettirene ulaşmak ve bilgilendirebilmek için stratejilerini, kişilere direkt ulaşmak ve hatta mümkünse görüşmelerini yüzyüze yapmak üzerine belirlemeleri uygun olacaktır.

KAYNAKÇA

'Sigorta Sözleşmelerinde Bilgilendirmeye İlişkin Yönetmelik', Hazine Müsteşarlığı, 2007, Ankara. http://www.tsb.org.tr/sigorta-sozlesmelerinde-bilgilendirmeye-iliskin-yonetmelik.aspx?pageID=452 , Erişim Tarihi: 19.01.2016

AKGÜN, E., Sigorta Sözleşmelerinde Bilgilendirme Yükümlülüğü, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Programı Yüksek Lisans Tezi, 2010, İstanbul

Güvel, A. Ö., Güvel, E. A., (2015), Sigortacılık Kavramlar, Türler, Belgeler, Mevzuat, 7. Baskı, Ankara, Seçkin Yayıncılık.

Nunnally, J.C., (1978), Psychometric Theory, 2nd ed., New York, McGraw-Hill.

Oksay, S., (2008), Sigortacılık Kanunu ve İlgili Yönetmeliklerin Sigorta Eğitimi Açısından Değerlendirilmesi, 2010 Yılında Türk Sigorta Sektörü – III. Ulusal Sigorta Sempozyumu Bildiri Kitabı, İstanbul.

Özdamar, M., (2009), Sigortacının Sözleşme Öncesi Aydınlatma Yükümlülüğü, Ankara, Yetkin Yayınları.

Şenocak, K., (2007), Avrupa Birliği Sigorta Aracıları Direktifi (2002/92/CE), Ergon Çetingil ve Rayegan Kender'e 50.Birlikte Çalışma Yılı Armağanı, s. 1055-1070 İstanbul.

Türk Dil Kurumu, http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.569e00888a2399.33448706, Erişim Tarihi: 19.01.2016

Yurdakul, M., Dalkılıç, N., (2006), "İlişkisel Pazarlama Anlayışının Sigorta Müşterilerinin Bağlılığı Üzerindeki Etkisi", Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, 16, 255-270.