

Millî Reasürans T.A.Ş.  
adına sahibi  
**Cahit NOMER**

İnceleme Kurulu  
**BAŞKAN**  
**Toygun DAĞLIER**  
**ÜYE**

**Barbaros YALÇIN**  
**ÜYE**

**Candan EVREN**  
**ÜYE**

**Hüseyin YUNAK**

Yazı İşleri Müdürü  
**Y. Kemâl ÇUHACI**

İnceleme Kurulu Sekreteri  
**Gonca GÜNİŞİK**

Basın Yayın Koordinatörü  
**Deniz GÜNEY**

Dizgi  
**Gonca GÜNİŞİK**

Renk Ayrımı  
**DORUK GRAFİK**

Baskı  
**CEYMA MATBAASI**

Merkez  
Teşvikiye Cad.43/57  
80200 Teşvikiye / İstanbul

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

3 ayda bir yayınlanır.

Dergide yer alan yazıların  
içeriğinden yazı sahipleri  
sorumludur.

## İÇİNDEKİLER

Sigortacılık Sektörü Bilimsel Çalışma Yarışması – 1999

Konular ve Yönetmelik ..... 4

Türk Sigorta Sektörünün Malî Performansı :  
1990-1996 Dönemine İlişkin Bir Değerlendirme ... 6

Dünyada ve Türkiye’de Aracılık Sistemleri ve Öneriler ..... 34

Turizm Sektöründe Sigorta ..... 49

Yabancı Basından Haberler ..... 56

## Reasürör Gözüyle

*Sigortacılık sektörü, ülkemizdeki finans sektörleri arasında en az gelişmişlerden biri olmasına karşın, gerek kişi başına üretilen prim miktarı gerekse Gayri Safi Milli Hasıla içerisindeki payı bakımından sürekli gelişmekte, ülke ekonomisine olan katkısı her geçen gün artmaktadır. Sayın Ali Köse ile Sayın Necla Şimşek "Türk Sigorta Sektörünün Mali Performansı; 1990-1996 Dönemine İlişkin Bir Değerlendirme" adlı çalışmalarında, sektörün genel durumunu ve mali yapısını ortaya koyarak, belirtilen dönemdeki mali performansının analizini yapmaktadırlar.*

*Türk sigorta sektörünün sürekli gelişme göstermesindeki en önemli rollerden biri; şüphesiz primin büyük bir bölümünün üretimini sağlayan sigorta aracılardır. Sayın Mert Yücesan "Dünyada ve Türkiye'de Aracılık Sistemleri ve Öneriler" adlı çalışmasında, ülkemizdeki sigorta aracılarının halihazırdaki durumunu ve organizasyonel yapılarını incelemekte ve aracılardan muhtemel gelecekleri üzerine öneriler sunmaktadır.*

*Sigortacılık ile turizm arasındaki bağlantı, sigorta piyasalarının gelişmiş olduğu ülkelerde çok eskiden beri varolmakta iken ülkemizde, üstelik bu konuda dünyanın önde gelen ülkelerinden biri olmamıza karşın yeterli bir şekilde kurulamamıştır. Sayın İge Tavmergen, turizmin hangi yönleriyle sigorta sektörü için fon yaratabileceği konusu üzerinde durmakta ve sektörümüz için oldukça ilginç öneriler sunmaktadır.*

*Çevre kirliliği, iklim değişikliği, yeşil alanların insan eliyle yok edilmesi, verimli toprakların çölleşmeye yüz tutması sadece ülkemizin değil, bütün dünyanın ortak sorunlarıdır ve yeterli önlem alınmadığı takdirde, insanlık yakın bir gelecekte çok daha önemli, hattâ kendi varlığını dahi tehdit edebilecek sorunlarla karşılaşacaktır. Durumun farkında olan gelişmiş Batılı ülkeler, başta hukuk sistemleri olmak üzere gerekli tüm tedbirlerini almaya çalışırken, az gelişmiş ülkeler gelişme ve kalkınma pahasına bu konuya yeterli önemi vermemekte ve gelecek kuşakları tehlikeye atmaktadırlar. Yabancı Basından Haberler bölümünde Batılı ülkelerin bu önemli sorun karşısındaki tutumu hakkında fikir veren ilginç bir özet-çeviri yer almaktadır.*

*31. sayısı yayınlanmakta olan Dergimizin bugüne kadar yayınlanmış tüm sayılarına İnternet aracılığıyla ulaşabilmek Şubat 1999'dan itibaren mümkün olacaktır. Ayrıca, yine aynı şekilde tüm sayılar CD halinde de elde edilebilecektir. Böylece Reasürör Dergisi, sigorta ve reasürans konularında yayın yapan gelişmiş Batılı ülkelerin meslekî dergilerini kitlelere ulaştırma imkânlarına sahip olmaktadır.*

*Bu yıl üçüncüsü yapılacak olan Bilimsel Çalışma Yarışması için toplanan Yarışma Seçici Kurulu, her yıl ayrı konu prensibinden hareketle 4 konu tespit etmiştir. Yarışma Yönetmeliği ve seçilmiş konularla ilgili bilgiler, Dergimizin hemen başındaki sayfalarda yer almaktadır. Yarışmaya katılacak olan tüm adaylara Millî Reasürans T.A.Ş. olarak başarılar dileriz.*

# ***Sigortacılık Sektörü Bilimsel Çalışma Yarışması - 1999 Konular ve Yönetmelik***

**I** 999 yılı için Yarışma Seçici Kurulu, aşağıda belirtilen dört konuyu seçmiş ve Sigortacılık Sektörü Bilimsel Çalışma Yarışması'na katılacak çalışmalar için aşağıda belirtilen konular dahilinde olması şartını getirmiştir:

*Yarışma seçici Kurulu tarafından belirlenen konular şunlardır:*

**1) Sigorta Sektöründe Reketin Düzenlenmesi:**

- Avrupa Birliği'nde Durum
- Türkiye'de Durum
- Çözüm Önerileri

**2) Özel Sağlık Sigortalarında Avrupa Birliği Uygulamaları ve Türkiye İçin Model Önerisi**

**3) Emeklilik Fonlarına İlişkin Avrupa Birliği Sigorta Sektöründeki Uygulamalar ve Türkiye İçin Model Önerisi**

**4) Avrupa Birliği Sigorta Sektöründe Aracılık Sistemleri ve Türkiye İçin Model**

## **Madde 1 - Amaç**

Türk Sigortacılık sektörüyle doğrudan ilgili olan ve sektörün sorunları ve bu sorunlara ilişkin çözümler öneren çalışmaları sigortacılık sektörüne kazandırmaktır.

## **Madde 2 - Yarışmaya Katılma Esasları**

a) Yarışma, tüm gerçek ve tüzel kişilere açıktır.

b) Birden fazla kişinin, ortak bir çalışmayla yarışmaya katılması mümkündür.

c) Yarışmaya, tek başlarına veya ortak olarak veya tüzel kişilik bünyesinde, ancak bir adet çalışmayla katılmak mümkündür.

d) Daha önce başka bir yarışmaya katılmış çalışmalar aday olamazlar.

e) Millî Reasürans T.A.Ş. çalışanları, tek başlarına veya ortak bir çalışmayla yarışmaya katılamazlar.

f) Lisans, yüksek lisans, ihtisas ve doktora tezleri ile diğer akademik nitelikli çalışmalar yarışmaya katılamazlar.

g) Yarışmaya katılacak çalışmalar, Türkçe olarak, iki nüsha halinde, daktilo veya bilgisayarla asgari on punto büyüklüğünde ve her bir A4 sayfasında ortalama 300 kelime buluncak şekilde en az 10, en fazla 20 sayfa olmalıdır.

## **Madde 3 - Yarışmaya Katılma Tarihi**

Yarışmaya katılacak çalışmalar, bir "Katılma Belgesi" doldurmak suretiyle, en geç 31 Mart günü saat 17:00'ye kadar, Önseçici Kurul'a iletilmek üzere Millî Reasürans T.A.Ş. Personel ve İdari İşler Müdürlüğü'ne elden teslim edilir.

## **Madde 4 - Önseçici Kurul**

a) Yapısı:

Millî Reasürans T.A.Ş. Genel Müdürlüğü tarafından seçilmiş kişilerden meydana gelir.

b) Görevi:

- Yarışmaya katılacak çalışmalarını Yönetmeliğin 1. ve 2. Maddelerine uygunluğu bakımından tespit eder.

- Önseçici Kurul, amaca uygunluğunu, kapsam ve üslupça yeterliliğini tespit ettiği çalışmaların birer nüshasını, görüşlerini ihtiva eden raporla birlikte Seçici Kurul'a sunar. Önseçici Kurul, yaptığı inceleme sonucunda olumsuz görüşe vardığı herhangi bir çalışmayı, Yönetmeliğin 1'inci

ve 2'nci maddelerine uygun olsalar dahi, Seçici Kurul'un değerlendirmesine sunmadan reddetmek hakkına sahiptir.

- Önseçici Kurul tarafından Seçici Kurul'a sunulmaya değer bulunmamış çalışmalar, incelemenin bittiği tarihten itibaren 7 gün içerisinde ve her halûkârda son katılma tarihini takiben 30 gün içerisinde sahip veya sahiplerine posta yoluyla iade edilir.

## Madde 5 - Seçici Kurul

### a) Yapısı:

Millî Reasürans T.A.Ş. temsilcisi başkanlığında aşağıdaki üyelerden oluşmaktadır:

- Cahit Nomer, Genel Müdür, Millî Reasürans T.A.Ş.

- Bilgi Kongar, Genel Sekreter, Türkiye Sigorta ve Reasürans Şirketleri Birliği

- Prof.Dr. Taner Berksoy, Marmara Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

- Prof.Dr. Mustafa Dural, İstanbul Üniversitesi, Hukuk Fakültesi

- Prof.Dr. Merih Kemal Omağ, Marmara Üniversitesi, Hukuk Fakültesi

### b) Görevi:

- Önseçici Kurul tarafından sunulan çalışmaları inceler ve ödüle layık çalışmaları belirler.

- Seçici Kurul, kendisine sunulan çalışmalarla ilgili karara varma konusunda tama-

men bağımsız olarak hareket eder; değerlendirme aşamasında, gerektiği takdirde uzmanlara danışabilir.

- Ödül kazanan çalışmalar, Seçici Kurul'un asgari dört üyesinin oyuyla belirlenir.

- Seçici Kurul'un kararlarına itiraz hakkı yoktur.

## Madde 6 - Ödüllerin Dağıtımı

a) Yarışmaya katılan çalışmalar, Seçici Kurul tarafından değerlendirilerek, ödüle layık görülmeleri halinde;

- Birinci,
- İkinci,
- Üçüncü

olarak belirlenir.

b) Ödül kazanan çalışmalar, 31 Mayıs tarihinden itibaren kazananların doğrudan doğruya adresine bildirilir. Ancak, gerektiği takdirde, ödül kazananların ilânı Seçici Kurul kararıyla ileri bir tarihe ertelenebilir.

c) Birinci, İkinci ve Üçüncü olarak belirlenen çalışmaların ödülleri, Haziran ayı içerisinde olmak üzere, ilân edilecek bir tarihte yapılacak törenle sahiplerine verilir.

## Madde 7 - Ödül Miktarı

Seçici Kurul tarafından değerlendirilen ve 6. Madde'nin (a) fıkrasında belirtilen şekliyle derecelendirilen çalışmalardan;

- Birinciye : 2.500 Dolar karşılığı Türk Lirası,

- İkinciye : 1.500 Dolar karşılığı Türk Lirası,

- Üçüncüye : 1.000 Dolar karşılığı Türk Lirası

ödül olarak dağıtılır. Yukarıda belirtilen ödül tutarlarının yanısıra, bir "Ödül Belgesi" ile Millî Reasürans T.A.Ş. ödülünü simgeleyen bir "Plaket" verilir.

## Madde 8 - Telif Hakları

a) Yarışmaya katılan çalışmalardan 30 gün içinde sahibine iade edilmeyenleri Türkiye'de bir veya daha fazla, aynen veya özet olarak yayımlama hakkı 1 yıl süre ile Millî Reasürans T.A.Ş.'ne aittir.

b) Yarışmada ödül kazanmamış çalışmaların Reasürör Dergisinde yayımlanmaları halinde ödenecek telif ücreti, sayfa başına 25 Dolar karşılığı TL'dir.

c) Ödül kazanan çalışmaların telif hakkı, herhangi bir telif ücreti ödenmeksizin Millî Reasürans T.A.Ş.'ne aittir.

## Madde 9 - Yürürlüğe Giriş

Bu Yönetmelik, yarışma duyurusunun yapıldığı tarihten itibaren yürürlüğe girer ve uygulanmasından Millî Reasürans T.A.Ş. sorumludur.

# *Türk Sigorta Sektörünün Mali Performansı: 1990-1996 Dönemine İlişkin Bir Değerlendirme*

## Giriş

**S**igorta sektörünün gelişmiş olduğu ülkelerde, sigorta şirketleri gerek ulusal ve gerekse uluslararası olarak finans sisteminde önemli bir ağırlığa sahiptir. Sigorta sektörü, prim gelirleri yoluyla finans sektörüne kaynak yaratırken, oluşan hasarlar sonucu ülke ekonomisinde meydana gelen kayıpları da önlemektedir.

Bu itibarla, sigorta şirketlerinin mali performanslarını belirlemek; makro bir perspektiften finans sektörünün değerlendirilmesinde ve politikalar üretilmesinde gerekli olduğu kadar, mikro perspektiften yönetsel kararların alınmasında da gereklidir.

Bu çalışma da, Türk Sigorta Sektörü (TSS)'nde faaliyet gösteren şirketlerin mali performanslarını; likidite, kârlılık ve kapasite ölçütlerine göre değerlendirmek ve çözüm önerileri sunmak amaçındadır. Kullanılan performans ölçütleri, sigortacılık sektörünün gelişmiş olduğu ülkelerdeki tekniklerin Türkiye'ye uygulanmasını temel almaktadır.

## 1. Türk Sigorta Sektörünün Genel Durumu

Türk sigorta sektörünün aktif büyüklükleri son yirmi yılda nominal anlamda, finans sektörünün büyümesi ile birlikte büyümeye başlamış ve bu istikrarlı artış günümüze kadar ulaşmıştır. Ancak reel anlamda bu olgu incelendiğinde, sigorta sektörünün finans sektörü içindeki ağırlığında ciddi anlamda bir gelişme gözlenememektedir.

**Tablo 1 : Mali Kurumların Aktif Toplamlarına Göre Dağılımı (%)**

	1991	1992	1993	1994	1995	1996
TCMB	25.14	25.09	21.08	26.51	25.30	23.90
Bankalar	71.94	71.64	74.62	68.69	69.20	70.12
Özel Finans Kurumları	0.90	1.06	1.23	1.49	1.49	1.60
Sigorta Şirketleri	1.19	1.21	1.35	1.46	1.46	1.58
Finansal Kiralama Şirketleri*	0.83	1.00	1.46	1.63	1.85	1.90
Faktoring Şirketleri					0.45	0.68
Aracı Kurumlar **			0.27	0.22	0.25	0.22
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

*Kaynak : Hazine Müsteşarlığı, Türk Mali Sisteminin Temel Göstergeleri, Ankara, Aralık 1996, s.16.*

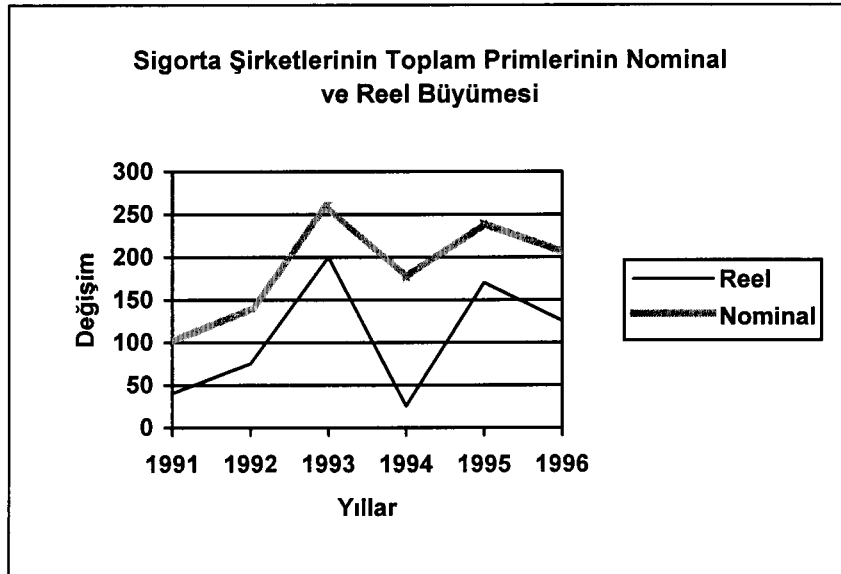
*(\*), (\*\*) 1996 Haziran sonu itibarıyla veri bulunmamaktadır.*

Toplanan sigorta primlerinin GSMH içindeki oranı ise 1991-1995 döneminde (1992 ve 1993'teki düşük değerler dikkate alınmazsa) yükselmiştir. Fakat sigorta şirketlerinin finans sektöründe etkin olamamalarının hem sebebi, hem sonucu olarak; GSMH içinde toplanan sigorta primlerinin payı yüzde 1'den daha düşüktür (Bkz. Tablo 2)<sup>1</sup>.

Tablo 2 : Hayat ve Hayat Dışı Branşlarda Kârlılık (Milyar TL)						
	Hayat Branşı			Hayat Dışı Branşlar		
	Teknik Kâr	Mali Kâr	Toplam	Teknik Kâr	Mali Kâr	Toplam
1990	73.3	-21.2	52.1	355.6	-115.5	241.0
1991	131.4	-8.1	123.3	690.0	-259.3	430.7
1992	238.3	-10.8	227.5	1144.7	-454.6	690.1
1993	363.0	40.2	403.2	2395.4	40.2	2435.6
1994	647.3	550.9	1198.2	3774.0	1298.0	5072.0
1995	1162.5	1278.5	2441.0	6661.4	2610.3	9271.7
1996	2696.2	5036.1	7732.3	9347.6	11490.3	20837.9
1997/6	3464.1	5585.7	9049.8	9846.8	8396.1	18242.9

*Kaynak: Hazine Müsteşarlığı, Türk Mali Sisteminin Temel Göstergeleri, Ankara, 1996, s.147.*

Yıllar itibariyle prim değerleri incelendiğinde; prim üretimi hem nominal hem de reel anlamda artış kaydetmiştir. 1994 yılında yaşanan ekonomik kriz nedeniyle nominal ve reel anlamda yaşanan prim düşüşü sonrasında sektör kendini çabuk toparlayıp kaybettiği konuma tekrar ulaşmıştır.



<sup>1</sup> Ali Köse ve K.Batu Tunay, "Türk Sigorta Sektörünün Ekonomik Performansı: 1990'lara İlişkin Bir Değerlendirme", Sigorta Dergisi, sayı:94, Şubat 1998, ss.39-46.

Sigorta sektörünün kârlılık durumunu değerlendirdiğimizde teknik kârlılıkta belirgin ve de sürekli bir artış gözlenirken, bu artış trendi mali kârlılık açısından son 5 yılda yakalanabilmiştir; daha önceki dönemlerde ise zararın söz konusu olduğu görülmektedir (Tablo 2).

Sigorta sektörü, Türk finans sektöründe gerekli etkinliğe ulaşamadığı için uluslararası platformda da ülke ekonomisinin geneli düşünüldüğünde olması gerekenden çok daha geride yer almaktadır. Ekonomik yapı itibariyle Türkiye'ye göre daha olumsuz özellikleri bünyesinde barındıran birçok ülkenin sigorta sektörleri ile karşılaştırıldığında Türk sigorta sektörünün bu yetersiz konumu ekonomik politikamız açısından sigorta sektörünün öncelikli sektörlerin başında gelmesi gerekliliğini vurgulamaktadır.<sup>2</sup>

## 2. Sigorta Sektörünün Mali Yapısı

### 2.1. Sigorta Şirketlerinin Özel Bilânço Yapısı

Sigorta şirketlerinin finansal işleyişleri, fon ve kaynak kullanımını açısından diğer finansal araçlara göre farklı bir yapıya sahiptir. Bu farklı yapı sigorta şirketlerinin bilânço yapılarında daha net bir şekilde kendini göstermektedir.

Sigorta şirketlerinde bilânçonun pasif tarafı diğer şirketlerde ve finansal araçlarda olduğu gibi sahip olunan fonları ve dışarıdan sağlanan kaynakları içerir. Ancak pasifteki kalemler diğer finansal araçlara göre önemli farklılıklar gösterir. Ana hatlarıyla bu kalemler aşağıdaki gibidir:

- **Sigorta fonları:** Sigorta şirketlerinin bir takvim yılı boyunca teknik faaliyetleri sonucu yurt içi ve yurt dışından elde ettikleri tüm primleri belirtir;
- **Hasar ödemeleri:** Sigorta şirketlerinin müşterilerine bir takvim yılı içerisinde ödedikleri hasar miktarıdır;
- **Özkaynaklar:** Bu kalemde gözlenen tutar, sigorta şirketinin sermayedarlarına ait paylar ile getirilerini kapsar.

Bilânçonun aktif tarafı genel anlamda şirketlerin operasyonlarını veya diğer bir deyişle kaynak kullanımlarını gösterir. Sigorta şirketlerinin önemli aktif kalemleri aşağıdaki gibi açıklanabilir:

- **Yatırımlar ve nakitler:** Gerek sigorta şirketlerinin gerekse diğer finansal şirketlerin en önemli aktif kalemidir. Bu aktif kalemin çok büyük bir kısmı likittir;
- **Cari alacaklar:** Bu kalemde yer alan değerler henüz geri dönme aşamasında olduklarından atıl finansal kaynaklar olarak karşımıza çıkarlar;
- **Ekipmanlar ve diğer sabit varlıklar:** Sigorta şirketlerinin operasyonlarında kullandıkları her türlü sabit kıymet bu kalemde yer alır.

<sup>2</sup> Ali Köse ve K. Batu Tunay, a.g.m.

## 2.2. Mali Performans Değerleme Kriterleri

Mali analiz, bir şirketin mevcut performansını ölçmenin en etkin yoludur ve yönetim kararlarında önemli bir kriterdir. Bununla beraber, mali analiz şirket içi olduğu kadar, o şirkete fon sağlayan, borç verenler ve hissedarlar için de önemli bir kriterdir.

Bütün şirketlerde olduğu gibi, bir sigorta şirketinin finansal performansını değerlendirmede iki yöntem kullanabiliriz: dış analiz ve iç analiz.<sup>3</sup> Dış analiz, daha çok şirketin genel performansını değerlendirmek isteyen firma dışındaki analize olan bir tekniktir. Bu nedenle, şirketin ayrıntılı finansal kayıtlarına ulaşmaya gerek kalmadan bu analiz rahatlıkla yapılabilir. Finansal analistler, şirketlerin açıklamış oldukları mali tablolar yardımıyla yapılan dış analiz sonucuna bakarak şirketin sektör genelindeki durumunu incelerler. Böylelikle fon sağlayan taraflar (borç verenler, hissedarlar ve rasyonel müşteriler), şirket hakkındaki kararlarını alırlar.

İç analiz tekniği, şirketin kendi mali yapısını veya performansını gözlemek ve ileriki dönemlere ait kararlar almada daha objektif hareket etme olanağı sağlar. Şirket içindeki analistler veya planlamacılar, şirket içi finansal hesaplara ulaştıkları için iç analiz dış analize göre daha geniş bir analizdir. Bu tür analizler, şirketlerin uzun dönemli planlarının ve gelecek hakkındaki projeksiyonların oluşturulmasında kullanılan yöntemler olduğundan yönetim kademesinde yer alan kişiler için ayrı bir öneme sahiptirler.

İç analiz yöntemi dış analiz yöntemini de kapsayan bir yöntemdir. Dolayısıyla iç analiz dış analize göre daha geniş kapsamlıdır. Buna karşın çalışmamız dış analiz tekniğini temel almaktadır. Bunun ana nedeni, halka açıklanan mali tablolarda sadece dış analize yönelik bilgilerin mevcut olmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca iç analiz bilgileri elde edilse bile bunların konsolide edilmesi oldukça zordur ve önemli hatalara yol açabilir.

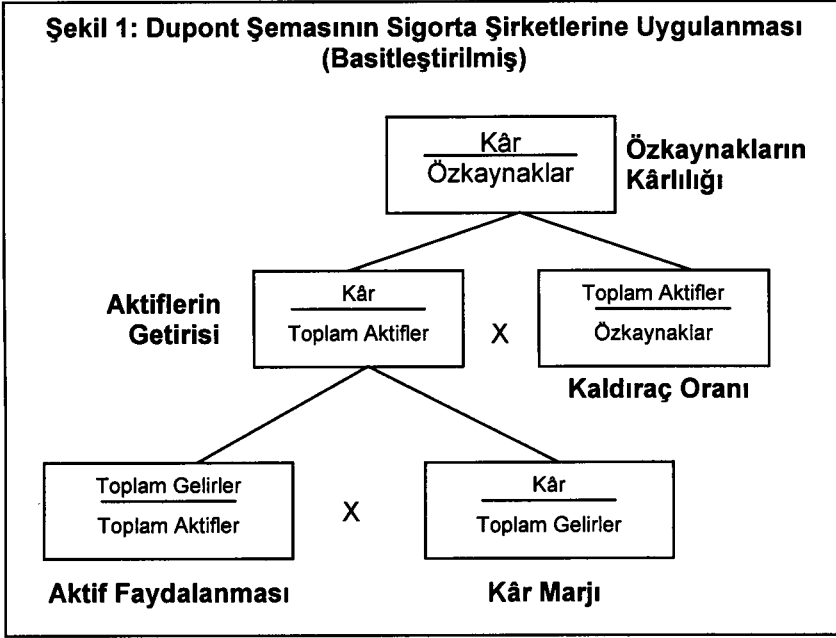
Çalışmada kullanılan dış analiz tekniği finans literatüründe genel kabul görmüş bir konsept olan Dupont Şeması'nı (Dupont Chart) temel almaktadır. Bu çalışmada Dupont şeması analizi sigorta şirketlerinin özel bilanço yapılarına adapte edilmiştir. Sigorta şirketleri için Dupont şeması basitleştirilebilir ve ayrıntılı olarak iki şekilde oluşturulabilir. Basitleştirilmiş Dupont şeması, daha genel bir içerikle oluşturulmuştur ve üç temel ölçütü kapsar, bunlar Aktif Kârlılığı, Öz Sermaye Kârlılığı ve Kaldıraç Oranıdır (Bkz. Şekil 1). Hesap kolaylığı ve genel fikirler vermesi açısından kişisel analizler de oldukça kullanışlıdır. Ayrıntılı Dupont şeması, kişisel analizlerin dışında kurumsal çalışmalarda da çok etkin sonuçlar ortaya çıkarmaktadır (Bkz. Şekil 2). İzleyen bölümlerde ayrıntılı Dupont şemasında yer alan rasyo oranlarını diğer rasyo oranları ile birleştirerek sigorta sektörünün mali performansını değerlendirmeye çalışacağız.

İşletmeler finansal yapılarını değerlendirebilmek için çok çeşitli rasyolar kullanılmaktadır; bu rasyoları üç ana başlık altında toplayabiliriz; Likidite, Kârlılık ve Kapasite rasyoları. Sigorta şirketlerinin mali performanslarını da bu üçlü sistematik içerisinde ele alacağız.

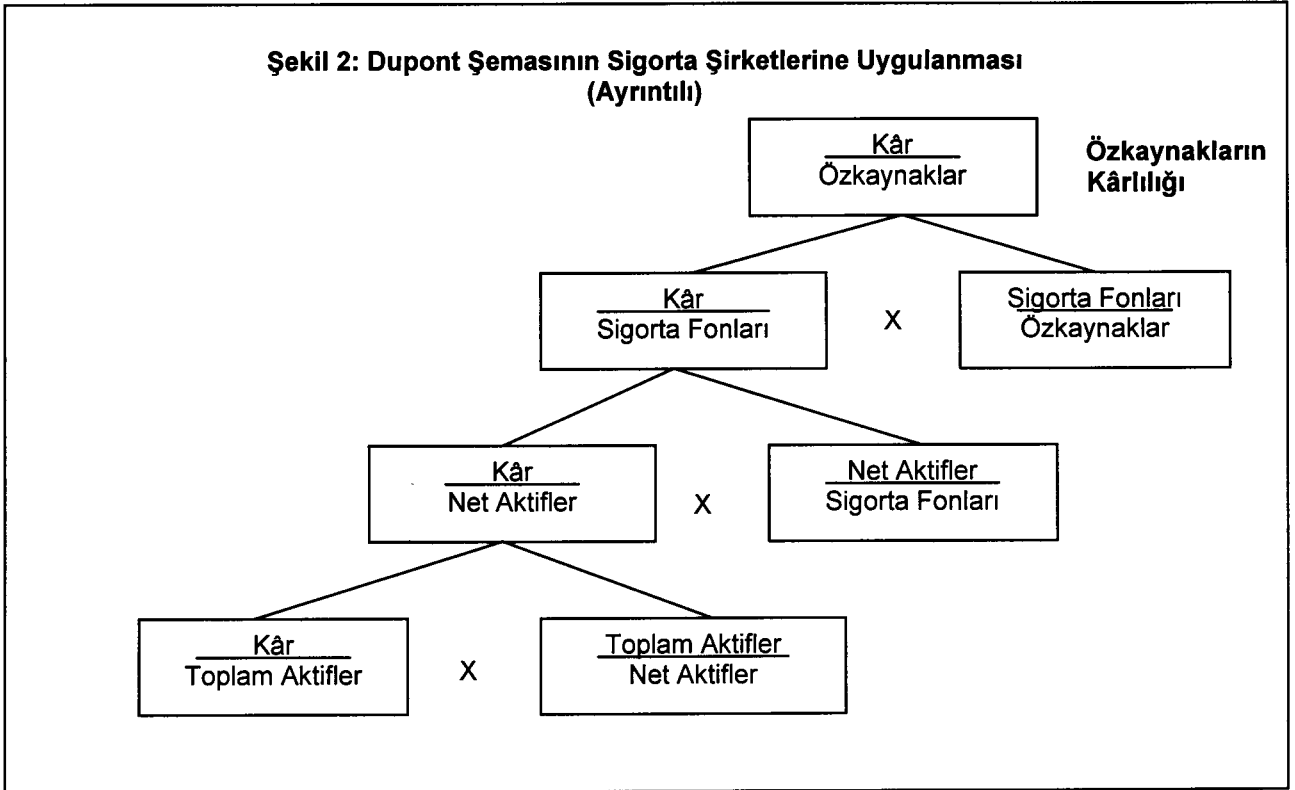
<sup>3</sup> John J. Hampton, *Financial Management of Insurance Companies*, American Management Association (AMACOM), New York, 1990, s.111.



**Şekil 1: Dupont Şemasının Sigorta Şirketlerine Uygulanması (Basitleştirilmiş)**



**Şekil 2: Dupont Şemasının Sigorta Şirketlerine Uygulanması (Ayrıntılı)**



## 2.2.1. Likidite

Likidite, genel olarak, varlıkların paraya dönüşme yeteneği olarak tanımlanmaktadır.<sup>4</sup> Sigorta şirketleri açısından likiditeyi, oluşacak hasarları karşılayabilme yeteneği olarak tanımlayabiliriz. Sigorta şirketleri için likidite iki kaynaktan sağlanır: Nakit girişleri ve aktiflerin likit hale getirilmesi. Nakit girişlerini iki gruba ayırabiliriz. Primler bir grubu, faiz, kâr payı, kiralar ve diğer gelirler diğer bir grubu oluşturur. Aktiflerin likit hale getirilmesi, sigorta şirketinin finansal varlıklarını (meselâ finansal menkuller, gayri menkuller ve diğer aktifler) satması sonucu oluşturacağı gelirleri kapsar.

Sigorta şirketlerinin muhtemel taahhütlerini ve hasar ödemelerini karşılamak için yeterli likiditeyi sağlayacak biçimde kaynaklarını kullanmaları ve yatırım olanakları arasında dağıtmaları gerekmektedir.

## 2.2.2. Kârlılık Kavramları

Kârlılık, harcamalarla gelirler arasındaki olumlu fark olarak tanımlanabilir.<sup>5</sup> Sigorta şirketlerinde gelir ve harcama hesapları gelir tablosunda görülür. Temel olarak bu analiz, prim düzeyi, yatırım geliri ve diğer gelirler ile ilgilenir. Sonra zararlar, Underwriting ve istihsal giderleri ile diğer giderler, gelirlerden çıkarılmalıdır. Gelirler ve giderler arasındaki fark, şirketin kâr düzeyidir.

## 2.2.3. Kapasite Kavramları

Kapasite; sigorta faaliyetlerini gerçekleştirmede finansal olanaklar olarak tanımlanabilir. Temel olarak sigorta şirketinin kapasitesini iki unsur yansıtır<sup>6</sup>:

- Özkaynaklar: Geniş bir ödenmiş sermaye ve yedek akçeye sahip bir firmanın daha az sermayeye sahip bir firmaya göre daha büyük bir kapasitesi vardır.
- Mevzuattaki Muhasebeye İlişkin Düzenlemeler: Mevzuatın çizdiği çerçeve bir sigorta şirketinin kapasitesini sınırlandırıcı bir etkiye sahiptir. Bu, kısmen “üretimle ilgili olarak yapılan masraflara” itibar edildiği durumlarda söz konusudur ve büyüyen bir şirket için gelir ve ihtiyatlar azalırken harcamaların artması etkisine sahiptir. Kârlılık ile ilgili birçok rasyo bir sigorta şirketinin kapasitesini ölçmekte kullanılır.

## 3. 1990-1996 Döneminde Türk Sigorta Sektörünün Mali Performansının Analizi

Çalışmanın bu bölümünde, 1990 sonrası dönemde TSS’nde faaliyet gösteren sigorta şirketlerinin Likidite, Kârlılık ve Kapasite kavramlarını temel alan bir mali performans analizi yapılacaktır.

<sup>4</sup> Ömer Dinçer ve Yahya Fidan, *İşletme Yönetimine Giriş, İz Yayıncılık, İstanbul, 1995, s.275.*

<sup>5</sup> John J. Hampton, *a.g.e. s.117.*

<sup>6</sup> John J. Hampton, *a.g.e. s.124.*

### 3.1. Dupont Analizinin TSS'ne Uygulanması

Tablo 1'de Dupont analizinin sigorta şirketlerinin özel bilanço yapısına uygulanması yoluyla mali performans değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmelere ilişkin ayrıntılı bir yaklaşım daha sonraki bölümde incelenmiştir (Tablo 2).

**Tablo 1: Dupont Analizinin Sigorta Şirketlerine Uygulanması**

Yıllar	Kâr/ Top.Aktif. (1)	Net Aktif/ Toplam Aktif (2)	Kâr/ Net Aktifler (3=1x2)	Net Aktif/ Sig.Fonları (4)	Kâr/ Sig.Fonları (5=3x4)	Sig.Fonları/ Özkaynaklar (6)	Kâr/ Özkaynaklar (7=5x6)
1990	0.10	0.82	0.12	1.43	0.17	1.57	0.27
1991	0.08	0.85	0.10	1.47	0.15	1.74	0.26
1992	0.09	0.87	0.11	1.40	0.15	2.11	0.31
1993	0.11	0.89	0.12	1.36	0.17	2.35	0.40
1994	0.14	0.89	0.16	1.49	0.23	1.97	0.46
1995	0.13	0.85	0.15	1.47	0.22	1.89	0.43
1996	0.14	0.90	0.16	1.77	0.28	1.58	0.44
Ortalama	<b>0.11</b>	<b>0.87</b>	<b>0.13</b>	<b>1.48</b>	<b>0.20</b>	<b>1.89</b>	<b>0.37</b>

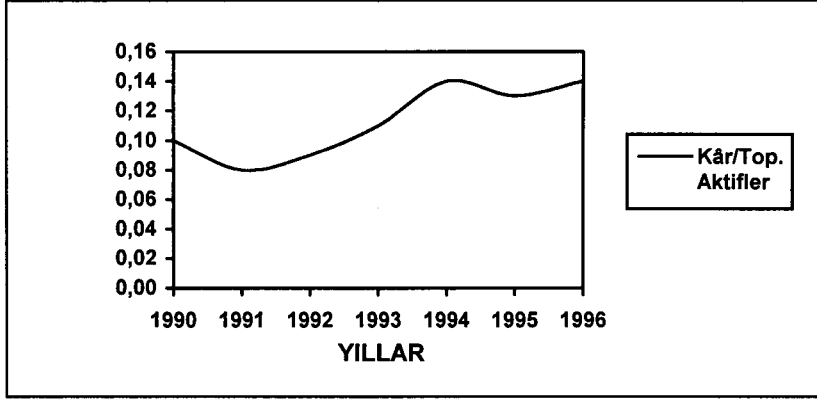
#### 3.1.1. Aktiflerin Kârlılığı

Bu rasyo yardımıyla şirketlerin sahip oldukları aktif büyüklükler ile ne oranda kâr elde edebildiklerini gözleriz:

$$\text{Toplam Aktiflerin Kârlılığı} = \frac{\text{Kâr}}{\text{Toplam Aktifler}}$$

TSS'nde bu rasyoyu 1990-1996 yılları için karşılaştırdığımızda, yıllık ortalama olarak elde edilen aktif büyüklükler ile %11 kâr elde edilmiştir. Kârın toplam aktifler içindeki oranını yıllar itibariyle incelediğimiz zaman genel yapının bir artış trendi içinde olduğu gözlenmektedir. Bu artış trendi diğer yıllara oranla 1994 yılında bir sıçrama göstermiş ve toplam aktiflerden %14'lük bir kâr sağlamıştır.

## Toplam Aktiflerin Kârlılığı



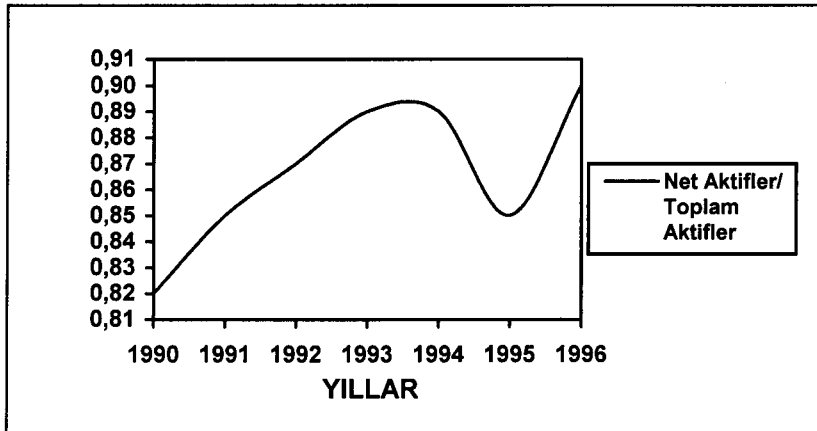
### 3.1.2. Net Aktiflerin Toplam Aktiflere Oranı

Aktifler içinde en fazla likiditeye sahip olan unsurlar net aktifler (kasa, banka, menkul değerler, ikrazlar ve alacaklar) başlığı altında toplanır. Net aktiflerin toplam aktifler içindeki payının ne olduğunu belirleyen bu rasyo yardımıyla, şirketlerin ani likidite darlığında karşılaşılabilecekleri sorunlarına ne ölçüde hızlı çözüm bulacaklarını ölçeriz.

$$\frac{\text{Net Aktiflerin Toplam Aktifler İçindeki Payı}}{\text{Toplam Aktifler}} = \frac{\text{Net Aktifler}}{\text{Toplam Aktifler}}$$

Bu rasyoyu 1990-1996 dönemi içinde TSS için incelediğimizde, istikrarlı bir yapı gözleyemiyoruz. 1990 yılından itibaren yükselmeye başlayan bu rasyo, 1994 yılında en yüksek seviyeye ulaştıktan sonra 1995 yılında bir düşüş yapmış ve 1996 yılında yine 1994 yılındaki değerine yaklaşmıştır. 1995 yılındaki bu düşüşü göz ardı edersek genel olarak TSS'nde, net aktiflerin toplam aktifler içindeki oranının yükseldiğini gözleriz. Ayrıca yine belirtilen dönem içinde sektörün bu rasyo açısından yıllık ortalaması alındığında toplam aktiflerin %87'sinin net aktifler ile karşılandığı sonucuna ulaşırız.

### Net Aktiflerin Toplam Aktifler İçindeki Payı



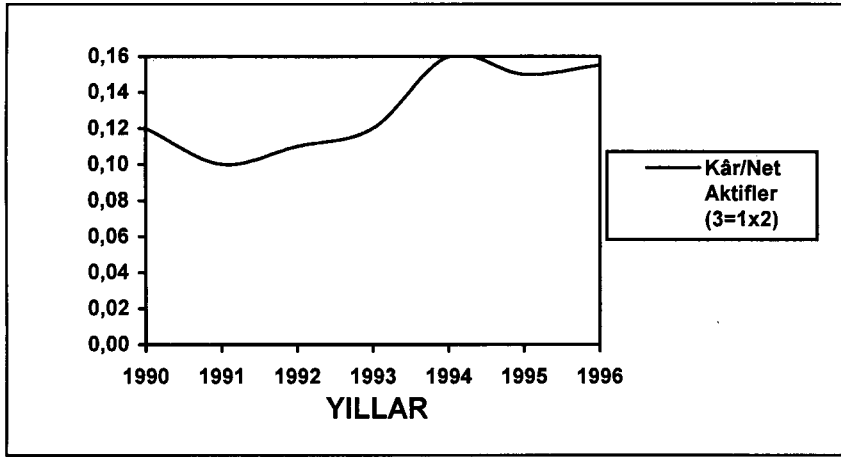
### 3.1.3. Net Aktiflerin Kârlılığı

Bu rasyo ile şirketlerin net aktiflerinin kârlılık durumlarını izleriz.

$$\text{Net Aktiflerin Kârlılığı} = \frac{\text{Kâr}}{\text{Net Aktifler}}$$

Şirketlerin net aktiflerinin kârlılığı incelendiğinde, sektörün 1991 yılı hariç bir artış trendine sahip olduğu gözlenir. 1994 sonrası bu artış trendi ekonomik krizin de nedeniyle 1996 yılına kadar sabit bir seyir izlemiştir. Bu rasyonun 1990-1996 dönemindeki yıllık ortalaması %13 olarak gerçekleşmiştir.

Net Aktiflerin Kârlılığı



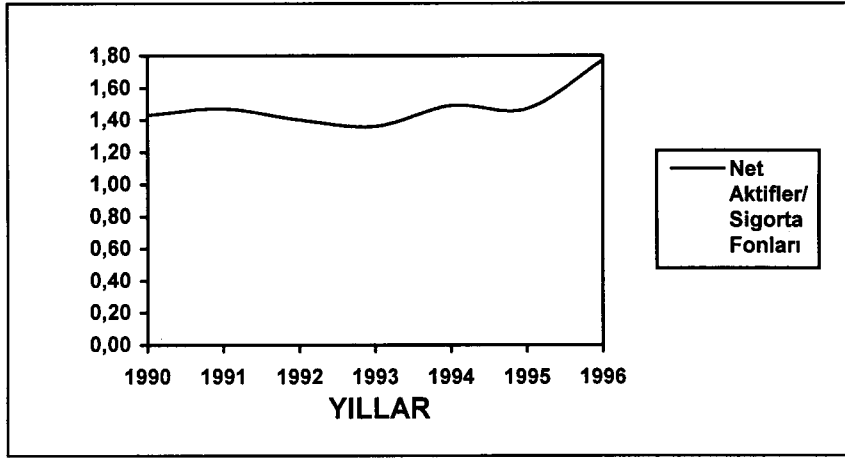
### 3.1.4. Net Aktiflerin Sigorta Fonlarına Oranı

Net aktiflerin sigorta fonları içindeki payı, sağlanan fonların ne oranda likit olduğunun bir göstergesidir.

$$\text{Net Aktiflerin Sigorta Fonları İçindeki Payı} = \frac{\text{Net Aktifler}}{\text{Sigorta Fonları}}$$

Bu oran yıllar itibariyle ılımlı bir artış eğilimi göstermektedir. 1994 sonrası enflasyonist baskıdaki artış bu artış eğilimini güçlendirmiştir. Ayrıca 1990-1996 dönemi içinde sigorta fonlarının yıllık ortalama %68'inin (1/1.48 – Bkz. Tablo 1) likit olduğu gözlenmektedir.

## Net Aktiflerin Sigorta Fonları İçindeki Payı



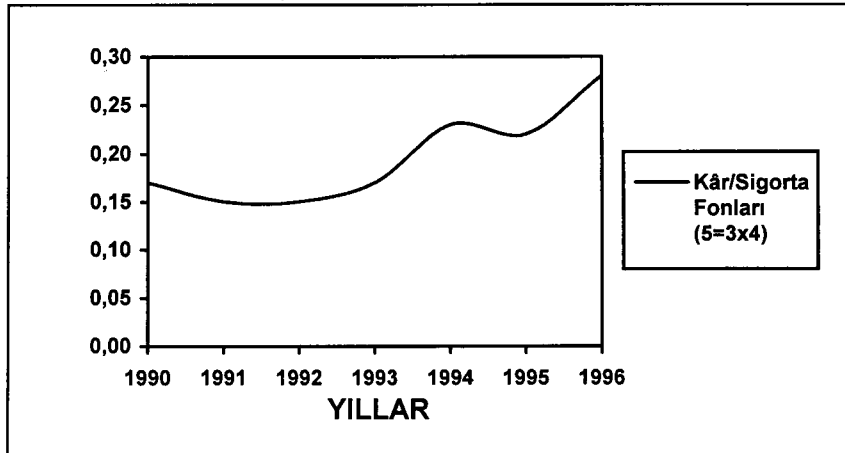
### 3.1.5. Sigorta Fonlarının Kârlılığı

Sigorta fonlarından ne oranda kâr sağlandığını gösterir.

$$\frac{\text{Kâr}}{\text{Sigorta Fonları}}$$

Bu oran 1993'ten sonra önemli bir artış eğilimi göstermiştir. Türk sigorta sektöründe 1990-1996 dönemi içerisinde yıllık ortalama olarak sigorta fonlarından %20 oranında kâr sağlandığı gözlenmektedir.

### Sigorta Fonlarının Kârlılığı



### 3.1.6. Sigorta Fonlarının Özkaynaklara Oranı

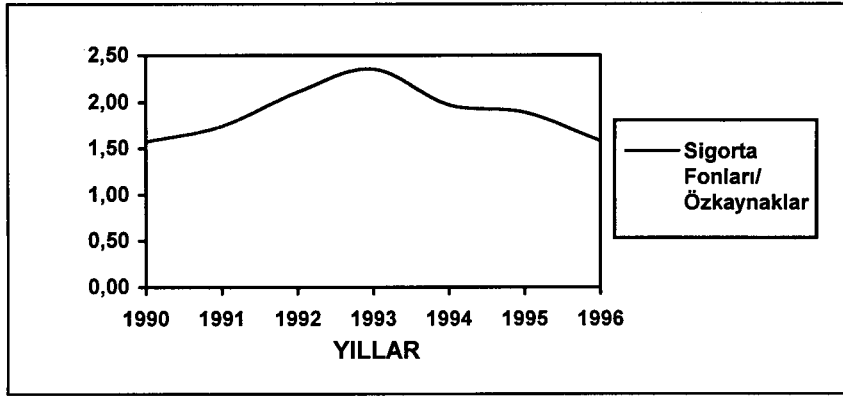
Sigorta fonlarının özkaynaklara oranı bir sigorta şirketinin kaynak yapısını gösterir.

#### Sigorta Fonları

#### Özkaynaklar

1992 yılına kadar sektörde bu oran önemli ölçüde artmıştır. 1993'ten itibaren ciddi bir azalış eğilimi dikkati çekmektedir. Bize göre enflasyon oranının yükselmesiyle özkaynakların takviye edilmesi, 1993 sonrası bu orandaki düşmenin ana etkenidir.

#### Sigorta Fonlarının Özkaynaklar İçindeki Payı



### 3.1.7. Özkaynakların Kârlılığı

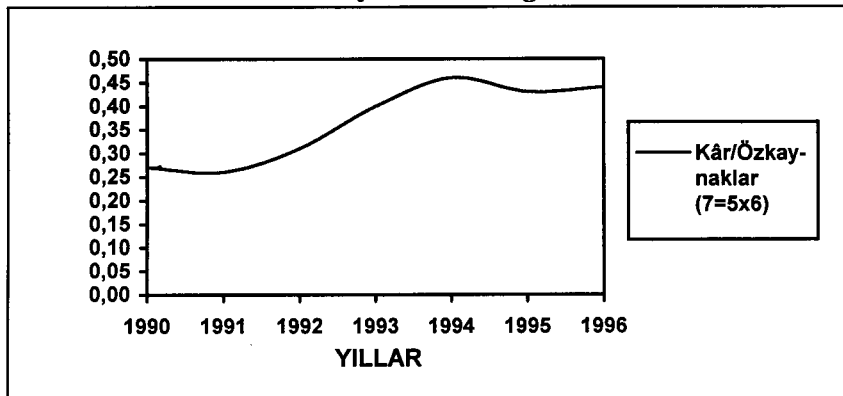
Özkaynakların kârlılığı, Dupont şeması analizinde kilit performans ölçütüdür. Sigorta şirketlerinin özkaynak yapısını ne derece verimli kullandıklarını gösterir.

#### Kâr

#### Özkaynaklar

Bu ölçüt, 1994 yılına kadar oldukça istikrarlı bir artış göstermiştir. Bu yıldan sonra genel ekonomik koşullardaki bozulmanın da etkisiyle özkaynak kârlılığı neredeyse hiç değişmemiştir.

#### Özkaynak Kârlılığı



## 3.2. Kaldıraç Oranları

Aslında kaldıraç oranları Dupont şeması analizinin bir parçasıdır. Ancak, kaldıraç oranlarının ayrı bir başlık altında ve ayrıntılı olarak incelenmesine gerek vardır. Bunun sebebi bu oranın şirketlerin bilançolarının pasifinde kaynak bileşimini değiştirerek ortalama sermaye maliyetlerini azaltan ve bu yolla kârlılığı artıran bir etkiyi (finansal kaldıraç etkisi) ve bu etkiye bağlı bir yönetim stratejisini yansıtıyor oluşudur. Bilindiği gibi bir firma dış kaynakları ile özkaynakları arasındaki oranı değiştirerek optimum bir sınır içinde kârlılığını artırabilir. Bu yöntemin aşırı kullanımı-optimalin üstünde kullanımı- (daha fazla dış kaynak ve daha az özkaynak bileşimi) riskliliği artıracığından o şirketin gerek hissedarları ve gerekse şirkete borç verenler yeni fon sağlamakta isteksiz olacaklardır. Bu kaynak maliyetlerini artırarak kârlılığı düşürür. Diğer taraftan bu yöntemin optimalin altında kullanılması (daha az dış kaynak ve daha fazla özkaynak bileşimi) da özkaynak maliyetini artıracaktır.

<b>Tablo 2 : Kaldıraç Oranları</b>		
<b>Yıllar</b>	<b>Sigorta Fonları/Özkaynaklar</b>	<b>Toplam Aktifler/Özkaynaklar</b>
1990	1.57	2.73
1991	1.74	3.02
1992	2.11	3.40
1993	2.35	3.59
1994	1.97	3.29
1995	1.89	3.29
1996	1.58	3.11
<b>Ortalama</b>	<b>1.89</b>	<b>3.20</b>

### 3.2.1. Kaldıraç Oranları Seyri

Kaldıraç oranları sigorta firmalarının sağladıkları dış kaynaklar ile özkaynaklar arasında optimum bir denge kurup kurmadıklarını gösterir. Bilindiği gibi bir şirket dış kaynaklarının özkaynaklara oranını değiştirerek ortalama sermaye maliyetlerini düşürebilir ve kârlılığını yükseltebilir.

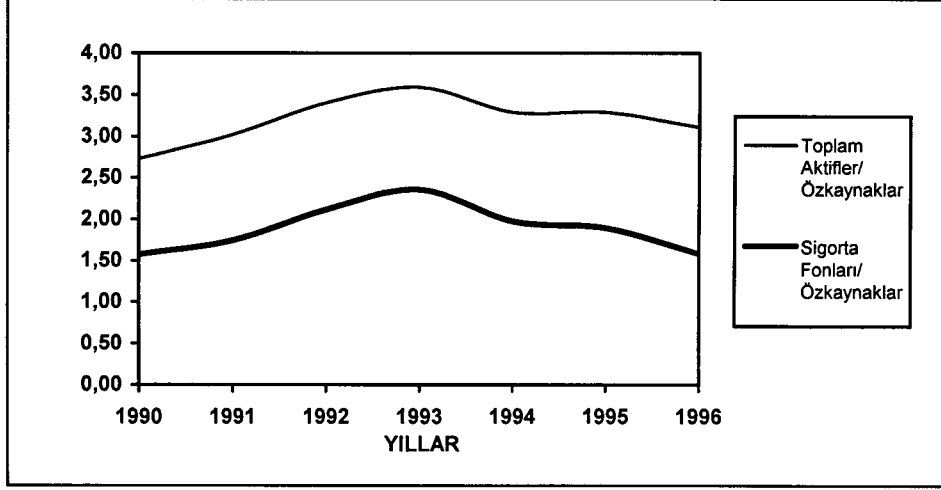
#### Kaldıraç Oranları

$$\frac{\text{Sigorta Fonları}}{\text{Özkaynaklar}} \quad \frac{\text{Toplam Aktifler}}{\text{Özkaynaklar}}$$

Bu oranlar TSS'nde 1990'dan 1993'e kadar ılımlı bir artış içindedir. 1993 sonrası ise düşmektedir. Bunun nedeni genel ekonomik koşullardaki bozulmanın sigorta şirketlerini daha ihtiyatlı bir kaynak bileşimine itmesidir. Bu oranın sigorta fonlarının özkaynaklar içindeki payı açısından 1990-1996 dönemi içindeki yıllık ortalaması %53'tür (1/1.89 – Bkz. Tablo 2). Ayrıca yine aynı dönem itibarıyla bu oran kârın özkaynaklar içindeki payı açısından ortalaması %31'dir (1/3.20 – Bkz. Tablo 2).



## Kaldıraç Oranlarının Seyri



### 3.3. Aktifler Arasındaki Oranlar

Bu oranlar genel olarak sigorta şirketlerinin operasyonları konusunda bir fikir verir. Bunun yanında bu oranlara bakılarak aktiflerin likiditesi konusunda da yorumlar yapılabilir.

**Tablo 3 : Aktifler Arasındaki Oranlar**

Yıllar	Alacaklar/Toplam Aktifler	Sabit Kıymetler/Toplam Aktifler	Likit Aktifler/Toplam Aktifler
1990	0.45	0.16	0.36
1991	0.47	0.14	0.37
1992	0.49	0.12	0.37
1993	0.47	0.10	0.41
1994	0.43	0.10	0.46
1995	0.36	0.11	0.52
1996	0.31	0.09	0.58
<b>Ortalama</b>	<b>0.43</b>	<b>0.12</b>	<b>0.44</b>

#### 3.3.1. Aktifler Arasındaki Oranlar

Sigorta şirketlerinin aktiflerinin kendi içindeki dağılımı likidite ön planda tutularak üçe ayrılır ve likit aktiflerin, alacakların ve sabit kıymetlerin toplam aktifler içindeki paylarına bakmak gerekir.

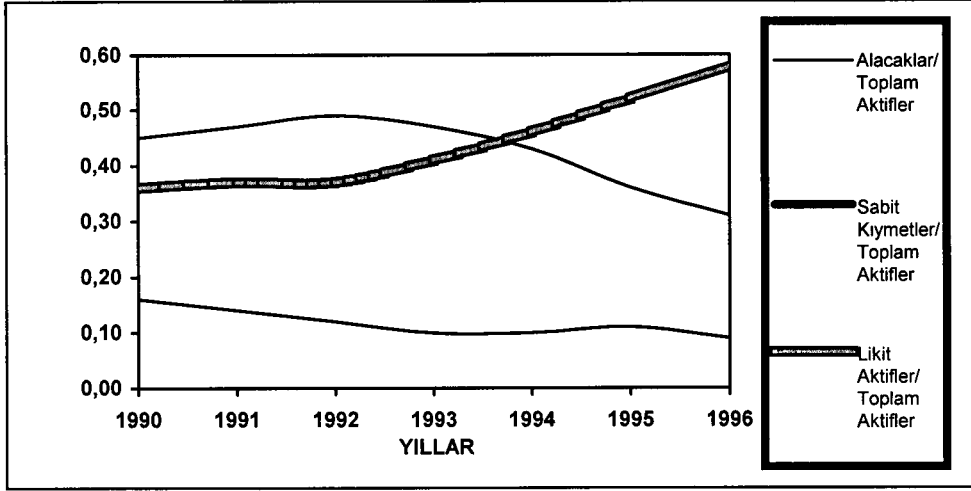
$\frac{\text{Alacaklar}}{\text{Toplam Aktifler}}$

$\frac{\text{Sabit Kıymetler}}{\text{Toplam Aktifler}}$

$\frac{\text{Likit Aktifler}}{\text{Toplam Aktifler}}$

Bu oranların tümü TSS'nde incelenen dönem için aynı gerçekliği teyit eder. 1994 sonrası sigorta şirketleri daha likit bir aktif yapısına yönelmişlerdir. Bu gelişim kaldıraç oranları bahsinde değinilen genel ekonomik dengesizliklerden korunmakta başvurulan bir aktif stratejisidir. Bu oranların (alacakların, sabit kıymetlerin ve likit aktiflerin toplam aktifler içindeki payı) 1990-1996 dönemi içindeki yıllık ortalaması sırasıyla %43, %12 ve %44'tür.

## Aktifler Arasındaki Oranlar



### 3.4. Likidite Oranları

Likidite oranları, kaynakların plase edildiği aktiflerin likiditesi hakkında fikir verir. Bu oranların yorumlanmasında, kısa vadeli kaynaklarla kısa vadeli aktiflerin ve uzun vadeli kaynaklarla uzun vadeli aktiflerin fonlanıp fonlanmadığına bakılır.

Tablo 4 : Likidite Oranları

Yıllar	Likit Aktifler/Hasarlar	Yatırımlar/Sigorta Fonları	Likit Aktifler/Kısa Vadeli Borçlar	Net Aktifler/Kısa Vadeli Borçlar
1990	1.73	0.72	0.80	1.82
1991	1.42	0.72	0.84	1.90
1992	1.38	0.66	0.83	1.94
1993	1.61	0.69	0.95	2.05
1994	1.77	0.79	1.17	2.25
1995	1.90	0.87	1.49	2.41
1996	2.33	1.12	1.83	2.82
<b>Ortalama</b>	<b>1.73</b>	<b>0.79</b>	<b>1.13</b>	<b>2.17</b>

Likit aktiflerin hasarlara oranı ve yatırımların sigorta fonlarına oranı; sigorta şirketinin kısa dönemde karşılaşılabileceği ödemelere dair kapasite hakkında ayrıntılı bir fikir verir.

Likit Aktifler

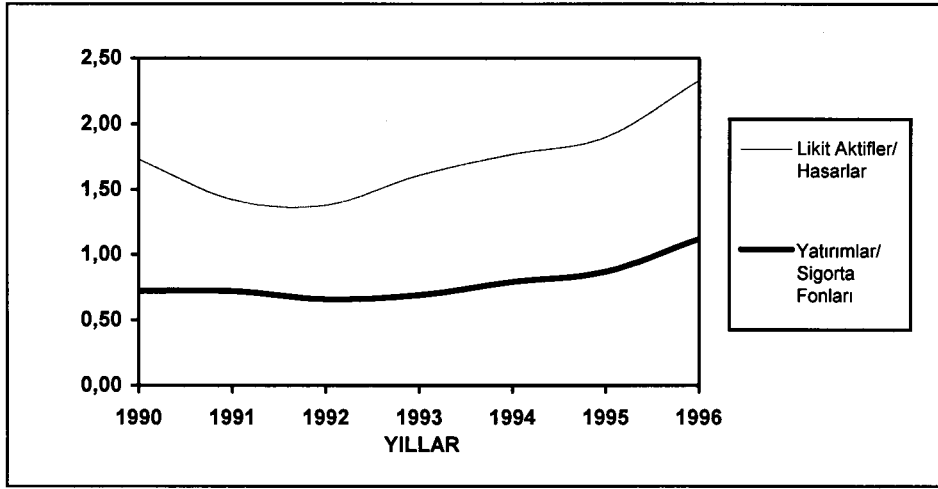
**Hasarlar**

Yatırımlar

**Sigorta Fonları**

İncelenen dönemde oldukça paralel bir seyir izleyen bu oranlar, 1993'ten sonra yavaş da olsa artmıştır. Bu, yukarıda değinilen riskten kaçınma stratejisini desteklemektedir. Bu oranların 1990-1996 döneminde, likit aktiflerin hasarlar ve yatırımların sigorta fonları içindeki payı açısından yıllık ortalamasına bakıldığında sırasıyla %173 ve %79'dur.

### Likidite Oranlarının Seyri



#### 3.4.1. Kısa Vadeli Borçlarla Likit Aktifler Arasındaki İlişki

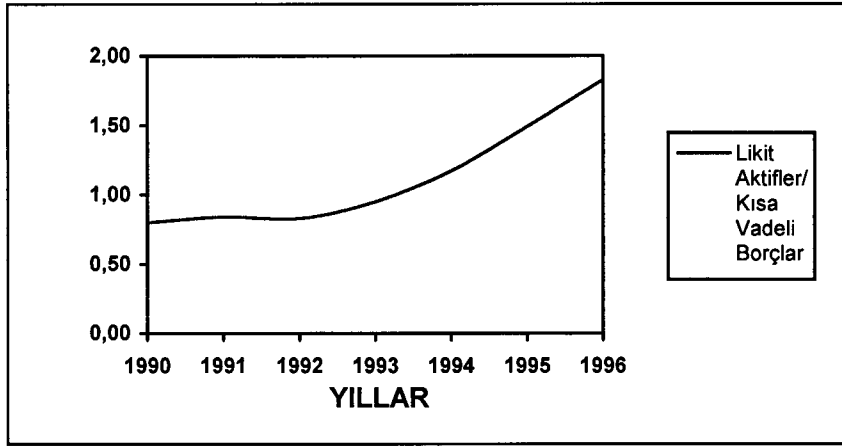
Bu oran, sigorta şirketlerinin kaynak kullanım stratejileri konusunda fikir veren önemli parametrelere birisidir.

Likit Aktifler

**Kısa Vadeli Borçlar**

1992'den sonra sigorta şirketlerinin likit aktifleri, artan oranda kısa vadeli borç ile fonlanmıştır. Aslında 1992'den sonra enflasyon oranlarındaki artış göz önünde tutulduğunda, kısa vadeli borç kullanımındaki artışı anlamak mümkündür. Fakat kısa vadeli borçların likit aktiflerin fonlanmasında artan oranda kullanımı için enflasyon yegâne açıklama değildir. Enflasyonun yanı sıra, pazarda şiddetlenen rekabetin toplanan primleri daha maliyetli bir kaynak haline getirmiş olması da önemli bir etkidir. 1990-1996 döneminde bu oranın yıllık ortalaması %89'dur (1/1.13 – Bkz. Tablo 4).

## Kısa Vadeli Borçların Likit Aktifler İçindeki Payı



### 3.4.2. Kısa Vadeli Borçlar İle Net Aktifler Arasındaki İlişki

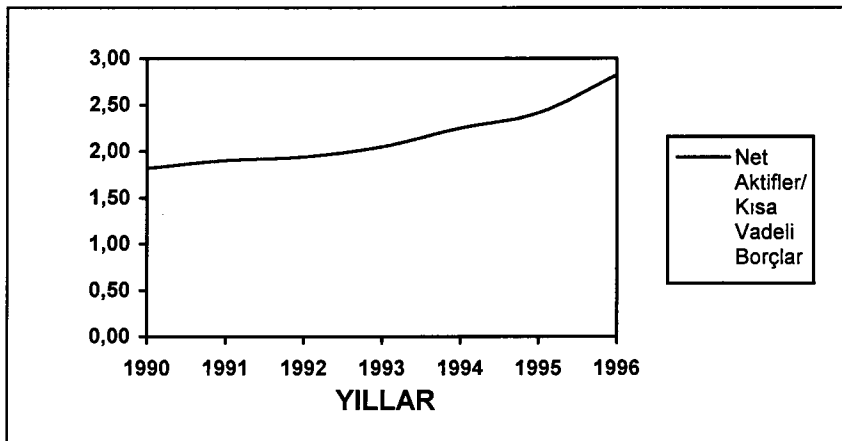
Bu oran da, sigorta şirketlerinin kaynak kullanımı konusunda fikir veren diğer önemli bir parametredir. Likit aktifler, net aktifler içinde yer alır ve net aktiflerin en likit bölümünü oluşturur. Bu itibarla net aktifler ile kısa vadeli borçlar arasındaki oran daha spesifiktir.

#### Net Aktifler

#### Kısa Vadeli Borçlar

1990-1996 döneminde TSS'nde net aktiflerin kısa vadeli borçlarla finanse edilen kısmında istikrarlı bir artış eğilimi gözlenmektedir. Bu eğilim, kısa vadeli aktiflerin likit aktifleri fonlamakta kullanılması ile tutarlılık arz etmektedir. Bu nedenle likit aktiflerle kısa vadeli borçlar ilişkisinde yapılan tespitler, net aktiflerin kısa vadeli borçlarla fonlanması için de geçerli kabul edilebilir.

### Kısa Vadeli Borçlar İle Net Aktifler Arasındaki İlişki



### 3.5. Kârlılık Oranları

Kârlılık, diğer şirketler için olduğu gibi sigorta şirketleri için de mali performansın en belirgin ölçütünü oluşturur. Bu oranlar kârın, bilânçonun belirli aktif ve pasif kalemlerine oranlanması ile elde edilir ve oranlandığı kaleme göre farklılaşan bir tespite olanak verir. Genel olarak kârlılık ile bilânçonun aktif kalemleri arasındaki ilişki, sigorta şirketlerinin operasyonlarının kârlılığı konusunda fikir verir. Kârlılık ile bilânçonun pasifindeki kalemler arasındaki ilişkiler ise kaynak kullanımının optimize edilip edilmediği hakkında bir fikir verir.

**Tablo 5 : Kâr/Zarar Hesaplarına İlişkin Rasyolar**

Yıllar	Kâr/ Prim	Kâr/ Sermaye	Teknik Kâr/ Toplam Kâr	Teknik Kâr/ Toplam Gelir	Teknik Kâr/ Toplam Prim	Kâr/ Toplam Aktifler	Kâr/ Net Aktifler	Kâr/ Sigorta Fonları	Kâr/ Özkay- naklar
1990	0.15	0.56	1.08	0.11	0.16	0.10	0.12	0.17	0.27
1991	0.12	0.48	1.13	0.09	0.14	0.08	0.10	0.15	0.26
1992	0.12	0.71	1.13	0.10	0.14	0.09	0.11	0.15	0.31
1993	0.15	1.07	0.95	0.10	0.14	0.11	0.12	0.17	0.40
1994	0.21	1.55	0.57	0.07	0.12	0.14	0.16	0.23	0.46
1995	0.20	1.29	0.53	0.07	0.11	0.13	0.15	0.22	0.43
1996	0.24	1.23	0.30	0.04	0.07	0.14	0.16	0.28	0.44
<b>Ortalama</b>	<b>0.17</b>	<b>0.98</b>	<b>0.81</b>	<b>0.08</b>	<b>0.12</b>	<b>0.11</b>	<b>0.13</b>	<b>0.20</b>	<b>0.37</b>

Kâr/Toplam Aktifler, Kâr/Net Aktifler, Kâr/Sigorta Fonları ve Kâr/Özkaynaklar ile ilgili açıklamalar sırasıyla 3.1.1., 3.1.3., 3.1.5. ve 3.1.7. numaralı bölümlerde yer almaktadır.

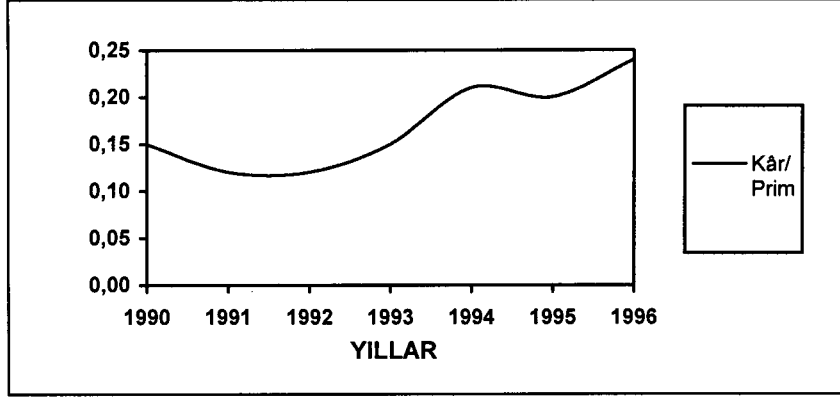
#### 3.5.1. Kârın Toplam Primlere (Yurt içi direkt primler)Oranı

Bu oran, toplanan primlerin ne ölçüde kârlı değerlendirildiği konusunda bir fikir vermektedir.

$$\frac{\text{Kâr}}{\text{Toplam Primler}}$$

Serbest tarifeye geçilmesiyle beraber, kârın toplanan primlere oranı dönem boyunca bir artış eğilimi göstermiştir. Özellikle 1994 yılında bu oranda ciddi bir artış gözlenmektedir. Kârın toplanan primlere oranı, primlerin yıllar içindeki dağılımı ile birlikte yorumlanırsa, farklı tespitler yapılabilir. 1994'te prim üretimindeki önemli düşüş, aynı yıl kârın toplanan primlere oranındaki önemli yükselmenin aslında bir kâr artışından değil, kâr oranı değişmeksizin primlerdeki düşmeden ileri gelmiş olabileceği izlenimini yaratmaktadır. Bu oranın 1990-1996 dönemi içindeki yıllık ortalaması %17 olarak gerçekleşmiştir.

## Kârın Primler İçindeki Dağılımı



### 3.5.2. Sermaye Kârlılığı

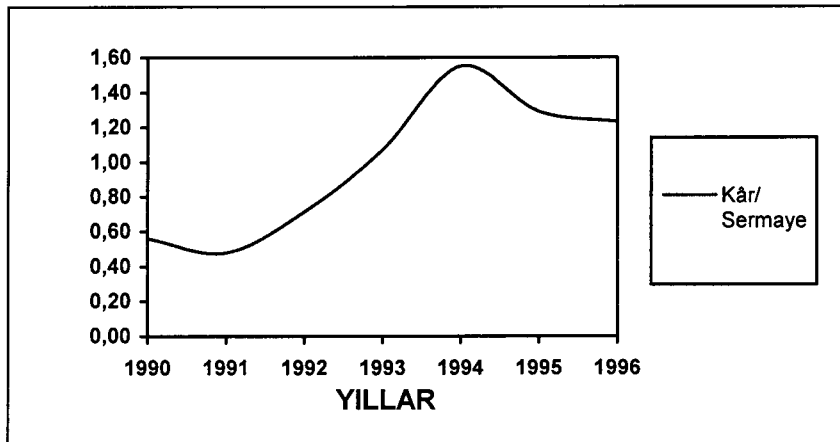
Sermaye kârlılığı, özkaynak kârlılığından daha spesifik bir fikir verebilir. Özkaynak kârlılığının aksine bu oran, sadece ödenmiş sermaye üzerinden kâr hakkında bir fikir vermektedir.

$$\frac{\text{Kâr}}{\text{Sermaye}}$$

1990-1996 dönemi boyunca bu oran önemli bir artış eğilimi sağlamıştır. Kriz yılı olan 1994'te sermaye kârlılığı oranının en yüksek noktaya çıkmış olması ilginçtir. Bu oranın 1990-1996 dönemindeki yıllık ortalaması %98'dir.

1994'teki bu önemli sıçrama bize göre; sermayenin daha kârlı kullanılmasından çok, ekonomik krizin kaynaklık ettiği enflasyonist baskıların sigorta şirketlerinin sermaye yapılarında yol açtığı erozyonun bir sonucudur. Sermayedeki erime, kârlılık değişmediğinde sermaye kârlılığı oranının artması şeklinde bir izlenim yaratabilir. Fakat yine de dönemin tümünde sermaye kârlılığı oranındaki artış eğiliminin, enflasyondan kaynaklanan bir sermaye erimesinden ileri gelip gelmediği konusunda net bir yargıda bulunmak güçtür.

### Sermaye Kârlılığı



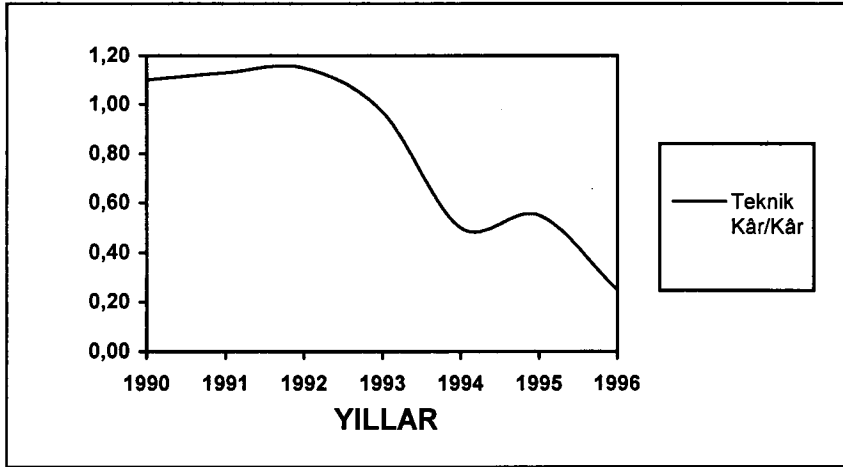
### 3.5.3. Teknik Kârın Bilânço Kârı İçindeki Payı

Teknik kâr, sigorta şirketlerinin asli faaliyetlerinde sağlamış oldukları kârdır. Bu kârın bilânço kârı içindeki payı, sigorta şirketlerinin toplam kârlılıklarının hangi oranda sigortacılık işlemlerine dayandığını göstermesi nedeniyle önemlidir.

$$\frac{\text{Teknik Kâr}}{\text{Toplam Kâr (Bilanço Kârı)}}$$

1990-1996 döneminde bu oran düşmüştür. 1990-1992 yılları arasında pek değişmeyen teknik kârlılığın bilânço kârına oranı, 1992'den sonra çok ciddi bir azalma göstermektedir. 1992'den sonra ekonomik koşullardaki bozulma ve pazarda yaşanan acımasız rekabetin teknik kârları düşürmesi, bilânço kârlılığı çok değişmese de teknik kârın toplam kâr içindeki payının azalmasına neden olmuştur. Bu oranın 1990-1996 dönemi içindeki yıllık ortalaması %81'dir.

#### Teknik Kârın Bilanço Kârı İçindeki Değişimi



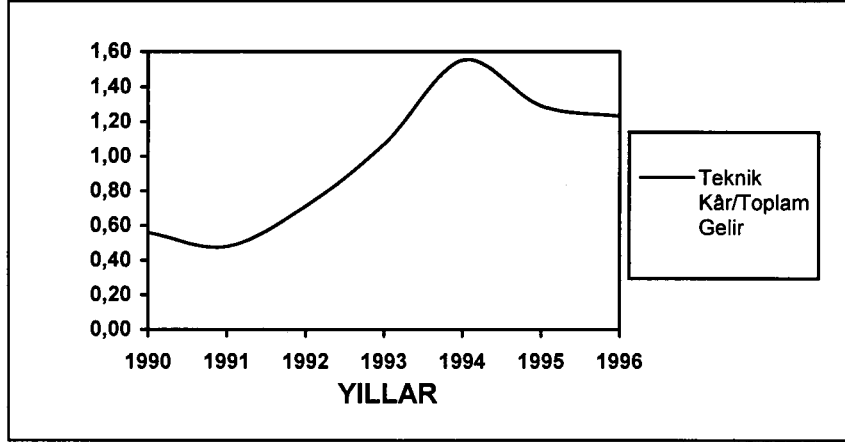
### 3.5.4. Teknik Kârın Toplam Gelirler İçindeki Oranı

Teknik kâr ile toplam gelirler arasında yapılan bir oranlama, toplam gelirler üzerinden ne ölçüde sigorta faaliyetlerine dayalı kâr sağlandığını gösterir.

$$\frac{\text{Teknik Kâr}}{\text{Toplam Gelirler}}$$

Sağlanan toplam gelirden teknik kârın payı özellikle 1993'ten sonra azalmıştır. Bu sonuç, teknik kârın, bilânço kârı içindeki payının düşmesiyle tutarlılık göstermektedir ve 1990-1996 dönemi içindeki yıllık ortalaması %8'dir.

## Teknik Kârın Toplam Gelirler İçindeki Payı



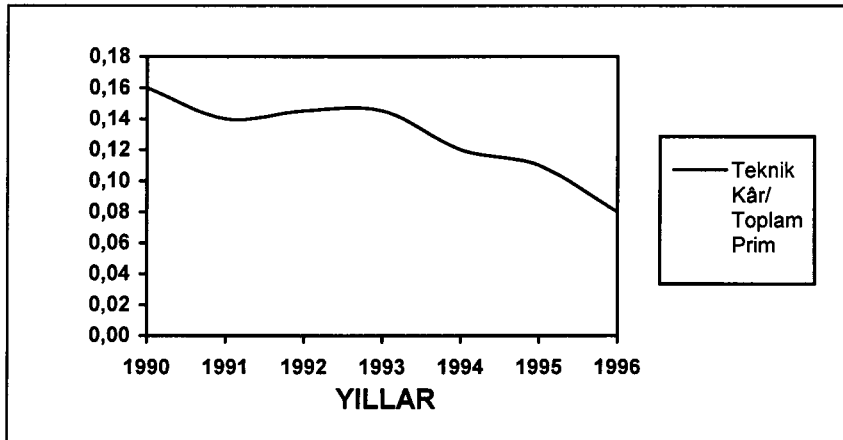
### 3.5.5. Teknik Kârın Toplam Primlere Oranı

Bu oran, teknik kârın toplam gelirler içindeki payına göre daha spesifik bir analize olanak verir. Üretilen primlerin hangi oranda teknik kâra yol açtığı, sigortacılık işlemlerinin seyri konusunda önemli bir parametredir.

$$\frac{\text{Teknik Kâr}}{\text{Toplam Primler}}$$

Teknik kârın primler içindeki payı, teknik kârın toplam gelirlere ve bilânço kârına oranlarında kiyle tutarlı bir eğilim sergilemektedir. Fakat bu oran 1990-1996 dönemi boyunca yapılan prim üretiminin seyri ile değerlendirilebilir; 1993'ten sonraki azalışın prim üretimindeki azalışla desteklendiği söylenebilir. Bu oranın, 1990-1996 dönemi içindeki yıllık ortalaması %12'dir.

### Teknik Kârın Toplam Primlere Oranı





## 3.6. Kapasite Oranları

Kapasite, şirketlerin kaynak kullanımları konusunda yorum yapmakta önemli ölçüttür. Sigorta şirketleri için kapasite; borçlarla özkaynakların oranı, toplam borçların aktifleri fonlamakta ne kadar kullanıldığı, primlerle özkaynaklar oranı ve konservasyon oranından oluşmaktadır.

Tablo 6 : Kapasite Oranları

Yıllar	Genel Giderler/ Primler	Toplam Prim Üretimi	Hasar/ Prim	Özkaynak/ Toplam Primler (Sermaye Yeterliliği)	Toplam Borç/Öz-kaynaklar	Toplam Borç/ Toplam Aktifler	Toplam Prim/ Özkaynak	Konservasyon Oranı	Ödenen Tazminatta Sigorta Şirketlerinin Payı
1990	0.17	2.211.129	0.37	0.54	1.63	0.60	1.84	0.57	0.48
1991	0.18	4.033.679	0.51	0.48	1.88	0.62	2.09	0.62	0.53
1992	0.17	8.171.854	0.39	0.40	2.23	0.62	2.52	0.62	0.58
1993	0.16	16.849.893	0.32	0.37	2.45	0.68	2.70	0.61	0.57
1994	0.17	31.767.498	0.38	0.46	2.15	0.65	2.18	0.60	0.59
1995	0.17	63.105.497	0.28	0.47	2.13	0.65	2.13	0.62	0.59
1996	0.20	126.902.186	0.37	0.55	1.98	0.64	1.82	0.62	0.60
Ortalama	0.17	36.148.819	0.37	0.46	2.07	0.64	2.18	0.61	0.56

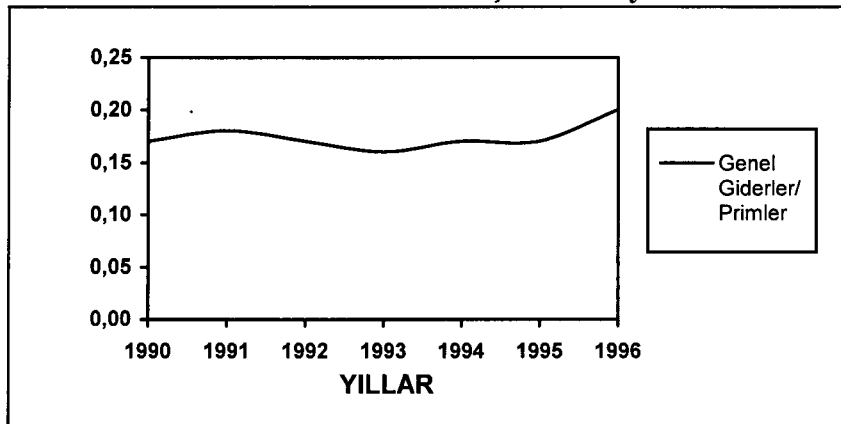
### 3.6.1. Genel Giderlerin Primler İçindeki Seyri

Bu oran, toplanan primlerden yapılan masrafların düzeyini gösterir.

$$\frac{\text{Genel Giderler}}{\text{Primler}}$$

Genel giderlerin primler içindeki payında 1991 ve 1993 arası dönemde ılımlı bir trend gözlenmiş ve 1993'ten sonra yine ılımlı olarak artmıştır. Ancak ortalama olarak çok ciddi bir sapma da yoktur. Bu oranın 1990-1996 dönemi içindeki yıllık ortalaması %17'dir.

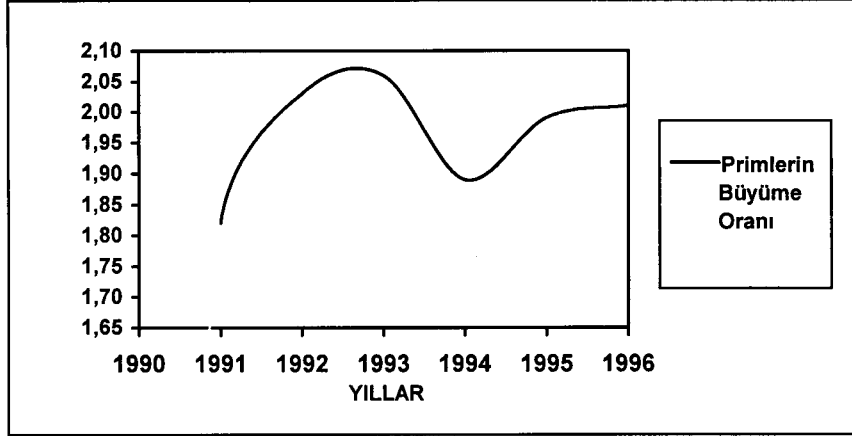
Genel Giderlerin Primler İçindeki Seyri



### 3.6.2. Primlerin Yıllar İçindeki Dağılımı

Serbest tarifeye geçildikten sonraki dönemde yurt içi direkt prim üretimi incelendiğinde 1993'e kadar bir artış eğilimi göze çarpar. Ancak bu artış ekonomik krizin yaşandığı 1994'te yerini keskin bir düşüşe bırakmıştır. 1995 yılında prim üretimi bir önceki yıla göre yaklaşık iki kat artarak istikrarlı bir hal almıştır. 1990-1996 dönemindeki yıllık ortalama prim artışı %97'dir.

**Primlerin Yıllar İçindeki Dağılımı**



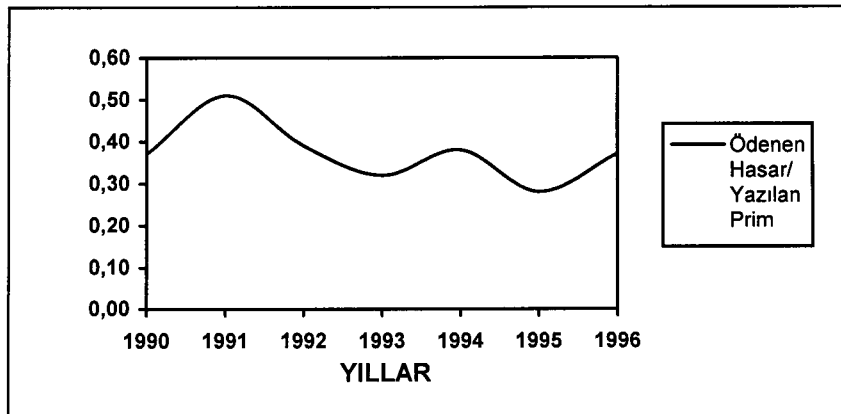
### 3.6.3. Ödenen Hasarlar/Prim Oranlarının Seyri

Ödenen hasar/prim oranı, primlerin ödenen hasarları karşılama gücünün bir ölçütünü oluşturur.

#### Ödenen Hasarlar Primler

Bu gösterge, 1990-1996 dönemi içerisinde sapmalar göstermekle beraber burada özellikle 1991 sonrası ortalama olarak bir düşüş eğiliminden bahsedilebilir. 1993 ve 1995 dönemlerinde ödenen hasar/prim oranında ciddi düşüşler dikkati çekmektedir. 1990-1996 dönemi içinde yıllık ödenen hasar/prim oranının ortalaması %37'dir.

**Ödenen Hasar/Prim Oranlarının Seyri**



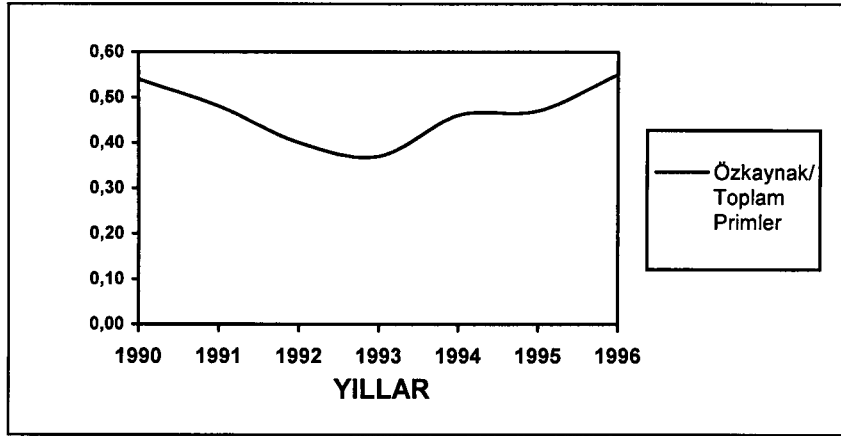
### 3.6.4. Sermaye Yeterliliği

Özkaynaklar ile toplam primlerin birbirine bölünmesiyle elde edilen oran, ele alınan şirketin “sermaye yeterliliği” konusunda bir göstergedir.

$$\frac{\text{Özkaynaklar}}{\text{Toplam Primler}}$$

Sigorta şirketlerinin sermaye yeterlilikleri, 1990-1993 yılları arasında oldukça azalmış ve 1993 sonrası bir artış trendi izlemiştir. İncelenen dönem itibariyle özkaynakların toplam primler içindeki payının yıllık ortalaması %46’dır.

**Sermaye Yeterliliğinin Dağılımı**



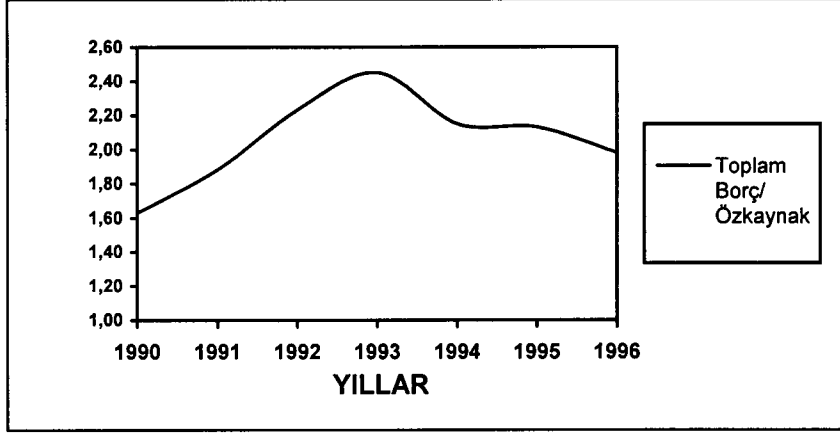
### 3.6.5. Toplam Borçların Özkaynaklara Oranı

Bu oran, sigorta şirketlerinin bilânçolarının pasifindeki kaynakların dağılımını gösteren önemli bir parametredir. Toplam borçların özkaynaklara oranını, parasal kaldıraç etkisinin kullanımını gösteren parametrelerden biri olarak yorumlayabiliriz.

$$\frac{\text{Toplam Borçlar}}{\text{Özkaynaklar}}$$

1993’e kadar TSS’nde faaliyet gösteren şirketler, daha fazla dış kaynak kullanmak suretiyle, ortalama sermaye maliyetlerini azaltarak, kârlılıklarını artıran bir politika izlemişler ve toplam borçların özkaynaklara oranı artmıştır. 1993’ten sonra enflasyon oranlarındaki artış, gerek dış kaynak kullanımını pahalılaştırdığından ve gerekse sigorta firmaları daha az riskli bir kaynak stratejisi benimsediklerinden, bu oran tedrici olarak düşmüştür. Toplam borçların özkaynaklara oranı, diğer kaldıraç oranlarının sergilediği seyirle tutarlılık içerisinde dir.

## Toplam Borçların Özkaynaklara Oranı



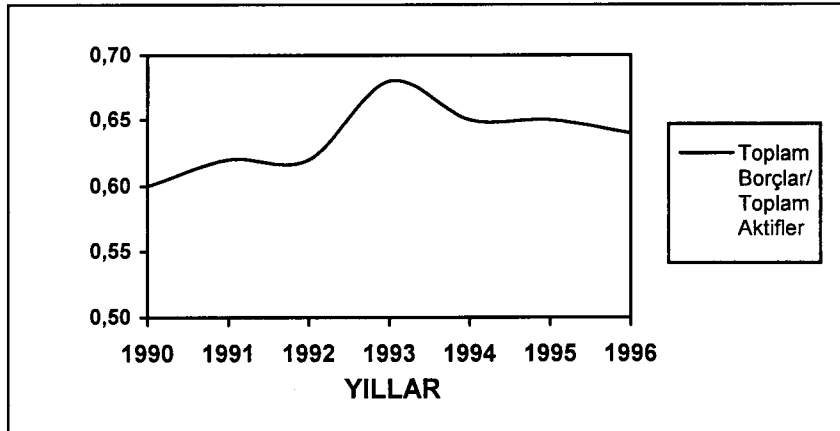
### 3.6.6. Toplam Borçlar İle Toplam Aktifler Arasındaki İlişki

Toplam borçlar ile toplam aktifler arasında yapılacak oranlama, sigorta şirketlerinin aldıkları borçların aktifleri fonlamakta ne oranda kullanıldığını gösteren önemli bir kaynak kullanım ölçütüdür. Bu oran, sigorta şirketlerinin pasifindeki “toplam borçlarla özkaynaklar arasındaki oran” ile birbirini tamamlamaktadır.

$$\frac{\text{Toplam Borçlar}}{\text{Toplam Aktifler}}$$

TSS’nde 1990-1993 yılları arasında, toplam aktifler artan oranda borçla fonlanmıştır. 1993’den sonra ekonomik koşullardaki bozulma, borçları bir fon kaynağı olarak pahalılaştırdığından ve riskli bir strateji haline geldiğinden, borçların aktifleri fonlamadaki ağırlığı da azalmıştır. Bu oranın 1990-1996 dönemindeki yıllık ortalaması %64 olarak gerçekleşmiştir.

### Toplam Borçlar ile Toplam Aktifler Arasındaki İlişki



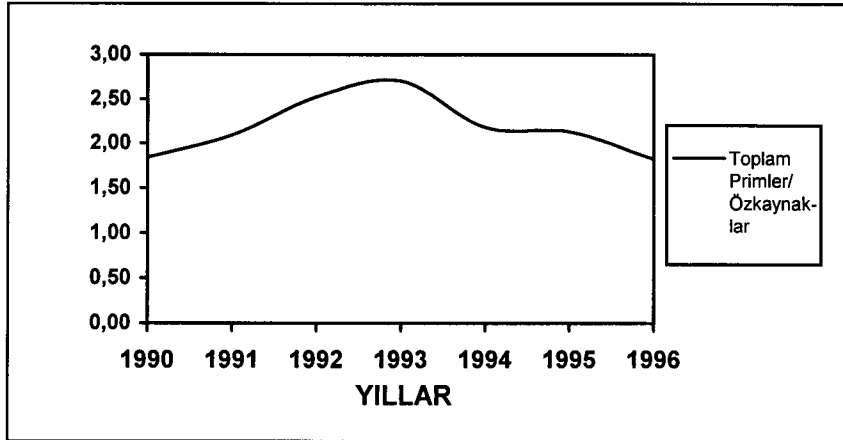
### 3.6.7. Prim Üretiminin Özkaynaklara Oranı

Bu oran da, sigorta şirketlerinin bilânçolarının pasifindeki kaynak dağılımını yorumlamakta kullanılabilir çok önemli bir göstergedir. Prim üretimi, sigorta şirketlerinin operasyonlarının en önemli kaynağıdır. Dolayısıyla bu oran, şirketlerin yükümlülüklerini karşılama konusunda bir ölçüttür.

#### Toplam Primler Özkaynaklar

Toplanan primlerin özkaynaklara oranı, 1990-1996 döneminde gerek toplam borçların özkaynaklara oranının seyrine ve gerekse toplam borçların toplam aktiflerin fonlanmasındaki kullanımının seyrine paralel bir eğilim sergilemektedir. Bu oran, 1993'e kadar artmış ve bu yıldan sonra azalmaya başlamıştır. Bununla birlikte, bu noktada pazar koşullarında kıran kırana bir rekabetin prim üretiminde yol açtığı azalıştan da bahsedilmelidir. Hem enflasyon hem de şiddetli rekabet, prim üretimi ile özkaynaklar arasındaki oranı özkaynaklar lehine çevirmiştir. Bu oranın, 1990-1996 dönemindeki yıllık ortalaması %218 olarak gerçekleşmiştir.

#### Prim Üretiminin Özkaynaklar İçindeki Payı



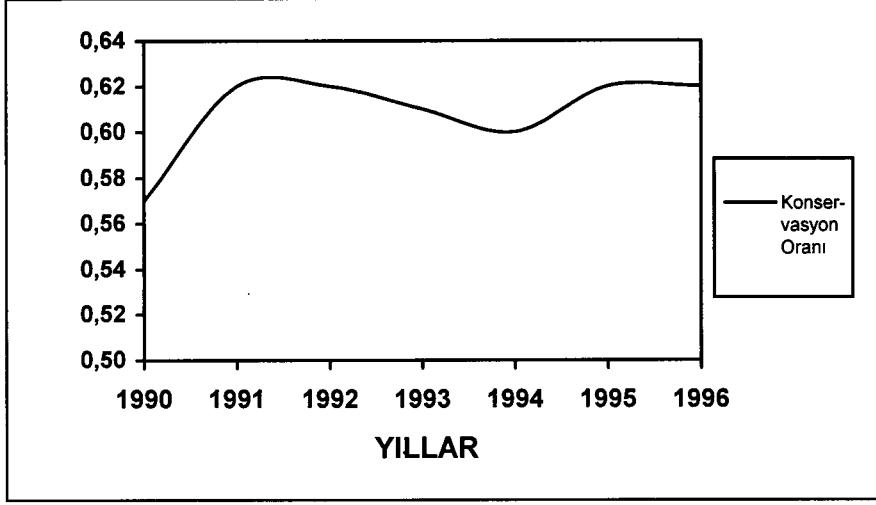
### 3.6.8. Konservasyon Oranı

Bu oran, sigorta şirketlerinin üretmiş oldukları primin ne kadarlık bir kısmını üzerlerinde tuttuklarını gösteren bir orandır.

#### Şirket Üzerinde Kalan Primler Toplam Primler

1990 yılında %57 olan konservasyon oranı, 1991 yılında %62'ye çıkmış ve izleyen dönemlerde ortalama olarak %61 olarak gerçekleşmiştir. Genel olarak 1990-1996 dönemine bakıldığında da yıllık ortalamanın %61 olduğu gözlenmektedir.

## Konservasyon Oranı



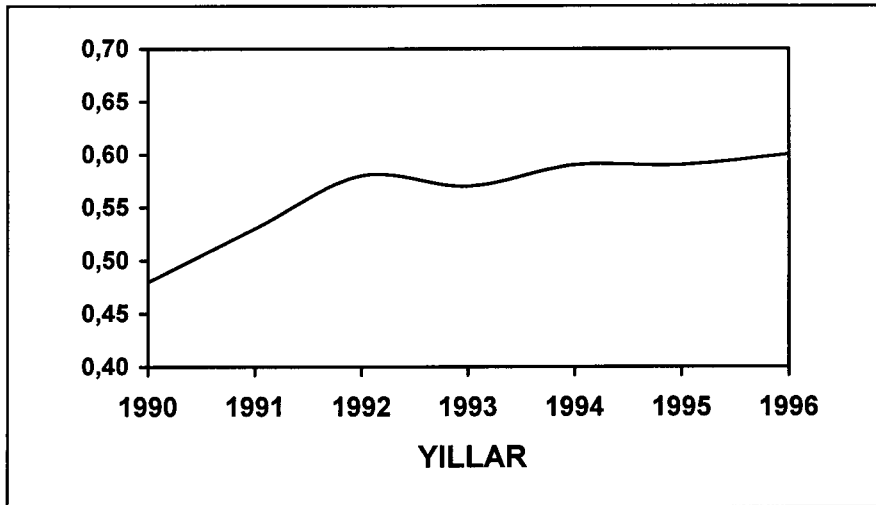
### 3.6.9. Ödenen Tazminatta Sigorta Şirketlerinin Katılım Oranı

Bu oran, sigorta şirketlerinin belirtilen dönemde ödenen tazminatlarda ne kadarlık bir orana sahip olduklarını gösterir.

#### Ödenen Tazminatta Şirket Payları Toplam Primler

1990-1996 dönemi bu oran açısından değerlendirildiğinde, ilk yıllarda düşük olarak gerçekleşmiş, son dönemlere doğru azalan bir eğimle artış göstermiştir. Yaklaşık olarak bu oranın yıllık ortalama %56 civarında sabit olduğunu söylemek mümkündür.

#### Ödenen Tazminatta Sigorta Şirketlerinin Payı



## Sonuç

Bu çalışmada, TSS'nde faaliyet gösteren firmaların 1990'da serbest tarifeye geçiş sonrası mali performansları değerlendirilmektedir. Çalışmada mali performans ölçütü olarak "Dupont Şeması Analizi" temel alınmış ve sigorta şirketlerinin özel bilanço yapıları göz önünde tutularak adapte edilmiştir.

1990-1996 döneminde TSS'nde faaliyet gösteren firmaların kaynak yapıları iki stratejinin izlerini taşımaktadır. 1990-1993 arası dönemde, sigorta firmaları, finansal kaldıraç etkisini kullanarak ortalama sermaye maliyetlerini düşürmek ve kârlılıklarını artırmakta daha fazla oranda dış kaynaktan yararlanmışlardır. 1993'den sonra genel ekonomik yapıdaki bozulmaya bağlı olarak enflasyonist baskıların artması, sigorta firmaları için dış kaynak kullanımını pahalı ve riskli bir strateji haline getirmiştir. Bu yüzden, bahsedilen dönemde sigorta firmalarının daha ihtiyatlı bir mali yapı için bilançolarının pasifindeki dış kaynakları azalttıkları dikkat çekmektedir. Sözü geçen eğilimin yansımalarını hem kaldıraç oranlarında ve hem de toplam borçların özkaynaklara oranında görmek mümkündür.

Ancak incelenen dönemde kaynak yapısındaki değişimde, dış kaynak-özkaynak kullanımındaki tercihlerin değişmesi yanında, prim üretimindeki değişimler de önemli bir etkidir. Serbest tarifeye geçilmesinin yarattığı rekabet, primlerin artırılması için rasyonelliğe sığmayacak şekilde primlerin düşürülmesi ve prim üretiminin artırılmasına dayanmaktadır. Bu stratejinin 1993'ten sonra daha da şiddetlendiği dikkatlerden kaçmayacaktır. Gerek artan rekabet ve gerekse enflasyonun primler üzerindeki olumsuz etkisi, sigorta firmaları için operasyonların fonlanmasında asli fon kaynağı olan primlerin maliyetini yükseltmiştir.

Sigorta şirketlerinin bilançolarının aktif tarafı incelendiğinde, toplam aktifler içinde likit aktiflerin payının dönem boyunca artış gösterdiği ve bu artış eğiliminin 1993'ten sonra arttığı gözlenmiştir. Aslında gözlenen bu gelişim, kaynak yapısının bileşimindeki değişimle tutarlıdır. Yüksek enflasyon, sigorta şirketlerinin aktif kompozisyonlarını daha fazla likit tutmaya itmiştir. Sabit varlıkların toplam aktifler içindeki payı, dönem boyunca ortalama olarak pek değişmese de, dönen varlıkların kalemleri arasında likiditeyi daha ön planda tutan yeni bir kompozisyon olmuştur. 1993 sonrasında sigorta şirketlerinin özellikle alacaklarını azaltma eğiliminde oldukları görülmektedir.

Gerek kaynak yapısında ve gerekse kaynak kullanımlarında görülen bu strateji değişikliği; aktifler ve pasifler arasındaki oranlarda desteklenmektedir. Kısa vadeli borçların likit aktiflerin fonlanmasında 1993'ten sonra artan oranda kullanımı, aynı şekilde 1993 sonrası kısa vadeli borçlarla net aktiflerin daha fazla fonlanması yargılarımızı destekleyen önemli bulgulardır.

1990-1996 döneminde TSS'nde faaliyet gösteren şirketlerin kârlılıkları, çeşitli ölçülere göre incelendiğinde genel bir artış eğilimi vardır. Bize göre kârlılıktaki bu artış iki sebeple fiiktir. Birincisi enflasyonun kârlılıkta nominal bir artış olmasına yol açmasıdır. Diğer ve daha önemlisi, başta özkaynakların kârlılığı ölçütü olmak üzere, kârın toplam primlere oranı, sermaye kârlılığı gibi ölçütlerin kârlılıktaki bir artıştan ziyade kaynak yapısındaki bir değişmeden ortaya çıkmış olmasıdır. Özellikle sermaye yeterliliğindeki tedrici azalış, yukarıdaki tespitlerimizle tutarlılık göstermektedir.

Sigorta şirketlerinin kâr kompozisyonu, 1990-1996 döneminde incelendiğinde, teknik kârlılığın bilanço kârı içindeki oranı giderek hızla azalmaktadır. Sigorta şirketleri için operasyonların performansını ölçmekte önemli bir kriter olan teknik kârlılık azalışı ön planda pazardaki kıran kırana rekabetin bir sonucudur. Bu tespit, teknik kârın toplam gelirler içindeki ve primler içindeki payları ayrı ayrı incelendiğinde de tutarlılık göstermektedir. Diğer taraftan, mali kârlılık artmaktadır. Genel ekonomik koşulların finansal enstrümanların (özellikle kamu borçlanma kâğıtlarının) reel getiriler

sunmasına yol açması, yüksek rekabet koşullarında sigorta şirketlerini, plasmanlarını daha yüksek oranda bu araçlara yönlendirmeye itmiştir.

Tüm bu kriterler birlikte değerlendirildiğinde; TSS'nde faaliyet gösteren sigorta şirketlerinin mali performansları üzerinde etkili olan iki unsur ön plana çıkmaktadır: Serbest tarife sonrası rasyonel ölçülere sığmayan acımasız rekabet ile makro ekonomik dengelerdeki bozulma; ve enflasyon. Bu nedenle, finans sektörünün en önemli bileşenlerinden biri olan sigorta sektörünün payı yıllar içinde kayda değer bir değişme göstermemiştir. Bunun altında yatan sebep, veri kabul edilen makro ekonomik bozulmalar olduğu kadar, sektörde faaliyet gösteren firmaların serbest tarife rejimini yanlış yorumlamalarıdır. Artan enflasyonist baskılar karşısında büyümeyen bir pastadan daha fazla firmanın pay kapma mücadelesi, sektörde belirli bir süre sonra kaçınılmaz bir yoğunlaşmaya yol açacaktır. Ancak istikrarsız ekonomik koşullardan korunmanın yolu, mali performansı riskli bir şekilde zorlayan fiyat rekabeti olmamalıdır.

**Ali KÖSE & Necla ŞİMŞEK**  
**Marmara Üniversitesi**  
**Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü**

## Kaynaklar

- Akan, M., "Serbest Tarifeye Geçişin Sigorta Sektörüne Etkileri", *Reasürör Dergisi, İstanbul, Ekim 1994, ss.4-5.*
- Akgüç, Ö., "Finansal Yönetim", *Genişletilmiş Altıncı Baskı, Muhasebe Enstitüsü, Yayın No:63, İstanbul, 1994.*
- Akgüç, Ö., "Mali Tablolar Analizi", *Genişletilmiş Sekizinci Baskı, Muhasebe Enstitüsü, Yayın No:61, İstanbul, 1990.*
- Aktaş, M., "Türk Sigorta Piyasası'nın Mali Yapısı", *Reasürör Dergisi, İstanbul, Ekim 1993, s.4.*
- Atmaca, E. I., "Sigorta Muhasebesi", *Bayındır Sigorta A.Ş., İstanbul, 1996.*
- Bertot, C. H., "The New Financial Planner: A Guide to Client Service", *Dow Jones-Irwin, USA, 1986.*
- Brigham, E. F., C. L. Gapenski, "Financial Management: Theory and Practice", *Sixth Edition, The Dreyden Press, New York, 1990.*
- Dinçer, Ö. ve Y. Fidan, "İşletme Yönetimine Giriş", *İz Yayıncılık, İstanbul, 1995.*
- Durmuş, A. H., "Mali Tablolar Tahlili", *İkinci Baskı, Nihad Sayar Vakfı, Yayın No:442/676, İstanbul, 1990.*
- Erkural, K., "Muhasebe: Prensipler ve Uygulama", *Dokuzuncu Baskı, Nihad Sayar Vakfı, Yayın No:426/660, İstanbul, 1988.*
- Franklin, P. J., "The Characteristic Approach and its Application to Financial Liabilities, Financial Assets and Portfolio Choice", *The Geneva Papers on Risk and Insurance, No:11, January 1979, ss.52-62.*
- Gardner, M. J., D. L. Mills, "Managing Financial Institutions: An Asset/Liability Approach", *The Dreyden Press, New York, 1988.*
- Hampton, J. J., "Financial Management of Insurance Companies", *American Management Association (AMACOM), New York, 1993.*
- Karacan, A. İ., "Sigortacılık ve Sigorta Şirketleri", *Bağlam Yayınları, İstanbul, 1994.*
- Kidwell, D. S., R. L. Peterson, "Financial Institutions, Markets, and Money", *Fourth Edition, The Dryden Press, New York, 1990.*
- Köse A. ve K. B. Tunay, "Türk Sigorta Sektörünün Ekonomik Performansı: 1990'lara İlişkin Bir Değerlendirme", *Sigorta Dergisi, Sayı:94, Şubat 1998, ss.39-46.*
- Mayer, R. C., J. R. McGuigan, W. J. Kretlow, "Contemporary Financial Management", *Second Edition, West Publishing, USA, 1984.*
- Sağlam, N. "Sigorta İşletmelerinde Mali Tabloların Hazırlanması ve Avrupa Birliği'ne Uyum", *Etam A.Ş., Eskişehir, 1996.*



# Dünyada ve Türkiye’de Aracılık Sistemleri ve Öneriler

## Giriş

**T**ürkiye’de sigorta üretimi gerektiği kadar yapılamıyor ve bu sorunu çözmek için üretimin %75’ini gerçekleştiren aracılar hakkında ne yapıyor?

Sigorta aracıları; Türkiye’de sigorta sektörünün sayıca en kalabalık bölümü, haklarında en az araştırma yapılan ve haklarında en fazla çalışmayı gerektiren ve gelişmeye ihtiyacı olan grup.

Sigorta aracılarını incelemek, dünyadan alıntılar yapmak ve Türk sigorta sektörü aracılarını sektörü yarınlarına taşıyacak şekle getirmek şartı yalnızca aracılarının incelenmesi ve haklarında öneriler getirmek ile çözümlenebilecek bir konu değildir. Gerçek çözüm için sektörün satış, pazarlama, hizmet ve dağıtım kanalları ile ilgili birçok konunun aracılar ile beraber incelenmesi gerekmektedir.

Aşağıda sektörün mevcut durumu, sakıncalı yönleri ve çok yakınımızdaki 2000 değil, 2005 yılında ne şekilde bir

sektör olması gerektiği konusu incelenmekte ve bu konuda öneriler getirilmektedir.

Dünyada her sektörü etkileyen değişim rüzgârları, Türkiye’deki sigorta sektörünün ve aracılarının şartlarını da değiştirmiştir.

Sigorta sektörü bir hizmet sektörü olması sebebi ile hizmet verdiği işletmelerin değişimlerinden ve bizzat sektörün altında kaldığı etkileşimlerden nasibini almaktadır.

Sigorta aracıları sektörde en fazla incelenmesi ve yeniden yapılanarak organize olması gereken bölümü oluşturmaktadır.

Çalışma bazı ana başlıklar altında incelenmektedir:

- I. Mevcut durumun incelenmesi
- II. Sektör aracılarının olası geleceği ve bu konuda öneriler
- III. Aracıların gelir kalemleri hakkında öneriler
- IV. Sigorta pazarının büyümesi yolunda “Acente - Şirket” ilişkileri
- V. Sonuç

## I. Mevcut Durumun İncelenmesi

Öncelikle aracılık sistemlerine geçilmeden önce konuyu ele alırken bazı hususları incelemek yararlı olacaktır:

1. Rekabet şartları
2. Türk sigorta sektörünün dünyadaki yeri
3. Sigorta satışına ait yöntemler ve satışın yapılaş yolları
4. Fransa’da dağıtım kanallarının pazar payları
5. Sigorta aracılarının organizasyonel yapıları.

### 1. Rekabet Şartları

Dünyada tüm iş kollarında rekabet arttıkça verimlilik şartı egemen olmuştur. Hizmetlerin ve malların serbest dolaşımı ve ticarî sınırların azalması sonucu her türlü üretim ve ürün satışında firmaların rekabet güçlerini artırmaları için giderlerini kısmaları gerekmektedir.

Öncelikle firmaların ürün satış fiyatlarındaki düşüşler, beraberinde, bir masraf kalemi olarak görülen, sigorta primle-

rini de baskı altına sokmuştur.

Yukarıdaki etkiye ek olarak sigorta şirketlerinin içinde bulunduğu rekabet koşulları sigorta maliyetleri üzerinde ikinci bir baskı getirmiştir.

Dünyada ve Türkiye’de genel olarak birleşmelerin yaşandığı bir ortamda sigorta şirketlerinin dünyada birleşmeler ile güçlendikleri ve rekabette daha avantaj kazandıkları görülürken Türk sigorta sektöründe sigorta şirketi ve aracılarının sayısı tezat olarak artmakta ve bu da fiyat rekabetini artırmakta ve şirketler ile aracılardan güçlü bir yapıya sahip olmasını engellemektedir.

Tüm bu sebepler dolayısıyla mevcut bir riskin sigorta fiyatı reel olarak sürekli düşmüş ve sigorta şirketlerinin prim gelirlerini azaltmıştır. Bu azalma oranında aracılardan da komisyon gelirleri haliyle olumsuz etkilenmiştir. Shrinkage (daralma) diye tabir edilen mevcut işin gelirinin azalması sigorta şirketlerini olduğu kadar aracılardan da etkilemektedir.

Saygın artan sigorta şirketi ve aracılardan arasında gelir paylaşımı kazançların daha da yetersiz olmasına sebep olmaktadır.

Bu konunun daha detaylı incelenmesine gerek yoktur ancak rekabetin aracılardan üzerine getirdiği baskılar ve sigorta aracılardan bu gibi şartlar karşısında neler yapması gerektiği diğer bölümlerde incelenecektir.

## 2. Türk Sigorta Sektörünün Dünyadaki Yeri

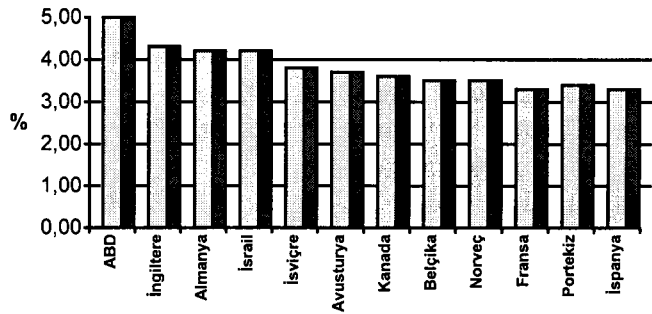
Satış ve dağıtım kanalı olan sigorta aracılardan konusunda Türkiye’deki sigorta satışı yerli midir sorusu sorulmalıdır. Buna cevap bulmak için dünyadaki yerimiz incelenmeli ve bu konuda hedefler belirlenmelidir.

Türk sigorta sektörü hayat dışı (sağlık dahil) prim üretimi 1997 yılı itibariyle 1.58 milyar

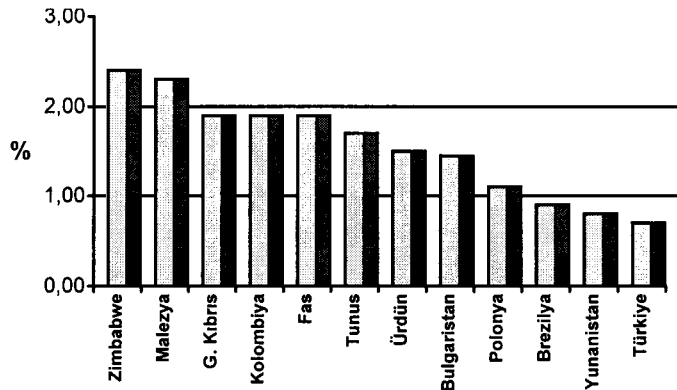
US Dolar olmuştur. Bu, kişi başı 23 US Dolar civarı bir üretim gerektirmektedir. Sektörün GSMH içerisinde payı %0.80’dir.

Gelişmekte olan ve servet birikiminin yeni sağlandığı Türkiye’de prim üretiminin gelişmiş ülkelere göre daha az olması doğal bir sonuç olmakla birlikte bu duruma neden olan faktörlerin incelenmesi gerekmektedir.

Hayat Dışı Sigorta Primlerinin GSMH'ya göre Yüzdeleri (Gelişmiş Ülkelerde)



Hayat Dışı Sigorta Primlerinin GSMH'ya göre Yüzdeleri (Gelişmekte Olan Ülkelerde)



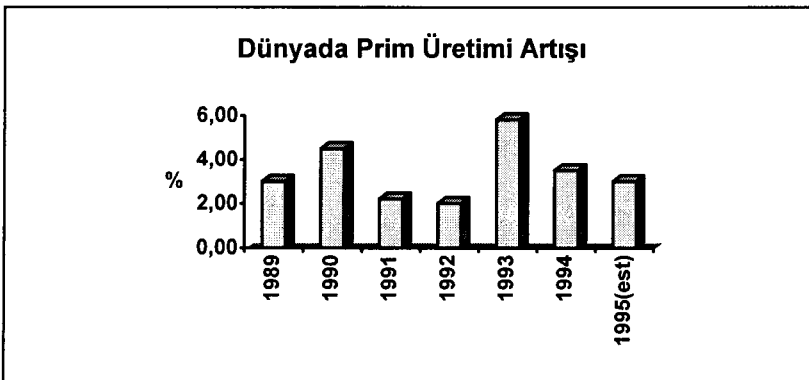
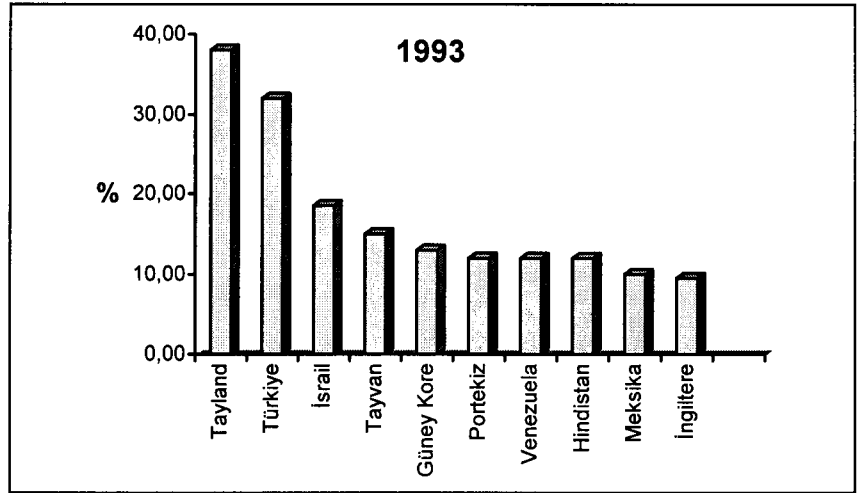
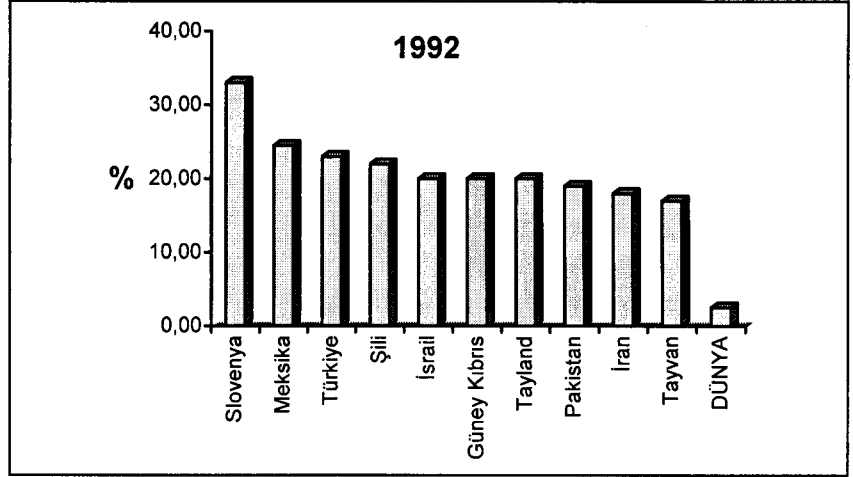
Sigorta ile varlığın korunması arasındaki ilişki gerçekçi bir ölçüt olarak göz önüne alınırsa bir ülkenin toplam hasılasına oranla o ülkedeki sigorta piyasasının ülke ekonomisine oranları mı yoksa geri mi olduğu ve belki de ne ölçüde olması gerektiği ortaya çıkmaktadır.

*Ülkelerde kişi başına düşen prim üretimi*

Bu ölçüt bir gösterge olarak kabul edilse de farklı ülkelerin değişik seviyelerdeki ekonomileri söz konusu olduğu için Türkiye'nin bu ölçütler içerisinde kişi başı prim üretiminin ne olabileceği konusunda tahmin yapmak bir fayda getirmeyecektir.

Bunun yanı sıra bazı iyi göstergeler de yok değildir. Örneğin sigorta pazarının büyümesi ve prim üretimi artışı hakkında dünyadaki gelişme ve Türkiye'nin yeri şu şekilde gözükmektedir.

## En Hızlı Prim Üretimi Artışı Sağlayan Ülkeler 1992-1993



1992 ve 1993'ün ardından solda görülen tabloda bazı olumsuz gelişmeler de yaşanmış, 1994'te sektör %17 küçülmüş ve 1995, 1996 ve 1997'de büyüme rekabet şartlarıyla birlikte yavaşlamıştır. Ancak bu dönemde prim üretiminin azalmaması ve fiyatların düşüşü poliçe adedinin artması şeklinde yorumlanabilir.

Türkiye'deki sigorta pazarının ne büyüklükte olduğu ancak GSMH'ya oranlanırsa gerçekçi bir tahmin halini alır. Varlığın artması ile bireylerin ve kurumların daha fazla yatırım yapabilir olması veya geliri az olan ülkelerde gelirin yalnızca zarurî harcamalara, yani yiyecek, giyim vs. gibi hızlı tüketim mallarına daha yüksek oranla harcanması, sigorta ettirilecek varlığın aritmetik olarak değişmesine sebep olmaktadır.

Sonuç olarak sigorta primi üretimimizin en azından Türkiye GSMH'sının %1.5'i oranına çıkması şu anki mevcut sigorta alıcılarının iyi değerlendirilmesi ile mümkün olabilmelidir. Bu yalnızca potansiyelin iyi kullanılması ve alıcıya ulaşılarak iyi anlatım sayesinde pazarın genişletilmesi ile olabilecek ve pazarı ikiye katlayacaktır.

Yalnızca kayıtlı değil, kayıtsız ekonominin de sigortaya ihtiyacı vardır. Dolayısıyla kayıt dışı ekonominin de hesaba katılması ile potansiyelin mevcut pazarın üç katı olduğu tahmin edilebilir.

Bu tahmin kayıtlı ekonominin 200 milyar US Dolar, toplam ekonominin 350 milyar US Dolar ve %1.5'in 5 milyar US Doların üzerinde bir pazarı gerektirdiğini ortaya çıkarmaktadır.

Bu artış gerek orta boy endüstri ve gerekse bireysel sigortalıların daha iyi değeri-

lendirilmesini gerektirdiği için aracılar ihtiyacı şart koşmaktadır.

Büyük kurumsal sigortalıların ise mevcut potansiyellerinin daha iyi değerlendirilmesi, bazı mevcut olmayan sigortalıların yapımı ile olabilecektir.

Bu konudaki pazar genişlemesi, daha ziyade bilgi birikimi yeterli olan aracılar, örneğin sigortalıya yön verebilecek olan "Brokerlar" sayesinde olabilecektir.

### 3. *Sigorta Satışına Ait Yöntemler ve Satışın Yapılış Yolları*

Ülkemizde sigorta satışının aşağıda sıralanan çeşitli yöntemleri mevcuttur:

- Sigortacıdan sigortalıya direkt satış yoluyla,
- Kurumların bizzat kendi portföyleri için acentelik verilmek yoluyla,
- Banka şubelerinin aracılığıyla,
- Sigorta acenteleri ve prodüktörler tarafından; Ek iş olarak sigorta aracılığı yapan aracılar
- Sigorta brokerları tarafından.

Yukarıda belirtilen beş gruptan sonuncusu ve acentelerin de belli bir bölümü asli sigorta aracıları olarak görülmelidir. Diğerleri ise ya ek iş olarak ya da konumları itibarıyla bir sigorta potansiyeline

sahip ve yan ürün olarak bu işi yapanlardır.

Öncelikli olarak bu işten geçinen kişiler ile bu işi ek olarak yapanlar ayrılmalı ve sigorta şirketlerinin bu kanallardan yalnızca bir tanesi ile satış yapmaları sağlanmalıdır. Bunun başlıca sebebi mevcut sistemin bu hali ile her iki tarafa da fayda sağlamaması ve ne profesyonel aracılardan yaşama imkânı bulabilmesi, ne de diğerlerinin gerekli verimi alabilmesine imkân vermektedir.

Yukarıdaki soruya cevap, sigorta aracılığının, bunu ana iş kolu olarak yapan ve geçimini bu yönden temin eden kişiler tarafından yapılması olup aşağıda çeşitli öneriler sıralanmaktadır.

Öncelikle diğer satış yöntemlerinin yani çeşitli isimler ile tarif edilen ve ek iş olarak sigortacılık yapan kişilerin sisteme getirdiği iş miktarının yanı sıra olumsuzlukları ele almak gerekmektedir.

#### a. *Direkt Satış*

Sigorta şirketleri kurdukları direkt satış ekipleri ile gerek ticarî gerek bireysel sigorta satışını yapmaktadırlar.

Sigortacılık güvene dayalı bir sektör olduğu içindir ki sigorta alıcısı bu alışverişi yaptığı kişiye güvenmek ve uzun yıllar hizmet almak ister. Dünyada bulunan büyük uluslararası kurumlarda da hizmetin çoğu kez uzun vadeli insan

ilişkileri ve kişilere bağımlı olduğu görülmektedir.

Türkiye’de şirketlerin direkt satış kollarında çalışan elemanlarındaki hızlı değişim, sigortalının aradığı güven ortamını ve sigortalının ihtiyaçlarının geçmişten gelen bilgi birikimi ile takibini ve uzun süreli hizmet devamlılığını olumsuz etkilemektedir.

Ayrıca sigortalı, sigorta poliçesini satan kişinin taraf olmasını değil bir üçüncü kişi olmasını tercih etmektedir. Sigorta şirketinin direkt satış elemanı sonuçta taraftır, aracı ise konumuna göre sigortalı ile sigortacı arasında bir üçüncü şahıstır.

Bu yolla yapılan satış sonucu özellikle ticarî müşteri grubunda sarf edilen çaba karşılığında cüzi bir üretim yapılmaktadır. Sigortalının ihtiyaçları iyi belirlenmemekte veya uzun bir işlem olan potansiyelin değerlendirilmesi tam anlamı ile sonuca ulaşmamaktadır. Örnek olarak bu tip işlemlerde çoğu kez eksik sigorta, yetersiz teminat ve bazı sigortaların teklif edilmemesi ve anlatılmaması sonucu potansiyelin ancak belli bir kısmı değerlendirilmekte ve çoğunlukla ileride sorun doğurabilecek hatalı işlemler yapılmaktadır.

Bunun doğal sonucu olarak sigorta satışı olumsuz etkilenecektir. Özellikle direkt satış elemanlarının bazı durumlarda sigorta acente komisyonunu düşmeleri sigorta şirketlerinin

aracılarına haksız rekabet yapmalarına neden olmaktadır.

Burada en önemli konu şirketin, satışının büyük bölümünü gerçekleştiren aracılara ile rekabete girmesi ve onlara ait gelirin önünü kesmesidir.

Otomotiv veya beyaz eşya gibi iş kollarında direkt satış yapılmamakta ve distribütör ağına karşı haksız rekabet uygulanmamaktadır.

## **b. Kurumsal acenteler**

Bu yöntem gene sigorta satışının direkt yapılmasının bir yolu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yöntemde sigortalı, acente olup komisyon aldığı için gerçek aracılar ile şirket arasında haksız rekabet doğmaktadır.

Kurum için önemli olmayan bu gelir aslında bir acentenin gelişmesine katkıda bulunacak önemli bir kaynak olacaktır.

Kurum acenteleri her ne kadar ortalama %15 komisyon geliri sağladıklarını düşünseler de ayrı bir şirket kurma ve eleman masrafları, kurumlar vergisi gibi kalemler aslında geliri %5’in altına indirmektedir.

Bu yöntem, sigorta şirketlerinin bir kurumu yalnızca kendileri ile iş yapmaya bağlama yöntemi olması açısından önem arz etmektedir. Bu yolla prim üretimi 10.000 US Dolar kadar düşen küçük firmaların acente olduğu görülmektedir.

Kurum acentelerinde ortaya çıkan en büyük olumsuzluk,

gerçek bir hizmet sunucunun olmaması, etkin hizmet alınmaması, sigorta ve prim potansiyellerinin çok altında üretim yapılmasıdır.

## **c. Banka aracılığı ile sigorta**

Günümüzde banka şubelerinin hepsi birer sigorta acentesidir. Yurt dışında banka gişelerinde sigorta satılmaktadır; ancak bu satış bazen bankanın çalıştığı aracı tarafından organize edilmekte ve daha ziyade bankaya gelen şahıs müşterilere ve küçük esnaf ve işletmeye poliçe satılmaktadır.

Buna ek olarak satış sonrası hizmetini yenilemesini ve benzer ek servisleri aracı hizmet kurumları vermekte ve banka da fiyat içinde olan bir komisyondan gelir sağlamaktadır.

Yurdumuzda ise doğru yöntemin bu olması gerektiği, bazı şirketler tarafından düşünülse de, kısa yoldan daha fazla prim üretimi yapılabilmesi için bankalar, kredi ve iş ilişkilerini kullanarak endüstriyel müşterilerine sigorta aracılığı yapılmaktadır. Bu tip işlemlerin sonuçları ise son derece düşündürücüdür.

Banka profesyonel bir aracı değildir ve bu işlemi ek iş olarak yapmaktadır. Ayrıca çoğu zaman sigortalının ihtiyacı olan ürünleri değil de, kendi satmak istediği veya bildiği ürünleri satmaktadır. Sigortalı da bir yerde bu ürünü nezaket veya mecburiyet gereği aldığı

için, bu konuyu fazla sorgulamamakta veya istese de ihtiyacı olan servisi alamamaktadır.

Bankanın aracı olduğu yerlerde sigortalının "mecburiyet sebebiyle müşteri" olması sebebiyle, ne sigorta şirketi ne de banka hizmet sağlamakta ve yalnızca bankanın talimatı doğrultusunda poliçeler satmaktadır. Burada amaç sigorta yapmaktan çok poliçe satmak olmuştur.

Bankaların yalnızca kredi karşılığı olarak sattıkları sigortalar, sigortalının gerekli olan yerde farklı bir hasarını karşılayamamakta, bunun doğal sonucu, sigortalının güveni yalnızca bankaya değil, tüm sigorta sistemine karşı sarsılmaktadır.

#### **d. Sigorta Acenteleri**

- Ek iş olarak sigorta acenteliği yapan kişiler

Her ne kadar bankalar gibi bazı acenteler muhasebeci, bankacı gibi işlerine ek olarak sigortacılık yapsalar ve bu işlem diğerleri kadar zararlı olmasa da, sigortalı gerçek bir bilgi birikimine sahip kişiden alacağı hizmet yerine daha az etkin bir hizmet almakta ve sonuçta gene yukarıda belirtilen bütün hatalar kısmen gerçekleşmektedir.

Bu sistem bilhassa küçük yerleşim bölgelerinde acenteliğin yeterli geliri sağlayama-

ması sebebiyle kabul edilebilir bir sistemdir. Ancak onun dışında gene sigortacılığa getirileri götürülerinden azdır.

Bu tip acentelerin kadrolarında, tam gün bu işi yürüten kişi yok ise, sistem içinde yaptıkları satış çok az miktardadır.

Bu tip acenteler toplam acente sayısının %57.5 gibi yüksek bir bölümünü oluşturmaktadır, ancak üretimin cüzi bir kısmını gerçekleştirmektedir. Bu acentelere ileride şirketin yatırım yapması istenirse ekonomik olmayacaktır.

- Profesyonel olarak sigorta aracılığı yapan acenteler

"Profesyonel" tabiri şirketlerin çoğu zaman kullandıkları bir tabir olup, geçimini temin için bu işi yapanlar için kullanılan ve biraz da trajik olan bir tabirdir.

Bazı acenteler profesyonel olunca bazıları da haliyle "amatör" olmaktadır. Maalesef banka aracılarını da kattığınızda aracılardan sayıca çoğunluğunun "amatör" olduğu görülmektedir.

Sayıları çok fazla olmayan "profesyonel sigorta acenteleri", müşterilerine beklenen bir kalitede servis vermekte ve sigorta portföyünün toplamının çok önemli bir kısmını oluşturmaktadır.

Geçimlerini temin etmenin de yolu olduğu için, sigorta acenteleri sigortalıya ait potan-

siyeli mümkün olduğunca etkin değerlendirmekte, hasar gibi satış sonrası hizmetlerini de belli ölçüde vermektedirler.

Sigorta acenteleri, brokerlar ile karşılaştırıldığında, acente, şirketi temsil eden, Broker ise sigortalıyı temsil eden taraf olsa dahi her ikisi işlemin gereği bulunmaları gereken yere göre merkeze daha yakındırlar. Acente çoğu zaman sigortalısının menfaatini de korumaya çalışmakta yani bir broker gibi davranmakta, broker ise, bir iş ortağı olarak gördüğü sigortalılarla da iyi ilişkiler geliştirmektedir.

Sonuçta sigorta acenteleri bilhassa orta ve küçük boyutta sigortalıya ulaşmak, satış yapmak ve hizmet vermek için vazgeçilmez kanallardır. Şirketler daha önceleri acentelerin alternatifini düşündü iseler de sigortanın "satin alınmak" değil, "satış yapılmak" yolu ile dağıtıldığı ülkemizde çok kuvvetli bir satış ağına ihtiyaç duyulması sebebiyle vazgeçilememiş ama şirketler tarafından sürekli olarak alternatif aracı kanalları ile de, banka, kurum, acente vs. çevrelenmişlerdir.

#### **e. Brokerlar**

Sigorta brokerları, sigortalının belirli grupları için gerekli olan araçlardır.

Orta boy bir sigortalının ihtiyacı birçok sigortacı tara-

findan standart ürünler ile karşılanabilir ve dolayısıyla bir şirketin acentesi vasıtasıyla uzun yıllar iyi hizmet ve sigorta alabilir.

Öte yandan, büyük bir endüstriyel sigortalının ihtiyaçları daha çeşitlidir ve değişik branşlarda uzmanlık isteyektir. Bu da geniş bilgi birikimine sahip, her alanda uzman değişik kişilerden oluşan, birden fazla sigortacıdan, sigortalısı için uygun ürünü ve hizmeti alabilecek bir yapıya sahip bir aracıya ihtiyaç duyacaktır.

Sigorta brokerları Türkiye'deki geçmişleri çok uzun olmadıkları için ve sayıca da az oldukları için halen pazarın ancak %6-7'sini ellerinde buldurmaktadırlar. Ancak kısa vadede bilhassa endüstriyel sigortalılar pazarının büyük çoğunluğu brokerlar tarafından hizmet verilir hale geleceği tahmin edilmektedir.

Bu sebeple sigorta şirketlerinin de bu görüş içerisinde plan yapması gereklidir.

#### 4. Fransa'da dağıtım kanallarının pazar payları

Fransa örneğinin verilmesindeki amaç, sosyal benzerlikler taşıyan bir ülke olmasının yanı sıra ekonomik olarak gelişmiş bir ülke olmasıdır.

Fransa örneği 10 veya 20 yıl sonrasının Türkiye pazarı olması açısından incelemeye değerdir.

Fransa'da pazarın dağılımı ve aracılarn pazar payları şu şekildedir:

	Kurumsal Sigortalılar	Bireysel Sigortalılar	Toplam
Pazar Payı	20 %	80 %	100 %
Brokerların Payı	80 %	5 %	20 %
Acentelerin Payı	20 %	45 %	40 %
* Diğer	0 %	50 %	40 %

\* Diğer : Mutuel, Birlik, Bank Assurance, vs.

Diğer kalemi daha ziyade yurdumuzda olmayan mutuel-ler kanalı ile birey ve küçük işletmelere satıldığı için, bu payın Türkiye'de acentelerin pazarına gireceği tahmin edilmektedir. Dolayısıyla birey müşteriler acenteler için en büyük genişleme alanıdır.

Türkiye'de bireylerin yeterince sigorta almaması, pazarın Birey-Kurum arası dağılımının Türk pazarında önümüzdeki yıllarda bireylerin lehine değişmesi gerektiğini göstermektedir.

Brokerların geçmişi çok eski olmadığı için halen Türkiye'de %6 olan pazar paylarının %20'lere geleceği tahmin edilmektedir.

Türkiye'de birey sigortalarnın gelişmesi Brokerların pazar paylarını büyütmelerinden sonraya kalması halinde birçok acente Brokerlar lehine endüstriyel işlerini kaybedecek, malî bünyeleri zayıflayacak veya mesleği terk edeceklerdir.

Bu konuda sigorta şirketlerinin birey sigortasını geliştirmek için ciddi kampanya ve

yatırımlar yapması zorunludur.

#### 5. Sigorta aracılarnın organizasyonel yapıları

Sigorta aracılarnın organizasyonel yapıları ise incelemeyi ve belki de üzerinde çalışılmayı en fazla gerektiren konudur.

Bu bölümde sadece geçimini bu işten temin eden aracılarn incelenmelidir.

Bir yanda bir kişinin etrafında gelişen acenteler ve iş yoğunluğu altında ezilen acentede sahibinin oluşturduğu tablo, öte yanda müşteri hizmeti veren geniş yönetici kadrolara sahip aracılarn, daha ziyade büyük ölçekli sigorta brokerları, bu tabloyu oluşturmaktadır ve bu iki tip aracı arasındaki gelişmekte olan rekabet incelemeye, izlemeye ve oluşacakları tahmin etmeye değerdir.

Geçimini bu işten temin eden aracılarn dışında bulunan aracılardaki yapılar kısaca şu şekildedir:

##### a. Kurumsal aracılarn

Çoğunlukla şirketin muhasebe veya satın alma memuru veya

çok nadiren Full Time bir alt/orta düzey bilgi sahibi kişidir.

## *b. Bankalar*

Satışı yapan banka şube müdürü, ancak hizmeti veren çoğu zaman hiç kimse yoktur. Servis, sigorta şirketi tarafından uzaktan verilmeye çalışılmaktadır.

## *c. Ek iş olarak acentelik yapanlar*

Çoğunlukla esas işi serbest muhasebeci vs. olan kişi ve bazı hallerde bu tip büroda bu işe bakan tek bir kişidir.

## *d. Profesyonel iş olarak acentelik yapanlar*

Çoğu kez satış ve müşteri ilişkisini yöneten acente sahibi bir kişi ve o kişiye yardım eden ve işlemin yürütülmesini sağlayan 3 ilâ 15 kişiye varan memur ve tahsildar kadrosundan oluşur. Bu sayının üzerinde eleman çalıştıran acenteler varsa da bunlar broker benzeri değişik yapılara sahiptirler. Bazı hallerde alt acente veya komisyon karşılığı satış yapan ilâve satış görevlilerine de rastlanmaktadır ancak bu tip kişiler zaman içerisinde portföylerine sahip oldukları için acenteden ayrılmakta ve serbest olarak yeni acentelik alma yoluna giderek yeni bölümlere sebep olmaktadır.

Tek kişinin etrafında yönetilen sigorta acentelerinin yapısal

sorunları vardır. Türk sigorta sektöründe öncelikle acente olarak kurulan araçlar tek iş sahibi ve yanında ek hizmetleri yerine getiren 3 ilâ 15 memurdan oluşmuştur. Ancak işlerin büyümesi sonucu, bir kişinin etrafında dönen bu işletmelerde verimlilik bir kişinin üzerinde yoğunlaşmış ve tıkanma oluşmuştur. Gelirlerin azalması ile bu tip acenteler ciddi sorunlarla karşılaşmakta ve karşılaşacaklardır. İkinci yönetici veya sigortalıların bir kısmının başkası tarafından yönetilmesi ise iş sahibinin portföy mülkiyetini tehlikeye sokması endişesi ile gelişmemiştir.

Yurt dışındaki birçok büyük aracı kurumun temeli olan ortaklıklar çok nadiren görülmekte veya toplumumuzun yapısı itibarıyla ülkemizde uzun vadeli olamamaktadır.

Öte yandan bu yönetici kişinin elinde olan portföy bazı hallerde ikinci nesle geçmekte, bu gerçekleşmediği hallerde ise portföy dağılmaktadır.

Kurumlaşamamanın ve “tek adam kültürlerinin” görüldüğü bu haller hep yapısal sorunlara işaret etmektedir.

Sigorta acenteleri eğitime önem vermemektedirler. Asgari veya düşük ücret politikaları ile işe alınan elemanlar yeterince eğitilememektedirler. İş sahibinin yetersiz teknik bilgi seviyesine sahip olması, teknik eğitimin gereksiz olduğuna inanması ve elemanları yetiştirirse, kendisine rakip olacaklarından korkması, eğitimin önündeki diğer sorun-

lardır.

Bu kısır döngü, bazı acentelerin gelişmesine engel olmakla birlikte, büyüme gösteremeyen işletme içinde sıkıntılar ve huzursuzluklar dış etkenler ile birleşerek tasfiyelere sebep olacaktır.

Acentenin kurumsallaşma süreçlerine illâ profesyonel yöneticiler veya geniş organizasyonlarla geçmeleri şart değildir. Bu aslında onların tek başına yürütebilecekleri bir değişim süreci de olmayacaktır. Acenteler arası kurulacak “partnership” yani ortaklıklar sonucu ortaya çıkacak, ortak yönetim imkânları verimi artıracak, bilgi işlem sistemlerinin daha rasyonel kullanımını ile üretken ve etkin yapılar ortaya çıkabilecektir.

Almanya’da klasik acentenin çoğu kez bir veya iki kişiden oluşması ve yaklaşık 200 milyar TL (1 milyon US Dolar) prim üretmesi geniş kadrolarla ve profesyonel yöneticilerle değil, verimli sistemler sayesinde ve sigorta alan müşteriler ile olmaktadır.

Artan adette sigorta şirketi ve acentesi yeni iş ile büyümeyi istemekte, rekabet ile azalan gelirlerini artırmayı hedeflemektedirler ki bu ancak diğer araçların işlerine saldırmakla ve kan kaybına sebep olmaktadır.

Bu tip acentelerin yapısı içinde emeklerinin %20’sini verdikleri bazı kilit müşterileri gelirlerinin %80’ini; ve zamanlarının %80’ini harcadıkları müşteriler ise gelirlerinin %20’sini



oluşturmaktadır.

Etkin organizasyon gerçekleştiremeyen ve yalnızca iyi niyet ilişkisi ile işlemlerini yürütmek isteyen acenteleri gelecekte sorunlar beklemektedir.

Bilgi birikimi, alt yapı gibi maddi unsurlarını daha iyi geliştiren ve insan ilişkilerinin yanı sıra hizmet kalitesini artırabilen büyük acente veya brokerlar yukarıda belirtilen araçların gelirinin %80'ini oluşturan bu müşterileri ellerine geçirmek için mücadele etmektedir ve edecektir.

Bu konu diğer acentelerin zararı ile sonuçlanacaktır.

*e. Geniş yönetici kadrolarına sahip olan aracı veya brokerlar*

Türkiye'de, acente veya broker statüsünde olan bazı araçların yapıları müşteri odaklı çalışan yöneticiler ve 10-50 kişi arası değişen yönetim kadrosundan oluşmaktadır. Bu tip araçlar uyguladıkları stratejiler gereği ileriye daha güvenle bakmaktadırlar. Yapısal sorunları azdır ve bilgi birikimini çeşitli sayıda yönetici ve tecrübeye sahip kişiler bulundurarak sağlamakta ve hiç değilse teknik olarak daha iyi hizmet verme yapısına sahip olmaktadır.

Bu tip araçların bir kişinin müşteri ilişkisini yönetmesine bağımlılığı olmadığı için büyüme hedefleri daha etkin şekilde gerçekleşebilmektedir.

Kısa ve orta vadede "kaliteli hizmet" anlayışını geliştirerek

kurumsallaşan ve verimli iş ortaklıkları sayesinde yapılarını güçlendiren bu tip araçlar, "tek adam kültürlerini" sürdürmeye çalışan diğer acentelere karşı bilinçli müşteriler karşısında rekabet avantajı kazanacaklardır.

Ancak bu tip araçların da aşması gereken önemli sorunları aşağıda sıralanmıştır:

- Gerekli yetkinliklere sahip yöneticilerin sektörü, kısıtlı ücret kaynakları yüzünden tercih etmemeleri
- Geçmiş şirket politikalarının sebep olduğu sektöre karşı duyulan güven eksikliği
- Sektörün büyümemesi ve yeterli kritik boyuta ulaşmaması.

*f. Olası sonuçlar*

Yukarıdaki iki tip araçtan birincisi, daha organize olup gelirini artırmak ihtiyacında olan diğer araçların kısıtlı altına girmektedir. Ciddi boyutta ezilme ve tasfiyelerin gelecekte ortaya çıkması kaçınılmazdır.

Günümüzde sigorta aracı işletmelerinin rekabet şartları ve benzeri sebepler ile ekonomik olamama haline gelmeleri bir konuyu daha belirlemektedir:

- Sigorta gelirlerinin artışı sınırlıdır,
- Sigorta şirketi ve aracısı adedi artmaktadır,
- Gelirler fiyat düşüşleri sebebi ile azalmaktadır.

Dolayısıyla bu üç kriterin birleşmesi sonucu aracı yeterli

gelir elde etmeyerek iflâs veya tasfiyeye sürüklenebilecektir.

Sigorta fiyatlarının artması genel ekonomik gidiş ve piyasa koşulları sonucu beklenmemelidir. Tek arzulan daha fazla düşmemesi olacaktır.

Sigorta şirketi ve aracı adedindeki artma bir dönem daha devam edebilecektir. Ancak maddî yapıları bozulan şirket ve acentelerde tasfiyelerin başlaması ve yeni birleşmelerin oluşması, yukarıdaki dengeyi artı düzeye çıkarabilecektir.

Yukarıda çizilen tablo, bilhassa geçimini sigorta aracılığından temin eden kişi ve kurumların geleceği sektörün geleceğinde belirleyici etken olmalarından dolayı dikkate alınmalı ve alternatif çıkış yolları ve yöntemler hızla aranmalıdır.

*g. Dünyada "sigortalı" davranışları ve araçlar ile olan ilişkiler*

Türkiye'de aracılık sistemlerinin gelecekteki çıkış noktalarını incelemek konusunda öncelikle dünyadaki sistemleri analiz etmek alternatif sollar geliştirmek açısından yararlı olacaktır.

Dünya üzerinde sayılı ülkelerde uygulanan direkt sigorta satış yolu (Japonya vs.) dışında diğer birçok ülkede araçlar egemen yapı olarak kullanılmaktadır.

Amerika, Fransa, İtalya, İspanya, İngiltere, Almanya gibi

ülkelerde satışın büyük kısmı, orta boy veya büyük aracilar tarafından yapılmaktadır. Bu ülkelerde kurumsal risklerin çoğunluğu brokerlar tarafından ve kişisel sigortaların da acenteler ve küçük mahalli brokerlar tarafından yapıldığı görülmektedir.

Birçok büyük kurumsal müşterilerin "Risk Yönetimi" bölümlerini kurmuş olmaları sigorta konusunda son derece yetkin kişilerin bulunduğunu gösterse de bu tip kuruluşların hiçbir zaman kurumsal acente olmadığı görülmektedir. Ancak bazı hallerde ki bu özellikle nadiren Almanya ve çok nadiren Fransa'da mevcuttur ve kurum brokerları görülmektedir. Bu firmalar genelde Türkiye'nin toplam pazarı kadar prim ödeyen bazı dünya devi kuruluşlardır.

Bilhassa Amerika ve İngiltere'deki kuruluşların çoğu kez brokerlar tarafından yönetilen "dahili" sigorta şirketleri vardır. "Captive Insurer"lar dünyada yaklaşık 2000 kadardır.

Kurumların prim tasarrufu sağlamak için acentelik veya brokerlık almak yerine sigorta riskinin ve priminin bir kısmını üzerinde tutarak "riskin dahili finansmanı" yöntemleri ile tasarruf etmeyi yeğledikleri ve servis alma ihtiyaçlarını karşılamak üzere aracilar ile çalışmaya devam ettikleri görülmektedir.

Yani sigortalının prim giderini kısması servis vereni ortadan kaldırmakla değil yapılan sigortanın şeklinin değişmesi ile

olmaktadır.

Sigorta ürününü sağlayan sigorta şirketi ile satış ve servis kolu olan aracilar birbirinin alternatifini değil tamamlayıcısı olmaktadır. Bu sebeple Türkiye'de de direkt satış sistemleri yerine araciların kullanılması ve gerekirse şirketin desteği ile hizmetin yürütmesi sağlanmalıdır.

Sigorta şirketleri araciların öncelikle satış ve satış sonrası hizmetinde her türlü müşteriye hizmet verebilir hale gelmesi için gerekli şartların yerine gelmesine destek olmak ve aslı işi olan sigorta ürünü hazırlamak, fiyatlandırmak ve hasar desteği vermek işlemlerini yürütmelidir.

## II. Sektör aracilarının olası geleceği ve bu konuda öneriler

Birçok yapısal sorunlar ve eğitim, yeterli mali kaynakların yaratılması ve kaynakların verimli kullanılması ile çözülebileceklerdir.

Sigortacı gelirlerinin artırılması araciların sorunlarını çözmeye gereklidir.

Araciların ekonomik güce ve sağlıklı yapılara kavuşması, yatırımların artması ve ilerleme kaydetmelerine sebep olacak, yıpratıcı rekabet koşullarından sıyrılan araciların yeni iş yaratmaları ve mevcut potansiyelleri etkin değerlendirmeleri söz konusu olabilecektir.

Bu konunun incelemesi ise çeşitli yollar ile mümkün görün-

mektedir.

Öncelikle direkt satış, kurumsal aracilar ve kurumsal müşteri için banka aracilarının yürüttüğü işlemlerin profesyonel aracilara geçmesi sağlanmalıdır. Bu, kısa vadede yeni gelirler sağlayacaktır.

Bir sonraki aşamada yapısal sorunları bulunan araciların bu sorunlarının düzeltilmesi teşvik edilecek ve iki seçenek arasında kalarak ya küçük, bir kişinin satış yaptığı acente olarak kalacak ya da belli bir sınırın üzerinde büyümeyi hedeflerse organizasyonunu genişletmek durumunda kalacaktır. Ancak her acentenin böylesi geniş bir yapıya ulaşması şart olmadığından özellikle yetersiz yönetim becerilerine sahip olan acenteler, küçük boy ve "bağlı" acente olmayı kabul edeceklerdir.

Sigorta şirketleri bu tip bağlı acenteleri için standardizasyona giderek belirli tip çekirdek kadro yapısı önermelidir. Bu şekilde şirket, ufak ve bağlı acentenin de belki 4 belki 5 kişilik kadrosunda görev tanımlarını, iş dağılım organizasyonunu ve belirli bir tip üzerinden organizasyonunu acentesine öğretilmelidir.

Bu belki de acentenin keşfini beklemeden, onun kurumsallaşması için gerekli olan yapının sigorta şirketi tarafından önerilmesidir.

Acentede görev alacak kişilere, her birinin görev tanımına göre bir eğitim verilmesi sağlanmalıdır. Bu teknik, satış, hasar vs. gibi görev tanımları için

de olabilir.

Böylece acentede çalışan kişilerin bir tanımı, yetki alanı ve sorumluluğu yaratılarak mesleğe bağlılığı artırılacaktır.

Dolayısıyla birer işletme uzmanı olmayan acenteleri, kurumsallaşmayı kendi kendilerine keşfetmeleri yerine şirketin bu işi üstlenerek bu yapılanmayı acentelerine öğretmesi gerekecektir.

Bu son değinilen bölüm çok ciddi bir eğitimi ve bilgi aktarım sürecini şart koşmaktadır. Sigorta şirketleri böylesi bir yatırımı yalnızca bağlı acentelere yapmayı kabul edebilirler ancak bağımsız acenteler de şirketlerin önemli iş kaynağı olduğuna göre bu konuda ayırım yapmamaları, getirisi daha yüksek olan bir strateji olacaktır.

Günümüzde, satış elemanlarının mevcut potansiyelleri iyi değerlendiremeyip müşteri kaybetmelerinin ana nedeni bilgi, beceri eksikliği olduğuna göre, şirketlerin eğitim planlarını, eksik yetkinlikleri giderme amacıyla yapmaları gerekmektedir.

Sektördeki iyileşme yalnızca satıcı eleman eğitimi ile kalmayıp, müşterinin de bilinçlenme sürecini içerdiğinden, satıcı elemanların müşteriye gerekli bilgiyi aktarabilecek seviyeye gelmeleri ve buna zaman ayırmaları gerekmektedir.

O halde yurt dışında görülen tablolar dahilinde, Türkiye'deki durumun ne şekilde geliştiği ve gelişmesini ne şekilde sürdüreceği konusunda tahmin yapmak

mümkündür. Bu tahminleri yapmak mümkün olduğu gibi bu şekilde gelişmesi beklenen sisteme destek olacak önlemlerin ve teşviklerin alınması gerekecektir. Yani sistemin aksine öneriler ve gelişmelere aykırı teşvikler verilmesi, eldeki kaynakların yanlış kullanımı, acentelerin verim kaybetmesine ve piyasanın küçülmesine sebep olacaktır.

Sigorta şirketlerinin genelde günümüzde Tied Agent yani bir tek şirkete bağlı acente sistemini desteklediği görülmekte ve Multi Agent veya Brokerlara karşı bağlı acentenin tercih edildiği veya bazı işlerde bağlı acente ile çalışmanın desteklenip brokera destek verilmediği görülmektedir.

Ancak az sayıda şirket yurt dışı piyasa tecrübelerine dayanarak brokerlar ile daha verimli olarak çalışmayı amaç edinmektedirler. Pazar paylarının broker ve multi acentelerle ilgili kesimi belirlenmeden bağlı acenteliğin şart koşulması pazarın genel arzuna karşı bir tavır olacaktır.

Yalnızca profesyonel araçları incelersek, önümüzdeki yıllarda görülecek gelişme çerçevesinde yapılarının ve iş portföylerinin şu şekilde olması beklenmelidir:

#### *a. Bağlı acente*

Bir tek şirket ile çalışan bu tip acenteler var olmaya devam edeceklerdir. Genel olarak bugünkü yapılarını koruyarak, a-

cente sahibi ve 2 ilâ 6 çalışandan oluşacaktır. Ancak kurumsal iş yapmak bu tip acenteler için daha zor olacaktır.

Bağlı acentelerin kurumsallaşması tezi gerçekçi değildir. Bu tip acente mevcut sistemini sürdürecektir ve ikinci nesil var olmadığı takdirde acentenin kişisel becerisi hayat süresi ile sınırlı olacaktır. ancak şirketin bu tip acenteye örnek bir sistem önermesi, acentenin dahili organizasyonunu iyileştirmeye götürebilir.

Bağlı acentelerin yapıları içerisinde bireysel müşterilere optimal hizmet sunarak örneğin poliçe tanzimi, prim tahsilâtı ve yenilemeyi kolaylaştıracak sistemler geliştirilmelidir. Yani bir acente bir ev poliçesini yenilemek için birçok görüşme ve tahsildar ziyareti yapmamalıdır. Bağlı acentelerin ve bireysel sigortaların çok sistematik, ekonomik ve kolay işler hale getirilmesi zorunluluğu vardır.

Aksi takdirde müstakil acenteler bireysel iş ile yaşayamayacak ve bu branş satılamayacağı için pazarın genişlemesi mümkün olmayacaktır.

Sonuç olarak hem kurumsal işlerin hem de bireysel işlerin sayıca çoğaltılması, masrafların azaltılması ve verimin artırılması söz konusu olmadıkça, bu tip acentelerin sektörü terk edecekleri veya yan iş olarak yürüteceklerini öngörmek yanlış olmayacaktır. Yan iş olarak sürdürülen acenteliklerin sektöre fayda sağlamayacağı ise aşikârdır.

## *b. Multi acente*

Her ne kadar orta veya uzun vadede bu tip bir sınıfın yukarıda veya aşağıda belirtilen gruplara dahil olması beklenilirse de, şu aşamada önemli bir yer tutmaları dolayısıyla incelenmeleri gerekecektir.

Multi acenteler davranış biçimleri itibariyle yani, sigortalıya tavsiyede bulunma, yön gösterme ve sigorta şirketini fiyat ve şeraite göre seçme itibariyle birer küçük yerel broker gibi davranmaktadırlar.

Müşteri grupları içerisinde bireysel müşterinin yanı sıra orta boy kurumsal müşterileri de mevcut olup, ileride bağlı acente veya broker olmalarına göre bu portföy yapıları değişecektir.

Ancak brokerlık lisansını almak için başvuracak olan her acentenin de bu lisansı alacağı garanti olmadığı için ve broker olmanın şartlarını sermaye, meslekî sorumluluk sigortası gibi konuları yerine getiremeyeceği düşünülür ise, birçok multi acentenin sigorta şirketleri izin verdiği sürece bu halde kalabilecekleri ancak bir süre sonra sigorta şirketlerinin bu tip acenteleri ya broker ya da müstakil acente olmaya zorlayacağı tahmin edilmektedir.

Multi acentelerin acente sahibi ve yanında çalışan 4 ilâ 15 kişilik kadrodan oluşan mevcut yapılarından çıkararak kurumsallaşmayı ve "tek adam kültürünü" aşabildikleri takdirde başarılı olabilecekleri ve brokerlığa

uzanabilecekleri, aksi halde bağlı acente olmak veya belki de piyasa şartlarının getireceği zorlamalar ile meslekten ayrılacakları düşünülmelidir.

## *c. Brokerlar*

Brokerlar kurumsallaşma yolunda ciddi adımlar atmış, bilgi ve beceri olarak çeşitli dallarda uzmanlık sahibi farklı kişileri bünyesinde bulunduran ve iş akışına göre yapı içerisinde birçok tecrübeli yönetici ile müşteri hizmeti veren kurumlardır.

Bu kurumların görevi, sigortalıya gerekli danışmanlık hizmetini vermek ve sigorta planının oluşmasında yol göstererek sigorta alımına aracılık etmektir.

Bu tanım özellikle acentelikten doğma yapılar içinde olan bazı brokerların varlığı göz önüne alınırsa, her firma için doğru olmayacaktır.

Türkiye'de uluslararası ağların devamı olan brokerlar ve yerel brokerlar mevcuttur.

Bilgi çağında küreselleşmenin sonucu olarak hem Türkiye'de hem de dünyada görülen şirket birleşmelerinin ve ortaklıkların gücü artırdığı, bazı firmaların ise modern yönetim anlayışı sayesinde büyümelerinin söz konusu olduğu mevcut durumda, yetişemeyenler hızla yok olmaktadır.

Rekabet gücünü artırarak büyüyen firmaların ihtiyaç duydukları profesyonel sigorta hizmetini brokerlarda bulacakları tahmin edilmektedir.

Bu sebep ile birçok Türk kurumu birleşmeler ile uluslararası kurum kimliğine bürünmekte ve yabancı sermayenin girdiği kurumlarda zaten yabancı brokerın Türkiye temsilcisinin bu servisi yaptığı bilinmektedir.

Benzeri gelişme, büyüyen yerel kurumsal firmalarda da görülecektir. Sermaye yapısı yerel olarak kalsa bile yönetim şekli değişen kurum karşısında daha nitelikli ve nicelikli bir sigorta aracı arayacaktır.

Dolayısıyla acentelerin konularından farklı olarak brokerların pazarları bu sebeple büyümektedir. Zaten dünyadaki brokerların mevcut pazar payları bizdeki bu gelişmenin çok önceleri yurt dışında yaşadığını göstermektedir.

Hali hazırda Türkiye piyasasında bulunan brokerlar bilgi ve becerilerinin el verdiği ölçüde daha çok kurumsal iş yapmayı arzu etmekte ve bu işlerle büyümektedirler. Bu sebeplerdir ki acentelerin mevcut kurumsal işleri sayıca ve bilgice artmakta olan brokerların hedefi olmaktadır. Gelecekte kurumsal müşteriler acentelerden brokerlara doğru kayacaktır.

Bazı multi acentelerin de brokerlığa geçeceği varsayılırsa bu tip araçların pazar payı önümüzdeki yıllarda bir hayli artacaktır.

Brokerın şirket seçme özgürlüğü de düşünülürse bazı sigorta şirketleri ürün farklılığı yaratamayacağı veya Multi Acente veya Brokerlara karşı

tutumları olumlu tavır geliştiremedikleri hallerde ciddi pazar sıkıntılarını yaşayabileceklerdir.

*d. Sigorta şirketinin değişik tip araçlara karşı tutumunun pazar payları üzerinde olası sonuçları*

Halen 60'ın üzerinde sigorta şirketi, kurdukları acenteler veya banka ağları ile pazar payının bir kısmını ellerinde tutmaktadır. Bazı şirketler yalnızca bağlı aracı ile iş yapmayı istemektedir.

Sigorta şirketleri pazar paylarının aracılardan bağımsız olması halinde daha kolay yer değiştirebileceğini ve böylelikle durağan olan pazar paylarının değişmekte olduğunu görmektedir. Bu değişim lehte veyaaleyhte olmaktadır. Ancak değişen piyasa koşulları sebebiyle rekabetçi şartlara sahip olmak isteyen müşteriler ve aracılardan bağımsız olmak isteyecek ve bağlı acentelerin bu sebeple iş alanları daralacaktır.

Sigorta şirketleri bir yandan acenteleri bağlı yapmak çabasını sarf ederken bağımsız aracılardan olan ilişkilerini dengeleyemedikleri hallerde, bağımsız aracılardan elindeki Pazar paylarını kaybetme tehlikesi içine gireceklerdir.

Yukarıda açıklanan tablo içerisinde serbest piyasa taleplerinin bağımsızlık ve rekabet getireceği kabul edilmelidir. Sigorta şirketlerinin aksi yön-

de hareket etmeleri, bağımsız aracılardan tarafından tercih edilmemelerine neden olacaktır.

Bu sebeple bağımsız aracılardan ve brokerların tercih ettiği sigorta şirketlerinin pazar paylarını büyütecekleri rahatlıkla öngörülebilir.

### III. Aracıların gelir kalemleri hakkında öneriler

Başka bir konu, aracılardan gelir kaynakları ve komisyonlardır. 1997 yılı içerisinde artan rekabet ve yukarıda sözü edilen konular sebebiyle birçok sigorta acentesi gelirlerinin azaldığını ve daha çetin mücadele getirdiğini görmüştür.

Gelirler üzerindeki bu olumsuz gelişmeler ile birlikte aynı zamana gelen bazı yasal değişiklikler komisyon oranlarının serbest bırakılmasının tartışılması ortamını doğurmuştur.

Komisyon oranlarının ne şekilde belirleneceği konusunda çeşitli görüşler vardır ancak bunlar kısaca sıralanarak, içeriklerine aşağıda değinilmiştir:

#### a. Mevcut durum

Halen sigorta şirketleri sigorta fiyatını belirler ve acenteye bu fiyat içinden bir komisyon verir. Acente komisyon oranına ve dolayısıyla toplam brüt primin miktarına karar veremez.

#### b. Şirketin net fiyat vermesi ve komisyonu acentenin belir-

*lemesi*

Bu yeni yaklaşımın son derece olumsuz yönleri olacaktır. İş alma arzusu sonucu acenteler komisyonlarını azaltarak aynı şirkete ait farklı fiyatları müşteriye götürecek ve şirketlerin saygınlığı da zedelenecektir.

Kaçınılmaz olarak böyle bir sistem bazı acentelerin daha az gelir elde ederek kapanmasını beraberinde getirecektir.

Halen 60 adet şirketin fiyatların azlığından şikâyet ederek daha fazla indirim yaptığı bir piyasada 12.000 tane komisyonun azlığından şikâyet eden acente bu konuda karar inisiyatifini elinde tutar ise olabilecekleri tahmin etmek kolaydır.

#### c. Komisyonların bir minimum veya bir maksimum sınır ile serbestçe belirlenmesi

Halen maksimum sınırı olan bir serbesti zaten mevcuttur ve fazla bir sorun yaşanmamıştır ancak bazı özel hallerde bu maksimum sınır sıkıntı yaratmaktadır. Aynı şekilde minimum sınır da bazı özel projelerde ve işlerde sorun yaratacaktır. Dolayısıyla doğru sistem bu gelir kalemini aşağıdaki iki şekilde vermektir:

#### - Ana komisyon :

Sigorta şirketlerinin tümü ellerinde bir istisna kuralı ile beraber standart bir komisyon oranını kullanmalıdır. Bu oranların tespiti, acente dernek-

leri, brokerlar ve şirketler ile gerekli devlet organlarının hazır bulunacağı bir toplantı çerçevesinde yapılmalı ve mevcut oranların bazılarında değişiklikler içermelidir. Bu yeni tip oranları şirketler ortak olarak kabul etmeli ve kullanmalıdırlar.

Bazı özel işlerde sigortalanacak projenin ve poliçenin özelliği sonucu veya sigortanın "fakültatif reasürans" olması halinde sigorta şirketi acente veya brokera farklı bir komisyon uygulayabilmeli ve bu konu kanunla kısıtlanmamalıdır.

Mevcut sistemde komisyon gelirleri büyük ölçüde makuldür ancak sadece yangın branşında teminat bazında komisyon belirlemek yerine tek komisyon ile tüm branş için %17.5-20 gibi bir komisyon belirlemek uygun olacaktır.

Reasürans komisyonlarının daha yüksek ve hasar sıklığının daha düşük olduğu bu tip sigortaların satışını teşvik etmek faydalı olacaktır.

Ek olarak yangın branşında sivil ve ticarî ev, işyeri paket sigortalarında bir miktar daha yüksek komisyon ile bireysel riziko satışının teşviki faydalı olacaktır. Bu tip sigortalar bağlı acentelerin temel ürünü olacağı için de önemlidir. Bireysel yangın sigorta paketlerinde komisyon oranının %22.5 civarında olması uygun olacaktır.

- Mevcut sisteme ek olarak teşvik komisyonu, "Rappel" uygulaması :

Halen teşvik komisyonu uygulaması vardır ancak cüzi oranlarda gelir getirmektedir. Çok şeffaf olmayan mevcut teşvik primi hesabını şirket kendi arzulanmış şekilde hesaplayabilmekte ve dolayısıyla acente bu sistemi çok fazla sorgulayamamakta, hakkını tam olarak alıp almadığını bilememektedir.

Teşvik komisyonunun, aracıları daha fazla teşvik edebilmesi ve "iyi iş" düzeni için sigorta şirketinin prim/hasar dengesi yanı sıra, tahsilât süresi, malî gelirler, reasürörlere verilen prim ve alınan hasar kalemleri de göz önüne alınarak, "kâr paylaşımı" şeklinde ve gerekli yerde daha fazla gelir getiren, bazı yerde ise olumsuz etki eden bir hale getirilmesi uygun olacaktır.

Sigorta şirketi kendi politikası içerisinde istediği tip aracıya bağımlı veya bağımsız acente veya broker olsun, istediği şekilde kullanabileceği şeffaf bir hesap sistemi ile bu kâr paylaşımını verebilmekte serbest olmalıdır.

#### **IV. Sigorta pazarının büyümesi yolunda acente-şirket ilişkileri**

Sigorta pazarının arzu edildiği ölçüde büyümediği malumdur. Bu konudaki eksiklikleri ortaya çıkarmak için şirket - acente ilişkilerini gözlemlemek faydalı olacaktır.

Genel kabul görmüş hizmet ve ürün satış yöntemleri malın cinsine göre farklı pazarlama ve satış tekniklerini gerektirir. Bu konuda bazı ana hatlar şu şekildedir:

Günümüzde sigorta şirketleri reklâmı daha ziyade şirketin imajını vurgulamak amacıyla kullanmaktadır. Çok azı sunulan ürünlerle ilgili bilgi aktarır. Genelde ana hedef şirketin adının gücünü ve başarısını pekiştirmektedir.

Malın satışı, pazarlama yöntemleri ile öncelikle pazarda ürün için talep yaratımı ile başlar. Daha sonra üretici yani şirket satış kolları ile bu talebi yapan müşteriye ulaşır ve satışı yapar.

Acente pazarlamadan çok bir satış koludur. Dolayısıyla pazarlama desteği olmadan acentenin satış yapması, bilinmeyen bir müşteriye bilmediği bir ürünü satmak gibidir. Mevcut durumda acentenin öncelikle müşteride talep yaratması ve bir sonraki aşamada ürünü satması beklenmektedir ve sanırım müşterinin profili de göz önüne alındığında acenteden imkânsız başarması istenmektedir.

Kaldı ki günümüzde acente, satışını çoğu zaman ancak tanıdığı kişilere yaparak gerçekleştirmektedir. Müşteriden talep gelmediği takdirde, doğrudan doğruya kapıya satış usulünü de deneyemediği için satış potansiyeli sınırlı kalmaktadır.

Ürüne yönelik pazarlama ile sigortalıda talep yaratılması, acentenin satış yapmasını kolaylaştıracak ve yeni müşterilere ulaşılmaya destek sağlayacaktır.

Hedef kitle ve pazar bölümünün tanımlanması ile müşteri profilinin ortaya çıkarılması, bu profil için uygun ürün yelpazesinin belirlenmesini sağlayacaktır. Ürünü müşteriye riskin tarifi ile birlikte tanıtmak ve onu bilinçlendirmek sektör açısından sağlıklı bir pazarlama yaklaşımı olarak benimsenmelidir.

Bu yeni bir ürün ise acente bu konuda daha önceden eğitilmeli, müşteri talebini yaratmanın yanı sıra satış kolu olan acentenin müşteri ile ilişkiye hazır olması sağlanmalıdır.

Üzerinde durulabilecek bir başka konu ise şirketlerin "niş" pazarlar (belli sektörler) için ürün farklılıkları yaratmaları ve acentelerin bu farklılıklar doğrultusunda yeni müşteri bölümlerine yönelmelerini sağlamaktır. Bu sistem yeni pazarların açılmasında da faydalı olacaktır.

## V. Sonuç

Yaklaşık on yıldır sigorta sektörünün patlaması beklenen ülkemizde daha ziyade ağır bir gelişme yaşanmıştır.

Gerçek olan ise kısa sürede bir patlama olmayacağı ancak hedef olan kayıtlı kayıtsız milli hasılanın %1.5'i düzeyinde,

yani bugünün üç katı olan bir pazara kaç yıl içinde ulaşılabileceği sorusudur.

Sigorta şirketlerinin araştırmalara dayanan gerçekçi tahminler ile 3 ve 5 yıllık planlar yapması ve ümit ettiğimiz yarınlara hem kendilerini hem de acentelerini hazırlaması gerekmektedir.

Aracıların vazgeçilmez ve belki de bazı pazar segmentlerine ulaşmanın tek çaresi olduğu düşünülürse iki üç yıl sürececek bir iyileştirme sürecinin bir an önce başlaması kaçınılmazdır.

- Aracıların rasyonel hale gelmesi, bazı direkt satış yöntemlerinin azaltılması, aracı sayılarının mevcut pazara uygun sayıya inmesi birinci hedef olmalıdır.

- İkinci hedef, aracıların yapılarının güçlenmesi için kurum kimliği kazanmaları ve teknik gelişmelerinin desteklenmesidir. Yukarıda belirtildiği gibi aracıların sayısının azaltılması, sigorta şirketinin yapması gereken bu yatırımı rasyonel kılar.

İyileştirme sürecinin devamında ise, pazarda talep yaratmayı destekleyerek aracıların satış hacimlerini geliştirmelerine yardımcı olunmalı ve bu belirli bir pazarlama stratejisi içinde yer almalıdır. Gerçekçi bir yaklaşım içerisinde toplam 5 milyar US Dolarlık bir hayat dışı pazar büyüklüğüne ulaşılması belki de 7 yılı bulan bir zaman dilimi içinde olacaktır.

Değişen pazar şartları, sigorta şirketi ile aracı arasındaki ilişkinin önemini altını tekrar çizmiş ve şirketlerin bu ilişkinin gelişimini destekleyecek politika teorileri oluşturmaları sağlanmıştır.

Asıl beklenen; bu politikaların kısa vadede hayata geçirilmesine elbirliği ile çalışılmasıdır.

**Mert YÜCESAN**  
**San J&H Marsh &**  
**McLennan**

## Kaynakça

- Johnson Higgins, 1995, *Insurance Market Review and Forecast*
- Johnson Higgins, 1996 *Insurance Market Review and Forecast*
- *Annuaire 1996, 1997 Federation Française des Courtier D'Assurance et de Reassurance*
- *Sigma World Insurance in 1995, No.4/1997*
- *Sigorta şirketleri-Acente ilişkileri (Hayat Dışı) Paneli, 27 Şubat 1997, İktisadi Araştırmalar Vakfı*
- *Sigorta Sektöründe Acente Şirket İlişkileri, Dr. Hakan Özcan*

## Turizm Sektöründe Sigorta

### Giriş

**T**urizm; başlıca unsuru insan olan, dünyada pek çok ülkede en önemli sektörler arasında gelen ve başarısı, istikrarı gelen turistlerin memnuniyetine bağlı olan bir sektördür. Turistlerin memnuniyeti ile, olası kaza ve benzeri olumsuz olaylar için tedbir alınmasını sağlayan seyahat sigortacılığı arasındaki yakın ilişki, turizm sektöründe sigortacılık faaliyetlerinin önemini iyice vurgulamaktadır.

Turizm, gerek dünyada gerek Türkiye’de, başta ekonomik boyuttaki katkısı olmak üzere, sosyal ve kültürel etkileriyle de önemi gittikçe artmakta olan bir sektördür. Bu sektör başlıca; konaklama, yiyecek-içecek, seyahat ve ulaştırma alt gruplarından oluşmakla birlikte, eğlence ve animasyon, kültür ve sanat faaliyetleri, kamp ekipmanı, spor malzemeleri gibi alt sektörleri de yakından ilgilendirmektedir.<sup>1</sup> Turizm, insanların kendi yaşadıkları veya çalış-

tıkları yerden başka bir bölgeye; tatil, eğlence, sağlık, spor, eğitim, toplantı ve benzeri bir nedenle 24 saatten fazla bir süre için gitmeleri ve bu süreçte seyahat ile ilgili hizmetlerin üretimi ve dağıtılması ile ilgilidir.

Dünya ölçeğinde turizm sektörü her geçen gün hızla gelişmektedir. Yaklaşık 50 yıl önce yılda ortalama 25 milyon turist yurt dışı seyahat yaparken, bugün bu sayı 500 milyon üzerine çıkmıştır ve bu durumun gelecek yıllarda daha da artması, gelişmesi beklenmektedir. Dünya Turizm Örgütü (WTO) istatistiklerine göre, 2000 yılında uluslararası turizm yıllık 530 milyar Amerikan Doları gelir yaratacak ve dünyada 630 milyon turist uluslararası seyahat yapacaktır.<sup>2</sup>

Dünyada dış turizm gelirlerinin toplam ihracata oranı ortalama %7, yatak sayısı 25 milyon, turist sayısı 592 milyon ve turizm endüstrisinde toplam üretim 4.3 trilyon \$’dır. Halen, turizm dünya çapında 255 milyon kişiye istihdam olanağı sağlamaktadır, bu

sayının 2010 yılında 285 milyon kişiye ulaşması beklenmektedir.<sup>3</sup> ILO’nun<sup>4</sup> çalışmalarına göre; OECD ülkelerinde çalışan her 20 kişiden biri turizm alanında çalışmaktadır. Dünya seyahat ve turizm konseyi raporlarında; turizmde iş gücü artışının %5.2’lik yıllık artışla bütün sektörler arasında en yüksek artışa sahip olduğu belirtilmektedir. Diğer sektörler de dikkate alındığında ise, dünya istihdam artış oranı genel olarak %2.45’tir.<sup>5</sup> Bu göstergeler, diğer sektörler arasında turizmin yüksek bir iş gücü potansiyeli yarattığını belirlemektedir.

### Türkiye’de Turizm Sektörü

Turizm, Türkiye için de gerek ekonomik gelişme gerek uluslararası tanıtım açılarından önemli bir sektördür. Turizm ülkemizde hızla gelişmektedir. Örneğin, 1963 yılında 198.841

<sup>1</sup> Hoandle, Beth Walter, “Extention and Tourism Development”, *Journal of Extention*, Vol.28, No.2, Summer 1990.

<sup>2</sup> WTO (Dünya Turizm Örgütü) istatistikleri

<sup>3</sup> Uygun Nuri, *50. Yıl Sempozyumu, Gelecek 10 Yılda Turizm Sektörünü Bekleyen Sorunlar Tebliğ Kitabı, Ağustos 1997, Ankara, s.142-143.*

<sup>4</sup> ILO (International Labor Organization) Raporu

<sup>5</sup> World Travel and Tourism Council istatistikleri



olan ülkemize seyahat yapan yabancı turist sayısı, 33 senede 40 kattan fazla artarak, 1997 yılında yaklaşık olarak 9.700.000 turiste ulaşmıştır.<sup>6</sup> Turizm ekonomik gelirler açısından da önemlidir. 1963 yılında yaklaşık 7 milyon Amerikan doları olan turizm gelirleri, 1997 yılında 7.2 milyar doları aşmıştır. Yıllar itibarıyla Türkiye'ye gelen turist sayısı ve turizm gelirleri Tablo 1'de gösterilmiştir.<sup>7</sup>

gelmektedir.<sup>8</sup> Yine WTO'nun çalışmalarına ve Turizm Bakanlığı'nın hedeflerine göre, Türkiye'ye gelen yıllık yabancı turist sayısının 2000'li yılların başlarında 15-20 milyona erişmesi beklenmektedir. Yine, elde edilen turizm gelirleri de Türkiye'nin ekonomisi için önemli bir durumdadır, örneğin 1995 yılında turizm gelirlerinin tüm ihracat arasındaki payı yaklaşık %22.9'dur. 1997 yılında bu oran yani dış tu-

anlaşmaktadır. Kimi verilere göre bu sayı 3-5 milyona hatta "Travel Tribune" gibi bazı dergilere göre 10 milyona kadar ulaşmaktadır. 1997 yılında, sektörde 262 bini konaklama alanında olmak üzere, turizmle doğrudan bağlantılı olarak toplam 522 bin kişi çalışmaktadır.

Turist sayısındaki artışa paralel olarak, Türkiye'de son yıllarda otel sayıları, yatak sayıları ile seyahat acentesi sayıları da artış göstermiştir.

**Tablo 1**

Yıllar	Gelirler (bin \$)	% Artış	Yıllar	Turist Sayısı	Bir önceki yıla göre % artış
1963	7659		1963	198841	
1970	51597	67.2	1970	724784	36.4
1975	200861	38.9	1975	1540904	21.2
1980	326654	16.2	1980	1288060	-8.3
1985	1482000	45.3	1985	2614924	20.3
1990	3308400	22.3	1990	5389308	20.6
1995	4955000	49.7	1995	7747389	14.3
1996	6536000	31.9	1996	8582000	11.2
1997	7200000	10.1	1997	9700000	13.02

Yukarıdaki sayıları incelediğimizde, son otuz üç yılda gerek turizm gelirleri gerek turist sayısında sürekli yükselme görülmektedir. Örneğin, son otuz senede Türkiye'ye gelen turist sayısındaki artış yüzde 40'tan fazladır. Yine, WTO'nun kıyaslamalı istatistiklerine göre, 1996 yılı turist geliş sayısındaki yıllık artış itibarıyla Türkiye, Avrupa sıralamasında İtalya'yı takiben %12'lik artış ile ikinci sırada

rizm gelirinin toplam ihracata oranı yaklaşık %28 olarak belirlenmiştir.

Turizmin istihdam yaratma olanaklarına gelindiğinde, OECD verilerine göre 1995 yılında Türkiye'de turizm sektöründe istihdam edilen kişi sayısının 129.000, yani toplam işgücünün %7'si olduğunu görmekteyiz. Turizm ile bağlantılı sektörler ve dolaylı işgücüne bakıldığında bu sayının fazlası ile artmakta olduğu

Yıllar itibarıyla Türkiye'de faaliyette bulunan turistik yatak sayısı ve seyahat acentesi sayısı şu şekildedir:

Yıllar	Yatak Sayısı
1987	106306
1990	174487
1995	321422
1997	596500

\*Veriler Turizm Bakanlığı istatistiklerinden alınmıştır.

<sup>6</sup> Turizm Bakanlığı verileri.

<sup>7</sup> Turizm Bakanlığı verileri.

<sup>8</sup> WTO yıllık ülkeler arası

kıyaslamalı turizm istatistikleri.

1987'de yatak sayısı 106.306 iken, 1997 yılı itibarıyla işletme, yatırım ve belediye belgeli olmak üzere toplam yatak sayısı 596.500'dür ve hedef, yatak sayısının 10 yıl içerisinde 1 milyona çıkarılmasıdır.

Yıllar	Acente Sayısı	Yıllık Artış %'si
1975	188	
1980	289	53.00
1985	500	73.00
1990	948	89.00
1991	1224	29.11
1992	1463	19.50
1993	1737	18.70
1994	1955	12.50
1995	2252	15.19
1996	2743	21.80

Türkiye'de turizm sektörüne ilişkin bu istatistiklere ilâve olarak, yat limanı sayısı toplam kapasite 11.449 olmak üzere 27'dir. Yat yatağı 32.000, uçak koltuğu 21.905 ve turist rehberi adedi 7.000'dir.<sup>9</sup>

## Turizmde Sigorta

Sigorta gerek seyahat planları yapan turist için, gerek turiste seyahat paketini sunan seyahat acenteleri, ulaştırma firmaları, restoran ve otel yöneticileri için bazı durumlarda yasal zorunluluk da arz eden son derece önemli bir

konudur. Dolayısıyla seyahat ve turizme ilişkin sigorta gerek müşterileri yani turistleri, gerek turizm arz gruplarını yani turizm hizmetlerini pazarlayanları, gerekse ulusal boyutta devleti ve ilgili kurumları yakından ilgilendirmektedir. Seyahat sigortası aşağıda sıralanan hususlardan birini veya birden fazlasını içerebilmektedir;<sup>10</sup>

- tıbbi müdahale ve hastane masrafları,
- kişisel kazalar ve yaralanmalar,
- tatil programının ertelenmesi veya iptali, otel odalarının rezervasyonunun iptali vb.
- rötarlı uçuş programları, aktarmalarda rötara bağlı sorunlar,
- kayıp bagaj veya gecikmeli gelen bagaj,
- para kaybı,
- kişisel sorumluluklar.

Son 15-20 yıldır uluslararası turizmde yaşanan büyük artışın nedenleri arasında; hayat standardının yükselmesi, ulaştırma ve konaklama kapasitelerindeki artış, uluslararası ticaretin yoğunlaşması, tatile ayrılacak zamanın artması gelmektedir. Bilhassa son yıllarda bu nedenler yüzünden artan üçüncü yaş turizmi de denilen, 55 yaş üzerindeki turistlerin sayısının artması ile birlikte turizmde hastalık ve kazalar sonucunda oluşan problemlerin sayısının da art-

tığı görülmektedir.<sup>11</sup> Bir tatilde turistleri bekleyen olası hastalıklar ve kazalar arasında en yaygınları şunlardır;<sup>12</sup>

- *Yiyecek zehirlenmesi:* En yaygın turizm hastalıkları arasında yer alır. Gerek yiyeceklerin hijyenik olarak hazırlanmaması, saklanmaması veya servis yapılmaması sonucunda oluşan değişik bakteriler tarafından yiyeceklerin bozulması, gerek turistlerin beslenme alışkanlıklarının yerel yiyeceklere uyumlu olmaması sonucunda yiyecek ile ilgili hastalıklar oluşabilir. Bunun yanı sıra, kolera, salmonella ve stafilokokus bakterileri ile hepatitin değişik türleri de, yemek ve içmek yolu ile turistlerin karşılaşabileceği hastalıklardandır.

- *Böcek ısırması:* Turistleri bekleyen bir başka tehlike de gidilen yörede akrep, yılan, çıyan ve benzeri zehirli böcek ve haşarat tarafından ısırılmaktır. Bu ısırılmaların bazıları, sağlık kuruluşuna başvurulması veya serum verilmesi şeklinde önlem alınmadığı takdirde ölümcül olabilmektedir. Bunlara ilâve olarak, Afrika, Orta Amerika, Güney Amerika, Güney Doğu Asya, Hindistan ve bazı Orta Doğu

<sup>9</sup> Güreli Ali, "Hizmet Sektörü 21. Yüzyılda Daha da Hızlı Büyüyecektir", *Hotel Dergisi*, Sayı: 8, Haziran 1998, s.81.

<sup>10</sup> Holloway Christopher, *The Business of Tourism*, Pitman Publishing, 1989, s.149-150

<sup>11</sup> Morrison A., *Hospitality and Travel Marketing*, Delmar, 1989, s.157.

<sup>12</sup> Lundberg Donald, *The Tourist Business*, van Nostrand Reinhold International Co., 6<sup>th</sup> Edition, s.294-303.

ülkelerinde sivrisineklerle bu-  
laşan sıtmaya da yaygın olarak  
rastlanmaktadır.

• *Kirli sular:* Havuzların ba-  
kımının ihmal edilmesi, yeterli  
klor eklenmemesi, denizlere  
kanalizasyon ve kirli suların a-  
rıtılmadan akıtılması ve bu tür  
ihmaller sonucunda, bu kirli  
sularda yüzen veya bu suları  
kullanan turistleri pek çok  
hastalık beklemektedir.

• *Ozon hastalığı:* Yüksek ra-  
kımlarda solunan yüksek ozon  
oranları da turistler için ciddi  
bir sorun olabilmektedir. Mil-  
yonda on parçadan daha fazla  
ozon miktarı, akciğerlerde ka-  
namaya ve ölüme neden ola-  
bilmektedir. Ozona ilişkin so-  
run 1976'larda diğer uçaklara  
nazaran daha yükseklerde u-  
çabilen Boeing 747 uçakları  
ile başlamıştır. Ozon Kuzey  
Kutbu'nda, güneye göre dün-  
yaya daha yakın mesafede  
bulunmakta ve alkolle birleş-  
tiğinde rahatsızlık veren etki-  
leri daha da artmaktadır.

• *Kulak ve sinüslerde sorun:*  
Yüksek rakımlarda iç kulak  
basıncı ile uçağı çevreleyen  
basınç arasındaki fark, günler-  
ce sürebilecek uğultu ve geçici  
sağırılığa yol açmaktadır. Sakız  
çığnemek, esnemek ve çene  
ile ilgili hareketler bu soruna  
çözüm olabilmektedir. Soğuk  
algınlığı veya grip geçirenler  
ile sinüzitlerinden rahatsız o-  
lanlar, uçuşlarda özellikle ra-  
hatsız olmaktadır. Bu yol-  
culara solunum yollarını ra-  
hatlatıcı ve kurutucu ilaçlar ile

burun damlalarını yanlarına  
almaları özellikle tavsiye e-  
dilmektedir.

• *Yolculuk yorgunluğu:* Se-  
yahat koşullarına bağlı olarak  
gerek uçak, gerek deniz, ge-  
rekse araba ile yapılan yolcu-  
luklarda, turistlerin koşullara  
bağlı rahatsızlık hissetmeleri  
de son derece yaygındır. Halk  
arasında "araba tutması, deniz  
tutması veya uçak tutması"  
şeklinde kullanılan tabirlerle  
de, yolculuk koşullarına bağlı  
olarak ortaya çıkan bu tür  
hastalanmalar veya rahatsız-  
lıklar anlatılmaya çalışılmak-  
tadır. Bunun yanı sıra, gidilen  
bölge ile yerel bölge arasın-  
daki saat farkı, iklim farkı ve  
benzeri durumlar da yolculuk  
yorgunluğuna sebebiyet ver-  
mektedir.

• *Yüksek oranlarda ısı, nem,  
güneş:* Doğrudan güneş ışın-  
larına uzun sürelerde ve bil-  
hassa gündüz 11.00-15.00 ara-  
sında maruz kalma sonucu gü-  
neş çarpmaları ve güneş ya-  
nıkları oluşmaktadır. Yine  
yüksek ısı dereceleri; dehid-  
rasyon, terleme, susuzluk,  
kuvvetsizlik ve bayılmalara  
yol açabilmektedir. Uzun va-  
dede yüksek ısı, sıcaklık  
kramplarına neden olabil-  
mekte, hatta beyinde hasar ya-  
pabilmektedir. Yüksek ısı ka-  
dar önemli bir başka konu da  
nem yani rutubet oranıdır.  
Yüksek nem yüksek ısı ile  
birleştiğinde, etkisi çok daha  
fazla olmaktadır. Pek çok tro-  
pik bölgede %90'a yaklaşan

nem oranları son derece ola-  
ğandır, bu yüzden turistlerin  
bu hususlara dikkat etmeleri  
gerekmektedir.

Turistler, tatil programları  
süresince yukarıda sıralanan  
pek çok hastalığın yanı sıra,  
daha önce de bahsi geçen; ka-  
za, bagaj ve eşya kaybolması,  
hırsızlık, iptaller gibi çeşitli  
olumsuz koşullarla karşı kar-  
şıya kalabilmektedirler. İşte,  
bu kötü olayların telâfisi için  
seyahat sigortası yapılması  
son derece önem taşımaktadır.

Turistler; hastalık veya ka-  
za, eşya veya bavul kaybolma-  
sı, iptaller, ertelemeler, turist-  
lerin ulaştırma veya konakla-  
ma hizmetlerinde grevler, if-  
lâslar ve benzeri nedenler ile  
oluşan problemler ve buna  
benzer önceden öngörüleme-  
yen olası olumsuz olaylara  
karşı seyahat sigortalarını özel  
olarak bir veya birkaç olayı  
kapsayacak şekilde veya stan-  
dart paket olarak satın alabil-  
mektedirler. Paket olarak satın  
alınan sigortalar, genellikle  
kapsam olarak esnek olma-  
malarına karşılık, geniş bir  
kapsama sahip olarak daha  
fazla değere sahiptirler. Pek  
çok tur operatörü, müşterileri-  
ne kendilerine özgü sigorta  
poliçelerini almalarını öner-  
mektedir. Yalnız, bazen, bu  
tür poliçeler, bağımsız bir si-  
gorta şirketinin önerdiği poli-  
çeye nazaran daha pahalı ola-  
bilmektedir. Bazı ülkelerde,  
örneğin İngiltere'de tur ope-  
ratörlerinin yanı sıra, kendi  
müşterilerinin isteklerini

bağımsız sigorta acentelerine nazaran daha iyi bilen seyahat acenteleri de müşterilerine özgü özel poliçeler hazırlatarak, bunları satabilmektedirler. İngiliz acenteleri poliçelerin hazırlanması sürecinde; gerek Genel Acenteler kurallarına, gerek İngiliz Sigorta Birliği'nin kurallarına uymak zorundadırlar. Son yıllarda müşterilerden gelen şikâyet ve hak iddialarının sayılarının hızla artmasına karşılık (son raporlar seyahat sigortası ile ilgili her 10 poliçeden birinde şikâyet olduğunu ortaya çıkarmaktadır), seyahat sigortası işlemleri halen tur operatörleri ve seyahat acenteleri için kârlı bir işlem olmaya devam etmektedir.<sup>13</sup>

İngiltere örneğini ele alırsak, seyahat sigortasına ilişkin şikâyet iddialarının analizi ve zararların dağılımı şu şekildedir:<sup>14</sup>

Zararın Çeşidi	Bütün Zararlar İçindeki Oranı
Kazalar	%2
Tıbbi giderler	%30-40
Kayıp bagaj/para	%20-30
İptaller/kısaltmalar	%25-40
*Diğer	%5-10

\* Diğerlerinin içerisinde seyahat ile ilgili gecikmeler, tur operatörlerinin aksaklıkları bulunmaktadır.

<sup>13</sup> Holloway C., age, s.150.

<sup>14</sup> Hodgson Adele, *The Travel and Tourism Industry*, Pergamon Press, 1988, s.85-91.

Seyahat sigortasına ilişkin şikâyet ve istekler incelendiğinde, turistlerin zarar gördüğü konuların başında; sağlık (tıbbi giderler), bagaj/para (yani maddi hasarlar) ve iptallerin geldiği görülmektedir. Bu konular arasındaki önem sırası seyahat grubunun özellikleri ile değişiklik göstermektedir, örneğin, yaş ortalaması yüksek olan gruplar için tıbbi giderler yükselirken, doluluk oranlarının yüksek olduğu bölgelerde iptallere veya kalabalık havalimanlarında gecikmelere daha çok rastlanmaktadır.

Olay oranlarına bakıldığında seyahat sigortalı her 100 kişiden 5-6'sında şikâyete rastlanmaktadır. Şikâyet konularının dağılımı şu şekildedir:

	Olay/100 Turistte
Kişisel Olay	0.01
Tıbbi	1.5-2.5
Kayıp bagaj/para	2
İptaller/Sürelerin kısaltılması	1
Diğer	0.5-1.0

Ortalama şikâyet büyüklükleri ise şu şekildedir:

	İngiliz Sterlini
Kişisel Olay	Kesin rakam saptanmamıştır
Tıbbi	350
Kayıp bagaj/para	90
İptaller/Sürelerin kısaltılması	250
Diğer	-
<b>Ortalama</b>	<b>160</b>

Şikâyetlerin ve iddiaların maliyetlerini kontrol etmek için genellikle kullanılan yöntemler arasında; şüpheli ve sahte şikâyetlerin reddedilmesi, poliçede tavan belirlenmesi veya kapsama sınırlandırma getirilmesi ve hizmet sunanların hizmetin fiyatını olduğundan fazla göstermesinin engellenmesi gelmektedir. Bu yöntemler doğaları gereği promosyon açısından sevimsiz görünse de, toplumun haklarının korunması için uygulanmaları gerekmektedir.

Seyahat sigortasında ürün çeşitleri şöyledir;

- *Seyahat paketleri:* Bu ürün çeşidi en hızla büyüyen gruptur. Turistlerin kişisel durumlarına ve seyahat ettikleri bölgenin özelliklerine göre, kişiye özel bir sigorta paketi geliştirilmesine ilişkindir. Poliçeler seyahat başına hazırlanabileceği gibi, yıllık da olabilir.
- *Garantiler/Finansal nakil ile ilgili anlaşmalar:* Finansal anlaşmalar tüketiciyi korumanın önemli bir parçasıdır ve hizmetler sunulmadan önce müşteriler tarafından gelecekte geçirmek istedikleri tatillerine ilişkin ön ödeme niteliğinde hizmet gruplarına ödenen, yani otellere, acentelere vb. nakil edilen paraların korunmasını kapsar. Bunun yanı sıra bir tarafın, örneğin havayolu şirketinin, bir başka

tarafın, örneğin seyahat acentesinin, zararı durumunda korunması bakımından da önemi bulunmaktadır. Sigorta temelli tahvillerin bir başka avantajı, kıt parasal kaynakların finansal bir kuruma aktarılması ihtiyacını ortadan kaldırmasıdır.

- **Yükümlülük kapsamı:** Seyahat firmaları gün geçtikçe artan bir şekilde kendilerine karşı dava açan üçüncü kişiler tarafından yapılan suçlama tehditleri karşısında kalmaktadırlar. Suçlayıcılar; kazada ölen kişilerin yakınları, kaza geçirenler veya diğer kişiler olabilmektedir. Suçlama nedeni profesyonel yetersizlikten, mesleki hataya kadar değişik olabilmektedir. Neden ne olursa olsun sonuç değişmemektedir, bazılarının bedeli ödemesi gerekmektedir.

Mevzuat, bazen küçük ölçekli işletmelerin uzman bir kişiye başvurmalarını gerektirecek kadar karışık olabilmektedir. Uzman kişilerin hizmeti ise genellikle küçük ölçekli işletmeler için oldukça pahalıdır. Sigorta sektörü, sigorta poliçesinin bir parçası olarak veya ayrı bir hizmet şeklinde, bu işletmelere uzman danışmanlık hizmeti vererek yardımcı olmaktadır. Günümüzde seyahat ile ilgili işletmeleri bekleyen yükümlülükler gün geçtikçe artmaktadır. Dolayısıyla, bu işletmeler için

sigorta sayesinde korunma faydasından yararlanmak ta gün geçtikçe vazgeçilmez olmaktadır.

Gelecekte sigorta ürününe ilişkin olarak eğilimler; risk yapısında ve büyüklüğünde değişiklikler (sağlık, bagaj/para kayıpları ve iptaller yüksek riskli, diğerleri daha düşük riskli), paket program politikalarında ekonomik paket ve yüksek primli paket gibi değişik fiyatlı ürün alternatiflerine gitmek olarak ortaya çıkmaktadır. Ayrıca gelecekte, sigorta şirketlerinin finansal durumlarını geliştirmek için tedbir olarak, net primlerini yükseltecekleri, poliçe kapsamlarını sınırlandıracakları ve pazarlama giderlerini kısacakları tahmin edilmektedir.

## Türkiye’de Turist İçin Sigorta

1997 Ocak ayı itibariyle Türkiye’de faaliyet gösteren sigorta ve reasürans şirket sayıları toplamı 64 olup, bunların 60’ı sigorta şirketi, 4’ü ise reasürans şirketi olarak çalışmaktadır.<sup>15</sup> 1997 yılında faaliyet gösteren 60 sigorta şirketinin prim gelirleri toplamı bir önceki yıla göre %120.13 oranında artış göstererek 130.2 trilyon liradan 286.6 trilyon liraya yükselmiştir. ABD Doları bazında toplam prim gelirleri

<sup>15</sup> Kongar Bilgi, “1997 Yılı Sigorta Sektörünün Değerlendirilmesi”, *BASİSEN*, Haziran 1998, s.30-31.

1996 yılında 1.205 milyon dolara yükselerek, bir önceki yıla göre %16.12 oranında reel bir artış göstermiştir.

Toplam prim gelirleri içerisinde 1997 yılında 1996 yılına göre; kaza, makine montaj, sağlık ve hayat sigorta branşlarının oransal payı artarken, yangın, nakliyat ve tarım sigorta branşlarının oransal payı azalmıştır. Branşlara göre prim gelirlerinin bir önceki yıla göre büyüme oranlarına bakıldığında, ilk sırayı %188.75’lik artış ile sağlık sigortalarının aldığı, bunu %136.42 ile hayat, %127.67 ile makine montaj, %125.62 ile kaza, %98.25 ile yangın, %72.21 ile nakliyat ve %25.22 ile tarım sigortalarının izlediği görülmektedir.

Türkiye’de turizm ve sigorta ilişkisine baktığımızda oldukça yakın bir geçmişi olduğunu görmekteyiz.<sup>16</sup> Turizme özgü “Seyahat Sigortası” ve “Sportif Turizm Sigortası” paket poliçeleri üzerinde çalışan TÜRSAB, 19 Temmuz 1995’te basın toplantısı ile paketleri kamuoyuna tanıtmıştır. TÜRSAB ve TURSAV, bu konu ile ilgili olarak yurt dışı tur operatörleriyle ülkede hizmet veren A ve C grubu acentelere bilgi vermektedir.<sup>17</sup> Hazırlanan seyahat sigortası,

<sup>16</sup> “Sigorta Yasası Sektörle İşbirliği Yapılarak Hazırlandı”, *Egevizyon*, Mayıs-Haziran 1997, s.43-45.

<sup>17</sup> “Turiste Sigorta Güvencesi”, *TÜRSAB Dergisi*, Temmuz 1995, Sayı:140, s. 8-11.

benzerlerinden farklı olarak salgın hastalıklarla, terörist saldırıları da kapsamaktadır. Ayrıca, ferdi kaza sigortalarında genellikle teminat kapsamı dışında bulunan fakat turizm hareketleri esnasında ani rahatsızlık türlerinden en fazla karşılaşılabilecek olan; güneş çarpması, apandisit iltihabı ve patlaması, boğulma gibi olayları da sigorta kapsamına almıştır. Yine hazırlanan "Sportif Turizm Sigortası" ise turizm amaçlı planlanan sportif faaliyete özgü bir poliçedir ve yapılan spora özgü hususları teminat altına almaktadır. Örneğin Rafting sporu için asıl teminat altına alınması gereken konu boğulmadır, sportif turizm sigortası bu hususa dikkat etmektedir.

## Sonuç

Türkiye'de hızla gelişen iki hizmet sektörünün, yani turizm sektörünün ve sigorta sektörünün birbirleriyle çok yakın bir bağı bulunmaktadır. Türkiye'de genel poliçe sayılarındaki ve gelen turist sayılarındaki artışlar ve eğilimler incelendiğinde, gerek seyahat sigortası gerek diğer turizm sigortası uygulamalarının daha da yaygınlaşacağı anlaşılmaktadır.<sup>18</sup>

Turistlerin güvenli ve rahat bir şekilde seyahatlerini sağlayan seyahat sigortası, turistlerle

rin güvenliği kadar, kendi iş başarılarını sürdürebilmeleri ve güvenli bir şekilde iş yapabilmeleri açısından turizmle ilgili bütün kurumları, yani; seyahat acentelerini, ulaştırma şirketlerini, restoranları ve otel yönetimlerini de yakından ilgilendirmektedir.

**Yrd.Doç.Dr.  
İğme TAVMERGEN  
Öğretim Görevlisi  
Dokuz Eylül Üniversitesi  
İşletme Fakültesi  
Turizm İşletmeciliği Bölümü**

## Kaynakça

- *Hodgson Adele*, "The Travel and Tourism Industry", Pergamon Press 1988, s.85-91.
- *Holloway Christopher*, "The Business of Tourism" Pitman Publishing, 1989, s.149-150.
- *ILO (International Labor Organization) raporu.*
- *Lundberg Donald*, "The Tourist Business", van Nostrand Reinhold International Co., 6<sup>th</sup> Edition, s.294-303.
- *Kongar Bilgi*, "1997 Yılı Sigorta Sektörünün Genel Değerlendirmesi" BASİSEN Haziran 1998, s.30-31.
- *Morrison A.*, "Hospitality and Travel Marketing", Delmar, 1989, s.157.
- "Sigorta Yasası Sektörle İşbirliği Yapılarak Hazırlandı", Egevizyon, Mayıs-Haziran 1997, s.43-45.
- "Turiste Sigorta Güvencesi", TÜRSAB Dergisi, Temmuz 1995, Sayı:140, s.8-11.
- *Turizm Bakanlığı verileri.*
- *WTO (Dünya Turizm Örgütü) istatistikleri.*
- *WTO yıllık ülkeler arası kıyaslamalı turizm istatistikleri.*
- *World Travel and Tourism Council istatistikleri.*
- *Uygun Nuri*, 50. Yıl Sempozyumu, "Gelecek 10 Yılda Turizm Sektörünü Bekleyen Sorunlar" Tebliğ Kitabı, Ağustos 1997, Ankara, s.142-143.
- *Demirtaş Ekrem*, "Hizmetler Sektöründe Sigorta ve Turizm, Egevizyon, Mayıs-Haziran 1997, s.4-5.
- *Gürel Ali*, "Hizmet Sektörü 21. Yüzyılda Daha da Hızlı Büyüyecektir", Hotel Dergisi, Sayı:8, Haziran 1998, s.81.
- *Hoandle Beth Walter*, "Extention and Tourism Development", Journal of Extention, Volume:28, No: 2, Summer 1990.

<sup>18</sup> *Demirtaş Ekrem*, "Hizmetler Sektöründe Sigorta ve Turizm", Egevizyon, Mayıs-Haziran 1997, s.4-5.

# Yabancı Basından HABERLER

## *Bir Ekolojik Afet; Avrupa Topluluğunun Özellikle Fransa'nın Yaklaşımı*

**2** 5 Nisan 1998 Cumartesi sabahı saat 3.30'da UNESCO'nun Dünya Mirası olarak nitelediği nadir yerlerden birisi olan İspanya'daki Donana Ulusal Parkı'nın içindeki sulak arazilerden 60 kilometre uzaklıktaki Aznalcollar Madeninin işleti-

cilerinin atık suları depoladığı çifte havuzların tabanını tutan duvarlardan biri çökerek 5 milyon metreküp asitli ve çamurlu su Guadiamar Nehrine dökülen küçük Agrio deresine karışmıştır.

Kaza, maden sahiplerine göre, büyük bir olasılıkla, ha-

vuzların altındaki arazinin kayması sonucu, maden şirketinin teknisyenlerine göre ise, bu havuzun çevresinde bulunan eski çağlara ait kayaların yerinden oynamasıyla meydana gelmiştir.

Ancak bu olasılık, on sene önce havuzların sağlamlığını

sorgulamış bulunan çevre kuruluşlarının görüşüne ters düşmüş, Park ve bölgeden ayrı ayrı kamu kuruluşlarının sorumlu oluşu değişik bakış açılarının ortaya atılmasına neden olmuştur.

Bu değişik görüşler önceleri karışıklık yaratmışsa da, daha sonra oluşturulan Koordinasyon Komitesi, bu olayın meydana gelmesini takip eden günlerde kirlenmenin, Guadalquivir Nehrinin ağzına ulaşarak Atlas Okyanusundaki canlılar ile el değmemiş yaşamı tehdit etmesini önlemek üzere 2.5 milyon metreküp kirli suyun Ulusal Park ile Doğal Rezervler arasında monte edilen setlerin arkasında kalmasını sağlamıştır.

Bu önleme rağmen, 2000'den fazla aile için ekonomik sıkıntı başlamış, zehirli maddeler içeren sel suları 3000 hektarlık alan üzerindeki ekinleri tahrip etmekle kalmamış, bu ekinlerin tohumları da gelecek yıllarda suların içerdiği çinko, kurşun, bakır vb. madenlerden zarar görebileceklerdir.

Afetin, çiftçileri doğrudan etkilemiş olması maden şirketi ile kamu kuruluşlarını acil olarak harekete geçirmiş, maden şirketi çiftçilerle anlaşarak Tarım Bakanlığının 1500 milyon Pesetas olarak tahmin ettiği zararlarını karşılamayı, devlet ise afeti takip eden iki ay süresince çiftlik işçilerinin ücretlerini ödemeyi taahhüt etmişlerdir.

Bu arada madende çalışmakta olan 520 işçinin kaderi askıda kalmıştır; maden şirketi en az onbeş sene daha varlığını sürdürmekte kararlıdır ve bu da Los Frailes denilen ve bir buçuk seneden az bir süre önce açılmış bulunan yeni madenin işleme süresine denk düşmektedir. Ancak, hasarlı zeminin tekrar kullanılması ya da yeni bir su bendi inşa edilmesi gibi konularda yasal izin hemen verileceğe benzemektedir. Bu durumda, atık suların sadece %25'ini depolayabilen ve depoladıklarını da su arıtma işlemine tabi tutamayan mevcut tesisatın kullanılması, mineral cevherinin işlenebilmesi açısından şart olmuştur.

Koordinasyon Komitesi'nin faaliyetleri "Ulusal Bilimsel Araştırma Konseyi"nin denetiminde bir araya gelen uzmanlar grubunca hazırlanan raporlara göre yürütülmektedir.

Bilim adamlarının tavsiyeleri iki basamaklıdır: (1) zehirli çamuru sudan ayırıp çıkartmak; (2) kirli suyun Guadalquivir'e güvenli bir biçimde ulaşmasını sağlamak üzere işleme tâbi tutmak. Ancak, çamuru ayırıp geçici bir yerde kalan suyu depolamak için kamu kuruluşlarının kamyon ve kazı aletlerinden oluşan bir filoyu harekete geçirmeleri gerekmektedir. Uzmanlar, halen geçici setler içinde tutulmakta olan 2.5 milyon metreküp kirli suyu yapay göllerde izole ederek temizlemek üzere oldukça karışık bir sistem ge-

liştirmişlerdir. Burada amaç, kirli suyu kireçle temizlemek, asiditeyi azaltmak ve ağır metalleri çökeltmek suretiyle temizlenen suyu Guadalquivir'e verip Okyanus'a ulaşmasını sağlamaktır. Temizlenecek suyun hacmi açısından bir örneği daha bulunmayan bu operasyon, Ulusal Park girişindeki setlerin kapasitelerini zorlayabilen yağmurlar başlamadan yapılmak istenmiştir.

## Ekolojik Denge

Yapılacak ilk iş en acil talepleri karşılamak üzere programlanmışsa da kimse ana sorunun tam olarak nasıl çözüleceğini bilmemektedir. Bu da, Park'ta yaşayan hayvan ve bitki topluluklarının ne olacağı, nasıl etkilenecekleridir. Biyoloji uzmanları ağır metallerin öldürücü etkilerini esas alan bir hipotez üzerinde çalışmaya başlamıştır. İlk etkiler ve önlemler ne olursa olsun Donana Parkı'nın eski haline döndürülmesi zordur.

## İspanya Çevre Rizikoları Pool'ü (Pool Espanol de Riesgos Medioambientales)

İspanya'da temel endüstri rizikolarına teminat veren sigorta ve reasürans şirketleri çevre kirliliği konusundaki deneyimlerini 1994 yılında kurdukları bir Pool'da toplamışlardır.

Pool, faaliyete geçtiğinden bu yana riziko belirlenmesi ve



özel sigorta şartları gibi konularda özel yöntemler kullanılmaktadır. Yeni şirketler Pool'a katıldıkça mali kapasite büyümekte ve bu sayede teminat konusunda gittikçe artmakta olan gereksinimler karşılanabilmektedir.

Halen bünyesinde çözümlenmesi gereken birçok sorun bulunan Pool, çevreyi ilgilendiren koruma ya da temizleme faaliyetleri gibi konularda kamu otoriteleriyle iş birliği yapmaktadır. Avrupa Komitesi gibi ulusal merciler bu çözümlerin çevresel hudutların kaldırılması ilkesiyle uyum içinde olmalarını istemektedir. Bunun da nedeni, çevre riskinin idari ya da siyasi sınır tanımaması ve çevreye verilen zararların tüm insanlığı ilgilendirmesidir.

İspanya'daki bu olay, Avrupa'da ulusal değerlerin, diğer bir deyişle çevrenin korunmasının önemini bir kez daha gündeme getirmiş ve aşağıda yer alan prosedürün benimsenmesi istenmiştir:

**1. Rizikolar kabul edilmeden önce ne olduklarının belirlenmesi konusunda bir yöntem benimsenmelidir.** Rizikonun tespit ve tayin işi uzmanlar tarafından yapılmalıdır; zira, çevre risklerini genel ya da sınıai açıdan Mali Sorumluluk kapsamına giren rizikolardan ayıran faktörler son derece hassas ve önemli olabilmektedir.

**2. Bir "sigortalanabilirlik" ölçüsü tesis edilmelidir.** Si-

gortalı tarafla görüşmek suretiyle faaliyetin yaratabileceği tehlikenin ve tehlikeye maruz çevrenin duyarlılık derecelerine bağlı olarak tespit edilmesi gereken kriteriya ortaya konulmalıdır.

**3. Sigorta edilecek meblağ mutlaka önceden kararlaştırılmalıdır.** İktisadi değerler birçok olayda ancak çok uzun bir zaman geçtikten sonra ölçülebilir. "Donana" olayında sadece zararın telafisi on milyonlarca Pesetas olarak tahmin edilmektedir ki bunun içinde turizm, balıkçılık gibi değişik iş sektörlerinin zararı ile ulusal mirasın kaybindan doğan zarar bulunmamaktadır.

**4. İlgili prim sabitleştirilmelidir.** Çevre kirliliği rizikosunu Umumi Mali Sorumluluk poliçesine ek bir riziko olarak kabul etme temayülünde olan sigorta piyasalarının uygulamaları şu açıdan sorgulanmalıdır; acaba bu rizikonun, sigorta sonuçlarını olumsuz etkilemesi önlenmek isteniyor mu? Çevre kirliliği olaylarına ait istatistiklere göre, toplam olay sayısı az olmakla birlikte maliyetin çok yüksek olma olasılığı fazladır. "Donana" gibi bir olay İspanyol piyasasında mali sorumluluk branşının senelik toplam likit girdisinin %20si ilâ %30'una eşit olabilecektir.

**5. Yükümlülüklerin süratle tanımlanması gereklidir.** Bu türden kazalar değişik menfaatleri ortaya koyar ve sık olarak da politikaya konu olurlar.

Yarattıkları tüm duygusal ağırlık ve sosyal baskı nedeniyle kolaylıkla halk zihinlerinin hedefi haline gelebilirler.

**6. Acil koruyucu önlemlerin alınması gerekir.** Olumsuz sonuçları belirli oranlarda (bazı durumlarda hemen hemen %100) önleyebilmek için hemen anında en uygun kararlar alınmaya çalışılmalıdır. Diğer taraftan, bir hata ya da gecikme, hasarın etkilerini kademeli olarak çoğalttığı için temizlik önlemlerinin maliyeti de artmaktadır. İletişim ve yardımlaşma kalitesi bu gibi durumlarda hayati öneme haizdir. İlk temizlik işlemi safhasında hasarı etkileyen (hava değişiklikleri, ya da temizleyelim derken daha fazla kirletme veya önceden tahmin edilemeyen zarar ziyan gibi) durumlar karşısında süratle harekete geçmek gerekir.

**7. Uygun bir çalışma planı hazırlanmalıdır.** Temizleme ya da onunla baş etme konusundaki olanaklar genellikle çeşitli olmakla beraber daima belirsizlik arzeder. Bu olanakların avantaj ve dezavantajlarının karşılaştırılması suretiyle detaylı şekilde yapılacak bir analiz, maliyeti önemli ölçüde azaltabilir. Hızlı ve kararlı bir çözüme gitmekle zarar görenlere emniyet telkin etme avantajı da yakalanmış olur. Seçilmiş bulunan çözüm şeklinin etkili olmasını sağlamak, ya da yöntemde değişiklik yapılması gerekmişse bunu yerinde ve zamanında yapmak ve

böylece sorun hemen hemen çözümleniyorken ortaya çıkacak olan talepleri önlemek üzere temizleme çalışmalarının devamlı surette denetimi esas olmalıdır.

Donana Ulusal Parkı'nın kirlenmesi olayı birçok kuruluşu harekete geçirmiştir. Bunlardan, Fransa'da 49 sigorta ve 12 reasürans kuruluşunun 1.1.1989'da özel bir sigorta poliçesi kapsamına giren çevre kirliliği rizikolarını temin etmek amacıyla oluşturduğu ve 1998 yılında 100 milyon FF üzerinde bir portföy ile 1500'den fazla iş akdine sahip bir reasürans Pool'u olan ASSURPOL, aynı olayın Fransa'da nelere mal olabileceğini araştırmıştır.

Bu araştırma sonucunda elde edilen bulgulara geçmeden önce, ASSURPOL'un nasıl çalıştığına bir göz atalım:

ASSURPOL üyelerinin ilkele-

- rizikolarla ilgili teknik bilgileri geliştirmek,
- dünya piyasalarından mümkün olan en geniş teminatı sağlamak,
- 200 milyon FF'lık ortak bir kapasite yaratmak,
- mali sonuçları (prim ve hasarları) payları nispetinde paylaşmaktır.

ASSURPOL özel nitelikli bir Pool olduğu için verdiği teminatlar da özel olmaktadır. Bunlar;

- sınıai, ticari ve zirai kuruluşlar için "Çevre Kirliliği

Mali Sorumluluk Sigortası",

- yerel kamu kuruluşları için "Operating Cover",

- faaliyetleri çevre kirliliği rizikoları yaratabilen tasarım büroları, danışman mühendislere ait ofisler, kamu işi yapan şirketler için "Mesleki Mali Sorumluluk Sigortaları" ve

- kirlenen yerlerin temizlik masraflarını karşılayan sigortalar olmaktadır.

Fransa coğrafyasını oluşturan jeolojik, jeomorfolojik ve iklimsel farklılıklar, koruma altındaki sayısız hayvan ve nebat çeşitlerini içinde barındıran Camargue, Poitou sulak arazileri, Somme Nehri Ağzı, Arcachon Havzası ve bu gibi diğer doğal rezervlerden oluşan geniş bir çeşitlilik sunmaktadır. Ancak, bu ekolojik zenginlikler endüstri alanlarının bazen koruma altındaki bu alanlara yakın inşa edilmesiyle zarar görme olasılığıyla karşı karşıyadır. Endüstri kuruluşları bazı durumlarda depoladıkları ya da işledikleri ürünlerin yapısı ve miktarları gereği oldukça önemli bir çevre riski oluşturabilmektedirler.

İspanya'daki olayda bir pirit madeninin sedimantasyon havuzundaki çatlak nedeniyle çevre kirliliği meydana gelmiştir. Fransa'da sedimantasyon havuzu olarak daha büyük rezervuarlar kullanılmaktadır. Bu nedenle meydana gelecek çevre kirliliği daha kapsamlı olacaktır.

Çevre kirliliği risklerine büyük bir katastrofi potansiyelini veren; tesisatların tipleri ve coğrafi durumlar olmaktadır. Yine de, bu tip faaliyetler sonucu ortaya çıkan çevre risklerinin tayin ve tespiti için İspanya'daki gibi olayları önleme konusunda teknik ve sınırlı standartlar getiren yukarıda bahsedilmiş bulunan prosedürün esas alınması gereklidir.

Sanayiciler faaliyetlerinin çevreye verebileceği olası zararları önceden tespit ederek bunlara karşı önlem almak zorundadırlar. Faaliyetleri atık suların depolanması için büyük havuz ve rezervuarlar gerektiriyorsa, bunları belirli yapım standartlarına göre inşa etmek durumundadırlar.

Uzman müfettişlerden oluşmuş bir kurul prosedürlerin muntazam olarak uygulanıp uygulanmadığını denetlemekle görevlendirilmiştir.

Bu arada sigortacılar da teminat verdikleri kuruluşa uygun teknik yaklaşım içinde hasarların önlenmesine katkıda bulunurlar.

Uzman mühendisler, fabrikaların risklerini, bunlara karşı çevrenin duyarlılık derecesini ve uygulanan önlemler ile çevre korunması konusundaki ölçülerin uygunluğunu incelerler. Gerekirse, risk konusunda tavsiyede bulunurlar. Büyük havuz ve rezervuarlar mevcut ise, normal ve anormal durumlarda bunların üzerindeki olumsuzlukları tespit ederek çevreye

verebilecekleri zararları asgariye indirmeye çalışırlar.

Yerel kamu kuruluşlarının talimatları çerçevesinde anahtar parametrelerin düzenli olarak uygulanmasına dikkat etmek suretiyle bazı kritik durumlar önceden farkedilmek suretiyle bunların çevrede yarattıkları tehdidi önlemek üzere hareket planları geliştirilir.

Fransa'da "Legal Liability for Environmental Aggression-RCAE" adı altına çevre sorumluluğu teminatı veren ASSURPOL'un azami limiti 200 milyon FF'dır. İlgili hasarların ödenebilmesi için bunların sigortalı alanlar içinde ve sigortalı faaliyetlere isnat edilebilir kazalar nedeniyle çevreye zarar verip vermediklerine bakılır. Bu poliçeler önceden tanımlanmış üçüncü şahıslara vaki, belirli miktarlardaki zararları karşılarlar. Örneğin İspanya'daki olay Fransa'da meydana gelmiş olsaydı, balıkçıların, çiftçilerin zarar ziyanı Assurpol'un verdiği te-

minata dahil sayılacaktı. Ancak, birçok Avrupa ülkesinde olduğu gibi Fransa'da da bir zarar ziyanın ekolojik olarak tanımlanabilmesi için doğada ender bulunan canlıların (nebat ya da hayvan türünün) yokolması, hatta ve hatta ani olarak yokolması söz konusudur.

Fransa'daki bu poliçeler (RCAE), yerel toplumun ortak kullanımına açık olan doğal unsurlara vaki zarar ziyan ile bir arazi parçasının bozulması ya da doğal bir biyolojik elementin bozulmasından zarar gördüğünü ileri süren herhangi biri tarafından talep edilen tamamen manevi nitelikli tazminatları kapsamamaktadır. Bu zararların hariç tutulmasının arkasındaki mazeret, bunların geleneksel mal sigortaları tanımlamasına uymamaları ve tür, süre, etkinlik ve ortaya çıkacak olan tamir masraflarının önceden bilinmesine olanak tanınamaları nedeniyle herhangi bir kriterle karakterize edilemez oluşlarıdır. Diğer ta-

raftan, doğal elementlerin bozulması sonucunda ortaya çıkan (örneğin işletme zararı, mal ve emtianın değer kaybı, müşteri kaybı gibi) ekonomik hasarlar temin edilmektedir.

Ayrıca, bu poliçelerin üçüncü şahıslara verilen zarar ziyanı ya da bunların artmasını önlemeye yönelik bazı temizlik masraflarından sorumlu olmaları, doğal çevrenin ıslahına belirli bir katkıda bulunmaktadır.

Sonuç olarak, Fransa da büyük bir çevre tehdidine karşı, tüm önlem gayretlerine karşın, tamamen hazırlıklı sayılmaz. Dahası, Donana Ulusal Parkında meydana gelen katasstrofi, Avrupa gündeminden düşmeyen ekolojik zararın giderilmesi konusundaki tartışmaları körüklemeye devam edecektir.

**SCOR ITEMS**  
**Haziran 1998**

## DÜZELTME

*Ekim 1998'de yayınlanan 30. Sayımızın "Yüksek Enflasyonlu Ülkelerde Özel Hayat Sigortacılığı Uygulamaları ve Türkiye Üzerine Çözüm Önerileri" konulu yazının 22. sayfasında yer alan "Grafik 3. Hayat Branşında ...." adlı grafiğin başlığı; "Grafik 1: Sigorta Şirketlerinin Toplam Primlerinin Nominal ve Reel Büyümesi" olacaktır. Düzeltir, özür dileriz.*