

ARAÇ KİRALAMA İŞLETMELERİNE YÖNELİK MÜŞTERİ ŞİKÂyetLERİNİN ANALİZİ

Bayram AKAY¹, Oğuz TÜRKAY²

Özet

İşletmelerin varlığını borçlu olduğu müşterilerini memnun etmesi her zaman zorunluluk olmuştur. Müşterilerin memnun olmadıkları noktalarda ortaya koydukları şikâyetler de işletmelerin kendilerini geliştirmelerinde temel alacakları en önemli bilgi kaynağıdır. Araştırmanın amacı araç kiralama işletmelerine yönelik müşteri şikâyetlerinin tespit edilmesi ve çözüm önerilerinin sunulmasıdır. Bu kapsamda 01.01.2012 - 01.01.2013 tarihleri arasında www.sikayetvar.com sitesinde yer alan tamamı Türkiye'deki günlük araba kiralama ile ilgili toplam 151 şikâyet içerik analizi yoluyla incelenmiştir. Araç kiralama işletmeleri hakkındaki en belirgin şikâyet konularının ücretler, araç ve sözleşmeleri ile rezervasyonlar olduğu incelememiz sonucunda belirlenmiştir. Şikâyet oranları dikkate alınarak ilgili işletmeler için öneriler ortaya koyulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Araç Kiralama İşletmeleri, Müşteri Şikâyetleri, İçerik Analizi

ANALYSIS OF THE CUSTOMER COMPLAINTS AGAINST CAR RENTAL COMPANIES

Abstract

It has always been obligation for corporations to satisfy their customers to whom they owe their existence. Complaints put over at unsatisfying cases by customers are the most important source of information for corporations to improve themselves. The aim of the research is to diagnose the customer complaints about car rental corporations and offer solutions. In this scope, 151 complaints stated on www.sikayetvar.com between 01.01.2012 - 01.01.2013 of all in Turkey about daily car rental are investigated through content analysis. According to our investigation result, it is identified that the primary complaint about car rental companies the wages, vehicles and contracts, bookings subjects. Solutions are offered for corporations regarding the percentages of complaints.

Keywords: Car Rental Companies, Customer Complaints, Content Analysis.

¹ Arş. Gör, Kırklareli Üniversitesi Turizm Fakültesi; Doktora Öğrencisi; Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, bayramakay@klu.edu.tr

² Doç. Dr. Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, oguzturkay@yahoo.com

Giriş

Sözcük anlamıyla şikâyet, hoşnutsuzluk belirten söz ve/veya yazı, sızlanma, sızıltı, yakınma veya bir sorunu kişiye bildirmek anlamındadır. Şikâyet en yalın anlatımıyla beklentilerin karşılanmamış olduğunun ifade edilmesidir. Bunun yanında belki de daha önemlisi; kuruluş açısından ürünlerdeki ya da hizmetteki kusuru düzelterek mutsuz bir müşterinin hoşnutsuzluğunu gidermek için bir fırsattır. Değerlendirilen şikâyetler, müşteriler ile birebir ilişki kurulmasına, müşterilerin, hizmet hatalarından kaynaklanan olumsuz görüşlerinin azaltılmasına olanak sağlamaktadır (Olca, 2012:2).

Araç kiralama sektörü havayolları, demiryolları, oteller ve kurvaziyer gemi hatlarını içeren turizm ve ulaştırma sektörünün bir alt üyesi olarak sınıflandırılır (Pachon vd, 2006:224). Bu sektörü gerçek veya tüzel kişilere belirli bir ücret karşılığında araç kiralayan işletmeler oluşturmaktadır. Kısa dönem araç kiralama hizmeti (günlük kiralama) ve uzun dönemli araç kiralama (filo veya operasyonel kiralama) hizmetleri olarak ikiye ayrılır (Tang ve Deo, 2006: 806). Bu hizmetler değişik amaçlarla otomobil, motosiklet, bisiklet ve ticari amaçlı otobüs, minibüs, kamyon veya kamyonet gibi araçların kiralınmasını kapsamaktadır (Datamonitor, 2006:7). Araç kiralamak isteyen müşteriler önceden rezervasyon yaptırarak ya da araç kiralama acentelerine doğrudan gelerek araç kiralamaktadır (Daniele ve Gaceu, 2009:77).

Araç kiralama birçok ülkenin ekonomisine yıllık milyar dolarlık gelir sağlayan bir sektör konumuna gelmiştir (Yang, Jin ve Hao, 2009). 2012 yılında dünya araç kiralama pazarı hacminin 52,6 milyar dolar olduğu tahmin edilmektedir (Car Rental Business, 2008:2). Örneğin, sadece ABD araç kiralama sektörünün 2013 yılında 23.5 milyar \$ gelir elde ettiği belirtilmektedir (www.autorentalnews.com). Büyük bir iş kolu olarak, araç kiralama harcamaları turizm ve iş ile ilgili faaliyetlerinin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Günümüzde kiralama seçenekleri toplam ulaşım maliyetlerini giderek azaltmakta, işletmelerin genişlemesi ile çeşitlendirme yapılmaktadır (Goldbarg, Asconavieta ve Goldbarg, 2012:90).

Türkiye’de oto kiralama pazarında 7 uluslararası marka dışında, yurt çapında 30’dan fazla firma ve yerel ölçekli 650 işletme faaliyet göstermektedir. Otomobil kiralama kullanılan toplam 160 bin aracın 30 bini günlük kiralamalar, 130 bini ise işletmelerin uzun dönemli kurumsal amaçlı kiralamaları için kullanılmaktadır. Araç kiralama işletmeleri yılda 1 milyon 250 bin kişiye 4 milyon günlük kiralama yapmaktadır (Türkiye Otelciler Federasyonu, 2012:19).

Bu faaliyet alanının literatürde; lojistik (Yang, Jin ve Hao, 2009; Fink ve Reiners, 2006), yüksek kaza oranları (Al-Balbissi, 2001), sigorta (Levison, 2004), filo yönetimi (Hertz, Schindl, Zufferey, 2008), stratejik ve taktik filo planlaması (Yazao, Wenzhou ve Xiaoni, 2009; Li ve Tao, 2010; Pachon, Iakovou ve Ip, 2003), talep tahmini (Edelstein ve Melnyk, 1977), çevresel sürdürülebilirlik (Parker, 2011), hizmet kalitesi (Ekiz ve Bavlik, 2008), mevsimsellik (Daniele Ve Gaceu, 2009), leasing kiralama (Sultan, 2010), kapasite kullanımı (Carroll ve Grimes, 1995, Geraghty ve Johnson, 1997, Walker, 1999) gibi sorunları incelenmiştir.

Araç kiralama sektöründe yukarıdaki sorunlara odaklanılırken müşteri bakış açısından konu ele alınmamış ve Türkçe literatürde belli bir çalışmaya rastlanmamıştır. Örneğin ABD’ de yapılan bir araştırma; tüketicilerin sigorta, depozito, iade, havaalanı, yakıt, kilometre, vergi, ek sürücü ve ekstra malzeme ücretlerinin fiyatları (kayak malzemesi, navigasyon ve çocuk koltukları) gibi sorunlar ile karşılaştıklarını göstermiştir (The American Society of Travel Agents 2003:2). Dolayısıyla, Türkiye’de araç kiralayan müşterilerin şikâyetlerinin neler olduğuna yönelik çalışmalar yeterli değildir. Bu çalışmada, Türkiye’deki araç kiralama işletmelerinden araç kiralayan müşterilerin şikâyetleri içerik analiziyle incelenmektedir.

Müşteri Şikâyetleriyle İlgili Literatür Taraması

Müşteri şikâyetleri; müşterilerin arzu, ihtiyaç ve beklentilerinin tam olarak karşılanmaması nedeniyle ortaya çıkan ve çıktığı andan itibaren bir an önce çözülme kavuşturulması gereken olumsuz davranış şekilleri ya da yorumlarıdır (Saydan, 2008: 124). Müşteri şikâyetleri aslında işletme açısından olumsuz bir durum gibi gözükse de müşteri memnuniyeti ve sadakatinin artırılmasında işletmelere önemli fırsatlar sunmaktadır. Bu nedenle her şikâyet bir armağan olarak kabul edilmeli ve bu bakış açısıyla hareket edilmelidir (Varinli, 2005: 12). Müşteri memnuniyeti, algılanan performans/kalite ile umulanlar/beklentiler arasındaki fark olarak açıklanmaktadır.

Müşteri şikâyetlerine işletmelerin ulaşamaması veya ulaşım göz ardı etmesi, firma ile müşteri arasındaki mesafeyi zamanla ve hiç farkına varmadan arttırmakta ve aynı zamanda verilen sözlerin tutulmaması, gerçekleşmeyecek vaatlerde bulunulması, müşterilerde olumsuz tepkiler, menfi ve sert davranışlar oluşturmaktadır. Bu tepki ve davranışlar çoğunlukla firmaya değil, müşterilerin yakın çevrelerine anlatılmaktadır (Kaya, 2000: 40). Fakat bir müşterinin şikâyetine olumlu yanıt alması durumunda, bu müşterinin aynı işletmeye tekrar gelme ve başkalarına önerme eğilimi de artmaktadır (Kozak, 2008: 228).

Örgüt yöneticileri müşteri memnuniyeti için asla onların ne istediklerini ve en çok neye önem verdikleri sorusunu müşterilerden yardım alarak cevaplandırmalıdır. Bu yapılmazsa müşterinin fazla önem vermediği konuların iyileştirilmesi için boşa kaynak harcanmış olacaktır. Şikâyet sürecinin hızlı ve etkin hale getirilmesidir. Müşterinin süreç, ürün ve yöntemler hakkında bildirdiği şikâyetler iyileşmek için önemli fırsatlardır. Çünkü bunlar iyileştirilmesi gereken ve teşhis edilmiş birer problemdir ve iyileşme çalışması yapma fırsatıdır (Halis, 2004: 73).

Bireylerin aldıkları ürünler ya da hizmet ile ilgili şikâyetlerini dile getirme isteklerinin yüksek olması, bu konuda belli bir format içinde hareket eden şikâyet sitelerinin de yoğun ilgi görmesine neden olmaktadır. Müşteri şikâyetlerinin kaynakları (Odabaşı ve Odabaşı, 2007: 119):

- Ürün kalitesinin düşük olması,
- Ürünlerin güvenilir olmaması,
- Hizmet sunumundaki eksiklik ve aksaklıklar,
- Uсталık,
- Zamanlama sorunu,
- Ürünün rengi, boyutu, biçimi, ambalajı vb.,
- Yanıltıcı reklam ve tanıtımlar,
- Çalışanların tutum ve davranışlarıdır.

Araç kiralama işletmeleri için de müşteri şikâyetleri en önemli geliştirme araçlarından birisidir. Bu işletmeler hizmet sektörü içinde yer almakta ve tüketicinin sübjektif değerlendirmesine muhatap olmaktadır.

Araç Kiralama Hizmetlerinde Müşteri Şikâyetleriyle İlgili Çalışmalar

Araç kiralama işletmelerinde hizmetin sunulmasında aksaklıkların yaşanmaması için yapılan tüm titiz çalışmalara rağmen müşterilerin pek çok konuda şikâyetlerinin olduğu görülmektedir. Genel olarak şikâyetler; ücret, sigorta, yakıt, kalite, fiyat, rezervasyon, hizmet ve aracın durumu gibi işletme içi faktörler ve hizmeti alan müşterilerin demografik, sosyal ve psikolojik, kültürel farklılıklarından oluştuğu görülmektedir (Walsh, 1992).

İrlanda’da bulunan Avrupa Birliği Tüketici Merkezi’ne ulaşan tüketici sorunları; **Araç iadesindeki hasar masrafları:** Aracın tesliminde tüketiciye bildirilmeksizin kredi kartından hasar için ücret tahsil edilmesidir. **Ödeme düzenlemeleri / ek ücretler:** Kiralama esnasında anlaşılan fiyatın dışında ek masraflar çıkartılmasıdır. **Kiralama sürecinde müşteriye hizmet:** Aracın teknik destek eksikliğinden dolayı bozulması ya da kazada durumunda tüketiciyle ilgilenilmeyerek, tüketicinin gereksiz maliyetleri ödemek durumunda bırakılmasıdır. **Araç kiralama dağıtım ofisleri:** Rezervasyon işlemi sırasında dağıtım işletmelerinin veya araba kiralama araçları tarafından sağlanan bilginin (açılış saatleri, araç veya ekstra maliyet) işletme ile uyumlu olmamasıdır. **Sigorta kapsamı:** Tüketicilere araba kiralama sırasında sigorta kapsamı hakkında yeterli bilgi verilmesinden dolayı oluşan sorunlar.

Raskop (1994) yaptığı çalışmada yaklaşık 65.000 anket değerlendirmiştir. Araba kiralayanların karşılaştıkları sorunlar; (1) aracın mekanik durumu, (2) mekanik arızası, (3) kirli araba tahsisi, (4) beklenmeyen maliyetler, (5) satış baskısı, (6) hizmete ulaşım zorluğu ve (7) uzun bekleme süreleri olarak tespit edilmiştir. Bu çalışma için en önemli kategorinin “beklenmeyen maliyetler” ve “satış baskısı” olduğu ortaya çıkmıştır.

Müşterilerin Araç Kiralarken Dikkat Etmesi Gereken Noktalar

İş seyahatlerine, tatillere gidiş ve geliş için kullanılacak ulaşım araçlarını seçme stresli bir iştir. Araba kiralamadan önce ihtiyaç duyulan aracın türüne ("ekonomi", "orta", "lüks") göre harcama miktarı belirlenerek dikkatli hareket edilmelidir (The American Society of Travel Agents, 2003:2). Araç kiralama hizmeti esnasında müşteriler 4 önemli süreçten geçmektedirler. Bunlar; aracın kiralanmasından önce, teslim alınması, kullanımı ve teslim edilmesi aşamalarıdır.

a) Araç Kiralamadan Önce Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar

Araç kiralama hizmetleri birçok önemli noktayı bünyesinde barındıran sistemlerdir. Bu hizmetlerin doğru alımı için aşağıdaki önemli noktalara dikkat edilmelidir;

- Minimum ve maksimum yaş sınırı
- Sözleşmede geçen genel terimler
- Sözleşmenin dili
- Fiyatlar
- Değişken fiyatlar
- Teminat olarak ödenecek depozito
- Sigorta şartları
- Diğer ülkelerde arabayı kullanabilme şartı
- Araçların müdahalesi
- Araçta bulunması gereken aksesuarlar
- İkinci şoför şartı

b) Aracı Teslim Alma Esnasında Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar

Genellikle kiralama sırasında geçerli bir kimlik veya pasaport, sürücü belgesi ve sürücü adına olan geçerli bir kredi kartı gereklidir. Zahmetli ve zaman alıcı olsa da küçük harfle basılı açıklamaları okumak için biraz zaman ayrılmalıdır. Araç teslim alma ve bırakma saati doğru kaydedildi mi? ilave sürücü hizmeti var mı? Sigorta koruması var mı? Bütün ekstralar fiyata dâhil mi? Sözleşmenin bütün önemli noktaları tam olarak kapsadığına dikkat edilmelidir. Bundan başka aracın sürekli bir hasarı olup olmadığını kontrol ederek olası çizik, çökük ve ezilmeler istasyonun bir çalışanına tasdik ettirilmelidir. Aksi halde araç tesliminde, sizden önceki bir sürücünün sebebiyet verdiği hasarları ödemek zorunda kalabilirsiniz. Bundan başka aracın fonksiyonlarının tam kapasiteli olup olmadığına ve örneğin frenlerin, sileceklerin, sinyallerin ve farların bozuk olup olmadığına dikkat edilmelidir (Touristik Union International, 2012:10). Aracın teslim alınması sırasında özetle (European Commission, 2005:25);

- Anlaşılan aracın mevcut olup olmadığına,
- Teslimat sırasında aracın durumuna dikkat edilmelidir.

c) Müşterinin Aracı Kullanırken Dikkat Etmesi Gereken Noktalar

Araştırmalar kiralık araçlar ile özel araçlara göre daha çok kaza yapıldığını göstermektedir (Al-Balbissi, 2001; Rogak, 2010). Bunun için aracın çalışma düzeni, yol yardım hizmeti, kaza ya da hasar durumunda yapması gerekenleri ve özel durumlarda araç kullanımı gibi noktaların bilinmesi önemlidir.

Aracın çalışma düzeni ve yol yardımı hizmeti: Tüm kiralama acenteleri tüketicinin emrine çalışır durumda araç vermesi gerekir ve meydana gelebilecek kaza veya arıza gibi durumlar için yol yardım hizmetlerinin sağlanması gerekmektedir.

Kaza ya da hasar durumunda: Bir kaza olması durumunda, tüketici araç kiralama sözleşme hükümlerine göre hareket etmelidir. Her halükarda, işletmeye haber vermelidir. Aracın çalışmasından ya da bir arızası nedeniyle kaza olursa kiralama işletmeyi sorumlu olarak kabul edilir, bu durum sürücü tarafından kanıtlanmalıdır. Aksi takdirde, aracın sürücüsü sorumlu olacaktır.

Özel durumlarda araç kullanımı: Araç kiralama sözleşmeleri genellikle orman yolları veya asfalt olmayan yüzeyler gibi belirli yollarda aracın kullanımını yasaklayan terimleri içerebilir. Bunların üstesinden gelmek için tüketiciler herhangi bir özel faaliyet veya gezi yapmak istediğini bildirmelidir.

d) Aracın Teslimi Sırasında Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar

Araç kiralama istasyonunda bekleme sürelerini hesaba katarak hareket edilmelidir. Yoğun tatil zamanlarında ve çok ilgi gören tatil bölgelerinde aracı teslim etme biraz uzun sürebilir. Teslim sırasında aracın hasarlarını kontrolü oto kiralama çalışanının huzurunda yapılarak aracı eksiksiz geri teslim edildiği kiraya verene yazılı olarak tasdik ettirilmelidir. İlaveten tasdikte saat not edilmelidir. İstasyon kapalı ise delil olarak araç mutlaka fotoğraflanmalıdır. Arabayı teslim etmeye vaktinde gelmek gerekir. Bir kiralama günü 24 saattir ve çoğu kiralama işletmesi kısa süreli gecikmeyi ücret almaz ama hepsi için geçerli olmayabilir. Aracın deposu dolu isteniyorsa, kiralayan kişi depoyu doldurmalı ve makbuzu saklanmalıdır (Touristik Union International, 2012:10).

Yöntem

Araştırmanın Amacı

Yoğun rekabet ortamında müşterisi olmayan bir örgüt için satış, kâr veya hayatını devam ettirmekten söz edilemez. Bunun için işletmeler hayatlarını borçlu olduğu müşterilerinin sorunlarını öğrenip bu sorunların çözüm yollarını bulmalıdır. Araştırmanın amacını, araç kiralama işletmelerine yönelik müşteri şikâyetlerinin hangi başlıklar altında toplandığı ve sıklıklarının saptanması oluşturmaktadır.

Araştırmanın Yöntemi

İletişim çalışmalarında kullanılan bir araştırma yöntemi olarak içerik analizi, ilk kez 18. yüzyılda İsveçli bir bilim adamının dönemin ilahilerinin içeriklerindeki dini sembollerini incelediği çalışmasında kullanılmıştır. 20. yy. başlarında Amerikan gazetelerinin içeriklerinin incelenmesi şeklinde ortaya çıkmış, 1930'larda, radyo ve propaganda konuşmalarının analizi için başvurulan bir teknik olmuştur (Taylan, 2011:64). İnternetin 1990'lı yıllarda ortaya çıkışı ile birlikte ilk on yıl içinde yüzlerce WEB sitesinin incelenerek analiz edilmiştir (Selvi ve diğ, 2012:9). İçerik analizi; dokümanların, mülakat dökümlerinin ya da kayıtlarının karakterize edilmesi ve karşılaştırılması için kullanılan bir tekniktir. Hem nitel hem de nicel uygulamaları içerebilir (Altunışık ve diğ, 2005:258). İçerik analizinin yapılışında izlenen tümevarım analizi, kodlama, kavram ve kategori (tema) gibi birtakım aşamalar vardır (Yıldırım ve Şimşek, 2006:227).

Araştırma, hemen her konuda tüketici şikâyetlerinin dile getirildiği bir platform olan www.sikayetvar.com.tr sitesinde bulunan araç kiralama işletmelerine yönelik müşteri şikâyetleri içerik analizine tabi tutulmuştur. Böylece, şikâyetlerin hangi başlıklar altında toplandığı ve sıklıkları belirlenmiştir. Yapılan şikâyetlerin tamamı Türkiye'deki günlük kiralama işletmelerine yönelik olarak yapılmıştır. Araştırma 31.12.2012 - 01.01.2013 tarihleri arasında araç kiralama işletmelerine yönelik www.sikayetvar.com.tr sitesinde 151 şikâyetin olduğu tespit edilmiştir. Bu şikâyetler kodlanarak kategorilere ayrılmıştır.

Araştırmanın Sınırları Ve Varsayımları

Araştırmanın kapsamını belli bir internet platformunda paylaşılan şikâyetler oluşturmaktadır. Araştırmada araç kiralama işletmelerine yönelik araba kiralayan müşterilerin şikâyetleri inceleme konusu yapılmıştır. Araştırma Türkiye'deki şikâyetlerin dile getirildiği www.sikayetvar.com adresinden sağlanan bilgilerle sınırlıdır ve tüm şikâyetlerin gerçekten yaşanmış olduğu varsayılmıştır.

Bulgular

Bu araştırmada kullanılmak üzere www.sikayetvar.com sitesinden 01.01.2013 tarihi itibarıyla araç kiralamaya ilişkin 151 adet şikâyet tespit edilmiş ve tüm şikâyetler genel anlamda değerlendirmeye alınmıştır. Değerlendirme sonucunda şikâyetlerin toplandığı ana kategoriler ve alt kategoriler belirlenmiştir. Tüm değerlendirmeler tablo 1'de sunulmuştur.

Talo1. Müşterileri Şikâyetlerinin Değerlendirilmesi

	Sıklık	Yüzde
Ücretlerle ilgili şikâyetler	35	% 24
Depozito bedelinin geri ödenmemesi	13	
Kredi kartından fazla ücret tahsil edilmesi	12	
İptal edilen hizmet için ücretin iade edilmemesi	10	
Araç ve sözleşme hakkındaki şikâyetler	30	% 20
Aracın çizik, kazalı, kirli ve arızasının olması	24	
Sözleşmenin gerçeklerle uyuşmaması	6	
Rezervasyon şikâyetleri	27	% 18
Fazla rezervasyon (overbooking)	20	
Rezervasyon esnasında saat ve tarihin yanlış alınması	7	
Çalışanlarla ilgili şikâyetler	14	% 9
Personelin kaba ve ilgisiz olması	11	

Çalışanların yanlış ve eksik bilgi vermesi	3	
Sigorta hakkında şikâyetler	14	% 9
Sigorta poliçesine uyulmaması	7	
İkame araç bulunmaması	4	
Sigortaya rağmen tam ücret talep edilmesi	3	
Mesafe, ekstra ürün ve yakıt şikâyetleri	12	% 8
Aracın boş depo verilip dolu istenmesi	7	
Diğer nedenler	5	
Kampanya ve kuponlar ile ilgili şikâyetler	11	% 7
Kampanya, kuponlar ve hediye faydalanmama	8	
Kampanya, kuponlar ve hediye şartlarına uymama	3	
Dış kaynak kullanımı sonrası şikâyetler	8	% 5
Dış kaynak bedelinin ödenmemesi	7	
Dış kaynaktan sağlanan aracın hasarlı verilmesi	1	
TOPLAM	151	100

Değerlendirmeler dikkate alındığında, şikâyetlerin, araba kiralama işletmelerini tercih eden tüketicilerin sözleşme şartlarını okumamasına ve satış sonrası hizmetin satış esnasındaki vaatlere uymayışına bağlı olarak artış gösterdiği görülmüştür. Her bir şikâyet kategorisi aşağıda detaylı olarak incelenmektedir.

Müşteri Şikâyetlerinin Kaynakları

Ücretlerle ilgili şikâyetler: Araç kiralama konusunda şikâyet oranı en yüksek olan kategoridir. Toplam şikâyetler içindeki oranı %24'dür ve 35 şikâyetten oluşmaktadır. Ücretlerle ilgili şikâyetler kendi içinde dört ayrı kategoriye ayrılmıştır.

- **Depozitonun geri ödenmemesi:** İşletmeler kedilerini garantiye almak için gerek aracın kullanımı sırasında oluşabilecek bir hasar için gerekse sonradan işletmeye ulaşacak gider için müşterilerinden depozito alır. Bu depozito araç geri getirildikten en geç 15 gün sonra kullanım sırasında meydana gelen ek masraflar düşülerek (temizlik gideri, hasar sorumluluğu, trafik cezaları, OGS geçişleri, rezervasyon uzatılması, vb) iade edilir. Önemli orandaki tüketici depozitoların sözleşmede belirtilen günler içinde ödenmediği belirtilmektedir.
- **Kredi kartından fazla ücret tahsil edilmesi:** Tüketicinin telefon veya internetten rezervasyon yaptıktan sonra konfirme edilen araç için fazla ücret tahsil edilmektedir. Rezervasyon alındıktan sonra zam gelmesi durumunun nedeni gösterilmektedir.
- **İptal edilen hizmetler için ödenen ücretin iade edilmemesi:** Kiracı, kiraya veren ile araç kiralama sözleşmesinin akdedilmesinden itibaren 7 gün içinde hiçbir hukuki ve cezai sorumluluk üstlenmeksizin ve hiçbir gerekçe göstermeksizin malı veya hizmeti reddederek cayma talebini kiraya verene iletmek kaydıyla cayma hakkına sahiptir (Tüketicinin Korunması Kanunu, Madde 9/A). Tüketiciler rezervasyon yaptıkları bir aracı rezervasyon süresi dâhilinde kiralamaktan vazgeçtiklerinde veya kiralama süresini daha kısa süreye çektiklerinde ücretin iade edilmemesi durumuyla karşılaşmıştır.

Araç Hakkında Şikâyetler: Kiraya verilen aracın kirli olması, mekanik arızasının olması (fren, motor, klima, lastik), araçta çizik, boya ve kaporta kusurunun olması, maliyeye kayıtlı olmaması, kiralama için temizlenmemiş veya donanımlarının farklı olması gibi şikâyetler bu grupta yer almaktadır. Bu gruptaki şikâyetlerin oranı %20 dolayındadır. Bu şikâyetler;

- **Aracın çizik, kazalı, kirli ve mekanik arızasının olması:** Aracın oldukça kirli olması, araç lastiğinin bereli teslim edildiği, çizik ve kazalı, servis uyarısı veren, fren sistem arızası olan araçlar kiralananak istenmektedir.
- **Sözleşme kaynaklı sorunlar:** Satıcı veya sağlayıcının tüketiciyle müzakere etmeden, tek taraflı olarak sözleşmeye koyduğu maddeler bulunmaktadır. Tarafların sözleşmeden doğan hak ve yükümlülüklerinde iyi niyet kuralına aykırı düşecek biçimde tüketici aleyhine dengesizliğe neden olan sözleşme koşulları haksız şarttır (Tüketicinin Korunması Kanunu, Madde 9/A).

Rezervasyon şikâyetleri: Araç kiralama işletmeleriyle ilgili rezervasyonun kayıt altına alınmaması, aracın fazla rezervasyondan dolayı tüketiciye teslim edilememesi, rezervasyonda saatin/ tarihin yanlış girilmesi gibi şikâyetlerdir. Bu şikâyetlerin oranı % 18 dolayındadır.

Çalışanlar hakkında şikâyetler: Araç kiralama işletmelerinde çalışan personelin müşteriye karşı tutumu, ilgi ve alakası, konuşması, güler yüzlü olmaması, satış kaygısı ile eksik veya yanlış bilgi vermesi bu gruptaki şikâyetleri oluşturmaktadır. Bu şikâyetlerin oranı % 9 dolayındadır.

Sigorta hakkında şikâyetler: İstenilen sigortanın gerçekte yapılmamış olması, normalden fazla ücret alınması, ikame araç temin edilmemesi, aracın tam kaskolu olmasına rağmen kaza sonucu ücret alınması, hasar veya hırsızlık durumunda ekstra ücret alınması gibi kiralanan aracın sigorta kapsamıyla ilgili şikâyetlerdir. Bu şikâyetlerin oranı %9 dolayındadır.

Mesafe, ekstra ürünler ve yakıt şikâyetleri: Sınırsız km olarak verilen aracın belli km'den sonra her km için artı ücret istenmesi, km sınırının konması, yakıtın litre veya metreküpü için yüksek ücret talep etme, aracın dolu depo ile teslimine eksik denmesi, araçta bulunmayan veya hasarlı ekstra ürünlerle ilgili şikâyetlerdir. Bu şikâyetleri engellemenin yolu aracın boş depo ile verilmesi, km sınırı konmaması gibi standartlar koymaktır. Bu şikâyetlerin oranı %8 dolayındadır.

Kampanya, kuponlar ve hediyelerle ilgili şikâyetler: İşletmeler müşterilerine daha çok satış yapmak veya özendirmek için zaman zaman kampanyalar, çok kullananlar için kupon ve hediyeler vaadinde bulunurlar. Bunların belirtilen yer ve tarihte yerine getirilmemesi müşterilerin şikâyet konusu olmaktadır. Bu şikâyetlerin oranı %7 dolayındadır.

Dış kaynak kullanımı şikâyetleri: Araç kiralama işletmeleri müşterilere kiraladığı araçların bir bölümünü veya tamamını kişi ya da kuruluşlardan belirli bir ücret karşılığında sözleşmeye dayalı olarak dış kaynaklardan tedarik etmektedir. Bu araçlar için belirtilen ücretin zamanında ödenmemesi ya da aracın arızalı, kazalı teslim edilmesi tedarikçiler tarafından şikâyet konusu olmaktadır. Bu şikâyetlerin oranı %5 dolayındadır.

Sonuçlar

Küreselleşen dünyada, teknolojide yaşanan hızlı değişimler ve gelişimlerle birlikte müşterilerin seçicilikleri de artmaktadır. Bu nedenle işletmeler açısından müşteri memnuniyeti daha önemli hale gelmiştir. Araç kiralama sektöründe çok sayıda müşterinin değişik rezervasyon kanalıyla araba kiralaması, satış sonrası hasarın oluşabilmesi, standart sözleşmenin yapılamaması, bir işletmeye ait farklı noktalardan hizmet alması gibi nedenlerle müşteri memnuniyeti sağlamak giderek zorlaşmaktadır.

Bu çalışmada araç kiralayan tüketicilerinin pratikte yaşadıkları sorunlara ilişkin www.sikayetvar.com sitesinde yer alan şikâyetler tespit edilerek derlenmiş ve içerik analizine tabi tutulmuştur. Yapılan içerik analizi sonucunda araç kiralamaya ilişkin toplam şikâyetlerin önemli kısmını (%24) “ücretlerle ilgili şikâyetler” oluşturmaktadır. Diğer önemli şikâyet konusunu ise “araç ve sözleşmelerden doğan şikâyetler (%20)” oluşturmaktadır. Sırası ile “%18 rezervasyondan kaynaklanan sorunlar”, “%9 çalışanlar ile ilgili sorunlar”, “%9 sigorta ile ilgili sorunlar”, “%8 mesafe-ekstra ürün-yakıt hakkındaki şikâyetler”, “%7 kampanya ve kuponlar” konusundaki sorunlar ve son olarak da “%5 dış kaynak kullanımı” sorunları vardır.

Araç kiralama işleminde araç kiralayan işletme ile aracı kiralayan arasında her ne kadar araçlar olsa da sorumluluk her zaman bu iki taraf arasındadır. Kiralama işletmesi sözleşme süresi boyunca iyi durumda, gerekli bakımları yapılmış aracı tüketicinin emrine vermek ve trafik kanunlarının otomobillerde bulundurulması zorunlu kıldığı aksesuar, yedek parça ve araçları sağlamak durumundadır. Tüketiciler sözleşme uyarınca kiralanan aracı kira süresi sonunda kiralayana aldığı gibi hasarsız olarak teslim etmekle yükümlüdür. Aracın hasar alması durumunda zarardan sorumlu olmadığı savunmasını ispat etmek yükümlülüğü bulunmaktadır.

Araç kiralama sözleşmeleri konusunda şikâyetleri olan tüketicilerin öngörülen kanun ve yönetmelik maddeleri uyarınca haklarını aramaları ve bu konuda daha dikkatli olmaları gerekir. Örneğin araç kiralayan tüketiciler açık senet imzalamamalıdır. Türk Ceza Kanunu'na (156. madde) göre açık senet(ler) bedelsiz senetlerdir. Bedelsiz kalmış bir senedi kullanan kimseye, şikâyet üzerine, altı aydan iki yıla kadar hapis ve adli para cezası verilir. Ayrıca kiralanan araç kesinlikle şahısların üzerine değil firmanın üzerine olmalı, kurumsal firmalardan kiralama tercih edilmeli, araç çok iyi incelenerek teslim alınmalı, eğer aracın arızası veya hasarı varsa bunu sözleşmeye madde olarak ekletilmelidir.

Tüketici şikâyet ve itirazları konusundaki başvurular, kiracının mal veya hizmeti satın aldığı ya da ikametgâhının bulunduğu yerdeki “Tüketici Sorunları Hakem Heyetine” veya “Tüketici Mahkemesine” yapılabilir. Ayrıca internetten satışlarda kiracı, kiraya verenin internet sitesindeki Ön Bilgilendirme Formu'nu okuyup bilgi sahibi olduğunu ve kabul ettiğini kayıtsız şartsız beyan ve taahhüt etmiş olur.

Öneriler

Türk araç kiralama sektörünün sorunların çözümünde Avrupa Birliği tarafından tüketiciyi korumak için çıkarılan aşağıdaki direktiflerden yararlanılabilir.

Sözleşmedeki Haksız Şartlar Hakkında Direktif (1 93/13/AET): Direktifin amacı sözleşme tarafların hak ve yükümlülüklerinde denge sağlamaktır. Direktifine göre sözleşme süresince tüketici için dezavantaj oluşturan herhangi bir madde tüketici için bağlayıcı değildir.

Haksız Ticari Uygulamalar Direktifi (2005/29/AT): Tüketiciyi Koruma Yasası'nın bir parçası olarak Mayıs 2007'de İrlanda'da uygulanmıştır. Direktifin temel amacı iç pazarda tüketici güvenini artırmak ve tüketicinin çıkarlarını korumaktır. Direktif tüketicinin korunması alanında mevzuat Uyumlu hale getirmek ve ticaretin haksız olup olmadığını belirlemek için yardımcı kıstaslar oluşturur. Bu 2005/29/AT sayılı Direktif ile yakıt ikmali ücretleri, yaş sınırlaması, yer sorunlarını çözülebilir.

Alternatif Uyuşmazlık Çözümü (AUÇ): Avrupa Tüketici Merkezi tüketiciler ve işletmeler için sorunların çözümünde alternatif uyuşmazlık çözüm (AUÇ) mekanizmaları oluşturmuştur. Tüketiciler her zaman mahkemeleri kullanma seçeneğine sahip olmasına rağmen, AUÇ sistemleri, her iki tarafa hem maliyet hem de hızlı ve verimli olmak için özellikle sınır ötesi şikâyetlerde bazı avantajlar sunabilir.

Sektör Dernekleri: Sektör kuruluşları derneklerinin oluşturduğu davranış kuralları tüketicinin korunmasında çok etkili olan başka bir mekanizmadır. Örneğin; İrlanda'da nu rolü "İrlanda Kiralık Araba Kurulu" gerçekleştirir. Bu kurul sektörde standartları özetleyen geniş bir davranış kodu hazırlamıştır. Ayrıca dernek üye işletmeler ve tüketiciler arasındaki anlaşmazlıklarda arabuluculuk görevi yapar (Leonard, 2008:17-18).

Kaynakça

- Altunışık, Remzi, Coşkun, Recai, Bayraktaroğlu, Serkan Ve Yıldırım, Engin (2007), Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Al-Balbissi, H. Adli (2001), Unique Accident Trend Of Rental Cars, *Journal Of Transportation Engineering*, 127, (2), 175-187.
- Auto Rental News (2012), Analyses and Forecasts to 2016, <http://www.autorentalnews.com> adresinden 12 Aralık 2012 tarihinde alınmıştır.
- Baltacı, Arif (2013), Araç Kiralama Hakkında Yargıtay Kararları, <http://www.baltaci.av.tr> adresinden 22 Şubat 2013 tarihinde alınmıştır.
- Car Rental Business (2008), Global Strategic Business Report Global Industry Analysts, <http://www.researchandmarkets.com> adresinden 15 Şubat 2013 tarihinde alınmıştır.
- Daniele, Martin Ve Gaceu, Luis (2009), Online Evaluation Method For Assessing The Variation Of The Number Of Tourists Interested In Car Rental, *Bulletin of the Transilvania University of Brasov*, 2, (51), Ocak, 75-81.
- Datamonitor (2006), Global Car Rental Industry Profile, Reference Code: 0199-0031.
- Edelstein, Martin Ve Melnyk, Mayron (1977), The Pool Control System, *Interfaces* 8, (1), 21-36.
- Ekiz, H. Erdogan Ve Bavik, Ali (2008), Scale Development Process: Service Quality in Car Rental Services, *The Electronic Journal of Business Research Methods*, 6, (2), 133-146.
- European Commission (2005), "Car Rental Contracts An analysis of European cross-border complaints and consumer protection", *European Consumer Center Network (ECC-Net)*.
- Fink, Andreas Ve Reiners, Torsten (2006), Modeling and solving the short-term car rental logistics problem, *Transportation Research*, 10, (42), 272-292.
- Geraghty, Martin Ve Johnson, Ernest (1997), Revenue Management Saves National Car Rental, *INFORMS*, 27, (1), 107-127.
- Goldberg, M. C. Asconavieta, P. H. Ve Goldberg, E. F. G. (2012), Memetic algorithm for the Traveling Car Renter Problem: an experimental investigation, Berlin: Pringer-Verlag.
- Halis, Muhsin (2004), İşletmelerde İç Müşteri Memnuniyeti, Ankara: Roma Yayınları.

- Hertz, Alain, Schindl, David Ve Zufferey, Nicolas (2008), A solution method for a car fleet management problem with maintenance constraints, *Heuristics*, 34 (15), 425–450.
- Kaya, İsmail (2000), Muhterem Müşterimiz, İkinci Baskı, İstanbul: Babıali Kültür Yayıncılığı.
- Kozak, Metin (2007), Turizm Sektöründe Tüketicilerin Şikâyetlerini Bildirme Eğilimleri, *Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14, (1), 137-151.
- Leonard, Tina (2008), Car Rental Contracts, European Consumer Centre Ireland, www.eccdublin.ie adresinden 22 Nisan 2012 tarihinde alınmıştır.
- Levinson, Conrad (2004), Guerilla Travel Tactics: Hundreds of Simple Strategies Guaranteed to Save Road Warriors Time and Mone, New York: Amacom Books.
- Odabaşı, K. ve Odabaşı, A. K. (2007), İnternet'te Pazarlama Stratejileri, Birinci Baskı, İstanbul: Cinius Yayınları.
- Olca, Mehmet (2012), Şikâyet Nedir, <http://www.sozmusteride.com> adresinden 16 Şubat 2013 tarihinde alınmıştır.
- Pachon, Julian, Iakovou Eleftherios Ve Ip, Chi (2006), VehicleFleet Planning in The Car RentalIndustry, *Journal of Revenue and Pricing Management*, 5, (3), 221–236.
- Parker, John (2011), Increasing Industry Demand For Triple Bottom Line Education, *The Consortium Journal*, 16, (2), 45-50.
- Raskop, R. Raymond (1994), Is The Public Being Taken For A Ride? The Car Rental Industry: It's Policies, Practices, and the Public Interest, Doctoral Theses, Golden Gate University, California.
- Rogak, N. Lawrence (2010), Statute of Limitations - Rental Cars, *Insurance Advocate*, 6, (21), 33-37.
- Saydan, Reha (2008), Güncel Pazarlama Yaklaşımlarından Seçmeler, (İçinde; "Müşteri Memnuniyeti (Ya Sev Ya Terk Et)", Editörler: Varinli, İ. Ve Çatı, K., Detay Yayıncılık, İstanbul, s.105-127.
- Selvi, M. S., Saçılık, Y. M., Çevik, S. Ve Cavlak, N. (2012), Devre Mülk Ve Devre Tatil Sistemlerinde Tüketici Şikâyetlerine İlişkin Bir İçerik Analizi, *Turizm & Araştırma Dergisi*, 2, (1), 1-21.
- Sultan, Arif (2010), A Model Of The Used Car Market With Lemons And Leasing, *Applied Economics ISSN 0003–6846*, 3619–3627.
- Tang, Christopher Ve Deo, Sarang (2006), Rental Price And Rental Duration Under Retail Competition, *European Journal of Operational Research*, 23, (11), 806-828.
- Taylan, H. Hüseyin (2011), Sosyal Bilimlerde Kullanılan İçerik Analizi ve Söylem Analizinin Karşılaştırılması, *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (2), 63-76.
- The American Society Of Travel Agents (ASTA) (2003), Facts for Consumers Renting A Car, www.astanet.com adresinden 12 02 2013 tarihinde alınmıştır.
- Touristik Union International (TUI) (2012), Tipps und Tricks rund um den Mietwagen, Die Info Broschüre, www.mietwagenmarkt.de adresinden 12 Şubat 2013 tarihinde alınmıştır.
- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (2013), Müşteri Hakları, www.protein7.com adresinden 17 Haziran 2013 tarihinde alınmıştır.
- Türkiye Otelciler Federasyonu (2012), Turizm Raporu, TÜROFED Dergisi, 5.
- Varinli, İnci (2005), Marketlerde Pazarlama Yönetimi, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yang, Yazao, Jin, Wenzhou, Ve Hao, Xiaoni (2009), Dynamic Pool Segmentation Model and Algorithm in the Car Rental Industry, *Journal Of Computers*, 4, (12), 1201-1210.
- Yıldırım, Ali ve Şimşek, Hasan (2006), Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, 5. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Walker, John (1999), Hire Capacity Of Rental Services, Managing Service Quality, 9, (2), 116 -120.
- Walsh, Annemarie (1992), Customer Perception Of Quality Of Service AndResponse To The Complaint Handling Process Of A Renting Car Company, Doctoral Thesis Of Texas Woman Üniversitesi, USA.
- Wordpress (2013), Oto Kiralama Hizmeti Alırken Dikkat Edilecek Hususlar, <http://wordpress.com> adresinden 22 Nisan 2013 tarihinde alınmıştır.