



OTOMOBİL BAKIM ve SERVİS HİZMETLERİ TERCİHİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ

Yrd. Doç. Dr. Mehmet KARAHAN

Fırat Üniversitesi İİBF, İşletme Bölümü, Elazığ-Türkiye
mkarahan@msn.com

Dr. Hasan DİNÇ

Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Diyarbakır-Türkiye
h_dinc@hotmail.com

Öz

Rekabetin yoğun ve hızlı olarak yaşandığı günümüzde, küresel rekabet ortamında işletmelerin varlıklarını devam ettirebilmeleri ve büyüyeabilmelerinde etkin rol oynayan faktörlerin başında son ürünün sunulduğu müşterinin memnun edilmesidir. Günümüzde müşteri, işletmenin en değerli varlık sebebi olmuştur. İşletmeler yeni müşteri kazanabilmek veya sahip olduğu müşterilerin devamlılığını sağlamak için değişik yöntemler aramaktadırlar. Bu bağlamda müşteri memnuniyetine etki eden faktörlerin belirlenmesi, işletmeler açısından büyük bir rekabet avantajı sağladığından bu araştırmaya gerek duyulmuştur. İşletmelerin müşteri istek ve beklentilerini en yüksek düzeyde karşılaması, hem tutundurmasını hem de karlılık oranını arttıracaktır.

Bu çalışmanın amacı, otomobil sahiplerinin bakım ve onarım için hizmet aldıkları servislerden ne derece memnun olduklarını, müşterilerin özel veya yetkili servis tercihlerini etkileyen faktörleri belirlemektir. Araştırma örneklemini Diyarbakır ilinde otomobil servis hizmetlerinden yararlanan yaklaşık 200 müşteri oluşturmaktadır. Araştırma yüz yüze anket yöntemi ile yapılmış ve elde edilen veriler SPSS 18 programına aktararak önce frekans ve yüzde hesapları, sonra t-testi ve f testi yapılarak elde edilen sonuçlar ayrıntılı olarak yorumlanmış ve konuyla ilgili öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Otomotiv Sektörü, Yetkili Servis, Müşteri Memnuniyeti, Otomobil bakımı.

DETERMINATION OF FACTORS AFFECTING THE CHOICE CAR MAINTENANCE AND REPAIR SERVICES

Abstract

Nowadays, in which there is intense and rapid competition, one of the most important factors that plays an active role for companies to maintain its survival and growing is to be ensure satisfaction of costumer who is provided with end product in global competitive environment . Today, the company's most valuable asset is customer that is the main reason for companies creation. Companies seek different methods to get new costumers or continuity of customers that it already has. In this context, the identification of the factors that affect customer satisfaction, provides a huge competitive advantage for companies. Thus it is needed to investigate this issue. If companies fulfill their customers' needs and expectations at the highest level, it will increase its profit as well as its permanence.

The purpose of this study is to determine in what extent car owners are satisfied with the repair and maintenance services they receive and to determine the factors affecting customers about choosing special or authorized services. Research sample is composed of about 200 customers who use of car services in Diyarbakir. Research is conducted face to face interviews and the data obtained is transferred to SPSS 18 program and is went through some statistical analysis, the results are exhaustively commented and relevant recommendations have been developed.

Keywords: Automotive Industry, Authorized Service, Customer Satisfaction, Car maintenance.

1. Giriş

Otomotiv sektörü, yan sanayisi ile birlikte oluşturduğu istihdam ve ekonomiye sağladığı katma değerle ülke ekonomisine önemli katkılar sağlamakta, birim fiyatı yüksek, yoğun teknolojik araştırmalar gerektirmesi gibi nedenlerden dolayı en önemli sanayilerin başında gelmektedir (Ersoy ve Fırat, 2006). Bu sektör, karayolu taşıma araçlarını (otomobil, otobüs, kamyon, traktör, çekici vb.) ve bu araçların bakım-onarımında kullanılan parçaları imal eden bir sanayi kolu olarak tanımlanmaktadır (Görener ve Görener, 2008).

İstanbul Sanayi Odası 2013 yılı araştırma verilerine göre, ilk 500 kuruluş arasında otomotiv sanayi firmalarının önemli payı bulunmaktadır. Buna göre, otomotiv sanayinin payı tekstil ve gıda sektöründen daha öndedir (İSO, 2014). Yine bu verilere göre, en çok ihracat yapan kuruluşlar arasında ilk sıralarda, otomotiv sektöründen firmalar bulunmaktadır.

Otomotiv sektörü ana ve yan sanayi olmak üzere iki alt başlıkta incelemek mümkündür. Yan sanayi, ana sanayi üreticilerinin kendi üretim programlarına almadıkları mamul ve yarı mamul parçaları üreten sanayi dalı olarak tanımlanmaktadır (Sezgin ve Arat, 2008). Otomobil servisleri de, bu anlamda yetkili ve özel servisler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Otomotiv sektöründe yetkili servisler, üreticisinden ürün ile ilgili eğitim alan ve sertifikalandırılan yerlerdir. Bunun için fiziksel koşullar, ekipman ve cihazlar, bilgi işlem alt yapısı, standart verilen hizmetler, şikayet yönetimi, müşteri memnuniyet araştırmaları gibi standartlara sahip olmaları gerekmektedir.

Firmalar yetkili servisler aracılığıyla, otomobil satışlarını gerçekleştirmektedir. Bunun dışında, direk fabrikadan tüketiciye yönelik bir satış söz konusu değildir. Bu nedenle müşteri öncelikle yetkili servis ile tanışmakta ve eğer aldığı hizmetten memnun kalırsa, aynı yetkili servis ile çalışmaya devam etmektedir. Müşteriler yetkili servislerden memnun kalmadıkları takdirde, bölgede bulunan başka bir yetkili servise veya özel bir servise yönelebilmektedirler. Bu yüzden firmaların otomobillerini sattıkları bu müşterilerin, başka arayışlara girmemesi için müşteri şikayetlerini dikkate almalı (Timur ve Sarıyer, 2004) ve memnuniyetine çok dikkat etmeleri gerekmektedir. Günümüz koşullarında sadece müşteriyi elinde tutan, marka bağımlılığı oluşturabilen (Çelik ve Bengül, 2008; Eren ve Erge, 2012) firmalar ayakta kalıp, rekabet avantajı (Möller, 2006) sağlayabilmektedirler. Rakip sayısının arttığı günümüz koşullarında bir firmanın hayatta kalabilmesi, yaşamını devam ettirebilmesi buna bağlıdır.

Bu sektörde, müşteri memnuniyetini sağlamak (Eroğlu, 2005) ve bu memnuniyeti sürdürebilmek için servis sağlayıcılara büyük görevler düşmektedir. Bu nedenle, firmalar yetkili servislerini titiz bir şekilde denetlemekte, çalışmalarını gözlemlemekte ve firmanın öngördüğü standartlarda hizmet sunulmasını istemektedirler. Anlaşmalı yetkili servisler bu

koşulları yerine getirmediği takdirde, sözleşmelerinin feshi yoluna gidilmektedir. Buna karşın, müşterilerin anlaşmalı yetkili servislere göre altyapı veya müşteri memnuniyeti konularına daha az önem veren anlaşması olmayan özel servisleri tercih etmelerinin sebebi, çoğunlukla ekonomiktir denilebilir. Bu sebeple firmalar yaşamlarını sürdürebilmek için servis ve servis sonrası aşamalarda müşterilerine en az maliyetli hizmet seçeneklerini sunmak durumundadırlar (Gerger ve Demir, 2010). Bu yüzden servislerin yüksek maliyetli işlemleri daha optimal değerlendirmeler yaparak (Tekin, 2006), mümkün olduğunca azaltması gerekmektedir.

Bunun yanı sıra, belirli bir düzeye ulaşan deneyimli ustaların yetkili servislerden ayrılarak kendi özel servislerini açmaları, müşterilerine servis esnasında orijinal veya yan sanayi yedek parçaları kullanma özgürlüğü sağlamaları gibi farklı ve esnek seçenekler sunmaları, yaptıkları işlemlerle ilgili garanti vermeleri, özel servislere azımsanmayacak kadar müşterinin yönelmesine sebep olmaktadır.

2. Otomobil Bakım ve Onarım Servis Hizmetlerinde Müşteri Memnuniyeti

Müşterilerin kaliteli hizmeti ucuza alma gayreti içerisinde olmaları fakat buna karşın firmaların da yüksek müşteri tatminini daha düşük maliyetlerle (Kobu, 2014: 302) kazanma istekleri, günümüzde otomobil servis hizmeti sunan işletmelerin iki tarafın çıkarlarını da dengeli bir şekilde karşılayan stratejik kararlar almalarını gerektirmektedir. Bu bağlamda müşteri memnuniyeti, ihtiyaç ve beklentilerinin tam anlamıyla karşılanması ve bunu işletme maliyetlerini minimize ederek gerçekleştirilmesiyle ilgili yazında yapılan çalışmalardan bazıları incelenerek aşağıda özet olarak verilmiştir.

Akçay ve Okay (2009) otomotiv servis hizmeti sunan işletmelerde yaptıkları çalışmada, TKY anlayışı çerçevesinde dış müşterilerin memnuniyet derecelerini ve memnuniyetlerine etki eden faktörleri belirlemeye çalışmışlardır. Çalışmadan elde edilen bilgilere göre, yetkili servis müşterilerinin genel olarak memnuniyet düzeyinin yüksek seviyede olduğu belirlenmiştir. Ancak belirlenen bu olumlu durumun sürdürülebilmesi için, tüm servis personelinin müşteri memnuniyetinin önemi konusunda eğitilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir.

Ülengin vd. (2014) otomotiv sanayinin rekabetliliği konusunda yaptıkları çalışmada, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin uluslararası seviyede birbirleriyle rekabet ettikleri ve özellikle sanayileşmiş ülkeler için otomotiv sanayinin ulusal alanda ana destekleyici bir unsur olduğunu belirtmiş, günümüzde rekabetin işletme düzeyinde, sektörel düzeyde ve ülkeler düzeyinde yapıldığını vurgulamışlardır. Çalışmada yapılan analizler sonucunda Türk

Otomotiv Sektörünün geleceğinin, büyük oranda yerel tedarikçilerin kalitesine, vergi oranlarına, borçlanmalara, yenilik kapasitesine, AR-GE çalışmalarına harcanan kaynaklara, son teknolojilere erişilebilirliğe ve üniversite–sanayi-AR-GE işbirliğine bağlı olduğunu ifade etmişlerdir.

Laosirihongthong ve Dangayach (2005) Tayland ve Hindistan otomotiv şirketlerinin üretim stratejilerini karşılaştırdıkları çalışmalarında; şirketlerin rekabetçi pazar ve müşteri baskıları nedeniyle rekabet öncelikleri, yeni sipariş kazanma kriterleri ve iyileştirme faaliyetleri arasında ileri derecede uyum sağlamaları gerektiği vurgulamıştır. Çalışmada, sanayileşmiş ülkelerdeki üretim stratejileri incelenerek, rekabet önceliğine odaklı her iki ülke şirketlerinin üretim ve süreç kalitesi, tam zamanında teslim konularında önemli ilerlemeler kaydettikleri ve bunun yanı sıra bu şirketlerin TKY, TZÜ, istatistiksel süreç kontrolü (İSK) ve malzeme ihtiyaç planlaması (MİP) gibi altyapısal üretim stratejilerinden birini uygulayarak, rekabet güçlerini artırmaya çalıştıkları ifade edilmiştir.

Sezgin ve Arat (2008) otomobil servislerinden yararlanan müşterilerin memnuniyeti üzerine Konya ili merkezinde yaptıkları çalışmada; otomotiv yan sanayi ve yetkili servislerin birbiriyle bağlantılı olarak çalıştıklarını, yetkili servislerin öngörülen bazı standartları sağlama zorunluluğu olduğunu ve müşteri aktiflerinin çok değerli olduğunu ifade etmiş, bu gerekleri sağlamak için de, öncelikle müşterilerin daha fazla hizmet beklediği konuların belirlenip bu konularda müşteri tatminini artıracak yeni düzenlemeler yapılması gerektiğini, ancak böylelikle müşteri memnuniyeti ve bağlılığının sağlanabileceğini vurgulamışlardır. Çalışmada, özel servis ve yetkili servis müşterilerinin öncelikli beklentilerinde farklılıklar bulunduğu, özel servislerle ilgili sıkıntı ve şikâyetlerin daha fazla olduğu, özel servislerdeki müşteri bekleme salonlarının daha kötü durumda olduğu ifade edilmiştir.

Chougule vd. (2013) yaptıkları çalışmada, küresel rekabet ortamında direk müşteri memnuniyetiyle ilgili süreçlerin iyileştirilmesi yönünde artan bir talep olduğunu ve müşteri ilişkileri yönetiminin işletmeler nezdinde öneminin gittikçe arttığı vurgulanmıştır. Bu bağlamda, kalite çalışmalarının da önceliklerinden birisi olan müşteri memnuniyeti ölçüm süreci bu çalışmada, belirsiz bir mantık yaklaşımıyla modellenmiş ve çalışma sonucunda; müşteri memnuniyetinin otomotiv, üretim, perakende satış, finans sektörü ve pek çok sektör için anahtar faktör olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada, müşteri memnuniyetinin işletmelere rekabet avantajı ve gelir artışı sağlamanın yanı sıra daha iyi bir marka imajı oluşturulmasına da katkı sağladığı, bu nedenle orijinal malzeme üreticilerinin yaptıkları müşteri memnuniyeti ölçümlerinde sadece genel durumu değil de müşterilerin kişisel memnuniyetlerini değerlendirmeleri gerektiğini savunmuşlardır.

3. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu araştırmanın amacı, otomobil sahiplerinin bakım ve onarım hizmeti satın aldıkları servisleri seçerken neleri dikkate aldıkları, aldıkları hizmetten ne kadar memnun oldukları ve elde edilen bulgular ışığında otomobil servislerine sorun çözüm önerileri sunmaktır. Günümüzde gittikçe artan rekabet ortamlarında, otomobil servislerinin mevcut müşterilerini elde tutması, müşteri memnuniyetini en üst düzeye çıkarması ve bu sayede rekabet üstünlüğü kazanması önemli hedeflerinden birisidir.

Bu bağlamda yapılan bu çalışmanın ana kütlesi 2015 yılı verilerine göre Diyarbakır'da kullanımda olan 50720 otomobilin sahipleridir (TUİK, 2015). Diyarbakır il merkezinde faaliyet göstermekte olan yetkili ve özel otomobil servislerinden hizmet satın alan bu müşterilerden tesadüfî olarak seçilen 450 servis müşterisi örneklem olarak seçilmiş ve bu örneklem gruba hazırlanan anketler dağıtılmıştır. Dağıtılan anketlerden 407 tanesinin geri dönüşü mümkün olmuş ve rastgele örnekleme yöntemiyle seçilen bu servis müşterilerinin, Diyarbakır ilinde faaliyet gösteren otomobil servislerinden hizmet satın alan müşterilerin tümünü temsil ettiği varsayılmıştır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada veri toplama aracı olarak yüz yüze anket yöntemi seçilmiştir. Anketin hazırlanmasında öncelikle ilgili yazın taranmış, daha önceki araştırmalarda kullanılan anketler incelenmiş (Timur ve Sarıyer, 2004; Eroğlu, 2005; Sezgin ve Arat, 2008; Akçay ve Okay, 2009) ve bu bilgiler ışığında "Otomobil Servis Tercihleri ve Müşteri Memnuniyeti Belirleme Anketi" isimli anket formu geliştirilmiştir. Hazırlanan bu anket üç bölümden oluşmaktadır. Bunlar; araştırmaya katılan otomobil sahiplerinin demografik özellikleri, bakım veya tamir için seçilen servisin tercih sebepleri ve müşterilerin tercih ettikleri servis hakkındaki görüşlerin değerlendirildiği bölümlerdir. Ölçekteki sorular derecelendirmeli beşli likert tipi (1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kararsızım, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum) sorular şeklinde hazırlanmış olup, müşterilerin sorulara verdikleri cevaplar böylelikle puana dönüştürülmüştür.

Anket formu son haline getirilmeden önce, sorulardaki eksiklik ve hatalı kısımların belirlenmesi için 30 müşteriye ön anket uygulanmıştır. Bu ön çalışma neticesinde, uygulama sırasında müşteriler tarafından yeterince anlaşılmadığı değerlendirilen sorular tekrar ele alınarak daha anlaşılır şekle dönüştürülmüştür. Hazırlanan ankette, toplam 28 soru bulunmakta olup bunlardan 7 tanesi demografik bilgilere ait, 12 tanesi bakım veya tamir için

seçilen servis tercihi etki eden faktörleri belirlemeye yönelik sorular ve 9 tanesi ise müşterilerin tercih ettikleri servisler hakkındaki görüşlerin belirlenmesine yönelik sorulardır. Hazırlanan anketteki görüş ve tutum belirten 21 soru üzerinden güvenilirlik analizi yapılarak Cronbach alfa katsayısı 0,90 olarak hesaplanmıştır. bulunmuştur. Elde edilen bu sonuca göre verilen cevapların oldukça güvenilir olduğu ve ankette içsel tutarlılığın sağlandığı anlaşılmıştır. Anket uygulaması sonunda, hem yetkili hem de özel servisi tercih eden müşterilerden elde edilen veriler SPSS 18 paket programına aktarılarak öncelikle frekans ve yüzde tabloları hazırlanarak gerekli yorumlamalar yapılmış, daha sonra elde edilen verilerin çeşitli değişkenlere göre farklılıkları t-testi ve F testi ile analizleri yapılmıştır.

2. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirme

Bu bölümde sırasıyla, araştırmaya katılan servis müşterilerinin demografik özellikleri ve müşterilerin tercih etmiş oldukları servisin hizmetleri hakkındaki görüşleriyle ilgili bulgular değerlendirilmiştir. Buna ek olarak çalışmanın son kısmında, uygulaması yapılan ölçeğin tespit edilen temel faktörleri ile demografik özellikler çapraz olarak karşılaştırılarak ilişki analizi (t-testi ve F testi) yapılmıştır.

2.1. Araştırmanın Demografik Bulguları

Araştırmadan elde edilen verilere göre, anketi cevaplayan müşterilerin % 20(80)'si bayan, % 80 (327)'i erkek ve % 61 (248)'i evli, % 39 (159)'u bekâr müşterilerdir. Buna göre araştırmaya katılan müşterilerin büyük çoğunluğu evli ve erkektir. Buna göre Diyarbakır ilindeki araç sahiplerinin çoğunluğunun erkek olduğu söylenebilir. Araştırmaya katılan otomobil sahiplerinin % 26 (106)'sı 18-30 yaşlarında, % 44 (181)'ü 31-40 yaşlarında, % 24 (98)'ü 41-50 yaşlarında ve % 5 (22)'i 50 ve üstü yaşlardadır. Buna göre, otomobil kullanıcılarının ağırlıklı olarak genç ve orta yaşlarda oldukları söylenebilir.

Araştırmaya katılan müşterilerin % 12 (49)'si İlköğretim, % 35 (141)'i Lise, % 44 (181)'ü Üniversite ve %9 (36)'u Lisans Üstü eğitime sahiptir. Araştırmaya katılanların aylık gelirleri, % 2 (10)'si 0-700, % 20 (80)'si 701-1.500, % 41 (167)'i 1.501-3.000, % 29 (119)'u 3.001-5.000 ve % 8 (31)'i ise 5.001 Türk lirası ve üzeri bir gelire sahiptir. Buna göre otomobil sahibi olanların belli bir aylık gelirine sahip olması gerektiği ifade edilebilir. Araştırmaya katılan müşterilerin kullandıkları araçların yaşları ise; % 25 (102)'i 0-2, % 34 (139)'ü 3-5, % 30 (124)'ü 6-10 ve % 10 (42)'u 11 yaşın üstündedir. Bu sonuca göre Diyarbakır ilinde bulunan araçların yarısından çoğunun 0-5 yaş aralığında olduğunu, yani yeni denilebilecek otomobiller olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırmaya katılanların "Otomobilimin tamir ve bakımı için teknik servisin, yetkili ya da özel olması önemlidir" sorusuna verdikleri cevapların; % 4(17)'ü kesinlikle katılmıyorum, %4(18)'ü katılmıyorum, % 7(29)'si kararsızım, % 32(132)'si katılıyorum ve % 52(211)'si kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Bu sonuca göre, servis seçiminin müşteriler açısından önemli bulunduğu söylenebilir.

Araştırmaya katılanların "Teknik servisin hızlı olması benim için önemlidir" sorusuna verdikleri cevapların; % 1(6)'i kesinlikle katılmıyorum, % 4(17)'ü katılmıyorum, % 8(32)'i kararsızım, % 36(146)'i katılıyorum ve % 51(206)'ü kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Bu sonuca göre, servis süresinin kısa tutulmasının, yani servisin hızının müşteriler tarafından önemli bulunduğunu söylemek mümkündür.

Araştırmaya katılanların "Teknik servisin fiyatlarının uygun olması bence çok önemlidir" sorusuna verdikleri cevapların; % 4(16)'ü kesinlikle katılmıyorum, % 1(6)'i katılmıyorum, % 10(41)'u kararsızım, % 24(96)'ü katılıyorum ve % 61(248)'i kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Bu sonuca göre, servis seçiminde fiyatların çok önemli bulunduğunu söylemek mümkündür.

Araştırmaya katılanların "Teknik servisin yaptığı onarım hakkında beni bilgilendirmesi önemlidir" sorusuna verdikleri cevapların; % 2(9)'si kesinlikle katılmıyorum, % 3(11)'ü katılmıyorum, % 4(18)'ü kararsızım, % 36(145)'sı katılıyorum ve % 55(224)'i kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Bu sonuç, servis seçiminde müşteri bilgilendirilmesinin önemsendiğini göstermektedir.

Araştırmaya katılanların "Teknik servisin sorunlarımı çözüm geliştirmede esnek davranması önemlidir" sorusuna verdikleri cevapların; % 3(14)'ü kesinlikle katılmıyorum, % 3(14)'ü katılmıyorum, % 7(29)'si kararsızım, % 40(163)'i katılıyorum ve % 46(187)'si kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Bu sonuç, servis çalışanlarının yetenekli olmaları ve sorun çözme becerilerinin Kobu (2014: 301)'nin da belirttiği gibi müşterileri etkilediğini söylemek mümkündür.

Araştırmaya katılanların "Teknik serviste tecrübeli teknisyen ve elemanların çalışması benim için önemlidir" sorusuna verdikleri cevapların; % 2(9)'si kesinlikle katılmıyorum, % 2(8)'si katılmıyorum, % 6(26)'i kararsızım, % 34(140)'i katılıyorum ve % 55(224)'i kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Bu sonuç, servislerdeki tecrübeli personelin müşterinin güven algısını artırdığı söylenebilir.

Araştırmaya katılanların "Teknik servisin bana verdiği randevu zamanına uyması benim için önemlidir" sorusuna verdikleri cevapların; % 3(12)'ü kesinlikle katılmıyorum, % 3(11)'ü katılmıyorum, % 8(31)'ü kararsızım, % 38(154)'i katılıyorum ve % 49(199)'i kesinlikle

katılıyorum şeklindedir. Buna sonuca göre servislerin müşterilere verdikleri zamana uymaları müşteriler açısından önemli bulunmaktadır.

Araştırmaya katılanların "Tercih ettiğim servisin yaptığı işlemlere daha çok güveniyorum" sorusuna verdikleri cevapların; % 2(9)'si kesinlikle katılmıyorum, % 4(15)'ü katılmıyorum, % 8(34)'i kararsızım, % 38(153)'i katılıyorum ve % 48(196)'sı kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Buna sonuçlara göre, araştırmaya katılan müşterilerin çoğunluğunun seçtikleri servislere güven duydukları söylenebilir.

Araştırmaya katılanların "Servis seçerken aracın garantisinin iptal olmaması dikkat ederim" sorusuna verdikleri cevapların; % 3(14)'ü kesinlikle katılmıyorum, % 3(14)'ü katılmıyorum, % 8(33)'i kararsızım, % 30(121)'u katılıyorum ve % 55(225)'i kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Bu sonuç, müşterilerin servis seçimi sırasında araçlarının garanti dışına çıkmamasına dikkat ettikleri, müşterilerin bunu önemsediklerini söylemek mümkündür.

Araştırmaya katılanların "Teknik serviste gerekli olan yedek parçanın hazır bulunması önemlidir" sorusuna verdikleri cevapların; % 2(10)'si kesinlikle katılmıyorum, % 5(21)'i katılmıyorum, % 5(21)'i kararsızım, % 30(122)'u katılıyorum ve % 57(233)'si kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Buna sonuca göre, müşterilerin otomobillerini servise getirdiklerinde gerekli işlemleri fazla beklemeden, başka yere gitmeden bakımlarının orada yapılmasını istedikleri ve müşterilerin bunu önemsediklerini söylemek mümkündür.

Araştırmaya katılanların "Teknik servisin müşterilerine gidiş-gelişlerinde alternatif ulaşım imkânları sunması önemlidir" sorusuna verdikleri cevaplar; % 3(12)'ü kesinlikle katılmıyorum, % 3(14)'ü katılmıyorum, % 7(29)'i kararsızım, % 34(137)'ü katılıyorum ve % 53(215)'ü kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Bu sonuca göre, müşterilerin büyük çoğunluğunun otomobillerinin onarımı süresince kendilerine alternatif ulaşım imkanları sunulmasını veya kendilerine bakım süresince işlerini aksatmadan sürdürebilecekleri ödünç bir araç tahsis edilmesini beklediklerini söylemek mümkündür.

Araştırmaya katılanların "Aracımın serviste bulunduğu sürede, beklediğim yerin düzenlenmesi ve ilgililerin sunduğu hizmetler benim için önemlidir" sorusuna verdikleri cevapların; % 4(15)'ü kesinlikle katılmıyorum, % 4(17)'ü katılmıyorum, % 6(25)'sı kararsızım, % 31(128)'i katılıyorum ve % 54(222)'ü kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Buna sonuçlara göre, müşterilerin serviste araçlarını bekledikleri sırada buldukları ortamın kaliteli, temiz olmasını istedikleri ve beklerken kendilerine seçebilecekleri alternatif hizmetler sunulmasını istediklerini söylemek mümkündür.

2.2. Müşterilerin tercih etmiş oldukları servisin hizmetleri hakkındaki görüşleri

Araştırmaya katılan ve teknik servisleri tercih etmiş müşterilerin ‘‘Hizmet aldığım servisin hizmet kalitesinden memnunum’’ sorusuna verdikleri cevapların; % 3(11)’ü kesinlikle katılmıyorum, % 10(39)’u katılmıyorum, % 11(43)’i kararsızım, % 38(153)’i katılıyorum ve % 40(161)’i kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Bu sonuç, müşterilerin tercih ettikleri servilerden oldukça memnun oldukları, servislerin hizmet kalitesinin genel olarak iyi olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmaya katılan müşterilerin ‘‘Aracımın bakım veya onarımı sonrasında verilen hizmetleri beğeniyorum’’ sorusuna verdikleri cevapların; % 3(12)’ü kesinlikle katılmıyorum, % 5(19)’i katılmıyorum, % 12(50)’si kararsızım, % 42(173)’i katılıyorum ve % 38(153)’i kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Bu sonuç, bakım veya onarım için seçilen servisin verdiği hizmet sonrasında da müşterileriyle ilgilenmeyi sürdürdüğü, verilen hizmetle ilgili kontrol ve denetlemeleriyle müşteri güvenini, memnuniyetini artırıcı çalışmalarda bulunduğu yorumu yapılabilir.

Araştırmaya katılanların ‘‘Aracıma gereken yedek parçanın temini süresinde herhangi bir sorun yaşamıyorum’’ sorusuna verdikleri cevapların; % 7(30)’si kesinlikle katılmıyorum, % 6(24)’sı katılmıyorum, % 12(49)’si kararsızım, % 31(126)’i katılıyorum ve % 44(178)’ü kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Bu sonuca göre, söz konusu servislerin yedek parça bulundurma durumunun müşteriye tatmin edici seviyede olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırmaya katılan müşterilerin ‘‘Aracınızın tamir ya da bakım için servisteki onarım süresi bakımından kullandığım servisten memnunum’’ sorusuna verdikleri cevapların; % 4(15)’ü kesinlikle katılmıyorum, % 6(26)’sı katılmıyorum, % 11(44)’i kararsızım, % 38(154)’i katılıyorum ve % 41(168)’i kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Bu sonuca göre, tercih edilen servisin çalışma süresinin müşteriye tatmin edici düzeyde olduğu söylenebilir.

Araştırmaya katılanların ‘‘Servis personelinin bana karşı tutum ve davranışlarından memnunum’’ sorusuna verdikleri cevapların; % 3(14)’ü kesinlikle katılmıyorum, %8(31)’i katılmıyorum, % 9(35)’i kararsızım, % 36(146)’sı katılıyorum ve % 44(181)’ü kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Bu sonuca göre, servisin sergilediği tutum ve davranışların müşteri memnuniyeti açısından iyi bir seviyede olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırmaya katılan ve teknik servisi tercih eden müşterilerin ‘‘Servis personelinin sorunlarımı anlayabilme ve uygun öneriler geliştirme becerisinden memnunum’’ sorusuna verdikleri cevapların; % 5(21)’i kesinlikle katılmıyorum, % 4(16)’ü katılmıyorum, % 13(53)’ü kararsızım, % 33(136)’ü katılıyorum ve % 44(181)’ü kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Bu sonuç, müşterilerin servis personelinin anlayış ve yetenekleri konusunda

olumlu düşüncelere sahip oldukları, servis personelinin hizmetlerinden memnun oldukları şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmaya katılanların “Servis personelinin problem çözümüne yönelik teknik bilgileri yeterli seviyedir” sorusuna verdikleri cevapların; % 5(22)’i kesinlikle katılmıyorum, % 6(23)’i katılmıyorum, % 15(60)’i kararsızım, % 36(147)’si katılıyorum ve % 38(155)’i kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Bu sonuç, serviste çalışan personelin teknik bilgilerinin müşterilerin çoğunluğunca yeterli bulunduğu yorumu yapılabilir.

Araştırmaya katılanların “Servis personeli istek ve beklentilerimi karşılamada yeterlidir” sorusuna verdikleri cevapların; % 5(20)’i kesinlikle katılmıyorum, % 7(28)’si katılmıyorum, % 13(55)’ü kararsızım, % 33(135)’ü katılıyorum ve % 41(169)’i kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Bu sonuca göre, servislerde çalışan personelin davranışlarının, müşteri beklentilerini tatmin edici seviyede olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırmaya katılan müşterilerin “Servis görevlilerinin ve teknisyenlerin sorularına verdiği cevap ve açıklamalar yeterlidir” sorusuna verdikleri cevapların; % 7(28)’si kesinlikle katılmıyorum, % 7(28)’si katılmıyorum, % 12(51)’si kararsızım, % 29(120)’u katılıyorum ve % 44(180)’i kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Bu sonuç, servislerde çalışan personelin teknik bilgi ve müşteri ilişkileri bağlamında yeterli bulunduğu şeklinde yorumlanabilir.

3.4. Demografik Veriler ile Servis Tercihi ve Memnuniyeti İlişki Analizi

Araştırmaya katılanların *cinsiyetleri ile faktörler arasında yapılan çapraz ilişki analizi* (t-testi) sonucunda yalnızca; Teknik serviste gerekli yedek parçanın hazır bulunmasını önemli bulanlar ile müşterilerin cinsiyeti arasında ($t = 3,193$; $p < 0,05$) bayanların lehine anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 3: Araştırmaya Katılanların Cinsiyeti ile Servis Tercihi İlişkisi t-testi

	Cinsiyet	N	X	S	t	P
F10: Teknik serviste gerekli yedek parçanın hazır bulunması önemlidir	1.Bay	327	4,27	1,028	3,193	0,000
	2.Bayan	80	4,65	0,576		

Bu sonuca göre, araştırmaya katılanlardan daha çok bayanların teknik serviste yedek parçanın hazır bulunmasının gerekli olduğunu düşündüklerini (bayanların ortalaması 4,65, erkeklerinkinden 4.27 daha büyük) söylemek mümkündür (Tablo 3).

Yaş durumu ile teknik serviste tecrübeli teknisyen ve elemanların çalışmasını önemli bulanlar arasında yapılan varyans analizi sonucuna göre, aralarında anlamlı bir ilişki ($F=6,486$; $p < 0,05$) bulunmuştur. Aynı tabloda görülen, araçlarına gereken yedek parça temin süresinde herhangi bir sorun yaşamayanlar da yaşa göre ($F=8,125$; $p < 0,05$) farklılaşmaktadır (Tablo 4).

Tablo 4: Müşteri Yaşı ile Servis Tercihi ve Memnuniyeti İlişkisi F Testi

	Yaş Durumu	Kareler Toplamı	Sd	Karelerin Ortal.	F	P
F6: Teknik serviste tecrübeli teknisyen ve elemanların çalışması benim için önemlidir	Guruplar arası	14,001	3	4,667	6,486	0,000
	Guruplar içi	289,970	403	0,720		
	Toplam	303,971	406			
G15: Aracıma gereken yedek parçanın temini süresinde herhangi bir sorun yaşamıyorum	Guruplar arası	33,808	3	11,269	8,125	0,000
	Guruplar içi	558,993	403	1,387		
	Toplam	592,801	406			

Tablo 4’de görülen bilgilere göre, teknik serviste tecrübeli teknisyen ve elemanların çalışmasını önemli bulanlar ve araçlarına gereken yedek parçanın temini süresinde herhangi bir sorun yaşamayanlar yaşa göre farklılaşmaktadır. Genel olarak servislerde tecrübeli eleman çalışmasını önemseyenler ve yedek parça temin sürecinde sorun yaşamadığını ifade edenler ile müşterilerin yaşları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Eğitim durumuyla faktörler arasında yapılan çapraz karşılaştırmalar sonucuna göre; Otomobilimin tamir ve bakımı için teknik servisin, özel ya da yetkili olmasını önemli bulanlarla (F=7,438; p<0,05), Teknik servisin hızlı olmasını önemli bulanlarla (F=10,225; p<0,05), Teknik servisin fiyatlarının uygun olmasını çok önemli bulanlarla (F=9,219; p<0,05), Teknik servisin yaptığı onarım hakkında bilgilendirme yapmasını önemli bulanlar (F=6,249; p<0,05), Teknik serviste tecrübeli teknisyen ve elemanların çalışmasını önemli bulular arasında (F=7,732; p<0,05) anlamlı bir ilişki vardır (Tablo 5).

Tablo 5: Eğitim Durumu ile Servis Tercihi İlişkisi F Testi

		Kareler Toplamı	Sd	Karelerin Ortalaması	F	P
F1:Otomobilimin tamir ve bakımı için teknik servisin, özel ya da yetkili olması önemlidir	Guruplar arası	23,233	3	7,744	7,438	0,000
	Guruplar içi	419,592	403	1,041		
	Toplam	442,826	406			
F2: Teknik servisin hızlı olması benim için önemlidir	Guruplar arası	22,876	3	7,625	10,225	0,000
	Guruplar içi	300,554	403	0,746		
	Toplam	323,430	406			
F3: Teknik servisin fiyatlarının uygun olması bence çok önemlidir	Guruplar arası	25,938	3	8,646	9,219	0,000
	Guruplar içi	377,968	403	0,938		
	Toplam	403,907	406			
F4: Teknik servisin yaptığı onarım hakkında beni bilgilendirmesi önemlidir	Guruplar arası	13,622	3	4,541	6,249	0,000
	Guruplar içi	292,815	403	0,727		
	Toplam	306,437	406			
F6: Teknik serviste tecrübeli teknisyen ve elemanların çalışması benim için önemlidir	Guruplar arası	16,545	3	5,515	7,732	0,000
	Guruplar içi	287,426	403	0,713		
	Toplam	303,971	406			

Elde edilen bu bilgilere göre, Otomobilimin tamir ve bakımı için teknik servisin, özel ya da yetkili olmasını önemli bulanlarla, Teknik servisin hızlı olmasını önemli bulanlarla, Teknik servisin fiyatlarının uygun olmasını çok önemli bulanlarla, Teknik servisin yaptığı

onarım hakkında bilgilendirme yapmasını önemli bulanlar, Teknik serviste tecrübeli teknisyen ve elemanların çalışmasını önemli bulular arasında anlamlı ilişkiler vardır. Genel olarak eğitim düzeyinin; teknik servis seçimini, servis hızı beklentisini, fiyat duyarlılığını, onarım hakkında bilgi verme beklentisini, tecrübeli eleman tercihini etkilediği ifade edilebilir. Yani müşterilerin eğitim düzeyi arttıkça servislerden beklentileri de farklılaşmakta; daha hızlı hizmet istemekte, bakım onarım hakkında yetkililerden daha çok bilgilendirme beklemekte, fiyat duyarlılıkları da artmaktadır yorumu yapılabilir.

Servis tercihi ile faktörler arasında yapılan varyans analizi sonucuna göre; teknik servisin sorunları çözmede esnek davranmasını önemli bulanlar ($F=12,383$; $p<0,05$), teknik servisin randevu zamanına uymasını önemli bulanlar ($F=23,717$; $p<0,05$), tercih edilen ervisin yaptığı işlemlere çok güvenenler ($F=19,503$; $p<0,05$), servis seçerken aracın garantisinin iptal olmamasına dikkat edenler ($F=20,400$; $p<0,05$), teknik serviste gerekli olan yedek parçanın hazır bulunması önemseyenler ($F=20,472$; $p<0,05$), hizmet aldığı servisin hizmet kalitesinden memnun olanlar ($F=11,182$; $p<0,05$), aracın tamir ya da bakım için serviste bulunduğu süreden memnun olanlar ($F=18,908$; $p<0,05$), servis görevlilerinin ve teknisyenlerin sorulara cevap verme ve açıklama yapmalarını yeterli bulular ($F=15,119$; $p<0,05$), arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur (Tablo 6).

Tablo 6: Servis Tercihlerini Etkileyen Faktör Karşılaştırmaları

		Kareler Toplamı	Sd	Karelerin Ortalaması	F	P
F5: Teknik servisin sorunlarımı çözüm geliştirmede esnek davranması önemlidir	Guruplar arası	11,243	1	11,243	12,383	0,000
	Guruplar içi	367,730	405	0,908		
	Toplam	367,730	406			
F7:Teknik servisin bana verdiği randevu zamanına uyması benim için önemlidir	Guruplar arası	19,488	1	19,488	23,717	0,000
	Guruplar içi	332,782	405	0,82		
	Toplam	352,270	406			
F8:Tercih ettiğim servisin yaptığı işlemlere daha çok güveniyorum	Guruplar arası	15,800	1	15,800	19,503	0,000
	Guruplar içi	328,111	405	0,810		
	Toplam	343,912	406			
F9:Servis seçerken Aracın garantisinin iptal olmamasına dikkat ederim	Guruplar arası	19,346	1	19,346	20,400	0,000
	Guruplar içi	384,084	405	0,948		
	Toplam	403,430	406			
F10: Teknik serviste gerekli olan yedek parçanın hazır bulunması önemlidir	Guruplar arası	18,277	1	18,277	20,472	0,000
	Guruplar içi	361,566	405	0,893		
	Toplam	379,843	406			
G13: Hizmet aldığım servisin hizmet kalitesinden memnunum	Guruplar arası	12,329	1	12,329	11,182	0,001
	Guruplar içi	446,551	405	1,103		
	Toplam	458,880	406			
G16: Aracınızın tamir ya da bakım için servisteki onarım süresi bakımından kullandığım servisten memnunum	Guruplar arası	20,036	1	20,036	18,908	0,000
	Guruplar içi	429,173	405	1,060		
	Toplam	449,209	406			
G21: Servis görevlilerinin ve teknisyenlerin sorularıma verdiği cevap ve açıklamalar yeterlidir	Guruplar arası	21,402	1	21,402	15,119	0,000
	Guruplar içi	573,300	405	1,416		
	Toplam	594,703	406			

Elde edilen bu bilgilere göre, teknik servisin sorunları çözmede esnek davranması, teknik servisin randevu zamanına uyması, tercih edilen servisin yaptığı işlemlerin çok güven vermesi, aracın garantisinin iptal olmaması, serviste gerekli olan yedek parçaların hazır bulunması, servisin

hizmet kalitesinin memnuniyet verici olması, aracın serviste bulunduğu süre, servis görevlilerinin sorulara cevap verme ve açıklamalarda bulunmaları, müşterilerin servis tercihlerini önemli derecede etkilediğini söylemek mümkündür. Yani müşterilerin istekleri doğrultusunda söz konusu hizmetleri daha iyi yapan servisler daha çok tercih ediliyor denilebilir.

Aracın yaşı ile faktörler arasında yapılan karşılaştırmaları sonucuna göre; aracın bakım ve onarımı süresince, bekleme yeri ve verilen hizmetleri önemli bulanlar ($F=8,144$; $p<0,05$), servis personelinin soruları anlayabilme ve uygun öneriler geliştirebilme becerilerinden memnun olanlar ($F=12,032$; $p<0,05$), servis personelinin müşteri istek ve beklentilerini karşılama yeterli bulanlar ($F=8,689$; $p<0,05$), servis görevlilerinin sorulara verdikleri cevap ve açıklamaları yeterli bulanlar ($F=12,329$; $p<0,05$), arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur (Tablo 7).

Tablo 7: Araç Yaşı ile Servis Tercihi ve Memnuniyeti İlişkisi

		Kareler Toplamı	Sd	Karelerin Ortalaması	F	P
F12: Aracımın bakım ve onarımı süresince, bekleme yeri ve verilen hizmetler benim için önemlidir	Guruplar arası	23,767	3	7,922	8,144	0,000
	Guruplar içi	392,022	403	0,973		
	Toplam	415,789	406			
G18: Servis personelinin sorunlarımı anlayabilme ve uygun öneriler geliştirme becerisinden memnunum	Guruplar arası	39,814	3	13,271	12,032	0,000
	Guruplar içi	444,511	403	1,103		
	Toplam	484,324	406			
G20: Servis personeli istek ve beklentilerimi karşılamada yeterlidir	Guruplar arası	31,349	3	10,450	8,689	0,000
	Guruplar içi	484,641	403	1,203		
	Toplam	515,990	406			
G21: Servis görevlilerinin ve teknisyenlerin sorularıma verdiği cevap ve açıklamalar yeterlidir	Guruplar arası	49,992	3	16,664	12,329	0,000
	Guruplar içi	544,711	403	1,352		
	Toplam	594,703	406			

Yapılan varyans analizi sonuçlarına göre müşterilerin araç yaşlarına göre; aracın bakım ve onarımı süresince beklediği yer ve hizmetler, servis personelinin öneriler geliştirme becerileri, müşteri istek ve beklentilerini karşılama durumları, sorularına cevap alma ve açıklama isteme beklentileri değişebilmektedir. Buradan aracın yaşı arttıkça müşterilerin servisten beklentilerinin de arttığı, daha fazla açıklama ve bilgilendirmeye ihtiyaç duydukları yorumu yapılabilir.

Sonuç ve Öneriler

Yapılan çalışmadan elde edilen bilgilere göre, müşterilerin servis tercihlerini etkileyen faktörler önem sırasına göre; serviste çalışan elemanların tecrübe durumu, serviste yapılan bakım ve onarımlar hakkında müşterilerin yeterince bilgilendirilmeleri, servis fiyatlarının uygun olması, servis esnasında ihtiyaç duyulan yedek parçaların hazır bulundurulması ve aracın garanti kapsamından çıkmaması şeklinde sıralanmaktadır.

Müşterilerin tercih edip hizmet satın aldıkları servislerden memnuniyet durumları hakkında elde edilen sonuçlar ise şöyledir; müşteriler aracın bakım veya onarımı sonrasında verilen hizmetlerden, aracın tamir ya da bakım sürecinden, servis personelinin tutum ve davranışlarından, sorunları anlama ve uygun öneriler geliştirme becerilerinden oldukça memnun oldukları belirlenmiştir. Bunun aksine, servis görevlilerinin sorulara verdikleri cevap ve açıklamalardan, problem çözümüne yönelik teknik bilgi seviyelerinden, servisteki araca gereken yedek parçaların temini için geçen süreden ve servis personelinin müşteri istek ve beklentilerini karşılama konusundaki yeterliliklerinden, müşterilerin tam olarak memnun kalmadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmaya katılanlardan, yalnızca teknik serviste gerekli yedek parçanın hazır bulunmasını önemli bulanlar ile müşterilerin cinsiyeti arasında bayanların lehine anlamlı bir ilişki tespit edilmiş ve buna göre, araştırmaya katılanlardan daha çok bayanların serviste yedek parçanın hazır bulunmasını gerekli buldukları söylemek mümkündür. Çalışmadan elde edilen bilgilere göre, teknik serviste tecrübeli elemanların çalışmasını önemli bulanlar ve araçlarına gereken yedek parçanın temini sürecinde herhangi bir sorun yaşamayanlar, yaşa göre farklılaşmaktadır. Buna göre, serviste tecrübeli eleman çalışması beklentileri ve yedek parça temin sürecinde sorun yaşamama beklentileri yaşa göre farklılaşmaktadır diyebiliriz.

Araştırma sonuçlarına göre, otomobil tamir ve bakımının yapıldığı servisin, özel ya da yetkili olmasını önemli bulanlar ile servisin iş yapma hızını, fiyatlarının uygun olmasını, yapılan onarım hakkında bilgilendirme yapılmasını, serviste tecrübeli elemanların çalıştırılmasını önemli bulanlar arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Bu sonuçlara göre eğitim düzeyinin; servis seçimini, servisin iş yapma hızı beklentisini, fiyat duyarlılığını, onarım hakkında bilgi verme beklentisinin, tecrübeli eleman tercihini etkilediği sonucuna varmak mümkündür. Buna göre serviste çalışan elemanların, müşteri beklentileri doğrultusunda sürekli hizmet içi eğitimlerden geçirilmeleri gerektiği sonucu çıkarılabilir.

Çalışmadan elde edilen bilgilere göre; teknik servisin sorunları çözmede esnek davranması, teknik servisin randevu zamanına uyması, tercih edilen servisin yaptığı işlemlerin çok güven vermesi, aracın garantisinin iptal olmaması, serviste gerekli olan yedek parçaların hazır bulunması, servisin hizmet kalitesinin memnuniyet verici düzeyde olması, aracın serviste kaldığı süre, servis görevlilerinin sorulara cevap verme ve açıklamalarda bulunmaları, müşterilerin servis tercihlerini önemli derecede etkilediğini söylemek mümkündür.

Araştırma sonuçlarına göre; servise gelen araçlarının yaşına göre, müşterilerin aracın bakım ve onarım süresince verilen hizmetlerden, servis personelinin sorunları anlayabilme ve uygun öneriler geliştirebilme becerilerinden, servis personelinin müşteri istek ve beklentilerini karşılama durumlarından, servis görevlilerinin sorulara cevap verme ve açıklamalar yapma

beklentileri değişebilmektedir. Kısacası, aracın yaşı müşterilerin servisten beklentilerini değiştirmekte yada etkilemekte demek mümkündür.

Elde edilen bu sonuçlar ışığında, bakım ve onarım hizmetlerinin sunulduğu otomobil servis işletmeleri için faydalı olacağı düşünülen bazı öneriler aşağıdaki gibi özetlenebilir.

✓ Otomobil servisleri, müşterilerini elde tutabilmesi ve marka sadakati oluşturması için öncelikle müşterilerin güveni kazanılmalıdır. Tamir veya bakımdan çıkan bir aracın kısa süre sonra problemlerinin tekrarlanması, müşterilerin güvenini azaltacak ve müşteri kaybına sebep olacağından servis yetkilileri bu konuda azami dikkat göstermelidir.

✓ Müşteriler en iyi hizmeti daha ucuza alabilmek için fiyat araştırmaları yapmakta, yüksek buldukları yetkili servis ücretlerinin özel servislere göre daha uygun fiyatlara çekilmesini beklemektedirler. Bu nedenle, servislerin fiyatlama konusunda biraz daha dikkatli davranmaları müşteri memnuniyeti bağlamında önemlidir.

✓ Yetkili servislere gelen araçlara yapılan parça değişimi gibi yüksek maliyetli işlemlerin zorunlu olduğunda yapılması aksi durumda yapılmaması, servis maliyetlerinin düşürülmesi anlamında faydalı olacaktır.

✓ Yetkili servislerde çalışıp konularında uzmanlaşan tecrübeli personelin özel servislere kaçışlarını önlemek için gerekli tedbirlerin alınması gerekmektedir.

✓ Müşterilerin araçları bakımdayken yapılan işlemleri şeffaf bir şekilde izleyip (kamera sistemi vs.) takip edebilmeleri için uygun ortamların oluşturulması müşteri tatmini ve güvenini artıracaktır.

Kaynakça

- Akçay, M. ve Okay, Ş. (2009). "Otomotiv Yetkili Servis Dış Müşterilerinin Eğitim Seviyelerine Göre Memnuniyet Düzeylerine Etki Eden Faktörler Üzerine Bir Alan Araştırması" Makine Teknolojileri Elektronik Dergisi, Cilt: 6, No: 1, 25-40.
- Akçay, M. ve Okay, Ş. (2009). "Otomotiv Yetkili Servis Dış Müşterilerinin Memnuniyet Düzeylerine Etki Eden Faktörler Üzerine Bir Alan Araştırması" Selçuk Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Teknik Online Dergisi, Cilt: 8, Sayı 1, 30-47.
- Chougule, R., Khare, V. R. ve Pattada, K. (2013). "A Fuzzy Logic Based Approach for Modeling Quality and Reliability Related Customer Satisfaction in The Automotive Domain" Expert Systems With Applications, 40, 800-810.
- Çelik, H. ve Bengül, S. S. (2008). "Satış Sonrası Hizmetler ve Ürün Garantilerinin Müşteri Tatmini, Memnuniyeti ve Marka Sadakati Üzerindeki Etkileri" Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Fakültesi Dergisi, Cilt: 26, Sayı 2, 105-134.
- Eren, S.S. ve Erge, A. (2012). "Marka Güveni, Marka Memnunu Tüketicilerin Marka Sadakati Üzerine Etkisi" Journal of Yaşar University, 2012 26 (7) , 4455-4483.
- Eroğlu, E. (2005). "Müşteri Memnuniyeti Ölçüm Modeli" İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Dergisi, Nisan 2005, C:34, Sayı 1, 7-25.
- Ersoy, H. ve Fırat, A. (2006). "Türk Otomotiv Sanayinde Markaların Tüketici Tercihleri Üzerine Etkileri" Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 8, Sayı 1, 200-211.
- Gerger, A. ve Demir, B. (2010). "Otomotiv Servis Hizmetlerinde Yalın Altı Sigma Kullanımı İle Servis Müşteri Memnuniyeti Oranının Artırılmasına Yönelik Bir Örnek" Taşıt Teknolojileri Elektronik Dergisi, Cilt: 2, No: 1, 33-47.

- Görener, A. ve Görener, Ö. (2008). Türk Otomotiv Sektörünün Ülke Ekonomisine Katkıları ve Geleceğe Yönelik Sektörel Beklentiler, *Journal of Yasar University*, 3(10),1213-1232.
- İSO (2014). "Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu 2013", <http://www.iso.org.tr/haberler/etkinlikler/turkiyenin-500-buyuk-sanayi-kurulusu2013-arastirmasi-aciklandi/?AspxAutoDetectCookieSupport=1>, Erişim Tarihi: 2.5.2016.
- Kobu, B. (2014). Üretim Yönetimi. (17. Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Laosirihongthong, T. ve Dangayach, G.S. (2005). 'A Comparative Study of Implementation of manufacturing Strategies in Thai and Indian Automotive Manufacturing Companies' *Journal of Manufacturing Systems*, Vol 24, No: 2, 131-143.
- Möller, K. (2006). 'Role Of Competences In Creating Customer Value: A Value-Creation Logic Approach' *Industrial Marketing Management*, 35, 913-924.
- Sezgin, M. ve Arat, T. (2008). 'Otomobil Servislerinden Yararlanan Müşterilerin Memnuniyeti Üzerine Bir Araştırma' *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 5, Sayı 10, 257-273.
- Tekin, M. (2006). Üretim Yönetimi. (2. Cilt). Konya: Günay Ofset.
- Timur, M. N. ve Sarıyer, N. (2004). 'Kayseri'deki Otomobil Bayilerinde Müşteri Tatmin Aracı Olarak Şikâyet Toplama Yöntemlerine İlişkin Bir Uygulama' *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 17, Yıl: 2004/2, 9-32.
- Ülengin, F., Önsel, Ş., Aktas, E. ve Özaydın, Ö. (2014). 'A Decision Support Methodology to Enhance The Competitiveness of The Turkish Automotive Industry' *European Journal of Operational Research*, 234 (2014), 789-801.
- TÜİK (2015). Bölgesel İstatistikler, Motorlu Kata Taşıtları Sayısı: Otomobil, <https://biruni.tuik.gov.tr/bolgeselistatistik/degiskenlerUzerindenSorgula.do>, Erişim Tarihi: 17.06.2015.

Ekler

Ek 1: Otomobil Servis Tercihleri ve Müşteri Memnuniyeti Belirleme Anketi

OTOMOBİL SERVİSİN TERCİHLERİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLERE İLİŞKİN GÖRÜŞLER (F)
1. Otomobilimin tamir ve bakımı için teknik servisin, özel ya da yetkili olması önemlidir.
2. Teknik servisin hızlı olması benim için önemlidir.
3. Teknik servisin fiyatlarının uygun olması bence çok önemlidir.
4. Teknik servisin yaptığı onarım hakkında beni bilgilendirmesi önemlidir.
5. Teknik servisin sorunlarıma çözüm geliştirmede esnek davranması önemlidir.
6. Teknik serviste tecrübeli teknisyen ve elemanların çalışması benim için önemlidir.
7. Teknik servisin bana verdiği randevu zamanına uyması benim için önemlidir.
8. Tercih ettiğim servisin yaptığı işlemlere daha çok güveniyorum.
9. Servis seçerken Aracın garantisinin iptal olmamasına dikkat ederim.
10. Teknik serviste gerekli olan yedek parçanın hazır bulunması önemlidir.
11. Teknik servisin müşterilerine alternatif ulaşım imkânları sunması önemlidir.
12. Aracımın bakım ve onarımı süresince, bekleme yeri ve verilen hizmetler benim için önemlidir.
MÜŞTERİLERİN SERVİS MEMNUNİYETİ (G)
13. Hizmet aldığım servisin hizmet kalitesinden memnunuz.
14. Aracımın bakım veya onarımı sonrasında verilen hizmetleri beğeniyorum.
15. Aracıma gereken yedek parçanın temini süresinde herhangi bir sorun yaşamıyorum.
16. Aracımın tamir ya da bakım için servisteki onarım süresi bakımından kullandığım servisten memnunuz.
17. Servis personelinin bana karşı tutum ve davranışlarından memnunuz.
18. Servis personelinin sorunlarımı anlayabilme ve uygun öneriler geliştirme becerisinden memnunuz.
19. Servis personelinin problem çözümüne yönelik teknik bilgisi yeterli seviyededir.
20. Servis personeli istek ve beklentilerimi karşılamada yeterlidir.
21. Servis görevlilerinin ve teknisyenlerin sorularıma verdiği cevap ve açıklamalar yeterlidir.