

Günümüz iş hayatında ciddi bir rekabet ortamı gözlemlenmektedir. İş hayatındaki söz konusu rekabete ek olarak dünyada sosyal ve ekonomik hayatta önemli değişimler yaşanmaktadır. Özellikle de teknolojik değişiklikler ve iletişim teknolojilerinde görülen yenilikler iş hayatında ve sosyal hayatta hızlı bir değişimin yaşanmasına neden olmaktadır. Firmalar söz konusu değişimlere ayak uyduramadıkları durumlarda rekabet avantajını kaybetmektedirler. Rekabet avantajının kaybedilmesinde özellikle de mevcut müşterilerin elde tutulamaması ve yeni müşteri kazanamama durumu belirleyici olmaktadır. Firmalar, müşteri memnuniyetinin sağlanması yoluyla hem müşterileri elde tutma, hem de yeni müşteriler kazanma açısından olumlu bir süreç yürütmelidirler. Bu aşamada dikkat edilmesi gereken önemli noktalardan biri de müşterilerin beklentilerine cevap verirken zamanı iyi planlamak ve yönetebilmektir. Zamanın iyi planlanması ve yönetilmesi özellikle kargo sektörü gibi zamanın çok önemli olduğu sektörlerde daha büyük önem kazanmaktadır. Bu çalışmanın amacı, kargo sektöründe yöneticilerin zaman yönetimi yeterliliklerinin müşteri kazanımına ve müşteri memnuniyetine olan etkilerinin incelenmesidir. Bu amaca ulaşmak için Türkiye genel Aras Kargo kurumunda çalışan 391 katılımcıya zaman yönetimi ve müşteri memnuniyeti ölçeklerinden oluşan anket formu uygulanmış ve elde edilen verilerin SPSS 23.0 programı ile analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda müşteri memnuniyetinin %73, zamanı planlama ve yönetmenin %81 ve zamanı planlamama ve yönetmemenin %57 düzeyinde olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte müşteri memnuniyeti ile zaman yönetimi arasında ilişki olduğu ve planlama ve zamanı iyi yönetme arttıkça müşteri memnuniyeti artarken zamanı planlamama ve kötü yönetme arttıkça müşteri memnuniyetinin azaldığı belirlenmiştir. Çalışma sonucunda müşteriyi elde tutuma noktasında zaman planlama ve yönetiminin etkisinin olduğu ve yaş, cinsiyet ve eğitim durumu faktörleri göz önüne alındığında çalışanların yöneticilerin zaman yönetimi yeterlilikleri hakkında farklı fikirlere sahip oldukları görülmüştür. Anahtar Kelimeler : Zaman, Zaman Planlaması, Zaman Yönetimi, Müşteri Memnuniyeti, Müşteri Kazanımı

There is an intense competition in today`s business life. Adding to intense competition in business life, there are significant changes/developments in social and economic life. Especially technological developments and advancements in communication technologies result in changes in economic and social life. Firms have to keep in step with above mentioned changes/developments in order to gain competition advantage. Especially losing current customers and being unable to gain new customers are major factors causing loss of competition advantage. Firms have to have positive process about customer satisfaction in order to gaining new consumers and withholding current customers. One of the most important points to be considered at that point is that time must be planned and managed in a good manner in order to meet customer needs. Planning and managing time is especially important for some sectors such as cargo sector as it is vital to use time in an efficient way. Aim of this study is evaluating effects of time management abilities of managers on gaining new consumers in terms of cargo sector. In order to reach that aim, time management and customer satisfaction questionnaires were applied to 391 participants working at Aras Cargo in Turkey Data gathered were analyzed via SPSS (Statistical Package for Social Sciences) 23. At the end of the study, it is seen that customer satisfaction has a level of 73 percent, time planning and time management has a level of 81 percent and unable to planning time and unable to managing time has a level of 57 percent. Moreover, it is also seen that there is a relationship between customer satisfaction and time management. It is also seen that the better planning and managing the time, the higher customer satisfaction is and the worse planning and managing the time, the lower customer satisfaction is. At the end of the study, it is seen that time planning and time management have significant roles on gaining new consumers. Moreover, it is also understood at the end of the study that workers have different ideas about time planning and time management abilities of

managers taking some factors such as age, gender and education into account. Key Words :
Time, Time Planning, Time Management, Customer Satisfaction, Gaining New Customer