

Azerbaycan’da Müşteri (Vatandaş) Odaklı E-Devlet Hizmetleri: “Asan Hizmet” Uygulaması*

(Araştırma Makalesi)

Customer (Citizen) Oriented E-Government Services in Azerbaijan: “Asan Service” Application

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1627660

Tahire HÜSEYİNLI¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, İİSBF, Uluslararası Ticaret, tahire.huseyinli@alanya.edu.tr,
Orcid No: 0000-0001-7443-1434

ÖZET

Anahtar Kelimeler:

ASAN Hizmet, E-devlet Hizmeti, Müşteri Memnuniyeti, Yeni Kamu İşletmeciliği, Dijital Devlet

Makale geliş tarihi:

27.01.2025

Kabul tarihi:

24.08.2025

Bu çalışma, Azerbaycan’da e-Devlet hizmetleri sunan “ASAN Hizmet” kurumunun hizmetlerinden yararlanan vatandaşların memnuniyetini etkileyen faktörleri analiz etmek ve müşteri memnuniyetini artırmaya yönelik önerilerin geliştirilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, çevrimiçi anket formu kullanılarak müşteri memnuniyetini açıklayan temel faktörler olarak güvenilirlik, empati, fiziksel özellikler, heveslilik ile güven faktörleri ele alınmış ve ilgili anket ASAN hizmetlerden yararlanan vatandaşlara uygulanmıştır. Elde edilen veriler neticesinde faktör analizi yapılmış, güvenilirlik, empati, fiziksel özellikler, heveslilik ile güven gibi bağımsız değişkenlerin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini değerlendirmek için çok değişkenli regresyon analizi kullanılmıştır. Regresyon analizi sonuçları, müşteri memnuniyetinin özellikle güvenilirlik, güven ve fiziki özellikler gibi faktörlerden güçlü bir şekilde etkilendiğini ortaya koymuştur. Heveslilik ve empati unsurlarının da pozitif bir etkisi olmakla birlikte, diğer değişkenlere göre müşteri memnuniyetine etkisi daha düşük kalmıştır. Elde edilen sonuçlar etkili bir sorun yönetimi anlayışının, müşteri memnuniyetini koruma potansiyelini göstermektedir. Bu çalışma, kullanıcılara e-devlet hizmeti sunumu açısından müşteri memnuniyetine yönelik kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır. Çalışmanın sonuçları daha geniş bir bağlamda değerlendirilmesi için farklı sektör ve hizmet gruplarında yapılacak benzer çalışmalara ışık tutmaktadır.

ABSTRACT

Keywords:

ASAN Service, E-Government Service, Customer Satisfaction, New Public Management, Digital Government

This study was conducted to analyze the factors influencing citizen satisfaction with the services provided by “ASAN Service” an e-government service agency in Azerbaijan, and to develop recommendations for enhancing customer satisfaction. The research employed an online survey to examine reliability, empathy, tangibles, responsiveness, and assurance as key factors explaining customer satisfaction. The survey was administered to citizens utilizing “ASAN Service”. Factor analysis was performed on the collected data, and multivariate regression analysis was utilized to assess the impact of the independent variables - reliability, empathy, tangibles, responsiveness, and assurance - on customer satisfaction. The results of the regression analysis revealed that customer satisfaction is strongly influenced by factors such as reliability, assurance, and tangibles. While responsiveness and empathy also demonstrated a positive effect, their impact on customer satisfaction was comparatively lower than that of the other variables. The findings indicate that an effective problem management approach possesses the potential to maintain customer satisfaction. This study offers a comprehensive framework for customer satisfaction in the context of e-government service provision to users. The outcomes of this research illuminate the path for similar studies to be conducted across various sectors and service groups for evaluation within a broader context.

* Bu makale için Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Alanı Bilimsel Araştırma Etik Kurulu’nun 08.01.2025 tarihli ve 16 nolu kararına etik kurul onayı alınmıştır.

1. GİRİŞ

Günümüzde kamu hizmetlerinin vatandaşlara sunumu açısından yeni araçlar geliştirilmektedir. Söz konusu bu araçlarla geleneksel devlet anlayışı ile verilen hizmetlerin sunumunda karşılaşılan zorlukların ortadan kaldırılması amaçlanmaktadır. Doğal olarak bilişim teknolojilerinin gelişimi ve yaygın kullanımının kamu hizmetlerinin verilmesinde etkinleştirilmiş ve geleneksel uygulamalardan uzaklaştırılmıştır. Vatandaşlar ilgili kamu hizmeti için devlet dairelerini ziyaret ederek belge ve işlemler yaptırma sürecinde çeşitli sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Her kurumun kendine has işleyişleri, zaman kayıpları, işlem sunucularının olumsuz davranışları, yolsuzluklar veya birçok sorun kamu hizmeti kullanıcılarının şikayetine sebep olmaktadır. Bu doğrultuda söz konusu sorunların çözümü için Bilgi işlem teknolojilerinin de kullanılmasıyla yönetimde yeni bir yapılanma gerçekleştirilmiş ve e-Devlet uygulamaları ortaya çıkmıştır.

Bilgi işlem teknolojilerinin gelişimi ve sık kullanımı toplum hayatının her alanında vatandaşlara önemli kolaylıklar ve imkanlar sağlamıştır. Bu teknolojilerden yararlanarak elektronik ortamda e-Devlet uygulamaları ile kamu hizmeti kullanıcılarına hızlı ve verimli bir şekilde hizmetlere kamu kurumlarına gelmeden internet ortamında ulaşılmıştır (Demirhan ve Türkoğlu, 2014). Söz konusu kamu hizmeti sunumu kullanıcıların hayatını kolaylaştırmış, işlemleri hızlandırmış, ticari ilişkileri geliştirmiş ve devlet kurumlarına olan güven ve saygıyı arttırmıştır.

Azerbaycan Cumhuriyeti son yıllarda ekonomik ve sosyal açıdan önemli bir gelişim süreci kat etmiş ve büyük ölçekli reformlar gerçekleştirmiştir. Bu gelişimin arka planında yatan birçok sebeplerle birlikte inovasyon çözümleri üreten ve etkili faaliyet gösteren devlet yönetimi sisteminin oluşturulması gösterilmektedir. Özellikle kamu yönetim sisteminin geliştirilmesi, kurumlar tarafınca yapılan faaliyetler ve hizmetler açısından saydamlığı sağlamak, kamu hizmetleri sunumunda mevcut sorun ve eksikliklere sistematik çözüm üreten bir merkezi sistemin oluşturulmasına ihtiyaç duyulmaktaydı (Rehimli, 2023). Bu bağlamda, yeni kamu hizmet anlayışı doğrultusunda oluşturulan kurumlar, söz konusu ihtiyacın önemli ölçüde giderilmesine katkı sağlamıştır.

Kamu hizmetlerinin hızlı ve kolay bir şekilde vatandaşlara ulaştırılabilmesi için “ASAN”, “DOST” ve “ABAD” gibi fiziki ve online hizmet merkezleri oluşturulmuş ve kamu kurumları tarafından sunulacak hizmetlerin merkezi bir sistem aracılığı ile gerçekleştirilmesi amaçlanmıştır. Sosyal hizmet alanında herkese dostça davranarak şeffaflığın, verimliliğin ve vatandaş memnuniyeti hedefiyle oluşturulan “DOST” projesi (Sürdürülebilir ve Etkin Sosyal Güvenlik Acentesi), Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı nezdinde istihdam, iş ilişkisi, sosyal koruma ve sosyal güvenlik alanlarında merkezi hizmet sunumu gerçekleştirmek üzere, 9 Ağustos 2018 tarihinde Cumhurbaşkanı fermanıyla kurulmuştur. Verilen hizmet sayısı sınırlandırılmış olmamakla birlikte, Çalışma Bakanlığı tarafından belgeler verilmesi, iş ilişkisi kapsamında (6 hizmet), maluliyet ve sağlık açısından engellilik (11 hizmet), istihdam (15), emeklilik (16 hizmet), devlet sosyal yardımları ve aylıklar (45 hizmet), evlatlık alma (2 hizmet) sigorta başvurusu (3 hizmet), zorunlu devlet şahsi sigortası, sosyal hizmetler (16 hizmet), destek hizmetleri (18 hizmet), merkezi iletişim merkezi hizmetleri (20 hizmet) olmak üzere “Dost” kurumunda 159 hizmet sunumu yapılmaktadır.

“ABAD” (Aile İşletmelerine Kolay Destek) kurumu, aile işletmelerinin iş planlaması, pazarlama, eğitim, markalaşma ve tasarım, finansal muhasebe, hukuki yardım ve en önemlisi satış organizasyonu ve ekipman hizmeti sağlamak üzere Cumhurbaşkanı fermanıyla yürürlüğe giren 2016 tarihli Kararnamesi ile “*Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanına bağlı Vatandaşlara Hizmet ve Sosyal İnovasyon Devlet Ajansı*” bünyesinde kurulmuştur. Kurum, ülkenin sosyal ve ekonomik kalkınması, mikro, küçük ve orta ölçekli girişimciliğin geliştirilmesi, ahalinin istihdam düzeyinin artırılması ve rekabet gücüne sahip aile işletmelerinin oluşumuna vatandaşların aktif katılımını desteklemek amacıyla çeşitli merkezi birimlerde hizmet vermektedir.

“ASAN Hizmet” kurumu, “Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Nezdinde Vatandaşlara Hizmet ve Sosyal Yenilikler Üzere Devlet Ajansı” olarak 2012 yılında e-Devlet uygulamaları kapsamında faaliyet göstermek üzere kurulmuştur. Kurumun çalışmalarının Türkiye’de kamu hizmetlerinin sunumunda internet ve bilgisayar destekli hizmetlerin verilmesini sağlayan “e-Devlet” hizmetleriyle kıyaslamada daha kapsamlı hizmet sunduğu belirtilmektedir (Mammadov, 2019).

Bu çalışma, ASAN Hizmet uygulamasından yararlanan vatandaşların memnuniyet düzeyini etkileyen faktörleri analiz etmeyi amaçlamaktadır. Araştırmada, empati, güvenilirlik, fiziksel özellikler, heveslilik ile güven gibi temel değişkenler ele alınmıştır. Veri toplama yöntemi olarak nicel araştırma yöntemlerinden olan tarama modeli kullanılmış ve elde edilen veriler faktör analizi ile incelenmiştir. Tarama modeli, var olan durumların özelliklerini ortaya çıkarmak ve keşfetmek adına verilerin toplanmasını hedefleyen bir yöntemdir (Karasar, 2005). İlgili veriler coğrafi kısıtların aşılması, daha geniş katılımıya ulaşılması ve düşük maliyet avantajı gibi unsurlar göz önünde bulundurularak çevrimiçi olarak elde edilmiştir. Bağımlı değişken olarak müşteri memnuniyeti, ilgili soruların ortalaması alınarak oluşturulmuş ve çok değişkenli regresyon analizi ile bağımsız değişkenlerin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkileri değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular, ASAN Hizmet’in müşteri odaklı hizmet anlayışının etkinliğini ve gelişim alanlarını ortaya koymaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. “ASAN Hizmet” Kurumu ve Faaliyetleri

Günümüzde vatandaşların hizmet ve bilgi alma gereksinimlerini karşılamak için devletler bilgi işlem teknolojilerinin de gelişimi üzerine bu teknolojilerin sağladığı avantajlar doğrultusunda çözüm yolları aramış ve kamu hizmeti sunumu için e-Devlet uygulamaları geliştirmiştir. Nitekim vatandaşların talebi üzerine e-Devlet kapsamında yapılan uygulamaların ve hizmetlerin sayısı sürekli artmaktadır (Ekiyor & Çetin, 2017:89). Bu özelliği ile elektronik devlet uygulamaları geleneksel kamu hizmeti verilmesinin alternatifi veya tamamlayıcısı olabileceği ifade edilmektedir (Hasanoğlu, 2017).

E-Devlet modeli, vatandaşları teknik anlamda “müşteri” olarak ele alan ve kamu hizmetlerini müşteri odaklı bir yaklaşımla “hizmet” anlayışı çerçevesinde sunmayı hedefleyen, düşük maliyetle yüksek kaliteli hizmet üretimini amaçlayan bir verimlilik yönetim sistemidir. “Toplam kalite yönetimi” ve “müşteri memnuniyeti” ilkelerini temel alan bu model, elektronik iş ve ticaretle bağlantılı olarak geliştirilmiş ve merkeziyetçi olmayan bir yapıyı benimsemiştir. Bu geçiş, kamu yönetimi anlayışında ve vatandaşlarla etkileşimde köklü bir değişimi zorunlu kılmaktadır (Demirel, 2006; Sobacı, 2012; Işıkcı, 2017). Nitekim, geleneksel kamu yönetiminin vatandaşı pasif bir alıcı olarak görmesi eleştirilmiş; 1980’lerden itibaren geliştirilen “Yeni Kamu İşletmeciliği” yaklaşımıyla vatandaş müşteri olarak tanımlanmaya başlanmıştır. Bu dönemde ortaya çıkan diğer yaklaşımlar ise vatandaşların katılımını vurgulamış ve onları hizmet sürecinin aktif bir parçası olarak görmüştür. Böylece vatandaş katılımı, kamu yönetimi reformlarının temel bileşenlerinden biri hâline gelmiştir (Saylam vd., 2024).

Geleneksel devlet anlayışından dijital devlete geçiş, yalnızca teknolojik bir dönüşüm değil; aynı zamanda vatandaş-devlet ilişkilerinin yeniden tanımlandığı bir yönetim paradigmasıdır. Dijital devlet; şeffaflık, hesap verebilirlik ve vatandaş odaklılık ilkeleriyle birlikte dijital iletişim kanallarını etkin kullanan bir devlet modelidir. Bu bağlamda, ASAN Hizmet modeli yalnızca çevrim içi hizmet sunumuyla sınırlı kalmamakta; vatandaşların yönetime dijital platformlar üzerinden katılımını kolaylaştırarak dijital yönetim ilkelerini hayata geçirmektedir. Bu yönüyle ASAN, dijital vatandaşlık kültürünün güçlenmesine katkı sunmakta, kamuoyunun görüş ve önerilerini dikkate alan etkileşimli bir kamu hizmeti anlayışını temsil etmektedir. Türkiye’de Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi (CİMER) örneğinde olduğu gibi, kamu hizmetlerinde dijital platformlar üzerinden yönetime katılım imkânı sunan sistemler, demokratik katılımı artırmakta ve vatandaş-devlet etkileşimini güçlendirmektedir. ASAN’ın da benzer biçimde hizmet süreçlerinde dijitalleşmeye dayalı katılımcı mekanizmalar geliştirmesi, kamu memnuniyetini artıracak stratejik bir yönelimdir (Dede, 2024).

“ASAN Hizmet” kurumu Azerbaycan’da e-devlet uygulamaları kapsamında faaliyet göstermek üzere kurulmuştur. Kelime anlamı olarak “ASAN” Azerbaycan Türkçesinde kolay anlamına gelmekte olup, bu isim ile kurumun sunacağı hizmetlere kolay ve zaman kaybetmeden hizmetten yararlanılabileceği ifade edilmek istenmiştir. Söz konusu kurum birleşik ve koordineli bir biçimde kamu kurumları tarafından vatandaşların memnuniyetinin sağlanması için hızlilik, şeffaflık, nezaket, sorumluluk ve kolaylık ilkelerine uygun kamu hizmeti sunmak üzere faaliyete başlamıştır. Yönetmelikte, ASAN Hizmet kurumu, tüm birimleriyle merkezi bir yönetim şekli benimsemiş ve kamu hizmetlerini tek bir merkezden yürütmektedir. Hizmet merkezleri ve birimlerinde faaliyet gösteren merkezi veya yerel yürütme organları, bütçe teşkilatları, devlet kurumları çalışanlarının faaliyetleri ilişkilendirilerek koordinasyon görevi üstlenilerek faaliyet gösteren ve kamu yönetim sistemini geliştiren merkezi yürütme organı olarak tanımlanmıştır.

Azerbaycan’da ilgili bakanlıklar tarafından fiziki ortamda ve aynı zamanda elektronik ortamda da vatandaşlara bazı hizmetler verilmekteydi. Vatandaşlara tek merkezden hizmet verilmesine ihtiyaç duyulmaktaydı. Ülkenin kalkınma sürecinde, yeni kamu yönetimi mekanizmaları kurulması şeffaf ve verimli bir yönetim modelinin oluşturulmasına, yönetim ilişkisinde yeni bir düşünce biçiminin geliştirilmesine ve dolayısıyla vatandaşların yaşadıkları yolsuzlukların ortadan kaldırılmasına zemin hazırlamıştır. 2007-2011 yılları için hazırlanan “*Şeffaflığın Artırılması ve Yolsuzlukla Mücadele Ulusal Stratejisi*” bu amaçla uygulanmaya başlanmıştır (Shukurov, 2021).

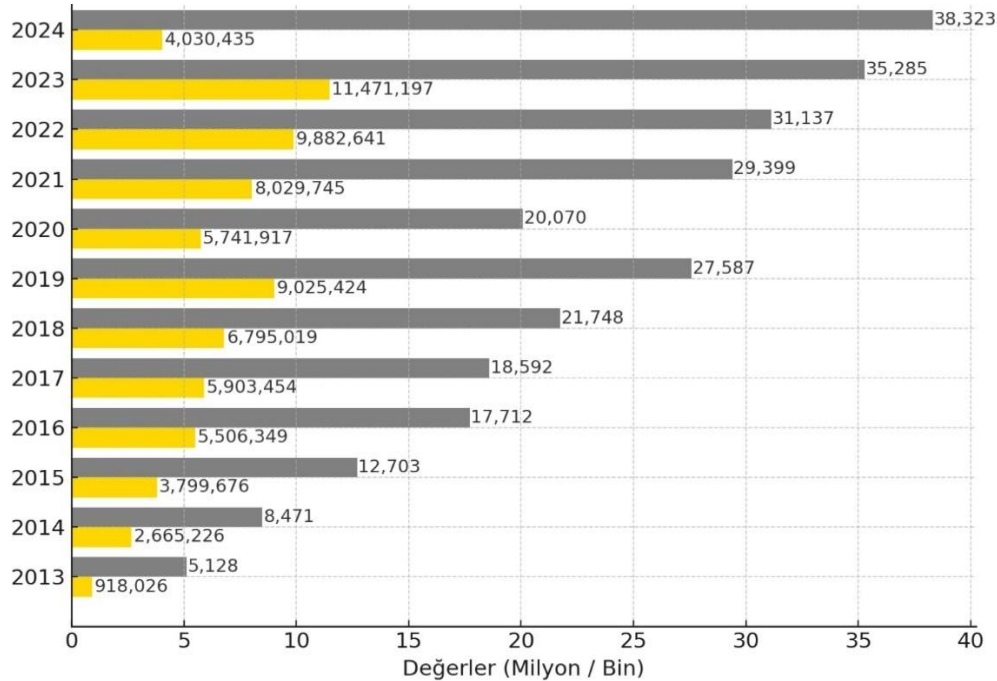
İlk olarak “e-Devlet” projesi 2003-2012 yıllarında Bilgi ve İletişim Teknolojileri Ulusal Stratejisi ile altyapısı ile hazırlanmış olup, 2004 yılında Bilgi ve İletişim Teknolojileri Bakanlığı kurulduktan sonra 2005-2008 yılları için 1. Devlet Programı ve 2010-2012 yıllarını kapsayan 2. Devlet Programı kabul edilerek 2012 yılında “Elektronik Azerbaycan.” uygulanmasına geçilmiştir. Bilgi ve İletişim Teknolojileri Bakanlığı hizmet alınacak tüm devlet kurumları ile iş birliği içinde, bilişim teknolojileri aracılığıyla tek merkezden, Asan Hizmet kurumu aracılığı ile vatandaşlara hizmet verilmesini başlatmıştır. Güvenli veri alışverişi sağlanması için Estonya ve Finlandiya’da da kullanılan X-road sistemi temelinde teknik altyapı kullanılmıştır (Muradov vd., 2014; Sultanlı, 2016). X-Road, Estonya’nın 2001 yılından itibaren dijital dönüşümünü destekleyen, kamu ve özel sektördeki veri tabanlarını güvenli şekilde birbirine bağlayan bir altyapıdır. Bu sistem sayesinde e-hizmetler tek bir dijital katman üzerinden hızlı, şeffaf ve güvenli bir şekilde sunulur. Veriler uçtan uca şifrelenir, yalnızca yetkili kişiler erişebilir ve tüm erişim işlemleri kullanıcılar tarafından takip edilebilir. X-Road, zamanla birçok ülkeye örnek olmuş; veri güvenliği

için de blockchain teknolojisiyle desteklenmiştir. Estonya, bu sistemle kağıtsız, etkin ve vatandaş odaklı bir dijital devlet modeli kurmuş ve sözkonusu model Finlandiya, İzlanda, Tunus, Benin, Kolombiya, Meksika ve Malezya gibi dünyanın farklı bölgelerine başarılı bir şekilde transfer edilmiştir (Çankaya Kurnaz, 2025; Koç, 2021; Ceyhan vd., 2018). Dolayısıyla, Azerbaycan da Estonya ile bilgi teknolojileri alanındaki yakın iş birliği sayesinde X-Road platformunu tercih etmiştir. Bu tercih, bürokratik gecikmeleri ortadan kaldırmak, şeffaflığı artırmak ve yabancı yatırımlar için elverişli bir dijital altyapı oluşturmak amacıyla yapılmıştır.

“ASAN Hizmet” kurumu, toplamda 30 merkez hizmet birimi ile fiziki olarak hizmet vermektedir. Kurumun hizmet yaklaşımının temel ilkesi yerindelik (subsidiarite) ilkesine dayanmaktadır (Tozak vd., 2019:368). ASAN hizmet merkezlerinde sunulan fiziki hizmetlerle ilgili olarak “Çağrı” merkezleri hizmet vermekte olup, vatandaşlar sosyal medya, internet veya telefon aracılığıyla tüm hizmet türleri hakkında bilgi alabilmekte, sıra numarası almakta, şikâyet ve tavsiyelerini bildirebilmektedir. Kurum vatandaşların bildirdiği sorunları tespit etmekte ve olumsuzlukları gidermek için gerekli tedbirleri alarak memnuniyet sağlamaktadır. Merkezlerde, “kommunal hizmetler” olarak adlandırılan elektrik, gaz, su idareleri ve bankalar tarafından verilen birçok temel kamu hizmetleri de gerçekleştirilmektedir. Kurum belirli hizmetler açısından sipariş üzerine yapılan talep doğrultusunda başvuruyu kabul ederek ilgili belgeleri adresten teslim alarak ve başvuru sonuçlanınca da adreste teslim etmek üzere ücretli hizmet de sağlamaktadır. Kurumun resmi sayfasında söz konusu hizmetler ve hizmet ücretleri açıklayıcı bir şekilde ilan edilmektedir (www.asan.gov.az). Belirtmek gerekir ki, “Asan Hizmet” kurumunun verdiği bütün hizmetler sözkonusu hizmet ücreti tarifeleri üzerinden ücretlendirilmektedir.

Yine bölgelere göre tüm vatandaşlara ulaşabilmek için seyyar hizmetler sunulmaktadır. Seyyar “ASAN hizmet” otobüsleri ile hizmet merkezlerinden uzak kalan bölgelere ulaşarak talep edilen hizmetler karşılanmaktadır. Seçilen pilot bölgelere göre, vatandaşın ayağına götürülen hizmetler resmi olarak belirlenen ücret karşılığında şahsın çalıştığı veya yaşadığı bölgeden ayrılmadan talep edilen belge veya hizmetler için hem başvurusu alınmakta ve hazır olduğu tarihte ise teslim edilmektedir. Söz konusu hizmetler için ödenecek harçlardan birinci derece maluller ve 18 yaşına kadar engelliler muaf tutulmuştur (<https://asan.gov.az>).

Kurum tarafından toplanan istatistik veriler, resmî web sayfasında açıklanmaktadır. 2013 yılında beş merkez ile başlayan hizmet alanı günümüzde 30 merkeze yükselmiştir. Başvuru sayıları, yıllar içerisinde sürekli bir artış göstermiştir. 2013 yılında 918.026 olan başvuru sayısı, 2023'te 11.471.197'ye ulaşmış, 2024 yılı itibariyle ise 9.126.512 başvuru gerçekleştirilmiştir. Bu artış, ASAN Hizmet'in giderek daha fazla kişi tarafından tercih edildiğini ve yaygınlaştığını göstermektedir. Günlük ortalama başvuru sayısı da 2013'te 5.128 iken, 2024'te 35.285'e yükselmiştir. Bu rakamlar, kurumun etkinliğini ve vatandaşların ihtiyaçlarına cevap verme kapasitesinin arttığını gözler önüne sermektedir.



Grafik 1. Başvuru sayısı (Toplam Başvuru – Günlük başvuru sayısı)

Azerbaycan'ın farklı bölgelerinde kurulan “ASAN Hizmet” merkezlerinin, nüfus yoğunluğu ve hizmet ihtiyaçlarına göre belirlendiği belirtilmiştir. Kurum, vatandaşlara dijital ortamda hizmet sunmanın yanı sıra yürütme organlarıyla etkileşim kurma imkânı sağlamaktadır. Dijital dönüşümün başarılı bir şekilde

uygulanabilmesi için yeni nesil dijital yöneticilere ihtiyaç duyulmaktadır. Dijital bakış açısına sahip kamu görevlileri kalkınmayı yönlendiren bir güç rolü üstleneceklerdir. Yeni bilgi toplumu, iletişimin sanallaşmasıyla önceki toplumlardan ayrılmakta ve bu dönüşüm sürecinde dijital teknolojilerin yönetim süreçlerindeki etkisi giderek artmaktadır. Azerbaycan’da e-Devlet sisteminin gelişimi ve bu sistemin yasal çerçevesinin oluşturulması, kamu yönetimindeki reformlara uluslararası deneyimlerle kıyaslanarak katkı sağlamakta (Rehimli, 2023), uluslararası itibarı artırmakta ve ASAN modelinin diğer ülkeler tarafından örnek alınmasına olanak tanımaktadır (Gasımozade, 2020). Günümüzde kamu hizmetlerinde dijital dönüşüm yalnızca çevrim içi hizmet sunumu ile sınırlı kalmamaktadır. Büyük veri analitiği, yapay zekâ destekli karar sistemleri ve algoritmik yönetim gibi teknolojiler aracılığıyla daha etkili, öngörülebilir ve kişiselleştirilmiş hizmet sunumunu mümkün kılmaktadır (Dede, 2025).

2.2. “ASAN Hizmet” Kurumu Hizmetlerinin Değerlendirilmesi

Dünya ülkelerinin büyük çoğunluğu yeni teknolojilerin sunmuş olduğu fırsat ve olanakları kullanarak kamu yönetimi sisteminin verimli bir şekilde işleyişini şekillendirmektedirler. Otoriter rejimleri benimsemiş olan Suriye, Sudi Arabistan, Kuzey Kore ve Çin gibi bu teknolojilerin devlet sisteminde kullanılmasını sınırlayan ülkeler bile e-Devlet uygulamalarının sağladığı yararları dikkate alarak tekrar gözden geçirmişlerdir (Tayyarlı, 2020:25; UN, (2018). Birleşmiş Milletler araştırmasına göre e-Devlet uygulaması açısından en başarılı ilk on sırada yer alan ülkeler, Danimarka, Finlandiya, Güney Kore, Yeni Zelanda, İsveç, İzlanda, Avustralya, Estonya, Hollanda ve Amerika Birleşik Devletleri olmuş ve bu ülkelerin yanında Birleşik Krallık, Singapur, Birleşik Arap Emirlikleri, Japonya ve Malta en başarılı ülkeler olarak ayrı bir sınıflamada değerlendirilmiştir (Babaoğlu, 2022).

E-Devlet, vatandaşlara, işletmelere ve kamu kurumlarına yeni fırsatlar ve faydalar sağlar. Aynı zamanda, daha iyi bir yönetim sistemi için gerekli katılım ve etkileşimi teşvik eder. E-Devlet, az maliyetle daha çok iş yapabilen bir devlet modeli olarak tanımlanabilir (Uysal, 2023:296; Demirel, 2006:111). Bu bağlamda e-Devlet sistemlerinin kurulmasında genel ortak değerlerin göz önünde tutulduğunu söylemek mümkündür.

Özellikle işlemlerin hızlı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi, kurumlara duyulan güven duygusu ve şeffaf işleyişin sağlanması, vatandaşlar nezdinde e-Devlet kurumlarına yönelik rağbeti artırmaktadır. Bu ilgi, e-Devlet sistemlerinin sunduğu avantajlarla birlikte, ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre farklı amaçlara hizmet etmesine de bağlıdır. Nitekim gelişmiş ülkelerde e-Devlet uygulamaları; eyaletler arası rekabette öne çıkmak ve devletin halkına “high-tech” (yüksek teknolojiye dayalı, modern ve dijital) bir imaj sunmak gibi hedefler taşıırken, az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde bu uygulamalar daha çok yolsuzluğun önlenmesi amacıyla hizmet etmektedir (Ateş, 2002; Demirel, 2006). Günümüzde e-Devlet uygulamasına göre en başarılı ülkelerden biri olan Güney Kore de (OPEN) geçmişe yaşanan rüşvet olaylarının önüne geçmek ve vatandaşın devlete olan güveninin sarsılmasını engellemek için 2002 yılında bu uygulamaya geçmiştir (Paşaoğlu, 2017). Uygulamalardan da görüldüğü üzere, e-Devlet başvurularından kısa sürede cevap alınması işlem sırasında yapılacak yolsuzlukları da en aza indirecektir (Şentürk, 2002).

E-Devlet uygulamaları için seçilen isimler, ülkelerin hizmet anlayışını yansıtan çağrışımlar taşımaktadır. Örneğin, Güney Kore’de “OPEN” (Açık) ifadesi şeffaflık ilkesine vurgu yapmaktadır. Singapur’da “CARE” (Courtesy - Nezaket, Accessibility - Ulaşılabilirlik, Responsiveness - Cevap verebilirlik ve Effectiveness - Verimlilik) vatandaş odaklılığı ve hizmet kalitesini simgelemektedir. Rusya’da “Moy Dokument” (Benim Belgelerim) ifadesi, kişiselleştirilmiş hizmet anlayışını öne çıkarmaktadır. Azerbaycan’da ise “ASAN Hizmet” (Kolay Hizmet) adı tercih edilerek hem sade hem de vatandaşın hizmete hızlı, zahmetsiz ve şeffaf biçimde erişebileceği bir sistem tasarlanmıştır. Nitekim Azerbaycan’da ASAN Hizmet uygulaması yalnızca sembolik bir adlandırma değil, aynı zamanda devlet-vatandaş ilişkisinde güven, şeffaflık ve erişilebilirliği esas alan ve bu yönüyle diğer ülkeler tarafından da örnek alınan yenilikçi bir kamu hizmeti modeli sunmaktadır.

“ASAN Hizmet” kurumu vatandaşlara sunulan hizmetlerin tamamını kurumun ilgili bölgelerde kurulan merkezlerinde verilmesini, vatandaşların zaman kaybına uğramadan kolay bir şekilde ilgili hizmete ulaşabilmesini ve bu vesileyle vatandaş memnuniyetinin sağlanması yönünde yeni bir yaklaşım geliştirilerek memur ve vatandaş ilişkilerinin niteliksel olarak yeni bir düzeye taşınması hedeflenmiştir. Bu kapsamda kurum vatandaşların ek maliyetlerinin ve zaman kaybının azaltılmasını, vatandaşlarla ilişkilerde etik kurallara uyumlu ve kibar davranış sergilenmesini, profesyonel hizmet sunulmasını, kamu kurumlarına güvenin ve şeffaflığın artırılmasını, yolsuzlukla mücadele edilmesini, elektron hizmetlerin çeşitlendirilmesini ve kurumsal reformlar etkinliğinin artırılmasını hedeflemiştir. Nitekim bu konuda büyük ölçüde söz konusu amaca ulaşılabilindiği ve toplumun büyük kesimi tarafından bu kuruma karşı güven ve rağbetin arttığını ve idari maliyetlerin ise %15–20 oranında azaltılabileceğini belirtilmektedir (Abasova & Huseynova, 2021).

Birleşmiş Milletler tarafından açıklanan 2022 yılı üzere “E-Devlet Gelişmişlik Endeksi” raporuna göre ülkelerin ayrıldığı en yüksek, yüksek, orta ve düşük grup sınıfları içinde Azerbaycan, yüksek gruptaki 73 ülke arasında 23. sırada yer almaktadır. Önceki yıllarla karşılaştırıldığında derecelendirme açısından Azerbaycan “E-Devlet Gelişmişlik Endeksi”nde 2018 yılında 66 puan, 2020 yılında 70 puan ve 2022 yılında ise dünyanın 193 ülkesi arasında 83 puan endeksinde yer almıştır. “Online hizmetler” alt endeksinin değerlendirilmesini etkileyen

kriterlerden biri olan “Çevrimiçi Hizmet Endeksi” kategorisinde 98. sırada, “Telekomünikasyon Altyapısının Geliştirilmesi” alt endeksinde 67 puan ve “İnsan Kaynağı Endeksi” alt endeksinde ise 79 puan alarak her üç endekste ortalamasının üzerinde puan aldığı görülmektedir (UN, 2022 E-Government Development Index, <https://publicadministration.un.org/egovkb/Data-Center>).

ASAN Hizmet” kurumu ülkede kamu yönetiminin markalaştırılması ve teknolojik gelişmeler temelinde e-Devlet uygulamalarının yaygınlaştırılması amacıyla yapılan en önemli girişimlerden biri olarak (Tayyarlı, 2020) ve tek kurumsal çatı altında üstün kaliteli ve toplumsal hizmetler sunan bir marka olduğu ifade edilmektedir (Aliyev, Shahverdiyeva & Abbasova, 2016; Мамедов, & Велиева, 2020). Merkezi yönetim altında tüm hizmet merkezleri ve çalışanların koordinasyonu yapılarak hizmet sunucusu kamu kurumlarının bilgi tabanlarının entegrasyonu ile en hızlı bir şekilde vatandaşların başvurularının cevaplanması toplumun neredeyse tamamı tarafından memnuniyetle karşılanmaktadır. Bu açıdan vatandaşlara karşı kurum görevlileri hizmet sunumu sırasında olumlu yaklaşımları ile sivil memnuniyetin sağlanmasında etkili olmuş ve memur-sivil ilişkilerinin yeni bir düzene geçişini sağlamıştır (Tozak, Tataroğlu & Hasanlı, 2019). Bu yönüyle ASAN Hizmet modeli, sadece teknik bir entegrasyon değil, aynı zamanda devlet kurumlarına güvenin tesisine ve kamu hizmetinde etik bir dönüşüme olanak sağlayan hizmet kurumu olarak değerlendirilebilir.

“ASAN Hizmet” kurumunun faaliyete başlaması, bağımsızlık kazanıldıktan sonra kamu kurumlarının daha verimli çalışabilmesini, vatandaşlarla ve iş dünyası ile istikrarlı ilişkiler kurabilmesini, bürokratik süreçleri, gayri resmi ödeme süreçlerini ortadan kaldırılmasını sağlamış ve bürokrasiyle ilgili algıları olumlu yönde değiştirmiştir (Boboc, 2018). Özellikle 2007 yılından itibaren kamu yönetiminde yolsuzlukların, rüşvetin önlenmesi için başlatılan süreçte “ASAN Hizmet” kurumunun faaliyete başlamasıyla yeni bir aşamaya geçilmiş ve bu konuda başarılı olmuştur. Nitekim, Azerbaycan Cumhurbaşkanı İlham ALİYEV kurum hakkında, “*ASAN Hizmet, Azerbaycan ürünü, Azerbaycan markasıdır. Azerbaycan halkına hizmet en üst düzeyde olmalıdır. Azerbaycan vatandaşları bu hizmetleri hak ediyor. Bunu defalarca söyledim, her memur halkına haysiyet ve onurla hizmet etmelidir. ASAN Hizmet’in oluşturulması, bu politikanın sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. İnsanlara hizmet etmek her memur için temel bir prensip olmalıdır.*”, şeklinde ifadesiyle, kamu yönetim sistemi açısından beklentilerini ifade etmiştir.

ASAN hizmet merkezlerinin sunmuş olduğu hizmetten vatandaşların memnuniyet oranının öğrenilmesi amacıyla Avrasya İşbirliği Fonu’nun mali desteği ile “Hükümet-Vatandaş Cemiyeti Diyalogu Platformu” tarafından yapılan araştırmada vatandaşların hizmet açısından beklentileri incelenmiştir. Araştırmanın sonucuna göre vatandaşlar tarafından “Şeffaflık”, “Rahatlık”, “Operatiflik”, “Nezaketsizlik”, “Sorumluluk” ve “Memnuniyet” beklentileri ölçülmüştür. Ankete katılanlar görevlilerin nezaketli davranışını, sorumluluk/güven içinde işlerin yapılmasını, zaman kaybı olmamasını, işleyişin şeffaf yürütülmesini, rahat/konforlu bir ortam olmasını ve son sırada ise memnuniyeti oylamıştır. Katılımcılar memnuniyeti doğrudan ifade etmemiş olsalar da şeffaflık, nezaket ve işlem hızı gibi unsurları önceliklendirmeleri, memnuniyetin bu öğeler sayesinde zaten sağlandığını düşündüklerini ortaya koymaktadır.

Kamu yönetimlerindeki karmaşık ve verimsiz yapılanmalar, yönetimin ağır işleyişi süreç içindeki yolsuzluklar, israf ve zaman kaybı sistemin en önemli sorunları olarak ortaya çıkmaktadır. Söz konusu sorunlar, e-Devlet uygulamalarının hızlı bir şekilde yaygınlaşmasının başlıca nedeni olarak zaman, emek ve para açısından sağlanan tasarruf ile sunulan hizmete yönelik vatandaş güvenini artırmaktadır. Konuya ilişkin yapılan alanyazında, “ASAN Hizmet” kurumundan hizmet alacak vatandaşların beklentisi maliyet ve zaman kaybı olmaması, etik ve kibar tutumun kullanılması, kamu kurumlarına olan güveni güçlendirilmesi, kamu kurumlarında şeffaflığın güçlendirilmesi, yolsuzluğun önlenmesi ve bu sayede toplum memnuniyetinin artırılması gerektiği vurgulanmıştır (Tozak vd., 2019; Tayyarlı, 2020; Sultanlı, 2016; Rehimli, 2023; Mammadov, 2019; Hasanoglu, 2017; Shukurov, 2021; Selamzade, 2020; Aliyeva, 2016; Nəhmətova, 2015; Hasanlı, 2018).

ASAN Hizmet’in sunduğu hizmetlerden vatandaşların memnuniyeti, 2016 yılından itibaren düzenli olarak %98’in üzerinde seyretmiştir. 2022 yılı itibarıyla bu memnuniyet oranı %99,8’e ulaşmıştır. Bu yüksek oranlar, ASAN Hizmet’in vatandaşlara yönelik sunduğu hizmetlerin kalitesini ve kurumun halka ne kadar yakın olduğunu göstermektedir. Vatandaşların hizmetlerden memnun kalması, ASAN Hizmet’in etkin bir şekilde işlediğine dair güçlü bir göstergesidir.

Vatandaşların e-hizmetleri kullanımı sırasında, e-devlet hizmetlerinin geliştirilmesi ve geri bildirim mekanizmalarının güçlendirilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu süreç, hem daha verimli karar alma mekanizmalarının oluşturulmasına hem de e-hizmetlerin kalitesinin artırılmasına katkı sağlayacaktır (Alguliyev, Yusifov & Gurbanli, 2018). Bu anlamda, “ASAN Hizmet” kurumu tarafından sunulan hizmet sayısının artırılması ve gelişmiş ülkelerin uygulamaları da dikkate alınarak kamu yönetiminde dijitalleşme odaklı yeni uygulamaların geliştirilmesi, hızlı, verimli ve şeffaf bir kamu yönetimi sisteminin oluşumunu destekleyecektir.

2.3. E-Devlet Uygulamalarında Müşteri Memnuniyetine Etki Eden Faktörler: Ülke Örnekleri Üzerinden Bir Literatür Taraması

E-Devlet sistemleri, dünyanın farklı ülkelerinde vatandaşlara hizmet vermek amacıyla uygulanmaktadır. Söz konusu sistemle sunulan kamu hizmetlerinin vatandaş memnuniyetini sağlayıp sağlamadığına ilişkin çeşitli araştırmalar yapılmış; müşteri memnuniyetini ölçmek için farklı modeller ve faktörler tartışılarak çok sayıda çalışma yürütülmüştür. Kurumların sunduğu hizmetler doğrudan devletten hizmet bekleyen vatandaşlara yönelik olduğundan bu konu önemini korumakta, müşteri memnuniyetini etkileyen değişkenler üzerine güncel araştırmalar devam etmektedir. Dolayısıyla, e-devlet sistemleri yalnızca teknik bir dönüşüm değil; kamu yönetiminde müşteri memnuniyetine dayalı, verimlilik ve katılımcılık ilkelerini esas alan çağdaş bir kamu hizmeti anlayışını temsil etmektedir (Saylam, 2022).

Kamu yönetiminde bireylerin hizmet alım süreçleri hızlanırken, vatandaşların yönetime aktif katılımı artmakta ve bu süreçte vatandaş memnuniyeti önemli bir geri bildirim mekanizması olarak öne çıkmaktadır (Doğan & Ustakara, 2013). Kamu hizmetlerinde müşteri memnuniyeti, hizmet kalitesine yönelik algı ile doğrudan ilişkili olduğu ve bireylerin hizmeti nasıl algıladığı, onların memnuniyet seviyesini belirleyen en önemli faktörlerden biri olduğu görülmektedir (Parasuraman vd., 1988). Özellikle e-Devlet hizmetlerinde fiziksel özellikler, erişilebilirlik ve altyapı, güven ve şeffaflık, empati ve hizmet sorunları gibi değişkenler vatandaş memnuniyetinde belirleyici unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, AB ülkeleri örneğinde yapılan karşılaştırmalı bir değerlendirme, dijital dönüşüm süreçlerinin ülkeden ülkeye farklılık gösterdiğini ve bu alandaki gelişmişlik düzeyinin dijital kamu hizmetlerinin etkinliğini doğrudan etkilediğini ortaya koymaktadır (Çankaya Kurnaz, 2025).

Hizmet alan her müşterinin hizmet deneyimi sonucu oluşan memnuniyet seviyesi, müşterinin belirli bir hizmet sağlayıcısına yönelik genel memnuniyeti ve hizmet kalitesi algılarıyla ilişkilidir (Rust & Oliver, 1994). Müşterinin almış olduğu hizmet onun memnuniyetini belirlemekte ve alınan hizmet deneyimleri zamanla genel memnuniyet algısını oluşturmaktadır. Benzer şekilde, yapılan araştırmalarda da hizmet deneyiminin yalnızca teknik unsurlardan ibaret olmadığı, bireyin yaşam tarzı, sosyal çevresi ve ilişkisel bileşenler tarafından şekillendiği görülmektedir (Çal, 2018). Dolayısıyla olumlu hizmet alan kullanıcı hizmet kalitesini yüksek algılamakta, ancak olumsuz deneyimler yaşadığında ise genel memnuniyeti ve hizmete olan güveni azaltmaktadır. Akademik çalışmalarda, müşteri memnuniyetinin sürdürülebilir bir kâr elde etmek için kritik olduğu belirtilmektedir (Rust & Oliver, 2000). Bu bağlamda, kamu tarafından sunulan hizmetlerde de vatandaşların memnuniyeti, hizmetlerin etkinliği ve sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır.

Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinin kamu yönetiminde yaygınlaşması, vatandaşların daha kaliteli hizmet talep etmesi, yönetimde şeffaflık ihtiyacının artması ve kamu hizmetlerinden faydalanan bireylerin karar alma süreçlerine daha fazla katılma isteği, kamu yönetimlerini vatandaş odaklı bir yaklaşıma yönlendirmektedir (Uygur, 2015). İnternetin ve bilgi teknolojisi uygulamalarının hızla büyümesi, altyapının gelişmesi ve yeni uygulamaların ortaya çıkması sonucu ülkeler ve kuruluşlar hizmet sistemlerini yeni düzene uygun olarak uyarlamış ve fiziki olarak sunmuş oldukları hizmetlerini elektronik ortama taşımıştır. Verilen elektronik hizmetler ile bürokrasiyi ortadan kaldırmak, maliyetleri düşürmek, kamu kurumlarının performans kalitesini ve etkinliğini artırmak ile kullanıcı memnuniyetini kazanılması hedeflenmiştir (Hawary & Menhaly, 2016).

Sheng ve Liu (2010), e-hizmet kalitesinin çevrimiçi müşteri memnuniyeti ve sadakati üzerindeki etkisini araştırmış ve elektronik hizmet kalitesinin çeşitli boyutlardan oluştuğunu ortaya koymuşlardır. Çalışmanın sonucunda, müşteri memnuniyeti ve sadakati üzerinde verimliliğin etkili olduğu, müşteri memnuniyetini artırdığı, gizliliğin müşteri sadakati üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu ve hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti için temel bir unsur olduğu açıklanmıştır.

Alnaser ve diğerleri (2017), Pakistan’da internet bankacılığının benimsenmesini motive eden değişkenlerin algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, müşteri hizmetleri ve müşteri memnuniyeti olduğunu bulmuştur. Ayrıca, müşteri memnuniyetinin önerilen değişkenler arasında önemli bir aracı rol oynadığı tespit edilmiştir. Benzeri bir çalışma ile Alnaser ve diğerleri (2017), sunulan elektronik hizmetler açısından, algılanan kullanım kolaylığının ve faydanın, internet bankacılığı hizmetlerinin benimsenmesi ve müşteri memnuniyeti üzerinde etkili olduğunu ve müşteri memnuniyeti ile sunulan hizmetlerin kalitesi ve kullanım kolaylığı ile doğrudan ilişkili olduğu sonucu ortaya konulmuştur. Yine müşteri memnuniyetinin sadece teknik altyapıya değil, aynı zamanda elektronik hizmetlere yönelik algıları ve psikolojik faktörlerle şekillendiği için hizmet etkinliğinin artırılarak kullanıcı memnuniyeti sağlanabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Literatürde yer alan çalışmaların sonuçları incelendiğinde e-devlet hizmetleri açısından müşteri memnuniyetinin sağlanması açısından çeşitli faktörlerin etkili olduğu görülmektedir. Al-Kaabi vd. (2023) tarafından yapılan çalışmada, Bahreyn e-devlet hizmetlerinin müşteri memnuniyeti artırmadaki etkisi araştırılarak, “SIJILAT” adlı e-devlet sisteminin faaliyeti incelenmiştir. Çalışmada sunulan e-devlet hizmetleri açısından, erişilebilirlik, bilgi kalitesi, güvenlik, güvenilirlik, güven ve algılanan kullanım kolaylığı gibi faktörlerinin müşteri memnuniyetiyle güçlü bir ilişki içinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre, kullanıcıların bu hizmetleri kolay

erişilebilir ve güvenilir bulduklarının, memnuniyetlerini doğrudan etkilediği tespit edilmiştir. E-devlet hizmetlerinin sadece teknik altyapısının değil, aynı zamanda kullanım kolaylığı, güven verici sistemlerin oluşturulması, şeffaf, güvenli, kullanıcı odaklı ve kesintisiz hizmet verebilir nitelikte olmasının müşteri memnuniyeti açısından etkili olduğu belirtilmiştir.

Al-Hawary ve Al-Menhaly (2016), Birleşik Arap Emirlikleri e-devlet hizmetleri açısından güvenilirlik unsuruna önem verildiğine, kullanıcılara sağlanan bilgilerin yüksek doğruluk ve şeffaflık seviyesinde olduğu, sunulan hizmetlerin güvenilir ve net olması hususlarına dikkat çekmiştir. Özellikle, kullanıcıların gizlilik ve güvenlik konularına duyarlılığı yüksek olduğu için gizlilik ve güvenlik faktörü açısından devletin gerekli güvenceleri sunması, erişilebilirlik açısından kullanıcıların 7/24 hizmete ulaşılabilmesi, basit bir kayıt süreci ile kullanıcıların işlemlerini hızlıca gerçekleştirebilmesi, yapılan başvurulara hızlıca cevap verilmesi, bilgiye hızlı ve kolay erişilebilmesi gibi müşteri memnuniyetini artıran kritik unsurlar açısından e-devlet sisteminin kullanıcı memnuniyetini karşıladığı belirtilmiştir.

Chan vd. (2010) çalışması, Hong Kong'daki e-Devlet hizmetlerinin teknik altyapısının ve erişilebilirliği hususları açısından ele alınmıştır. Çalışmada, e-devlet hizmeti için kullanılacak yeni teknolojiler açısından farkındalık, destek, kolaylık, öz yeterlilik, güven, yüz yüze etkileşimden kaçınma, esneklik ve uyumluluk gibi faktörlerin vatandaşların memnuniyeti üzerinde doğrudan etkili olacağı vurgulanmaktadır. Dolayısıyla, yeni teknoloji kullanımı ile hizmetlerin erişilebilirliği, güvenliği ve kullanım kolaylığı gibi faktörler müşteri memnuniyeti açısından olumlu sonuç doğuracaktır.

Seng vd. (2010) tarafından yapılan çalışmada, Malezya'daki E-Filing sisteminde vatandaşlar, kişisel bilgilerinin güvenliği konusunda kullanıcıların tedirgin oldukları görülmekte ve e-Devlet hizmetlerinin yalnızca teknik altyapı açısından değil, kullanıcı odaklı tasarım, erişilebilirlik ve hizmet kalitesi yönünden de değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Nguyen vd. (2020), Vietnam'da e-Devlet sisteminin işleyişi açısından kullanıcı memnuniyetini belirleyen faktörleri incelenmiş ve etkileri değerlendirilmiştir. Kullanıcıların e-devlet hizmetlerinden memnuniyeti için özellikle önemli olan altı dış değişken olarak verimlilik, güven, güvenilirlik, kolaylık, vatandaş desteği ve şeffaflık değişkenleri incelenerek özellikle, "Verimlilik", "Güvenilirlik", "Vatandaş Desteği" ve "Şeffaflık" değişkenlerinin sistem kalitesinin, bilgi kalitesinin, hizmet kalitesinin ve e-devletin göreceli faydalarının önemli ölçütleri olduğu ve vatandaşların çevrimiçi kamu hizmetlerinden memnuniyetini olumlu ve önemli ölçüde etkilediği tespit edilmiştir. Çalışmanın sonuçları doğrultusunda vatandaş merkezli bir yaklaşımı benimseyen e-devlet hizmetlerinin geliştirilmesinin memnuniyeti artıracağı belirtilmiştir.

Sharma vd. (2021), Hindistan'da e-Devlet müşteri memnuniyeti, hizmet kalitesi, erişilebilirlik, güvenlik ve hükümet desteği gibi bağımsız değişkenlerden önemli ölçüde etkilendiği sonucuna ulaşmıştır.

Welch vd. (2005) tarafından yapılan çalışmada, ABD'de e-devlete duyulan memnuniyetin yönetime duyulan güven arasındaki ilişkisi araştırılmış, vatandaş memnuniyetini ve hükümete duyulan güveni nasıl etkilediği analiz edilmiş ve e-Devlet memnuniyetinin hükümete duyulan güven üzerinde olumlu bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte, elektronik işlemler ve kullanıcı etkileşimi konusunda bazı memnuniyetsizlikler yaşandığı belirlenmiştir. E-Devlet stratejileri olarak işlem kolaylığı, şeffaflık ve etkileşimin vatandaş memnuniyetini doğrudan, hükümete duyulan güveni ise dolaylı olarak etkileyen önemli faktörler olduğu belirlenmiştir.

Amerika ile ilgili diğer bir çalışmada ise e-Devlet hizmetlerinde müşteri memnuniyetini etkileyen temel faktörlerin kullanım kolaylığı, uyumluluk ve güvenilirlik olduğu, hızlı, kolay ve sorunsuz bir şekilde e-Devlet hizmetlerine erişebilmesinin kullanıcı memnuniyetlerini yükselttiği belirtilmiştir. Sunulan hizmetlerin doğruluğu, gizliliği ve güvenilirliği vatandaşların sisteme olan güvenini güçlendirdiği görülmektedir. Dombrowski vd. (2014) tarafından Amerika'da yapılan çalışmada, çoğu sosyal hizmetin sağladığı faydalara rağmen, bu devlet programları katılımcılar tarafından genellikle zararlı ve/veya riskli olarak algılanabildiği, teknik ve altyapı sorunlarının hizmet sağlayıcıya olan güveni etkilediği açıklanmıştır. Dolayısıyla, kullanıcıların e-Devlet hizmetlerine erişimi ve güvenini kazanmanın önemine vurgu yapılarak bu faktörlerin kullanıcı memnuniyetini doğrudan etkilediği açıklanmıştır.

Liang Ma ve Zheng (2017) tarafından yapılan çalışmada, Avrupa ülkeleri e-devlet hizmet kullanıcıları açısından hızlı, güvenilir ve kullanıcı dostu hizmetlerin kullanıcı memnuniyetini şekillendiren unsurlar olduğu açıklanmıştır.

Li ve Xue (2021) çalışmasında, Çin'de e-Devlet sistemlerine duyulan güvenin, kullanıcıların memnuniyetini ve hizmetleri sürekli kullanma eğilimlerini doğrudan etkilediği belirlenmiştir. Hizmet sunucusu olarak ülke yönetimi ve internete kullanıcıları duyduğu güven hissi e-devlete olan güven düzeyini arttırmaktadır. Çünkü e-Devlete duyulan güven, vatandaşların e-Devletin yüksek kalitede ve güvenilir hizmetler sunabileceğine olan inancıdır ve bir tür değer algısıdır. Bu açıdan bilgi kalitesi, sistem kalitesi ve hizmet kalitesi, e-devlet hizmetlerinin temel bileşenleri olarak kullanıcı memnuniyetini oluşturmaktadır.

Santa vd. (2019) tarafından yapılan çalışmada, Suudi Arabistan'daki e-Devlet hizmeti açısından müşteri memnuniyetini etkileyen unsurlar incelenmiştir. Çalışmada operasyonel etkinliğin (maliyet, kalite, güvenilirlik, esneklik ve hız gibi değişkenler aracılığıyla) kullanıcı memnuniyeti üzerinde en güçlü doğrudan etkiye sahip olduğu açıklanmıştır. Sonuçlara göre kullanıcıların en çok bilgi kalitesine önem verdiği, dolayısıyla bilgilerin doğruluğu, güncelliği ve erişilebilirliği, sistem veya hizmet kalitesi ile mukayesede müşteri memnuniyetini daha fazla etkilemektedir. Bu nedenle müşteri memnuniyetinin sağlanması açısından bilgi kalitesi ve operasyonel etkinlik e-Devlet uygulamalarında temel strateji olarak izlenmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Sonuç olarak, literatürde yer alan çalışmalar, farklı ülke örnekleri üzerinden e-Devlet hizmetlerinin müşteri memnuniyetine olan etkisini çok boyutlu şekilde ele almaktadır. Bu bağlamda, güven, erişilebilirlik, hizmet kalitesi ve bilgi doğruluğu gibi faktörlerin çeşitli ülkelerde nasıl algılandığı ve hizmet memnuniyetine nasıl yansıdığına ilişkin karşılaştırmalı örnekler sunulmuştur. Örnekleri sunulan ülke temelli çalışmalar hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde e-Devlet uygulamalarının müşteri memnuniyeti üzerindeki etkilerini açıkça ortaya koymakta ve konuya uluslararası bir perspektif kazandırmaktadır.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın temel kitlesini, Azerbaycan'da ASAN hizmetlerinden yararlanan müşteriler oluşturmaktadır. Azerbaycan'daki müşterilerin memnuniyet seviyesini değerlendirmek amacıyla saha çalışması yapılmıştır. Araştırma, genel müşteri kitlesini temsil edecek şekilde oluşturulmuş bir örneklem üzerinden gerçekleştirilmiştir. Evrenin genişliği ve erişim kolaylığı dikkate alınarak, rastgele örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntem, farklı demografik ve sosyoekonomik grupların çalışmaya dahil edilmesini sağlamış ve araştırma sonuçlarının farklı gruplara uygulanabilirliğini artırmıştır.

Çalışma kapsamında, çevrimiçi bir anket formu kullanılarak veri toplanmıştır. Çevrimiçi veri toplama yöntemi, hem geniş bir katılımcı kitlesine hızlı bir şekilde ulaşmayı sağlamış hem de lojistik maliyetleri azaltmıştır. Toplamda 318 katılımcıya ulaşılmış, anket sonuçlarının geçerliliği ve güvenilirliği analiz edildikten sonra, 300 geçerli örneklem üzerinden nihai değerlendirmeler yapılmıştır. Bu kapsamda, anket uygulanan bireylerin demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, gelir seviyesi vb.) çeşitlilik göstermiştir ve bu çeşitlilik analizlerin daha geniş bir perspektifte değerlendirilmesine olanak tanımıştır.

Araştırma, farklı yaş gruplarını, cinsiyetleri ve meslek gruplarını içeren bir örneklem ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların seçiminde, ASAN Hizmet'in Azerbaycan genelinde farklı bölgelerde bulunan hizmet noktalarını kullanan bireylerin erişimi hedeflenmiştir. Katılımcıların seçiminde, ASAN Hizmet'in Azerbaycan genelindeki çeşitli hizmet noktalarını kullanan bireylerin görüşlerine ulaşmak hedeflenmiştir.

Ülkedeki tüm ASAN merkezlerinde hizmet standartları eşit olup, ihtiyaçlara göre farklı illerde hizmet noktaları açılmaktadır. Özetle, bu çalışmanın evreni Azerbaycan'daki "ASAN Hizmet" kullanıcılarını kapsamış, örneklem ise bu evrenden rastgele seçilen katılımcılardan oluşmuş, analizlere yalnızca geçerli yanıtlar (n=300) dahil edilerek sonuçların geçerliliği ve güvenilirliği sağlanmıştır.

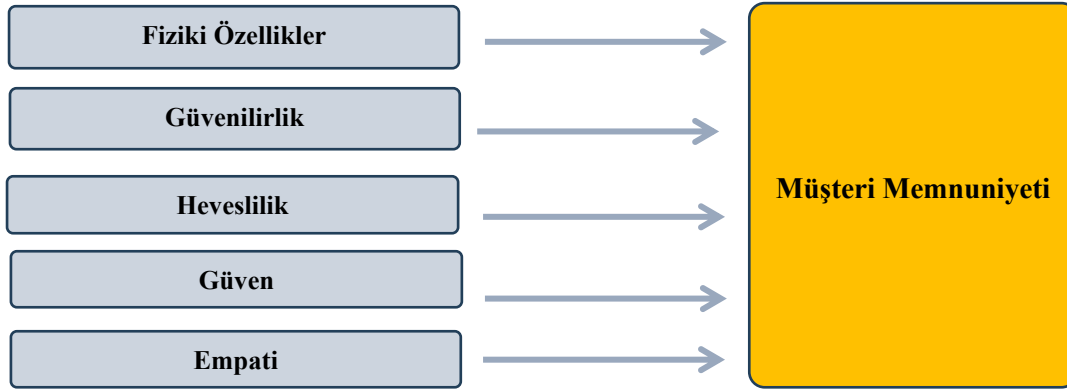
3.2. Veri Toplama Yöntemi ve Kullanılan Ölçek

Bu araştırmanın verileri, çevrimiçi anket yöntemiyle toplanan birincil verilere dayanmaktadır. Anketler, Azerbaycan'da ikamet eden ve ASAN Hizmet'ten yararlanan toplam 318 kişiye uygulanmış, geçerlilik ve güvenilirlik analizleri sonucunda 300 geçerli yanıt değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmada, hizmet kalitesini değerlendirmek amacıyla Parasuraman vd. (1985) tarafından geliştirilen ve literatürde yaygın olarak kabul gören Servqual ölçeğinden yararlanılmıştır. Bunun yanında, müşteri memnuniyetinin değerlendirmesi için ise Kitapçı vd. (2011)'nin çalışmasında geliştirdiği ölçekten yararlanılmıştır.

Anket soruları, 5'li Likert ölçeğiyle yapılandırılmıştır. Katılımcıların yanıtlarını daha kolay ölçeklendirebilmesi için seçenekler, "Kesinlikle Katılmıyorum (1)" ile "Kesinlikle Katılıyorum (5)" arasında derecelendirilmiştir. Ölçeğin güvenilirliği ve geçerliliğini test etmek için önceki çalışmalardan yararlanılmış, ardından pilot bir uygulama gerçekleştirilmiştir.

3.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Bu araştırmada, Parasuraman vd. (1985) tarafından geliştirilmiş olan ve hizmet kalitesini ölçmek için kullanılabilen Servqual boyutları kullanılmış, ilgili boyutların müşteri memnuniyetine etkisi incelenmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırma modelinde yer alan hipotezler aşağıda belirtilmiştir.

H₁: Katılımcıların hizmet aldığı “Asan hizmet”te hizmet kalitesi bağlamında fiziki özelliklerin müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H₂: Katılımcıların aldığı “Asan hizmet”te hizmet kalitesi bağlamında güvenilirlik özelliklerin müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H₃: Katılımcıların hizmet aldığı “Asan hizmet”te hizmet kalitesi bağlamında heves özelliklerinin müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H₄: Katılımcıların hizmet aldığı “Asan hizmet”te hizmet kalitesi bağlamında empatinin müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H₅: Katılımcıların hizmet aldığı “Asan hizmet”te hizmet kalitesi bağlamında güven özelliklerinin müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Belirlenen hipotezleri test etmek için anket verileri üzerinde çeşitli istatistiksel analizler gerçekleştirilmiştir. Öncelikle, değişkenlerin güvenilirliği ve geçerliliğini değerlendirmek için Cronbach Alfa ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testleri uygulanmıştır, ardından faktör analizi ve regresyon analizleri ile değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Elde edilen bulgular, ASAN Hizmet’in müşteri memnuniyetini belirleyen temel faktörleri ortaya koymaktadır.

3.4. Verilerin Analizi

Demografik değişkenlerle ilgili toplanan anket verileri üzerinde frekans analizi, anketin güvenilirliğini ve uygunluğunu değerlendirmek için Cronbach Alfa ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testleri uygulanmıştır. 28 anket sorusundan oluşan ankette boyut indirgeme amacı ile Faktör analizi, faktör çıkarma yöntemi olarak, Ana Bileşenler Analizi, faktörlerin yorumlana bilirliliğini artırmak amacıyla Varimax yöntemi kullanılmıştır. Özdeğeri birden büyük olan faktörlerin sayısı ise, toplam faktör sayısı olarak belirlenmiştir.

Faktörleri oluşturan anket sorularının ortalaması alınarak sürekli değişkenler oluşturulmuştur. “Fiziksel Özellikler”, “Güvenilirlik”, “Heveslilik”, “Güven” değişkenlerinin yanı sıra “Empati” değişkenlerinin “Müşteri memnuniyeti” üzerindeki etkilerini incelemek amacı ile ise, çok değişkenli regresyon analizi kullanılmıştır. Regresyondan elde edilen sonuçların Gauss-Markov koşullarını sağlayıp sağlamadığını belirlemek için ise, otokorelasyon problemi için Durbin-Watson, çoklu doğrusal bağlantı için Varyans Şişirme Faktörü (VIF-Variance Inflation Factor) testi kullanılmıştır.

4. BULGULAR

4.1. Demografik Bulgular

Araştırma kapsamında ulaşılan katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin temel bulgular sunulmuştur. Cinsiyet, yaş, eğitim, çalışma durumu ve gelir düzeyi gibi değişkenlere ait analizler, katılımcı profiline genel bir bakış sağlamaktadır. Detaylı bilgiler ve yüzdelik dağılımlar ilgili tablolarda yer almaktadır.

Tablo 1. Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	Sıklık	%
Erkek	173	57,7
Kadın	127	42,3
Toplam	300	100,0

ASAN Servis hizmetlerinden yararlanan bireylerin cinsiyet dağılımını içeren tabloda, erkeklerin %57,7 (n=173) ile kadınlardan daha yüksek bir orana sahip olduğu görülmektedir. Kadınların oranı ise %42,3 (n=127) olarak belirlenmiştir. Toplamda 300 kişiden oluşan örnekleme, erkekler ve kadınlar arasındaki başvuru oranında dikkate değer bir farklılık bulunmaktadır.

Tablo 2. Medeni Durum

Medeni durum	Sıklık	%	Kümülatif %
Bekar	111	37,0	37,0
Evli	189	63,0	100,0
Toplam	300	100,0	

ASAN Servis hizmetlerinden yararlanan bireylerin medeni durum dağılımına ilişkin verilere göre, başvuruların %63,0'ı (n=189) evli bireylerden oluşmaktadır. Bekar bireylerin oranı ise %37,0 (n=111) olarak tespit edilmiştir. Kümülatif yüzdeler incelendiğinde, evli bireylerin dahil edilmesiyle toplam %100'e ulaşılmaktadır. Bu tablo, evli bireylerin hizmetlerden daha fazla yararlandığını ve başvuruların çoğunluğunu oluşturduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

Tablo 3. Yaş Grupları

Yaş grupları	Sıklık	%	Kümülatif %
18-30	83	27,7	27,7
31-40	78	26,0	53,7
41-50	80	26,7	80,3
50 ve üzeri	59	19,7	100,0
Toplam	300	100,0	

ASAN Servis hizmetlerinden yararlanan bireylerin yaş gruplarına göre dağılımını gösteren verilere göre, en büyük grubu %27,7 (n=83) ile 18-30 yaş arası bireyler oluşturmaktadır. Bunu sırasıyla %26,7 (n=80) ile 41-50 yaş arası ve %26,0 (n=78) ile 31-40 yaş arası bireyler takip etmektedir. 50 yaş ve üzeri bireyler ise %19,7 (n=59) ile en düşük orana sahiptir. Kümülatif yüzdeler incelendiğinde, 41-50 yaş arası bireyler dahil edildiğinde toplam %80,3'e ulaşılmakta, 50 yaş ve üzeri grup eklendiğinde ise bu oran %100 olmaktadır. Bu tablo, ASAN Servis kullanıcılarının ağırlıklı olarak 18-50 yaş aralığında yoğunlaştığını göstermektedir.

Tablo 4. Eğitim Durumu

Eğitim durumu	Sıklık	%	Kümülatif %
Lise	23	7,7	7,7
Meslek Yüksekokulu	25	8,3	16,0
Lisans	170	56,7	72,7
Yüksek lisans ve doktora	82	27,3	100,0
Total	300	100,0	

ASAN Servis hizmetlerinden yararlanan bireylerin eğitim durumuna ilişkin verilere göre, başvuruların %56,7'si (n=170) lisans mezunu bireylerden oluşmaktadır. Bu grup, hizmet kullanıcıları arasında en yüksek oranı temsil etmektedir. Yüksek lisans ve doktora mezunları %27,3 (n=82) ile ikinci sırada yer alırken, meslek yüksekokulu mezunları %8,3 (n=25) ve lise mezunları %7,7 (n=23) ile daha düşük oranlarda temsil edilmektedir. Kümülatif yüzdeler incelendiğinde, lisans mezunları dahil edildiğinde toplam %72,7'ye ulaşılmakta, yüksek lisans ve doktora mezunlarının eklenmesiyle %100 tamamlanmaktadır. Bu tablo, ASAN Servis kullanıcılarının büyük çoğunluğunun yükseköğretim mezunlarından oluştuğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 5. Çalışma Durumu

Çalışma Durumu	Sıklık	%	Kümülatif %
Çalışmıyor	41	13,7	13,7
Üniversite öğrencisi	25	8,3	22,0

Özel sektör	107	35,7	57,7
Devlet memuru	107	35,7	93,3
Emekli	20	6,7	100,0
Toplam	300	100,0	

ASAN Servis hizmetlerinden yararlanan bireylerin çalışma durumlarına ilişkin verilere göre, başvuruların %35,7'si (n=107) özel sektör çalışanlarından ve aynı oranda (%35,7, n=107) devlet memurlarından oluşmaktadır. Çalışmayan bireyler %13,7 (n=41) ile üçüncü sırada yer alırken, üniversite öğrencileri %8,3 (n=25) ve emekliler %6,7 (n=20) ile daha düşük oranlarda temsil edilmektedir. Kümülatif yüzdeler incelendiğinde, özel sektör ve devlet memurları dahil edildiğinde toplam %93,3'e ulaşılmakta, emekli bireylerin eklenmesiyle bu oran %100 tamamlanmaktadır. Bu tablo, ASAN Servis kullanıcılarının büyük bir kısmının aktif iş gücünde, özellikle özel sektör ve kamu çalışanları arasında yoğunlaştığını göstermektedir.

Tablo 6. Gelir Düzeyi

Gelir düzeyi	Sıklık	%	Kümülatif %
500 AZN ve altı	84	28,0	28,0
501-1000 AZN	87	29,0	57,0
1.001-2.000 AZN	91	30,3	87,3
2.000 AZN ve üzeri	38	12,7	100,0
Toplam	300	100,0	

ASAN Servis hizmetlerinden yararlanan bireylerin gelir düzeyine ilişkin verilere göre, en büyük grubu %30,3 (n=91) ile 1.001-2.000 AZN arası gelir düzeyine sahip bireyler oluşturmaktadır. Bunu %29,0 (n=87) ile 501-1000 AZN arası ve %28,0 (n=84) ile 500 AZN ve altı gelir grubundaki bireyler takip etmektedir. 2.000 AZN ve üzeri gelir düzeyine sahip bireyler ise %12,7 (n=38) ile en düşük oranı temsil etmektedir. Kümülatif yüzdeler incelendiğinde, 1.001-2.000 AZN gelir grubu dahil edildiğinde toplam %87,3'e ulaşılmakta, 2.000 AZN ve üzeri grubu eklendiğinde %100 tamamlanmaktadır. Bu tablo, ASAN Servis kullanıcılarının büyük bir kısmının orta gelir grubunda yoğunlaştığını ortaya koymaktadır.

4.2. Araştırma Modeline Ait İstatistiksel Bulgular

ASAN Servis hizmetlerinin hizmet kalitesini ölçmek amacıyla Parasuraman vd. (1985) tarafından geliştirilen Servqual ölçeği, vatandaşların ilgili hizmetten memnuniyetini ise Kitapçı vd. (2011)'nin geliştirmiş olduğu anket aracılığıyla veriler toplanmıştır. Toplam 318 kişinin yanıtladığı anket, kayıp gözlemler nedeniyle elenmiş ve 300 kişinin verileri analize dahil edilmiştir. Faktör analizi öncesinde, anketin güvenilirliğini ve uygunluğunu değerlendirmek için Cronbach Alfa ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testleri uygulanmış, sonuçlar Tablo 7'de sunulmuştur.

Tablo 7. Cronbach Alfa ve Kaiser-Meyer-Olkin Test Sonuçları

Testler	Hizmet Kalitesi		Müşteri Memnuniyeti	
	Test Değeri	P	Test Değeri	P
Cronbach Alfa	,945	-	,894	
Kaiser-Meyer-Olkin	,919	-	,815	
Bartlett Küresellik	6968,003	,000	772,537	,000

Tablo 7'de sunulan Cronbach Alfa ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) test sonuçları, anketlerin güvenilirliği ve faktör analizi için uygunluğunu değerlendirmek açısından önemli veriler sağlamaktadır. Cronbach Alfa katsayısı hizmet kalitesi ölçeğinde 0,945, müşteri memnuniyeti ölçeğinde ise 0,894 olarak hesaplanmıştır. Bu değerler, anketin iç tutarlılığının oldukça yüksek olduğunu göstermektedir. Genel olarak, Cronbach Alfa katsayısının 0,70'in üzerinde olması yeterli kabul edilirken, 0,90 ve üzeri değerler mükemmel güvenilirlik düzeyine işaret etmektedir. Kaiser-Meyer-Olkin testi sonucunda elde edilen 0,919 ve 0,815 değerleri, örneklem büyüklüğünün faktör analizi için "mükemmel" düzeyde uygun olduğunu göstermektedir. Ayrıca, Bartlett Küresellik Testi'nin sonuçları ve anlamlılık düzeyleri ($p < 0,001$), değişkenler arasında yeterli düzeyde korelasyon bulunduğunu ve faktör analizi yapılmasının istatistiksel olarak anlamlı olduğunu kanıtlamaktadır. Bu sonuçlar, anketlerin hem güvenilir hem de faktör analizi için uygun bir ölçüm aracı olduğunu güçlü bir şekilde desteklemektedir. Aşağıda Tablo 8'de hizmet kalitesi ölçeğine yönelik dönüştürülmüş bileşen matrisine yer verilmiştir. Dönüştürülmüş bileşen matrisi, her bir sorunun belirlenen faktörlere olan yüklerini göstermekte ve faktörlerin yapısının daha iyi yorumlanabilmesine olanak tanımaktadır. Bu matriste, soruların en yüksek faktör yüküne sahip olduğu bileşenler dikkate alınarak faktör grupları oluşturulmuştur.

Tablo 8. Dönüştürülmüş Bileşen Matrisi

	Bileşen				
	1	2	3	4	5
Güvenilirlik3	,833				
Güvenilirlik4	,826				
Güvenilirlik1	,818				
Güvenilirlik2	,803				
Güvenilirlik5	,761				
Güvenilirlik7	,646				
Güvenilirlik6	,646				
Heveslilik2		,802			
Heveslilik5		,800			
Heveslilik4		,794			
Heveslilik3		,779			
Heveslilik6		,773			
Heveslilik1		,755			
Güven2			,767		
Güven3			,762		
Güven1			,759		
Güven4			,751		
Empati2				,906	
Empati1				,897	
Empati3				,893	
Fiziki Özellikler2					,806
Fiziki Özellikler1					,800
Fiziki Özellikler3					,759
Fiziki Özellikler4					,725

Tablo 8’de sunulan dönüştürülmüş bileşen matrisi, faktör analizi sonucunda elde edilen bileşenlere her bir sorunun faktör yüklerini göstermektedir. Bu matris, soruların hangi bileşenle daha güçlü bir ilişkiye sahip olduğunu belirlemek için kullanılmıştır. Analiz sonucunda, başlangıç özdeğerleri 1’ in üzerinde olan 5 bileşen belirlenmiştir. Faktör analizi sonucunda elde edilen dönüştürülmüş bileşen matrisi, müşteri algılarını beş temel bileşen altında toplamıştır. Her bir bileşen, ASAN hizmetine yönelik farklı bir boyutu temsil etmekte olup, bu boyutların içerikleri ve anlamları aşağıda açıklanmıştır.

Bileşen 1: Güvenilirlik. Bu bileşen, ASAN hizmetinin şeffaflık, güvenilirlik ve etik değerlerini ölçen sorulardan oluşmaktadır. Hizmet süreçlerinin şeffaf bir şekilde yönetilmesi, müşterilerin çıkarlarının gözetilmesi ve çalışma saatlerinin uygunluğu gibi konular bu bileşenin ana odak noktalarıdır. Bu boyut, hizmete duyulan güvenin pekiştirilmesi açısından önemli bir rol oynamaktadır.

Bileşen 4: Empati. Bu bileşen, ASAN hizmet çalışanlarının müşterilere yönelik empatik tutumlarını, müşterilere sağladığı hizmet kalitesini ve çalışanların profesyonellik düzeyini temsil etmektedir. Sorular, hizmetin zamanında sunulması, çalışanların sorun çözme becerileri, müşterilere saygılı davranışları, sorunlara duyarlılıkları ve operasyonel güven gibi unsurları içermektedir. Empati, müşteri memnuniyeti açısından kritik bir faktör olup, hizmetin insani boyutunu vurgulamaktadır. Ancak araştırmanın bir kısıtı olarak, bu çalışmada empati bileşeni, katılımcıların yaş, gelir ve eğitim gibi sosyo-demografik değişkenlerine göre ayrıştırılarak analiz edilmemiştir. Bu değişkenlerin empati algısı üzerindeki etkilerinin incelenmesi ise, ileride yapılacak daha derinlemesine çalışmalara önemli katkılar sağlayabilir.

Bileşen 5: Fiziksel özellikler. Bu bileşen, ASAN hizmet binalarının fiziksel görünümüne ve çalışanların dış estetik unsurlarına odaklanmaktadır. (Cevap olarak *evet* denilebilir.) Modern ve çekici bina tasarımları ile çalışanların temiz ve düzgün giyinmesi, müşteri algısında olumlu bir izlenim yaratmaktadır. Nitekim ASAN Hizmet, hizmetlerini fiziksel merkezler aracılığıyla sunduğundan, bina estetiği ve personel görünümü gibi fiziksel unsurlar vatandaş memnuniyetinde doğrudan etkili olmaktadır. Bu faktör, hizmetin fiziksel ve görsel kalitesini değerlendirmektedir. Ayrıca bu bileşen, ASAN hizmet binalarının konumu ve ulaşım kolaylığı gibi altyapı özelliklerini temsil etmektedir. Hizmet noktalarına toplu taşıma ile erişimin rahat olması ve yeterli park alanlarının

bulunması, müşteri memnuniyetini artıran önemli unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Fiziksel erişilebilirlik, müşteri memnuniyeti üzerinde doğrudan etkili olan faktörlerden biri olarak değerlendirilmiştir.

Bileşen 4: Heveslilik. Personelin müşteriye yardım etme istekliliğidir. ASAN hizmet personelinin müşterinin tüm istek ve ihtiyaçlarına anında cevap verebilmesi, müşterilerle olan ilişkilerde güler yüzlü olabilmesi ilgili hizmeti alan müşterilerin memnuniyetleri açısından oldukça önem arz etmektedir.

Bileşen 5: Güven. Bu bileşen, ASAN hizmetinin operasyonel süreçlerinde personelin hizmet verme esnasında bilgili ve nazik davranması gerektiğini, müşterilere ilgili hizmet noktasında yeterli olduğuna yönelik güven verebiliyor olması gerektiğini ifade etmektedir. ASAN personelinin, hizmeti alan bireylere verebileceği güven hissi, memnuniyeti doğrudan etkileyebilmektedir.

Bağımlı değişken: Müşteri Memnuniyeti. Bağımlı değişken olarak ele alınan müşteri memnuniyeti değişkeni, anket kapsamında müşteri memnuniyetini ölçmeye yönelik sorulan dört sorunun ortalaması alınarak oluşturulmuştur. Bu değişken, ASAN hizmetlerinin genel memnuniyet düzeyini niceliksel olarak değerlendirmek amacıyla bağımlı değişken olarak analiz modeline dahil edilmiştir.

Yukarıda bahsedilen boyutların içeriklerinin tespiti amacıyla bileşenlere ait soruların aritmetik ortalamaları alınmıştır. Aritmetik ortalamaları alınan değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler (ortalama, standart sapma vb.), Tablo 9’da sunulmuş ve bileşenlerin genel düzeyleri ile dağılımları değerlendirilmiştir. Bu süreç, faktörlerin istatistiksel özelliklerinin daha iyi anlaşılmasını ve analize olan katkılarının detaylı bir şekilde yorumlanmasını sağlamaktadır.

Tablo 9. Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Güvenilirlik	Ortalama	Std.Sapma	Minimum	Maksimum
ASAN hizmet vaat ettiği hizmetleri yerine getirir.	4,0667	,49298	1	5
Çalışanlar sorunlarının çözümünde gerekli özeni gösterirler.	4,0567	,47702	1	5
ASAN servis çalışanları hizmeti gecikmeden yerine getirirler.	4,0500	,47777	1	5
Çalışanlar hizmeti zamanında ve hızlıca yerine getirirler.	4,0533	,48780	1	5
Çalışanlar, müşteriye hizmetin zamanı için bilgilendirirler.	4,0700	,48223	1	5
Bazı departmanlarda “ASAN servisi” tarafından verilen hizmetlerde gecikmeler ve sorunlar yaşanmaktadır.	4,1600	,56165	1	5
“ASAN servis” çalışanları müşterilere bireysel ilgi gösterir.	4,3900	,64235	1	5
Heveslilik				
Çalışanlar, her zaman müşteriye yardım etmeye isteklidir.	4,0433	,44959	1	5
Çalışanlar başka işlerle meşgul olmadan taleplere cevap vermektedir.	4,1333	,53838	1	5
Çalışanlar, müşteriye her zaman hızlı hizmet vermektedir.	4,0633	,46910	1	5
Çalışanlar müşteri isteklerine cevap veremeyecek kadar meşgul değildir.	4,0467	,45296	1	5
Çalışanlar, müşteri menfaatini överserler.	4,0433	,49220	1	5
Çalışanlar, müşterilerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlarlar.	4,0400	,46811	1	5
Güven				
ASAN servis çalışanları müşterilere her zaman saygılı davranır.	4,0567	,49761	1	5
Çalışanlar, müşterilerin sorularını cevaplayabilecek bilgiye sahiptir.	4,0467	,48159	1	5
Yürütülen operasyonlar müşterilerin güvenini artırmaktadır.	4,1300	,54229	1	5
ASAN servis”te tüm işler şeffaf bir şekilde yönetilmektedir	4,0600	,49384	1	5
Empati				
ASAN hizmeti” müşterilerin çıkarlarını önemsemektedir.	3,8833	,64116	1	5
ASAN hizmeti” çalışma saatleri tüm müşterilerimiz için uygundur.	3,9033	,65988	1	5
Çalışanlar, müşterilerin ihtiyaçlarını ve isteklerini anlamaya çalışır.	3,9200	,67462	1	5
Fiziki Özellikler				
ASAN hizmet binası modern görünüşe sahiptir.	4,1033	,53567	1	5
ASAN hizmet binası çekicidir.	3,9800	,58943	1	5
ASAN hizmet işçileri düzgün ve güzel giyinirler.	4,2867	,54049	1	5
Asan hizmet binaları ulaşılabilir yerlerdedir.	4,0033	,49410	1	5
Müşteri Memnuniyeti				
Maliyetler artırsa da bu hizmetinin müşterisi olmaya devam edeceğim.	3,8700	,76270	1	5

ASAN hizmeti benim için her zaman ilk sırada olacaktır.	3,9367	,62767	1	5
ASAN Servisi müşterisi olmaktan mutluluk duyuyorum.	3,9600	,61617	1	5
Tüm yakınlarımı “ASAN hizmetini” seçmeye teşvik edeceğim.	4,0500	,56737	1	5

Tablo 9’da sunulan tanımlayıcı istatistikler, faktör analizi sonucunda oluşturulan değişkenlerin temel istatistiksel özelliklerini özetlemektedir. Değişkenlerin aritmetik ortalamaları incelendiğinde, *Güvenilirlik* değişkeninin ortalaması 4,12 ile en yüksek değere sahip olduğu, bunu sırasıyla *Fiziki özellikler* (4,09) ve *Güven* (4,07) değişkenlerinin takip ettiği görülmektedir. En düşük ortalama ise 3,90 ile *Empati* değişkenine aittir. Ortanca değerler genel olarak 4.00 seviyesinde olup, bu durum değişkenlerin dağılımının dengeli olduğunu göstermektedir.

Standart sapmalar incelendiğinde, *Empati* değişkeninin 0,638 ile diğer değişkenlere kıyasla daha yüksek bir varyansa sahip olduğu görülmektedir. Bu durum, *Empati* değişkeninde bireylerin yanıtlarının daha geniş bir aralığa yayıldığı ifade etmektedir. Diğer değişkenlerin standart sapmaları 0,40 ile 0,57 arasında değişmekte olup, bu değişkenlerdeki yanıtların daha homojen olduğu söylenebilir. Aralık değerleri tüm değişkenler için 4,00 olup, minimum değer 1,00 ve maksimum değer 5,00 olarak belirlenmiştir. Bu, değişkenlerin değerlendirme ölçeğinin (1-5) tamamının kullanıldığını göstermektedir. Söz konusu istatistiksel özet, değişkenlerin genel eğilimleri ve dağılımları hakkında önemli bilgiler sunmakta, analizin sağlam bir temele dayandığını ve verilerin istatistiksel açıdan tutarlı olduğunu ortaya koymaktadır.

Tanımlayıcı istatistikler aracılığıyla faktörlere ilişkin genel eğilimler ve varyasyonlar incelendikten sonra, bu faktörlerin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla çok değişkenli regresyon analizi uygulanmıştır. Bu yöntem, bağımlı değişken olan müşteri memnuniyetine birden fazla bağımsız değişkenin (faktörlerin) aynı anda etkisini değerlendirebilmek ve bu faktörlerin hangi düzeyde anlamlı bir katkı sağladığını ölçmek için tercih edilmiştir. Elde edilen analiz sonuçları, faktörlerin müşteri memnuniyetini ne ölçüde şekillendirdiğine dair kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır.

Tablo 10. Çok Değişkenli Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Katsayılar	Std.hata	t	P	Tolerans	VIF
Sabit	-,279	,302	-,925	,356		
Güvenilirlik	,239	,085	2,807	,005	0,455	2,196
Heveslilik	,202	,080	2,539	,012	0,596	1,679
Güven	,233	,084	2,786	,006	0,402	2,487
Empati	,139	,048	2,923	,004	0,670	1,493
Fiziki Özellikler	,228	,065	3,488	,001	0,742	1,348
R ² = ,428	Durbin= 1,465	F= 44,016			,000	

Tablo 10’da sunulan çok değişkenli regresyon analizi sonuçlarına göre, bağımsız değişkenlerin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkileri hem iktisadi hem de istatistiksel olarak incelenmiştir.

Güvenilirlik (Katsayı: 0,239): Bu faktör, müşteri memnuniyeti üzerinde pozitif ve güçlü bir etkiye sahiptir. Güvenilirlik faktöründeki bir birimlik artış, müşteri memnuniyetinde 0,239 birimlik bir artışa yol açmaktadır. t-istatistiği (2,807, p<0,005) bu etkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Bu sonuç, Güvenilirlik boyutunun müşteri memnuniyetini artırmada kritik bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla katılımcıların aldığı “Asan hizmet”te hizmet kalitesi bağlamında güvenilirlik özelliklerinin müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır hipotezi olan H₂ hipotezi kabul edilmiştir.

Heveslilik (Katsayı: 0,202): Heveslilik faktörü, çalışanların yaptıkları işte ne kadar istekli olduklarını belirleme noktasında müşteri memnuniyetini en güçlü etkileyen değişkenlerden biridir. Bu faktördeki bir birimlik artış, müşteri memnuniyetini 0.202 birim artırmaktadır. t-istatistiği (2,539, p<0,005) bu etkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, Heveslilik boyutunun müşteri memnuniyeti üzerindeki belirgin etkisini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla katılımcıların hizmet aldığı “Asan hizmet”te hizmet kalitesi bağlamında heveslilik özelliklerinin müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır hipotezi olan H₃ hipotezi kabul edilmiştir.

Güven (Katsayı: 0,233): Bu faktörün müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi pozitif ve oldukça güçlüdür. Elde edilen bulgularda güven boyutundaki bir birimlik artış, müşteri memnuniyetini 0,233 birim artırmaktadır. t-istatistiği (2,786, p<0,005) bu ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Bu durum, güven boyutunun müşteri algısına olumlu bir katkı sağladığını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla katılımcıların hizmet aldığı “Asan hizmet”te hizmet kalitesi bağlamında güven özelliklerinin müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır hipotezi olan H₅ hipotezi kabul edilmiştir.

Empati (Katsayı: 0,139): Empati faktörünün müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi pozitif fakat diğer faktörlere göre düşük çıkmıştır. Katsayı değeri, bir birimlik artışın müşteri memnuniyetinde 0,139 birimlik bir artışa neden olduğunu göstermektedir. t-istatistiği (2,923, $p < 0,005$) bu ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Bu sonuç, empati unsurlarının müşteri memnuniyeti üzerindeki belirgin etkisini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla katılımcıların hizmet aldığı “Asan hizmet”te hizmet kalitesi bağlamında empatinin müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır hipotezi olan H_4 hipotezi kabul edilmiştir.

Fiziki Özellikler (Katsayı: 0,228): Fiziki özellikler faktörü, müşteri memnuniyeti üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir. Bir birimlik artış, müşteri memnuniyetinde 0,228 birimlik bir artışa neden olmaktadır. Bu sonuç, düşük düzeyde sorun yaşansa dahi müşterilerin genel memnuniyetinin sürdürülebileceğini işaret etmektedir. t-istatistiği (3,488 $p < 0,005$) bu ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla katılımcıların hizmet aldığı “Asan hizmet”te hizmet kalitesi bağlamında fiziki özelliklerin müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır hipotezi olan H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

Modelin doğruluğunu ve varsayımlarını değerlendirmek amacıyla çeşitli diagnostik testler uygulanmıştır. Bu testlerin sonuçları, modelin güvenilirliği açısından önemli bilgiler sunmaktadır. Regresyon modelinin geçerliliğini ve güvenilirliğini değerlendirmek için uygulanan diagnostik testlerin sonuçları, modelin temel varsayımlarını karşıladığını ve analiz sonuçlarının sağlam bir temele dayandığını göstermektedir. Öncelikle, modelin bağımlı değişken olan müşteri memnuniyetini açıklama gücü, R^2 değeriyle %42,8 olarak belirlenmiştir. Bu oran, bağımsız değişkenlerin müşteri memnuniyetindeki toplam varyansın büyük bir kısmını açıklayabildiğini ifade etmektedir ve modelin güçlü bir açıklama kapasitesine sahip olduğunu göstermektedir.

Durbin-Watson testi sonucunda elde edilen 1,465 değeri, hata terimleri arasında otokorelasyon olmadığını ve bağımsızlık varsayımının sağlandığını ortaya koymaktadır. Bu durum, katsayı tahminlerinin sapmasız ve güvenilir olduğunu desteklemektedir. Ayrıca, multikolineariteyi değerlendirmek için incelenen Tolerans ve VIF değerleri, bağımsız değişkenler arasında ciddi bir doğrusal ilişki olmadığını göstermektedir. Tolerans değerlerinin 0,402 ile 0,742 arasında değişmesi ve VIF değerlerinin 1,348 ile 2,487 arasında yer alması, bağımsız değişkenlerin birbirinden bağımsız bir şekilde katkı sağladığını göstermektedir. Aynı zamanda değerler, modelin tahmin gücünü olumsuz etkileyecek bir multikolinearite sorununa rastlanmadığını ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak, diagnostik testler, modelin temel regresyon varsayımlarını karşıladığını ve bağımsız değişkenlerin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkilerinin güvenilir bir şekilde değerlendirildiğini göstermektedir. Bu durum, regresyon modelinden elde edilen sonuçların istatistiksel açıdan geçerli olduğunu ve karar alma süreçlerinde kullanılabilir nitelikte olduğunu güçlü bir şekilde desteklemektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, Azerbaycan’da dijital kamu hizmetlerinin vatandaş odaklı dönüşümünü ASAN Hizmet örneği üzerinden ele almıştır. Yeni Kamu İşletmeciliği çerçevesinde değerlendirildiğinde, ASAN modeli; etkin, şeffaf ve katılımcı hizmet sunumu ile dijital devletin temel ilkelerini yansıtmaktadır. Araştırma sonucundan elde edilen bulgular, müşteri memnuniyetini etkileyen faktörlerin yalnızca bireysel etkilerini değil, bu faktörlerin kurumsal hizmet stratejilerine yönelik nasıl bir çerçeve sunduğunu da göstermektedir. “Güvenilirlik”, müşteri memnuniyetinin temel belirleyicisi olarak öne çıkarken, bu durum müşterilerin yalnızca sunulan hizmete değil, aynı zamanda bu hizmetin nasıl yürütüldüğüne ve kuruma olan güvenlerine büyük önem verdiklerini ifade etmektedir. Dolayısıyla, müşterilerin kuruma olan bağlılıkları, yalnızca hizmet kalitesine değil, hizmet süreçlerindeki güvenilirlik algısına dayanmaktadır. Bu, ASAN Servis gibi kurumsal yapılar için güven inşa etmenin, uzun vadeli müşteri memnuniyetini ve hizmet sürdürülebilirliğini sağlamak adına kritik bir öneme sahip olduğunu göstermektedir.

Güven duygusu ise müşteri memnuniyetini etkileyen diğer belirleyici faktördür. Çalışan bireylerin nazik ve işleriyle ilgili yeterliliklerinin bulunması müşterilere güven duygusu hissettirebilme açısından oldukça önemlidir. Güven duygusu ile hareket eden müşterilerin memnuniyetleri ASAN hizmetleri doğrultusunda oldukça yüksek olacaktır.

Fiziksel özellik unsurlarının müşteri memnuniyetine olan pozitif etkisi, kurumsal imajın rolüne işaret etmektedir. Modern ve profesyonel bir fiziksel ortam, müşterilerin kuruma dair algılarını desteklemekte ve hizmetin genel kalitesine yönelik olumlu bir izlenim yaratmaktadır. Elde edilen sonuçlar ile ASAN hizmetinin sunulduğu binaların, araç ve gereçlerin ve çalışan personelin görünümünün müşteri memnuniyetinde önemli rol oynadığı görülmektedir.

Heveslilik değişkeni müşteri memnuniyetine anlamlı bir etki göstermektedir. Çalışanların müşteriye yardım etme istekliliği ve hizmetin hızlı bir şekilde verilmesi, müşterilerin memnuniyeti açısından önem arz etmektedir. ASAN hizmetlerinde çalışanların işleri noktasında hevesli olmaları ve kendilerini sürekli olarak geliştirmeleri gerekmektedir. İlgili hizmetin verilmesi aşamasında işin detayları iyi bilinmeli, müşterilerin güler yüzle hizmet almaları sağlanmalıdır. Elde edilen sonuç müşterilerin doğrudan hizmet etkileşimlerinden etkilendiğini ortaya

koymaktadır. Çalışanların profesyonel davranışları, sorun çözme becerileri ve hizmet sunumundaki hız ve etkinlik, memnuniyet üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Bu durum, çalışan performansının müşteri deneyimi üzerinde stratejik bir avantaj sağladığını ve hizmet kalitesini sürekli iyileştirmenin kurumsal itibara katkı sunacağını vurgulamaktadır.

Empati bulgusu ise, anlamlı bir etki gösterse de nispeten daha zayıf bir katkı sağlamaktadır. İlgili sonuçlar ASAN hizmetlerinde sorunların nasıl ele alındığı ile ilişkilidir. Bu durum, müşterilerin düşük düzeyde sorunlara rağmen kuruma olan güvenlerinin devam etmesi ile açıklanabilmektedir. Ayrıca aynı hizmeti sunan devlet dairelerindeki ağır işleyişe göre alternatif olarak kurulan e-devlet sisteminde yaşanan sorunlar ilgili kurumlarda yaşanan sorunlarla kıyaslandığında daha hafif düzeyde kalmaktadır. Kurumun hizmet sorunları için kuracağı etkili bir sorun çözüm mekanizmasının memnuniyet üzerindeki olumsuz etkileri azaltacaktır.

Elde edilen bulgular Parasuraman vd. (1985)'in çalışmasında geliştirmiş olduğu hizmet kalitesi ölçeğinin yapısına uygun sonuçlar olmakla birlikte müşteri memnuniyetinin yalnızca hizmet kalitesi ve güvenilir olmaktan değil, aynı zamanda kurumsal güven, profesyonellik ve imajdan da etkilendiğini göstermektedir. Bu nedenle, hizmet süreçlerinde kurumsal güvenilirlik ve etkinliğin korunması, hizmet bekleyen vatandaş/müşteri memnuniyetini artırmada önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca, müşteri memnuniyetini artırmak için sadece e-devlet sistemi işleyişin geliştirilmesine değil, aynı zamanda müşterilerin kuruma bakış açısını şekillendiren faktörlerin de göz önünde bulundurulmasını gerektirmektedir.

Literatürde yapılmış olan benzer araştırmalar incelendiğinde, özel kurum ya da kamu kurumlarının hizmet kalitelerinin yüksek olmasının, müşteri memnuniyetini pozitif yönde anlamlı bir şekilde etkilediği görülmektedir (Yücel, 2013; Al-Hourani 2016; Mammadov, 2019; Yıldız, 2024). Ayrıca araştırma kapsamında elde edilen bulgular, Aksu vd. (2016)'nın çalışmasında hizmet kalitesiyle ilgili elde etmiş olduğu bulguları kısmen desteklemektedir. İlgili çalışmada güvenilirlik ve güvence boyutlarının müşteri memnuniyetini boyutunu pozitif yönde etkilediği, empati ve fiziksel unsur boyutlarının ise memnuniyet üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanında Fadıl vd. (2014) yapmış oldukları çalışmada Türkiye ve Irak'da e-devlet uygulamalarının algılanış biçimlerini, ilgili uygulama noktasında benzerliklerin ve farklılıkların neler olduğunu araştırmıştır. İlgili çalışmaya göre iki ülke arasında e-devlet gelişim endeksi bakımından farklılıklar ortaya çıktığı, özellikle Irak vatandaşlarının e-devlet uygulamasına Türkiye vatandaşlarından daha fazla güven duyduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bu çalışma, Azerbaycan'da dijital kamu hizmetlerinin vatandaş odaklı dönüşümünü ASAN Hizmet örneği üzerinden ele almıştır. Yeni Kamu İşletmeciliği çerçevesinde değerlendirildiğinde, ASAN modeli; etkin, şeffaf ve katılımcı hizmet sunumu ile dijital devletin temel ilkelerini yansıtmaktadır. Müşteri memnuniyetini artırmada en kritik faktörlerden biri olan güvenilirliğin sağlanması, daha açık ve erişilebilir işleyişi sağlamakla olacaktır. Kuruma hizmet için başvuruda bulunan müşterilere dijital ve mobil uygulamalardan yararlanarak sürecin izlenmesini sağlayan şeffaf bir yönetim anlayışının geliştirilmesi mümkündür. Ayrıca, hizmetlere ilişkin sürekli bilgilendirme yapılması, müşterilerin sorularının hızlı bir şekilde yanıtlanması ve denetim mekanizmasının artırılması kuruma yönelik güven algısını arttıracaktır.

Müşteri memnuniyetinin artırılmasında en kritik ikinci faktör ise güven duygusunun hizmeti alan bireylere hissettirilmesidir. Çalışanların kendi alanlarıyla ilgili gerekli donanımına sahip olması, müşteri ilişkilerinde nazik ve kibar bir usluba sahip olmaları ve hizmeti alan bireylere güven duygusu hissettirebilme becerileri ilgili hizmet noktasında memnuniyeti arttıracaktır.

Hizmet binalarının fiziksel özellikleri, müşteri algısını olumlu yönde etkileyen önemli bir unsurdur. Bu nedenle, hizmet binaları modern tasarımlara uygun olarak yenilenmeli ve müşteri konforunu artıracak şekilde düzenlenmelidir. Bekleme alanları genişletilmeli ve ergonomik tasarımlarla müşterilere rahat bir hizmet deneyimi sunulmalıdır. Kurum içinde kullanılan renk, ışık ve mimari tasarımlar da profesyonel bir imaj oluşturacak şekilde planlanmalıdır.

Çalışan bireylerin yaptıkları işlerle ilgili hevesli olmaları, müşteri memnuniyetini sürdürmek için kritik bir unsurdur. Bu bağlamda, müşteri şikâyet ve geri bildirimlerini hızla işleyebilecek bir sistem oluşturulmalıdır. Sorunların çözümü için hızlı yanıt verebilen bir destek hattı kurulmalı ve müşterilere alternatif çözümler sunulmalıdır. Ayrıca, sorunların kök nedenlerini analiz eden bir mekanizma geliştirilerek, benzer problemlerin tekrarlamasının önüne geçilmelidir.

Empati, müşteri memnuniyetinde önemli bir etkiye sahip olduğu empatiye önem verildikçe memnuniyetin de o derecede artacağı görülmektedir. Dolayısıyla, mesleki gelişim eğitimleri, müşteri odaklı olma ve etkili iletişim kurmaya yönelik eğitimler verilmesi ve çalışanların da bu eğitime katılımlarının sağlanması gerekmektedir. Özellikle müşteri geri bildirimlerine dayalı olarak performans değerlendirilmesi sistemleri ile özverili çalışanlar ödüllendirilmelidir. Hizmet sürecinin hızlandırılması için kullanılacak yeni teknolojiler ve otomasyon sistemleri vatandaşlara hızlı dönüşümü ve verimliliği sağlayacaktır.

Erişilebilirlik ve altyapı unsurlarının, hizmet sunumunun tamamlayıcı unsurları olarak geliştirilmesi önerilmektedir. Hizmet binalarına ulaşımı kolaylaştıracak toplu taşıma bağlantıları güçlendirilmelidir. Ayrıca, park alanlarının yeterliliği artırılmalı ve ulaşım sırasında karşılaşılabileceği zorluklar giderilerek vatandaşların hizmete ulaşımı sağlanmalıdır. Hizmet süreçlerinde teknoloji entegrasyonunun artırılması, müşteri deneyimini iyileştirmek ve operasyonel verimliliği artırmak için önemli bir adımdır. ASAN Hizmet kurumunun da kullanıcılara yönelik randevu sistemi, hizmet süreçlerini takip etme ve geri bildirim süreci ile ilgili dijital platformlar oluşturulması ve yapay zeka destekli yanıt sistemleri ile müşterilerin ihtiyaçlarının hızlı bir şekilde karşılanması olanakları ile memnuniyeti artırabilir.

Gelecek çalışmalarda vatandaş memnuniyeti düzeyleri ölçülerek ASAN modelinin etkililiği somut verilerle desteklenmeli; farklı ülkelerdeki dijital kamu hizmeti modelleriyle karşılaştırmalı analizler yapılarak kurumsal gelişim ve politika üretim süreçlerine katkı sağlanmalıdır.

EXTENDED SUMMARY

“ASAN Service” institution was established in Azerbaijan to operate within the scope of e-government applications. The word “ASAN” means “easy” in Azerbaijani Turkish, and with this name, it is intended to express that the services to be provided by the institution can be utilized easily and without wasting time. The said institution has started its activities in order to provide public services in accordance with the principles of speed, transparency, courtesy, responsibility and convenience in order to ensure the satisfaction of citizens by public institutions in a unified and coordinated manner. In the Regulation, the ASAN Service institution adopts a centralized management style with all its units and carries out public services from a single center. It is defined as the central executive body that develops the public administration system and operates by undertaking the task of coordination by associating the activities of central or local executive bodies, budgetary organizations, employees of state institutions operating in service centers and units.

The “ASAN Service” institution aims to bring the relations between civil servants and citizens to a qualitatively new level by developing a new approach to ensure that all services provided to citizens are provided in the centers of the institution established in the relevant regions, that citizens can easily access the relevant service without wasting time, and thus ensure citizen satisfaction. In this context, the institution aimed to reduce additional costs and time loss for citizens, to ensure ethical and polite behavior in relations with citizens, to provide professional services, to increase trust and transparency in public institutions, to fight corruption, to diversify electronic services and to increase the effectiveness of institutional reforms. As a matter of fact, it is possible to say that this goal has been achieved to a large extent and the trust and popularity of this institution has increased by a large part of the society.

The main audience of the research consists of customers who benefit from ASAN services in Azerbaijan. In order to evaluate customer satisfaction, a field study was conducted and the sample was formed to represent the general customer base. Considering the size of the population and ease of access, random sampling method was preferred. This method increased the applicability of the research results by ensuring the inclusion of different demographic and socioeconomic groups in the study.

In the study, data was collected using an online survey form. This method enabled rapid access to a wide range of participants and reduced logistical costs. A total of 318 participants were reached and 300 valid responses were evaluated after validity and reliability analyses. The demographic characteristics of the surveyed individuals varied, which allowed the analysis to be evaluated from a broad perspective. In the selection of the participants, access to individuals using ASAN Hizmet’s service points located in different regions was targeted. Thus, the findings of the study are intended to reflect geographical and socioeconomic differences.

Data were collected through an online survey method and only valid responses (n=300) were included in the analysis to ensure the reliability of the results. In the study, the Servqual scale developed by Parasuraman et al. (1985) was used to assess service quality and Kitapçı et al. (2011) scale was used to measure customer satisfaction. The survey questions were structured on a 5-point Likert scale and the responses were graded between “Strongly Disagree (1)” and “Strongly Agree (5)”. The online data collection method was preferred due to its advantage of reaching a wider group of participants by overcoming geographical constraints and low cost. Previous studies were utilized to test the reliability and validity of the scale, followed by a pilot study.

The research findings show that the factors affecting customer satisfaction provide a framework for organizational service strategies as well as their individual effects. Reliability has emerged as a key determinant of customer satisfaction and it has been revealed that customers attach great importance not only to the service provided but also to their trust in the organization. This shows that building trust is critical for corporate structures such as “ASAN Hizmet” to ensure long-term customer satisfaction.

Trust is another determining factor affecting customer satisfaction, and the fact that employees are courteous and competent gives customers confidence. Employees’ competence in their jobs increases the level of customer

satisfaction with ASAN services. Physical characteristics also have a positive impact on customer satisfaction. A modern and professional physical environment strengthens the corporate image and increases the perception of service quality. The appearance of the buildings, equipment and personnel in which ASAN services are provided plays an important role in customer satisfaction.

The variable of eagerness also has a significant effect on customer satisfaction. Employees' willingness to help customers and fast service delivery are important factors that increase satisfaction. Employees in ASAN services need to be enthusiastic about their work and constantly improve themselves. The results reveal that customers are greatly influenced by direct service interactions. Employees' professional behavior, problem-solving skills, and speed and efficiency in service delivery have a direct impact on satisfaction.

Although the empathy factor shows a significant effect, it makes a lower contribution compared to other variables. This can be explained by the fact that the problems experienced in ASAN services do not undermine overall customer trust too much. The fact that the problems experienced in ASAN services are milder compared to traditional government services enables customers to maintain their trust in the organization. However, the development of an effective institutional problem-solving mechanism would reduce the negative impact on customer satisfaction.

The findings of the study show not only the individual effects of the factors affecting customer satisfaction, but also how these factors provide a framework for organizational service strategies. The results explain the potential of an effective problem management approach to maintain customer satisfaction. This study provides a comprehensive framework for customer satisfaction and sheds light for similar studies in different sectors and service groups to evaluate the results in a broader context.

KAYNAKÇA

- Abasova, S., & Huseynova, S. (2021). The role of the digital economy in the formation and development of an innovative economy: Azerbaijan case, *in economic and social development: Book of proceedings*, pp. 811-819.
- Aksu, M., Korkmaz, H., & Sünnetçioğlu, S. (2016). Yiyecek ve içecek işletmelerindeki hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerinde etkisi: Bozcaada'da "DINESERV" modeliyle bir araştırma. *Balıkesir University The Journal of Social Sciences Institute*, 19(35), 1-18.
- Alguliyev, R., Yusifov, F., & Gurbanlı, A. (2018), "Methodology and criteria for evaluating e-services: The case of Azerbaijan", *JeDEM*, 10(1), 106-115.
- Al-Hawary, S., & Al-Menhaly, S. A. (2016). The quality of e-government services and its role in achieving beneficiaries satisfaction. *Global Journal of Management and Business Research: Administration and Management*, 16(11), 1-12.
- Al-Hourani, A. M. S. (2016). *Measuring the quality of e-government services: Case study jordan*. (Okan University Social Science Institute Doctora Desertaion), Istanbul.
- Aliyev, A. G., Shahverdiyeva, R. O., & Abbasova, V. A. (2016). Comparative analysis of strategies and trends shaping the information economy of Azerbaijan with leading countries. *2016 IEEE 10th International Conference on Application of Information and Communication Technologies (AICT)*, 1-4.
- Aliyeva, B. (2016). Asan hizmette bilgi ve iletişim teknolojilerinin uygulanması. *The Journal of International Scientific Researches*, 1(2), 1-7.
- Al-Kaabi, R. M., Hussein, M. K., & Al-Badi, A. H. (2023). The impact of e-government services on customer satisfaction in the private sector: Evidence from "SIJILAT" system in Bahrain. *Review of Economics and Management Information Systems in Developing Countries*. 89(6), p.e12275
- Alnaser, F., Ghani, M., Rahi, S., & Yasin, N. (2017). Adopting internet banking: Extending the role of technology acceptance model (TAM) with E-customer service and customer satisfaction. *World Applied Sciences Journal*, 35(9), 1918-1929.
- Ateş, H. (2002), "Bilgi çağında kamu yönetimi: Geleneksel bürokrasiden bilgiselleştirilmiş bürokrasiye geçiş", I. *Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, Kocaeli Üniversitesi İİBF Yayını, İzmit.
- Azərbaycan Dövlət İnformasiya Agentliyi. *BMT tərəfindən "Elektron hökumətin inkişafı indeksi"nin 2022-ci il üzrə hesabı*, https://azertag.az/xeber/bmt_terefinden__quotelektron_hokumetin_inkisafi_indeksinin_2022_ci_il_uzre_hesabati_achiqilanib-2315039, 30.09.2022.

- Babaoğlu, C. (2024). *Adım adım ileriye: Birleşmiş Milletler e-devlet araştırmasında Türkiye*, <https://www.setav.org/adim-adim-ileriye-birlesmis-milletler-e-Devlet-arastirmasinda-turkiye/>, E.T. 18.05.2024).
- Billanes, J., & Enevoldsen, P. (2021). A critical analysis of ten influential factors to energy technology acceptance and adoption. *Energy Reports*, 2352-4847 (7), 6899–6907.
- Boboc, C. (2018). Modernizzazione dello stato e la metamorfosi della classe media nella capitale dell'Azerbaigian post-sovietico. In C. Frappi & A. Ferrari (Eds.), *Armenia, Caucaso e Asia Centrale: Ricerche*, 161-174.
- Carter, L., & Bélanger, F. (2005). The utilization of e-government services: Citizen trust, innovation and acceptance factors. *Information Systems Journal*, 15(1), 5-25.
- Ceyhan, E. B., Ceyhan, İ. F., Demiryürek, E., & Bodur, R. (2018). Akıllı kimlik kartlarının finansal işlemlerde kullanımı: Olası güvenlik tehditleri ve alınacak önlemler. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(3), 745-760.
- Chan, F. K., Thong, J. Y., Venkatesh, V., Brown, S. A., Hu, P. J., & Tam, K. Y. (2010). Modeling citizen satisfaction with mandatory adoption of an e-government technology. *Journal of the association for information systems*, 11(10), 519-549.
- Çankaya Kurnaz, S. (2025). Çok kriterli karar verme yöntemlerinden Topsis ile AB ülkelerinin e-devlet performanslarının karşılaştırılması. *EKEV Akademi Dergisi*, S. 101, 149-173.
- Çankaya Kurnaz, S. (2025). Karşılaştırmalı kamu yönetimi ekseninde Estonya'nın dijital dönüşümünden çıkarılacak dersler. *Toplum Ekonomi ve Yönetim Dergisi*, 6(1), 63-84.
- Çal, B. (2018). Müşteri değeri yaratmak: Düşünme tarzlarının müşteri deneyimi ile etkileşimi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 115-135.
- Dede, A. (2024). Dijital iletişim, dijital vatandaşlık, dijital yönetim ve CİMER. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(1), 355-365.
- Dede, A. (2025). Dijitalleşmenin toplumsal yapıya etkisi: Dilek şikâyet kutusu, dijital talep ve sağlık sektörü. *Mevzu-Sosyal Bilimler Dergisi*, S. 13, 963-990.
- Delibaş, K., & Akgül, A. E. (2010). Dünyada ve Türkiye'de e-devlet uygulamaları: Türkiye'de e-demokrasi ve e-katılım potansiyellerinin harekete geçirilmesi. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 100-144.
- Demirel, D. (2006). E-Devlet ve dünya örnekleri. *Sayıştay Dergisi*, (61), 83-118.
- Demirhan, Y., & Türkoğlu, İ. (2014). "Türkiye'de e-devlet uygulamalarının bazı yönetim süreçlerine etkisinin örnek projeler bağlamında değerlendirilmesi", *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt 10, Sayı 22.
- Doğan, K. C., & Ustakara, F. (2013). Kamuda bir yapılanma dönüşümü olarak e-devlet ve e-yönetişim ilişkisi üzerine. *Global Journal of Economics and Business Studies*, 2(3), 1-11.
- Dombrowski, L., Hayes, G. R., Mazmanian, M., & Volda, A. (2014). E-government intermediaries and the challenges of access and trust. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI)*, 21(2), 1-22.
- Ekiyor, A., & Çetin, A. (2017). Sağlık hizmeti sunumunda ve sosyal pazarlama kapsamında e-nabız uygulamasının bilinirliği. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 3(1), 88-103.
- Fadhıl, W. M., Sökmen, A., & Ekmekçioğlu, E. B. (2014). Geleneksel devlet anlayışından E-devlete: Türkiye ve Irak e-devlet algısı karşılaştırması. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 7(3), 21-32.
- Gasımzade, İ. (2020). Factors for the successful implementation of ASAN Service in Azerbaijan. *Uluslararası Beşerî Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 6(14), 715-730.
- Gujarati, D. (2016). *Örneklerle ekonometri*. (N. Bolatoğlu. Çev.), BB101 Yayınları.
- Hasanlı, T. (2018). *Yeni kamu yönetimi çerçevesinde Azerbaycan yerel yönetimlerinde değişim: ASAN hizmet*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hasanoğlu, M. (2017). Azerbaycan kamu yönetiminde yeniden yapılanma kapsamında e-devlet uygulamaları. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22, 2045-2053.

- Işıkcı, Y. (2017). E-devlet uygulamalarının hukuk devletine etkisi: Yeni kamu işletmeciliği paradigması üzerinden bir değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22 (Kayfor 15 Özel Sayısı), 1893-1913.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Nobel Yayınları.
- Kitapçı, H., Yıldırım, A., & Çömlek, O. (2011). Grönross modeline göre bankacılıkta hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti, sadakati ve davranışsal niyete etkisi, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(26), 177-196.
- Koç, H. (2021). Dijital dünyada yeni vatandaşlık konsepti: Estonya’da e-vatandaşlık örneği. *OPUS International Journal of Society Researches*, 17(35), 2254-2289.
- Li, W., & Xue, L. (2021). Analyzing the critical factors influencing post-use trust and its impact on citizens’ continuous-use intention of e-government: Evidence from Chinese municipalities. *Sustainability*, 13(14), 7698.
- Ma, L., & Zheng, Y. (2019). National e-government performance and citizen satisfaction: A multilevel analysis across European countries. *International Review of Administrative Sciences*, 85(3), 506-526.
- Mammadov, E. (2019). Hizmet kalitesinin vatandaş memnuniyetine etkisi: Azerbaycan Asan hizmet teşkilatı ve Türkiye e-devlet uygulamaları üzerine bir karşılaştırma, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü.
- Mammadov, O. (2020). Constitutional-legal regulation of labor relations of civil servants: The comparative analysis. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 3, 594-604.
- Nəhmətova, B. (2015). Elektron dövlət antikorrupsiya siyasətinin tərkib hissəsi kimi: Beynəlxalq təcrübə, problemlər və həllər. *Problems of Information Society*, 6(1), 72-80.
- Nguyen, T. T., Phan, D. M., Le, A. H., & Nguyen, L. T. N. (2020). The determinants of citizens’ satisfaction of e-government: an empirical study in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 519-531.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). SERVQUAL: A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(1), 41–50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of retailing*, 64(1), 12.
- Paşaoğlu Baş, D. (2017). *Dünyada e-devlet uygulamaları*. Güney, Y. ve Okur, M.R. (Ed.). *Bilgi Toplumu ve E-Devlet içinde* (Ünite 4), Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Rehimli, R. (2023), “Azerbaycan’da devlet yönetiminin yeniden yapılanması ve kamu personel rejimi”, *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 6(3), 593-609.
- Rust, R. T., & Oliver, R. L. (1994). Service quality: insights and managerial implications from the frontier. In *Service quality: New directions in theory and practice* (pp. 1-20). SAGE Publications, Inc.
- Rust, R., & Oliver, R., 2000. Should we delight the customer? *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 86-94.
- Santa, R., MacDonald, J. B., & Ferrer, M. (2019). The role of trust in e-government effectiveness, operational effectiveness and user satisfaction: Lessons from Saudi Arabia in e-G2B. *Government Information Quarterly*, 36(1), 39-50.
- Saylam, A., & Özdemiray S.M. & Uçar-Kocaoğlu B. (2024), “Türk kamu yönetiminde elektronik vatandaş katılımını artırmada dürtme: Yeni davranışsal iktisat perspektifinden öneriler”, *Sosyoekonomi*, 32(62), 363-391.
- Saylam, A. (2022). E-devlet kavramının dijital devlet ve elektronik/dijital yönetim kavramları ekseninde değerlendirilmesi. *Third Sector Social Economic Review*, 57(3), 2130-2149.
- Səfərliyeva, R. (2017). Xidmət Mərkəzləri Nə Qədər “ASAN”laşıb?, <https://transparency.az/wp-content/uploads/2017/07/Hesabat-RS-21-Iyul-2017-Updated-28-July-2017.docx> , 15.05.2024.
- Selamzade, F. (2020). Azerbaycan “ASAN Hizmet” merkezlerinin VZA yöntemiyle etkinlik analizi. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 20(2), 307-324.

- Seng, W. M., Jackson, S., & Philip, G. (2010). Cultural issues in developing e-government in Malaysia. *Behaviour & Information Technology*, 29(4), 423-432.
- Sharma, R., Mishra, R., & Mishra, A. (2021). Determinants of satisfaction among social entrepreneurs in e-government services. *International Journal of Information Management*, 60, 102386.
- Sheng, T., & Liu, C. (2010), "An empirical study on the effect of e-service quality on online customer satisfaction and loyalty", *Nankai Business Review International*, Vol. 1 No. 3, 273-283.
- Shukurov, A. (2021). Kamu yönetiminde halkla ilişkilerin rolü: Azerbaycan "Asan Hizmet" örneği. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 4(2), 275-287.
- Sobacı, M. Z. (2012). E-Devlet: kuramsal bir bakış. (Ed) Sobacı, M. Z., & Yıldız, M. *E-devlet: Kamu Yönetimi ve Teknoloji İlişkisinde Güncel Gelişmeler*, 3-37, Nobel Yayınları.
- Sultanlı, L. (2016). Azerbaycan kamu yönetiminde e-devlet uygulamaları, (*Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Şentürk, Ü. (2002), "Değişen paradigmlar bağlamında e-devletin bazı toplumsal boyutları", *I. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, Kocaeli Üniversitesi, İİBF Yayını, İzmit.
- Tayyarlı, F. (2020). Kamu yönetiminde liderlik bağlamında kamu çalışanların liderlik algıları: Azerbaycan Asan hizmet kurumu üzerine bir araştırma, (*Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*), *İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Tozak, E., Tataroğlu, M., & Hasanlı, T. (2019). Yeni kamu yönetimi çerçevesinde Azerbaycan yerel yönetimlerinde değişim - Asan Hizmet. *11. Uluslararası Türk Dünyası Stratejik Araştırmalar Kongresi*, Antalya.
- UN, (2022) E-government development Index, <https://publicadministration.un.org/egovkb/Data-Center>, 17.05.2024.
- United Nations E-Government Survey. (2018). *Gearing e-government to support transformation towards sustainable and resilient societies* New York: United Nations, https://publicadministration.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2018-Survey/E-Government%20Survey%202018_FINAL%20for%20web.pdf, 17.05.2024.
- Uygur, Y. (2015). Kamuda müşteri (vatandaş) odaklı hizmet anlayışı ve e-devlet sistemi, *Verimlilik Dergisi* (3), 37-64.
- Uysal, Y. (2023). *Japonya'da e-devlet uygulamaları*, *Yayın Yeri: Dora Yayınevi*, (Editör: Yavuz Bozkurt, Derya Kaman), Dora Yayınları, Bursa, 281 -313.
- Welch, E. W., Hinnant, C. C., & Moon, M. J. (2005). Linking citizen satisfaction with e-government and trust in government. *Journal of public administration research and theory*, 15(3), 371-391.
- Yıldız, R. A. (2024). E-hizmet kalitesinin iç ve dış müşteri memnuniyeti üzerine etkileri: SGK uygulama portalı üzerine bir araştırma. *Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi*, Sakarya.
- Yücel, M. (2013). Toplam hizmet kalitesinin servqual analizi ile ölçümü: Bankacılık sektöründe bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(44), 82-106.
- Мамедов, О. Д., & Велиева, Д. С. (2020). Юридическая ответственность государственных служащих за коррупционные правонарушения (опыт Азербайджана и России). *Вестник Поволжского института управления*, 20(4), 4-16.