

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

أثر جودة الخدمات الجمركية على رضا المستفيدين في المنافذ
السعودية (دراسة ميدانية على هيئة الزكاة والضريبة والجمارك)

أسم الطالب

أحمد دخيل الله سليمان الجهني

251003316

مشروع تخرج - ١

كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس - كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

التاريخ - الفصل الدراسي

جدول المحتويات

٤	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....	١
٥	المقدمة:.....	١, ١
٦	١.2. مشكلة الدراسة.....	
٦	1.2.1. فجوات على المستوى النظري.....	
٧	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي.....	
٧	1.3. أهمية الدراسة.....	
٧	1.3.1. على المستوى النظري:.....	
٨	1.3.2. على المستوى التطبيقي:.....	
٩	1.2. أسئلة الدراسة.....	
٩	السؤال الرئيسي:.....	
٩	الأسئلة الفرعية:.....	
١٠	1.3. أهداف الدراسة.....	
١٠	1.4. فرضيات الدراسة.....	
١٠	الفرضية الرئيسية:.....	
١١	الفرضيات الفرعية:.....	
١١	1.5. نموذج الدراسة.....	
١٢	1.6. منهجية الدراسة.....	
١٢	1.6.1. منهج الدراسة.....	
١٣	1.6.2. مجتمع وعينة الدراسة.....	
١٣	1.6.3. مصادر جمع البيانات.....	
١٤	1.6.4. أداة الدراسة.....	
١٤	1.6.5. الأساليب الإحصائية المستخدمة.....	
١٥	1.6.6. حدود الدراسة.....	
١٥	1.7. الدراسة الميدانية.....	
١٦	1.8. مخطط المشروع المقترح.....	

١٨	الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة
١٨	2.1. المقدمة
١٨	2.2. المتغير المستقل: جودة الخدمات الجمركية
١٨	تمهيد
١٩	أولاً: مفهوم جودة الخدمات
١٩	ثانياً: أهمية جودة الخدمات الجمركية
١٩	ثالثاً: أهداف جودة الخدمات الجمركية
٢٠	رابعاً: أبعاد جودة الخدمات الجمركية
٢١	الدراسات السابقة المرتبطة بجودة الخدمات
٢٣	2.3. المتغير التابع: رضا المستفيدين
٢٣	تمهيد
٢٣	أولاً: مفهوم رضا المستفيدين
٢٤	ثانياً: أهمية رضا المستفيدين
٢٤	ثالثاً: أهداف تحقيق رضا المستفيدين
٢٥	رابعاً: أبعاد رضا المستفيدين
٢٥	الدراسات السابقة المرتبطة برضا المستفيدين
٢٧	2.4. العلاقة بين جودة الخدمات الجمركية ورضا المستفيدين
٢٧	العلاقة النظرية
٢٨	الدراسات السابقة المرتبطة بالعلاقة بين المتغيرين
٣٠	2.5. الخاتمة
٣١	قائمة المراجع

١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١,١ . المقدمة:

تُعَدُّ الجمارك من أقدم المؤسسات الحكومية وأكثرها ارتباطاً بحركة التجارة الدولية والاقتصاد الوطني، إذ تمثل خط الدفاع الأول عند المنافذ الحدودية في حماية الاقتصاد والأمن القومي، فضلاً عن دورها المحوري في تسهيل تدفق البضائع والأفراد عبر الحدود. وقد شهد العالم خلال العقود الأخيرة تحولات جذرية في مفهوم العمل الجمركي، حيث لم يعد مقتصرًا على الوظائف التقليدية المتمثلة في تحصيل الرسوم وتفقيش البضائع، بل امتد ليشمل تقديم خدمات متكاملة تواكب متطلبات بيئة الأعمال الحديثة وتلبي تطلعات المستفيدين من تجار ومستوردين ومصدّرين ومخلصين جمركيين.

وفي ظل تنامي الاهتمام العالمي بجودة الخدمات الحكومية باعتبارها ركيزة أساسية لتحقيق التنمية المستدامة، أصبح مفهوم جودة الخدمة يحتل مكانة بارزة في الأدبيات الإدارية والتنظيمية، حيث يشير إلى الفجوة بين توقعات المستفيدين لمستوى الخدمة المقدّمة وإدراكهم الفعلي لها. وتتعدد الأبعاد التي تُقاس من خلالها جودة الخدمة، والتي تشمل الملموسية والاعتمادية والاستجابة والأمان والتعاطف، وهي الأبعاد التي طوّرها باراسورامان وزملاؤه في نموذج SERVQUAL الذي يُعدّ من أكثر النماذج شيوعاً واستخداماً في قياس جودة الخدمات.

إنّ رضا المستفيدين يُمثّل الغاية المنشودة التي تسعى إليها المؤسسات الحكومية والخاصة على حدّ سواء، فهو يعكس مدى نجاح المنظمة في تلبية احتياجات عملائها وتجاوز توقعاتهم. ويرتبط رضا المستفيدين ارتباطاً وثيقاً بجودة الخدمات المقدّمة، حيث أثبتت العديد من الدراسات أنّ تحسين مستوى الجودة ينعكس إيجاباً على مستوى الرضا، ممّا يعزّز الثقة في المؤسسة ويُسهم في تحسين صورتها الذهنية لدى الجمهور. ويكتسب هذا المفهوم أهمية خاصة في القطاع الجمركي، نظراً لتعدد فئات المستفيدين وتنوّع احتياجاتهم وتباين توقعاتهم تجاه الخدمات المقدّمة.

وفي السياق السعودي، تضطلع هيئة الزكاة والضريبة والجمارك بدور محوري في منظومة الاقتصاد الوطني، حيث تأسّست في إطار رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ التي تهدف إلى تحويل المملكة إلى منصة لوجستية عالمية ومركز تجاري إقليمي. وقد سعت الهيئة إلى تطوير خدماتها الجمركية بشكل متسارع من خلال

تبنّي أحدث التقنيات والممارسات العالمية، وتبسيط الإجراءات، وتقليل زمن الإفراج الجمركي، وإطلاق منصات إلكترونية متعددة تهدف إلى تسهيل التعاملات الجمركية وتحسين تجربة المستفيد.

وانطلاقاً من هذا الواقع، تأتي هذه الدراسة لتبحث في أثر جودة الخدمات الجمركية بأبعادها المختلفة على رضا المستفيدين في المنافذ السعودية، وذلك من خلال دراسة ميدانية تستهدف المستفيدين من خدمات هيئة الزكاة والضريبة والجمارك، بهدف الوقوف على مستوى جودة الخدمات الجمركية المقدّمة حالياً، وتحديد مدى رضا المستفيدين عنها، والكشف عن الأبعاد الأكثر تأثيراً في تحقيق هذا الرضا، بما يُسهم في تقديم توصيات عملية تدعم جهود التطوير والتحسين المستمر للخدمات الجمركية في المملكة العربية السعودية.

2.1. مشكلة الدراسة

تسعى المؤسسات الحكومية في مختلف دول العالم إلى تحسين جودة خدماتها بما يتوافق مع تطلعات المستفيدين واحتياجاتهم المتنامية، وتُعَدّ الخدمات الجمركية من أبرز الخدمات الحكومية التي تمسّ شريحة واسعة من المتعاملين وتؤثر بشكل مباشر في حركة التجارة والاقتصاد الوطني. وعلى الرغم من الجهود الكبيرة التي تبذلها هيئة الزكاة والضريبة والجمارك في المملكة العربية السعودية لتطوير خدماتها وتحسين إجراءاتها، إلا أنّ هناك جملة من الفجوات النظرية والتطبيقية التي تستدعي البحث والدراسة المعمّقة.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

على الرغم من الاهتمام المتزايد بموضوع جودة الخدمات في الأدبيات الإدارية، إلا أنّ معظم الدراسات ركّزت على قياس جودة الخدمات في القطاعات المصرفية والصحية والتعليمية، في حين يُلاحظ ندرة ملحوظة في الدراسات العربية والسعودية تحديداً التي تناولت جودة الخدمات الجمركية وعلاقتها برضا المستفيدين. فقد ركّزت دراسة الشمري (٢٠٢٠) على أثر جودة خدمات مكاتب الجامعة على رضا أعضاء هيئة التدريس، فيما تناولت دراسة الورافي ومركة (٢٠٢٠) أثر جودة الخدمات على رضا المستفيدين في الملحقية الثقافية اليمنية، بينما بحثت دراسة الشمايلة والعضايلة (٢٠٢٣) أثر جودة الخدمات الإلكترونية على رضا طلبة الدراسات العليا، وهو ما يُظهر أنّ الحقل الجمركي لم يحظَ بالاهتمام البحثي الكافي من حيث التأسيس النظري لأبعاد الجودة

الملائمة لطبيعة الخدمات الجمركية التي تتميز بخصوصية واضحة تختلف عن غيرها من الخدمات الحكومية. كما أنّ معظم النماذج النظرية المستخدمة في قياس جودة الخدمات، كنموذج SERVQUAL ، طُوِّرت في بيئات غربية وقطاعات مختلفة، ممّا يستدعي اختبار مدى ملاءمتها للسياق الجمركي السعودي واستكشاف ما إذا كانت هناك أبعاد إضافية ينبغي مراعاتها.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

على الصعيد التطبيقي، تواجه هيئة الزكاة والضريبة والجمارك تحديات متعددة في سبيل تحقيق أعلى مستويات رضا المستفيدين، من بينها تفاوت مستوى جودة الخدمات المقدّمة عبر المنافذ الجمركية المختلفة، وتباين تجارب المستفيدين فيما يخص سرعة الإجراءات ودقتها وشفافيتها. وقد أشارت دراسة الهزايمة وكنعان (٢٠٢٠) إلى أنّ جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية تؤثر في مستوى رضا المستفيدين، كما بيّنت دراسة السخن والجازي والجبر (٢٠٢٢) أنّ جودة الخدمات الإلكترونية تنعكس على رضا متلقي الخدمة في المؤسسات الحكومية، وهو ما يستوجب التحقق من مدى انطباق هذه النتائج على القطاع الجمركي السعودي في ظل التحول الرقمي المتسارع الذي تشهده الهيئة. وتتمثّل الفجوة التطبيقية كذلك في غياب دراسات ميدانية حديثة تقيس مستوى رضا المستفيدين عن الخدمات الجمركية في المنافذ السعودية بعد التطويرات الأخيرة التي أجرتها الهيئة، ممّا يُصعّب على صانعي القرار تحديد نقاط القوة والضعف في الخدمات المقدّمة واتخاذ قرارات مبنية على بيانات دقيقة.

وبناءً على ما سبق، يمكن صياغة السؤال الرئيسي لهذه الدراسة على النحو التالي:

ما أثر جودة الخدمات الجمركية بأبعادها (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) على رضا المستفيدين في المنافذ السعودية التابعة لهيئة الزكاة والضريبة والجمارك؟

1.3. أهمية الدراسة

1.3.1. على المستوى النظري:

- تُسهم هذه الدراسة في إثراء المكتبة العربية بإطار نظري متكامل يربط بين مفهوم جودة الخدمات الجمركية ورضا المستفيدين، وهو مجال لا يزال يعاني من شح واضح في الأدبيات العربية مقارنة بالقطاعات الأخرى كالتعليم والصحة والبنوك.
- تُقدّم الدراسة محاولة علمية لاختبار مدى ملاءمة نموذج SERVQUAL لقياس جودة الخدمات في القطاع الجمركي السعودي، ممّا يُسهم في تطوير الأدوات البحثية المتاحة للباحثين في هذا المجال وتكييفها بما يتناسب مع خصوصية البيئة الجمركية.
- تُؤكّد الدراسة قاعدة نظرية يمكن أن يستند إليها الباحثون المستقبليون في إجراء دراسات مقارنة أو تطويرية حول جودة الخدمات الجمركية في دول مجلس التعاون الخليجي أو المنطقة العربية بشكل أعمّ.
- تُسهم في بناء نموذج مفاهيمي يوضّح العلاقة بين أبعاد جودة الخدمة الجمركية ورضا المستفيدين، ممّا يُساعد على فهم أعمق للديناميكيات التي تحكم هذه العلاقة في سياق مؤسسي حكومي متخصص.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

- تُزوّد هذه الدراسة صانعي القرار في هيئة الزكاة والضريبة والجمارك بمعلومات دقيقة وموثقة حول مستوى رضا المستفيدين عن الخدمات الجمركية المقدّمة في المنافذ السعودية، ممّا يُمكنهم من اتخاذ قرارات مبنية على بيانات واقعية بدلاً من التقديرات والانطباعات.
- تُساعد الدراسة في الكشف عن أبعاد جودة الخدمة الأكثر تأثيراً في رضا المستفيدين، ممّا يُتيح للهيئة توجيه مواردها وجهودها التطويرية نحو الجوانب ذات الأولوية القصوى وتحقيق أكبر أثر ممكن بأقل تكلفة.
- تُقدّم الدراسة توصيات عملية قابلة للتطبيق يمكن أن تُسهم في تحسين إجراءات العمل الجمركي وتطوير الخدمات المقدّمة بما ينسجم مع مستهدفات رؤية المملكة ٢٠٣٠ في تحويل المملكة إلى منصة لوجستية عالمية رائدة.

- تدعم الدراسة جهود الهيئة في قياس الأداء المؤسسي وتقييم مبادرات التطوير والتحسين التي أطلقتها خلال السنوات الأخيرة، من خلال توفير مؤشرات كمية موثوقة حول مستوى جودة الخدمات ورضا المستفيدين.
- تُسهم نتائج الدراسة في تعزيز القدرة التنافسية للمنافذ الجمركية السعودية على المستوى الإقليمي والدولي، من خلال تحديد الفجوات الخدمية والعمل على سدّها بما يتوافق مع أفضل الممارسات العالمية في مجال العمل الجمركي.
- تُوفّر الدراسة أداة قياس مُحكّمة يمكن أن تستخدمها الهيئة بشكل دوري لرصد مستوى رضا المستفيدين ومتابعة التغيرات التي تطرأ عليه بمرور الوقت، ممّا يدعم ثقافة التحسين المستمر في المنظمة

1.2. أسئلة الدراسة

السؤال الرئيسي:

ما أثر جودة الخدمات الجمركية بأبعادها (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان) على رضا المستفيدين في المنافذ السعودية التابعة لهيئة الزكاة والضريبة والجمارك؟

الأسئلة الفرعية:

١. ما مستوى جودة الخدمات الجمركية المقدّمة في المنافذ السعودية التابعة لهيئة الزكاة والضريبة والجمارك من وجهة نظر المستفيدين؟
٢. ما مستوى رضا المستفيدين عن الخدمات الجمركية المقدّمة في المنافذ السعودية التابعة لهيئة الزكاة والضريبة والجمارك؟
٣. ما أثر بُعد الملموسية في جودة الخدمات الجمركية على رضا المستفيدين في المنافذ السعودية؟
٤. ما أثر بُعد الاعتمادية في جودة الخدمات الجمركية على رضا المستفيدين في المنافذ السعودية؟
٥. ما أثر بُعد الاستجابة في جودة الخدمات الجمركية على رضا المستفيدين في المنافذ السعودية؟
٦. ما أثر بُعد الأمان في جودة الخدمات الجمركية على رضا المستفيدين في المنافذ السعودية؟

1.3. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة أثر جودة الخدمات الجمركية بأبعادها (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان) على رضا المستفيدين في المنافذ السعودية التابعة لهيئة الزكاة والضريبة والجمارك. ويتفرّع من هذا الهدف الرئيسي الأهداف الفرعية التالية:

1. التعرف على مستوى جودة الخدمات الجمركية المقدّمة في المنافذ السعودية من وجهة نظر المستفيدين وفقاً لكل بُعد من أبعاد الجودة الأربعة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان).
2. قياس مستوى رضا المستفيدين عن الخدمات الجمركية المقدّمة في المنافذ السعودية التابعة لهيئة الزكاة والضريبة والجمارك.
3. تحديد أثر بُعد الملموسية في جودة الخدمات الجمركية على رضا المستفيدين، بما يشمل تقييم البنية التحتية والتجهيزات المادية والتقنية المتوفرة في المنافذ الجمركية.
4. الكشف عن أثر بُعد الاعتمادية في جودة الخدمات الجمركية على رضا المستفيدين، من حيث دقة الإجراءات والالتزام بالمواعيد وتقديم الخدمة بشكل صحيح من أول مرة.
5. تحليل أثر بُعد الاستجابة في جودة الخدمات الجمركية على رضا المستفيدين، من حيث سرعة التعامل مع الطلبات والاستفسارات والشكاوى وحلّها في الوقت المناسب.
6. بيان أثر بُعد الأمان في جودة الخدمات الجمركية على رضا المستفيدين، من حيث كفاءة الموظفين ومعرفتهم المهنية وقدرتهم على بثّ الثقة والطمأنينة لدى المستفيدين.
7. تقديم توصيات عملية قابلة للتطبيق لهيئة الزكاة والضريبة والجمارك تُسهم في تحسين مستوى جودة الخدمات الجمركية وتعزيز رضا المستفيدين بما ينسجم مع مستهدفات رؤية المملكة ٢٠٣٠.

1.4. فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لجودة الخدمات الجمركية بأبعادها (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان) على رضا المستفيدين في المنافذ السعودية التابعة لهيئة الزكاة والضريبة والجمارك.

الفرضيات الفرعية:

H01: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لبُعد الملموسية في جودة الخدمات الجمركية على رضا المستفيدين في المنافذ السعودية التابعة لهيئة الزكاة والضريبة والجمارك.

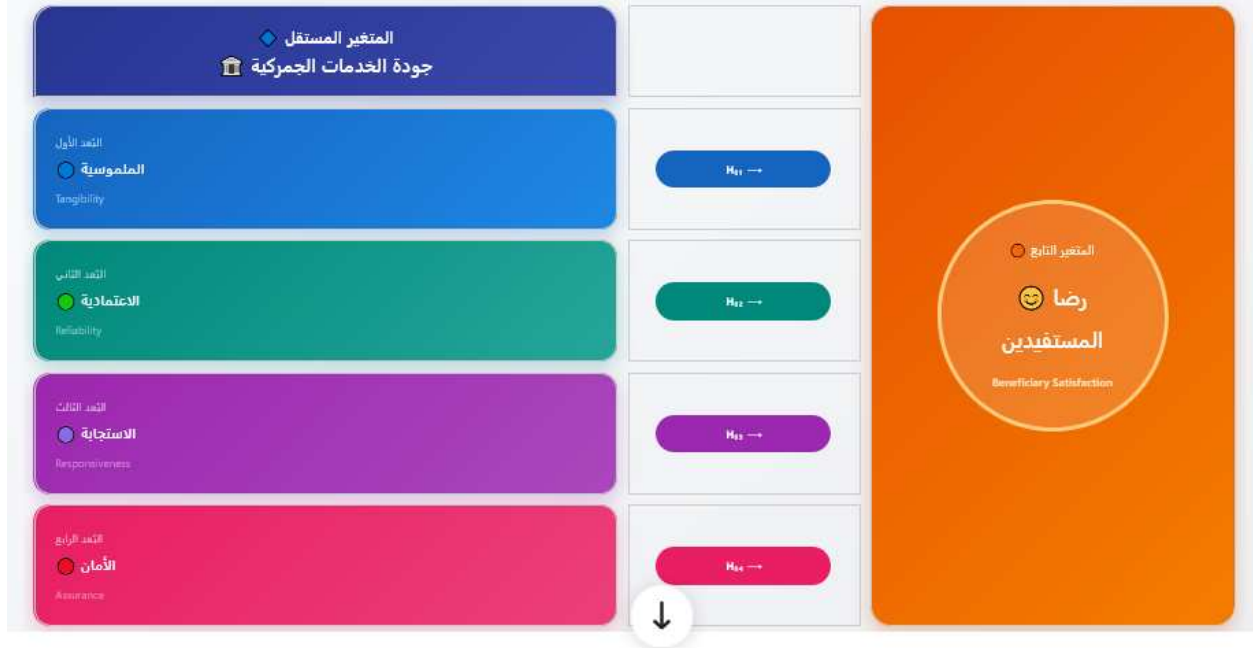
H02: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لبُعد الاعتمادية في جودة الخدمات الجمركية على رضا المستفيدين في المنافذ السعودية التابعة لهيئة الزكاة والضريبة والجمارك.

H03: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لبُعد الاستجابة في جودة الخدمات الجمركية على رضا المستفيدين في المنافذ السعودية التابعة لهيئة الزكاة والضريبة والجمارك.

H04: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لبُعد الأمان في جودة الخدمات الجمركية على رضا المستفيدين في المنافذ السعودية التابعة لهيئة الزكاة والضريبة والجمارك.

1.5. نموذج الدراسة

يوضح الشكل التالي النموذج المفاهيمي للدراسة الذي يُبين العلاقة بين المتغير المستقل (جودة الخدمات الجمركية) بأبعاده الأربعة والمتغير التابع (رضا المستفيدين):



المصدر: إعداد الباحث استنادًا إلى الأدبيات النظرية والدراسات السابقة، مع الاعتماد على نموذج SERVQUAL المعدّل. (Parasuraman et al., 1988)

1.6. منهجية الدراسة

1.6.1. منهج الدراسة

ستعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يُعدّ من أكثر المناهج ملاءمةً لطبيعة الدراسة وأهدافها، إذ يجمع بين الوصف الدقيق للظاهرة المدروسة والتحليل الكمي للعلاقات بين متغيراتها. وسيُستخدم هذا المنهج لوصف واقع جودة الخدمات الجمركية في المنافذ السعودية التابعة لهيئة الزكاة والضريبة والجمارك، وتحليل أثرها على رضا المستفيدين، واختبار الفرضيات الإحصائية المصاغة.

وسيتضمّن المنهج المتّبع شقين أساسيين: الأول نظري يقوم على مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة بجودة الخدمات ورضا المستفيدين في القطاع الحكومي عمومًا والقطاع الجمركي خصوصًا، لبناء الإطار

النظري المتكامل للدراسة. والثاني ميداني يقوم على جمع البيانات الأولية من المستفيدين من خلال استبانة مُحكَّمة مصمَّمة خصيصًا لأغراض هذه الدراسة، وتحليلها إحصائيًا للوصول إلى النتائج والاستدلالات المطلوبة.

1.6.2. مجتمع وعينة الدراسة

سيتكوّن مجتمع الدراسة من جميع المستفيدين من الخدمات الجمركية في المنافذ السعودية التابعة لهيئة الزكاة والضريبة والجمارك، والذين يشملون المستوردين والمصدّرين والمخلّصين الجمركيين ووكلاء الشحن المسجّلين على منصة فسخ الإلكترونية. ووفقًا للبيانات الرسمية المتاحة على منصة فسخ، يبلغ عدد المستوردين والمصدّرين المسجّلين نحو (44,010) مستفيدًا، فيما يبلغ عدد المخلّصين الجمركيين المسجّلين (3,349) مخلصًا، وذلك عبر (٣٨) منفذًا جمركيًا تشمل المنافذ البرية والبحرية والجوية، والتي أنهت خلال عام ٢٠٢٤م إجراءات أكثر من (٦.٢) مليون بيان جمركي وأكثر من (٢٧) مليون عملية عبور.

ونظرًا لكبر حجم مجتمع الدراسة وتوزّعه الجغرافي الواسع عبر المنافذ الجمركية المختلفة، ستعتمد الدراسة أسلوب العينة العشوائية الطبقية التناسبية، حيث سيُقسّم مجتمع الدراسة إلى طبقات وفقًا لنوع المنفذ الجمركي (بري، بحري، جوي) ونوع المستفيد (مستورد/مصدّر، مخلص جمركي، وكيل شحن). وسيُحدّد حجم العينة باستخدام معادلة ستيفن ثومبسون (Steven Thompson) للمجتمعات المعلومة الحجم، وبناءً على ذلك سيبلغ الحد الأدنى لحجم العينة المستهدف (٣٨٤) مفردة عند مستوى ثقة (٩٥٪) وهامش خطأ (٥٪)، مع استهداف توزيع (٤٥٠) استبانة لتعويض النقص المحتمل في معدّل الاستجابة.

1.6.3. مصادر جمع البيانات

ستعتمد الدراسة على نوعين من مصادر البيانات: المصادر الثانوية التي تشمل الكتب والمراجع العلمية والدوريات المحكّمة والرسائل الجامعية والتقارير الرسمية الصادرة عن هيئة الزكاة والضريبة والجمارك وقواعد البيانات الإلكترونية، وذلك لبناء الإطار النظري للدراسة ومراجعة الأدبيات ذات الصلة. والمصادر الأولية التي تتمثّل في البيانات التي سيتم جمعها ميدانيًا من أفراد عينة الدراسة من خلال أداة الاستبانة المُصمَّمة لهذا الغرض.

1.6.4. أداة الدراسة

ستُستخدم الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات الأولية، وسيتمّ تصميمها بالاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale) المتدرّج من (١) بشدة إلى (٥) بشدة. وستتكوّن الاستبانة من ثلاثة أقسام رئيسية:

القسم الأول: البيانات الديموغرافية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة، وتشمل طبيعة النشاط وسنوات الخبرة في التعامل مع الجمارك ونوع المنفذ الجمركي الأكثر استخدامًا وحجم العمليات الجمركية.

القسم الثاني: محاور المتغير المستقل (جودة الخدمات الجمركية)، ويتضمّن أربعة محاور تقيس أبعاد الجودة الأربعة، حيث يشتمل كل محور على (٤) فقرات، بإجمالي (١٦) فقرة موزعة كالتالي:

- محور الملموسية: (٤) فقرات
- محور الاعتمادية: (٤) فقرات
- محور الاستجابة: (٤) فقرات
- محور الأمان: (٤) فقرات

القسم الثالث: محور المتغير التابع (رضا المستفيدين)، وهو محور أحادي يتضمّن (١٠) فقرات تقيس مستوى الرضا العام للمستفيدين عن الخدمات الجمركية المقدّمة.

وبذلك يبلغ إجمالي عدد فقرات الاستبانة (26) فقرة، بالإضافة إلى فقرات البيانات الديموغرافية. وسيتمّ التحقق من صدق الأداة من خلال الصدق الظاهري بعرضها على مجموعة من المحكّمين المتخصّصين، وصدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون، والتحقّق من ثباتها باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha).

1.6.5. الأساليب الإحصائية المستخدمة

سيتمّ تحليل البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وستوظّف الأساليب الإحصائية التالية: التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص عينة الدراسة، والمتوسطات الحسابية

والانحرافات المعيارية لتحديد اتجاهات استجابات أفراد العينة، ومعامل ارتباط بيرسون للتحقق من صدق الاتساق الداخلي وقياس العلاقات الارتباطية بين المتغيرات، ومعامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة، وتحليل الانحدار الخطي البسيط والمتعدد لاختبار فرضيات الدراسة وتحديد أثر كل بُعد من أبعاد الجودة على رضا المستفيدين، واختبار (T-Test) وتحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للكشف عن الفروق في استجابات أفراد العينة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية، واختبار معامل تضخم التباين (VIF) للتحقق من عدم وجود مشكلة التعدد الخطي بين المتغيرات المستقلة.

1.6.6. حدود الدراسة

الحدود الموضوعية: ستقتصر الدراسة على دراسة أثر جودة الخدمات الجمركية بأبعادها الأربعة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان) على رضا المستفيدين، وذلك وفقاً لنموذج SERVQUAL المعدل.

الحدود المكانية: ستطبق الدراسة على المنافذ الجمركية السعودية التابعة لهيئة الزكاة والضريبة والجمارك بأنواعها الثلاثة (البرية، البحرية، الجوية) البالغ عددها (38) منفذاً.

الحدود البشرية: ستستهدف الدراسة المستفيدين من الخدمات الجمركية في المنافذ السعودية، والذين يشملون المستوردين والمصدّرين والمخلصين الجمركيين ووكلاء الشحن.

الحدود الزمنية: سيتم تطبيق الدراسة الميدانية وجمع البيانات خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي ١٤٤٧/١٤٤٨ هـ (٢٠٢٦ م).

1.7. الدراسة الميدانية

ستتضمن الدراسة الميدانية المراحل التالية:

المرحلة الأولى - تصميم أداة الدراسة وتحكيمها: سيتم في هذه المرحلة تصميم الاستبانة في صورتها الأولية استناداً إلى الإطار النظري والدراسات السابقة، ثم عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال

إدارة الأعمال والإدارة العامة وإدارة الجودة للتحقق من صدقها الظاهري وملاءمة فقراتها لأهداف الدراسة ووضوح صياغتها اللغوية، وإجراء التعديلات اللازمة في ضوء ملاحظاتهم للوصول إلى الصورة النهائية للأداة.

المرحلة الثانية - تطبيق الدراسة الاستطلاعية: سيتم توزيع الاستبانة على عينة استطلاعية مكوّنة من (٣٠) مفردة من خارج عينة الدراسة الأساسية، وذلك للتحقق من ثبات الأداة باستخدام معامل ألفا كرونباخ، والتأكد من وضوح الفقرات وسلامة صياغتها، وتقدير الزمن اللازم للإجابة عن الاستبانة.

المرحلة الثالثة - جمع البيانات الميدانية: سيتم توزيع (٤٥٠) استبانة على أفراد عينة الدراسة من المستفيدين في المنافذ الجمركية السعودية، باستخدام أسلوبين متكاملين: التوزيع الإلكتروني عبر الرابط الإلكتروني للاستبانة الذي سيُرسل عبر البريد الإلكتروني وقنوات التواصل الرسمية، والتوزيع المباشر في بعض المنافذ الجمركية الرئيسية لضمان تمثيل أوسع لمجتمع الدراسة.

المرحلة الرابعة - التحليل الإحصائي واستخلاص النتائج: سيتم تدقيق البيانات وترميزها وإدخالها في برنامج (SPSS)، ثم إجراء التحليلات الإحصائية الوصفية والاستدلالية اللازمة لاختبار فرضيات الدراسة والإجابة عن أسئلتها، واستخلاص النتائج وصياغة التوصيات.

1.8. مخطط المشروع المقترح

المرحلة	النشاط	المدة الزمنية	المخرجات المتوقعة
1	مراجعة الأدبيات وبناء الإطار النظري	الأسبوع ١ - ٤	الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة
2	تصميم أداة الدراسة (الاستبانة)	الأسبوع ٥ - ٦	الاستبانة في صورتها الأولية
3	تحكيم الأداة وإجراء التعديلات	الأسبوع ٧ - ٨	الاستبانة في صورتها النهائية المحكّمة
4	تطبيق الدراسة الاستطلاعية	الأسبوع ٩	نتائج الصدق والثبات للأداة
5	توزيع الاستبانة وجمع البيانات الميدانية	الأسبوع ١٠ - ١٣	البيانات الأولية المجمعّة

6	تفريغ البيانات وإدخالها في SPSS	الأسبوع ١٤	قاعدة بيانات جاهزة للتحليل
7	التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات	الأسبوع ١٥ - ١٧	نتائج التحليل الإحصائي
8	مناقشة النتائج وصياغة التوصيات	الأسبوع ١٨ - ١٩	فصل المناقشة والتوصيات
9	المراجعة النهائية والتنسيق وتسليم البحث	الأسبوع ٢٠ - ٢١	البحث في صورته النهائية

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

2.1. المقدمة

يُعدّ الإطار النظري والدراسات السابقة الركيزة المعرفية التي يستند إليها الباحث في بناء تصوّره حول الظاهرة محلّ الدراسة، إذ يُوفّر فهماً عميقاً للمفاهيم والنظريات والنماذج المرتبطة بالمتغيرات البحثية، فضلاً عن الكشف عن الفجوات التي لم تُعالجها الأبحاث السابقة. وتسعى الدراسة الحالية إلى قياس أثر جودة الخدمات الجمركية بأبعادها الخمسة وفقاً لنموذج — SERVQUAL وهي الملموسية والاعتمادية والاستجابة والأمان والتعاطف — على رضا المستفيدين في المنافذ السعودية التابعة لهيئة الزكاة والضريبة والجمارك. وعليه، يتناول هذا الفصل عرضاً نظرياً شاملاً للمتغير المستقل المتمثّل في جودة الخدمات الجمركية من حيث المفهوم والأهمية والأهداف والأبعاد، ثم المتغير التابع المتمثّل في رضا المستفيدين بالتفصيل ذاته، يليه استعراض العلاقة النظرية والتطبيقية بين المتغيرين، مع تقديم مجموعة من الدراسات السابقة العربية والأجنبية لكل محور، بما يُرسي الأساس العلمي الذي تُبنى عليه فرضيات الدراسة ومنهجيتها.

2.2. المتغير المستقل: جودة الخدمات الجمركية

تمهيد

أصبحت جودة الخدمات من أكثر المفاهيم الإدارية حضوراً في الأدبيات الأكاديمية والممارسات المهنية على حدّ سواء، ولا سيّما في ظل التحوّلات الكبرى التي يشهدها قطاع الخدمات الحكومية نحو التركيز على المستفيد ورضاه بوصفه معياراً رئيسياً لتقييم الأداء المؤسسي. وفي سياق هيئة الزكاة والضريبة والجمارك في المملكة العربية السعودية، تكتسب جودة الخدمات الجمركية أهمية استثنائية نظراً للدور المحوري الذي تضطلع به المنافذ الجمركية في تسهيل حركة التجارة الدولية وحماية الاقتصاد الوطني وتحقيق أهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠ في التحوّل نحو اقتصاد أكثر تنوعاً وانفتاحاً. وقد سعت الهيئة إلى تبني أعلى معايير الجودة والتميز، حيث حصلت على شهادة التميز المؤسسي من المنظمة الأوروبية لإدارة الجودة (EFQM)، مما يعكس التزامها بتقديم خدمات عالية الجودة تُلبّي تطلّعات المستفيدين وتُفوق توقعاتهم (هيئة الزكاة والضريبة والجمارك، ٢٠٢٤).

أولاً: مفهوم جودة الخدمات

تعددت تعريفات جودة الخدمات في الأدبيات الإدارية تبعاً لتعدد المداخل النظرية التي تناولت هذا المفهوم. ويُعدّ التعريف الذي قدّمه باراسارامان وزيثامل وبيري (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988) من أكثر التعريفات قبولاً وانتشاراً، حيث عرّفوا جودة الخدمة بأنها "الفجوة بين توقعات العملاء للخدمة وإدراكاتهم للأداء الفعلي لتلك الخدمة"، فكلّما تطابق الأداء الفعلي مع التوقعات أو فاقها، ارتفع مستوى الجودة المُدرَكة، والعكس صحيح. (Parasuraman et al., 1988) ويُعرّفها كوتلر (Kotler, 2016) بأنها "مجموعة الخصائص والسمات الكلية للخدمة التي تحمل في طياتها القدرة على إشباع حاجات المستفيدين ورغباتهم المعلنة والضمنية". (Kotler, 2016, p.428) أما في سياق الخدمات الجمركية تحديداً، فيُمكن تعريف جودة الخدمات الجمركية بأنها مدى قدرة الخدمات المُقدّمة من المنافذ الجمركية على تلبية توقعات المستفيدين من تجّار ومستوردين ومصدّرين ووكلاء تخليص جمركي، وذلك من حيث الجوانب المادية والموثوقية وسرعة الاستجابة والأمان والتعاطف مع احتياجاتهم الفردية (الثويني، ٢٠٢٣).

ثانياً: أهمية جودة الخدمات الجمركية

تتجلى أهمية جودة الخدمات الجمركية في عدة أبعاد متكاملة. فعلى المستوى الاقتصادي، تُسهم جودة الخدمات الجمركية في تسريع حركة البضائع عبر المنافذ وتقليل زمن التخليص الجمركي، مما يُخفّض التكاليف اللوجستية ويُعزّز القدرة التنافسية للاقتصاد الوطني ويجذب الاستثمارات الأجنبية (السخن والجازي والجبر، ٢٠٢٢). وعلى المستوى المؤسسي، يُؤدّي الارتقاء بجودة الخدمات الجمركية إلى تعزيز ثقة المستفيدين في الهيئة وتحسين صورتها المؤسسية، فضلاً عن رفع مستوى الامتثال الطوعي للأنظمة واللوائح الجمركية (الهزايمة وكنعان، ٢٠٢٠). كما تكتسب هذه الجودة أهمية خاصة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ التي تضع تحسين تجربة المستفيد في صلب أولوياتها، حيث يُعدّ مؤشر رضا المستفيدين أحد المؤشرات الاستراتيجية التي تُقاس بها كفاءة الأجهزة الحكومية (الحارثي والحارثي، ٢٠٢٤).

ثالثاً: أهداف جودة الخدمات الجمركية

تسعى جودة الخدمات الجمركية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المتسقة مع التوجهات الاستراتيجية لهيئة الزكاة والضريبة والجمارك، يأتي في مقدمتها تقديم خدمات جمركية تتسم بالسهولة والسرعة والشفافية بما يلبي احتياجات المستفيدين ويتجاوز توقعاتهم. كذلك تهدف إلى تقليص الإجراءات البيروقراطية وتبسيط العمليات الجمركية من خلال التحوّل الرقمي واستخدام التقنيات الحديثة، وتعزيز مستوى الأمان والحماية في المنافذ الجمركية مع الحفاظ على انسيابية حركة البضائع والأفراد. ومن أهدافها أيضاً بناء علاقة إيجابية بين المنافذ الجمركية والمستفيدين قائمة على الثقة والاحترام المتبادل، والارتقاء بكفاءة الموارد البشرية العاملة في المنافذ من خلال برامج التدريب والتأهيل المستمرة (أحمد، ٢٠٢٤).

رابعاً: أبعاد جودة الخدمات الجمركية

اعتمدت الدراسة الحالية على نموذج SERVQUAL الذي طوّره باراسارامان وزملاؤه (Parasuraman et al., 1988) لقياس جودة الخدمات الجمركية، والذي يتضمّن خمسة أبعاد رئيسية:

البعد الأول: الملموسية (Tangibles) يُشير هذا البعد إلى المظاهر المادية والملموسة المرتبطة بتقديم الخدمة الجمركية، ويشمل المباني والمرافق والتجهيزات والأجهزة التقنية المستخدمة في المنافذ الجمركية، فضلاً عن المظهر العام للموظفين ووسائل الاتصال المتاحة. ويُعدّ هذا البعد ذا أهمية خاصة في سياق المنافذ الجمركية لأنه يُشكّل الانطباع الأول لدى المستفيدين عن مستوى الخدمة المُقدّمة (Parasuraman et al., 1988).

البعد الثاني: الاعتمادية (Reliability) يُعبّر عن قدرة المنفذ الجمركي على تقديم الخدمة الموعودة بشكل دقيق ومتسق وموثوق في كل مرة، ويتضمّن الالتزام بالمواعيد المُعلنة لإنجاز المعاملات الجمركية، ودقّة المعلومات والبيانات المُقدّمة للمستفيدين، وتنفيذ الإجراءات وفقاً للأنظمة واللوائح المُعتمدة دون أخطاء أو تأخير (الشمري، 2020).

البعد الثالث: الاستجابة (Responsiveness) يُشير إلى مدى استعداد موظفي المنفذ الجمركي لمساعدة المستفيدين وتقديم الخدمة لهم بسرعة وفعالية. ويشمل هذا البعد سرعة الاستجابة لاستفسارات المستفيدين

وشكاوهم، والمرونة في التعامل مع الحالات الطارئة والمواقف غير المعتادة، فضلاً عن الإعلام المُسبق بأوقات تقديم الخدمة ومتطلباتها (الورافي ومركة، ٢٠٢٠).

البُعد الرابع: الأمان (Assurance) يتعلّق بمدى معرفة وكفاءة موظفي المنفذ الجمركي وقدرتهم على بثّ الثقة والطمأنينة لدى المستفيدين. ويشمل هذا البُعد المؤهلات والمهارات المهنية للموظفين، ولباقتهم وحسن تعاملهم، وقدرتهم على الإجابة عن أسئلة المستفيدين بدقّة ووضوح، فضلاً عن الشعور بالأمان في التعاملات المالية والمعلوماتية (زهرة، ٢٠٢٢).

البُعد الخامس: التعاطف (Empathy) يُعبّر عن مدى اهتمام المنفذ الجمركي بالمستفيدين كأفراد لهم احتياجات وظروف خاصة، ويشمل تقديم اهتمام شخصي للمستفيدين، وفهم متطلباتهم الخاصة، وتوفير ساعات عمل مناسبة ومرنة، والتواصل بأسلوب واضح ومُبسّط يُراعي تنوّع خلفيات المستفيدين الثقافية واللغوية (الشمائلة والعضايلة، ٢٠٢٣).

الدراسات السابقة المرتبطة بجودة الخدمات

أولاً: الدراسات العربية

دراسة الثويني (2023) التي هدفت إلى تقديم نموذج مقترح لقياس تأثير أبعاد جودة الخدمات الإلكترونية على رضا العملاء في القطاع الحكومي السعودي. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتكوّنت العينة من مجموعة من المستفيدين من الخدمات الإلكترونية الحكومية. وتوصّلت الدراسة إلى أنّ جميع أبعاد جودة الخدمات الإلكترونية تُؤثّر بشكل إيجابي ودالّ إحصائياً على رضا العملاء، وأنّ بُعد الاعتمادية كان الأكثر تأثيراً يليه بُعد الاستجابة. وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز موثوقية الخدمات الإلكترونية الحكومية وسرعة الاستجابة لاحتياجات المستفيدين، مع التأكيد على أهمية التحسين المستمر لجميع أبعاد الجودة بشكل متوازن (الثويني، ٢٠٢٣).

دراسة السخن والجبر (2022) التي هدفت إلى قياس جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها في رضا متلقي الخدمة، بالتطبيق على موقع إدارة ترخيص السواقين والمركبات في الأردن. استخدمت الدراسة المنهج

الوصفي التحليلي، وبلغت عينتها مجموعة من متلقي الخدمة عبر الموقع الإلكتروني. وكشفت النتائج عن وجود أثر ذي دلالة إحصائية لجودة الخدمات الإلكترونية بأبعادها المختلفة على رضا متلقي الخدمة، وأن بُعد سهولة الاستخدام والأمان من أبرز الأبعاد المؤثرة. وأوصت الدراسة بتطوير المنصات الإلكترونية الحكومية وتعزيز أنظمة الحماية والأمان فيها، مع ضرورة تدريب الكوادر البشرية على تقديم الدعم التقني للمستخدمين (السخن والجازي والجبر، ٢٠٢٢).

دراسة جعفر (2023) التي هدفت إلى التعرف على دور التسويق الداخلي في تحقيق جودة خدمات المعلومات في مكتبات الكليات التقنية العراقية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، وتكونت العينة من العاملين والمستخدمين في المكتبات المدروسة. وتوصلت الدراسة إلى أن تطبيق ممارسات التسويق الداخلي يسهم بشكل إيجابي في تحسين جودة الخدمات المقدمة، وأن تدريب العاملين وتحفيزهم من أبرز عوامل تحسين الجودة. وأوصت الدراسة بتبني مفهوم التسويق الداخلي في المؤسسات الخدمية وتعزيز الاهتمام بالعاملين بوصفهم عملاء داخليين (جعفر، 2023)

ثانياً: الدراسات الأجنبية

دراسة (Ali et al. (2021) التي هدفت إلى قياس أثر جودة الخدمات على رضا العملاء في قطاع الفنادق، باستخدام أبعاد نموذج SERVQUAL الخمسة. اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي، وتكونت العينة من (٣٠٠) نزيل فندقي. وأظهرت النتائج أن جميع أبعاد جودة الخدمة تؤثر إيجابياً وبشكل دال إحصائياً على رضا العملاء، وأن بُعد الاعتمادية والاستجابة كانا الأكثر تأثيراً. وأوصت الدراسة بضرورة تركيز المنظمات الخدمية على تعزيز موثوقية الخدمة وسرعة الاستجابة لاحتياجات العملاء بوصفهما أكثر الأبعاد حساسية لديهم (Ali et al., 2021).

دراسة (Demirel (2022) المنشورة في Journal of Business Economics and Management ، والتي هدفت إلى فحص أثر جودة الخدمة على رضا العملاء في العصر الرقمي، مع التركيز على إدارة علاقات العملاء الرقمية (Digital CRM). استخدمت الدراسة المنهج الكمي المسحي، وبلغت عينتها (٤٢٠) عميلاً. وتوصلت النتائج إلى أن جودة الخدمة الرقمية تؤثر بشكل إيجابي وجوهري على رضا العملاء، وأن التعاطف

الرقمي — المُتمثّل في تخصيص الخدمة وفقاً لاحتياجات العميل الفردية — أصبح بُعداً محورياً في البيئة الرقمية. وأوصت الدراسة بدمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في أنظمة إدارة علاقات العملاء لتعزيز تخصيص والاستجابة الفورية. (Demirel, 2022)

دراسة (Uzir et al. (2021 المنشورة في Journal of Retailing and Consumer Services ، والتي هدفت إلى فحص أثر جودة الخدمة والقيمة المُدرّكة والثقة في موظفي الخدمة على رضا العملاء في سياق خدمات التوصيل المنزلي. استخدمت الدراسة المنهج الكمي، وبلغت عينتها (٥٣٨) مستفيداً في بنغلاديش. وكشفت النتائج عن أنّ جودة الخدمة والقيمة المُدرّكة والثقة تُؤثّر جميعها إيجابياً على رضا العملاء، وأنّ الثقة في موظفي الخدمة تلعب دوراً وسيطاً مهماً في العلاقة بين جودة الخدمة والرضا. وأوصت الدراسة بأنّ على المنظمات الخدمية الاستثمار في تأهيل موظفي الخط الأمامي وبناء ثقة العملاء بهم بوصف ذلك عاملاً حاسماً في تحقيق الرضا. (Uzir et al., 2021)

2.3. المتغير التابع: رضا المستفيدين

تمهيد

يحتلّ مفهوم رضا المستفيدين مكانة مركزية في الفكر الإداري المعاصر، إذ لم يعد مجرد مؤشر لقياس جودة الخدمة، بل أصبح هدفاً استراتيجياً تسعى المنظمات — العامة والخاصة على حدّ سواء — إلى تحقيقه والارتقاء به باستمرار. وفي سياق القطاع الحكومي السعودي، اكتسب رضا المستفيدين أهمية متزايدة في ظل رؤية المملكة ٢٠٣٠ التي وضعت تحسين تجربة المستفيد من الخدمات الحكومية في صلب أولوياتها، حيث أُسس المركز الوطني لقياس أداء الأجهزة العامة (أداء) بهدف قياس رضا المستفيدين ومتابعة تحسين الخدمات الحكومية بشكل منهجي ومستمر. ويُعدّ فهم هذا المفهوم ومحدداته وأبعاده أمراً جوهرياً لأيّ مسعى يهدف إلى الارتقاء بمستوى الخدمات الجمركية المُقدّمة في المنافذ السعودية (الحارثي والزهراني، ٢٠٢٤).

أولاً: مفهوم رضا المستفيدين

حظي مفهوم رضا المستفيدين باهتمام واسع من الباحثين، مما أفرز تعريفات متعددة تعكس تنوع المقاربات النظرية لهذا المفهوم. ويُعدّ تعريف أوليفر (Oliver, 1997) من أكثر التعريفات استخداماً، حيث عرّف الرضا بأنه "الحكم الذي يُصدره المستفيد على مدى تحقيق المنتج أو الخدمة لمستوى ممتع من الإشباع المرتبط بالاستهلاك". (Oliver, 1997, p.13) ويُعرّفه كوتلر (Kotler, 2016) بأنه "مشاعر السعادة أو خيبة الأمل التي تتولّد لدى الفرد نتيجة مقارنته بين الأداء المُدرّك للخدمة وتوقعاته المُسبقة عنها"، فإذا تطابق الأداء مع التوقعات تحقّق الرضا، وإذا فاقها تحقّقت السعادة، أما إذا قصر الأداء عن التوقعات فإنّ المستفيد يشعر بعدم الرضا. (Kotler, 2016, p.153) وفي السياق الحكومي، يُعرّف رضا المستفيدين بأنه التقييم الشامل الذي يُصدره المستفيد من الخدمة الحكومية على تجربته الكلية مع الجهة مُقدّمة الخدمة، بما يشمل جودة الخدمة ذاتها وسهولة الحصول عليها والمعاملة التي يتلقاها من الموظفين (آل راكمه، ٢٠٢٥).

ثانياً: أهمية رضا المستفيدين

تتجلّى أهمية رضا المستفيدين في كونه المؤشر الأكثر موثوقية لتقييم كفاءة الخدمات المُقدّمة وفاعليتها من منظور المستفيد نفسه، وليس من منظور مُقدّم الخدمة فحسب. ففي القطاع الحكومي، يُسهم رضا المستفيدين في تعزيز ثقة المواطنين في المؤسسات الحكومية وزيادة مستوى الامتثال الطوعي للأنظمة والقوانين، مما يُخفّض تكاليف الرقابة والإنفاذ (الضمري والجفري، ٢٠٢٤). كما يُعدّ قياس رضا المستفيدين أداةً تشخيصية فعّالة تُمكن الإدارة من تحديد جوانب القوة في الخدمة وتعزيزها، وكشف جوانب الضعف ومعالجتها، مما يُوجّه عملية التحسين المستمر نحو الأولويات الحقيقية التي يهتمّ بها المستفيدون. وعلى المستوى الاستراتيجي، يُعدّ مؤشر رضا المستفيدين أحد المعايير الرئيسية لتقييم أداء الأجهزة الحكومية في المملكة العربية السعودية ضمن منظومة قياس الأداء الوطنية (الحارثي والحارثي، ٢٠٢٤).

ثالثاً: أهداف تحقيق رضا المستفيدين

يسعى تحقيق رضا المستفيدين في المنافذ الجمركية إلى عدة أهداف متكاملة، من أبرزها تقديم تجربة خدمية متميزة ومتسقة تتوافق مع المعايير الدولية وأفضل الممارسات في الإدارة الجمركية. كذلك يهدف إلى تعزيز الشراكة بين الهيئة والمستفيدين من خلال بناء قنوات تواصل فعّالة تُتيح الاستماع لملاحظاتهم والاستجابة

لاحتياجاتهم بشكل استباقي. ومن أهدافه أيضاً دعم التحول الرقمي في الخدمات الجمركية بما يُيسر الإجراءات ويُقلل من الجهد والوقت اللازمين للحصول على الخدمة، فضلاً عن رفع مستوى الشفافية والعدالة في تقديم الخدمات لجميع المستفيدين دون تمييز (الشاميلة والعضائية، ٢٠٢٣)

رابعاً: أبعاد رضا المستفيدين

يُحدّد رضا المستفيدين بمجموعة من الأبعاد المتكاملة التي يُمكن إجمالها فيما يلي:

البُعد الأول: الرضا عن جودة الخدمة: (Service Quality Satisfaction) يتعلّق بتقييم المستفيد لمستوى جودة الخدمة الجمركية المُقدّمة له من حيث الدقة والسرعة والموثوقية، ومدى تطابقها مع توقعاته المُسبقة (الورافي ومرفقة، ٢٠٢٠).

البُعد الثاني: الرضا عن التعامل: (Interaction Satisfaction) يُعبّر عن تقييم المستفيد لأسلوب تعامل الموظفين معه من حيث اللباقة والاحترام والاهتمام والاستعداد للمساعدة والقدرة على حلّ المشكلات (زهرة، 2022).

البُعد الثالث: الرضا عن البيئة المادية: (Physical Environment Satisfaction) يشمل تقييم المستفيد للمرافق والتجهيزات والبنية التحتية المتوفرة في المنفذ الجمركي من حيث النظافة والتنظيم والراحة وتوافر التقنيات الحديثة (الحارثي والحارثي، ٢٠٢٤)

البُعد الرابع: الرضا الكلي: (Overall Satisfaction) يُمثّل التقييم الشامل والإجمالي للمستفيد لتجربته الكلية مع المنفذ الجمركي، والذي يتشكّل من تفاعل الأبعاد السابقة مجتمعة ويتأثر بتجاربه التراكمية السابقة وتوقعاته المستقبلية. (Oliver, 1997)

الدراسات السابقة المرتبطة برضا المستفيدين

أولاً: الدراسات العربية

دراسة الضمري والجفري (2024) التي هدفت إلى قياس أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على كلٍّ من رضا المستفيدين والولاء التنظيمي للموظفين في المستشفيات الحكومية بمدينة جدة .اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وبلغت عينتها مجموعة من المستفيدين والموظفين في المستشفيات المدروسة. وتوصلت النتائج إلى أنّ تطبيق إدارة الجودة الشاملة يُؤثر إيجابياً وبشكل دالّ إحصائياً على رضا المستفيدين، وأنّ بُعد التركيز على العميل كان الأكثر تأثيراً في تحقيق الرضا. وأوصت الدراسة بتعزيز ثقافة الجودة الشاملة في المؤسسات الحكومية الصحية وتخصيص موارد كافية لتحسين تجربة المستفيد (الضمري والجفري، ٢٠٢٤).

دراسة آل رAKE (2025) التي هدفت إلى قياس أثر برنامج الإحالات الطبية في تحقيق رضا المستفيدين في مستشفى نجران العام بالمملكة العربية السعودية. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكوّنت العينة من المستفيدين من خدمات الإحالة الطبية. وأظهرت النتائج أنّ كفاءة برنامج الإحالات تُؤثر إيجابياً على رضا المستفيدين، وأنّ سرعة الاستجابة وجودة التواصل من أبرز محددات الرضا. وأوصت الدراسة بتطوير آليات المتابعة الرقمية للإحالات وتعزيز التنسيق بين المرافق الصحية لتقليل زمن الانتظار (آل رAKE، ٢٠٢٥).

دراسة الحارثي والزهراني (2024) التي هدفت إلى التعرف على دور التقنيات الرقمية في تحقيق رضا المستفيدين عن الخدمات في القطاع الصحي السعودي بالتطبيق على مستشفيات الطائف. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وبلغت عينتها مجموعة من المستفيدين من الخدمات الصحية الرقمية. وتوصلت الدراسة إلى أنّ التقنيات الرقمية تُسهم بشكل كبير في تحسين رضا المستفيدين، ولا سيّما من حيث سهولة الوصول للخدمة وتقليل أوقات الانتظار وتحسين جودة المعلومات المُقدّمة. وأوصت الدراسة بتوسيع نطاق الخدمات الرقمية في القطاع الصحي والاستثمار في البنية التحتية التكنولوجية (الحارثي والزهراني، ٢٠٢٤).

ثانياً: الدراسات الأجنبية

دراسة Slack & Singh (2020) المنشورة في The TQM Journal ، والتي هدفت إلى فحص أثر جودة الخدمة على رضا العملاء وولائهم، مع اختبار الدور الوسيط لرضا العملاء في العلاقة بين جودة الخدمة والولاء، بالتطبيق على محلات السوبرماركت في فيجي. استخدمت الدراسة المنهج الكمي، وبلغت عينتها (٣٦٧) عميلاً. وكشفت النتائج عن أنّ جودة الخدمة تُؤثر إيجابياً على رضا العملاء، وأنّ الرضا بدوره يتوسّط العلاقة

بين جودة الخدمة والولاء بشكل كامل. وأوصت الدراسة بأن تحقيق ولاء العملاء يمرّ بالضرورة عبر تحقيق رضاهم أولاً، مما يجعل الاستثمار في جودة الخدمة استثماراً في الولاء طويل الأمد (Slack & Singh, 2020).

دراسة (Nguyen et al., 2020) المنشورة في The Journal of Asian Finance, Economics and Business، والتي هدفت إلى قياس أثر جودة الخدمة ورضا العملاء وتكاليف التحويل على ولاء العملاء في قطاع الاتصالات الفيتنامي. اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي، وبلغت عينتها (٤٠٠) عميل. وتوصلت النتائج إلى أنّ جودة الخدمة تؤثر مباشرة في رضا العملاء، وأنّ كلاً من الرضا وتكاليف التحويل يؤثران إيجابياً على ولاء العملاء. وأوصت الدراسة بضرورة التركيز على تحسين أبعاد جودة الخدمة التي يؤلّوها العملاء أهمية أكبر وتعزيز آليات قياس الرضا بشكل دوري. (Nguyen et al., 2020)

دراسة (Supriyanto et al., 2021) المنشورة في Cogent Business & Management، والتي هدفت إلى فحص أثر جودة الخدمة ورضا العملاء على ولاء عملاء البنوك. استخدمت الدراسة المنهج الكمي المسحي، وبلغت عينتها (٢١٠) عملاء بنكيين. وأظهرت النتائج أنّ جودة الخدمة تؤثر إيجابياً وبشكل دالّ على رضا العملاء، وأنّ الرضا يُعدّ المتغير الوسيط الأقوى في تحقيق ولاء العملاء. وأوصت الدراسة بضرورة أن تستثمر البنوك في تدريب موظفي الخطوط الأمامية وتحسين البيئة المادية للفروع وتعزيز الخدمات الإلكترونية لرفع مستوى الرضا. (Supriyanto et al., 2021)

2.4. العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية ورضا المستفيدين

العلاقة النظرية

تستند العلاقة النظرية بين جودة الخدمات ورضا المستفيدين إلى عدة نظريات ونماذج مرجعية تُفسّر ديناميكيات هذه العلاقة وآلياتها. ويُعدّ نموذج الفجوة (Gap Model) الذي طوّره باراسارامان وزملاؤه (Parasuraman et al., 1985) الإطار النظري الأكثر استخداماً، حيث يرى أنّ الرضا يتحدّد بمقدار الفجوة بين توقعات المستفيد للخدمة وإدراكه لمستوى الأداء الفعلي؛ فكلّما ضاقت هذه الفجوة أو انعدمت، ارتفع مستوى الرضا.

ويعني ذلك أنّ تحسين أبعاد جودة الخدمة الخمسة — الملموسية والاعتمادية والاستجابة والأمان والتعاطف — يُقلّص هذه الفجوة ويرفع مستوى الرضا بشكل مباشر.

كذلك تُفسّر نظرية عدم المطابقة (Expectancy-Disconfirmation Theory) لأوليفر (Oliver, 1980) هذه العلاقة من خلال ثلاثة سيناريوهات: فإذا فاق الأداء المُدرك التوقعات تحقّق "عدم المطابقة الإيجابية" التي تُؤدّ الرضا، وإذا تطابق الأداء مع التوقعات تحقّقت "المطابقة" التي تُنتج رُضاً محايداً، أما إذا قصر الأداء عن التوقعات فتتحقّق "عدم المطابقة السلبية" التي تُفضي إلى عدم الرضا. وبتطبيق هذه النظرية على المنافذ الجمركية، فإنّ كل بُعد من أبعاد جودة الخدمة يُشكّل محوراً للمقارنة بين التوقعات والأداء؛ فمثلاً يُقارن المستفيد بين توقعاته لسرعة إنجاز المعاملة الجمركية (الاستجابة) والزمن الفعلي الذي استغرقته، أو بين توقعاته لمستوى تعامل الموظفين (التعاطف والأمان) وأسلوب التعامل الفعلي الذي اختبره.

وتُضيف نظرية القيمة المُدركة (Perceived Value Theory) بُعداً آخر لفهم هذه العلاقة، إذ لا يقتصر تقييم المستفيد على جودة الخدمة بحدّ ذاتها، بل يمتدّ ليشمل القيمة التي يحصل عليها مقارنة بالجهد والوقت والتكلفة التي يبذلها للحصول على الخدمة. وفي سياق الخدمات الجمركية، تتأثّر القيمة المُدركة بعوامل مثل بساطة الإجراءات وشفافية الرسوم وتوافر المعلومات وإمكانية إنجاز المعاملات إلكترونياً. (Zeithaml, 1988)

الدراسات السابقة المرتبطة بالعلاقة بين المتغيرين

أولاً: الدراسات العربية

دراسة الورافي ومركة (2020) التي هدفت إلى قياس أثر جودة الخدمات على رضا المستفيدين في الملحقة الثقافية اليمنية بالأردن. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتكوّنت العينة من المستفيدين من خدمات الملحقة. وتوصّلت الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لجودة الخدمات بأبعادها الخمسة (الملموسية، والاعتمادية، والاستجابة، والأمان، والتعاطف) على رضا المستفيدين، وأنّ بُعد الاعتمادية كان الأكثر تأثيراً. وأوصت الدراسة بتعزيز موثوقية الخدمات المُقدّمة وتطوير آليات التواصل مع المستفيدين (الورافي ومركة، ٢٠٢٠).

دراسة الشمري (2020) التي هدفت إلى قياس أثر جودة خدمات مكتبات الجامعة على رضا أعضاء هيئة التدريس بالتطبيق على جامعة الملك سعود. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكوّنت العينة من أعضاء هيئة التدريس المستفيدين من خدمات المكتبات. وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين أبعاد جودة الخدمة ورضا المستفيدين، وأنّ بُعد الاستجابة والتعاطف من أبرز الأبعاد المؤثرة في الرضا. وأوصت الدراسة بتطوير خدمات المكتبات الرقمية وتعزيز مهارات التواصل لدى العاملين في المكتبات (الشمري، ٢٠٢٠).

دراسة زهرة (2022) التي هدفت إلى قياس أثر أبعاد جودة الخدمة على رضا العملاء بالتطبيق على شركات الاتصالات الخلوية السورية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتكوّنت العينة من عملاء شركات الاتصالات. وكشفت النتائج عن أنّ جميع أبعاد جودة الخدمة وفقاً لنموذج SERVQUAL تُؤثر إيجابياً وبشكل دالّ على رضا العملاء، وأنّ بُعد الأمان والاعتمادية حقّقاً أعلى مستويات التأثير. وأوصت الدراسة بضرورة إيلاء أبعاد الأمان والاعتمادية اهتماماً خاصاً في خطط تحسين الخدمة، مع الحفاظ على التحسين المتوازن لجميع الأبعاد (زهرة، ٢٠٢٢).

ثانياً: الدراسات الأجنبية

دراسة (Mahsyar & Surapati, 2020) التي هدفت إلى فحص أثر جودة الخدمة وجودة المنتج على رضا العملاء وولائهم. استخدمت الدراسة المنهج الكمي، وبلغت عينتها (٣٨٤) عميلاً. وتوصّلت النتائج إلى أنّ جودة الخدمة تُؤثر بشكل أقوى من جودة المنتج على رضا العملاء، وأنّ الرضا يتوسّط العلاقة بين الجودة والولاء بشكل كامل. وأوصت الدراسة بأنّ المنظمات التي تُعطي الأولوية لجودة الخدمة تتمتع بميزة تنافسية مستدامة من خلال بناء قاعدة عملاء راضين ومخلصين. (Mahsyar & Surapati, 2020)

دراسة (Wang et al., 2020) المنشورة في SAGE Open ، والتي هدفت إلى قياس أثر جودة الخدمة ورضا العملاء على نوايا إعادة الاستخدام في قطاع النقل بالسكك الحديدية الحضرية في مدينة تيانجين الصينية. استخدمت الدراسة المنهج الكمي، وبلغت عينتها (526) مستخدماً. وأظهرت النتائج أنّ جودة الخدمة تُؤثر إيجابياً وبشكل مباشر على رضا العملاء، وأنّ أبعاد الملموسية والاعتمادية والأمان كانت الأكثر تأثيراً في

سياق خدمات النقل العام. كما تبين أنّ الرضا يُعدّ المُنبئ الأقوى بنوايا إعادة الاستخدام. وأوصت الدراسة بضرورة تحسين البنية التحتية المادية وتعزيز موثوقية الخدمة وأمانها في قطاع النقل العام (Wang et al., 2020).

دراسة (Prasilowati et al. (2021 المنشورة في The Journal of Asian Finance, Economics and Business، والتي هدفت إلى فحص أثر جودة الخدمة على رضا العملاء مع اختبار الدور المُعدّل للسعر. استخدمت الدراسة المنهج الكمي، وبلغت عينتها (٢٧٠) عميلاً. وكشفت النتائج عن أنّ جودة الخدمة بأبعادها الخمسة تؤثر إيجابياً على رضا العملاء، وأنّ السعر يُعدّل هذه العلاقة بحيث يضعف تأثير الجودة على الرضا عند ارتفاع السعر بشكل مبالغ فيه. وأوصت الدراسة بضرورة الموازنة بين تحسين جودة الخدمة وإدارة سياسات التسعير لتحقيق أقصى مستوى من رضا العملاء (Prasilowati et al., 2021).

2.5. الخاتمة

من خلال الاستعراض المنهجي للأدبيات النظرية والدراسات السابقة الذي قُدّم في هذا الفصل، يتبين بوضوح وجود إجماع واسع — في الأدبيات العربية والأجنبية على حدّ سواء — على أنّ جودة الخدمات بأبعادها الخمسة وفقاً لنموذج SERVQUAL تُمثّل محدداً جوهرياً لرضا المستفيدين عبر مختلف القطاعات والسياقات الثقافية. وقد أكّدت جميع الدراسات المُستعرضة وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا المستفيدين، وإنّ تباينت في تحديد البُعد الأكثر تأثيراً تبعاً لطبيعة القطاع وخصوصية السياق.

وتتميّز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في عدة جوانب: أولاً، تطبيقها في سياق الخدمات الجمركية الذي لم يحظَ بالقدر الكافي من الاهتمام البحثي مقارنة بقطاعات أخرى كالصحة والتعليم والاتصالات. ثانياً، تركيزها على المنافذ السعودية التابعة لهيئة الزكاة والضريبة والجمارك التي تشهد تحولات نوعية في إطار رؤية المملكة 2030. ثالثاً، إسهامها في سدّ الفجوة البحثية المتعلقة بقياس جودة الخدمات الجمركية من منظور المستفيدين في البيئة السعودية، مما يُوفّر بيانات تطبيقية تُثري الأدبيات الإدارية وتدعم صنّاع القرار في الهيئة لتحسين خدماتها والارتقاء بمستوى رضا المستفيدين.

قائمة المراجع

- الورافي، محمد عبدالكريم علي، و مرقعة، منار رياض شعبان. (٢٠٢٠). أثر جودة الخدمات على رضا المستفيدين: دراسة حالة: الملحقية الثقافية اليمنية في الأردن (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة البلقاء التطبيقية، السلط. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1309255>
- الشمري، عبدالرحمن بن عبدالله. (٢٠٢٠). أثر جودة خدمات مكتبات الجامعة على رضا أعضاء هيئة التدريس: دراسة تطبيقية على جامعة الملك سعود. مجلة جامعة الملك سعود - العلوم الإدارية، مج ٢٩، ع ١ ، ١٧ - ١٠. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1186623>
- السخن، أيمن حسنى أسعد، الجازي، علي سويلم مهنا، و الجبر، إياد جبر خالد. (٢٠٢٢). جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها في رضا متلقي الخدمة: دراسة تطبيقية على موقع إدارة ترخيص السواقين والمركبات. مجلة الدراسات الأمنية، ع ١٨ ، ٤٣ - ٩٣. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1426997>
- الهزايمة، عامر موسى، و كنعان، رائد كريم. (٢٠٢٠). أثر جودة خدمات الحكومة الإلكترونية في مستوى رضا المستفيدين في المملكة الأردنية الهاشمية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عمان العربية، عمان. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1180540>
- الشمالية، سمر محمود سليمان، و العضايلة، علي بن محمد عمر. (٢٠٢٣). أثر جودة الخدمات الإلكترونية في مستوى رضا طلبة الدراسات العليا في جامعة مؤتة (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة مؤتة، مؤتة. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1404975>
- جعفر، ضمياء عبدالاله. (٢٠٢٣). دور التسويق الداخلي في تحقيق جودة خدمات المعلومات في مكتبات الكليات التقنية. المجلة العراقية للمعلومات، مج ٢٤، ع ١، ٢٩ - ١٧٩. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1492159>
- الضمري، أيمن عبدالرحمن محمد، و الجفري، علي بن عمر. (٢٠٢٤). أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على كل من رضا المستفيدين والولاء التنظيمي للموظفين: دراسة ميدانية للمستشفيات الحكومية

بمدينة جدة. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، مج ١٦، ع ١٤، ٢٧٨ - ٣٠٦. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1460527>

• زهرة، ريان. (٢٠٢٢). أثر أبعاد جودة الخدمة على رضا العملاء: دراسة ميدانية على عملاء شركات الاتصالات الخلوية السورية. مجلة جامعة البعث سلسلة العلوم الاقتصادية، مج ٤٤، ع ٢٣، ٢٩ - ٥٥. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1332260>

• الحارثي، ماجد يحيى عبدالرحمن، و الحارثي، عبدالله شاكرك دخیل. (٢٠٢٤). دور الاعتمادية والتحول الرقمي في تحقيق رضا المستفيدين بالتطبيق على مستشفى الولادة والأطفال في الخرج. مكتبات نت، مج ٢٥، ع ١٤، ٦ - ٢٣. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1518410>

• الحارثي، سامي عبدالله عواض، و الزهراني، عبدالرحمن سعيد عبدالله. (٢٠٢٤). دور التقنيات الرقمية في تحقيق رضا المستفيدين عن الخدمات في القطاع الصحي السعودي بالتطبيق على المستشفيات في الطائف. مكتبات نت، مج ٢٥، ع ١٤، ٢٤ - ٣٨. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1518422>

• الثويني، سليمان بن عبدالله. (٢٠٢٣). نموذج مقترح لقياس تأثير أبعاد جودة الخدمات الإلكترونية على رضا العملاء في القطاع الحكومي. مجلة عجمان للدراسات والبحوث، مج ٢٢، ع ١٤، ١ - ٤١. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1398443>

• أحمد، إيهاب محمد خيرى سيد. (٢٠٢٤). التحول الرقمي كمدخل لتحسين جودة الخدمات المقدمة بالأندية الرياضية. المجلة العلمية لعلوم التربية الرياضية، مج ٣٣، ع ٢٤، ٥٥ - ٨١. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1515130>

• آل راكمه، عبدالله مبارك ظافر. (٢٠٢٥). أثر برنامج الإحالات الطبية وتحقيق رضا المستفيدين في مستشفى نجران العام الجديدة بالمملكة العربية السعودية. مجلة مستقبل العلوم الاجتماعية، مج ٢١، ع ١٤، ٣ - ٥٤. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1573498>

• السخن، أيمن حسنى أسعد، الجازي، علي سويلم مهنا، و الجبر، إياد جبر خالد. (٢٠٢٢). جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها في رضا متلقي الخدمة: دراسة تطبيقية على موقع إدارة ترخيص السواقين

- Ali, B. J., Gardi, B., Othman, B. J., Ahmed, S. A., Ismael, N. B., Hamza, P. A., ... & Anwar, G. (2021). Hotel service quality: The impact of service quality on customer satisfaction in hospitality. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(3), 14-28.
- Ali, B. J., Saleh, P. F., Akoi, S., Abdulrahman, A. A., Muhamed, A. S., Noori, H. N., & Anwar, G. (2021, May). Impact of service quality on the customer satisfaction: Case study at online meeting platforms. In Ali, BJ, Saleh, Akoi, S., Abdulrahman, AA, Muhamed, AS, Noori, HN, Anwar, G.(2021). Impact of Service Quality on the Customer Satisfaction: Case study at Online Meeting Platforms. *International journal of Engineering, Business and Management* (Vol. 5, No. 2, pp. 65-77).
- Mahsyar, S., & Surapati, U. (2020). Effect of service quality and product quality on customer satisfaction and loyalty. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR)*, 4(01).
- Demirel, D. (2022). The effect of service quality on customer satisfaction in digital age: customer satisfaction based examination of digital CRM. *Journal of Business Economics and Management*, 23(3), 507-531.
- Slack, N. J., & Singh, G. (2020). The effect of service quality on customer satisfaction and loyalty and the mediating role of customer satisfaction: Supermarkets in Fiji. *The TQM Journal*, 32(3), 543-558.
- Supriyanto, A., Wiyono, B. B., & Burhanuddin, B. (2021). Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1937847
- Nguyen, D. T., Pham, V. T., Tran, D. M., & Pham, D. B. T. (2020). Impact of service quality, customer satisfaction and switching costs on customer loyalty. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 395-405.

- Maharsi, A. R., Njotoprajitno, R. S., Hadiano, B., & Wiraatmaja, J. (2021). The effect of service quality and customer satisfaction on purchasing intention: A case study in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business (JAFEB)*, 8(4), 475-482.
- Prasilowati, S. L., Suyanto, S., Safitri, J., & Wardani, M. K. (2021). The impact of service quality on customer satisfaction: The role of price. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 451-455.
- Uzir, M. U. H., Al Halbusi, H., Thurasamy, R., Hock, R. L. T., Aljaberi, M. A., Hasan, N., & Hamid, M. (2021). The effects of service quality, perceived value and trust in home delivery service personnel on customer satisfaction: Evidence from a developing country. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102721.
- Wang, Y., Zhang, Z., Zhu, M., & Wang, H. (2020). The impact of service quality and customer satisfaction on reuse intention in urban rail transit in Tianjin, China. *Sage Open*, 10(1), 2158244019898803
- Tran, V. D., & Le, N. M. T. (2020). Impact of service quality and perceived value on customer satisfaction and behavioral intentions: Evidence from convenience stores in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 517-526.
- Rusmahafi, F. A., & Wulandari, R. (2020). The effect of brand image, service quality, and customer value on customer satisfaction. *International Review of Management and Marketing*, 10(4), 68.