

أثر التخطيط الإستراتيجي على رضا المتعاملين من وجهة نظر الإدارة الجمركية دراسة حالة بالمديرية الجهوية للجمارك سطيف وميناء جيجل

د/ ربيع المسعود

جامعة سطيف

الملخص :

Abstract :

This research aims to study the relation between strategic planning and costumers satisfaction in Regional Department of costumers in Setif and Port of Djendjen

The number of the population sample is equal to 70 person. The findings of this research show that strategic planning and costumers satisfaction in the studied population is strong. The results confirm a strong positive correlation between strategic planning and costumers satisfaction

Keywords: strategic planning, costumers satisfaction Port of Djendjen

تهدف هذه الدراسة لإبراز العلاقة بين التخطيط الاستراتيجي ورضا العميل ولهذا الغرض تم تصميم استبيان وزع على عينة الدراسة في كل من المديرية الجهوية للجمارك سطيف وميناء جنجن، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة تأثير قوية بين التخطيط الاستراتيجي ورضا العميل.

الكلمات المفتاحية:

الجمارك الجزائرية، رضا العميل،

التخطيط الاستراتيجي.

تمهيد:

تعتبر الإدارة الجمركية عصب الاقتصاد كونها الممول الرئيسي لخزينة الدولة، و شهد هذا القطاع إدخال العديد من الإصلاحات في مختلف المجالات بغية التماشي مع التطور التكنولوجي وتحرير التجارة الخارجية و مواكبة التطورات الحالية والمستقبلية لتحقيق أهدافها وضمان استقرارها. وبرز الاهتمام بالتخطيط الاستراتيجي ، كأسلوب فعال للتكيف مع المحيط الداخلي و الخارجي ، فهو يرتقي بمفهوم الإدارة الجمركية في الدول العربية من إدارة سلطوية إلى إدارة خدمية تتفاعل إيجابا وبيئتها لتحقيق رضا العميل. وفي هذا الإطار تحاول هذه الورقة البحثية معرفة مدى إلمام مختلف الإدارات الجزائرية في الإدارة الجمركية بمفاهيم التخطيط الاستراتيجي ؛ الرؤية الإستراتيجية؛ الأهداف؛ الرسالة؛ وانعكاس استيعاب هذه المفاهيم على رضا العملاء، وسيتم التطرق إلى نظرة الجمارك العربية لأبعاد التخطيط الاستراتيجي ورضا العميل وإسقاط ذلك على الإدارة الجمركية الجزائرية وهذا ما سيتم التطرق إليه فيما سيأتي.

إشكالية البحث

هل يؤثر التخطيط الإستراتيجي على رضا العميل من وجهة نظر العينة المدروسة في الإدارة الجمركية الجزائرية؟

فرضيات البحث

للإجابة على الإشكالية السابقة نستعرض الفرضيات التالية:

- 1- هناك إدراك متوسط للتخطيط الإستراتيجي في الإدارة الجمركية الجزائرية.
- 2- الاهتمام برضا العميل مرتفع في الإدارة الجمركية.
- 3- يوجد تأثير للتخطيط الإستراتيجي على رضا العميل في الإدارة الجمركية الجزائرية.

المحور الأول: التخطيط الاستراتيجي ورضا العميل في الإدارات الجمركية

أولاً: تفعيل الشراكة مع العميل وفوائدها

توجهت الإدارة الجمركية حديثاً لتبني مفهوم جديد يتمثل في مشاركة العملاء في الأداء الجمركي، أي تلك المشاركة التي تحدث عن طريق التفاعل الذي يتم بين الإدارة الجمركية التي تقوم بتقديم الخدمة والعميل متلقي الخدمة، ويطلق البعض على هذه العملية مصطلح "التقابل الخدمي" والتي ينتج عنها بطريقة مباشرة درجة رضا أو عدم رضا العميل وفقاً لانعكاسات تقديم الخدمة على العميل، وهناك العديد من الصور والأشكال التي تتم من خلالها هذه المشاركة حيث تقوم بعض الإدارات الجمركية بتوفير وحدات خدمة مجهزة للعملاء لكي يقوموا بأنفسهم بإدراج الإقرارات الجمركية ، وحتى مشاركة العميل مشاركة حقيقية عند دراسة أو وضع أي تعديلات على التشريعات والقوانين ،

وبالتالي يشعر هذا العميل بالارتياح والالتزام إزاء تطبيق هذه القوانين. إن تطبيق ثقافة مشاركة العميل في الأداء الجمركي لها جملة من الفوائد، والتي تتمثل في:

□ تلبية كافة احتياجات العميل وفقا لجودة المشاركة التي يقوم بها حيث أنه إلى المدى الذي تكون فيه المعلومات والبيانات التي يقدمها صحيحة ودقيقة، تكون هذه المشاركة فعالة وتؤدي إلى نتائج إيجابية؛

□ مشاركة العميل تؤدي إلى توافي الكثير من المشاكل التي قد تنتج عن بعضها عدم القدرة على تأدية الخدمة بالجودة التي تحقق معها رضا العميل؛

□ توفير النفقات والتكاليف التي يتكبدها العملاء في سبيل الحصول على الخدمة، حيث أن المشاركة تقلل من الحاجة لتلك النفقات التي تتكبدها الإدارة الجمركية للقيام بالخدمة، فيقوم العميل بها دون نفقات؛

□ مشاركة العميل في تقديم الخدمة تؤثر على فعالية وكفاءة تقديم الخدمة بالإيجاب؛

□ مشاركة العملاء تساعد الجمارك على وضع أهدافها بطريقة صحيحة بل تساعد على اختيار الآليات الجيدة لتحقيق هذه الأهداف؛

□ تحقيق درجة عالية من الالتزام الطوعي لدى المتعاملين والشعور بالانتماء والولاء للجمارك؛ إن العمل بهذا المفهوم الحديث يعود بالفائدة على كلا الطرفين، فمن ناحية المتعاملين فهو يوفر الخدمة بالتكلفة والجودة المطلوبة وفي الوقت المناسب، أما من ناحية الإدارة الجمركية فهي تستفيد من الالتزام الطوعي من طرف المتعاملين وبالتالي فهذا يقلل من عنصر الفساد في الإدارة الجمركية تقليل قضايا التحايل الجمركي والغش.

ثانيا: العلاقة بين التخطيط الاستراتيجي ورضا العميل في الإدارات الجمركية

يكتسي الزبون أهمية كبيرة بالنسبة للمنظمة وذلك راجع للمنافسة الشديدة بين

المنظمات والتي لا يستطيع أن يصمد في وجهها إلا من يسعى إلى إرضاء الزبون ويحقق متطلباته ورغباته بدرجة عالية ويتخطاها بشكل دائم ومستمر، وفي الحقيقة هذا لا يكون إلا من خلال إستراتيجية متكاملة تضع نصب عينها هدفا أساسيا هو تحقيق رضا الزبون، وفي سعي الشركة للمحافظة على البقاء في السوق يعمل المديرون اليوم على تقدير المستقبل وعلى مواجهته بشكل مدروس. ومن الجدير بالذكر أن رسالة المنظمة التي تعد نقطة البداية لعملية التخطيط الاستراتيجي تركز على ثلاثة أبعاد هي قطاعات المستهلكين الذين سيتم خدمتهم، احتياجات المستهلكين التي سيتم إشباعها، وأخيرا التكنولوجيا التي سيتم استخدامها لإشباع احتياجات المستهلكين، في حين الخطوة التالية من التخطيط الاستراتيجي وهي عملية التحليل لمواطن القوة والضعف، والفرص والتهديدات، حيث أن مواطن القوة التي تقود إلى إرضاء الزبون هي فقط التي يجب أن تؤخذ بنظر الاعتبار وأن تعد فوائد تنافسية، أما مواطن الضعف التي تؤثر بصورة مباشرة في إرضاء الزبون

فيجب أن تعد أضرارا تنافسية، في حين يرى بعض الكتاب حاجات الزبون غير الملباة فرصة أو تهديدا للمنظمة تبعا لقدرة الأخيرة على استغلال الموقف، وتركز عملية الخيار الاستراتيجي التي تعد الخطوة النهائية لعملية التخطيط الاستراتيجي على اختيار البديل الذي يحقق الأرباح، والنمو والنجاح للمنظمة، وهذا لا يتم إلا إذا كانت الشركة قد حققت رضا الزبائن عن أعمالها.

وبالتالي من أجل تحقيق رضا الزبون (العميل) فلا بد أن يكون ضمن كل عناصر التخطيط الاستراتيجي وكما سبق ذكره فإن رضا العميل لا بد أن يكون ضمن عناصر التخطيط الاستراتيجي، وهذا ما نجده في معظم رسالات الإدارات الجمركية، إذ يتم صياغة رسالتها بما يخدم عملاءها، مثلا رسالة جمارك الأردن "تقديم خدمات جمركية متميزة لكافة المتعاملين...".

وحتى تحقق الإدارة الجمركية درجة عالية من رضا العملاء فعليها التركيز على الآتي:

□ أن تكون الرؤية والأهداف والتصورات التي تتبناها الإدارة الجمركية واضحة للجميع عاملين ومتعاملين؛

□ أن يكون أحد الأهداف الإستراتيجية ينص بلغة صريحة على رضا العميل، أو أن تكون بعض هذه الأهداف تؤكد على الاهتمام بدرجة الرضا العالية التي تسعى الجمارك لتحقيقها؛

□ أن تتبنى الجمارك استراتيجيات عمل وخطط تنفيذية تحقق الاستجابة الفورية والمرونة لتلبية حاجات واحتياجات؛

□ أن تتضمن كافة الخطط أنشطة عمل تنطوي على تقديم أفضل خدمة بأقل تكلفة؛

□ أن تعمل الإدارة الجمركية على التحسين الدائم للأئمة والعمليات التي تقوم بها الخدمة العملاء.

المحور الثاني: نظرة حول التخطيط الاستراتيجي في الإدارات الجمركية

تتجه الإدارة الجمركية كسائر المنظمات الحديثة إلى تبني مفهوم التخطيط الاستراتيجي الذي يقودها لوضع خطة إستراتيجية واضحة لعملها الجمركي، تبرز من خلالها رؤيتها وتحدد رسالتها بالإضافة إلى توضيح أهدافها الإستراتيجية.

أولا: نظرة حول تطور رضا العميل في الإدارات الجمركية

إن المتفقد لمراحل تطور الإدارة الجمركية يجد أنها مرت بثلاثة مراحل، سلطة جمركية، إدارة جمركية، وأخيرا خدمة جمركية، ويمكن أن نوضحها فيما يلي:

تميزت المرحلة الأولى بأنها مصلحة سيادية يسودها المفهوم السلطوي المعتمد على الجباية والتحصيل، حيث أنه لم يكن هنالك أي اهتمام بالعمل بل كان رضا العميل بمثابة نوع من الانحراف الوظيفي، بما تميزت المرحلة الثانية بالروتينية والبيروقراطية في التعامل مع العميل، أما المرحلة الثالثة التي جاءت في مرحلة العمل في ظل مفهوم تيسير التجارة الدولية وتسهيلها والتي تسعى لدعم العملاء وتحقيق رضاهم وتخفيض تكلفتهم والارتقاء بمستوى الخدمة التي تقدمها لهم، وبذلك اتسمت هذه المرحلة بالتوجه نحو العميل، حيث أصبحت الجمارك تعمل للمرة الأولى

وفق مبدأ (التوجه بالعميل) أي أن يكون رضا العميل وتلبية احتياجاته هي الأساس في رسم كل السياسات ووضع كل البرامج وصياغة كل القرارات.

ثانيا: مفهوم الرؤية والرسالة والأهداف الإستراتيجية في الإدارة الجمركية

1. المنظمة العالمية للجمارك

تضع المنظمة العالمية للجمارك رؤية وتحدد رسالة تسعى للوصول إليها وتسعى لتحقيق جملة من الأهداف الإستراتيجية

الرؤية: تتولى منظمة العالمية للجمارك دور القائد وتقدم التوجيه والدعم لإدارات الجمارك الوطنية لتأمين وتسهيل التجارة المشروعة، ولضمان تحصيل الإيرادات، وحماية المجتمع وبناء القدرات.

الرسالة: جمارك قريبة وتسعى بقوة لقيادة وتسريع الاتصال في عالم سريع التغير وحدود منفصلة

الأهداف الإستراتيجية:

تسعى المنظمة إلى تحقيق سبعة أهداف إستراتيجية حددتها كما يلي:

□ تعزيز الأمن وتيسير التجارة الدولية، و تبسيط وتتميط النظم والتعريفات الجمركية.

□ العمل على تحصيل الإيرادات بشكل عادل وفعال وناجع.

□ حماية المجتمع والصحة العامة ومكافحة الغش.

□ دعم الإدارات الجمركية الوطنية لتبني معايير جمركية عصري وتعزيز قدراتها.

□ تشجيع كل الأطراف المعنية بالعمل الجمركي على تبادل المعلومات والتجارب والممارسات النموذجية التي تستحق الاقتداء.

□ تحسين أداء وسمعة للجمارك

□ إجراء الأبحاث والتحليل بشأن القضايا التي تهم الجمارك والتجارة الدولية بهدف تعزيز ثقافة الأداء الاحترافي من خلال إشاعة المعارف بين أعضاء المنظمة وأصحاب المصالح والأطراف المعنية.

ومن أهم التوصيات التي حددتها المنظمة العالمية للجمارك الأهداف الإستراتيجية حيث نصت على أنه يجب على الإدارات الجمركية أن تحدد بوضوح الأهداف الخاصة بها من خلال وضع ونشر تلك الأهداف في صورة خطة إستراتيجية توضح كيفية تنفيذ تلك الأهداف.

2. الجمارك الجزائرية

بعد الاطلاع على موقع الجمارك الجزائرية ووثائقها المتاحة لم نجد مايشير إلى وجود رؤية ورسالة واضحة ومكتوبة يمكن لجمهور المتعاملين الاطلاع عليها وهذا مدفعنا إلى التساؤل هل هذا بسبب طبيعة المؤسسة الشبه عسكرية؟ على عكس الإدارات الجمركية العربية الأخرى كما سنرى فيما

سيأتي، وتوصلنا استنتاجا إلى أن الجمارك الجزائرية تسعى لتحقيق الموازنة بين الرقابة والتسهيل، والعمل على تحقيق جملة من الأهداف الإستراتيجية تتمثل في:

□ تحسين حصيلة الدولة من الإيرادات.

□ تسهيل حركة الأشخاص والبضائع.

□ حماية المواطن والتراث الوطني.

□ عصرنه الإدارة والعمل الجمركي.

3. الجمارك الأردنية

الإدارة الجمركية الأردنية الأكثر تميزاً في الخدمات الجمركية وقد بدأت تطبيق التخطيط الاستراتيجي منذ سنوات بعيدة، واستمرت على هذا النهج لغاية وضع خطتها الإستراتيجية للأعوام (2014-2016) و يتضح ذلك في رؤيتها ورسالتها، فقد عملت هذه الإدارة طوال السنوات سابقة الذكر على تحقيق طموح الريادة في تقديم الخدمات الجمركية وبذلك فقد تجسدت رؤيتها في "جمارك أكثر تميزاً، داعمة للأمن والاقتصاد"، وقد عملت على تجسيد رؤيتها من خلال رسالتها والمتمثلة في " تقديم خدمة جمركية متميزة لكافة المتعاملين والمساهمة في حفز الاقتصاد، وأمن وحماية المجتمع، وفق ما يلبي متطلبات التنمية الشاملة ويواكب التطورات على الصعيدين المحلي، والعالمى". ولتحقيق رؤية الجمارك وتنفيذ رسالتها، تتجه نحو تحقيق الأهداف الإستراتيجية التالية:

□ مكافحة التهريب والحد من الأنشطة التجارية غير المشروعة

□ المساهمة في تحفيز بيئة العمل الاستثمارية .

□ رفد وتعزيز المورد المالى للخرينة .

□ تطوير الأداء والقدرات المؤسسية .

4. الجمارك السودانية

تعمل الإدارة الجمركية السودانية على تحقيق رؤيتها ورسالتها من خلال الخطة الإستراتيجية (2012-2016)، حيث تتمثل رؤيتها في "الجمارك السودانية قوة نظامية حدودية تقدم خدمة عامة متخصصة تتماشى مع المعايير الجمركية العالمية، وتساهم في التنمية الاقتصادية" وتتجسد رؤيتها من خلال رسالتها "قيادة العمل الجمركي بنزاهة وعدالة واحتراف نحو تبسيط وتسريع الإجراءات والتصدي لأنشطة التهريب وحماية الحدود بالتعاون مع شركائنا في العمل ونسعى في سبيل ذلك إلى استكمال برامج تقنية المعلومات وبناء القدرات في جوانب العمل الجمركي كافة". والمتأمل لرؤية الجمارك السودانية يتضح أنها تركز على حماية الحدود وتفعيل النزاهة في العمل الجمركي مما يسمح بتقليل أنشطة التهريب وكذلك التعاون مع الجهات ذات الصلة، و تبني تقنيات جمركية حديثة تواكب التطورات العالمية.

أما الأهداف الإستراتيجية للجمارك السودانية نذكرها في مايلي:

□ تسهيل التجارة وفق المعايير الدولية؛

□ تأمين الاقتصاد الوطني؛

□ حماية المجتمع وصيانة الحدود؛

□ تطوير الإدارة الجمركية لمواكبة جمارك القرن الحادي والعشرين؛

□ ترسيخ أخلاقيات العمل الجمركي ورفع درجة النزاهة؛

□ تعزيز درجة الالتزام والإنفاذ للتشريعات.

هذه الأهداف الإستراتيجية هي ترجمة لرسالة الإدارة الجمركية السودانية، وتعمل على تحقيقها وفقا لخطة إستراتيجية خماسية للأعوام (2012-2016)، في سبيل تحقيق رؤيتها.

5. الجمارك الإماراتية

تعمل الجمارك الإماراتية على تجسيد رؤية ورسالة وأهداف إستراتيجية واضحة في قيامها بمهامها نوجزها فيما سيأتي:

الرؤية: الريادة في العمل الجمركي لدعم أمن المجتمع وبناء اقتصاد تنافسي

الرسالة: وضع السياسات والتشريعات الجمركية والرقابة والتفتيش على تنفيذها وتعزيز التعاون الدولي بما يحقق تجارة آمنة ميسرة

الأهداف الإستراتيجية

□ تعزيز منظومة المخاطر الجمركية والتفتيش الجمركي لرفع مستوى أمن المجتمع

□ تطوير العمل الجمركي في الدولة بما يخدم تيسير التجارة

□ تعزيز العلاقات الجمركية مع الدول والمنظمات الدولية لدعم التنافسية

□ ضمان تقديم كافة الخدمات الإدارية وفق معايير الجودة والكفاءة والشفافية

□ ترسيخ ثقافة الابتكار في بيئة العمل المؤسسي

6. الجمارك القطرية

تعمل جمارك قطر على تقديم خدمات جمركية متميزة من خلال ما توضحه رؤيتها التي تتمثل في " التزام وتسهيل وريادة جمركية عالمية"، أما بالنسبة للرسالة فتتمثل في "تقديم خدمات جمركية رائدة للتجارة المشروعة تتجاوز توقعات عملائنا وتسهم بفعالية في تحقيق التنمية المستدامة"

وتمثل الأهداف الإستراتيجية للإدارة الجمركية القطرية فيما يلي:

□ بناء القدرات المؤسسية وقوة عمل كفئة وذات دافعية عالية للعمل؛

□ حماية أمن المجتمع والبيئة من الغش التجاري الجمركي؛

□ تقديم خدمات جمركية وفق أحدث الممارسات العالمية تستجيب لحاجات جمهور المتعاملين؛

□ أن نكون أحد العوامل الرئيسية في خلق مناخ استثماري محفز.

المحور الثالث: الدراسة الميدانية

نحاول في الدراسة الميدانية تسليط الضوء على مفهوم التخطيط الاستراتيجي بأبعاده ورضا العميل والتأكد من مدى انتشار المفهومين لدى الجمركيين واستيعابهم لهذه المفاهيم (رغم انها غير مكتوبة وموضحة بالنسبة للرؤية والرسالة والأهداف
أولاً: عينة الدراسة

المجتمع الكلي للدراسة يتميز باتساعه وتشعبه لذلك كان لزاما علينا اختيار عينة تعبر عن الخصائص العامة لهذا المجتمع من جهة، وتحافظ على تجانسه وتيسر جمع البيانات وتحليلها والوصول إلى الحقائق من جهة أخرى. فقد تم توزيع 85 استمارة على أعوان الجمارك، ونظرا لصعوبة التقرب من كل واحد منهم، وعدم قبول البعض منهم الإجابة عليها، فقد تم استرجاع 70 استمارة فقط. وتم تقسيم الاستبيان إلى أربعة محاور وفق ما يلي:

- معلومات عامة عن المستجوب وشملت ستة أسئلة تعبر عن المعلومات الديمغرافية؛ الجنس السن، الوظيفة، الخبرة، مدة التعامل.

- التخطيط الاستراتيجي: يعبر عن المتغير المستقل ويضم خمسة أبعاد في الإدارة الجمركية؛ الرسالة، الأهداف الإستراتيجية، تحليل البيئة الداخلية، تحليل البيئة الخارجية، البدائل الإستراتيجية، وجاءت هذه الأبعاد ممثلة في 34 عبارة مجتمعة حيث يتناسب عدد العبارات الممثلة لكل بعد وطبيعة الهدف المراد الوصول إليه.

- رضا العميل: ويمثل المتغير التابع ويدوره تم تقسيمه إلى ثلاثة أبعاد؛ جودة الخدمة، تقليل الوقت، التكلفة، وتم تمثيلها بتسعة عشر عبارة.

ثالثاً: عرض وناقشة نتائج الدراسة الميدانية

أولاً: دراسة ثبات وصدق أداة الدراسة

الجدول رقم 01: ثبات وصدق أداة الدراسة

التكرارات	معامل الثبات	معامل الصدق
53	0.97	0.98

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة ألفا كرونباخ تساوي 0.97 وهي قيمة عالية ، وهذا ما يجعلنا نقر بثبات أداة القياس حيث أن النسبة الإحصائية المقبولة هي 0.6.

رابعاً: عرض اتجاهات أفراد العينة

1. نحو أبعاد التخطيط الإستراتيجي

الجدول رقم 02: مجمل أبعاد التخطيط الإستراتيجي

الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه المبحوثين
الرسالة	2,14	0,92	مرتفع
الأهداف الإستراتيجية	2,11	0,82	مرتفع
تحليل البيئة الداخلية	2,19	0,92	مرتفع
تحليل البيئة الخارجية	2,58	0,96	مرتفع
البدائل الإستراتيجية	2,33	0,99	مرتفع

المصدر: مخرجات الدراسة بالاعتماد على Spss

□ الرسالة: المتوسط العام للبعد الأول بلغ 2,14 وانحراف معياري 0,92 باتجاه مرتفع، مما يشير إلى إلمام وإدراك العناصر المبحوثة برسالة الإدارة الجمركية وان كانت غير مكتوبة ، وهذا ما تؤكدته المقابلة التي تم إجرائها مع مفتش رئيسي للفرق في الميناء بجيجل، حيث أكد على وجود هذا العنصر من عناصر التخطيط الاستراتيجي وبالأخص على مستوى المديرية العامة للجمارك.

□ الأهداف الإستراتيجية: المتوسط العام للبعد الثاني بلغ 2,11 وانحراف معياري 0,82 باتجاه مرتفع مما يفسر أن الإدارة الجمركية تضع أهدافا إستراتيجية تعمل على تحقيقها، وهذا ما يؤكده مفتش رئيسي بالجمارك حيث يقول أن أكبر دليل على وجود الأهداف الإستراتيجية في الإدارة الجمركية هو برنامج العصرية الذي تقوم الإدارة الجمركية بتطبيقه.

□ تحليل البيئة الداخلية والخارجية: البيئة الداخلية : المتوسط العام للبعد بلغ 2,19 وانحراف معياري 0,92 وذلك باتجاه مرتفع وبالتالي يمكن القول أن إدراك العينة لهذا البعد كبير وهذا ما يساعد الإدارة الجمركية على التحكم في بيئتها الداخلية.

□ تحليل البيئة الخارجي: المتوسط العام للبعد بلغ 2,58 وانحراف معياري 0,96، وذلك باتجاه مرتفع مما يدل على أن إدراك العينة مرتفع لهذا البعد رغم ما تواجهه من تهديدات إلا أنها تعمل على استغلال الفرص المتاحة أمامها والتأقلم مع المستجدات كما جاء في المقابلة مع مفتش رئيسي للفرق في الميناء بجيجل.

□ البدائل الإستراتيجية: بالنسبة للمتوسط العام للبعد بلغ 2,33 وانحراف معياري 0,99 وذلك باتجاه مرتفع، هذا يعني أن الإدارة الجمركية تختار أفضل البدائل الإستراتيجية.

ومن خلال ماسبق يمكننا رفض الفرضية الأولى (يوجد إدراك متوسط للتخطيط الإستراتيجي في الإدارة الجمركية) وبالتالي ونقول (يوجد إدراك مرتفع للتخطيط الإستراتيجي في الإدارة الجمركية).

2. عرض اتجاهات الأفراد نحو جودة الخدمة
الجدول رقم 03: مجمل أبعاد رضا العميل

الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه المبحوثين
جودة الخدمة	2,43	1,02	مرتفع
تقليل الوقت	2,71	1,07	متوسط
التكلفة	2,42	0,94	مرتفع

المصدر: مخرجات الدراسة بالاعتماد على Spss

□ جودة الخدمة: المتوسط العام للبعد بلغ 2,43 وانحراف معياري 1,02 باتجاه مرتفع، أي أن الإدارة الجمركية تمتلك جودة خدمة مرتفعة تعمل من خلالها على إرضاء عملاءها.
□ تقليل الوقت: بالنسبة للمتوسط العام للبعد بلغ 2,71 وانحراف معياري 1,7 وذلك في اتجاه متوسط، وبالتالي يمكن القول أن الإدارة الجمركية لا تطبق جميع السبل لتقليل الوقت على المتعاملين.
□ اتجاهات الأفراد نحو التكلفة: أما المتوسط العام للبعد بلغ 2,42 وانحراف معياري ، باتجاه مرتفع أي أن أغلب أفراد العينة يرون أن الإدارة الجمركية توفر السبل الكفيلة للتقليل من التكاليف على العميل.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلب الأبعاد كانت في اتجاه مرتفع مع العلم أن هذه الأبعاد تمثل المتغير التابع رضا العميل، وبالتالي يمكننا الإجابة على الفرضية الثانية (الاهتمام برضا العميل مرتفع في الإدارة الجمركية) وذلك بقبول الفرضية.

خامسا: تحليل علاقة التأثير بين التخطيط الاستراتيجي ورضا العميل
سيتم استخدام معامل الانحدار الخطي المتعدد، بغية الإجابة على الفرضية الرئيسية "توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين التخطيط الاستراتيجي ورضا العميل في الإدارة الجمركية الجزائرية".

الجدول رقم 04: نتائج علاقة التأثير بين التخطيط الاستراتيجي ورضا العميل

المتغير التابع	رضا العميل	المعامل A	sig
المتغير المستقل	R ²	1,09	0,000
التخطيط الاستراتيجي	0,97		

المصدر: مخرجات الدراسة بالاعتماد على Spss

من خلال الجدول رقم 09 نلاحظ أن معامل التحديد (R^2) يشير إلى أن ما نسبته 97% من رضا العميل يفسر بتأثير التخطيط الاستراتيجي وهي نسبة عالية تعني أن القيام بالتخطيط الاستراتيجي للإدارة الجمركية من شأنه أن يوضح الرؤية والرسالة والأهداف الإستراتيجية

والعلاقة مع العملاء بأبعادها، الجودة، وتقليل الوقت، وتخفيض التكاليف، ومن خلال الجدول رقم 09 نلاحظ أن قيمة المعامل (1,09) A هي موجبة فكلما عملت الإدارة الجمركية على تطبيق التخطيط الإستراتيجي بنقطة واحدة قادها ذلك إلى زيادة رضا عملاءها بمعامل (1,09). ونلاحظ أن قيمة الدلالة الإحصائية (sig) التي بلغت 0,000 وبالتالي فهي دالة إحصائياً، كما هو الشأن بالنسبة لمعنوية النموذج ككل والتي جاءت أقل من مستوى الدلالة 5%.

الخاتمة:

يعد الاهتمام بالتخطيط الإستراتيجي بشكل خاص واحد من أهم الاتجاهات الحديثة التي شهدت توسعا في مختلف المنظمات، حيث لم يعد الأمر يقتصر على الخطط قصيرة المدى لتحقيق الأهداف فحسب، وإنما يتعدى ذلك إلى تحديد رؤية مستقبلية والعمل على تحقيقها من خلال جملة من الأهداف الإستراتيجية التي يتم على أساسها اتخاذ القرارات. و باعتبار إدارة الجمارك منظمة مفتوحة تتأثر وتتوثر في البيئة التي تنتمي إليها سواء الداخلية أو الخارجية، فقد تزايد اهتمامها بالعمل الذي يعتبر جزء مهما من البيئة الخارجية لها، والذي لم يعد يرضى بما يقدم إليه، بل أصبح يحدد حاجاته ورغباته التي يطمح أن تتحقق، ولهذا أصبح من الضروري على إدارة الجمارك أن تهتم بدراسة متطلبات العميل والعمل على تحقيق رضاه، فذلك يساعدها على القيام بأعمالها بصورة أكثر شفافية ووضوحا، ويدفع بالعملاء للقيام بالأعمال بمصداقية أكثر. وانطلاقا من الفرضيات التي حددت آنفا، تم التوصل لعدة نتائج يمكن أن نستعرضها وفقا لما يلي:

- الفرضية الأولى " يوجد إدراك متوسط للتخطيط الإستراتيجي في الإدارة الجمركية" والتي تم رفضها وتوصلنا إلى أن الإدارة الجمركية الجزائرية على وعي مرتفع بأهمية التخطيط الإستراتيجي وهي تسعى لتطبيقه بشكل واسع؛
 - الفرضية الثانية "يوجد اهتمام مرتفع برضا العميل في الإدارة الجمركية" حيث تم قبول هذه الفرضية، وبالتالي فإدارة الجمارك تعمل على تحقيق رضا العميل وجعله ضمن أولوياتها.
 - الفرضية الثالثة "توجد علاقة تأثير بين التخطيط الإستراتيجي ورضا العميل" فقد تم قبولها، أي أن تطبيق التخطيط الإستراتيجي يزيد من رضا العملاء في الإدارة الجمركية.
- التوصيات:

إن إرساء الممارسات الميدانية للتخطيط الإستراتيجي في الإدارة الجمركية الجزائرية يعتبر ضروري، كونه عامل من عوامل تميزها وتأقلمها مع بيئتها سواء الداخلية أو الخارجية، وزيادة رضا عملاءها كونهم يؤثرون ويتأثرون بها، وفيما يلي يمكننا أن ندرج بعض التوصيات المساعدة على ذلك:

[] يجب أن تكون الرؤية و الرسالة والأهداف التي تتبناها الإدارة الجمركية واضحة للجميع عاملين ومتعاملين وان تكون مكتوبة يمكن الاطلاع عليها سواء في مقر المنظمة أو وثائقها أو عند دخول موقع الويب للمنظمة؛

[] أن ينص واحد من الأهداف الإستراتيجية على الأقل بلغة صريحة على رضا العميل، أو درجة الرضا العالية التي تسعى الجمارك لتحقيقها؛

[] العمل على الاستفادة من خبرات الدول الأخرى التي تطبق التخطيط الإستراتيجي (مثلا جمارك قطر)، لبناء الخطة الإستراتيجية الجمركية والاستفادة منها في الجوانب التي وجدت فيها صعوبة.

[] زيادة الاهتمام بجودة الخدمة الجمركية المقدمة والعناصر التي تؤثر عليها، وإدخال التحسينات المستمرة على خدماتها.

[] إتباع إجراءات جمركية حديثة من شأنها تقليل وقت تقديم الخدمة.

[] توسيع استخدام التكنولوجيا الحديثة وإشراك كل المكاتب الجمركية فيها.

[] زيادة توسيع موقع الجمارك وتزويده بالمعلومات التي يحتاجها العميل بشكل أكبر.

الهوامش:

- ¹ محمود محمد أبو العلا، مرجع سبق ذكره، ص 108.
- ² محمود محمد أبو العلا، "آليات تسهيل التجارة الدولية" منظور جمركي"، مصر 2009، ص 257.
- ³ محمود محمد أبو العلا، "نظرة تحليلية عن القضايا الجمركية المعاصرة في الألفية الثالثة"، مرجع سبق ذكره، ص 109.
- ⁴ جواد، عباس حسين و سحر، عباس حسين، أثر التخطيط الإستراتيجي في رضا الزبون وفق فلسفة إدارة الجودة الشاملة، مجلة أهل البيت، ع3، "د.ت"، ص 64.
- ⁵ محمود محمد أبو العلا، "نظرة تحليلية عن القضايا الجمركية المعاصرة في الألفية الثالثة"، مرجع سبق ذكره، ص 110.
- ⁶ محمود محمد أبو العلا، المرجع السابق، ص 54.
- ⁷ website of the World Customs Organization website of the <http://www.wcoomd.org/en/about-us/what-is-the-wco/goals.aspx>
- ⁸ محمود محمد أبو العلا، "نظرة تحليلية عن القضايا الجمركية المعاصرة في الألفية الثالثة"، مصر، 2012م، ص 40.
- ⁹ www.douane.gov.dz/index.php, le 21/04/2015, 10 : 45 الموقع الرسمي للجمارك الجزائرية
- ¹⁰ www.customs.gov.jo, le 20/05/2015, 13 : 30 الموقع الرسمي لجمارك الأردن
- ¹¹ www.customs.gov.jo, le 21/04/2015, 10 : 00 الموقع الرسمي لجمارك الأردن
- ¹² سوسن على صاغة، "بانوراما العام 2013م"، مجلة الجمارك السودانية، السودان، ع 81، 2014م، ص 84.
- ¹³ سوسن على صاغة، مرجع سبق ذكره، الصفحة نفسها.
- ¹⁴ <https://www.fca.gov.ae/en/aboutus/pages/valuesobjectives.aspx> United Arab Emirates Federal Customs Authority
- ¹⁵ <https://www.fca.gov.ae/en/aboutus/pages/valuesobjectives.aspx> United Arab Emirates Federal Customs Authority
- ¹⁶ www.customs.gov.qa/strategy.Php, le 20/04/2015, 13 : 40 الموقع الرسمي لجمارك قطر
- ¹⁷ www.customs.gov.qa/strategy.php, le 21/04/2015, 10 : 10 الموقع الرسمي لجمارك قطر

