



الجمهورية اليمنية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جَامِعَةُ الْعُلُومِ وَالتَّكْنَوِليجِيَا
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

إدارة علاقات العملاء وأثرها في الصورة الذهنية

دراسة ميدانية لعينة من طلبة الجامعات الأهلية في أمانة العاصمة

رسالة مقدمة من الطالب

علي ناجي علي محمد هاجر

إلى

مجلس الدراسات العليا والبحث العلمي

وهي جزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال

المشرف

أ.د. ماجد مبخوت مبخوت جعيل

أستاذ إدارة الأعمال المشارك

جامعة ذمار



الجمهورية اليمنية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العلوم والتكنولوجيا
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

إدارة علاقات العملاء وأثرها في الصورة الذهنية: دراسة ميدانية لعينة من طلبة
الجامعات الأهلية في أمانة العاصمة

المُلخَص

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر إدارة علاقات العملاء في الصورة الذهنية لدى طلبة الجامعات الأهلية في أمانة العاصمة، وتحديد ما إذا كانت هناك فروق في إجابات مفردات العينة فيما يتعلق بمستوى كلٍّ من إدارة علاقات العملاء، والصورة الذهنية لدى طلبة الجامعات الأهلية، تعزى إلى متغيرات: (النوع – التخصص – المستوى الدراسي – الجامعة)، ولتحقيق أهداف الدراسة وجمع البيانات اللازمة لاختبار فرضياتها، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات الأهلية في أمانة العاصمة، وقد تم توزيع الاستبانة على عينة عشوائية بسيطة من طلبة أربع جامعات أهلية، حيث بلغ عدد الاستثمارات الصالحة للتحليل (365) استثماراً، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن الجامعات محل الدراسة تبدي اهتماماً متوسطاً بإدارة علاقات العملاء بجميع أبعادها، وقد جاء بُعد إدارة علاقات العملاء المبنية على التكنولوجيا في المرتبة الأولى، في حين جاء بُعد الاحتفاظ بالعملاء في المرتبة الأخيرة، وأن مستوى الصورة الذهنية لدى طلبة الجامعات الأهلية كان متوسطاً بجميع أبعادها. وقد جاء البعد المعرفي، في المرتبة الأولى وجاء في المرتبة الأخيرة البعد الوجداني. كما أظهرت نتائج الدراسة وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية لإدارة علاقات العملاء في الصورة الذهنية لدى طلبة الجامعات الأهلية، مع تفاوت في تأثير أبعاد إدارة علاقات العملاء في الصورة الذهنية لدى طلبة الجامعات الأهلية في أمانة العاصمة، وكذلك وجود فروق ذات دلالات إحصائية في متوسط استجابات العينة حول مستوى إدارة علاقات العملاء ومستوى الصورة الذهنية، تعزى لمتغيرات: (التخصص – المستوى الدراسي). وأوصت الدراسة بناءً على ذلك بضرورة الاهتمام بإدارة علاقات العملاء في الجامعات الأهلية، والعمل على بناء علاقات جيدة مع الطلبة، كما أوصت بالعمل على تعزيز الجوانب التي تساعد على الاحتفاظ بالعملاء لدى الجامعات محل الدراسة، والحرص على حل الشكاوى المقدمة منهم.

المشرف

الطالب

أ.د. ماجد مبخوت مبخوت جعيل

علي ناجي علي محمد هاجر

أستاذ إدارة الأعمال المشارك
جامعة ذمار



**Customer Relationship Management and its Impact on Mental Image:
A Field Study of a Sample of Private Universities Students in the
Capital Municipality**

Abstract

This study aimed to identify the impact of customer relationship management on the mental image perceived by the students of private universities in the capital municipality of Sana'a. As well as to determine whether there are statistically significant differences in the answers of the study sample about the level of both customer relationship management and the mental image of private university students attributed to the variables of (gender, specialization, academic level, and university) of the student. The study followed the descriptive analytical approach in order to achieve its objectives and to collect the primary data for testing its hypotheses. The study population involved all students at private universities in the capital municipality of Sana'a. The questionnaire was distributed to a sample of four private universities' students selected by using random sampling technique and the number of valid questionnaires retrieved for analysis reached (365) elements. The study revealed many findings the most important findings of them are: the universities of the study displayed moderate level of interest in customer relationship management with all of its dimensions, where the dimension of technology-based customer relationship management came at the first level, while the dimension of customer retention came at the last level. As well as the perceived level of mental image among private university students was moderate with all of its dimensions, where the dimension of cognitive came at the first level, and the emotional dimension came at the last level. The study findings also revealed that there is a statistically significant impact of customer relationship management on the mental image perceived by private university students, with a variation in the impact of customer relationship management dimensions on the mental image perceived by private university students at the capital municipality of Sana'a. As well as there are statistically significant differences between the average sample responses about the level of customer relationship management and the level of mental image, attributed the variables of (specialization and academic level) of the students. Based on the study findings, the study recommended the need of paying more attention to customer relationship management in the private universities of the study, and to work toward creating good relationship with students. The study also recommended working to enhance the aspects that help to retain the customers of the universities of the study and ensuring to resolve students' complaints.

Candidate

Ali Nagi Ali Mohammed Hager

Supervisor

Dr. Majid Mabkhout Mabkhout Ju'ail

Associate Professor of Business
Administration
Tamar University

July, 2023AD

Sana'a

Muharram, 1445AH

Republic of Yemen
Ministry of Higher Education and Scientific Research
University of Science and Technology
Deanship of Postgraduate Studies and Scientific Research



Customer Relationship Management and its Impact on Mental Image

**A Field Study of a Sample of Private Universities Students in the
Capital Municipality**

A Thesis Submitted by

Ali Nagi Ali Mohammed Hager

To

**The Council of Postgraduate Studies and Scientific Research,
in Partial Fulfillment of the Requirements for the Master Degree in
Business Administration**

Supervisor

Dr. Majid Mabkhout Mabkhout Ju'ail

**Associate Professor of Business Administration
Thamar University**

July, 2023AD

Sana'a

Muharram, 1445AH