الجمهورية اليمنية
جامعة العلوم والتكنولوجيا
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

مدى تطبيق نظام إدارة علاقات العملاء وأثره في ولاء الطلبة في جامعة العلوم والتكنولوجيا

رسالة مقدمة من الطالب
أحمد عبد الخالق على محمد

إلى
مجلس الدراسات العليا والبحث العلمي، وهي جزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في
إدارة الأعمال

المشرف
أ.د/ محمد عبدالرشيد علي زميلان
أستاذ إدارة الأعمال المشارك
جامعة عدن

مارس، 2019م صنعاء رجب، 1440هـ

الجمهورية اليمنية
جامعة العلوم والتكنولوجيا
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

"مدى تطبيق نظام إدارة علاقات العملاء وأثره في ولاء الطلبة في جامعة العلوم والتكنولوجيا"

المُلخص

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مستوى تطبيق نظام إدارة علاقات العملاء وأثره في ولاء الطلبة في جامعة العلوم والتكنولوجيا وتم اختيار مجتمع الدراسة من الطلبة في جامعة العلوم والتكنولوجيا المركز الرئيس وفرع الحديدة ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمد الباحث على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات وتم توزيع (384) استبانة على الطلبة وقد تم استخدام العديد من الاساليب الاحصائية لتحقيق أهداف الدراسة وبعد اجراء عملية التحليل لبيانات وفرضيات الدراسة توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان أهمها ما يلي:

1. أظهرت نتائج الدراسة وجود درجات متفاوتة لمستوى تطبيق أبعاد إدارة علاقات العملاء في المنظمة المبحوثة، وقد جاءت وسائل الاتصال، في المرتبة الأولى من بين الأبعاد الستة لإدارة علاقات العملاء، بينما جاء بُعد الثقة في التعامل، وتلبية احتياجات الزبائن في المرتبتين الثانية والثالثة على التوالي، يليه في المرتبة الرابعة قاعدة بيانات العميل وأخيراً بُعدي جودة الخدمة، والعلاقة الجيدة مع العميل في المرتبتين الخامسة والسادسة أو الأخيرة على التوالي.
2. أظهرت نتائج الدراسة وجود تفاوت في مستوى ممارسة ولاء الطلبة في المنظمة المبحوثة، وتراوحت فقراته بين (3.49-4.29)، أي أنها كانت بين مستوى "عالية جداً" و"عالية" إلا أن هذه الأخيرة جاءت عند مستوى أقرب إلى المتوسط منه إلى العالية جدا.
3. يعود انخفاض مستوى ولاء الطلبة كمتغير تابع إلى تدني مستوى استعداد الطالب لدفع أي سعر للحصول على خدمات الجامعة مقارنة بالجامعات المنافسة، وإلى الأهمية العالية للسعر لدى الطالب عند التعامل مع خدمات الجامعة، وإلى تدني مستوى توفير الجامعة الوسائل اللازمة لنقل شكاوى واستفسارات الطلبة، ثم وجود استعداد عالي لدى الطلبة لنقل معاناتهم للمقربين منهم، وأخيرا الاستعداد النسبي للطالب للتحول إلى أي جامعة منافسة عند حدوث مشكلة مع جامعته هذه، إن انخفاض هذه العوامل عن المستوى اللازم أدى إلى عدم تحقيق درجة عالية جدا لولاء الطلبة في الجامعة المبحوثة.

التوصيات:

1. ضرورة اعتماد الإدارة العليا سياسة تدريب لجميع العاملين في مجال التعامل مع العملاء بما يعزز من واقع تطبيق هذه الفلسفة في حياة المنظمة ويحقق لها حصاد نتائج هذا الجهد بمزيد من الولاء للجامعة من قبل الطلبة.
2. ضرورة التأكيد على بناء جسور الثقة بين الجامعة والعملاء، وذلك نظرا لحساسية الخدمة التعليمية والمخاطرة العالية التي يتكبدها العميل في الحصول عليها، ونظرا لأهمية العنصر البشري في تقديم الخدمة ا لتعليمية، واعتباره جزءاً من الخدمة، فإن توافر الدافعية والرغبة الصادقة لدى موظفي ومدرسي الجامعة في تقديم الخدمة للعملاء، وتضحيتهم لتحقيق رضا العميل، سوف ينعكس على ثقة العميل بالجامعة، وهذا يتطلب من الجامعة تحفيز الموظفين وتدريبهم، وتوفير كافة الأدوات اللازمة للقيام بعملهم على أكمل وجه.
3. توصي الدراسة بضرورة التعامل الجيد مع الطلبة خاصة من قبل الموظفين الذين لديهم اتصال مباشر مع الطلبة وتطوير وسائل الاتصال معهم، وتحسين الخدمات بما يتوافق ورغبات الطلبة
4. أن تسعى الجامعة للتواصل مع الطلبة للتعرف على التغيرات الجديدة حول بياناتهم وتركيز اهتمامها بتحقيق رضا الطلبة من خلال تنفيذ برامج تهدف إلى تقليل التكاليف بما يقلل أسعار خدماتها،
5. أن تهتم الجامعة بمقترحات الطلبة لاستخدامها في تطوير جودة خدماتها التعليمية المقدمة إلى مستوى يلبي توقعات الطلاب وأسرهم.

الطالب

أحمد عبد الخالق على محمد

المشرف

أ.د/ محمد عبدالرشيد علي زميلان

أستاذ إدارة الأعمال المشارك
جامعة عدن

مارس، 2019م **صنعاء** **رجب، 1440هـ**

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

"The Implementation of Customer Relationship Management System and its Impact on the Students' Loyalty at the University of Science and Technology"

Abstract

This study aimed to explore the level of application of the system of customer relationship management and its impact on students' loyalty at the University of Science and Technology (UST). The population of the study was the students of the UST main branch, Sana'a in addition to Hodeidah branch. To achieve the objectives of the study, the questionnaire has been used as the main instrument to collect data. Three hundred eighty four (384) questionnaires have been distributed. Several statistical tools have been used to analyze the data to achieve the objectives of the study. After the analysis of the data and research hypothesis, the following are the major findings:

1. There are different degrees of the level of the application of customer relationship management dimensions in the organization being investigated. Communication aids have got the first rank from the other six dimensions of customer relationship management; followed by trust of deal in the second rank and meeting customer needs in the third rank. After that, customer database has got the fifth rank, followed by service quality and good customer relationship respectively.
2. There is variation in the level of students' loyalty practice in the organization being investigated ranging between (3.49) to (4.29) i.e. between two levels: very high and high. However, the latter level is near to intermediate more than very high.
3. The low level of students' loyalty, as an independent variable, is attributed to the low level of student's aptitude to pay any price cost to get university services in comparison to the competitive universities. It is also due to the high importance of the cost in the viewpoint of the student when s/he deals with university services. In addition, there is a low level of the providing required aids to convey inquiries and complaints of the students. Moreover, there is a high aptitude of the students to confess their suffering to close relatives and friends. Lastly, there is a relative aptitude of the student to move to another competitive university if any university problem encounters him/her.
4. The low level of these factors more than the expected level results in incapability to achieve high loyalty degree of the students in the university being investigated.

Recommendations:

1. It is necessary that the high authority accredits a training policy to all employees in the field of customer's relationship that enhances the reality of applying this philosophy in organization life. The university can also achieve the results of this effort with more students' loyalty.
2. The necessity to emphasize building bridge of trust between customers and the university due to the sensitivity of learning service and the high risk that the customer bears to get it. Due to the importance of people in providing the education service, as it is considered to be a part of the service; the availability of aptitude and the true desire of the employees of the university to provide the service and their sacrifice to satisfy customer will all reflex on customer trust of the university. That calls the university to motivate and train employees in addition to provide them with all requirements to do their best.
3. It is necessary that the employees who directly communicate with the students should treat them well. They should also develop communication aids with them and improve services to satisfy their desires.
4. The university should attempt to communicate with the students to recognize new changes related to their data and to concentrate their concerns to achieve students' satisfaction through conducting programs to reduce expenses that will reduce the cost of the services.
5. The university should pay attention to its students' suggestions to develop its education quality services to a level meets the expectations of the students and their families.

Candidate	**Supervisor**
Ahmed Abdul khaleq Ali Mohammed	**Dr. Mohammed Abdurasheed Ali Zomailan** Associate Prof. of Business Administration Aden University

March, 2019AD **Sana'a** **Rajab, 1440AH**

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

The Implementation of Customer Relationship Management System and its Impact on the Students' Loyalty at the University of Science and Technology

A Thesis Submitted by

Ahmed Abdul khaleq Ali Mohammed

To

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

Supervisor

Dr. Mohammed Abdurasheed Ali Zomailan

Associate Professor of Business Administration
Aden University

March, 2019AD **Sana'a** **Rajab, 1440AH**