Entrepreneurship Journal for Finance and Business (EJFB)
2026, VOL. 07, NO. special, 297-307, E-ISSN: 2709-4251, P-ISSN: 2708-8790
DOI: https://doi.org/10.56967/ejfb20261000

The role of customer relationship management quality in reducing administrative work stress among employees: A field study at Warith Al-Anbiya University

Athmar R. Hassan[1], Nidhal A. Al-Maliki[2*], Hussein M. A. Kashkoul[3], Hazem F. Abu Sakhr[4]
[1] Department of business administration, college of administration and economics, university of Warith Al-Anbiyaa, Karbala, Iraq
[2]Acconting department, College of Administration and Economics, University of Warith Al-Anbiyaa, Karbala, Iraq
[3] Department of Business Administration, College of Administration and Economics, University of Kufa, Najaf, Iraq
[4] Department of Digital Media, College of Media, Warith Al-Anbiya University, Karbala, Iraq
dr.nidhal.al.maliki@uowa.edu.iq, husseinmohammed.1986@gmail.com, s2211040010@uowa.edu.iq

Article information:
Published: 25–10– 2026

Corresponding author:
Nidhal A. Al-Maliki
dr.nidhal.al.maliki@uowa.edu.iq

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Abstract:

This research aims to analyze the role of customer relationship management (CRM) quality in reducing administrative work stress among employees at Warith Al-Anbiya University (PBUH). This was achieved through a field study that sought to determine the extent to which trust and commitment, two of the most prominent components of CRM quality, contribute to addressing the levels of work stress experienced by university employees. Work stress was measured according to four main dimensions: administrative workload, nature of administrative work, role ambiguity, and role conflict.

The study employed a descriptive-analytical approach. Data was collected through a questionnaire distributed to employees in administrative departments, the Human Resources Division, the Finance Department, and the university's colleges. A total of 98 questionnaires were distributed, of which 88 were returned and deemed valid for statistical analysis, representing a response rate of 89.8%, which reflects a good level of engagement with the research instruments.

The statistical analysis revealed a significant impact of customer relationship management (CRM) quality on reducing administrative work stress. The results showed that trust and commitment clearly contribute to lowering ambiguity and role conflict, as well as reducing the workload resulting from daily organizational interactions. The findings also confirmed that improving CRM quality within the university environment enhances the effectiveness of administrative procedures and contributes to a more stable and supportive work environment for employees.

The study recommends that the university adopt sustainable strategies to promote trust and commitment within its CRM system, given its direct impact on improving performance efficiency and reducing stress, thereby enhancing the quality of services provided to both students and visitors.

Keywords: Customer relationship management quality, trust, commitment, administrative work stress, role ambiguity, role conflict.

Conclusions:

This study represents one of the limited attempts addressing the role of customer relationship management (CRM) quality within a university administrative context, particularly in relation to administrative work stress. There is a relative scarcity of studies linking CRM quality with work stress in such environments. The findings revealed a significant impact of CRM quality—especially the dimensions of trust and commitment—in reducing administrative work stress, including workload, role ambiguity, and role conflict. The study also confirmed that enhancing these dimensions contributes to improving administrative performance efficiency and creating a more stable and supportive work environment within the university.

مجلة الريادة للمال والاعمال
2026، المجلد السابع، العدد الخاص، الصفحات 297- 307

دور جودة إدارة علاقات الزبون في الحد من ضغوط العمل الإداري لدى الموظفين: دراسة تطبيقية ميدانية في جامعة وارث الأنبياء (ع)

أثمار رعد حسن[1]، نضال عبد الله المالكي*[2] ، حسين محمد علي كشكول[3]، حازم فاضل أبو صخر[4]
[1]ادارة الاعمال، الإدارة والاقتصاد، جامعة وارث الانبياء، كربلاء، العراق
[2]ادارة الاعمال، الإدارة والاقتصاد ، وارث الانبياء، كربلاء، العراق
[3]ادارة الاعمال، الإدارة والاقتصاد ، جامعة وارث الأنبياء & جامعة الكوفة، كربلاء، العراق
[4] قسم الاعلام الرقمي ، كلية الاعلام ، جامعة وارث الانبياء، كربلاء، العراق
husseinmohammed.1986@gmail.com ، dr.nidhal.al.maliki@uowa.edu.iq s2211040010@uowa.edu.iq

معلومات البحث:
• تاريخ النشر: 2026 –10–25

المؤلف المراسل:
نضال عبد الله المالكي
dr.nidhal.al.maliki@uowa.edu.iq

هذا العمل مرخص بموجب المشاع الابداعي نسب المصنف 4.0 دولي(CC BY 4.0)

المستخلص:
يهدف هذا البحث إلى تحليل دور جودة إدارة علاقات الزبون في الحد من ضغوط العمل الإداري لدى الموظفين في جامعة وارث الأنبياء (ع)، وذلك عبر دراسة ميدانية سعت إلى تحديد مدى إسهام بُعدي الثقة والالتزام بوصفهما من أبرز مكونات جودة إدارة علاقات الزبون في معالجة مستويات ضغوط العمل التي يواجهها العاملون في الجامعة. وتم قياس ضغوط العمل وفق أربعة أبعاد رئيسة شملت: عبء العمل الإداري، طبيعة العمل الإداري، غموض الأدوار، وصراع الأدوار.
اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات من خلال استبانة وُزّعت على العاملين في الأقسام الإدارية، والشؤون المالية، فضلاً عن الكليات التابعة للجامعة. وقد بلغ عدد الاستبانات الموزعة 98 استبانة، استُرجع منها 88 استبانة صالحة للتحليل الإحصائي، بنسبة استرجاع بلغت 89.8%، وهو ما يعكس مستوى جيدًا من التفاعل مع أدوات الدراسة.
أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة معنوي لجودة إدارة علاقات الزبون في خفض ضغوط العمل الإداري، حيث بينت النتائج أن بُعدي الثقة والالتزام يسهمان بشكل واضح في تقليل مستويات الغموض والصراع في الأدوار، فضلاً عن الحد من عبء العمل الناتج عن التفاعلات التنظيمية اليومية. كما أكدت النتائج أن تحسين جودة إدارة علاقات الزبون داخل البيئة الجامعية يعزز من فعالية الإجراءات الإدارية، ويُسهم في توفير بيئة عمل أكثر استقرارًا ودعمًا للموظفين.
وتوصي الدراسة بضرورة تبني الجامعة استراتيجيات مستدامة لتعزيز الثقة والالتزام ضمن منظومة إدارة علاقات الزبون، لما لذلك من أثر مباشر في رفع كفاءة الأداء وتقليل الضغوط، بما يعزز من جودة الخدمات المقدمة للطلبة والمراجعين على حد سواء.

الكلمات المفتاحية: جودة إدارة علاقات الزبون، الثقة، الالتزام، ضغوط العمل الإداري، غموض الأدوار، صراع الأدوار.

المقدمة:

تسعى المنظمات الحديثة، ولا سيما المؤسسات التعليمية، إلى تطوير منظوماتها الإدارية بما يضمن تحسين جودة الخدمات ورفع كفاءة الأداء الداخلي. وتمثّل جودة إدارة علاقات الزبون (Customer Relationship Management Quality) إحدى الركائز الرئيسة التي تسهم في بناء علاقات مستدامة مع المستفيدين، وتعزيز الثقة والالتزام داخل البيئة التنظيمية. وقد أصبحت الجامعات، بوصفها مؤسسات خدمية تقوم على التفاعل المستمر مع الطلبة والمراجعين، أكثر احتياجًا لتبنّي استراتيجيات فعّالة لإدارة علاقات الزبون بهدف تحسين جودة الخدمة وتقليل الضغوط الواقعة على الموظفين (Nguyen & Simkin, 2022).
وتشير الأدبيات الحديثة إلى أن جودة إدارة علاقات الزبون لا تقتصر على استخدام الأنظمة التكنولوجية فحسب، بل تشمل أبعادًا إدراكية وسلوكية تتعلق بـ الثقة والالتزام، والتي تشكّل مكوّنات أساسية لعلاقات مستدامة وفعّالة بين المؤسسة والمستفيدين (Harrigan, Miles & Daly, 2020). إذ تساعد هذه الأبعاد في تحسين تدفق المعلومات، وتقليل الأخطاء، ورفع مستوى التنظيم الإداري، بما يؤدي إلى تخفيف العبء عن الموظفين العاملين في الواجهات الخدمية.
ومن جانب آخر، تعد ضغوط العمل الإداري من أبرز المشكلات التي تواجه العاملين في المؤسسات الجامعية، حيث ترتبط بزيادة الأعباء، وغموض الأدوار، وصراع المسؤوليات، وطبيعة العمل المعقدة. وقد أثبتت الدراسات أن الضغوط الإدارية تؤثر سلباً على رضا

الموظفين، وعلى جودة الخدمة المقدمة، وعلى استقرار المؤسسة بشكل عام (Al-Harbi, 2021). وتشير الأدلة العلمية إلى أن تعزيز جودة إدارة علاقات الزبون يمكن أن يسهم في تقليل هذه الضغوط عبر تحسين أساليب التواصل، ووضوح الإجراءات، وفاعلية التفاعل مع المستفيدين (Rahman & Amin, 2019).

وفي ضوء ما تقدّم، تتجه هذه الدراسة إلى تحليل دور جودة إدارة علاقات الزبون بأبعادها (الثقة، الالتزام) في الحد من ضغوط العمل الإداري بأبعادها (عبء العمل، طبيعة العمل، غموض الأدوار، صراع الأدوار) لدى موظفي جامعة وارث الأنبياء (ع)، انطلاقًا من أهمية الموضوع في دعم بيئة عمل مستقرة وتحسين جودة الخدمة الجامعية.

ولغرض الإحاطة الشاملة بموضوع الدراسة وتحقيق أهدافها، جرى تنظيم البحث في أربعة مباحث رئيسة، تناول المبحث الأول المنهجية العلمية للبحث، من حيث مشكلة الدراسة وأهميتها وأهدافها وفرضياتها ومخططها الفرضي، فضلاً عن مجتمع الدراسة وعينتها، أما المبحث الثاني فقد خُصص للإطار النظري، إذ تناول المفاهيم والأسس الفكرية المتعلقة بمتغيري الدراسة والمتمثلين بجودة إدارة علاقات الزبون وضغوط العمل الإداري، مع استعراض أبعادهما. وجاء المبحث الثالث ليتناول الجانب العملي للدراسة، من خلال عرض وتحليل البيانات واختبار فرضيات البحث باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة. في حين خُصص المبحث الرابع لعرض أبرز الاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة، وتقديم مجموعة من التوصيات التي يمكن أن تسهم في تحسين جودة إدارة علاقات الزبون والحد من ضغوط العمل الإداري في البيئة الجامعية.

مشكلة البحث:

على الرغم من التطور الملحوظ في الخدمات المقدمة داخل الجامعات الأهلية في العراق، ومنها جامعة وارث الأنبياء (ع)، ما يزال الموظفون يعانون من مستويات متفاوتة من ضغوط العمل الإداري، والتي تظهر في شكل عبء وظيفي متزايد، غموض في تفاصيل المهام، وتداخل في الأدوار بين الوحدات الإدارية. وتتسبب هذه الضغوط في انخفاض كفاءة الأداء، وزيادة الأخطاء الإدارية، وضعف جودة الخدمات المقدمة للطلبة.

وفي الوقت نفسه، تعتمد الجامعة على منظومات للتواصل وإدارة العلاقة مع الطلبة والمراجعين، إلا أن مدى جودة إدارة علاقات الزبون – من حيث الثقة والالتزام – وتأثيرها في تخفيف الضغوط الإدارية لم يتم فحصه بشكل علمي داخل الجامعة. وتشير الأدبيات الحديثة إلى وجود علاقة محتملة بين جودة إدارة العلاقات وانخفاض الضغوط الإدارية عبر تعزيز وضوح الإجراءات وتقليل التكرار ورفع مستوى التنظيم الداخلي (Hsieh & Wang, 2020).

ومن هنا يمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الآتي:

ما دور جودة إدارة علاقات الزبون (الثقة، الالتزام) في الحد من ضغوط العمل الإداري (عبء العمل، طبيعة العمل، غموض الأدوار، صراع الأدوار) لدى الموظفين في جامعة وارث الأنبياء (ع)؟

1. أهمية البحث:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من عدة محاور علمية وعملية، تتمثل فيما يلي:

- الأهمية العلمية

1. سد فجوة بحثية: تساهم الدراسة في معالجة نقص الدراسات التي تربط بين جودة إدارة علاقات الزبون (CRM Quality) وضغوط العمل الإداري في البيئة الجامعية العراقية، خصوصًا في الجامعات الأهلية.
2. إثراء الأدبيات النظرية: تقدم الدراسة نموذجًا تحليليًا لقياس تأثير أبعاد الثقة والالتزام على أبعاد عبء العمل الإداري، طبيعة العمل الإداري، غموض الأدوار، وصراع الأدوار، بما يضيف قيمة علمية للمجال الإداري الحديث.
3. ربط متغيرين حديثين: تجمع الدراسة بين مجالين مهمين في الإدارة المعاصرة، وهما إدارة علاقات الزبون وجودة الأداء الوظيفي، مع التركيز على تخفيف الضغوط الإدارية.

- الأهمية العملية

1. تحسين بيئة العمل الجامعية: تساعد نتائج الدراسة الإدارة الجامعية على وضع استراتيجيات لتعزيز جودة إدارة علاقات الزبون، مما يسهم في تقليل الضغوط الواقعة على الموظفين وتحسين رضاهم الوظيفي.
2. رفع جودة الخدمة المقدمة للطلبة والمراجعين: من خلال تحسين إدارة علاقات الزبون وتقليل الأخطاء الإدارية، يمكن تعزيز جودة الخدمات الجامعية، بما يتوافق مع معايير التميز المؤسسي.
3. تقديم توصيات مؤسسية: يمكن للدراسة تقديم مقترحات عملية للإدارة الجامعية حول كيفية تطوير نظم CRM داخل الجامعة، بما يساهم في تنظيم العمل وتقليل الصراعات والغموض في الأدوار الوظيفية.
4. دعم اتخاذ القرار الإداري: توفر الدراسة أدوات قياس وعينات إحصائية تساعد الإدارة على فهم العلاقة بين جودة CRM والضغوط، مما يساهم في اتخاذ قرارات مبنية على بيانات علمية.

2. أهداف البحث:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الرئيسة التي تسعى إلى توضيح دور جودة إدارة علاقات الزبون في الحد من ضغوط العمل الإداري داخل جامعة وارث الأنبياء (ع)، وذلك على النحو الآتي:

1. تحديد مستوى جودة إدارة علاقات الزبون في جامعة وارث الأنبياء (ع) من خلال بعدي: الثقة والالتزام.

2. قياس مستوى ضغوط العمل الإداري لدى الموظفين في الجامعة من خلال الأبعاد الآتية: عبء العمل الإداري وطبيعة العمل الإداري وغموض الأدوار وصراع الأدوار.
3. تحليل تأثير جودة إدارة علاقات الزبون في الحد من ضغوط العمل الإداري لدى الموظفين في الجامعة بصورة عامة.
4. الإسهام في الأدبيات العلمية من خلال ربط موضوعين حديثين في البيئة الجامعية العراقية، وهما: جودة إدارة علاقات الزبون وضغوط العمل الإداري.

3. الفرضيات:

تنص الفرضية الرئيسية الاولى (H1) على ما يأتي: " توجد علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة معنوية بين جودة ادارة علاقات الزبون وضغوط العمل " وتتفرع عن هذه فرضيتين فرعيتين:

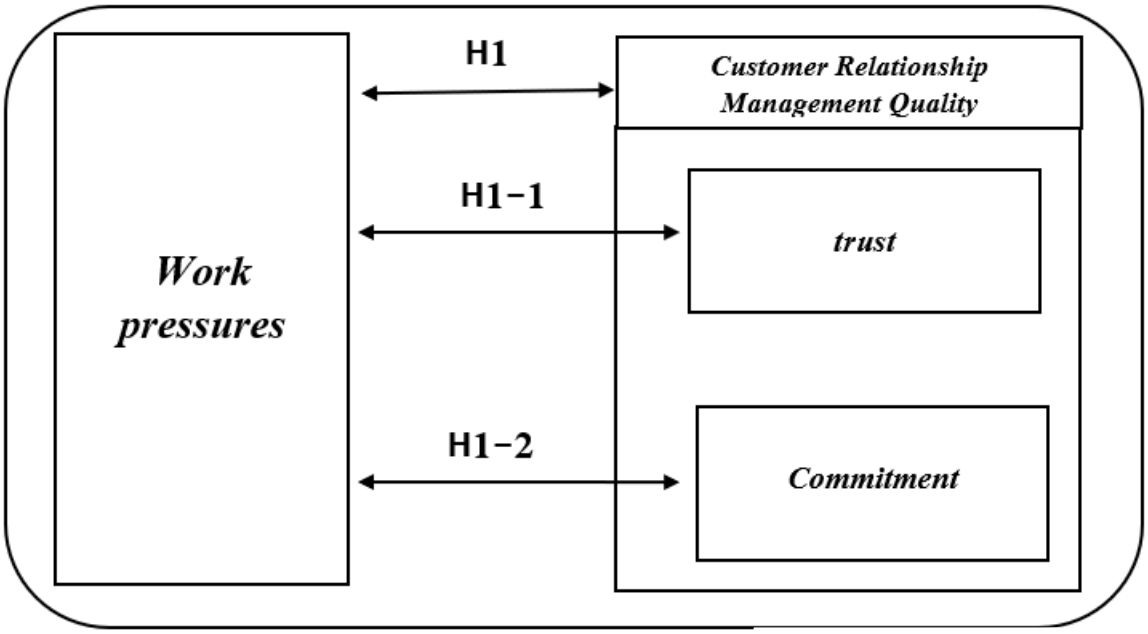
- H1-1 توجد علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة معنوية بين الثقة وضغوط العمل.
- H1-2 توجد علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة معنوية بين الالتزام وضغوط العمل.

4. مجتمع وعينة البحث:

يشمل مجتمع الدراسة جميع الموظفين العاملين في الأقسام الإدارية، شعبة الموارد البشرية، الشؤون المالية، والكليات التابعة لجامعة وارث الأنبياء (ع). ويمثل هذا المجتمع البيئة العملية الملائمة لدراسة تأثير جودة إدارة علاقات الزبون (الثقة والالتزام) على ضغوط العمل الإداري (عبء العمل، طبيعة العمل، غموض الأدوار، صراع الأدوار) اعتمدت الدراسة على العينة العشوائية من موظفي الجامعة لضمان تمثيل المجتمع بشكل مناسب، اذ تم توزيع 98 استبانة على الموظفين في الأقسام المختلفة والكليات، كما تم استرجاع 88 استبانة صالحة للتحليل الإحصائي، بنسبة استرجاع بلغت 89.8%، وهي نسبة عالية تدل على تجاوب المجتمع المستهدف مع أدوات البحث.

5. أسلوب البحث:

اعتمد المنهج الوصفي التحليلي في تقديم المفاهيم والجانب النظري من الدراسة، والمنهج التحليلي باستخدام استمارة الاستبيان، واستخدام الاساليب والبرامج الاحصائية منها (SPSS) لاختبار علاقة الارتباط بين متغيرات الدراسة، والشكل (1) يمثل مخطط الدراسة الفرضي.



الشكل (1): مخطط الدراسة الفرضي
المصدر: من اعداد الباحثان

الاسم تمثل علاقات الارتباط الرئيسة والفرعية ⟺

المحور الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

أولاً: جودة إدارة علاقات الزبون

1. مفهوم جودة إدارة علاقات الزبون:

تعتبر عملية إدارة علاقات الزبون (CRM) المفهوم الأبرز في التسويق الحديث، إذ أصبحت مركزاً مهماً تسعى المؤسسات من خلاله إلى تكوين فكرة دقيقة عن زبائنها بهدف تعزيز العلاقة معهم. وتُعد العلاقة الفعالة مع الزبون هي حجر الاساس الذي يقوم عليه نجاح الأعمال. حيث تم تعريف ادارة علاقات الزبون (CRM) على أنها منهجية تهدف إلى فهم سلوك الزبون والتأثير فيه عبر التواصل المباشر معه. او هي عبارة عن مجموعة من الادوات التنظيمية، التقنية، والبشرية، والتي تُوظف لإدارة نوع جديد من العلاقات مع الزبون، يتمثل هدفها

الرئيسي في بناء علاقة شخصية مع كل عميل. (رزقي و رشام ،2021، 365) .

وقد شهدت العلاقات العامة في العقود الثلاثة الماضية تحولات عديدة، تمثل في الانتقال من التركيز على إدارة اتصالات المنظمة إلى إدارة العلاقات مابين المنظمة وعملائها (مدخل العلاقات). وبناءٍ على هذا المنهج، أصبح الهدف الرئيسي للعلاقات العامة هو تأسيس واقامة علاقة متينة بين المنظمة والجماهير الاستراتيجية. هذا انعكس ايضاً على عملية التقييم؛ حيث تحول الاهتمام من التركيز على مخرجات العملية الاتصالية إلى قياس جودة العلاقة بين المنظمة وعملائها. (الفار ،2021، 30) .

تمثل جودة إدارة علاقات العملاء (CRM Quality) المحور الذي يضمن تحويل استراتيجيات CRM من مجرد أدوات إلى إمكانيات مؤسسية قادرة على خلق قيمة فريدة للعميل ولقد عرفها العديد من الباحثين على انها :

ويعرف ، 2016) (Nyadzayo & Khajehzadeh جودة إدارة علاقات الزبون تُعرَّف كبُعدين: الثقة والالتزام وهما يعكسان جودة العلاقة من وجهة نظر الزبون، وليس من منظور العمليات الداخلية"

كما عرفها (Gunawan & Bustaman,2021) : بأنها تتجسد في مستوى الثقة والالتزام المتبادلين بين المنظمة وجمهورها. ويُمثّل هذان البُعدان الأساس الجوهري لتشييد علاقات مستدامة وطويلة الأمد. وتشير الأبحاث والدراسات إلى أن الثقة والالتزام هما عنصران حاسمانِ ليس فقط للحفاظ على العملاء، بل ولتعزيز ولائهم، خاصةً ضمن بيئات الأعمال البينية (B2B).

غالبًا ما يتم تقديم قضايا التسويق المهمة مثل جودة الخدمة والقيمة المدركة ورضا العملاء وصورة العلامة التجارية كمرجع وخلفية لولاء العملاء اذ يميل العملاء إلى الشعور بأنهم اتخذوا قرارات جيدة، وإنهم مهتمون بالشعور بأنهم اكتسبوا شيئًا ذا قيمة في حكمهم على القيمة والرضا مقابل الوقت والجهد الذي بذلوه. (Safaei et al. ،2023 :14)

ان جودة CRM تتعلق ببناء علاقات قوية ومربحة مع العملاء والحفاظ عليها من خلال نهج يركز على العملاء، والاستفادة من البيانات للتخصيص، وتحسين تجربة العملاء باستمرار لتعزيز الولاء والدعوة.

كما يرى (Safaei et al. ،2023 :14) أن جودة إدارة علاقات العملاء (CRM) تعني إقامة تواصل عالي الجودة مع العملاء بهدف تحسين جودة الخدمة المُدركة ذاتيًا، مما سيبني بدوره ولاء العملاء، كما إن جودة العلاقة هي التي تُشكل الفهم العام للعميل، وهي فرع من فروع تسويق العلاقات (RM).

اذ عرفها كل من (Mokhtar &Sjahruddin ,2019) تُعد جودة إدارة علاقات العملاء إحدى استراتيجيات التسويق التي يتم تطبيقها للحفاظ على العملاء الحاليين وتتمثل طريقة الاحتفاظ بالعملاء الحاليين في بناء علاقة جيدة وطويلة الامد بين المؤسسة والعميل .

اذ يرى الباحثان أن جودة إدارة علاقات العملاء CRM هي استراتيجية تمكن الشركات من إدارة حسابات العملاء والتفاعلات بشكل أكثر فعالية، ولكي تنجح استراتيجية CRM، يجب على المؤسسة إعطاء الأولوية لجودة تجربة العميل، كما أن الهدف من CRM كنظام أعمال هو زيادة الربحية والدخل ورضا العملاء، من الضروري للشركات تعزيز العلاقات طويلة الأمد مع العملاء الحاليين من خلال تعزيز الولاء والاستثمار، بدلاً من التركيز فقط على اكتساب عملاء جدد.

2. اهمية جودة إدارة علاقات الزبون:

أصبح موضوع جودة إدارة علاقات العملاء (CRM Quality) احد المجالات المهمة في المؤسسات حيث تنبع اهميتها من قدرتها على زيادة ثقة العملاء وتعزيز ولائهم ويتم ذلك من خلال تقديم خدمات متنوعة ذات كفاءة ومصداقية عالية باستمرار وهذا يؤدي الى تعزيز ثقة ورضا العملاء واستمرار ارتباطهم بالمؤسسة لفترة اطول وتعمل (CRM Quality) على تحويل رضا العملاء هذا الى سلوك ولائي فعلي وحقيقي .تعزيز الولاء والانتماء عبر الادارة الفعالة للعلاقة في حين اظهرت الدراسات ان هناك تأثير إيجابي مباشر لجودة ادارة علاقات الزبون على ولاء العملاء وكذلك تعمل على تحويل رضا العملاء الى سلوك ولائي فعلي وحقيقي .وبناءً على هذين الجانبين، فإن جودة CRM تمثل عنصرًا استراتيجيًا في المؤسسات ، لقدرتها على دعم العلاقة مع العملاء وتوجيههم نحو تعزيز ارتباطهم وولائهم بالمؤسسة. , Milenia ((Rimadias , 2022 وأضاف (Putra & Warga Negara, 2024 أن إدارة علاقات العملاء عالية الجودة (CRM) تعد أمرًا بالغ الأهمية للشركات، لا سيما في القطاعات التنافسية مثل تمويل السيارات، نظرًا لتأثيرها متعدد الأوجه على رضا العملاء واستراتيجية العمل الشاملة، اذ تنبع أهميتها من عدة مجالات رئيسية:

أ. يعمل CRM كأساس أساسي لإنشاء مراجع منتجات متنوعة للعملاء، في عصر العولمة التنافسي المتزايد، يجب على الشركات التركيز على استراتيجيات التسويق الفعالة، وإدارة علاقات العملاء هي المكون الأساسي لهذا

ب. يعمل كنهج إداري يشكل تفاعلات العملاء المتعلقة باستراتيجية تسويق الشركة، اذ تساعد هذه الأداة الإستراتيجية في الحفاظ على علاقات طويلة الأمد مع العملاء.

ت. أن إدارة علاقات العملاء لها تأثير كبير وإيجابي على رضا العملاء، يمكن أن يؤدي تنفيذ CRM الفعال إلى زيادة رضا العملاء.

3. اهداف جودة ادارة علاقات الزبون

تهدف جودة ادارة علاقات الزبون الى عدة عوامل منها ((Milenia , Rimadias , 2022 :

أ. بناء الولاء: تحقيق الولاء مع الزبائن او العملاء للمؤسسة عبر إدارة علاقة نشطة ترتكز على التواصل الفعّال والمستمر والالتزام التام بتقديم الخدمات بجودة عالية.

ب. تحسين العلاقة طويلة الامد مع العملاء: تحقيق استدامة العلاقة مع العملاء على المدى الطويل من خلال توفير خدمات دعم موثوقة تتسم بالاحترافية.

ت. دعم تأثير الرضا على العملاء: العمل على ترجمة رضا العملاء عن البيئة والخدمات المُقدمة إلى سلوك ولائي

حقيقي وفعلي، وقد أثبتت الدراسات أن جودة إدارة علاقات الزبون (CRM Quality) تلعب دور الوسيط المحوري في تحويل الرضا إلى ولاء.

في حين يرى (Haj Rahimi, 2022) أن جودة إدارة علاقات العملاء (CRM) هي استراتيجية عمل لها العديد من الأهداف الرئيسية التي تهدف إلى تعزيز علاقات العملاء وأداء الأعمال. تشمل الأهداف الأساسية لـ CRM ما يلي:

أ. يهدف CRM إلى فهم وتوقع وإدارة احتياجات العملاء الحاليين والمحتملين داخل المؤسسة. يساعد هذا النهج الاستباقي الشركات على مواءمة عروضها مع توقعات العملاء.

ب. التركيز الأساسي لـ CRM هو تعزيز مستويات رضا العملاء. من خلال إدارة تفاعلات العملاء بفعالية وتلبية احتياجاتهم، يمكن للشركات إنشاء تجارب إيجابية تؤدي إلى مزيد من الرضا.

ت. صيانة العلاقة والمشاركة: المحافظة على استمرارية العلاقة مع العميل من خلال القيام بمبادرات تحفيزية مستمرة.

4. ابعاد جودة ادارة علاقات الزبون

تشير جودة إدارة علاقات العملاء إلى قدرة المؤسسة على بناء علاقة قوية مع عملائها من خلال بُعدين جوهريين هما: الثقة، الالتزام (Nyadzayo & Khajehzadeh، 2016)

أ. **الثقة:** تشير إلى مدى ثقة العميل بالمؤسسة التي يتعامل معها ومدى قدرتها على تقديم خدمات تكون على درجة عالية من الجودة والموثوقية ومدى اعتقاده بان المؤسسة صادقة ونزيهة ويمكن الاعتماد عليها.

وتعد الثقة أساس العلاقة طويلة الأمد، حيث يرتبط ارتفاع مستوى الثقة بزيادة رضا العملاء وتوجّههم نحو الولاء.

ب. **الالتزام:** هو مدى ارتباط العميل العاطفي والموقفي بالشركة، ومدى التزام الشركة في الحفاظ على العلاقة مع العميل والاستثمار فيها، ويُعد الالتزام من أهم محددات جودة العلاقة، ويُنظر إليه كعامل رئيسي واساسي في بناء الولاء خلال الزمن.

ثانياً: ضغوط العمل الإداري

1. مفهوم ضغوط العمل

إن الفرد يواجه ضغوط كثيرة قد تكون ناشئة عن عوامل ومؤثرات (داخلية أو خارجية) وهذه الظروف لها علاقة بعمل الفرد أو الجماعة أو المؤسسة التي يعمل بها وفي بعض الأحيان هذه العوامل والمؤثرات تكون خارجية ليس لها أي علاقة بالعمل أو بالمؤسسة وقد تكون متعلقة بالبيئة الاجتماعية التي يعيش فيها الفرد إلا أن تأثيرها نجده يختلف من فرد إلى أخر حسب الفروقات الفردية المختلفة، ومن أجل فهم هذه الضغوط اتجه العلماء والباحثين في تفسير أثارها على الفرد وعلى المؤسسة التي يعمل فيها وأيضا البيئة الاجتماعية التي يعيش فيها.

لذا تعددت تعاريف ضغوط العمل ولم يتفق جميع الباحثون على تعريف واحد له ويعود السبب في ذلك الى اختلاف نظرة كل باحث الى ضغوط العمل فبعضهم ركز على البيئة الخارجية للفرد والبعض الآخر ركز على مقدار الضغوط التي يشعر بها الفرد ...والبعض أضاف أنها تنشأ عن فرص يستطيع أن يستغلها الفرد إي مواقف ايجابية.

لذا فقد ذكر (عبد الله ،2022، 674) بانها تتفاعل فيها خصائص العامل مع عوامل الوظيفة لإحداث التغييرات في حالته النفسية أو الفسيولوجية التي تؤثر سلبًا على الأداء الوظيفي.

في حين عرفها (غيث،2024، 3) بأنها مجموعة من ردود الأفعال البدنية والنفسية والسلوكية التي تصدر من العامل نتيجة تعرضه لمثيرات في بيئة عمله وتفاعل خصائصه الذاتية مع ظروف البيئة الخارجية والذي يؤثر على أداء عمله.

وأشار (جمال،2019، 150) بانها مجمل التأثيرات التي تقع على الشخص بسبب عمله وقد تؤدي إلى معاناته جسمياً أو نفسياً وتتطلب منه تكيفاً.

وبين (نورة ،2023، 17) بانها هي الجانب النفسي والتغيرات النفسية التي تحدث داخل الفرد عندما تكون متطلبات بيئة العمل التي على الفرد مواجهتها تفوق طاقاته وإمكاناته وهذا بالنسبة له تهديد يمارس ضغطا نفسيا عليه.

ومن خلال التعاريف السابقة يمكننا تعريف ضغوط العمل بانها "مجموعة من التغيرات التي تحدث في بيئة العمل الداخلية والخارجية وتؤثر على الافراد سلباً او ايجاباً وتؤدي الى ردود افعال نفسية او جسمية او سلوكية تؤثر على مستوى ادائهم في العمل.

2. انواع ضغوط العمل

ضغوط العمل من حيث الايجابية والسلبية (غيث،2024، 7)

أ. الضغوط الايجابية: وهي الضغوط المفيدة والتي لها انعكاسات إيجابية على الفرد، حيث يشعر الفرد بالقدرة على الإنتاج والانجاز بسرعة وحزم، كما أن لها آثار إيجابية على نفسية الفرد حيث تتمثل في تولد الشعور بالسعادة والسرور لديه، وينعكس هذا كُله على إنتاجية العمل، حيث ان المهام التي تنفذ بتفوق هي المحددة بإطار زمني لتنفيذها، أما غير المحددة فهي حتى لو أنجزت بدون تحديد إطار زمني فإن إنجازها يكون بطريقة سيئة وغير مقبولة.

ب. الضغوط السلبية: وهي الضغوط ذات الانعكاسات السلبية على صحة ونفسية الإنسان وبالتالي تنعكس على أدائه وانتاجيته في العمل مثل تلك الضغوط التي ندفع ثمنها بالفعل بالإحباط وعدم الرضا عن العمل بالإضافة إلى النظرة السلبية تجاه قضايا العمل.

- ضغوط العمل من حيث الشمولية والاتساع (حميدة & بسمة، 2021، 5)

أ. ضغط كلي شامل: وهو ضغط سائد من كافة اهتمامات ومسؤوليات العمال، وهو مسيطر على كافة العوامل والظروف في المنظمة التي يعملون بها.

ب. ضغط جزئي فرعي: هذا النوع من الضغط يرتبط أساسا بمصالح شريحة من الشرائح التي يضمها كيان المنظمة حيث تتعارض مصالحها وتتضارب اهدافها مع غيرها من المصالح.

- ضغوط العمل من حيث المصدر (طيب &الياس،2023، 18)

أ. ضغوط العمل المتعلقة بالفرد: هي ضغوط تسببها عوامل مرتبطة بالفرد (داخلية او شخصية) الذي يشغل الوظيفة وليس بالعمل نفسه مثل: المهارات التقنية، المرونة، الخبرة، الاسرة ، البيئة ...الخ ، فبعض الأفراد يجد ضغوط العمل محفزا للنشاط والتحدي والبعض الآخر لا يستطيع التعامل مع الموقف الضاغط

ب. ضغوط العمل المتعلقة بالمنظمة: هي الضغوط التي تسببها عوامل مرتبطة بالمنظمة حيث تنتج عن طبيعة الدور الوظيفي الذي يمارسه الفرد أو حتى البيئة الداخلية للمنظمة من ظروف العمل الطبيعية كالحرارة، الرطوبة، الإضاءة، الضوضاء الناتجة عن الأجهزة والآلات والمعدات...الخ، وتنتج كذلك عن المناخ التنظيمي السائد في المنظمة وكذلك العلاقات الاجتماعية داخل العمل.

- ضغوط العمل من حيث الشدة (شهرة & البتول ،2025، 12)

أ. الضغوط البسيطة: وهي التي تستمر من دقائق قليلة إلى ساعات طويلة نتيجة المضايقات كحدوث نزاعات بين المدير واحد العاملين.

ب. الضغوط المتوسطة: وهي التي تستمر من ساعات إلى أيام مثل: فترة العمل الإضافية، او عدم الاتفاق مع الرئيس على موضوع ما.

ت. الضغوط الشديدة: وتستمر عادة من أسابيع لأشهر بل وسنوات مثل: الضغط على مدير مشروع ضغط لإنهاء المشاريع كبيرة بمواعيد ضيقة لفترات طويلة.

3. أبعاد ضغوط العمل

تعرض الأفراد في بيئة العمل إلى مصادر متعددة للضغوط سواء كانت ذات منشأ وظيفي أو خارج نطاق العمل، وتشمل هذه المصادر زيادة أعباء العمل، الروتين اليومي، ضيق الوقت، ومتطلبات السرعة والدقة في إنجاز المهام، بالإضافة إلى مشكلات التعامل مع الزملاء، والعلاقات السلبية مع رؤساء العمل، وغيرها من الضغوط المختلفة. وقد استفدت الباحثة في تصنيف هذه الضغوط إلى كلا من (السامرائي & احمد، 2025 ، 52) وكما يأتي:

1. عبء العمل: يُعد عبء العمل من أبرز مصادر ضغط العمل التي قد تعيق أداء الفرد، حيث تتجلى هذه الزيادة في أعباء لعمل بشكلين: الأول هو الزيادة الكمية، والتي تتطلب من الفرد إنجاز مهام أكثر مما تسمح به الفترة الزمنية المتاحة، والثاني هو الزيادة النوعية، التي تلزم الفرد بأداء مهام لا تتناسب مع قدراته ومهاراته الخاصة. أما نقصان العمل والذي يشير الى قله الواجبات والمهام التي يؤديها العاملين وعدم وجود ما يكفي من الأعمال للقيام بها خصوصاً بالنسبة لأولئك الذين يتمتعون بالحماس والقدرة والإمكانية على الأداء وهذا يمكن ان يكون مصدراً توتر لهم اذ بشعرهم بالرتابة وبطء يوم العمل.
2. طبيعة العمل: تختلف ضغوط العمل باختلاف طبيعة العمل ومسببات الضغط المرتبطة بكل وظيفة، بالإضافة إلى تنوع المهام المطلوبة. فبعض الوظائف تولد ضغوطًا أكبر مقارنة بغيرها، مما يجعلها مصدرًا رئيسيًا للشعور بضغط العمل لدى العاملين فيها أكثر من الوظائف الأخرى، وهناك عده أسباب قد تجعل من طبيعة وظيفة معينة كثر ضغطا من غيرها فمثلا هناك وظائف تتطلب يقظة وتركيز مستمر، والوظيفة التي تتطلب من شاغلها اتخاذ قرارات مهمة في ظروف عدم التأكد أو تلك التي تتضمن قدرا ضئيلا من التحكم والرقابة أو الوظيفة التي لا يتمكن صاحبها من تنفيذ المهام المستندة اليه حتى لو كانت مستوى مهاراته الشخصية عالية. وكذلك تؤثر ظروف العمل المادية التي تتعلق بموقع العمل وترتيبه وتصميم البنية التحتية والأجهزة والمعدات المستخدمة والإضاءة والتهوية والرطوبة والضوضاء وغيرها على أداء العاملين، اذ ان سوء تصميم المكان وعدم التهوية الجيدة التي تعيق أداء الفرد وبالتالي تؤدي الى ظهور ضغط العمل.
3. صراع الدور: يظهر هذا النوع من الضغط عندما يحدث تعارض بين متطلبات الدور والتوقعات المرتبطة به، سواء كان ذلك نتيجة تباين بين حاجات الأفراد ومتطلبات المنظمة، أو تعارض بين القيم الشخصية للفرد والتعليمات التي تتبعها المنظمة. وينتج عن هذا التعارض ضغوط نفسية ناجمة عن عدم قدرة الفرد على تلبية التوقعات المختلفة.
4. غموض الدور: يُعتبر عدم وضوح الدور من المصادر الرئيسية لضغوط العمل في المنظمات، وغالبًا ما يؤدي إلى عدم الرضا الوظيفي نتيجة عدم التوازن بين السلطة الممنوحة للفرد والمسؤوليات الملقاة على عاتقه، بالإضافة إلى نقص معلومات اللازمة لأداء العمل وتعارض الاختصاصات. ونتيجة لذلك، يشعر الفرد بعدم التأكد من متطلبات وظيفته، مثل عدم معرفته بالتوقعات المطلوبة منه وكيفية تحقيقها.

المحور الثاني: الإطار الاحصائي للدراسة

اولاً: ترميز متغيرات وأبعاد مقياس الدراسة:

لقد تم تبني مقياسين لمتغيرين الدراسة (جودة ادارة علاقات الزبون، ضغوط العمل)، لكلٍ مّنها عدد متباين من الأبعاد الفرعية والفقرات، تم ترميزها على النحو الموضح في الجدول (1).

الجدول (1) ترميز متغيرات وأبعاد مقياس الدراسة

رمز المتغير	البعد	رمز البعد	عدد الفقرات
جودة ادارة علاقات الزبون **AMA**	الثقة	**AB**	5
	الالتزام	**AH**	5

ضغوط العمل **SBS**	عبء العمل	**SZ**	**5**
	طبيعة العمل	**SR**	**5**
	صراع الدور	**SY**	5
	غموض الدور	**SU**	5

المصدر: من إعداد الباحثان

ثانياً: التحليل الوصفي للبيانات

يتضمن هذا المبحث التعرف على طبيعة الاراء والمواقف التي ابداها المبحوثين حول الأبعاد الرئيسة للبحث والمتمثلة جودة ادارة علاقات الزبون وضغوط العمل، تم الاعتماد على استخراج الوسط الحسابي، الانحراف المعياري.

1. وصف متغير جودة ادارة علاقات الزبون

تشير نتائج التحليل ضمن الجدول (2) الى ان هنالك اتفاق في اراء عينة البحث حول هذا المتغير بشكل عام حيث سجلت نسبة الاتفاق (84.78 %) ، بوسط حسابي تبلغ قيمته (3.928) ، وانحراف معياري يبلغ (0.6402) . وفيما يخص الابعاد الفرعية فقد كانت كالاتي:

الجدول(2) وصف متغير جودة ادارة علاقات الزبون

الابعاد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	الترتيب
الثقة	4.212	0.6204	80.86	**الثاني**
الالتزام	3.928	0.6402	84.78	**الاول**

2.وصف وتشخيص متغيرات ابعاد ضغوط العمل

تشير نتائج التحليل ضمن الجدول (3) الى ان هنالك اتفاق في اراء عينة البحث حول هذا المتغير بشكل عام حيث سجلت نسبة الاتفاق (87.36 %)، بوسط حسابي تبلغ قيمته (4.4874)، وانحراف معياري يبلغ (0.6596). وفيما يخص الابعاد الفرعية فقد كانت كالاتي:

الجدول (3) وصف متغير ضغوط العمل

الابعاد	الوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	الترتيب
عبء العمل	4.218	0.6394	83.48	**الثاني**
طبيعة العمل	4.158	0.635	82.32	**الثالث**
صراع الدور	4.2262	0.6396	81.1	**الرابع**
غموض الدور	4.4874	0.6596	87.36	**الاول**

ثالثاً: تحليل علاقات الارتباط

ترتكز فكرة الفرضية الرئيسة الأولى من فرضيات الارتباط على وجود (**علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين جودة ادارة علاقات الزبون وضغوط العمل)** على المستوى الكلي وعلى مستوى الابعاد، وبهدف التوصل الى حكم دقيق بشأن رفض أو قبول الفرضية وما أشتق منها من فرضيات فرعية يسعى هذا المبحث لتوضيح قيمة الارتباطات بين هذه المتغيرات وبيان معنوياتها:

اختبار الفرضية الرئيسية مع فرضياتها الفرعية

تنص الفرضية الرئيسية الاولى (**H1**) على ما يأتي: " **توجد علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة معنوية بين جودة ادارة علاقات الزبون وضغوط العمل** " وتتفرع عن هذه فرضيتين فرعيتين:

- H1-1 توجد علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة معنوية بين الثقة وضغوط العمل.
- H1-2 توجد علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة معنوية بين الالتزام وضغوط العمل.

ولغرض اختبار هذه الفرضيات فانه تم اجراء تحليل مصفوفة الارتباط والذي يعرض نتائجه الجدول (3) وتظهر فيه نتيجة الفرضية الرئيسية الاولى مع فرضياتها الفرعية.

جدول (4) نتائج اختبار فرضيات الدراسة

الفرضية	العلاقة	معامل الارتباط	المعنوية	النتيجة
H1	AMA ↔SBS	.761**	.000	قبول
H1-1	AB ↔SBS	.341**	.000	قبول
H1-2	AH ↔SBS	.116**	.000	قبول
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول (4) يتضح وجود علاقة ارتباط معنوية ما بين متغير جودة ادارة علاقات الزبون ومتغير ضغوط العمل والتي بلغت (0.761) وبالتالي تقبل الفرضية الرئيسية، اما بالنسبة الى ابعاد متغير جودة ادارة علاقات الزبون فان هنالك علاقة ارتباط

معنوية وموجبة لكافة ابعاد متغير جودة ادارة علاقات الزبون مع متغير ضغوط العمل وبالتالي تقبل جميع الفرضيات الفرعية.

المبحث الرابع : الاستنتاجات والتوصيات

اولاً: الاستنتاجات

1. أظهرت نتائج الدراسة وجود دور فاعل لجودة إدارة علاقات الزبون في الحد من ضغوط العمل الإداري لدى الموظفين في جامعة وارث الأنبياء (ع)، مما يشير إلى أن تحسين آليات إدارة العلاقة مع المستفيدين يسهم في خلق بيئة عمل أكثر استقرارًا وتنظيمًا.
2. بينت النتائج أن بعد **الثقة** يعد من العوامل الأساسية التي تسهم في تقليل مستويات غموض الأدوار داخل البيئة الإدارية، إذ يساعد على تعزيز وضوح الإجراءات والتفاهم بين الموظفين والمراجعين.
3. كشفت الدراسة أن بعد **الالتزام** في إدارة علاقات الزبون يسهم في تقليل مستويات صراع الأدوار بين الموظفين، من خلال تعزيز التنسيق الإداري وتحسين مستوى التعاون بين الوحدات التنظيمية المختلفة.
4. أظهرت النتائج أن تطبيق ممارسات فعالة لإدارة علاقات الزبون يسهم في تخفيف عبء العمل الإداري الناتج عن التكرار في الإجراءات وضعف تنظيم المعلومات.
5. تبين أن تحسين جودة إدارة علاقات الزبون داخل البيئة الجامعية يسهم في رفع كفاءة الأداء الإداري للموظفين، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على جودة الخدمات المقدمة للطلبة والمراجعين.
6. أكدت نتائج الدراسة أن تبني ممارسات حديثة لإدارة علاقات الزبون داخل المؤسسات التعليمية يمكن أن يشكل أداة إدارية مهمة في تقليل الضغوط التنظيمية وتحسين بيئة العمل الجامعية.

ثانياً: التوصيات

1. ضرورة تبني جامعة وارث الأنبياء (ع) استراتيجيات متكاملة لتعزيز جودة إدارة علاقات الزبون من خلال تطوير نظم التواصل والتفاعل مع الطلبة والمراجعين بما يضمن وضوح الإجراءات وسرعة تقديم الخدمة.
2. العمل على تعزيز الثقة التنظيمية بين الموظفين والمراجعين عبر تبني سياسات إدارية واضحة وشفافة تسهم في تقليل غموض الأدوار وتحديد المسؤوليات بدقة.
3. تطوير برامج تدريبية للموظفين في مجالات إدارة علاقات الزبون والتواصل المؤسسي بهدف تحسين مهارات التعامل مع الطلبة والمراجعين وتقليل الضغوط الناتجة عن التفاعل اليومي.
4. تعزيز استخدام الأنظمة الرقمية لإدارة علاقات الزبون (CRM Systems)داخل الجامعة بما يسهم في تنظيم المعلومات وتقليل عبء العمل الإداري وتسريع الإجراءات.
5. إجراء دراسات مستقبلية تتناول العلاقة بين إدارة علاقات الزبون ومتغيرات تنظيمية أخرى مثل الرضا الوظيفي، الأداء الوظيفي، والالتزام التنظيمي في المؤسسات التعليمية.

توافر البيانات:
تم تضمين البيانات المستخدمة لدعم نتائج هذه الدراسة في المقالة.

تضارب المصالح:
يعلن المؤلفون أنه ليس لديهم تضارب في المصالح.

موارد التمويل:
لم يتم تلقي اي دعم مالي.

شكر وتقدير:
لا احد.

References:

1. Bouzraa, H., & Kherbash, B. (2021). *Ta'thir ziyadat dughoot al-'amal 'ala ada' al-'amileen: Dirasat halat 'ayina min muwazzafi al-markaz al-jami'i Abdelhafid Boussouf – Mila* [The effect of increased work stress on employee performance: A case study of employees at Abdelhafid Boussouf University Center, Mila]. Abdelhafid Boussouf University Center, Mila. (Master's thesis).
2. Al-Haboubi, M. N. H. (2022). *Abtal al-ma'rifa ka-mutaghayyir tafa'uli fi al-'alaqa ma bayna al-bara'a al-istratijiyya wa-al-ada' al-ma'rifi: Dirasat istiqsa'iyya tahliliyya li-ara' 'ayina min muwazzafi Markaz al-Bahth wa-al-Ta'hil al-Ma'lومات fi Jami'at al-Kufa*. *Warith Scientific Journal*, 10(4).
3. Al-Hamdani, M. M., & Kazim, D. A. M. (2023). *Thaqafat al-sura wa-fa'aliyatuha fi ta'ziz al-taswiq al-raqami fi al-jami'at al-ahliyya: Dirasat istiqsa'iyya tahliliyya li-ara' 'ayina min talabat Jami'at Warith al-Anbiya (Alayhi al-Salam)*. *Warith Scientific Journal*, 5.
4. Al-Hamdani, M. M., & Muhsin, B. A. (2024). *Dawr al-masarif al-khadra' fi ta'ziz al-tamayyuz al-ma'rifi lil-mu'assasat al-masrafiyya: Dirasat istiqsa'iyya li-ara' 'ayina min al-'amileen fi Masarif al-'Iraqi lil-Tijara fi Muhafazatay Karbala al-

al-tijara al-kharijiyya al-bayniyya wa-ba'd al-mu'ashshirat al-iqtisadiyya al-kulliyya lil-Sa'udiyya lil-mudda (2004–2021). *Warith Scientific Journal*, 6(18).

13. Al-Yasari, S. M. A., & Banai, D. F. (2024). *Dawr al-qiyada al-ruhiyya fi ta'ziz al-taf ي/ al-wazifi: Dirasat istiqsa'iyya tahliliyya li-ara' 'ayina min qiyadat Firqat al-'Abbas al-Qitaliyya*. *Warith Scientific Journal*, 6(20).

14. Gunawan, V., Astuti, R. D., & Bustaman, Y. (2021). The Impact of Customer Relationship Management Quality and Company Reputation toward the Antecedent of Customer Loyalty during COVID-19 Pandemic. ADI International Conference Series

15. Milenia, R. I., & Rimadias, S. (2022, 8 2). Investigation of Factors That Former CRM Quality and Its Implications for Customer Loyalty (Studies on JakOne Mobile Banking Users). Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan.

16. Mokhtar, S., Mus, A. M., & Sjahruddin, H. (2019, 2 25). An examination of the relationships between customer relationship management quality, service quality, customer satisfaction and customer loyalty: The case of five star hotels. Social Sciences Research Journal.

17. Nyadzayo, M. W., & Khajehzadeh, S. (2016). The antecedents of customer loyalty: A moderated mediation model of customer relationship management quality and brand image. Journal of retailing and consumer services, 30, 262-270.

18. Nyadzayo, M. W., & Khajehzadeh, S. (2016, 2 8). The antecedents of customer loyalty: A moderated mediation model of customer relationship management quality and brand image. Journal of Retailing and Consumer Services.

Muqaddasa wa-Baghdad. *Warith Scientific Journal*, 6(Special Issue).

5. Hayat, R., & Racham, K. (2021). *Idarat 'alaqat al-zaba'in ka-aliyya li-himayat al-zabun: Dirasat tahliliyya li-ara' 'ayina min zaba'in Sharikat Condor Electronics, Wilayat al-Bouira*. *Majallat al-Tanmiyya wa-al-Istishraf lil-Buhuth wa-al-Dirasat*, 6(2).

6. Ramdani, S., & Sabi', B. (2025). *Athar dughoot al-'amal 'ala al-samt al-tanzimi fi al-mu'assasat al-iqtisadiyya: Dirasat halat Mu'assasat Mat ahin Beni Haroun, Ferdjioua – Mila*. Abdelhafid Boussouf University Center, Mila. (Master's thesis)

7. Al-Samarrai, S. I. A., & Ahmed, A. A. A. (2025). *Athar mutatalabat al-idara al-iliktruniyya fi al-hadd min dughoot al-'amal al-idari: Dirasat istiqsa'iyya fi Hay'at al-Mas'h al-Jiyuluji / Baghdad*. *Majallat Kulliyat Baghdad lil-'Ulum al-Iqtisadiyya al-Jami'a*, (81).

8. Al-Shammari, F. H. M. (2023). *Al-'awamil al-mu'aththira 'ala mahw al-ummiyya al-iqtisadiyya: Bahth istiqsa'i li-'ayina min al-mustajibin*. *Warith Scientific Journal*, 5(13).

9. Tayeb, Q. T., & Hamou El Hadj Elias, E. (2023). *Dughoot al-'amal al-tanzimiyya wa-'alaqatuha bi-al-sira' al-tanzimi: Dirasat maydaniyya bi-al-Mu'assasa al-Wataniyya lil-Sina'at al-Kahrumanziliyya (ENIEM)*. Mouloud Mammeri University of Tizi Ouzou. (Master's thesis).

10. Ghaith, M. A. G. (2024). *Athar dughoot al-'amal 'ala jawdat al-hayat al-wazifiyya*. Kasdi Merbah University, Ouargla. (Master's thesis).

11. Al-Far, H. A. I. (2021). *Dawr idarat 'alaqat al-zaba'in fi tahsin sum'at sharikat al-sayyarat*. (Master's thesis in Contemporary Public Relations).

12. Al-Masoudi, F. F. S., Hassan, H. A., & Hadi, A. H. (2024). *Tahlil al-'alaqa bayna*