

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

ماجستير إدارة المشاريع



فعالية إدارة علاقات العملاء (CRM) في تحقيق استدامة مشاريع الخدمات الفندقية دراسة ميدانية على الفنادق في المملكة العربية السعودية"

إعداد الطالبة:

ايمان علي ابراهيم عمر

إشراف/

د. الفیصل عبد الحمید

د. فايز جراد

العام الدراسي:

2026

أولاً: المقدمة

يُعدّ البحث العلمي الركيزة الأساسية التي تقوم عليها نهضة الأمم وتقدّم المجتمعات، إذ إنه السبيل المنهجي المنظم لاكتشاف الحقائق وفهم الظواهر وتطوير المعرفة الإنسانية في مختلف الميادين. غير أن قيمة البحث العلمي لا تُقاس فقط بالنتائج التي يتوصل إليها الباحث، بل تُقاس كذلك – وربما بدرجة أكبر – بمدى الالتزام بالقيم والمبادئ الأخلاقية التي تحكم عملية إنتاج المعرفة منذ لحظة اختيار الموضوع وحتى نشر النتائج النهائية. ومن هنا برزت أخلاقيات البحث العلمي بوصفها مجالاً معرفياً مستقلاً يحدّد الأطر السلوكية والمعايير المهنية الواجب على الباحثين الالتزام بها.

ويعرّف ريزنيك (Resnik, 2020) أخلاقيات البحث العلمي بأنها "مجموعة المبادئ والقواعد التي تحكم سلوك الباحث أثناء قيامه بالبحث العلمي، بهدف ضمان النزاهة والمصادقية واحترام حقوق المشاركين والمجتمع". في حين يعرفها بدوي (2019) بأنها "منظومة القيم والمعايير التي تضبط ممارسات الباحثين في جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها ونشرها، بما يحقق الأمانة العلمية ويصون الكرامة الإنسانية". أما العساف (2018) فيرى أنها "السلوك القويم الذي يلتزم به الباحث في جميع مراحل بحثه، من اختيار المشكلة وحتى التوصيات النهائية، مع مراعاة المسؤولية تجاه العلم والمجتمع".

ويأتي هذا التقرير في سياق دراسة الباحث لموضوع "فعالية إدارة علاقات العملاء (Customer Relationship Management – CRM) في تحقيق استدامة مشاريع الخدمات الفندقية في المملكة العربية السعودية"، وهو موضوع يتعامل مع بيانات حساسة تتعلق بالعملاء والموظفين والمؤسسات الفندقية، الأمر الذي يجعل الالتزام بأخلاقيات البحث ضرورة حتمية لا يمكن التغاضي عنها. ويهدف التقرير إلى تمكين الباحث من استيعاب المبادئ النظرية لأخلاقيات البحث العلمي، وتحليل أبرز القضايا الأخلاقية، ثم تطبيق ذلك تطبيقاً عملياً على موضوع البحث الميداني، بما يضمن إنتاج معرفة موثوقة وقابلة للنشر في المجالات العلمية المحكمة.

ويكتسب هذا التقرير أهميته من كون قطاع الضيافة في المملكة العربية السعودية يشهد تحولاً غير مسبوق في ظل رؤية المملكة 2030 ومبادرات تطوير السياحة، حيث تتدفق ملايين البيانات اليومية عن العملاء عبر أنظمة CRM الفندقية، مما يطرح تساؤلات جدية حول كيفية جمع هذه البيانات وحمايتها واستخدامها بحثياً دون انتهاك خصوصية أصحابها.

ثانياً: أهمية أخلاقيات البحث العلمي

تتبع أهمية أخلاقيات البحث العلمي من كونها الضامن الحقيقي لجودة المعرفة المنتجة ومصداقيتها أمام المجتمع العلمي والمجتمع بشكل عام. فالبحث الذي يفتقر إلى الالتزام الأخلاقي – مهما بلغت دقته المنهجية أو حداثة أدواته الإحصائية – يفقد قيمته ويتحول إلى عبء على المعرفة بدلاً من أن يكون إضافة لها. وفي هذا السياق يؤكد شامو وريزنيك (Shamoo & Resnik, 2022) أن الأخلاقيات ليست مجرد عنصر تكميلي في البحث، بل هي البنية التحتية التي تقوم عليها ثقة المجتمع بالعلم ومخرجاته.

ويمكن إجمال أهمية أخلاقيات البحث العلمي في عدة محاور مترابطة، يأتي في مقدمتها ضمان موثوقية النتائج؛ إذ إن التزام الباحث بالأمانة في جمع البيانات وتحليلها يحول دون التلاعب بالأرقام أو تشويه الحقائق لخدمة

فرضيات مسبقة. ففي مجال إدارة علاقات العملاء بالفنادق، قد يميل بعض الباحثين – تحت ضغط جهات تمويلية أو إدارية – إلى تضخيم أثر برامج CRM على رضا العملاء، وهو ما يُعدّ خرقاً صريحاً للأمانة العلمية ويضلل صناع القرار في القطاع الفندقي.

كما تسهم الأخلاقيات في **حماية المشاركين في البحث**، سواء كانوا عملاء يقدمون آراءهم حول الخدمات الفندقية، أو موظفين يكشفون عن ممارسات داخلية في فنادقهم. فاحترام خصوصية هؤلاء وضمان سرية بياناتهم يحميهم من أي ضرر قد يلحق بهم مهنيًا أو شخصيًا نتيجة مشاركتهم. ويُضاف إلى ذلك دور الأخلاقيات في **حماية المجتمع** ككل من النتائج المضللة التي قد تؤدي إلى قرارات سياسية أو استثمارية خاطئة، خاصة في قطاع حيوي كالسياحة الذي يمثل أحد أعمدة الاقتصاد السعودي غير النفط.

ومن جهة أخرى، تعزز أخلاقيات البحث **سمعة المؤسسة الأكاديمية** التي ينتمي إليها الباحث، إذ إن أي فضيحة علمية – كالكشف عن انتحال أو تزوير بيانات – لا تمس الباحث وحده، بل تمتد لتطال جامعته وأساتذته والمحكمين الذين أقرّوا بحثه. كما تساهم الأخلاقيات في **بناء تراكم معرفي سليم**، حيث يبني كل باحث على ما توصل إليه السابقون بثقة، وهو ما يستحيل في غياب الالتزام الأخلاقي.

وفي السياق السعودي تحديداً، أصدرت **هيئة تقويم التعليم والتدريب** ومجلس الجامعات السعودية لوائح صارمة لأخلاقيات البحث، تلزم الباحثين بالحصول على موافقات مسبقة من لجان الأخلاقيات قبل البدء بأي دراسة ميدانية تتضمن مشاركين بشريين، وهو ما يعكس وعي المنظومة الأكاديمية السعودية بمحورية هذا الجانب.

ثالثاً: المبادئ الأساسية لأخلاقيات البحث العلمي

تستند أخلاقيات البحث العلمي إلى مجموعة من المبادئ المتكاملة التي تشكل في مجموعها بوصلة أخلاقية للباحث. وفيما يلي عرض لأبرز هذه المبادئ مع تطبيقها على مجال البحث الفندقي:

أولاً: مبدأ الأمانة العلمية: (Scientific Honesty) ويُقصد به التزام الباحث بنقل المعلومات والاقتباسات من مصادرها الأصلية دون تحريف أو حذف أو إضافة، مع نسبة كل فكرة إلى صاحبها. **مثال توضيحي:** عند اقتباس الباحث لتعريف "استدامة المشاريع الفندقية" من دراسة الباحث الأمريكي **كانديامبيلي (Kandampully, 2021)**، فإن الأمانة تقتضي ذكر اسم المؤلف وسنة النشر ورقم الصفحة، وعدم تقديم التعريف وكأنه من إنتاج الباحث الشخصي.

ثانياً: مبدأ النزاهة: (Integrity) ويعني التزام الباحث بالصدق المطلق في جميع مراحل البحث، بدءاً من صياغة الإشكالية وصولاً إلى عرض النتائج، دون أي تلاعب أو إخفاء لحقائق قد لا تخدم فرضياته. **مثال توضيحي:** إذا أظهرت نتائج الاستبيان أن نظام CRM في عدد من الفنادق السعودية لم يحقق التأثير المتوقع على ولاء العملاء، فإن النزاهة تستوجب عرض هذه النتيجة كما هي، حتى لو كانت تتعارض مع فرضية الباحث الأولية.

ثالثاً: مبدأ الموضوعية: (Objectivity) ويعني تحرر الباحث من التحيزات الشخصية أو المؤسسية، والاعتماد على الأدلة والبراهين بدلاً من المشاعر أو المصالح. **مثال توضيحي:** إذا كان الباحث يعمل سابقاً في أحد الفنادق

محل الدراسة، فإن الموضوعية تقتضي عدم تفضيل هذا الفندق في التحليل أو إضفاء صورة إيجابية مبالغ فيها عن ممارساته في إدارة علاقات العملاء.

رابعاً: مبدأ السرية (Confidentiality) ويتعلق بحماية المعلومات الشخصية للمشاركين وعدم الكشف عن هوياتهم أو بياناتهم لأي طرف خارج فريق البحث. **مثال توضيحي:** عند إجراء مقابلات مع مديري قسم خدمة العملاء في فنادق سعودية حول ممارسات CRM، يلتزم الباحث باستخدام رموز بديلة (مثل المدير أ، الفندق ب) بدلاً من الأسماء الحقيقية، مع تخزين البيانات في ملفات مشفرة.

خامساً: مبدأ الموافقة المستنيرة (Informed Consent) ويعني أن يُطلع الباحث المشاركون على طبيعة البحث وأهدافه والمخاطر المحتملة قبل مشاركتهم، وأن يحصل على موافقتهم الكتابية الطوعية. **مثال توضيحي:** قبل توزيع الاستبيان على نزلاء الفنادق، يقدم الباحث نموذجاً يوضح فيه أن المشاركة طوعية، وأن البيانات ستُستخدم لأغراض علمية فقط، وأن للمشارك الحق في الانسحاب في أي وقت دون أي تبعات.

ويُضاف إلى هذه المبادئ الخمسة الأساسية مبدأ **العدالة (Justice)** في اختيار عينة الدراسة بحيث لا يتم تهميش فئات بعينها أو استغلال الفئات الضعيفة، ومبدأ **المسؤولية الاجتماعية** الذي يلزم الباحث بأن يكون لبحثه مردود نفعي على المجتمع.

رابعاً: القضايا الأخلاقية في البحث العلمي

على الرغم من وضوح المبادئ الأخلاقية نظرياً، إلا أن الواقع البحثي يشهد العديد من المخالفات والقضايا الإشكالية التي تستحق الدراسة والتحليل، ومن أبرزها:

القضية الأولى: الانتحال العلمي (Plagiarism) ويُعدّ من أخطر المخالفات الأخلاقية، ويعني نسب أفكار أو نصوص الآخرين إلى الباحث دون الإشارة إلى مصدرها الأصلي. ويأخذ الانتحال أشكالاً متعددة منها النسخ الحرفي، والنسخ مع تغيير بعض الكلمات، والترجمة دون توثيق، والانتحال الذاتي بإعادة استخدام أعمال سابقة للباحث نفسه دون إشارة. **مثال واقعي:** في عام 2014 سُحبت رسالة دكتوراه باحث في إدارة الضيافة بإحدى الجامعات الأوروبية بعد اكتشاف أن أكثر من 40% من فصلها النظري منقول حرفياً من أطروحة باحث آخر دون توثيق، مما أدى إلى إلغاء درجته العلمية وفصله من وظيفته الأكاديمية.

القضية الثانية: تزوير البيانات وتلفيقها (Data Fabrication and Falsification) ويتمثل في اختلاق بيانات لم تُجمع فعلياً، أو تعديل بيانات حقيقية لتتوافق مع الفرضيات المرغوبة. **مثال افتراضي مرتبط بالبحث:** أن يقوم باحث في مجال CRM الفندق بتعديل ردود بعض المستجيبين الذين عبّروا عن استيائهم من خدمات أحد الفنادق، لجعلها تبدو إيجابية، بهدف إثبات نجاح برامج إدارة علاقات العملاء. مثل هذا التزوير لا يُعدّ مخالفة أخلاقية فحسب، بل جريمة علمية قد تقود إلى قرارات استثمارية خاطئة بمليارات الريالات في القطاع الفندق.

القضية الثالثة: التحيز (Bias) ويظهر في انحياز الباحث لفئة معينة أو نتيجة محددة، سواء بشكل واعٍ أو غير واعٍ. وقد يكون التحيز في اختيار العينة (كاختيار فنادق فاخرة فقط مع إهمال الفنادق المتوسطة)، أو في صياغة

الأسئلة بشكل موحٍ، أو في تفسير النتائج. **مثال توضيحي:** صياغة سؤال مثل "إلى أي مدى تعتقد أن نظام CRM المتميز في هذا الفندق قد حسن تجربتك؟" يتضمن تحيزاً واضحاً لأنه يفترض مسبقاً أن النظام متميز.

القضية الرابعة: انتهاك الخصوصية (Privacy Violation): ويحدث عند جمع بيانات شخصية دون إذن، أو الكشف عن هويات المشاركين، أو استخدام البيانات لأغراض غير تلك التي صرح بها المشاركون. **مثال واقعي:** في عام 2018 واجهت إحدى سلاسل الفنادق العالمية دعاوى قضائية بعد تسريب بيانات أكثر من 500 مليون عميل من نظام CRM الخاص بها، وهو ما يكشف خطورة التعامل مع هذه البيانات بحثياً دون ضمانات أمنية كافية.

القضية الخامسة: تضارب المصالح (Conflict of Interest): ويعني وجود مصالح شخصية أو مالية للباحث قد تؤثر على حياديته. **مثال افتراضي:** أن يجري باحث دراسة عن فعالية CRM في فندق ما، بينما يتلقى تمويلاً مباشراً من إدارة الفندق نفسه، دون الإفصاح عن هذه العلاقة في الدراسة. الإفصاح هنا شرط أخلاقي لا يمكن التغاضي عنه.

القضية السادسة: إساءة استخدام التأليف (Authorship Abuse): كإدراج أسماء أشخاص لم يساهموا فعلياً في البحث، أو حذف أسماء مساهمين حقيقيين، وهي ممارسة شائعة في البيئات الأكاديمية ذات الضغط النشري المرتفع.

خامساً: القواعد واللوائح المنظمة لأخلاقيات البحث

أدركت المؤسسات الأكاديمية والعلمية حول العالم أن ترك أمر الالتزام الأخلاقي لضمير الباحث وحده غير كافٍ، فأنشأت منظومة من الهيئات واللوائح التنظيمية الملزمة، يأتي في مقدمتها **لجان مراجعة الأخلاقيات المؤسسية (Institutional Review Boards – IRB)**. وتتولى هذه اللجان مراجعة مقترحات البحوث قبل البدء بها، والتأكد من توافقها مع المعايير الأخلاقية، وخصوصاً تلك التي تتضمن مشاركين بشريين. وفي البحوث الفندقية، تقوم لجنة الأخلاقيات بمراجعة أدوات جمع البيانات والتأكد من عدم تضمنها أسئلة قد تسبب ضرراً نفسياً أو مهنيًا للمستجيبين.

ومن أبرز المعايير الدولية كذلك **دليل جمعية علم النفس الأمريكية (APA Publication Manual, 7th Edition, 2020)** الذي يُعد مرجعاً أساسياً في كثير من العلوم الإنسانية والإدارية، ويتضمن قواعد دقيقة للتوثيق وعرض النتائج وحماية المشاركين. كما تُعد **وثيقة بلمونت (Belmont Report, 1979)** المرجع التاريخي الأهم في أخلاقيات البحوث ذات المشاركين البشريين، إذ أرست المبادئ الثلاثة الكبرى: احترام الأشخاص، والإحسان، والعدالة.

وعلى المستوى الدولي، تُلزم **إعلانات هلسنكي (Declaration of Helsinki)** الصادرة عن الجمعية الطبية العالمية الباحثين بمعايير صارمة في حماية المشاركين، وقد امتد تأثيرها ليشمل البحوث الاجتماعية والإدارية. وعربياً، أصدرت **منظمة الإيسيسكو (ICESCO)** و**اتحاد مجالس البحث العلمي العربية** أدلة استرشادية لأخلاقيات البحث.

أما على المستوى المحلي السعودي، فقد أنشأت هيئة الغذاء والدواء السعودية ومدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية (KACST) ضوابط أخلاقية للبحوث، كما تمتلك معظم الجامعات السعودية – كجامعة الملك سعود وجامعة الملك عبدالعزيز – لجاناً مستقلة لأخلاقيات البحث العلمي. وتأتي أهمية هذه القواعد في كونها تُحوّل أخلاقيات البحث من قيم نظرية إلى التزامات عملية قابلة للقياس والمحاسبة، كما توفر آلية للشكاوى والانتصاف للمشاركين في حال تعرضهم لأي ضرر.

سادساً: التطبيق العملي على موضوع البحث

ينتقل التقرير في هذا الجزء – وهو الأكثر محورية – من العرض النظري إلى التطبيق الميداني، حيث يوضح الباحث كيف سترجم المبادئ الأخلاقية إلى ممارسات فعلية في دراسته الموسومة بـ "فعالية إدارة علاقات العملاء في تحقيق استدامة مشاريع الخدمات الفندقية – دراسة ميدانية على الفنادق في المملكة العربية السعودية".

فيما يتعلق بآلية جمع البيانات، سيعتمد الباحث على ثلاث أدوات رئيسية: استبانة إلكترونية موجهة لنزلاء الفنادق السعودية في مدن (الرياض، جدة، مكة المكرمة، المدينة المنورة، الدمام)، ومقابلات شبه مقننة مع (15) مديراً من مديري إدارات علاقات العملاء في الفنادق فنتي الأربع والخمس نجوم، إضافة إلى تحليل وثائقي لتقارير الاستدامة المنشورة من هذه الفنادق. وقبل البدء بجمع البيانات، سيتقدم الباحث بطلب رسمي إلى لجنة أخلاقيات البحث العلمي بجامعة ميدأوشن للحصول على الموافقة المؤسسية، مرفقاً نسخة من أدوات البحث ونموذج الموافقة المستنيرة وخطة حماية البيانات.

أما فيما يتعلق بالموافقة المستنيرة، فسيتم تصميم نموذج باللغتين العربية والإنجليزية يتضمن: تعريفاً واضحاً بالباحث وجامعته، وشرحاً لأهداف الدراسة وفوائدها العلمية، وتأكيداً على أن المشاركة طوعية كلياً، وحق الانسحاب في أي مرحلة دون إبداء أسباب، وبياناً صريحاً بأن البيانات ستستخدم لأغراض علمية بحتة ولن تُشارك مع أي جهة تجارية أو فندقية. وسيطلب من كل مشارك التوقيع الإلكتروني على هذا النموذج قبل البدء بالاستبيان.

وفيما يخص الحفاظ على السرية، سيلتزم الباحث بمنظومة متكاملة من الإجراءات: استخدام رموز بديلة بدلاً من الأسماء الحقيقية (مثل فندق F1, F2 ومدير M1, M2)، وتخزين البيانات في ملفات مشفرة على جهاز محمي بكلمة مرور لا يطلع عليها إلا الباحث ومشرفه، وفصل البيانات الديموغرافية عن الردود الفعلية، وإتلاف البيانات الخام بعد مرور خمس سنوات من نشر البحث وفق سياسات حفظ البيانات الأكاديمية. كما لن تُذكر في البحث أي معلومات قد تكشف هوية الفنادق المشاركة، مثل عدد الغرف الدقيق أو مواقعها التفصيلية.

أما المخاطر المحتملة وكيفية إدارتها، فيقرّ الباحث بأن دراسته قد تنطوي على بعض المخاطر، أبرزها: احتمال شعور بعض المديرين بعدم الارتياح عند الإفصاح عن ممارسات داخلية لفنادقهم، واحتمال تأثر علاقتهم الوظيفية إذا انتشرت معلومات عن مشاركتهم. ولإدارة هذه المخاطر، سيؤكد الباحث على أن المقابلات ستجرى في مكان وزمان يختاره المشارك بنفسه، وأن التسجيل الصوتي لن يتم إلا بإذن مسبق، وأن المشارك يحق له طلب حذف أي جزء من إجابته قبل الاعتماد النهائي.

وعلى صعيد الموضوعية والنزاهة في التحليل، سيستخدم الباحث برامج إحصائية معتمدة (SPSS و AMOS) لتحليل البيانات الكمية، وأساليب التحليل الموضوعي (Thematic Analysis) للبيانات النوعية، مع عرض النتائج

كما هي حتى لو خالفت فرضياته. كما سيلجأ إلى أسلوب التثليث (Triangulation) للتحقق من صحة النتائج بمقارنتها عبر مصادر متعددة. وسيُفصح الباحث في القسم الخاص بـ "إقرارات تضارب المصالح" عن أي علاقة شخصية أو مهنية سابقة بأي من الفنادق محل الدراسة.

وفيما يخص توثيق المراجع وتجنب الانتحال، سيستخدم الباحث برنامج Turnitin أو iThenticate لفحص نسبة التشابه قبل التسليم النهائي، مع الحرص على ألا تتجاوز النسبة 15% (وهي النسبة المسموح بها في معظم الجامعات السعودية)، وسيوثق جميع المراجع باستخدام نظام APA الإصدار السابع. كما سيستعين ببرامج إدارة المراجع مثل Mendeley أو EndNote لضمان الدقة.

وأخيراً، فيما يتعلق بالمسؤولية المجتمعية، يلتزم الباحث بإتاحة ملخص تنفيذي للنتائج للفنادق المشاركة بعد إتمام البحث، بحيث يستفيد القطاع الفندقي السعودي من توصيات الدراسة في تطوير ممارساته في إدارة علاقات العملاء، بما يخدم رؤية المملكة 2030 في تطوير قطاع السياحة.

سابعاً: الخاتمة

استعرض هذا التقرير منظومة متكاملة لأخلاقيات البحث العلمي، بدءاً من تعريفها وأهميتها، ومروراً بمبادئها الأساسية والقضايا الإشكالية المرتبطة بها، ووصولاً إلى القواعد التنظيمية الحاكمة لها، وانتهاءً بتطبيقها العملي على موضوع البحث المتعلق بفعالية إدارة علاقات العملاء في تحقيق استدامة مشاريع الخدمات الفندقية بالمملكة العربية السعودية.

وقد توصل التقرير إلى أن أخلاقيات البحث ليست ترفاً فكرياً أو إجراءً شكلياً، بل هي شرط جوهري لإنتاج معرفة موثوقة قابلة للتطبيق، وهي خط الدفاع الأول الذي يحمي المشاركين والباحث والمؤسسة العلمية والمجتمع من المخاطر المتعددة للبحث غير المسؤول. كما تبيّن أن المبادئ الأخلاقية – من أمانة ونزاهة وموضوعية وسرية وموافقة مستنيرة – تشكل في مجموعها بوصلة متكاملة لا يمكن للباحث الاستغناء عن أي عنصر منها.

وفي السياق التطبيقي، أوضح التقرير كيف يمكن ترجمة هذه المبادئ إلى ممارسات ميدانية في بحث حساس يتعامل مع بيانات العملاء وأسرار الفنادق، عبر منظومة من الإجراءات تشمل الموافقات المسبقة من اللجان الأخلاقية، ونماذج الموافقة المستنيرة، والتشفير وحماية البيانات، والإفصاح عن تضارب المصالح، وفحص الانتحال. ويؤكد الباحث في ختام هذا التقرير التزامه الكامل بهذه المبادئ ليس فقط في الدراسة الحالية، بل في جميع أعماله الأكاديمية المستقبلية، إيماناً منه بأن البحث العلمي رسالة قبل أن يكون مهنة، وأن الأمانة العلمية ركن أصيل من أركان الهوية الأكاديمية للباحث المسلم والعربي. ويوصي التقرير بضرورة تكثيف الدورات التدريبية لطلاب الدراسات العليا في أخلاقيات البحث، وتطوير لوائح وطنية موحدة في المملكة العربية السعودية لتنظيم البحوث الميدانية في قطاع الخدمات.

ثامناً: المراجع

المراجع العربية:

- بدوي، أحمد محمد. (2019). *أخلاقيات البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية* (الطبعة الثانية). القاهرة: دار النهضة العربية.
- الحربي، خالد بن عبدالله. (2021). أخلاقيات البحث العلمي في الجامعات السعودية: دراسة تحليلية في ضوء رؤية 2030. *مجلة العلوم التربوية والنفسية*، 22(3)، 145-178.
- العساف، صالح بن حمد. (2018). *المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية* (الطبعة الخامسة). الرياض: دار الزهراء للنشر والتوزيع.
- القحطاني، سالم بن سعيد. (2020). إدارة علاقات العملاء وأثرها على استدامة القطاع الفندقي في المملكة العربية السعودية. *المجلة العربية للإدارة*، 40(2)، 89-114.
- منظمة الإيسيسكو. (2019). *الدليل الاسترشادي لأخلاقيات البحث العلمي في الدول الإسلامية*. الرباط: منشورات الإيسيسكو.

المراجع الأجنبية:

- American Psychological Association. (2020). *Publication manual of the American Psychological Association* (7th ed.). Washington, DC: APA.
- Kandampully, J., Zhang, T., & Jaakkola, E. (2021). Customer experience management in hospitality: A literature synthesis, new understanding, and research agenda. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(1), 51–73. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2020-0322>
- Resnik, D. B. (2020). *The ethics of research with human subjects: Protecting people, advancing science, promoting trust*. New York: Springer.
- Shamoo, A. E., & Resnik, D. B. (2022). *Responsible conduct of research* (4th ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Sigala, M. (2018). Implementing social customer relationship management: A process framework and implications in tourism and hospitality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(7), 2698–2726. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2015-0536>

World Medical Association. (2013). *Declaration of Helsinki: Ethical principles for medical research involving human subjects*. Ferney-Voltaire: WMA.