

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

دور إدارة المشاريع في تطوير وتنفيذ منظومة تفاعلية لتحسين تجربة العملاء: دراسة ميدانية على شركات القطاع الخاص السعودي

أسم الطالب

خالد بندر المطيري

221002315

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

2025

المحتويات

4.....	المقدمة:
5.....	مشكلة الدراسة
5.....	1.1.1 الفجوات على المستوى النظري
6.....	1.1.2 الفجوات على المستوى التطبيقي
6.....	أهمية الدراسة:
8.....	أهداف الدراسة
9.....	فرضيات الدراسة
11.....	منهجية الدراسة
12.....	الدراسة الميدانية
14.....	مخطط المشروع المقترح

المقدمة:

تشهد بيئات الأعمال الحديثة تغيرات متسارعة بفعل التطور الرقمي، وارتفاع توقعات العملاء، وتنامي التنافس بين الشركات، مما جعل تجربة العملاء محوراً أساسياً في استراتيجيات المؤسسات، خصوصاً في القطاع الخاص الذي يسعى إلى الحفاظ على ولاء العملاء وجذب شرائح جديدة، ولم يعد تقديم المنتج أو الخدمة بجودة مقبولة كافياً، بل أصبح من الضروري توفير تجربة متكاملة تلبي الاحتياجات وتعزز الرضا والانتماء. (Da Silva, 2021)

وقد أدى هذا التحول في أولويات الشركات إلى تبني منظومات تفاعلية لإدارة تجربة العملاء، تركز على التكامل بين القنوات الرقمية، والتحليل المستمر لرحلة العميل، والاستجابة السريعة لتوقعاته، باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وواجهات التفاعل الحديثة، وتُعد هذه المنظومات بمثابة بنية تحتية استراتيجية تسهم في تعزيز التميز المؤسسي وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة. (Rahimian et al., 2021)

وتُعد إدارة المشاريع إطاراً فعالاً لتخطيط وتنفيذ هذه المنظومات، نظراً لما توفره من أدوات منهجية لإدارة الوقت، وضبط التكاليف، وتنظيم فرق العمل، ومراقبة جودة التنفيذ، وقد تطور دور إدارة المشاريع من كونه نشاطاً تشغيلياً إلى وظيفة استراتيجية تُوظف لتحقيق أهداف معقدة مثل تحسين تجربة العميل، ورفع كفاءة الخدمات، وتعزيز الاستجابة للتغيرات السوقية (الحربي، 2022).

وفي ظل توجه شركات القطاع الخاص السعودي نحو التحول الرقمي والتفاعل مع العملاء عبر منصات متعددة، أصبح من الضروري تبني ممارسات إدارة المشاريع لتطوير وتنفيذ حلول تفاعلية ذكية تعتمد على فهم معمق لاحتياجات العملاء، وتُترجم هذه الاحتياجات إلى خطوات عملية ضمن نطاق زمني ومالي محدد (عبدالنبي والعنبي، 2021).

وتعتمد المنظومات التفاعلية الناجحة على ثلاثة عناصر متكاملة: (1) التقنية الرقمية التي تتيح تتبع سلوك العميل، (2) المحتوى والخدمات التي تلبي احتياجاته، و(3) الإدارة الاحترافية التي تنسق وتنفذ هذه العناصر ضمن مشروع واضح الأهداف. وهنا يأتي دور إدارة المشاريع كوسيط فعال يربط بين الرؤية الاستراتيجية والتنفيذ العملي. (Silvius, 2021)

وتتبع أهمية المنظومات التفاعلية من قدرتها على تخصيص الخدمات لكل عميل على حدة، بناءً على تاريخه وتفضيلاته وسلوكه الشرائي، مما يعزز القيمة المضافة ويزيد من فرص تكرار الشراء، وقد أظهرت

التجارب أن الشركات التي تنجح في تنفيذ مثل هذه الأنظمة من خلال إدارة مشاريع محكمة تحقق نتائج ملموسة في رضا العملاء ونمو العائدات (العرفي وجادو، 2024).

وتتزايد أهمية هذه الدراسة نظرًا لما تشهده المملكة من تطور اقتصادي وتحول رقمي واسع في إطار رؤية 2030، حيث تسعى الحكومة إلى رفع كفاءة القطاع الخاص وتحسين جودة الخدمات المقدمة للمواطنين والمقيمين، وهو ما يتطلب التركيز على تحسين تجربة العملاء من خلال حلول فعّالة تُدار بأساليب حديثة (إبراهيم، 2024).

واستنادًا إلى ما سبق، فإن هذه الدراسة تسعى إلى استكشاف مدى مساهمة إدارة المشاريع في تطوير وتنفيذ منظومات تفاعلية لتحسين تجربة العملاء، مع التركيز على الممارسات الإدارية، وأطر العمل، والأدوات المستخدمة، والتحديات التي تواجه الشركات في هذا السياق.

مشكلة الدراسة

تسعى العديد من شركات القطاع الخاص السعودي إلى تطوير تجربة العملاء من خلال منظومات تفاعلية متقدمة، إلا أن النتائج المحققة غالبًا لا ترقى إلى مستوى الطموحات المرجوة، سواء من حيث رضا العملاء أو كفاءة التواصل معهم. وعلى الرغم من تبني بعض المؤسسات لمبادرات رقمية تستهدف تحسين التجربة، إلا أن غياب إطار إداري منهجي لإدارة تلك المبادرات أدى إلى ضعف التنسيق، وتكرار الجهود، وغياب مؤشرات أداء واضحة. وتُشير الممارسات الحالية إلى أن كثيرًا من مشاريع تحسين تجربة العميل لا تُدار بأسلوب احترافي يراعي مبادئ إدارة المشاريع الحديثة، مما يعوق قدرتها على تحقيق أهدافها بفعالية واستدامة (إبراهيم، 2024؛ العرفي وجادو، 2024).

1.1.1 الفجوات على المستوى النظري

رغم تطور الدراسات في مجالي تجربة العملاء وإدارة المشاريع كلّ على حدة، إلا أن الأدبيات لا تزال تقتصر إلى نموذج تكاملي يُعالج العلاقة بين إدارة المشاريع كإطار تنفيذي وبين تجربة العميل كهدف

استراتيجي، فغالبية الدراسات ركزت على جانب رضا العملاء أو التحول الرقمي بمعزل عن الإدارة التنفيذية للمشاريع، كما أن القليل منها تناول مفهوم "المنظومة التفاعلية" كمفهوم مركب يرتبط بهيكلية المشروع وتخطيطه، وبذلك تبقى العلاقة بين الهيكلية الإدارية (مثل التوقيت، الموارد، فرق العمل) وتجربة العميل غير واضحة بما يكفي في البحوث النظرية (عبدالنبي والعتيبي، 2021)

1.1.2 الفجوات على المستوى التطبيقي

تُظهر الممارسات الميدانية في شركات القطاع الخاص السعودي أن مشاريع تحسين تجربة العملاء تُنفذ في كثير من الأحيان بصورة عشوائية أو غير مترابطة، دون وجود إدارة مشروع رسمية تُعزز من وضوح الأهداف وتكامل المراحل، ويؤدي ذلك إلى ضعف التنسيق بين الإدارات المختلفة (مثل التسويق وتقنية المعلومات وخدمة العملاء)، إضافة إلى غياب مؤشرات تقييم فعّالة تربط بين جهود التطوير ونتائج التجربة الفعلية، كما أن ندرة استخدام أدوات إدارة المشاريع مثل التحليل الزمني، تقييم المخاطر، والتوثيق المرحلي، تضعف من فرص نجاح المشاريع التفاعلية، وهذا ما يجعل دراسة هذا الموضوع في السياق المحلي ضرورة عملية لتحسين الأداء المؤسسي .

السؤال الرئيسي للدراسة

ما دور إدارة المشاريع في تطوير وتنفيذ منظومة تفاعلية لتحسين تجربة العملاء في شركات القطاع الخاص السعودي؟

أهمية الدراسة :

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من عدة اعتبارات نظرية وتطبيقية، ترتبط بطبيعة الموضوع، وسياق الدراسة، والفجوات المعرفية والمهنية التي تسعى لمعالجتها

أولاً: الأهمية العلمية

- تُسهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية من خلال الربط بين مفهومي إدارة المشاريع وتحسين تجربة العملاء في إطار تكاملي، وهي علاقة لم تحظَ بعد بالاهتمام الكافي في الدراسات السابقة.

- تقدم الدراسة نموذجًا مفاهيميًا جديدًا يدمج بين ممارسات إدارة المشاريع ومنظومات تجربة العملاء التفاعلية، بما يفتح المجال أمام الباحثين لإجراء المزيد من الدراسات التطبيقية في هذا الاتجاه.
- تُعزز هذه الدراسة من الفهم النظري لكيفية تأثير أدوات ومراحل إدارة المشاريع (مثل التخطيط، التنفيذ، الرقابة) في جودة تجربة العميل داخل بيئة الأعمال المعاصرة.
- تُسهم في دعم توجهات البحث العلمي نحو دراسة التحول الرقمي في إدارة المشاريع وتأثيره في قطاعات خدمية حيوية كقطاع التسويق والتعامل مع العملاء...

ثانيًا: الأهمية العملية (التطبيقية)

- توفر الدراسة نتائج ميدانية يمكن أن تستفيد منها شركات القطاع الخاص السعودي في تصميم وإدارة مشاريع رقمية تهدف لتحسين تجربة العملاء.
- تُمكن الإدارات التنفيذية من تقييم فعالية مشاريعهم الحالية من منظور تجربة العميل، وتحديد نقاط القوة والقصور في العمليات التفاعلية.
- تساعد في توجيه السياسات التشغيلية نحو تبني إدارة المشاريع كمنهجية أساسية في تنفيذ المبادرات المتعلقة بتجربة العميل.
- تدعم صنّاع القرار في تطوير مؤشرات أداء وربطها بمراحل المشروع، بما يعزز من كفاءة التنفيذ ورفع مستوى رضا العملاء.
- تواكب أهداف رؤية السعودية 2030 التي تسعى إلى تحسين الخدمات، وتعزيز التفاعل بين القطاعات الخاصة والجمهور، من خلال حلول تكنولوجية وإدارية حديثة...

أسئلة الدراسة

ما دور إدارة المشاريع بأبعادها (التخطيط، التنظيم، التنفيذ، المتابعة، التحكم) في تطوير وتنفيذ منظومة تفاعلية لتحسين تجربة العملاء في شركات القطاع الخاص السعودي؟

وتتفرع منه عدة أسئلة فرعية منها :

- ما أثر مرحلة التخطيط للمشاريع في تطوير منظومة تفاعلية تعزز تجربة العملاء في شركات القطاع الخاص السعودي؟
- كيف يسهم تنظيم المشاريع في تهيئة بيئة عمل تفاعلية تخدم أهداف تحسين تجربة العملاء في شركات القطاع الخاص السعودي ؟
- إلى أي مدى يؤثر تنفيذ المشاريع على كفاءة تشغيل منظومة التفاعل مع العملاء في شركات القطاع الخاص السعودي ؟
- ما دور المتابعة والتقييم المستمر في ضبط جودة المنظومات التفاعلية أثناء تنفيذ المشاريع في شركات القطاع الخاص السعودي ؟
- كيف تؤثر أنشطة التحكم وضبط الأداء في المشاريع على فعالية التفاعل مع العملاء وتحقيق رضاهم في شركات القطاع الخاص السعودي ؟

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة أثر إدارة المشاريع بأبعادها (التخطيط، التنظيم، التنفيذ، المتابعة، التحكم) على تطوير وتنفيذ منظومة تفاعلية لتحسين تجربة العملاء في شركات القطاع الخاص السعودي، من خلال فهم مدى مساهمة الممارسات الاحترافية لإدارة المشاريع في بناء منظومات تفاعلية تسهم في تعزيز رضا العملاء وتحقيق التميز التنافسي.

وتتفرع عدة أهداف فرعية:

- التعرف على دور مرحلة التخطيط للمشروعات في تطوير منظومة تفاعلية لتحسين تجربة العملاء في شركات القطاع الخاص السعودي.

- تحليل أثر التنظيم الإداري للمشروعات على كفاءة تنفيذ المنظومات التفاعلية مع العملاء في شركات القطاع الخاص السعودي.
- تقييم مدى فاعلية تنفيذ المشاريع في دعم الأدوات والتقنيات المستخدمة في تحسين تجربة العملاء في شركات القطاع الخاص السعودي.
- دراسة دور المتابعة المستمرة خلال دورة حياة المشروع في ضمان جودة التفاعل مع العملاء في شركات القطاع الخاص السعودي.
- قياس أثر أنشطة التحكم وضبط الأداء في مشاريع القطاع الخاص على تطوير بيئات تفاعلية ملائمة لاحتياجات العملاء في شركات القطاع الخاص السعودي.

فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدارة المشاريع بأبعادها (التخطيط، التنظيم، التنفيذ، المتابعة، التحكم) وتطوير وتنفيذ منظومة تفاعلية لتحسين تجربة العملاء في شركات القطاع الخاص السعودي .

الفرضيات الفرعية:

- 1-H0: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمرحلة التخطيط للمشاريع على تطوير منظومة تفاعلية لتحسين تجربة العملاء في شركات القطاع الخاص السعودي.
- 2-H0: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتنظيم المشاريع على كفاءة تنفيذ المنظومات التفاعلية مع العملاء في شركات القطاع الخاص السعودي.
- 3-H0: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتنفيذ المشاريع على فعالية منظومة التفاعل مع العملاء في شركات القطاع الخاص السعودي.

H0-4 لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمتابعة المستمرة للمشاريع على ضبط جودة المنظومات التفاعلية أثناء التنفيذ في شركات القطاع الخاص السعودي.

H0-5 لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لأنشطة التحكم وضبط الأداء على تحسين تجربة العملاء في شركات القطاع الخاص السعودي.

نموذج الدراسة

يعتمد نموذج الدراسة الحالي على تحليل العلاقة بين المتغير المستقل المتمثل في إدارة المشاريع بأبعاده المختلفة، والمتغير التابع المتمثل في تطوير وتنفيذ منظومة تفاعلية لتحسين تجربة العملاء في شركات القطاع الخاص السعودي، ويستند هذا النموذج إلى الأدبيات النظرية والدراسات السابقة ، ويتكون نموذج الدراسة من المتغيرات التالية:

المتغير المستقل :إدارة المشاريع، ويتفرع إلى الأبعاد التالية:

- التخطيط
- التنظيم
- التنفيذ
- المتابعة
- التحكم

المتغير التابع :تطوير وتنفيذ منظومة تفاعلية لتحسين تجربة العملاء

منهجية الدراسة

سوف تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، باعتباره المنهج الأنسب لتحليل العلاقة بين إدارة المشاريع بأبعادها المختلفة، وتطوير وتنفيذ منظومة تفاعلية لتحسين تجربة العملاء في شركات القطاع الخاص السعودي، وسيساعد هذا المنهج في وصف الواقع القائم لممارسات إدارة المشاريع، وتحليل تأثيرها على جودة التفاعل مع العملاء من خلال بيانات ميدانية يتم جمعها من مجتمع الدراسة.

وسيتم استخدام الأسلوب الكمي في جمع البيانات وتحليلها، حيث سيتم تطوير استبانة مغلقة مكونة من عدة محاور، تمثل كل منها أحد أبعاد المتغيرات المستقلة والتابعة، وستُصمم فقرات الاستبانة وفق مقياس ليكرت الخماسي الذي يتيح للمشاركين التعبير عن درجة موافقتهم على الفقرات بصورة كمية قابلة للتحليل الإحصائي.

أما فيما يخص مجتمع الدراسة، فسوف يتكون من موظفي شركات القطاع الخاص السعودي الذين يشاركون في مشاريع تطوير تجربة العملاء، أو العاملين في إدارات المشاريع، أو إدارات خدمة العملاء، حيث سيتم التركيز على الشركات التي تتبنى مفاهيم الإدارة التفاعلية والتحول نحو منظومات رقمية لتجربة العملاء.

وسيتم اختيار عينة الدراسة باستخدام أسلوب العينة العشوائية الطبقية، وذلك لضمان تمثيل مختلف فئات الشركات وأقسامها، مع تحديد حجم العينة المناسبة باستخدام معادلة كرجسي ومورغان بما يتوافق مع حجم مجتمع الدراسة.

وسيتم التأكد من صدق وثبات الاستبانة من خلال:

الصدق الظاهري عبر عرضها على مجموعة من المحكمين والخبراء في إدارة المشاريع والتسويق.

التحليل العاملي الاستكشافي والتوكيدي للتأكد من صلاحية أدوات القياس.

اختبار الثبات باستخدام معامل كرونباخ ألفا للتحقق من اتساق الفقرات داخليًا.

أما على مستوى تحليل البيانات، فسوف يتم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية، من أبرزها:

الإحصاء الوصفي (المتوسطات والانحرافات المعيارية).

اختبار T-Test و ANOVA لتحليل الفروق بين المتوسطات عند الحاجة.

تحليل الارتباط والانحدار الخطي البسيط والمتعدد لاختبار فرضيات الدراسة وقياس قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرات.

وسيتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS الإحصائي، وربما يتم الاستعانة ببرامج إضافية مثل

AMOS أو SmartPLS لتحليل النماذج البنوية إذا دعت الحاجة.

وتسعى هذه المنهجية إلى تقديم نتائج دقيقة تساهم في تعميق الفهم حول كيفية توظيف أدوات إدارة المشاريع في بناء منظومات تفاعلية فعالة لتحسين تجربة العملاء، بما يدعم ممارسات الشركات السعودية ويعزز من قدرتها التنافسية في السوق.

الدراسة الميدانية

سوف تُجرى الدراسة ميدانيًا في شركات القطاع الخاص العاملة في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية، وذلك لما تتمتع به هذه البيئة من خصائص تنظيمية وقطاعية تجعلها مثالية لدراسة أثر إدارة المشاريع على تطوير منظومة تفاعلية لتحسين تجربة العملاء.

وتُعد مدينة الرياض العاصمة الإدارية والاقتصادية للمملكة، وتُمثل مركزاً رئيسياً لاستقطاب الاستثمارات المحلية والدولية، كما تحتضن مقرات كبرى الشركات الوطنية والإقليمية في قطاعات متعددة تشمل: الاتصالات، التكنولوجيا، الخدمات المالية، تجارة التجزئة، العقارات، والخدمات اللوجستية، وبفضل هذا التنوع، تشكّل الرياض بيئة ديناميكية لإدارة المشاريع، وتسعى مؤسساتها إلى تبني أحدث الممارسات الإدارية والتقنية بهدف رفع الكفاءة وتعزيز التنافسية.

أما عن طبيعة شركات القطاع الخاص في الرياض، فإنها تنقسم بـ:

- هيكل تنظيمي مرن يسمح بتطبيق ممارسات متقدمة في إدارة المشاريع ودمجها مع استراتيجيات تحسين تجربة العملاء.
- اعتماد واسع على التحول الرقمي، مما يدعم إنشاء منظومات تفاعلية تعتمد على البيانات والتحليلات الآنية وسلوك العملاء.
- ثقافة تنظيمية حديثة تشجع الابتكار والتجريب، وتقدر أهمية رضا العميل كعنصر حاسم في بقاء المؤسسة في السوق.
- وجود وحدات متخصصة في إدارة المشاريع وإدارات لخدمة العملاء، ما يتيح إمكانية جمع بيانات غنية ومباشرة من أصحاب العلاقة الرئيسيين.

ويُتوقع أن تشمل الدراسة شركات متوسطة وكبيرة الحجم، لديها مشاريع قائمة أو تم تنفيذها مؤخراً في إطار تطوير تجربة العملاء، مع التركيز على المؤسسات التي تستخدم أدوات إدارة المشاريع بشكل رسمي

أو تتبع منهجيات معترف بها) مثل PMBOK ،: Agile

إن اختيار مدينة الرياض كموقع للتطبيق يعكس الرغبة في دراسة واقع حي يعبر عن التحديات والفرص التي تواجهها الشركات السعودية الحديثة، خاصة في ظل توجه المملكة نحو بناء اقتصاد معرفي وتحقيق

أهداف رؤية السعودية 2030. ويُعتقد أن نتائج هذه الدراسة ستكون ذات فائدة تطبيقية مباشرة لتلك المؤسسات، كما ستثري الأدبيات العلمية المتعلقة بإدارة المشاريع وتجربة العملاء في السياقات الخليجية.

مخطط المشروع المقترح

سوف تتكون الدراسة المقترحة من خمسة فصول رئيسية، يتناول كل فصل جانبًا محددًا من جوانب البحث، وفق الترتيب التالي:

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

يتناول هذا الفصل الأساس النظري والتنظيمي للبحث، ويشمل العناصر التالية:

مقدمة الدراسة

مشكلة الدراسة

أسئلة الدراسة

أهداف الدراسة

أهمية الدراسة

فروض الدراسة

نموذج الدراسة

منهجية الدراسة

الدراسة الميدانية

مخطط المشروع المقترح

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

ينقسم إلى مبحثين رئيسيين:

المبحث الأول: إدارة المشاريع

ويتناول المفاهيم العامة لإدارة المشاريع، مراحلها، أبعادها، أهميتها في بيئة الأعمال الحديثة، والعوامل المؤثرة في نجاحها.

المبحث الثاني: تجربة العملاء والمنظومات التفاعلية

ويشمل شرحاً لمفهوم تجربة العملاء، وأسس بناء منظومة تفاعلية فعالة، والعلاقة بين هذه المنظومة ورضا العميل وأداء الشركات.

ويُختتم الفصل بعرض الدراسات السابقة ذات العلاقة بالمتغيرين (المستقل والتابع)، وتحليل أوجه التشابه والاختلاف بينها وبين الدراسة الحالية.

الفصل الثالث: المنهجية والإجراءات

يتناول هذا الفصل:

تصميم الدراسة ومنهجها

مجتمع الدراسة وعينتها

أداة الدراسة (الاستبانة)

أساليب قياس المتغيرات

صدق وثبات الأداة

الإجراءات الميدانية

الأساليب الإحصائية المستخدمة لتحليل البيانات

الفصل الرابع: تحليل البيانات ونتائج الدراسة

يتضمن هذا الفصل عرضًا تفصيليًا للنتائج الإحصائية التي تم التوصل إليها بناءً على البيانات الميدانية، ويشمل:

التحليل الوصفي لل فقرات

نتائج اختبار الفروض

الفصل الخامس: النتائج والتوصيات

يختتم هذا الفصل الدراسة من خلال:

تلخيص أبرز النتائج

تقديم التوصيات التطبيقية الموجهة للشركات المعنية

اقتراح موضوعات لدراسات مستقبلية ذات صلة

قائمة المراجع:

- الحربي، خالد حمود نعيمش. (2022). التخطيط الاستراتيجي وأثره على إدارة المشاريع. مسالك للدراسات الشرعية واللغوية والإنسانية، ع13 ، 253 - 292.
- عبدالنبي، هدى أحمد إبراهيم، و العتيبي، حصة ذياب مرزوق. (2021). علاقة الابتكار والإبداع في نجاح إدارة المشاريع: تطبيق على وكالة التوطين بوزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية. المجلة الدولية للتنمية، مج10، ع1 ، 11 - 28
- عبده، أحمد جميل محمد. (2024). إدارة المشاريع كأداة لتحليل الفشل المالي: رؤية وتوجهات. مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية، ع150 ، 35 - 37.
- إبراهيم، رشا عبدالرحمن حجازي. (2024). دور التطبيقات المصرفية الرقمية في تحسين تجربة العملاء وتحقيق رضاهم عن الخدمات المقدمة لهم: دراسة مقارنة على البنوك المصرية الحكومية والخاصة. مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، ع29 ، 79 - 228.
- العريفي، خالد أحمد علي، و جادو، أميرة محمد شوقي عبدالنبي. (2024). أثر خدمات ما قبل البيع في تحسين تجربة عميل شركات التغليف: قطاع الكرتون المضلع في السعودية. المجلة العربية للنشر العلمي، ع67 ، 58 - 85.
- عمرو، عبدالله راتب محمد، و الحبيس، محمود عبدالله محمد. (2022). تقييم إدارة المشاريع الإنشائية: دراسة تطبيقية على المشاريع الإنشائية في محافظة البلقاء (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة البلقاء التطبيقية، السلط.

- Da Silva, E. C. (2021). Customer experience project: a framework to create and deliver value to customers. International Journal of Marketing Studies, 13(3), 1-21
- Rahimian, S., ShamiZanjani, M., Manian, A., & Esfidani, M. R. (2021). A framework of customer experience management for hotel industry. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 33(5), 1413-1436

- Silviu, G. (2021). The role of the project management office in sustainable project management. *Procedia computer science*, 181, 1066–1076.