

تأثير تطبيق اشياء الانترنت على رضا العميل : دليل من مصر	
<p>د. محمد عمر أحمد سيد أحمد (استاذ مساعد - قسم الدراسات الفندقية)</p> <p>د. مها يحيى كامل (مدرس - قسم الدراسات السياحية)</p> <p>د. علياء مختار جابر النجار (مدرس - قسم الدراسات الفندقية)</p>	المشاركون
٢٠٢٢ (مقبول للنشر)	سنة النشر

الملخص

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على تأثير إنترنت الأشياء (IoT) على رضا العملاء في صناعة الفنادق والطيران في مصر. اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الكمي التحليلي لتحقيق أهداف الدراسة. حيث تم استخدام اسلوب العينة المناسبة (A convenience sample) من عملاء الفنادق الخمس نجوم بالقاهرة والمسافرين. وتم جمع البيانات الميدانية من خلال استمارة استبيان لقياس الهدف من البحث واختبار فرضياتها حيث تم توزيع ٤٠٠ استمارة استبيان وبلغ عدد الاستمارات الصالحة ٣٠٠ استمارة بمعدل استجابة ٧٥٪. وتم استخدام برنامج SPSS (الإصدار، ٢٦) لتحليل البيانات بعد التأكد من صدق وثبات البيانات، تم إجراء التحليل الوصفي والتحقق من ارتباط المتغيرات واختبار التأثير بواسطة الانحدار المتعدد. أشارت نتائج الدراسة الى أن إنترنت الأشياء (IoT) له تأثير إيجابي على رضا العملاء في صناعة الفنادق والطيران. وأظهرت النتائج أن متغيرات إنترنت الأشياء المتمثلة في التطبيق والأمن والتكلفة لها تأثير هام من الناحية الإحصائية على رضا العملاء. ساهمت هذه الدراسة في التعرف على تأثير إنترنت الأشياء (IoT) على رضا العملاء في صناعة الفنادق والطيران في مصر. وتعتبر هذه الدراسة مفيدة للعديد من الباحثين والأكاديميين والممارسين في صناعة السياحة والضيافة، حيث إنها تساهم في التعرف على أهمية إنترنت الأشياء وإمكاناتها الهائلة، خاصة في صناعة الفنادق والطيران.

الكلمات الدالة: انترنت الاشياء (IOT) ، رضا العملاء ، الفنادق ، صناعة الطيران

، مصر .