

أثر الخصائص الديموغرافية لعملاء الفنادق على ثقمتهم في الكلمة الإلكترونية المنقولة

الملخص العربي

أدى التطور المستمر في تقنيات شبة الإنترنت إلى تزايد أعداد السائحين الذين يستخدمون شبكة الإنترنت في البحث عن معلومات المقاصد السياحية التي يخططون للسفر إليها. وتعد الكلمة الإلكترونية المنقولة (EWOM) من أهم مصادر المعلومات التي يعتمد عليها السائحين في تكوين قرار الشراء لديهم، نظرا لكونها أكثر مصداقية وأهمية بالنسبة للسائحين عن مصادر المعلومات الأخرى التي يتم عرضها من قبل مسوقي الخدمات السياحية والفندقية.

وبالرغم من وجود العديد من الدراسات التي ركزت على أثر الكلمة الإلكترونية المنقولة على قرار الشراء عند السائحين، إلا أن القليل منها بحث في أثر الخصائص الديموغرافية للسائحين على مدى ثقمتهم بالكلمة الإلكترونية المنقولة. لذا جاءت هذه الدراسة لسد هذه الفجوة البحثية.

إستهدفت الدراسة السائحين الذين وصلو مدينة شرم الشيخ بإعتبارها أحد أشهر المدن السياحية في مصر، حيث أستخدم أستمارة إستبيان للتعرف على العلاقة بين محددات الكلمة الإلكترونية المنقولة لديهم وأثرها على مدى ثقة السائحين بها، ثم التعرف على أثر الخصائص الديموغرافية للسائحين على مدى ثقمتهم في الكلمة الإلكترونية المنقولة.

وقد أسفرت الدراسة عن تحديد عدد من العوامل التي تؤثر على ثقة السائحين في الكلمة الإلكترونية المنقولة عن الفندق، كما أوضحت تأثير الإختلافات في الخصائص الديموغرافية للسائحين على مدى ثقمتهم في الكلمة الإلكترونية المنقولة.

الكلمات المفتاحية: محددات الكلمة الإلكترونية المنقولة، الخصائص الديموغرافية، الثقة، الفنادق، شرائح السوق