



ملخص البحث السادس - بحث مشترك

The Role of International Exhibition Venues in Marketing Exhibitors' Destinations	عنوان البحث
دور أجنحة المعارض الدولية في تسويق المقاصد السياحية للعارضين	
د. محمد أبوشوق (مدرس- قسم الدراسات السياحية) د. نجوى زعير (أستاذ مساعد- قسم الإرشاد السياحي) د. محمد محمد فراج (مدرس- قسم الدراسات السياحية) أ.د. محمود هويدي (أستاذ متفرغ- قسم الدراسات الفندقية)	المشاركون
٢٠١٧	سنة النشر
Accepted: Journal of Vacation Marketing, 2017 Doi: 10.1177/1356766717690573	الناشر
Abstract Exhibition venues are an important tool in promoting exhibitors' destination image. Venues act as a communicative environment for both visitors and exhibitors. This study, using structural equation modelling to analyse responses of 1000 visitors to the Egyptian venue at the Expo 2015 in Italy, examines the effect of the venue image's dimensions on improving the image of the Egyptian destination and the intentional visiting behaviour of participants. This study fulfils the research gap of testing the effect of exhibition venue image on promoting the exhibitor's home country's image. It is revealed that venue design, facilities, staff, available information and comfort have positively affected exhibitors' country image promotion and the intentional behaviour of visitors. There are some insights to destination marketers on how to use expositions' exhibitors to market their tourist destinations. Keywords: Destination image, Egypt, exhibition image, Expo, intentional behaviour, venue image	

د. محمد محمد فراج

مدرس- كلية السياحة والفنادق- جامعة الفيوم

dr.mmf@fayoum.edu.eg



ملخصات الأبحاث

المقدمة إلى اللجنة العلمية الدائمة لتخصصات السياحة والفنادق

الملخص

تعد أجنحة المعارض أداة مهمة في تسويق الصورة الذهنية للمقاصد السياحية للشركات العارضة حيث تعتبر بيئة تواصلية تجمع الزوار مع العارضين. وتهدف هذه الدراسة باستخدام النماذج البنائية الاحصائية الى تحليل استجابات ١٠٠٠ زائر للجناح المصري في معرض اكسبو ٢٠١٥ في ايطاليا، وقياس تأثير أبعاد الصورة الذهنية لجناح المعرض على نوايا الزوار لزيارة المقصد السياحي المصري وهي فجوة بحثية في الأدبيات. وتوصلت الدراسة الى أن الأبعاد: تصميم الجناح، التسهيلات المتاحة، العاملين بالجناح، المعلومات المتاحة، مستوى الراحة تؤثر طرديا في تسويق صورة المقصد السياحي لدى زوار الجناح. وتقدم هذه الدراسة بعض التوصيات الخاصة بضرورة استغلال المعارض في تسويق المقاصد السياحية للعارضين.

الكلمات الدالة: صورة المقصد، مصر، المعارض، اكسبو، نوايا الزوار، صورة الذهنية لأجنحة المعارض

د. محمد محمد فراج

مدرس - كلية السياحة والفنادق - جامعة الفيوم

dr.mmf@fayoum.edu.eg