

<p>فيروس كورونا وتكرار الزيارة: تقييم دور المسؤولية الاجتماعية للمقصد السياحي، وسمعة المقصد السياحي، وثقة الزائرين، وإثارة الخوف</p>	<p>عنوان البحث</p>
<p>أ.د. سوزان بكري حسن (قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق- جامعة الفيوم) د. محمد سليمان (قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق- جامعة الفيوم)</p>	<p>أسماء الباحثين</p>
<p>Journal of Destination Marketing & Management; Vol. 19, March 2021, 100495</p>	<p>مكان النشر</p>
<p>مارس ٢٠٢١</p>	<p>تاريخ النشر</p>
<p>سعت هذه الدراسة إلى تقييم تأثير المسؤولية الاجتماعية للمقصد السياحي على كل من سمعة المقصد، وثقة الزائرين، ونيتهم لإعادة الزيارة له. كما اختبرت العلاقات المباشرة بين سمعة المقصد، وثقة السائحين، ونيتهم لإعادة الزيارة. علاوة على ذلك، فقد تم دراسة الدور المعدل للخوف الناتج عن انتشار فيروس كورونا على العلاقات بين نية الزائرين لتكرار الزيارة والعوامل المؤثرة عليها. تم استخدام نمذجة المعادلات البنائية لتحليل البيانات التي تم جمعها من ٥٤٣ من الزائرين المحليين الذين قاموا بزيارة وجهات سياحية في مصر مؤخراً. وأشارت النتائج إلى أن نية السائحين المحليين لإعادة زيارة المقصد تتأثر بشكل إيجابي ومعنوي بالمسؤولية الاجتماعية للمقصد السياحي، وسمعة المقصد، وثقتهم به. بالإضافة إلى ذلك، ترتبط المسؤولية الاجتماعية للمقصد السياحي بشكل إيجابي ومعنوي بسمعته، وثقة الزوار به، والتي بدورها تتأثر إيجاباً بسمعة المقصد. كشفت النتائج أيضاً أن إثارة الخوف يحد سلباً من العلاقة بين سمعة المقصد وثقة الزائرين ونيتهم لتكرار الزيارة إليه. إلى جانب ذلك، تم عرض المساهمات النظرية والإدارية والمحددات واتجاهات الدراسات المستقبلية.</p> <p>الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية للمقصد السياحي، سمعة المقصد السياحي، ثقة الزائرين، إثارة الخوف، نية السائحين المحليين لتكرار زيارة المقصد</p>	<p>ملخص البحث باللغة العربية</p>