



Sense of Place Relationship with Tourist Satisfaction, and Intentional Revisit: Evidence from Egypt		عنوان البحث باللغة الإنجليزية
عقب المكان وعلاقته برضاء السائح ونيته للعودة لزيارة المقصد السياحي: شاهد من مصر.		عنوان البحث باللغة العربية
محمد أحمد أبوشوق، نجوى زعير، محمد نور البربري، محمود محمود هويدي		اسماء الباحثين
Accepted in: International Journal of Tourism Research, 2017 Doi: doi.org/10.1002/jtr.2170		مكان النشر
٢٠١٧		تاريخ النشر
Abstract	<p>Sense of place is a multi-dimensional concept. It implies an emotional relationship between an individual and a setting. The current study aims to explore the predictors of place attachment, and measure the effect of place attachment and its predictors on tourist satisfaction, and how this satisfaction could affect tourist future revisits. Using structural equation modelling, the present study provides evidence from two distinct places in Egypt; Bahariya Oasis/ the White Desert, and Fayoum. A questionnaire was used to collect data from repeat tourists to both places. The findings revealed that repeat tourists are place attached. This attachment is positively influencing tourist satisfaction and their intentional repeat visit. The findings of the study could be used to develop marketing strategies of destinations with sense of place dimensions. Tour operators and travel agents are requested to include sense of place dimensions in their tour packages. National authorities are invited to focus on sense of place dimensions in their destinations.</p> <p>Keywords: Sense of place; place attachment; tourist satisfaction; Egypt; structural equation modelling; Bahariya Oasis/ the White Desert; Fayoum.</p>	
	<p>يعتبر مفهوم عقب المكان مفهوم متعدد الابعاد، فهو يتضمن الارتباط العاطفية بين الفرد ومكان معين. وتهدف الدراسة الى تحديد العوامل المؤثرة في عقب المكان وقياس تأثير هذه العناصر على رضاء السائح ونيته في العودة لزيارة المقصد السياحي في المستقبل. وتقدم هذه الدراسة شاهدا من مكانين في مصر هما الواحة البحرية/ الصحراء البيضاء، والفيوم لبحث عوامل ارتباط السائح بهذه الاماكن باستخدام النماذج الاحصائية البنائية المتقدمة. وتم استخدام استمارة استبيان لتجميع بيانات الدراسة من السائحين الذين زاروا مناطق الدراسة أكثر من مرة. وتوصلت نتائج لدراسة ان عقب المكان له تأثير في عودة السائح لزيارة المقصد السياحي مرارا وأنه يؤثر ايجابيا على رضاء السائحين ونيتهم للعودة لزيارة المقصد السياحي في المستقبل. ويمكن استخدام نتائج هذه الدراسة في تطوير استراتيجيات تسويقية للدولة وشركات السياحة تعتمد على تسويق الاماكن التي يرتبط بها السائحين عاطفيا في المقاصد السياحية من خلال التركيز على العوامل التي تؤثر في ارتباط السائحين بهذه الاماكن.</p> <p>الكلمات الدالة: عقب المكان، رضاء السائحين، مصر، الواحات البحرية، الصحراء البيضاء، الفيوم</p>	الملخص باللغة العربية