



اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار

محل برگزاری دانشکده شهید مفتاح همدان

۳۰ آبان ۱۳۹۲



ارزبدان محیط زیست علامه

## اصول اخلاقی تجارت و جهانگردی: از دیدگاه خرد و کلان

(مرشدی زاد، فاطمه)<sup>۱\*</sup>

۱- کارشناس ارشد مدیریت منابع انسانی از دانشگاه علامه طباطبائی، تهران

[fatemeh.morshedizad@yahoo.com](mailto:fatemeh.morshedizad@yahoo.com)

tel:

### چکیده

در طول سال های اخیر، جهانگردی به صنعتی تبدیل گشته که به طور فزاینده ای مورد توجه قرار گرفته است. در نتیجه، آشنایی با نظریات اصول اخلاق تجارت امری حیاتی و مهم است. با این حال، ماهیت عمومی بیشتر افکار تجاری، به طور کامل برای جهانگردی مناسب و کافی نیستند، چرا که جهانگردی صنعتی با نیازها، اولویت ها و توجهات مخصوص به خود است. اصول اخلاق تجارت مسئله پیچیده ای است که صنعت گردشگری باید آن را به درستی بشناسد. به علاوه، جهانگردی صنعت منحصر به فردی است؛ و اگرچه مفاهیم عمومی اصول اخلاق تجارت معمولاً کارآمد و مفیدند، جهانگردی از تجارت اصلی پیشی می گیرد و باید در همین جهت مورد ارزیابی قرار گیرد. با برقراری ارتباط میان اصول فرعی تجارت که با موضوع مورد نظر ما همراستاست، تجارت قادر به برتری و پیشرفت در راه های مناسب خواهد بود.

از آن جا که صنعت جهانگردی تا حد زیادی تحت تاثیر یک چنین عقاید و اصولی قرار گرفته است، تحلیل کنونی درون مجموعه ای مشابه از اصول جهانگردی محافظت می نماید. با استفاده از این بازبینی به عنوان جاپا، به منظور تاکید بر شخصیت جهانگردی و ارائه راهبردهای اخلاقی که هم راستا با آن عمل می کند، ماهیت منحصر به فرد جهانگردی مورد بحث و بررسی قرار می گیرد. با به وجود آوردن اتحاد و پیوستگی میان زیر مجموعه های اصول تجارت نظیر بازاریابی کلان صنعت جهانگردی قادر به پذیرفتن مدل ها و هم پیمانان مناسب تر خواهد بود. به کارگیری ثمرات یک چنین مجموعه ای با حقیقت اخلاق همراهی می کند.

واژگان کلیدی: کسب و کار، اصول اخلاقی، راهبردهای اخلاقی، تجارت، جهانگردی