

## دراسة تحليلية لآثر تطبيق مبادئ أخلاقيات المهنة على رضا وأداء العاملين بشركات السياحة المصرية

آلاء أحمد عبد اللطيف محمد أبوشوق نانسي فوزي

كلية السياحة والفنادق - جامعة الفيوم

### الملخص

أصبحت صناعة السياحة المحرك الأساسي لاقتصاديات العديد من دول العالم المتقدم والنامي على حد سواء. وعلى الرغم مما شهدته الأنشطة السياحية من نمو مطرد خلال العقود الثلاثة الماضية مما أهلها لتشكيل صناعة قائمة بذاتها في مصر، إلا أن إطار تطور هذه الأنشطة والممارسات المرتبطة بهما لا يزال بحاجة ملحة إلى تطبيق المبادئ والقواعد الأخلاقية داخل القطاع، لاسيما في ظل عولمة سياحية يجب أن تقوم على أساس الاحترام المتبادل بين أعضاء القطاع السياحي. ومن ثم يهدف هذا البحث إلى قياس أثر تطبيق أخلاقيات المهنة على الرضا الوظيفي والأداء الإداري للعاملين في شركات السياحة المصرية فئة أ، فضلا عن قياس العلاقة السببية بين تحسن الرضا الوظيفي والأداء في بناء صورة وسمعة جيدة للشركة. وقد خلص البحث إلى وجود قصور في تطبيق بعض عناصر الأخلاقيات في شركات السياحة المصرية بما قد يؤثر على رضا وأداء العاملين في هذه الشركات. وأوصت بضرورة حث الشركات على تفعيل تطبيق الأخلاقيات من خلال وثيقة معونة للعاملين تتبناها إدارة الشركة.

**الكلمات الدالة:** الأخلاقيات، شركات السياحة، الأداء، الرضا الوظيفي، مصر

### مقدمة

تشير أخلاقيات المهنة إلى المعايير التي تحدد ما هو صواب وما هو خطأ وتتص على ما يجب القيام به من حيث الحقوق والالتزامات والفوائد للمجتمع (Moufakkir, 2008). والأخلاق في قطاع السياحة تشير إلى ما يجب على أصحاب المؤسسات السياحية القيام به لجعل السياحة مستدامة مثل أن يكون جميع العاملين داخل الشركة متساويين في جميع المعاملات ويعاملون بالتساوي وغيرها من المعايير. وقد برز الاهتمام بالمعايير والأبعاد الأخلاقية لصناعة السياحة من خلال مواد وبنود الإعلان العالمي حول الآثار الاجتماعية للسياحة، وأصبح هناك ما يعرف بإسم إعلان مانيليا الصادر عن منظمة السياحة العالمية في الفلبين عام 1997م. وقد جاء هذا الاهتمام بهذه الأبعاد الأخلاقية للأعمال والأنشطة السياحية في سياق السعي لإحداث تحولات اجتماعية واسعة داخل المجتمعات للتعامل مع السياحة بطريقة تحافظ على الأنماط والقيم الاجتماعية والثقافية (المدونة العالمية لأداب السياحة، 1999).