

ارزیابی زیرساخت‌ها و پایداری در راستای بهبود کیفیت زندگی در طول دوران همه‌گیری کرونا در توسعه صنعت گردشگری استان خوزستان

پدram بهداروند

دانش‌آموخته کارشناسی ارشد، مهندسی صنایع، کیفیت و بهره‌وری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مسجدسلیمان، مسجدسلیمان، ایران.

چکیده

همه‌گیری کووید-۱۹ بی‌سابقه صنعت گردشگری را ویران کرده است و منجر به از دست دادن گسترده درآمد و مشاغل در سراسر جهان شده است. بر این اساس، همه‌گیری چالش‌های پایداری موجود در صنعت گردشگری را تشدید کرد. با این حال، یک جنبه مثبت از همه‌گیری وجود دارد که اغلب توسط محققان نادیده گرفته می‌شود؛ بنابراین، مطالعه حاضر با هدف ارزیابی زیرساخت‌ها و پایداری در راستای بهبود کیفیت زندگی در طول دوران همه‌گیری کرونا در توسعه صنعت گردشگری استان خوزستان صورت گرفته است. با نگاهی به شواهد موجود، می‌توان به اثرات منفی و همچنین مثبت کووید-۱۹ بر صنعت گردشگری توجه کرد. این مقاله به درک بهتر جنبه مثبت همه‌گیری از نظر بازاندیشی، تنظیم مجدد و تعریف مجدد صنعت به روشی پایدارتر کمک کرد. این مطالعه یک چارچوب مفهومی برای مدیران گردشگری و برنامه‌ریزان مقصد ارائه می‌کند تا همه‌گیری را به عنوان یک فرصت شناسایی کنند و راه‌حل‌های پایدار برای مقابله با چالش‌های پس از همه‌گیری را اتخاذ کنند، در نتیجه کسب‌وکارها و مقاصد گردشگری پایدار و انعطاف‌پذیرتری را توسعه دهند.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، کیفیت زندگی، پایداری، خوزستان

۱. مقدمه

ظهور بیماری کروناویروس جدید در سال ۲۰۱۹ یکی از تکان‌دهنده‌ترین رویدادهای قرن بوده است. این بیماری همه‌گیر به طرز وحشیانه‌ای بر رفاه جسمی، اجتماعی، روانی و اقتصادی مردم در سراسر جهان تأثیر گذاشته است. کووید-۱۹ به ربودن زندگی و معیشت میلیاردها نفر در این سیاره کمک کرده است. براساس گزارش سازمان بهداشت جهانی [۱] در مجموع ۵۲۱،۹۲۰،۵۶۰ مورد تأیید شده کووید-۱۹، شامل ۶،۲۷۴،۳۲۳ مرگ و میر در سراسر جهان تا ۱۶ مه ۲۰۲۲ ثبت شده است. حدود ۱۱۴ میلیون نفر در جهان در طول سال ۲۰۲۰ شغل خود را از دست دادند. قرنطینه‌های عظیمی برای کنترل انتقال ویروس اعمال شد [۲]. تأثیر وحشتناک این بیماری همه‌گیر بر بخش‌های مختلف اقتصاد جهان، نگرانی‌هایی را پیش روی سیاست‌گذاران و ذینفعان ایجاد می‌کند. برخلاف هر بخش دیگری، گردشگری ویران‌ترین بخش اقتصاد جهانی در طول کووید-۱۹ باقی ماند [۳،۴،۵،۶،۷،۸،۹]. تأثیر شدید همه‌گیری بر همه جنبه‌های سفر و گردشگری، چالش‌های پایداری را تشدید کرده است [۱۰،۱۱،۱۲]. در واقع، احتمال وقوع مکرر چنین بحران‌هایی در آینده [۱۳] نشان‌دهنده نیاز به بازنگری در پایداری گردشگری در پرتو بحران‌های رویداد بزرگ مانند کووید-۱۹ است [۱۴،۱۵]؛ بنابراین، ظهور کووید-۱۹ یک بار دیگر مسئله پایداری گردشگری را در برابر تصمیم‌گیرندگان مطرح کرده است [۷،۱۶،۱۷،۱۸]. اگرچه واکسیناسیون در مقیاس بزرگ در سراسر کشورها منجر به بهبود وضعیت شده است، نیاز قابل توجهی به شیوه‌های پایدار برای مقابله با اثرات پس از همه‌گیری در شرایط عادی جدید وجود دارد.

همراه با اثرات منفی طولانی‌مدت ناشی از این همه‌گیری در بخش گردشگری جهانی، اثرات مثبت خاصی مانند فرصت مشارکت در مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی (CSR) [۱۹]، کاهش گازهای گلخانه‌ای مرتبط با گردشگری (GHG) [۲۰]، ظهور اشکال جدید گردشگری [۲۱]، شناسایی راه‌حل‌های تکنولوژیکی [۲۲]، توقف سناریوی بیش از حد گردشگری [۲۳] و غیره وجود دارد. علاوه بر این، بیماری همه‌گیر به گردشگری جهانی برای فرار از شیوه‌های ناپایدار و غیرمسئولانه صنعت گردشگری پیش از همه‌گیری اجازه داده است [۲۴،۲۵]. در نتیجه، کووید-۱۹ به عنوان فرصتی برای ایجاد یک صنعت انعطاف‌پذیرتر و پایدارتر در دوران پس از همه‌گیری که به بهبود کیفیت زندگی اهمیت می‌دهد، شناخته شده است [۲۶،۲۷،۲۸]؛ بنابراین، کیفیت زندگی ساکنان در جامعه می‌بایست به‌عنوان نگرانی عمده رهبران جامعه باشد. اگر توسعه گردشگری منجر به که کیفیت زندگی شود، ساکنان در پشتیبانی از گردشگری در محیط زندگی خود، مردد خواهند شد. سازمان بهداشت جهانی کیفیت زندگی را ارزیابی و ادراک افراد از وضعیت زندگی خویش تحت تأثیر نظارت فرهنگی و ارزش موقعیتی که در آن زندگی می‌کنند می‌داند. در نتیجه، در حالی که به دنبال استراتژی‌هایی برای کاهش اثرات نامطلوب بیماری‌های همه‌گیر هستیم، توجه به جنبه مثبت همه‌گیری نیز ضروری است.

جنبه مثبت بیماری همه‌گیر اغلب توسط پژوهش‌های بین‌المللی نادیده گرفته می‌شود [۲۹]، اما شفاف‌سازی هر دو تأثیر مثبت و منفی برای توسعه یک استراتژی پایدار برای مقابله با بحران‌های رویدادهای بزرگ مانند همه‌گیری‌ها ضروری است [۳۰]. برخلاف هر صنعت دیگری، تأثیر مخرب همه‌گیری بر گردشگری نیازمند یک استراتژی پایدار برای تضمین رشد انعطاف‌پذیرتر و پایدارتر و بهبود کیفیت زندگی گردشگران است. در این راستا، محققان کیفیت زندگی بر تأثیر فاکتورهای زیادی که در ارتباط با کیفیت زندگی در قلمروهای ویژه‌ای هستند تمرکز می‌کنند. قلمروهایی مثل بهداشت، کار تفریح، خانواده و جامعه محلی [۳۱،۳۲،۳۳]؛ بنابراین، مطالعه حاضر با هدف ارزیابی زیرساخت‌ها و پایداری در راستای بهبود کیفیت زندگی در طول دوران همه‌گیری کرونا در توسعه صنعت گردشگری استان خوزستان انجام شده است؛ زیرا به رغم وجود رودهای مهمی چون

دز، کارون، کرخه، تالاب شادگان، کوه‌های سالن، کی نو، آبشار شوی دزفول، معبد چغازنبیل یکی از قدیمی‌ترین سازه‌های آجری دنیا، سازه‌های آبی شوشتر، دریاچه‌های طبیعی بسیار زیبا در پشت سد دز و کارون ۳، روستاهای نمونه گردشگری پامنار، لیوس و مال‌آقا، آثار باستانی شهرهای شوش و ایذه، مناطق عملیاتی و دفاع مقدس، تنوع قومیت‌ها و گویش‌ها، صنایع‌دستی متنوع، آستانه متبرکه سبزقبا (ع) و دانیال نبی (ع) و بسیاری از پتانسیل‌های متنوع استان که ظرفیت تکمیل چرخه گردشگری در تمام سال را با همه موضوعات توریسم و تنوع علایق دارا است، اما سهم خوزستان در این حوزه بسیار ناچیز است.

اهداف خاص این بررسی عبارتند از: (۱) روشن کردن نه تنها تأثیرات منفی، بلکه همچنین تأثیرات مثبت کووید-۱۹ بر صنعت گردشگری؛ (۲) تعیین چالش‌های بالقوه و راه‌حل‌های مربوطه برای توسعه پایدار صنعت گردشگری در دوران پس از همه‌گیری؛ (۳) برای توسعه یک چارچوب مفهومی از پایداری گردشگری در پرتو همه‌گیری کووید-۱۹. با توجه به احتمال وقوع مکرر چنین بحران‌هایی در آینده [۱۳،۳۴]، این مطالعه چالش‌های بالقوه و شیوه‌های مناسب را با استفاده از یک چارچوب مفهومی تأیید کرد که می‌تواند به ایجاد صنعتی انعطاف‌پذیرتر و پایدارتر در دوران پس از همه‌گیری کمک کند. علاوه بر این، تحقیق حاضر به رمزگشایی و ترکیب آخرین ادبیات در مورد پایداری گردشگری که در طول کووید-۱۹ تکامل یافته کمک کرده است.

۲. کووید-۱۹ و واکنش‌های صنعت گردشگری

فوران کووید-۱۹ به طور گسترده‌ای بر پایداری صنعت گردشگری تأثیر گذاشته و تأثیرات گسترده‌ای بر مقاصد داشته است [۳۵،۳۶] و فعالیت‌های گردشگری جهانی را متوقف کرده است [۳۷]. وقوع بحران‌ها به طور بی‌سابقه‌ای واقعیت مقاصد گردشگری در سراسر جهان را با تولید یک سناریوی غیرمعمول تحت گردشگری تغییر داده است [۵،۳۸،۳۹،۴۰]. همان‌طور که توسط ورزارو و همکاران بیان شده است [۱۵]، "سواحل و استراحتگاه‌ها خالی، شهرها متروک، رفت و آمد مردم متوقف شد، و رفت و آمد در مناطق مختلف به شدت کنترل شد"؛ بنابراین، شروع ناگهانی همه‌گیری، سناریویی از گردشگری کم‌گردشگر را ایجاد کرد.

همان‌طور که توسط مارومه و شاو [۴] مشاهده شد، مشاغل در بخش خدمات و گردشگری که بخش بزرگی از مشاغل را تشکیل می‌دهند در طول کووید-۱۹ از نظر مالی ناامن شدند. کاهش شدید تقاضای تجربه شده توسط صنعت گردشگری در فصل اوج سال ۲۰۲۰، سازمان‌های تجاری را متقاعد کرد تا از طریق اخراج کارکنان در مقیاس بزرگ پاسخ دهند [۳،۸،۳۸،۴۱،۴۲]. با کاهش شدید تقاضای گردشگری ناشی از قرنطینه و بسته شدن مرزها، این بیماری همه‌گیر بر رفاه جوامع محلی و کیفیت زندگی آنان که عمدتاً برای امرار معاش به گردشگری وابسته بودند، تأثیر گذاشته است [۱۵،۴۳]. کیفیت زندگی به رفاه عمومی زندگی افراد اشاره دارد و اساساً از طریق مفاهیم بهزیستی عینی و ذهنی ساختار یافته است. مطالعات قبلی رابطه بین کیفیت مکان و گردشگری را از دو جنبه مورد بحث قرار دادند: صحنه‌ها و امکانات رفاهی. نخست، سبک زندگی که توسط صحنه‌ها حمل می‌شود، جاذبه اصلی گردشگری فرهنگی است. شرکت‌کنندگان یا ناظران صحنه‌ها به عنوان گردشگر نیز شناخته می‌شوند و گردشگران در تجربه اصیل و منحصر به فرد خود در صحنه‌ها غوطه‌ور می‌شوند. دوم، امکانات رفاهی مانند کیفیت چشم‌انداز، تئاتر، پارک‌ها، موزه‌ها، رستوران‌ها و فرصت‌های خرید می‌تواند از نظر روان‌شناختی برای گردشگران جذاب باشد، که این نیز به دلیل سبک زندگی ارائه شده توسط امکانات رفاهی است. با مصرف امکانات، افراد سبک

زندگی خود را حفظ می‌کنند که می‌تواند هویت آن‌ها را منعکس کند. گردشگران و ساکنان بلندمدت با انگیزه مصرف امکانات رفاهی به عنوان مهاجران رفاهی شناخته می‌شوند. شهرهای پر از امکانات رفاهی به «شهرهای جشنواره» و «ماشین‌های سرگرمی» تبدیل شده‌اند. این شهرها نه تنها طبقه خلاق، بلکه گردشگران را نیز جذب می‌کنند؛ بنابراین یکی از بخش‌هایی که می‌توان گفت عامل ایجاد تغییرات اساسی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در شهرها است و امروزه به عنوان یک صنعت پویای اقتصادی از آن نام برده می‌شود، گردشگری است؛ که نقش کلیدی در بهبود کیفیت زندگی شهروندان ایفا می‌کند.

تقاضای مختصر برای گردشگری جهانی جرقه یک بحران اقتصادی عمیق نه تنها برای جوامع محلی بلکه برای سایر سهامداران مرتبط با بخش گردشگری است [۱۸،۴۴]. تأثیر مخرب کووید-۱۹ بر تولید ناخالص داخلی و اشتغال جهانی نشان داده است که عوامل خارجی می‌توانند به طور قابل توجهی یکی از صنایع کلیدی اقتصاد ملی و جهانی را محدود کنند [۴۵،۴۶]؛ بنابراین، بروز بحران‌های ویروس کرونا چالش‌های پایداری را تشدید کرده است که تاریخی با توسعه گردشگری مرتبط است [۱۰،۱۱]. واکنش صنعت گردشگری از نظر مدیریت ایمنی و کیفیت یک عنصر ضروری برای کاهش تأثیر پایدار همه‌گیری است [۸،۴۷]. یکی از تلاش‌های کلیدی برای تقویت کریدورهای ایمن و گردشگری پایدار در بحبوحه کووید-۱۹، ایجاد «حباب مسافرتی» بود، توافقی بین دو یا چند کشور همسایه که به شهروندان اجازه می‌دهد بدون قرنطینه بین خود سفر کنند [۴۸]. تلاش‌های دیگر شامل ارتقای تجربیات پخش زنده [۴۹]، گردشگری پزشکی [۵۰]، گردشگری منطقه‌ای [۳۱]، گردشگری مجازی [۵۰،۵۱]، برنامه‌های اقامتی [۵۲،۵۳]، گردشگری «بی‌دید» [۵۴،۵۵] و گسترش گردشگری خلاق در مناطق روستایی در چارچوب توسعه پایدار [۱۷] به منظور کاهش اثرات فوق‌العاده همه‌گیری بر صنعت گردشگری جهانی است.

علاوه بر این، سازمان‌های معتبر بین‌المللی صنعت گردشگری همچون سازمان جهانی جهانگردی به ارائه پیشنهادها دیگری برای بهبود وضعیت گردشگری مبادرت ورزیده‌اند. تأمین نقدینگی و حمایت از مشاغل، بازیابی اعتماد از طریق رعایت بهداشت و ایمنی، همکاری میان بخش‌های عمومی و خصوصی، بازگشایی مرزها با مسئولیت‌پذیری، هماهنگ‌سازی پروتکل‌ها و فرایندها، توجه به مشاغل دارای ارزش افزوده به واسطه فناوری‌های نوین و نوآوری و پایداری به عنوان یک روند جدید، محورهای مورد توجه سازمان جهانی جهانگردی بوده‌اند. شورای جهانی جهانگردی نیز با طرح ۶ محور و زیرمجموعه‌های آن به مجموعه راهکارهای کوتاه مدت و بلندمدتی توجه داده است؛ تطبیق یافتن با وضعیت به وجود آمده، تعدیل ارتباطات و ترفیعات سفر، حمایت‌های مالیاتی و حفظ مشاغل، کمک‌های مالی و تسهیلات، آموزش/ ارتقای مهارت برای حفظ مشاغل و بهبود رقابت‌پذیری، برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری برای احیا، حمایت از پایدارسازی گردشگری. علاوه بر این، در متن گزارش حاضر به راهکارهای کشورهای مختلف با گزارشگری سازمان جهانی جهانگردی، بانک جهانی و شورای جهانی سفر پرداخته شده است. شروع احیای سفر از گردشگری داخلی، تسهیل ورود گردشگران از کشورهای همسایه، منطقه و شرکای راهبردی، حمایت از کسب و کارهای موجود یا توسعه کسب و کارهای جدید گردشگری، مهارت‌آموزی و آموزش، استفاده از فناوری و نوآوری و پایدارسازی صنعت گردشگری، محورهای اصلی است که در جمع‌بندی گزارش مورد توجه قرار گرفت. در این میان، راه‌اندازی صندوق حمایتی - توسعه‌ای گردشگری، تعریف یارانه سفر برای گردشگران داخلی، تعریف مشوق یا معافیت مالیاتی برای عرضه‌کنندگان داخلی، تعریف جایزه صادراتی برای آژانس‌های مسافرتی واردکننده گردشگر به کشور، حمایت از فعالیت‌های حوزه گردشگری در برابر نوسانات نرخ ارز، ارائه تسهیلات با اولویت استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای نوآورانه، تهیه «طرح جامع گردشگر کشور»، افزایش اعتبارات قانونی در زمینه تبلیغات گردشگری، استفاده از درآمدهای مالیاتی برای توسعه زیرساخت‌های گردشگری و همچنین تخصیص درصدی از درآمد حاصل از روایید در کشور برای توسعه زیرساخت‌های

گردشگری از جمله مواردی است که می‌توان در قالب قانون مورد پیگیری قرار داد. کلیه این موارد سبب می‌شود که بخش گردشگری در دوران همه‌گیری کمتر آسیب بیند.

در مواقع بحران، توسعه رویکردهای استراتژیک برای کسب‌وکارهای گردشگری ضروری بود که می‌تواند مزیت رقابتی ایجاد کند و گردشگری منطقه‌ای را پوشش دهد [۳۱]. در واقع، همه‌گیری، یادگیری، تأمل و کار در شرایط جدید در چارچوب توسعه پایدار را برای گردشگری ضروری کرد [۱۷]. در نتیجه، ذینفعان گردشگری ملزم شدند در هنگام تعیین استراتژی توسعه گردشگری در بحبوحه کووید-۱۹، مسائل مختلف پایداری را در نظر بگیرند [۱۲، ۵۶].

۳. همه‌گیری به عنوان یک فرصت، جنبه مثبت کووید-۱۹

در کنار تأثیرات منفی گسترده آن، بحران‌های ناشی از کووید-۱۹ را می‌توان به عنوان فرصتی برای ایجاد پایداری بیشتر در صنعت سفر قبل از همه‌گیری درک کرد [۲۸]. به گفته اوست و صالح [۲۶]، از دریچه تخریب خلاقانه شومپیتر، بحران فعلی را می‌توان به عنوان فرصتی برای القای نوآوری‌ها و خلاقیت‌های بیشتر در صنعت گردشگری تلقی کرد که به انعطاف‌پذیری و پایداری کمک می‌کند. به عنوان مثال، کووید-۱۹ فرصتی را برای مسافران فراهم کرد تا به دنبال اشکال جدیدی از گردشگری باشند، مانند گردشگری شش فوتی، اقامتگاه، محل کار و غیره [۲۱]. توسعه چنین اشکال جدیدی از گردشگری که مطابق با پروتکل‌های ایمنی است، گواه «نوآوری‌هایی است که در زمان‌های دشوار پیشروی می‌کنند»؛ بنابراین، نوآوری‌های مستمر با توجه به اشکال جدید گردشگری با برنامه‌ریزی مناسب و سازمان‌دهی بهتر می‌تواند به بقای صنعت در مواقع بحران کمک کند. هریس [۱۹] استدلال کرد که این بیماری همه‌گیر فرصتی را برای کسب و کارها فراهم کرد تا با برآوردن نیازهای اجتماعی و زیست‌محیطی فوری در مسئولیت‌های اجتماعی شرکت (CSR) شرکت کنند. سایر پیامدهای مثبت بیماری همه‌گیر در صنعت توریست شامل ترویج محصولات دوستدار محیط‌زیست، افزایش فعالیت‌های گردشگری مبتنی بر طبیعت، ظهور مقاصد جدید، استانداردهای بیشتر بهداشت و آگاهی تسریع شده در مورد حفاظت از تنوع زیستی است [۵۷].

بی‌سابقه‌ترین کاهش که کسب‌وکارهای گردشگری در طول همه‌گیری شاهد آن بودند، آن‌ها را متقاعد کرد که اجرای فناوری‌های دیجیتال نوآورانه را در عملیات خود تسریع بخشند [۵۸]. در اصل، این بیماری همه‌گیر صنعت گردشگری را با تشویق به استفاده از راه‌حل‌های فناوری مانند واقعیت مجازی، تورهای اینترنتی، واقعیت افزوده، هوش مصنوعی و سایر فناوری‌های پیشرفته‌تر که با پروتکل‌های کووید-۱۹ مطابقت دارند، به سمت ابعاد خلاقانه‌تر و پایداری سوق داد [۲۲]. استفاده از چنین فناوری‌های تعاملی ماشین انسانی (HMI) در صنعت گردشگری می‌تواند به استراتژی‌های مقصد هوشمندتر و پایداری منجر شود و در عین حال تجربه پیچیده‌تری را به گردشگران ارائه دهد [۵۹].

این بیماری همه‌گیر همچنین نیاز به تأمین‌کنندگان گردشگری را برای بازنگری در رفتار گردشگران و ایجاد پایداری بیشتر با ارائه فرصت‌ها و اطلاعات به مسافران برای انعکاس رفتار مسئولانه نشان داد [۳۵]. در اصل، بیماری همه‌گیر را می‌توان به عنوان فرصتی برای تعمق در مورد شیوه‌های ناپایدار صنعت گردشگری پیش از همه‌گیری و القای گردشگری با کیفیت، رفتار مسئولانه و ردپای فناوری برای ایجاد پایداری بیشتر درک کرد [۲۳]. به این ترتیب، بحران کنونی ممکن است به عنوان فرصتی برای گنجانیدن رفتار مسئولانه در گردشگران امروزی برای جلوگیری از پدیده از قبل موجود گردشگری بیش از حد و اقدامات ناپایدار شناخته شود.

از دیدگاه سوماناپالا و ولف [۲۵]، کووید-۱۹ فرصتی غیرعادی در قالب محدودیت‌های سفر ارائه کرده است که به طور موقت از اثرات زیست‌محیطی فعالیت‌های گردشگری ناپایدار مانند استفاده بیش از حد از مقاصد گردشگری مبتنی بر طبیعت و مزاحمت‌ها به حیات وحش تسکین می‌دهد. در واقع، وضعیت کنونی باید برای «بازنشانی» صنعت گردشگری در چارچوب پایداری، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، با کنترل ظرفیت حمل مقاصد و رویه‌های ناپایدار توریستی تنظیم شود [۲۴،۲۵].

پس از همه‌گیری، دینفعان گردشگری تصمیم گرفتند مدیریت بحران را بخشی جدایی‌ناپذیر از برنامه‌ریزی استراتژیک خود قرار دهند تا برای پایداری بیشتر و آمادگی بهتر برای بحران‌های آینده تلاش کنند [۶۰]. اتخاذ مدیریت بحران مؤثر برای حفظ شهرت یک مقصد [۶۱] و برای توسعه یک استراتژی مهم برای مقاومت در برابر بحران‌های مشابه در آینده بسیار مهم است [۶۲]؛ بنابراین، درس‌های کووید-۱۹ دینفعان گردشگری را وادار کرد تا اهمیت مدیریت بحران در مقابله با بحران‌های رویدادهای بزرگ را درک کنند.

به منظور پیشگیری، کنترل و پاسخ به بیماری‌های عفونی در حال حاضر و همچنین در آینده، همه‌گیری فرصتی برای تحقیقات بین رشته‌ای و همکاری بین بخش‌های گردشگری و سلامت به منظور ابداع استراتژی‌های مدیریت بحران سلامت پایدار و مؤثر است [۶۳،۶۴]. تحقق چنین رویکرد میان رشته‌ای برای تحقیق و تصمیم‌گیری مشارکتی در میان دینفعان بخش گردشگری و سلامت می‌تواند به تاب‌آوری و توسعه پایدار صنعت گردشگری کمک کند و در عین حال رفاه اجتماعی و اقتصادی و بهبود کیفیت زندگی را در زمان‌های بحران‌های رویدادهای بزرگ مانند کرونا حفظ کند. همان‌طور که توسط هیگینز دزبیلز [۶۵] مشاهده شد، این بیماری همه‌گیر تفکر تحول‌آفرین را در میان محققان گردشگری از نظر فراتر رفتن از محدودیت‌های زیست‌محیطی، تغییرات آب و هوا، و گونه‌های اجتماعی-فرهنگی تحریک کرده است که از سیستم‌های اقتصادی مدرن ناشی می‌شود که نابرابری و بی‌عدالتی قابل توجهی را ایجاد می‌کند. رواج چنین دیدگاه‌های تحول‌آفرین نیز جنبه مثبت همه‌گیری است که می‌تواند منجر به شناسایی راه‌ها و ابزارهایی برای تضمین توسعه پایدار گردشگری در کل شود.

۴. پایداری گردشگری در دوران پس از کووید-۱۹، چالش‌های بزرگ پیش رو

گردشگری پایدار به مفهوم بازدید گردشگران از یک مقصد با تأثیرات مثبت اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی است. این قرائت از گردشگری نیز ریشه در مباحث پایداری و توسعه پایدار دارد و در کانون توجه کارشناسان این حوزه است. گردشگری پایدار، با اتکا بر مفهوم توسعه پایدار، می‌خواهد صنعت گردشگری در عین سوددهی اقتصادی، کم‌ترین تأثیر را بر جامعه میزبان و محیط زیست داشته باشد.

گردشگری همواره اثراتی را بر محیط‌زیست و جوامع مقصد می‌گذارد. این اثرات هم مثبت هستند و هم منفی. ولی توسعه گردشگری، بدون مدیریت اثرات آن، می‌تواند باعث آسیب به محیط‌زیست، فرهنگ و جامعه میزبان باشد. توسعه گردشگری پایدار، با مدیریت اثرات گردشگری بر محیط‌زیست، اقتصاد و جامعه مقصد، منابع مقصد را حفظ نموده و حتی باعث ارتقای آن‌ها نیز می‌شود [۲۴]. گردشگری پایدار به معنای بازدید گردشگری از یک مکان یا مقصد و آسیب نرساندن یا هرچه کمتر آسیب رساندن و به‌طور کل حفظ آن است. گفته می‌شود از آنجایی که هر صنعتی پیامدهایی دارد، گردشگری نیز هرگز به‌طور کامل پایدار (یا بدون اثر) نخواهد بود، ولی دست‌کم می‌تواند در جهت پایدارتر و سازگارتر شدن با محیط گام بردارد.

همه‌گیری کووید-۱۹ ثابت کرده است که یکی از بزرگترین چالش‌ها در تاریخ بخش سفر و گردشگری اقتصاد جهانی است [۲۵]. در این مقطع، تأثیر عمیق کووید-۱۹ بر بخش گردشگری و مهمان‌نوازی اقتصاد جهانی، نیاز به پرداختن صحیح به جنبه‌های اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی پایداری را نشان می‌دهد [۶۶].

با تأمل در بهبود صنعت در دنیای پس از همه‌گیری، هنوز مشخص نیست که آیا گردشگران به طور فعال عادت‌های عادی خود را در خارج از خانه‌های خود در آینده نزدیک از سر خواهند گرفت [۹،۶۶]. این امر باعث شده است که کسب و کارهای گردشگری با جلوگیری از تلاش آن‌ها برای انجام برنامه‌ریزی موفق، آسیب‌پذیرتر شوند [۶۷].

با توجه به دیدگاه برخی از محققان، پیش‌بینی می‌شود گردشگری جهانی موقعیت خود را در دوران پس از کووید-۱۹ از سر بگیرد، در حالی که موضوع تغییرات آب و هوایی همچنان توسعه صنعت را محدود می‌کند [۴،۶۸]. علاوه بر این، افزایش پیش‌بینی‌شده گردشگری پس از کووید-۱۹ می‌تواند منجر به سطوح بالاتر آلودگی هوا و آب شود [۴]؛ بنابراین، احیای سریع صنعت گردشگری در جهان پس از همه‌گیری، اگر به درستی بررسی نشود، می‌تواند صنعت گردشگری را از توسعه اخلاقی، مسئولانه و پایدار گردشگری دور کند [۶۵]؛ بنابراین، بزرگترین چالش صنعت گردشگری در حال حاضر فرار از شیوه‌های ناپایدار صنعت گردشگری پیش از همه‌گیری و استراتژی برای آینده‌ای پایدار است.

دینفعان صنعت گردشگری می‌توانند محیط‌زیست و حفاظت اجتماعی را با تشکیل استراتژی‌های اتحاد برای بازیابی و بقا در دنیای پس از همه‌گیری به شیوه‌ای انعطاف‌پذیرتر و پایدارتر دربر گیرند [۶۹]. علاوه بر این، ترکیبی از اکتشافات علمی، زیرساخت‌های دیجیتال، مقررات جدید و برنامه‌ریزی شهری می‌تواند شهرها را به رویارویی مؤثر با بحران‌های بهداشتی و تغییرات آب و هوایی هدایت کند [۷۰].

عذاب ناشی از بیماری همه‌گیر، تصمیمات متحول‌کننده دست‌اندرکاران و سیاست‌گذاران گردشگری را برای فعال کردن مجدد گردشگری به طور پایدار [۵،۳۵،۶۵] در چارچوب نوآوری‌ها و خلاقیت‌ها می‌طلبد [۲۳،۲۶،۴۱،۷۱]. تغییرات دگرگونی نه تنها باید بر یافتن راه‌حلی برای بحران‌های اجتماعی-اقتصادی ناشی از کووید-۱۹ متمرکز شود، بلکه بازیگران مختلف سیاسی، اجتماعی و بازار نیز باید به نوآوری‌ها، سرمایه‌گذاری‌ها و تلاش‌های بیشتر برای تحقق بخشیدن به جهانی خنثی از آب و هوا فکر کنند [۷۲].

برای اطمینان از پاسخ پیشگیرانه و بازیابی سریع تقاضای سفر، نیاز به رویکردی وجود دارد که بتواند در بلندمدت سازگار باشد [۷۳]. در اصل، ابداع یک استراتژی عملیاتی پایدار یک سؤال بسیار مهم برای توسعه گردشگری در دوران پس از همه‌گیری است [۹،۳۲] زیرا همه‌گیری تنها باعث توقف کوتاه‌مدت سناریوهای از قبل موجود گردشگری و شیوه‌های ناپایدار شده است [۲۳،۲۴].

۵. گردشگری استان خوزستان

منطقه خوزستان با موقعیت جغرافیایی خاص و نیز ویژگی‌های طبیعی، دارای موقعیت ممتازی در جلب جهانگردان و ایرانگردان است. این موقعیت به ویژه در فصول پاییز و اواخر زمستان و فصل بهار، چشم‌اندازهای متنوع قابل بهره‌برداری بسیاری را پدید می‌آورد. خوزستان در دوران باستان به خصوص، در دوره هخامنشی به دو ناحیه تقسیم می‌شد. بخش‌های شمال و شمال شرقی که انشان نام داشت و سرزمین‌های باصفا و کوهستان‌ها و جنگل‌های فراوانی را شامل بود و ناحیه جنوبی که دارای آب و هوای گرم و مرطوب و دشت‌های حاصلخیز و جلگه‌ای جنوبی که فوق‌العاده سرسبز و پرآب بوده و به آن عیلام می‌گفتند.

چنین شرایطی در خوزستان باعث شده است که در طول تاریخ همواره تمدن‌های بزرگی در این خطه از کشور ایران شکل بگیرد و سلسله‌های بزرگ با نگاهی خاص به این منطقه می‌نگریستند که نمونه آن زیگورات چغازنبیل است که به عنوان پایتخت زمستانی هخامنشیان از شکوه و جلال فراوانی برخوردار است.

وجود مراکز علمی و فرهنگی همچون دانشگاه جندی شاپور در این استان دال بر اهمیت و رونق این خطه ارزشمند می‌باشد که استادان بزرگ دانش پزشکی را از یونان، مصر، هند و روم گرد هم آورده بوده است. پزشکان برجسته و نام‌آوری نیز به مداوای بیماران و تدریس دانشجویان رشته پزشکی در این دانشگاه مشغول بوده‌اند.

تمام این شرایط باعث شده که استان خوزستان از محوطه‌ها و آثار باستانی فراوانی برخوردار باشد که در کل کشور نظیر آن را نمی‌توان یافت ولی این وسعت و فراوانی باعث شده که توجه به آن‌ها هم کمتر شود و در آخرین بی‌مهری ثبت تعدادی ناچیز اثر باستانی در این استان در مقایسه به تعداد کل کشور آن است.

• دسترسی به دریای آزاد، سواحل دریایی و رودخانه‌ای

استان خوزستان همجوار خلیج فارس ارزشمند از تمامی جهان است. خلیج فارس که از دیرباز مورد توجه قدرت‌های جهانی و منطقه‌ای بوده است. این منطقه آبی علاوه بر اهمیت بازرگانی و منابع نفتی سواحل آن، به علت قرار گرفتن در مسیر خطوط دریایی خاورمیانه، از اهمیت ارتباطی، اقتصادی و سیاسی ویژه‌ای برخوردار است. استان خوزستان به واسطه همین همجواری و موقعیت خاص، به سرعت مورد توجه سیاحان و جهانگردان بین‌المللی قرار می‌گرفته است.

• اقلیم و پوشش گیاهی متنوع

خوزستان به سبب برخورداری از آب و هوای متفاوت در مناطق مختلف خود، دارای اراضی خشک، نیمه‌خشک، جلگه‌ای و کوهستانی با پوشش گیاهی و شرایط طبیعی متنوع است که از آن میان می‌توان به جنگل‌های طبیعی با گیاهان بومی و طبی، نیزارها و تالابها (هورها) اشاره نمود.

• یادمان‌های باستانی و فرهنگی

یکی از زیربناهای مهم در صنعت گردشگری، وجود آثار و ابنیه تاریخی به صورت مجموعه‌ای از سبک‌ها، هنرهای دستی، معماری، حجاری و کاشی‌کاری و ... است که در عین حال می‌توانند دارای ارزش والای فرهنگی نیز باشند. استان خوزستان به دلیل موقعیت خاص از دیرباز مورد توجه پادشاهان و امیران مختلف حاکم بر ایران باستان و پس از آن بوده از این‌رو هنوز برخی آثار و ابنیه‌های سکونت و حکمرانی آن‌ها در این منطقه قابل مشاهده و کنکاش است.

• امکان دسترسی سهل به کشورهای حوزه جنوبی خلیج فارس

این استان به لحاظ موقعیت جغرافیایی خود، امکان تردد راحت مسافران و سیاحان عمدتاً ثروتمند این حوزه را به ایران فراهم آورده است؛ به عبارت دیگر این استان یکی از عوامل مهم در برقراری تبادلات سیاحتی و جهانگردی را که همانا مجاورت با و سهل‌الوصول بودن تعداد بیشتری از کشورهاست را دارا می‌باشد که در صورت تداوم ثبات سیاسی ملی و منطقه‌ای، این عنصر نقش مهمی در جذب بیشتر جهانگرد به ایران و استان ایفا می‌نماید.

۶. بهترین شیوه‌ها برای تضمین آینده‌ای پایدار

درس‌های آموخته‌شده از کووید-۱۹ برای محققان و دست‌اندرکاران صنعت هشداردهنده است و آن‌ها را بر آن می‌دارد تا مجموعه‌ای از شیوه‌هایی را ابداع کنند که می‌تواند بخش سفر و گردشگری اقتصاد جهانی را به سمت توسعه پایدار سوق دهد. به گفته چانگ و وو [۴۷]، تأثیر پایدار همه‌گیری نیازمند بررسی شیوه‌هایی برای تصمیم‌گیری ذینفعان و اجرای توسعه پایدار است.

به گفته ولف و همکاران [۷۴]، با توجه به افزایش ردپای کربن صنعت گردشگری، که به نقش مهمی در عدم تعادل زیست محیطی تبدیل شده است، اتخاذ شیوه‌های سبز باید توسط سیاست‌گذاران برای افزایش انعطاف‌پذیری و تضمین توسعه پایدار در حال تغییر در اولویت قرار گیرد. بخش گردشگری در این مقطع، ترویج اقدامات و ابتکارات در مورد حفاظت و استفاده منطقی از منابع ضروری است. گسترش مستمر شیوه‌های ناپایدار در دو طرف عرضه و تقاضا نه تنها جذابیت گردشگری محبوب‌ترین مقاصد را متوقف می‌کند، بلکه آن‌ها را در درازمدت برای جوامع میزبان قابل سکونت می‌کند.

پذیرش طولانی‌مدت راه‌حل‌های دیجیتالی که می‌تواند با کنترل تعداد سفرها به کاهش سطوح انتشار کمک کند، می‌تواند به عنوان یک جایگزین آنلاین برای شیوه‌های ناپایدار مورد استفاده قرار گیرد [۷۵]. برای دستیابی به کارایی در عملیات مهمان‌نوازی و اوقات فراغت، راه‌حل‌هایی در قالب دستگاه‌های روباتیک، خدمات مجهز به هوش مصنوعی و حسگرهای زیستی می‌توانند تأثیرات مثبتی داشته باشند و محیطی پایدار برای کسب‌وکارهای موجود و نوظهور ایجاد کنند [۴۲]؛ بنابراین، پیشرفت‌های فناوری برای بهره‌برداری از توسعه پایدار و کاربردهای آن در صنعت گردشگری می‌تواند به عنوان یکی از راه‌حل‌های عملی برای مقابله با بحران‌های رویدادهای بزرگ مانند همه‌گیری در آینده پذیرفته شود.

به گفته فاست-فورن و مایکل [۴۸]، حباب‌های مسافرتی ایجاد شده برای ایجاد راهروهای ایمن نمونه قابل توجهی از دستیابی به پایداری از طریق یک رویکرد منطقه‌ای مشارکتی بوده است. حباب‌های سفر باید به عنوان یک استراتژی برای دستیابی به توسعه پایدار در مقاصد نزدیک به عنوان بخشی از عادی جدید اجرا شود. چانگ و وو [۴۷] تأکید کردند که مناطق حباب سفر باید هم ایمنی و هم کیفیت را تحت سیاست‌های دولت کشورها و مناطق شرکت‌کننده حفظ کنند. حفظ این حباب‌های مسافرتی می‌تواند به حفظ فعالیت‌های گردشگری بین‌المللی نه تنها در شرایط عادی جدید بلکه در حوادث بالقوه بحران کمک کند. از نظر فیگوروآ و روتارو [۷۶]، حکمرانی مسئولانه، مدیریت منابع طبیعی و فعالیت‌های گردشگری مرتبط، پرداختن به مسائل زیست‌محیطی، تنوع محصولات، و ارتقای تجربیات توریستی نوآورانه و شخصی شده، بحران‌های مرتبط با سلامت و محیط‌زیست در آینده کلید تضمین انعطاف‌پذیری است.

در سمت عرضه، مدیریت کیفیت که استانداردهای ایمنی و بهداشت را در برمی‌گیرد باید به عنوان یک عامل مهم پذیرفته شود که می‌تواند جهت تصمیم‌گیری‌های مهم به ذینفعان ارائه دهد [۴۷]. بهبود کیفیت خدمات و بهره‌برداری از امکانات گردشگری موجود به جای بهره‌برداری از منابع برای ساخت‌وسازهای غیرضروری باید در اولویت قرار گیرد تا در عین رعایت استانداردهای پایداری بیشترین پاداش را به همراه داشته باشد [۹]. همان‌طور که کارلایل و همکاران [۷۷] مشاهده کردند، توسعه مهارت‌های پایداری در میان کارکنان مهمان‌نوازی و گردشگری از طریق آموزش مناسب به حل مسائل مربوط به شکاف‌های مهارتی سبز و نرم در میان کارکنان کمک می‌کند. در سناریوی فعلی زمانی که صنعت در پرتو کووید-۱۹ در حال تغییر است، این امر ضروری‌تر می‌شود.

برحسب تقاضا، استفاده از حالت‌های حمل‌ونقل فعال مانند دوچرخه‌سواری و پیاده‌روی باید برای تقویت تحرک پایدار در عواقب کووید-۱۹ مورد بهره‌برداری قرار گیرد [۴۴،۷۸]. این یک رویکرد قابل توجه برای مذاکره در مورد تغییرات آب و هوا، بهبود کیفیت هوا، و متعاقباً کاهش مسائل بهداشتی که جامعه با آن مواجه می‌شود، ارائه می‌دهد [۷۹]. علاوه بر این، رفتار مسؤلانه‌ای که گردشگران در مورد فعالیت‌های محل و انتخاب سفر در طول همه‌گیری نشان می‌دهند باید تشویق شوند تا مسئولیت توسعه پایدار را به گردشگران واگذار کنند [۳۵].

با این حال، اگرچه این بیماری همه‌گیر اثرات منفی عمیق و طولانی مدتی را بر صنعت گردشگری جهانی ایجاد کرده است، اما تأثیرات مثبت قابل توجه آن را نباید نادیده گرفت. برخی از اثرات مثبت مهم این همه‌گیری بر بخش گردشگری جهانی شامل کاهش سطح انتشار گازهای گلخانه‌ای ناشی از گردشگری، آگاهی بیشتر در مورد بهداشت در بین گردشگران و ارائه‌دهندگان خدمات، ظهور راه‌حل‌های دیجیتال برای فعالیت‌های کسب و کارهای گردشگری، افزایش حساسیت محیطی، افزایش توریسم داخلی، تکامل اشکال جدید گردشگری، ایجاد حباب‌های مسافرتی و غیره است. در اصل، کووید-۱۹ لحظه‌ای توقف را برای سناریوی بیش از حد گردشگری و اقدامات ناپایدار ایجاد کرده است. در صنعت گردشگری پیش از همه‌گیری وجود داشت و فرصتی برای بازاندیشی، بازنشانی و تعریف مجدد صنعت به‌طور پایدارتر فراهم کرد. بیشتر تحقیقات در سال ۲۰۲۰ بر روی تأثیرات منفی کووید-۱۹ بر صنعت گردشگری متمرکز شده است. با این حال، پس از آن سال سیاه، محققان توجه خود را بر روی اقدامات و استراتژی‌ها، در دو طرف پیشنهاد و تقاضا، برای غلبه بر بحران متمرکز کردند و کسب‌وکارها و مقاصد گردشگری را در آینده انعطاف‌پذیرتر و پایدارتر کردند.

۷. کووید-۱۹ و چارچوب مفهومی پایداری گردشگری

در بررسی ادبیات اصلی در مورد تأثیرات کووید-۱۹، می‌توان تعداد قابل توجهی از موضوعات کلیدی را مشاهده کرد که نه تنها بر پیامدهای منفی این بیماری همه‌گیر متمرکز بودند، بلکه بر موارد مثبت نیز متمرکز بودند. در نظر گرفتن نتایج مثبت و منفی هر رویداد برای توسعه یک استراتژی پایدار ضروری است [۳۰]. از دیدگاه ما، اگرچه نیاز اساسی به یک استراتژی پایدار برای مقابله با تأثیرات منفی همه‌گیری وجود دارد، اما حفظ جنبه مثبت این همه‌گیری بسیار مهم است؛ بنابراین، همراه با یک استراتژی برای مقابله با چالش‌های همه‌گیری، ذینفعان گردشگری باید از همه‌گیری درس گرفته و نتایج مثبت را حفظ کنند تا رشد قبل از همه‌گیری را تضمین کنند و به سمت آینده‌ای پایدار پیشرفت کنند.

چارچوب مفهومی توسعه یافته توسط تیواری و چووداری [۲۳] ادعا می‌کند که در غیاب هرگونه استراتژی پایدار، صنعت گردشگری پس از کووید-۱۹ دوباره به توریسم بیش از حد قبل از همه‌گیری و شیوه‌های ناپایدار باز خواهد گشت؛ بنابراین، نیاز به شناسایی راه‌حل‌های پایدار برای مقابله با چالش‌های کووید-۱۹ در جهان پس از همه‌گیری و حفظ شیوه‌های مسؤلانه‌ای که در رفتار سهامداران در طول همه‌گیری مشاهده می‌شود، وجود دارد. چارچوب آسیب‌پذیری و انعطاف‌پذیری زنجیره تأمین گردشگری چین (TSC) توسط بای و ران [۸۴] درک مدیریت TSC را تحت بحران‌های رویداد بزرگ ارائه می‌کند. چارچوب آن‌ها نشان می‌دهد که TSC قدرت بازیابی و استفاده از فرصت‌های نوآوری و تحول را از طریق تلاش‌های متحد همه سهامداران دارد. اگرچه این مدل بینش‌های قابل توجهی را در مورد مدیریت زنجیره تأمین گردشگری در مواجهه با بحران‌های مانند همه‌گیر ارائه می‌دهد، هنوز نیاز به چارچوبی وجود دارد که بتواند به شناسایی راه‌حل‌های پایدار برای چالش‌های خاص ارائه شده توسط کووید-۱۹ کمک کند. چارچوب مفهومی دیگر برای پایداری گردشگری در بحران کووید-۱۹ توسط

یولاه و همکاران [۸۵] رابطه بین رضایت جامعه، مقاصد هوشمند و گردشگری پایدار را نشان داد. مطالعه آن‌ها استدلال کرد که جامعه نقش حیاتی در حفظ گردشگری در میان بحران کرونا ایفا می‌کند. حتی این چارچوب هیچ راه‌حل قابل توجهی را برای مقابله با چالش‌های ناشی از همه‌گیری بررسی نکرد.

مطالعه حاضر نیز توجه خود را بر شناسایی اقدامات و راه‌حل‌های پایدار برای مقابله با چالش‌های ارائه شده توسط همه‌گیری متمرکز کرده است. این امر می‌تواند به انعطاف‌پذیری بیشتر صنعت گردشگری در برابر بحران‌های حال و آینده کمک کند. صنعت پیش از همه‌گیری هم رشد بالایی داشت و هم روش‌های ناپایدار فراوانی داشت. در حالی که صنعت در طول کووید-۱۹ شاهد توقف سناریوی پیش از همه‌گیری گردشگری بیش از حد و شیوه‌های ناپایدار بود، کاهش شدید تقاضا، اشتغال، درآمدهای ارزی و سهم گردشگری در تولید ناخالص داخلی وجود داشت؛ بنابراین، هر دو جنبه مثبت و منفی همه‌گیر با توجه به پایداری گردشگری وجود دارد. پیامدهای مثبت همه‌گیری و استراتژی‌های انعطاف‌پذیری که برای کاهش اثرات نامطلوب همه‌گیری ابداع شده‌اند، باید برای آینده حفظ شوند تا رشد پایدار تضمین شود. درس‌های آموخته شده در طول همه‌گیری به تبدیل رشد ناپایدار قبل از همه‌گیری به رشد پایدار پس از همه‌گیری کمک می‌کند. چنین تحولی برای فعال‌سازی مجدد گردشگری به طور پایدار در جهان پس از همه‌گیری ضروری است [۵،۳۵]. در سومین و مهم‌ترین مرحله پس از همه‌گیری، نویسندگان چالش‌های بالقوه صنعت گردشگری را در مواجهه با بحران‌ها ارائه کردند و راه‌حل‌های مربوطه را برای تضمین رشد پایداری و انعطاف‌پذیرتر ارائه کردند. ترکیبی از این راه‌حل‌ها می‌تواند نیاز به یک استراتژی عملیاتی پایدار را که در مطالعات قبلی مطرح شده است (به عنوان مثال، [۹،۱۲،۳۲،۵۶]) برآورده کند.

این امر می‌تواند برای مدیران گردشگری و برنامه‌ریزان مقصد برای شناسایی و حفظ نتایج مثبت و استراتژی‌های انعطاف‌پذیری که در طول همه‌گیری تکامل یافته‌اند، مفید باشد. علاوه بر این، و مهم‌تر از همه، این چارچوب می‌تواند به آن‌ها در درک چالش‌های پس از همه‌گیری برای صنعت گردشگری و اتخاذ راه‌حل‌های پایدار برای مقابله با آن‌ها، و در نتیجه توسعه کسب‌وکارها و مقاصد گردشگری پایدارتر و انعطاف‌پذیرتر کمک کند. این تحقیق با پیشنهاد چارچوبی برای پیشبرد صنعت پیش از همه‌گیری ناپایدار و به سرعت در حال گسترش به سمت مسیر توسعه انعطاف‌پذیرتر و پایدارتر، به مجموعه دانش موجود کمک می‌کند.

۸. بحث و نتیجه‌گیری

قبل از شیوع این بیماری همه‌گیر، گردشگری یکی از بخش‌های با رشد بالا و اولویت اقتصاد جهانی بود. در سال ۲۰۱۹، صنعت گردشگری به طور انحصاری به ۱۰.۴ درصد (۹.۲ تریلیون دلار آمریکا) از تولید ناخالص داخلی جهانی، ۱۰.۶ درصد (۳۳۴ میلیون) اشتغال جهان و ۶.۸ درصد (۱.۷ تریلیون دلار) از کل صادرات کمک کرده است [۸۱]. برترین‌های گردشگری بین‌المللی سازمان جهانی گردشگری، سال ۲۰۱۹ را دهمین سال متوالی رشد پایدار می‌داند [۸۶]. توسعه و رونق صنعت گردشگری و ایرانگردی از نقطه‌نظر اقتصاد محلی و منطقه‌ای نیز حائز اهمیت و شایان توجه است. تردیدی نیست چشم‌انداز معیشتی و اشتغال‌زایی حاصل از توسعه فعالیت‌های ایرانگردی، اثرات محیطی خود را در نقاط مختلف کشور به نحو چشمگیری بر جای خواهد گذاشت و موجب تثبیت معیشتی و پویایی اقتصاد منطقه‌ای و استانی می‌شود. استان خوزستان از جمله استان‌های ارزشمند و دارای پتانسیل‌های فراوان برای توسعه و شکوفایی بخش گردشگری به حساب می‌آید. وجود یادمان‌های منحصر به فرد تاریخی، مناظر جذاب طبیعی و ساحلی و دسترسی به آب‌های آزاد و ... از جمله

زیربناهای لازم برای احیا و توسعه صنعت گردشگری استان به شمار می‌آیند؛ اما فقدان یک نگاه عمیق به ظرفیت‌های بخش گردشگری استان و ضعف در اجرای برنامه‌های عملیاتی، باعث شده با وجود برخورداری از مزیت‌های فراوان، توسعه گردشگری آنچنان که باید محقق نشود و زیرساخت‌های این صنعت همپای ظرفیت‌های آن توسعه نیابند.

شاید مهمترین چالش پیش رو توسعه گردشگری در استان خوزستان، متقاعد کردن سرمایه‌گذار بخش خصوصی برای ورود به استان است؛ چراکه تصویر ذهنی افراد از خوزستان تنها به نفت و صنعت خلاصه می‌شود و گویی فرصت‌های گردشگری خوزستان زیر سایه سنگین صنایع نادیده گرفته شده است.

این در حالی است که در دنیا به صنعت گردشگری به عنوان یکی از اضلاع مثلث توسعه پایدار در کنار صنعت و کشاورزی نگریسته می‌شود و روند توسعه گردشگری به دلیل گردش مالی بالا و سودآوری، گوی سبقت را از بسیاری صنایع روز دنیا همچون نفت و خودروسازی ربوده است. رونق صنعت گردشگری و صنایع وابسته به آن می‌تواند بسیاری از مشکلات استان را در حوزه اقتصادی و اجتماعی برطرف کند.

به طور کلی گردشگری یکی از موتورهای مؤثر رشد و شکوفایی اقتصادی در سطح جهانی باقی مانده است و به میلیون‌ها نفر کمک می‌کند تا معیشت بهتری داشته باشند و به کیفیت زندگی آن‌ها بهبود بخشیده شود. قابل ذکر است که با رشد بالا، مسئولیت بالایی نیز به همراه دارد. حتی در دوران پیش از همه‌گیری، مدیریت پایدار مقاصد گردشگری در حالی که همگام با نرخ‌های رشد غالب و تضمین رفاه همه ذینفعان بود، چالش مهمی را برای برنامه‌ریزان گردشگری متحمل شد. در کنار رشد فوق‌العاده و مشارکت‌های اقتصادی قابل توجه، تیواری و چودری [۲۳] بر شیوع بیش از حد گردشگری و شیوه‌های ناپایدار در صنعت گردشگری پیش از همه‌گیری تأکید کردند؛ بنابراین، دوره پیش از همه‌گیری را می‌توان به مرحله رشد ناپایدار نسبت داد.

شیوع ویروس کرونا در اواخر سال ۲۰۱۹ واقعیت صنعت گردشگری جهانی را دگرگون کرد. دولت‌های کشورهای مختلف در سراسر جهان محدودیت‌های سختی را برای تحرک بین‌المللی و حتی داخلی اعمال کردند. این امر باعث شد صنعت گردشگری متحمل زیان‌های بی‌سابقه‌ای شود. براساس گزارش UNWTO [۸۰]، سال ۲۰۲۰ بدترین سال در تاریخ گردشگری بود و شاهد کاهش ۷۴ درصدی (حدود یک میلیارد) گردشگران بین‌المللی بود. بسته شدن مرزها، قرنطینه در سراسر کشور و درک خطر انتقال بیماری به دلیل سفر، عوامل اصلی بودند که مانع از شرکت در تورهای مردمی شدند. این منجر به کاهش شدید تقاضای گردشگری در سطح جهانی شد که منجر به سناریوی کم‌گردشگری یا گردشگری صفر از بیش‌گردشگری شد [۵،۳۸،۳۹،۴۰]. چنین کاهش ناگهانی و گسترده‌ای در تقاضا باعث خسارات مالی به کارآفرینان گردشگری شد و حتی منجر به تعطیلی بسیاری از مشاغل شد. در نتیجه، بحران‌های عمیق اقتصادی، از دست دادن معیشت محلی و بیکاری در مقیاس بزرگ در سطح جهانی وجود داشت. براساس WTTC [۸۱]، صنعت گردشگری جهانی در سال ۲۰۲۰ حدود ۴.۵ میلیارد دلار خسارت دید، در حالی که در همان سال ۶۲ میلیون نفر شغل خود را از دست دادند. این نشان می‌دهد که کووید-۱۹ چالش‌های پایداری موجود را تشدید کرده است و در نتیجه متخصصان و محققان گردشگری را وادار کرده است که در مورد پایداری گردشگری تجدیدنظر کنند.

به عنوان یک استراتژی برای مقابله با بحران‌ها، ذینفعان گردشگری با مدیریت ایمنی و کیفیت پاسخ دادند. این به عنوان یک عنصر حیاتی برای رقیق کردن تأثیر پایدار همه‌گیری [۸،۴۷] در نظر گرفته شد. یکی از مهم‌ترین استراتژی‌ها برای حفظ گردشگری در طول همه‌گیری، ایجاد «حباب‌های مسافرتی» بود. فوسته-فورنه و مایکل [۴۸] حباب‌های مسافرتی را به عنوان

رویکردی برای تقویت کریدورهای ایمن و در عین حال غنی‌سازی همکاری‌های منطقه‌ای بین کشورهای شرکت‌کننده تشریح کردند. برای رعایت فاصله اجتماعی و اجتناب از تماس فیزیکی، برنامه‌ریزان گردشگری، مقاصد بکر و گردشگری منطقه را تبلیغ کردند. علاوه بر این، گردشگری روستایی، گردشگری پزشکی و تجربیات پخش زنده در طول همه‌گیری شیوع داشتند. کووید-۱۹ زمان و مکان را در اختیار برنامه‌ریزان مقصد قرار داد تا روی شیوه‌های ناپایدار و غیرمسئولانه از قبل موجود فکر کنند. پذیرش جایگزین‌های دیجیتال برای شیوه‌های موجود، تکامل اشکال جدید گردشگری، و تحریک مدیریت بحران در برنامه‌ریزی استراتژیک، نشان‌دهنده نوآوری‌ها و خلاقیت‌های ناشی از همه‌گیری است؛ بنابراین، اوست و صالح [۲۶] بحران فعلی را به عنوان فرصتی برای القای نوآوری و خلاقیت بیشتر در صنعت گردشگری در نظر گرفتند که به انعطاف‌پذیری و پایداری کمک می‌کند. سایر پیامدهای مثبت این بیماری همه‌گیر شامل کاهش ردپای کربن و انتشار گازهای گلخانه‌ای از گردشگری، فرصت مشارکت در CSR، توقف سناریوی پیش از همه‌گیری بیش از حد گردشگری، کشف مقاصد بکر، حساسیت محیطی بالاتر در بین گردشگران رونق گردشگری داخلی، ذینفعان مسئولیت‌پذیرتر و تأکید بیشتر بر بهداشت است. با این حال، بیماری همه‌گیر تنها تسکین موقتی را از اقدامات ناپایدار از قبل موجود فراهم کرده است [۲۳، ۲۵]. در غیاب هرگونه استراتژی مهم، تلاش‌های تبلیغاتی و بازاریابی برنامه‌ریزی نشده در دنیای پس از همه‌گیری دوباره به رشد ناپایدار و غیرمسئولانه منجر خواهد شد. در نتیجه، نیاز اساسی به حفظ استراتژی‌های انعطاف‌پذیر، شیوه‌های پایدار، و نتایج مثبتی که صنعت گردشگری در طول همه‌گیری شاهد بود، وجود دارد. این به پیشرفت به سمت مسیر رشد پایدار در دوران پس از همه‌گیری کمک می‌کند.

مجموعه‌ای از چالش‌هایی که صنعت گردشگری می‌تواند در دنیای پس از همه‌گیری با آن مواجه شود شامل بهبود تدریجی تقاضای گردشگری است. علاوه بر این، هنوز عدم اطمینان در مورد بازگشت گردشگران به عادات عادی خود وجود دارد [۹، ۶۶]. در چنین شرایطی، درک نگرانی‌های مشتریان و ارائه خدمات مسافرتی شخصی، نیاز روز است. علاوه بر این، تحریک نوآوری‌ها و خلاقیت در خدمات گردشگری و ترویج و نگهداری بیشتر حساب سفر برای تلاش برای پایداری ضروری است. چالش‌های دیگر شامل ترس کسب‌وکارها از انجام برنامه‌ریزی موفق و ابداع یک استراتژی عملیاتی پایدار است. در این زمینه، سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه و زیرساخت‌های دیجیتال، چارچوب‌بندی مقررات مطابق با شرایط عادی جدید، و پیاده‌سازی راه‌حل‌های دیجیتال به عنوان جایگزین‌های آنلاین برای شیوه‌های موجود را می‌توان به عنوان برخی از راه‌حل‌های پایدار شناسایی کرد. مقابله همزمان با چالش‌های بهداشتی و زیست‌محیطی و تحقق جهانی خنثی از نظر آب و هوا در دوران پس از همه‌گیری نیز چالش‌های اصلی صنعت گردشگری بالقوه است. به منظور رسیدگی پایدار به این مسائل، استفاده از روش‌های حمل‌ونقل فعال، رعایت استانداردهای ایمنی و کیفیت، اتخاذ شیوه‌های سبز، حفظ و استفاده منطقی از منابع، و القای رفتار مسئولانه در بین گردشگران و جوامع ضروری است. در اصل، پرداختن به مسائل پیش از همه‌گیری گردشگری بیش از حد و شیوه‌های ناپایدار، نیاز روز است. در این راستا، بهره‌گیری از زیرساخت‌های موجود به جای ساخت و ساز اضافی، توسعه مهارت‌های پایدار در میان کارکنان، ارتقای هماهنگی ذینفعان و تحمیل محدودیت‌های ظرفیت حمل می‌تواند به احیای پایدار گردشگری در جهان پس از همه‌گیری کمک کند.

منابع و مأخذ

1. World Health Organization. WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard. 2022. Available online: <https://covid19.who.int/> (accessed on 15 June 2022).
2. World Economic Forum. How Many Jobs Were Lost in 2020 due to COVID-19? 2021. Available online: <https://www.weforum.org/agenda/2021/02/covid-employment-global-job-loss/> (accessed on 10 May 2022).
3. Chaudhary, A. Impact and Survival Strategy for Hospitality Industry after Covid-19. *Int. J. Innov. Sci. Res. Technol.* **2020**, *5*, 489–492. [Google Scholar]
4. Marome, W.; Shaw, R. COVID-19 response in Thailand and its implications on future preparedness. *Int. J. Environ. Res. Public Health* **2021**, *18*, 1089. [Google Scholar] [CrossRef] [PubMed]
5. Mestanza, J.G.; Bakhat, R. A fuzzy ahp-mairca model for overtourism assessment: The case of Malaga province. *Sustainability* **2021**, *13*, 6394. [Google Scholar] [CrossRef]
6. Mulyawan, I.W.; Artawa, K. Words and images of Covid-19 prevention (A case study of tourism new normal protocols signs). *Cogent Arts Humanit.* **2021**, *8*, 1965713. [Google Scholar] [CrossRef]
7. Palacios-Florencio, B.; Santos-Roldán, L.; Berbel-Pineda, J.M.; Castillo-Canalejo, A.M. Sustainable Tourism as a Driving force of the Tourism Industry in a Post-Covid-19 Scenario. *Soc. Indic. Res.* **2021**, *158*, 991–1011. [Google Scholar] [CrossRef] [PubMed]
8. Pandey, K.; Mahadevan, K.; Joshi, S. Indian Tourism Industry and COVID-19: A Sustainable Recovery Framework in a Post-Pandemic Era. *Vision* **2021**. [Google Scholar] [CrossRef]
9. Tsai, M.-C. Developing a sustainability strategy for Taiwan's tourism industry after the COVID-19 pandemic. *PLoS ONE* **2021**, *16*, e0248319. [Google Scholar] [CrossRef]
10. Fletcher, R.; Blanco-Romero, A.; Blázquez-Salom, M.; Cañada, E.; Murray Mas, I.; Sekulova, F. Pathways to post-capitalist tourism. *Tour. Geogr.* **2021**, 1–22. [Google Scholar] [CrossRef]
11. Mach, L.J. Surf tourism in uncertain times: Resident perspectives on the sustainability implications of covid-19. *Societies* **2021**, *11*, 75. [Google Scholar] [CrossRef]
12. Suhail, K.S.J.; Naamo, G.S.; AlJashaam, A.A.G. The effect of strategic foresight on tourism marketing after COVID-19. *Afr. J. Hosp. Tour. Leis.* **2019**, *8*, 1–11. Available online: https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_41_8_1_2019_iraq.pdf (accessed on 14 April 2022).
13. Hoarau, J.-F. Is international tourism responsible for the outbreak of the COVID-19 pandemic? A cross-country analysis with a special focus on small islands. *Rev. World Econ.* **2022**, *158*, 493–528. [Google Scholar] [CrossRef]
14. Higgins-Desbiolles, F. Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tour. Geogr.* **2020**, *22*, 610–623. [Google Scholar] [CrossRef] [Green Version]
15. Vărzaru, A.A.; Bocean, C.G.; Cazacu, M. Rethinking tourism industry in pandemic covid-19 period. *Sustainability* **2021**, *13*, 6956. [Google Scholar] [CrossRef]
16. Chang, C.L.; McAleer, M.; Ramos, V. A charter for sustainable tourism after COVID-19. *Sustainability* **2020**, *12*, 3671. [Google Scholar] [CrossRef]

17. Marujo, N.; Borges, M.D.R.; Serra, J.; Coelho, R. Strategies for creative tourism activities in pandemic contexts: The case of the 'saídas de mestre' project. *Sustainability* **2021**, *13*, 10654. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
18. Persson-Fischer, U.; Liu, S. The impact of a global crisis on areas and topics of tourism research. *Sustainability* **2021**, *13*, 906. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
19. He, H.; Harris, L. The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. *J. Bus. Res.* **2020**, *116*, 176–182. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
20. Nagaj, R.; Žuromskaitė, B. Tourism in the Era of Covid-19 and Its Impact on the Environment. *Energies* **2021**, *14*, 2000. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
21. Goel, P.; Garg, A.; Walia, N.; Kaur, R.; Jain, M.; Singh, S. Contagious diseases and tourism: A systematic review based on bibliometric and content analysis methods. *Qual. Quant.* **2021**, 1–26. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
22. Streimikiene, D.; Korneeva, E. Economic impacts of innovations in tourism marketing. *Terra Econ.* **2020**, *18*, 182–193. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
23. Tiwari, P.; Chowdhary, N. Has covid-19 brought a temporary halt to over tourism? *Tourism* **2021**, *31*, 89–93. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
24. Ioannides, D.; Gyimóthy, S. The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path. *Tour. Geogr.* **2020**, *22*, 624–632. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
25. Sumanapala, D.; Wolf, I.D. The changing face of wildlife tourism during the COVID-19 pandemic: An opportunity to strive towards sustainability? *Curr. Issues Tour.* **2022**, *25*, 357–362. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
26. Ost, C.; Saleh, R. Cultural and creative sectors at a crossroad: From a mainstream process towards an active engagement. *Built Herit.* **2021**, *5*, 14. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
27. Romagosa, F. The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. *Tour. Geogr.* **2020**, *22*, 690–694. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
28. Schmidt, K.; Sieverding, T.; Wallis, H.; Matthies, E. COVID-19—A window of opportunity for the transition toward sustainable mobility? *Transp. Res. Interdiscip. Perspect.* **2021**, *10*, 100374. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
29. Mishra, A. Positive side effects of the Covid-19 pandemic on environmental sustainability: Evidence from the quadrilateral security dialogue countries. *Manag. Environ. Qual. Int. J.* **2022**, *33*, 674–691. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
30. Kong, F. A short note on four different emergency management mechanisms in the Chinese government disaster response. *J. Contingencies Crisis Manag.* **2022**, *30*, 222–224. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
31. Bernal Escoto, B.E.; Montero Delgado, N.I.; Rivera Aguirre, F.A. Strategic analysis of sustainable tourism in Baja California against COVID-19. *Sustainability* **2021**, *13*, 3948. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
32. Bitok, K. Sustainable tourism and economic growth nexus in Kenya: Policy implications for post-Covid-19. *J. Sustain. Tour. Entrep.* **2020**, *1*, 123–138. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
33. Yustisia, K.; Rudy, P.; Reagan, B. Adaptation Strategy of Tourism Industry Stakeholders During the COVID-19 Pandemic: A Case Study in Indonesia. *J. Asian Financ. Econ. Bus.* **2021**, *8*, 213–223. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]

34. Donthu, N.; Gustafsson, A. Effects of COVID-19 on business and research. *J. Bus. Res.* **2020**, *117*, 284–289. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)] [[PubMed](#)]
35. Eichelberger, S.; Heigl, M.; Peters, M.; Pikkemaat, B. Exploring the role of tourists: Responsible behavior triggered by the covid-19 pandemic. *Sustainability* **2021**, *13*, 5774. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
36. Liu, H.; Wu, P.; Li, G. Do crises affect the sustainability of the economic effects of tourism? A case study of Hong Kong. *J. Sustain. Tour.* **2021**, 1–19. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
37. Nair, B.B.; Mohanty, P.P. Positioning spice tourism as an emerging form of special interest tourism: Perspectives and strategies. *J. Ethn. Foods* **2021**, *8*, 10. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
38. Castanho, R.A.; Couto, G.; Sousa, Á.; Pimentel, P.; Batista, M.D.G. Assessing the impacts of the covid-19 pandemic over the azores region's touristic companies. *Sustainability* **2021**, *13*, 9647. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
39. Clols, L.F. Impact of covid-19 pandemic on retail structure in barcelona: From tourism-phobia to the desertification of city center. *Sustainability* **2021**, *13*, 15. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
40. Koh, E. The end of over-tourism? Opportunities in a post-Covid-19 world. *Int. J. Tour. Cities* **2020**, *6*, 1015–1023. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
41. Amar, M.Y.; Syariati, A.; Ridwan, R.; Parmitasari, R.D.A. Indonesian hotels' dynamic capability under the risks of covid-19. *Risks* **2021**, *9*, 194. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
42. Srivastava, P.R.; Sengupta, K.; Kumar, A.; Biswas, B.; Ishizaka, A. Post-epidemic factors influencing customer's booking intent for a hotel or leisure spot: An empirical study. *J. Enterp. Inf. Manag.* **2021**. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
43. Scheyvens, R.A.; Movono, A.; Auckram, S. Pacific peoples and the pandemic: Exploring multiple well-beings of people in tourism-dependent communities. *J. Sustain. Tour.* **2021**, 1–20. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
44. Petino, G.; Reina, G.; Privitera, D. Cycling tourism and revitalization in the sicilian hinterland: A case study in the taormina–etna district. *Sustainability* **2021**, *13*, 10022. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
45. Kostianaia, E.A.; Kostianoy, A.G. Regional climate change impact on coastal tourism: A case study for the black sea coast of Russia. *Hydrology* **2021**, *8*, 133. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
46. Ruiz Estrada, M.; Park, D.; Lee, M. How A Massive Contagious Infectious Diseases Can Affect Tourism, International Trade, Air Transportation, and Electricity Consumption? The Case of 2019 Novel Coronavirus (2019-nCoV) in China. *SSRN Electron. J.* **2019**. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
47. Chang, D.-S.; Wu, W.-D. Impact of the COVID-19 pandemic on the tourism industry: Applying TRIZ and DEMATEL to construct a decision-making model. *Sustainability* **2021**, *13*, 7610. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
48. Fusté-Forné, F.; Michael, N. Limited tourism: Travel bubbles for a sustainable future. *J. Sustain. Tour* **2021**, 1–18. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]

49. Viñals, M.J.; Gilabert-Sansalvador, L.; Sanasaryan, A.; Teruel-Serrano, M.-D.; Darés, M. Online synchronous model of interpretive sustainable guiding in heritage sites: The avatar tourist visit. *Sustainability* **2021**, *13*, 7179. [Google Scholar] [CrossRef]
50. Sanjeev, G.M.; Tiwari, S. Responding to the coronavirus pandemic: Emerging issues and challenges for Indian hospitality and tourism businesses. *Worldw. Hosp. Tour. Themes* **2021**, *13*, 563–568. [Google Scholar] [CrossRef]
51. Lu, J.; Xiao, X.; Xu, Z.; Wang, C.; Zhang, M.; Zhou, Y. The potential of virtual tourism in the recovery of tourism industry during the COVID-19 pandemic. *Curr. Issues Tour.* **2022**, *25*, 441–457. [Google Scholar] [CrossRef]
52. Gonçalves, A. What Is Staycation: Discover the Latest Trend in Sustainable Tourism. 2020. Available online: <https://youmatter.world/en/staycation-definition-stay-vacations-sustainable/> (accessed on 8 March 2022).
53. Wong, I.A.; Lin, Z.; Kou, I.E. Restoring hope and optimism through staycation programs: An application of psychological capital theory. *J. Sustain. Tour.* **2021**, 1–20. [Google Scholar] [CrossRef]
54. Bae, S.Y.; Chang, P.-J. The effect of coronavirus disease-19 (COVID-19) risk perception on behavioural intention towards ‘untact’ tourism in South Korea during the first wave of the pandemic (March 2020). *Curr. Issues Tour.* **2021**, *24*, 1017–1035. [Google Scholar] [CrossRef]
55. Kim, Y.; Attention to untact-related stocks such as the areas of teleconferencing, e-commerce, and unattended automation service. *Econ. Chosun.* 2020. Available online: http://economy.chosun.com/client/news/view.php?boardName=C08%26page=1%26t_num=13608632 (accessed on 12 February 2022).
56. Karagiannis, D.; Andrinou, M. The role of sustainable restaurant practices in city branding: The case of Athens. *Sustainability* **2021**, *13*, 2271. [Google Scholar] [CrossRef]
57. Choudhary, C.K. Corona(Covid-19) and Tourism: More Opportunities in the Aftermath of the Lockdown. Available online: https://www.researchgate.net/publication/340828704_CORONACovid-19_AND_TOURISM_MORE_OPPORTUNITIES_IN_THE_AFTERMATH_OF_THE_LOCKDOWN?channel=doi&linkId=5e9ffe2792851c2f52ba6a64&showFulltext=true (accessed on 18 June 2022).
58. Sheresheva, M.; Efremova, M.; Valitova, L.; Polukhina, A.; Laptev, G. Russian Tourism Enterprises’ Marketing Innovations to Meet the COVID-19 Challenges. *Sustainability* **2021**, *13*, 3756. [Google Scholar] [CrossRef]
59. Van, N.T.T.; Vrana, V.; Duy, N.T.; Minh, D.X.H.; Dzung, P.T.; Mondal, S.R.; Das, S. The role of human–machine interactive devices for post-COVID-19 innovative sustainable tourism in Ho Chi Minh City, Vietnam. *Sustainability* **2020**, *12*, 9523. [Google Scholar] [CrossRef]
60. Kowalczyk-Anioł, J.; Grochowicz, M.; Pawlusiński, R. How a Tourism City Responds to COVID-19: A CEE Perspective (Kraków Case Study). *Sustainability* **2021**, *13*, 7914. [Google Scholar] [CrossRef]
61. Thirumaran, K.; Mohammadi, Z.; Pourabedin, Z.; Azzali, S.; Sim, K. COVID-19 in Singapore and New Zealand: Newspaper portrayal, crisis management. *Tour. Manag. Perspect.* **2021**, *38*, 100812. [Google Scholar] [CrossRef]

62. Li, B.; Zhang, T.; Hua, N.; Wang, Y. A dynamic model of crisis management from a stakeholder perspective: The case of COVID-19 in China. *Tour. Rev.* **2021**, *76*, 764–787. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
63. Liu, X.; Wen, J.; Kozak, M.; Jiang, Y.; Li, Z. Negotiating interdisciplinary practice under the COVID-19 crisis: Opportunities and challenges for tourism research. *Tour. Rev.* **2021**, *77*, 484–502. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
64. Wen, J.; Hou, H.; Kozak, M.; Meng, F.; Yu, C.-E.; Wang, W. The missing link between medical science knowledge and public awareness: Implications for tourism and hospitality recovery after COVID-19. *Eur. J. Manag. Bus. Econ.* **2021**, *30*, 230–242. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
65. Higgins-Desbiolles, F. The “war over tourism”: Challenges to sustainable tourism in the tourism academy after COVID-19. *J. Sustain. Tour.* **2020**, *29*, 551–569. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
66. García-Madurga, M.-Á.; Esteban-Navarro, M.-Á.; Morte-Nadal, T. Covid key figures and new challenges in the horeca sector: The way towards a new supply-chain. *Sustainability* **2021**, *13*, 6884. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
67. Toubes, D.R.; Araújo-Vila, N.; Fraiz-Brea, J.A. Organizational learning capacity and sustainability challenges in times of crisis: A study on tourism SMEs in Galicia (Spain). *Sustainability* **2021**, *13*, 11764. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
68. Bethel, B.J.; Tang, D.; Wang, L.; Buravleva, Y. A fuzzy comprehensive evaluation of climate change on the Xiamen tourism industry. *Int. J. Tour. Cities* **2021**. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
69. Nguyen, P.T.M.; Mai, K.N.; Nguyen, P.N.D. Alliance management practices for higher trust, commitment and inter-organizational relationship performance: Evidence from travel companies in Vietnam. *Sustainability* **2021**, *13*, 9102. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
70. Kakderi, C.; Komninos, N.; Panori, A.; Oikonomaki, E. Next city: Learning from cities during covid-19 to tackle climate change. *Sustainability* **2021**, *13*, 3158. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
71. Roigé, X.; Arrieta-Urtizberea, I.; Seguí, J. The sustainability of intangible heritage in the covid-19 era—Resilience, reinvention and challenges in Spain. *Sustainability* **2021**, *13*, 5796. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
72. Van Tatenhove, J.P.M. COVID-19 and European maritime futures: Different pathways to deal with the pandemic. *Marit. Stud.* **2021**, *20*, 63–74. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
73. Song, K.-H.; Choi, S. A study on the perception change of passengers on sustainable air transport following covid-19 progress. *Sustainability* **2021**, *13*, 8056. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
74. Wolf, F.; Filho, W.L.; Singh, P.; Scherle, N.; Reiser, D.; Telesford, J.; Miljković, I.B.; Havea, P.H.; Li, C.; Surroop, D.; et al. Influences of climate change on tourism development in small pacific island states. *Sustainability* **2021**, *13*, 4223. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
75. Bin, E.; Andruetto, C.; Susilo, Y.; Pernestål, A. The trade-off behaviours between virtual and physical activities during the first wave of the COVID-19 pandemic period. *Eur. Transp. Res. Rev.* **2021**, *13*, 14. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]

76. Figueroa, E.B.; Rotarou, E.S. Island tourism-based sustainable development at a crossroads: Facing the challenges of the covid-19 pandemic. *Sustainability* **2021**, *13*, 10081. [Google Scholar] [CrossRef]
77. Carlisle, S.; Zaki, K.; Ahmed, M.; Dixey, L.; McLoughlin, E. The imperative to address sustainability skills gaps in tourism in Wales. *Sustainability* **2021**, *13*, 1161. [Google Scholar] [CrossRef]
78. Nordengen, S.; Andersen, L.B.; Riiser, A.; Solbraa, A.K. National trends in cycling in light of the norwegian bike traffic index. *Int. J. Environ. Res. Public Health* **2021**, *18*, 6198. [Google Scholar] [CrossRef] [PubMed]
79. Zafri, N.M.; Khan, A.; Jamal, S.; Alam, B.M. Impacts of the covid-19 pandemic on active travel mode choice in bangladesh: A study from the perspective of sustainability and new normal situation. *Sustainability* **2021**, *13*, 6975. [Google Scholar] [CrossRef]
80. UNWTO. 2020: Worst Year in Tourism History with 1 Billion Fewer International Arrivals. 2021. Available online: <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals> (accessed on 15 April 2022).
81. WTTC. Global Economic Impacts & Trends 2021. 2021. Available online: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf> (accessed on 10 June 2022).
82. Patterson, E.J.K.; Jayanthi, M.; Malleshappa, H.; Jeyasanta, I.K.; Laju, R.L.; Patterson, J.; Raj, D.K.; Mathews, G.; Marimuthu, A.S.; Grimsditch, G. COVID-19 lockdown improved the health of coastal environment and enhanced the population of reef-fish. *Mar. Pollut. Bull.* **2021**, *165*, 112124. [Google Scholar] [CrossRef]
83. Sharma, G.D.; Thomas, A.; Paul, J. Reviving tourism industry post-COVID-19: A resilience-based framework. *Tour. Manag. Perspect.* **2021**, *37*, 100786. [Google Scholar] [CrossRef]
84. Bai, H.; Ran, W. Analysis of the Vulnerability and Resilience of the Tourism Supply Chain under the Uncertain Environment of COVID-19: Case Study Based on Lijiang. *Sustainability* **2022**, *14*, 2571. [Google Scholar] [CrossRef]
85. Ullah, H.; Iqbal, J.; Gill, S.A. A Conceptual Framework for Sustainable Tourism during Pandemic COVID-19. *J. Manag. Pract. Humanit. Soc. Sci.* **2021**, *5*, 10–20. [Google Scholar] [CrossRef]
86. UNWTO. International Tourism Highlights. 2020. Available online: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456> (accessed on 11 April 2022).

Evaluation of Infrastructure and Sustainability in Order to Improve the Quality of Life During the Corona Epidemic in the Development of Tourism Industry in Khuzestan Province

Pedram Behdarvand

Master's student, Industrial Engineering, Quality and Productivity, Islamic Azad University, Masjed Sulaiman branch, Masjed Sulaiman, Iran.

Abstract

The unprecedented Covid-19 pandemic has devastated the tourism industry, leading to massive loss of income and jobs worldwide. Accordingly, the pandemic exacerbated existing sustainability challenges in the tourism industry. However, there is a positive side to the pandemic that is often overlooked by researchers; Therefore, the current study was conducted with the aim of evaluating the infrastructure and sustainability in order to improve the quality of life during the Corona epidemic in the development of the tourism industry in Khuzestan province. Looking at the available evidence, one can pay attention to the negative as well as positive effects of Covid-19 on the tourism industry. This article helped to better understand the positive side of the pandemic in terms of rethinking, resetting and redefining the industry in a more sustainable way. This study provides a conceptual framework for tourism managers and destination planners to recognize the pandemic as an opportunity and adopt sustainable solutions to cope with post-pandemic challenges, thereby developing more sustainable and resilient tourism businesses and destinations.

Keywords: Tourism, Quality of life, Sustainability, Khuzestan
