



Designing a Model for Sustainability of the Supply Chain of Iran's Tourism Industry with an Emphasis on the Pandemic Conditions of the CoronaVirus

Amir Hossein Jahandideh 

Ph.D. Student of Industrial Management
University Faculty of Management
University of Tehran, Tehran, Iran

Ezaatollah Asghari Zadeh* 

Associate Professor, Industrial
Management, Faculty of Management
University of Tehran, Tehran, Iran

Abstract

The current research has been carried out to achieve the model for sustainability of the supply chain of Iran's tourism industry with an emphasis on the pandemic conditions of the coronavirus. This research was based on the Qualitative Method and grounded theory strategy. Research data was collected through semi-structured interviews with 19 tourism industry experts. Data analysis was done during three stages of open, axial, and selective coding and led to the emergence of 438 open codes, 127 concepts, 19 sub-categories, and four main categories in three classes. The results showed that the drivers of supply chain sustainability and the enablers of tourism supply chain sustainability as causal conditions have made it necessary to sustain the tourism supply chain, considering the

* Corresponding Author: asghari@ut.ac.ir

How to Cite: Jahandideh, A., & Asgharizadeh, E. (2023). Designing a Model for Sustainability of the Supply Chain of Iran's Tourism Industry with an Emphasis on the Pandemic Conditions of the Corona Virus. *Tourism Management Studies*, 18(64), 103-144. doi: [10.22054/tms.2023.74975.2862](https://doi.org/10.22054/tms.2023.74975.2862)

pandemic crisis. The sustainability of the tourism supply chain can be expected through the correct selection and application of action interactions, which are the sustainability methods of the tourism supply chain.

Keywords: Tourism, Supply Chain, Sustainability, Pandemic, Grounded Theory.

Introduction

As a result of the global expansion of the pandemic, the tourism industry faced one of its most significant operational, commercial, and financial crises (Strielkowski, 2020). Before the pandemic, tourism was one of the world's most influential and growing economic sectors. With the emergence of the pandemic, sustainability has become an essential issue in tourism (Bai & Ran, 2022). The researchers found that the pandemic inspired people to think more about sustainability issues, including stakeholder engagement, corporate social responsibility, and the fight for competitive advantage in the coronavirus and post-corona era (Pelikanova et al., 2021).

The pandemic shifted the focus from the trend towards the continuous expansion of tourism to the sustainability of the supply chain. Despite the many challenges raised, this crisis has increased the awareness of organizations, citizens, and policymakers towards sustainability and created an urgent need to apply sustainable supply chain management practices (Corsini et al., 2021). However, it is not easy to achieve consensus on sustainable tourism supply chain management practices due to the fragmented nature of tourism destinations and other structural features associated with tourism destinations, and a comprehensive approach to sustainability is needed to gain better knowledge about sustainable business decisions in

Tourism sector is needed which is not present in the literature. This research tries to answer the question: What is the sustainability model of the tourism supply chain in Iran according to the pandemic conditions?

Literature Review

Today, organizations must strengthen their competitive advantage to survive in a dynamic and complex market. Considering that there is no more competition between organizations; instead, it is competition between supply chains (Zhao & Hao, 2022), efficient supply chain management has become a valuable way to gain competitive advantage and improve organizational performance (Lee & Fernando, 2015). The supply chain is a relatively comprehensive approach for understanding, analyzing, planning, and managing the dynamics of tourism, and by using it, the sectors and factors affecting tourism can be examined continuously and organized (Ziaei et al., 2016).

Gruchmann and colleagues (Gruchmann et al., 2022) associated the success of tourism industries with the necessity of realizing sustainable supply chain management in tourism. In the research community, there is a growing consensus that the evolution towards sustainable tourism supply chains increases the flexibility and resilience of supply chains. In addition, the World Travel and Tourism Council (WTTC, 2020) has predicted the future trends of the tourism industry due to the spread of the COVID-19 disease and, in addition to changing demand patterns, the importance of health and wellness, attention to technology and innovation, to the tendency to He has also pointed towards the sustainable approach in the tourism industry.

Sustainable tourism supply chain management is a set of approaches to guide the supply chain of the tourism industry towards sustainability. It adds sustainability to existing supply chain management processes to consider business activities' environmental, social, and economic impacts. (Soratana et al., 2021).

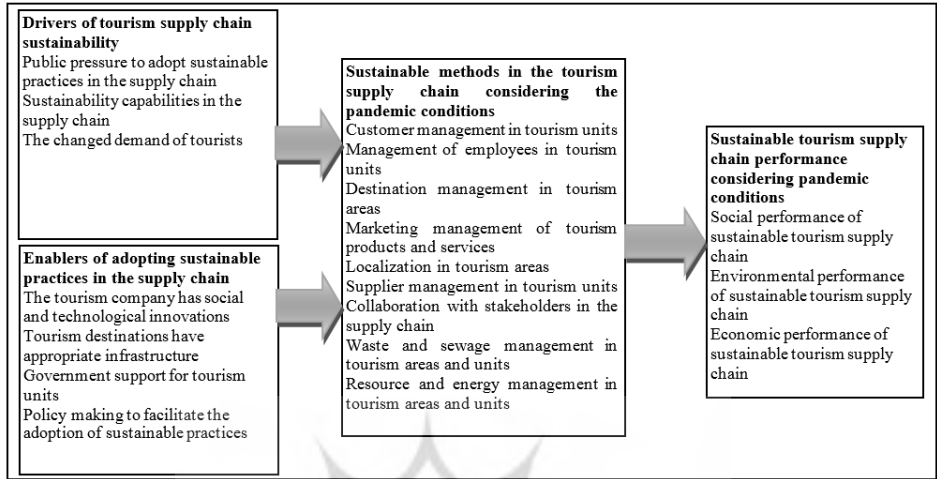
Methodology

The present study is a Qualitative Method using Grounded Theory Methodology. The participants in the research included experts and informants of the tourism industry, which includes academic, organizational, and professional experts (hotel, restaurant, transportation, travel agency, managers) who were selected by purposive Sampling Method. The Data Collection Method was a semi-structured interview that continued until the theoretical saturation stage, and data analysis was performed using MAXQDA software in three stages: open, axial, and selective coding.

Results

This research, after studying previous similar documents, researching and familiarizing with the concept of sustainability of the supply chain of the tourism industry due to the lack of a specific model for pandemic conditions, was compiled using the foundation's data theory strategy. During the coding process, 438 open codes, 127 concepts, 19 subcategories, and four main categories were extracted into three classes, and their characteristics were identified. The tourism supply chain considering pandemic conditions by the Stabilization Model is shown in Figure (1),

Figure 1. Tourism supply chain stabilization Model with an emphasis on the pandemic conditions



Discussion

Drivers of tourism supply chain sustainability include public pressure, sustainability capabilities, and the changed demand of tourists, and enablers of tourism supply chain sustainability include government support, tourism sustainability policy, social and technological innovation, and development of tourism infrastructure as conditions that necessitate the sustainability of tourism supply chain with respect to pandemic conditions. It has become a pandemic condition. Tourism supply chain by sustainability methods that included customer management in tourism units, supplier management in tourism units, staff management in tourism units, destination management in tourism areas, marketing management of tourism products and services, localization in tourism areas, cooperation with stakeholders in the supply chain, waste, and sewage management in tourism areas and units, and resource and energy management in tourism areas and units can lead to the emergence of sustainable tourism supply chain performance taking into account pandemic conditions.

Conclusion


The model obtained in the research is a comprehensive and rich model of the sustainability of the supply chain of the tourism industry, taking into account the pandemic conditions, which is a local model that is from the experts' point of view and can be implemented. The results of this research will help tourism supply chain managers to design and adopt sustainability methods, taking into account pandemic conditions, and it is expected that, in addition to stabilizing the tourism supply chain, it will lead to the prosperity of tourism businesses and the improvement of the livelihood of local communities.






طراحی مدل پایداری زنجیره تأمین صنعت گردشگری ایران با تأکید بر شرایط همه‌گیری ویروس کرونا

دانشجوی دکتری مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران،
تهران، ایران

امیرحسین جهانانیده 

دانشیار مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، تهران،
ایران

عزت‌الله اصغری‌زاده *

چکیده

پژوهش حاضر با هدف دستیابی به مدل پایداری زنجیره تأمین صنعت گردشگری ایران با تأکید بر شرایط همه‌گیری ویروس کرونا انجام پذیرفته است. این پژوهش مبتنی بر روش کیفی و استراتژی نظریه داده‌بنیاد بوده است. داده‌های پژوهش از طریق مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با ۱۹ نفر از خبرگان صنعت گردشگری جمع‌آوری شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها در طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد و به ظهور ۴۳۸ کد باز، ۱۲۷ مفهوم، ۱۹ مقوله فرعی و ۴ مقوله اصلی در ۳ طبقه منجر گردید. نتایج نشان داد که محرک‌های پایدارسازی زنجیره تأمین گردشگری و توانمندسازهای پایدارسازی زنجیره تأمین گردشگری به‌عنوان شرایط علی موجب ضرورت یافتن پایدارسازی زنجیره تأمین گردشگری با تأکید بر بحران همه‌گیری گردیده است. در صورت انتخاب و به‌کارگیری صحیح کنش - برهم کنش‌ها که همان شیوه‌های پایدارسازی زنجیره تأمین گردشگری هستند، می‌توان پایداری عملکرد زنجیره تأمین گردشگری را به‌عنوان پیامد انتظار داشت.

کلیدواژه‌ها: گردشگری، زنجیره تأمین، پایداری، همه‌گیری، نظریه داده‌بنیاد.

مقدمه

پیشرفت انسان به توانایی و تمایل به درس گرفتن از گذشته بستگی دارد. هشدارهای اولیه در مورد خطرات زیست‌محیطی و انسانی و نحوه برخورد با آنها، درس‌های دیرهنگام زیادی را در اختیار بشر قرار می‌دهد (EEA, 2013). همه‌گیری اخیر را می‌توان به‌عنوان یک "درس دیرهنگام" از یک هشدار اولیه در نظر گرفت. مطالعه چنگ و همکارانش (۲۰۰۷) به‌عنوان نمونه‌ای از هشدار اولیه مطرح شده است. آن‌ها اعلام کرده بودند: «وجود مخزن بزرگی از ویروس‌های مشابه سارس در خفاش‌های نعل اسبی، همراه با فرهنگ خوردن پستانداران عجیب و غریب در جنوب چین، یک بمب ساعتی است».

ما در حال حاضر در جهانی زندگی می‌کنیم که با بحران‌های جهانی متعدد مواجه می‌شود: بحران بهداشتی، بحران اقتصادی و مالی، بحران زیست‌محیطی و بحران بعدی به هر شکلی که باشد، یکی دیگر از علائم تولید و مصرف ناپایدار انسانی است (Latour, 2020). همه‌گیری کووید ۱۹ یادآور این است که هویت انسان به‌شدت با اکوسیستم‌های زمین درگیر شده است. این ایده که انسان بخشی از طبیعت بوده و از آن جدا نیست، مفهومی است که به نظر می‌رسد جوامع آن را فراموش کرده‌اند (Waltner-Toews, 2020).

همه‌گیری کووید ۱۹، به‌طور قابل توجهی پیشرفت‌های انجام‌شده در دستیابی به اهداف توسعه پایدار از قبیل کاهش فقر، مراقبت‌های بهداشتی و آموزش، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه را معکوس کرده، شدیدترین رکود اقتصادی در نزدیک به یک قرن اخیر را ایجاد کرده و آسیب‌های زیادی به سلامت، شغل و رفاه مردم وارد نموده است (OECD, 2020a). لامبرت و همکاران (۲۰۲۰) معتقدند در حالی که تلاش‌های جهانی قابل توجهی برای حذف همه‌گیری در حال انجام است، پایداری در دوران پسا کرونا را نباید نادیده گرفت.

در نتیجه گسترش جهانی همه‌گیری، صنعت گردشگری با یکی از جدی‌ترین و عمده‌ترین بحران‌های عملیاتی، تجاری و مالی خود روبه‌رو شد (Strielkowski, 2020). با شروع همه‌گیری، اقدامات بازدارنده مانند محدودیت‌ها و اقدامات قرنطینه منطقه‌ای، گسترش فاصله اجتماعی، زدن ماسک و استفاده از کلان‌داده ردیابی سفرها،

بدون شک تأثیر منفی بر سرمایه‌گذاری و زنجیره تأمین پایداری گردشگری داشت (Bai & Ran, 2022).

امانکواه- امواه (۲۰۲۰) نشان داد که برخی از خطوط هوایی مجبور شدند برای بقا و عبور از فشار اقتصادی ناشی از همه‌گیری، تعهد خود به سیاست‌های سازگار با محیط‌زیست را نادیده بگیرند. نیاز به تجهیزات حفاظتی، مواد غذایی بسته‌بندی شده با پلاستیک و سایر تجهیزات یک‌بار مصرف منجر به افزایش تولید و مصرف پلاستیک و در نتیجه ضایعات پلاستیکی شده است (EEA, 2021). بیکار شدن هزاران نفر از شاغلین صنعت گردشگری و از دست رفتن درآمد و سرمایه‌بنگاه‌های گردشگری از آثار ناپایداری اقتصادی صنعت گردشگری است (Samarathunga, 2020). همچنین، پیامدهای ناگوار اجتماعی شیوع این ویروس منجر به تغییر دیدگاه جامعه میزبان و تغییر تعاملات آن‌ها با گردشگران شده و کیفیت زندگی، رفاه انسان، زندگی سالم و ایمن و آموزش و نیازهای اجتماعی را تحت تأثیر قرار داده است (Perugini & Vladislavljević, 2021).

هرچند که در موارد محدودی گزارش شده است که به‌عنوان آثار ناخواسته بحران کووید ۱۹، کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای و ترافیک هوایی به دلیل کاهش شدید پروازها رخ داده است (WTTC, 2022). با این حال، این کاهش در سطوح انتشار نه تنها گذراست بلکه برای مقابله با تغییرات آب‌وهوا نیز بی‌اهمیت است (OECD, 2020b) و البته با از سرگیری فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی، غلظت آلاینده‌های موجود در هوا در حال افزایش است و در برخی موارد به سطح قبل از همه‌گیری بازگشته است (EEA, 2020). از سویی، شیوع گسترده و چندباره این ویروس نشان می‌دهد فراتر از مهار بحران کنونی، احتمال شیوع مکرر و به مراتب خطرناک‌تر بیماری‌های مشابه در آینده، بسیار نگران‌کننده خواهد بود (Frieden et al., 2021). سازمان بهداشت جهانی نیز هشدار داد که همه‌گیری کنونی، آخرین بحران همه‌گیری در جهان نخواهد بود (Cucinotta & Vanelli, 2020).

واقعیت این است که همه‌گیری اخیر، جهان را به زوال نکشید بلکه از نقص‌های آن پرده برداشت و ضعف سیستماتیک جامعه جهانی و آسیب‌پذیری‌های دیده نشده را آشکار کرد (Sombultawee et al., 2022). همه‌گیری، توجه را از گرایش به گسترش مداوم

گردشگری به پایداری زنجیره تأمین معطوف کرد. برخلاف چالش‌های متعدد مطرح شده، این بحران آگاهی سازمان‌ها، شهروندان و سیاست‌گذاران را نسبت به پایداری افزایش داده و نیاز مبرمی در به‌کارگیری شیوه‌های مدیریت زنجیره تأمین پایدار ایجاد کرده است (Corsini et al., 2021). نیویادومسکی (۲۰۲۰) معتقد است، فرصت‌هایی بی‌سابقه برای توسعه مجدد مطابق با اصول پایداری و از بین بردن جنبه‌های تاریک گردشگری مانند تخریب محیط‌زیست فراهم شده است. با این حال، دستیابی به اجماع در مورد شیوه‌های مدیریت زنجیره تأمین گردشگری پایدار، به دلیل ویژگی‌های ساختاری و ماهیت پراکنده مقاصد گردشگری، دشوار است. کالیستو و همکاران (۲۰۲۱) بیان کردند که رویکرد جامعی به پایداری برای به‌دست آوردن دانش بهتر در مورد تصمیمات تجاری پایدار در بخش گردشگری مورد نیاز است که در ادبیات وجود ندارد.

در کشور ایران نیز مانند اکثر نقاط جهان، زنجیره تأمین گردشگری به‌صورت گسترده تحت تأثیر شیوع ویروس کرونا قرار گرفت؛ بسته شدن مرزهای خارجی، محدودیت سفرهای داخلی و تعطیلی اماکن اقامتی و تفریحی، آسیب‌های فراوانی به صنعت گردشگری وارد کرد. زرنندیان و همکاران (۱۴۰۱) در گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی بیان کردند، شیوع کرونا علاوه بر وارد کردن خسارتی در حدود ۳۲ هزار میلیارد تومان، منجر به بیکاری حدود ۸۷ هزار نفر در حوزه گردشگری تحت تأثیر (۳۵ درصد از مشاغل) شد و کاهش بیش از ۹۳ درصد گردشگران ورودی و ۸۸ درصد گردشگران داخلی را در پی داشت. مراکز اقامتی با ۵۴ درصد خسارت مالی و ۵۲ درصد میزان بیکاری، بیشترین میزان خسارت را متحمل شدند. مراکز رفاهی بین‌راهی و دفاتر خدمات مسافرتی در جایگاه بعدی قرار گرفتند. اگرچه بسیاری از مقاصد گردشگری پس از کرونا احیا شدند، اما کووید ۱۹ منجر به فعالیت‌های ناپایدار بسیار زیادی با هدف جلوگیری از شیوع ویروس کرونا و یا کاستن از آسیب‌های محتمل آن شده است، مانند پلاستیک‌های یک‌بار مصرف و نیز مصرف بیشتر سوخت‌های فسیلی به دلیل تمایل به استفاده از وسیله حمل‌ونقل شخصی به‌جای عمومی.

در واقع زنجیره تأمین گردشگری به‌دلیل فقدان رویکرد پایداری در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، تأثیر منفی قابل‌توجهی از همه‌گیری در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و

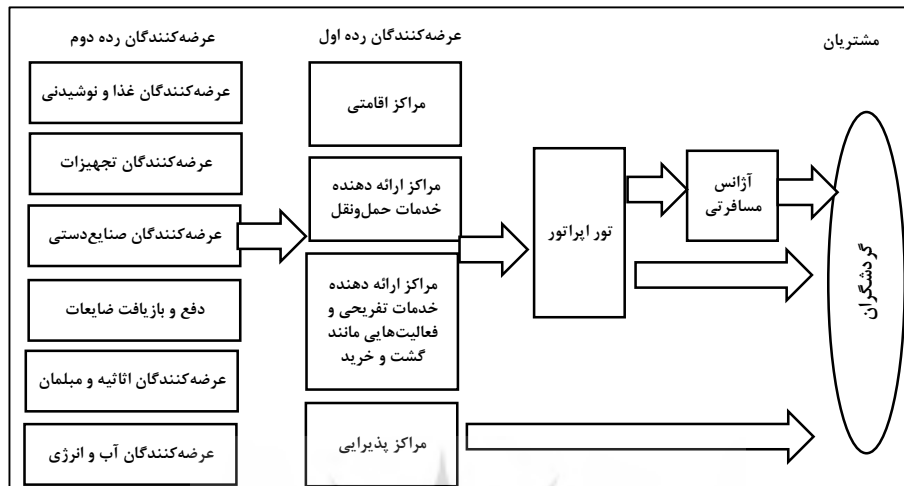
زیست‌محیطی پذیرفته است و شکنندگی و ناپایداری عملیاتی آن آشکار شده است. این پژوهش در صدد یافتن پاسخی برای این سؤال انجام می‌گیرد که مدل پایداری زنجیره تأمین گردشگری ایران با توجه به شرایط همه‌گیری ویروس کرونا چگونه است؟

پیشینه پژوهش

امروزه سازمان‌ها به‌منظور بقا در بازاری بسیار پویا و پیچیده، ناگزیر به تقویت مزیت رقابتی خود هستند. با توجه به اینکه رقابت دیگر بین سازمان‌ها وجود ندارد بلکه رقابت میان زنجیره‌های تأمین است (Zhao & Hao, 2022)، مدیریت کارآمد زنجیره تأمین به یک شیوه ارزشمند برای حصول مزیت رقابتی و بهبود عملکرد سازمانی بدل شده است (Lee & Fernando, 2015).

زنجیره تأمین، رویکردی نسبتاً جامع برای درک، تجزیه و تحلیل، برنامه‌ریزی و پویایی گردشگری است و با استفاده از آن می‌توان بخش‌ها و عوامل تأثیرگذار بر گردشگری را به‌صورت به‌هم پیوسته مورد بررسی قرار داد و آن‌ها را سازماندهی کرد (ضیایی و همکاران، ۱۳۹۶). ژانگ و مورفی (۲۰۰۹)، زنجیره تأمین گردشگری را شبکه‌ای از سازمان‌های دولتی و خصوصی درگیر در مجموعه‌ای از فعالیت‌های گوناگون تعریف می‌کنند که طیف گسترده‌ای از محصولات یا خدمات گردشگری مانند پروازها، اقامتگاه‌ها و فروش محصولات گردشگری را در بر می‌گیرد. اهداف مدیریت زنجیره تأمین گردشگری، کاهش هزینه‌های مورد نیاز برای ارائه خدمات به مشتری، بهبود ارزش و رضایت مشتری و دستیابی به مزایای متفاوت است (Zhao & Hou, 2022). در شکل ۱، نمونه‌ای از زنجیره تأمین گردشگری آورده شده است.

شکل ۱. نمونه‌ای از زنجیره تأمین گردشگری



منبع: (Zhang et al., 2009)

گروچمن و همکاران (۲۰۲۲)، موفقیت صنایع گردشگری را با ضرورت تحقق مدیریت زنجیره تأمین پایدار در گردشگری مرتبط دانستند. در جامعه تحقیقاتی نیز، اجماع فزاینده‌ای وجود دارد که تحول به سمت زنجیره‌های تأمین گردشگری پایدار، انعطاف‌پذیری و تاب‌آوری زنجیره‌های تأمین را افزایش می‌دهد. علاوه بر این، شورای جهانی سفر و گردشگری (WTTC, 2020) با توجه به شیوع بیماری کووید ۱۹، روندهای آتی صنعت گردشگری را پیش‌بینی کرده و علاوه بر تغییر الگوهای تقاضا، اهمیت بهداشت و سلامت و توجه به فناوری و نوآوری، به گرایش به سوی رویکرد پایداری در صنعت گردشگری نیز اشاره کرده است. از جنبش‌های گسترده بیکاری و ضدنژادپرستی گرفته تا احیای زیستگاه‌های طبیعی و تأثیر بر اکوسیستم‌ها، جهان برای پایداری اجتماعی، زیست‌محیطی و سازمانی جانی دوباره گرفته است؛ به‌ویژه افزایش آگاهی‌های عمومی در رابطه با محیط‌زیست نیز به حمایت از آن منجر شده است (Gómez-Prado et al., 2023). در حوزه گردشگری نیز فرایندها نشانگر همین موضوع است. بانک توسعه آسیا^۱ (۲۰۲۱) گزارش داده است که صنعت گردشگری با درگیرسازی اقشار آسیب‌پذیرتر همچون زنان، اقلیت‌ها و جوانان و در عین حال کاهش

1. Asian Development Bank

فقر و نابرابری با شرایط کنونی ناشی از شیوع بیماری کووید ۱۹ می‌تواند نقشی حیاتی در "پایداری‌سازی" ایفا نماید.

پایداری دارای ابعاد پایداری زیست‌محیطی (حفاظت از محیط‌زیست و منابع طبیعی و مانند آن)، پایداری اجتماعی (احترام به ارزش‌ها، باورها، اعتقادات، اصول اساسی، اعتقادات و استانداردهای جامعه و تلاش برای تحقق آن‌ها) و پایداری اقتصادی (مدیریت بهتر منابع محدود و کارایی از طریق بهبود فرایندها) است (صیادی و همکاران، ۱۳۹۹). مدیریت زنجیره تأمین گردشگری پایدار، مجموعه‌ای از رویکردها است تا زنجیره تأمین صنعت گردشگری را به سوی پایداری هدایت کرده و پایداری را به فرایندهای مدیریت زنجیره تأمین موجود اضافه کند تا اثرات زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی فعالیت‌های تجاری را در نظر بگیرد (Soratana et al., 1400).

با پیدایش همه‌گیری، پایداری تبدیل به موضوع مهمی در گردشگری شد. پلیکانوا و همکاران (۲۰۲۱) دریافتند که همه‌گیری توانست مردم را به فکر کردن بیشتر در مورد مسائل پایداری از جمله مشارکت ذی‌نفعان، مسئولیت اجتماعی شرکت و مبارزه برای مزیت رقابتی در دوران کرونا و پساکرونا ترغیب کند. آرورا و میسرا (۲۰۲۰) استدلال کردند که راه مقابله با همه‌گیری‌های آتی، تلاش همه‌جانبه برای دستیابی به اهداف پایداری محیطی است. دوران پساکرونا، فرصتی را برای گذار تجاری پایدار فراهم کرده و باعث افزایش بیشتر آگاهی در مورد پایداری محیطی و اجتماعی در بین مصرف‌کنندگان شده است. مصرف‌کنندگان و ذی‌نفعان کلیدی، انتظار دارند که سازمان‌ها نسبت به مشارکت خود در به حداقل رساندن تخریب محیطی، مسئولیت بیشتری داشته باشند (Matos et al., 2020).

علی‌رغم اهمیت شیوه‌های پایداری در دوران بحران، مانند کووید ۱۹ و پس از کرونا، ابهام و نوسانات هم در علم و هم در عمل در مورد پایداری در گردشگری وجود دارد؛ محققان استدلال می‌کنند که نیاز به یک رویکرد جامع‌تر برای پایداری وجود دارد (Calisto et al., 2021) که این امر با افزایش علاقه آکادمیک به شیوه‌های پایداری مشهود است. مطالعه پیشینه تحقیق نشان می‌دهد که در تحقیقات اخیر، دو رویکرد پایداری

زنجیره تأمین و رویکرد مدیریت بحران همه‌گیری در زنجیره تأمین گردشگری بیشتر مورد توجه بودند.

دسته اول، تحقیقاتی بودند که بر رویکرد پایداری تمرکز داشتند. نوری خواجوی و جعفری (۱۴۰۰) عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری زنجیره تأمین پایدار گردشگری پزشکی را بررسی کرده و نشان دادند که به ترتیب معیارهای مهارت کارکنان و امنیت کشور از مهمترین عوامل هستند.

دلشاد و همکاران (۱۳۹۹) در تدوین الگوی زنجیره تأمین سبز در صنعت گردشگری استان فارس نشان دادند که معیارهای محوری طراحی فرایندهای سبز، مشتریان و سایر نهادهای بیرونی، نوآوری سبز، رویکردهای مدیریت محیط‌زیستی، قابلیت‌های تأمین‌کنندگان سبز، مدیریت منابع انسانی، بهبود عملکرد محیط‌زیستی، مدیریت و بهینه‌سازی مصرف دارای درجه اهمیت بالاتری می‌باشند.

شاهی (۱۳۹۳) نشان داد عوامل خارجی مانند ساختار قانونی (توافق‌های زیست‌محیطی بین‌المللی، قوانین زیست‌محیطی و مشارکت و پشتیبانی دولت)، ویژگی مصرف‌کنندگان (تمایل گردشگران به پرداخت بیشتر و آگاهی زیست‌محیطی گردشگران)، جامعه (ذهنیت مثبت جامعه نسبت به بنگاه‌های سبز گردشگری)، ویژگی عرضه‌کنندگان رده دوم (توانایی مالی، تکنولوژی و انسانی در طراحی سبز محصول) و عوامل رقابتی (استراتژی‌های سبز رقبا) بیش از عوامل داخلی مانند عوامل مدیریتی عرضه‌کننده رده اول (آگاهی مدیریت از تکنولوژی‌ها و روش‌های جدید)، منابع عرضه‌کننده رده اول (زیرساخت مورد نیاز برای مدیریت ضایعات و تفکیک و دفع زباله)، عوامل درون‌سازمانی عرضه‌کننده رده اول (ارزش‌ها و فرهنگ بنگاه گردشگری و مشارکت کارکنان برای پذیرش و به‌کارگیری تکنولوژی جدید) در پیاده‌سازی مدیریت زنجیره تأمین سبز در صنعت گردشگری اهمیت دارند. عوامل اشاره شده در این پژوهش، به شرایط و کنش و برهم‌کنش‌های تحقیق حاضر بسیار نزدیک بودند.

ژانگ و لی (۲۰۲۳) در بررسی زنجیره تأمین سبز گردشگری نشان دادند که یارانه دولتی می‌تواند تقاضای گردشگری سبز را افزایش دهد و سطح رفاه اجتماعی و حفاظت از محیط‌زیست کل زنجیره تأمین را فزونی بخشد. نتایج پژوهش بلوچ و همکاران (۲۰۲۳)،

چارچوب مدلی را برای توسعه اکوتوریسم پایدار از جمله مداخلات سیاست حمایتی دولت برای تضمین حفاظت مؤثر از منابع طبیعی و محیطی بدون به خطر انداختن قابلیت اقتصادی و رفاه اجتماعی مردم محلی پیشنهاد کرد.

کیروز و همکاران (۲۰۲۲) گزارش کردند شرکت‌ها برای بهبود پایداری باید زنجیره تأمین خود را بومی‌سازی کرده و تحول دیجیتالی شبکه‌های تأمین خود را آغاز کنند. برای اجرای این تغییرات استراتژیک به مهارت‌ها و شایستگی‌های خاصی نیاز است که عبارت‌اند از: مدیریت ارتباط با تأمین‌کننده، آموزش کارکنان، منبع‌یابی نوآوری، اتوماسیون و مهارت‌های فنی. الخوسکی و همکاران (۲۰۲۲) شیوه‌های پایداری در مهمان‌نوازی را به روش مرور سیستماتیک بررسی کردند که مهمترین آن‌ها عبارت‌اند از: نوآوری سبز، تعهد زیست‌محیطی، مدیریت کیفیت، اخلاق حرفه‌ای و آموزش کارکنان. بالدا و سینگ (۲۰۲۲) محرک‌های مدیریت زنجیره تأمین پایدار را پشتیبانی و تعهد مدیریت عالی، مشارکت کارکنان، برنامه سبز تأمین‌کنندگان، انتظارات/فشار مشتریان، اقدام رقبا (فشارهای ناشی از رقابت)، کاهش منابع، استانداردهایی مانند گواهینامه‌های ISO و قرار گرفتن در معرض سایر ذی‌نفعان (مانند سازمان‌های غیر دولتی)، جامعه محلی و غیره) گزارش کردند.

در مدل گروچمن و همکاران (۲۰۲۲) پیش‌نیازهای فناوری، تعهد و آگاهی ذی‌نفعان؛ محرک‌های فشار عمومی، تقاضای تغییر یافته و قابلیت‌ها؛ موانع کمبود منابع، کمبود تقاضا، کمبود استانداردها و ساختارهایی بر اتخاذ شیوه‌های پایداری زنجیره تأمین تأثیر گذاشته که در نهایت به کارگیری شیوه‌های هدف‌گذاری و تیم‌های چندعملکردی، تحریک تقاضای پایدار، مشارکت و همکاری، اقدامات اجتماعی پایدار و اقدامات اکولوژیکی پایدار منجر به عملکرد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی زنجیره تأمین پایدار می‌گردد. دسته دوم، تحقیقاتی بودند که با رویکرد مدیریت بحران همه‌گیری ویروس کرونا انجام شدند.

غلامرضایی و شفیع‌آبادی (۱۴۰۰) در قالب یک پژوهش کیفی پدیدارشناختی به بررسی تجربه زیسته فعالان صنعت گردشگری در همه‌گیری کرونا پرداخته و نشان دادند

مواردی از قبیل واکسیناسیون عمومی، تخصص و آموزش، حمایت دولت در بخش‌های بیمه، مالیات، بازپرداخت وام و استفاده از بستر فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی مهمترین عوامل مؤثر بر عملکرد زنجیره تأمین گردشگری بودند.

سلیمان‌پور و همکاران (۱۴۰۰) نشان دادند در صورت اتخاذ راهبردهایی چون توسعه گردشگری مجازی، مدیریت بحران در صنعت گردشگری، توسعه گردشگری داخلی با تأکید بر رعایت پروتکل‌های بهداشتی و تمرکز بر توسعه زیرساخت‌های گردشگری منجر به حفظ و رونق کسب و کارهای گردشگری در دوران پسا کرونا می‌گردد.

ضیایی و همکاران (۱۴۰۰) الگوی مدیریت بحران همه‌گیری ویروس کرونا در صنعت گردشگری را توسعه دادند. الگوی ارائه شده دارای سه مرحله پیش از بحران (با هدف پیشگیری، آمادگی و توانمندسازی)، حین بحران (با هدف مدیریت اثرات، راهبردهای کنشی/واکنشی و کاهش خسارات) و پس از بحران (با هدف احیا و ارتقا، بازنگری، بازاریابی، مدیریت مالی/کارایی عملیات و تاب‌آوری کسب و کار) می‌باشد؛ در این الگو، پایداری مورد توجه نبوده است.

اکبری و انصاری (۱۳۹۹)، محرک‌های مؤثر بر وضعیت آینده رقابت‌پذیری گردشگری کشور ایران را برای دوران پسا کرونا در چهار بُعد توانمندسازی محیطی، آمادگی شرایط و چارچوب قانونی گردشگری، آمادگی زیرساختی و توانمندسازی منابع طبیعی و فرهنگی با روش تحلیل اثرات متقابل ساختاری در پردازش، بیان کردند. به‌طور خلاصه، مرور ادبیات پژوهش نشان‌دهنده آن است که در ایران به بحث پایداری زنجیره تأمین کمتر پرداخته شده و با وجود تحقیقات گسترده در ارتباط با زنجیره تأمین گردشگری، هنوز مدلی جامع در زمینه پایداری زنجیره تأمین گردشگری ایران با تأکید بر شرایط همه‌گیری ویروس کرونا ارائه نشده است. بیشتر پژوهشگران پیشین، تأثیر همه‌گیری بر صنعت گردشگری را بررسی کرده‌اند و به شرایط، شیوه‌ها و پیامدهای پایداری زنجیره تأمین توجهی نداشته‌اند. لذا این پژوهش به طراحی مدل پایداری زنجیره تأمین صنعت گردشگری ایران با تأکید بر شرایط همه‌گیری ویروس کرونا پرداخته است.

روش

پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های کیفی است که به لحاظ ماهیت، پژوهشی اکتشافی و از نظر هدف، پژوهشی کاربردی محسوب می‌شود. با توجه به عدم وجود مدل مناسب و جامع در خصوص موضوع پژوهش و همچنین، از آنجا که پژوهش حاضر بر تدوین تئوری تأکید داشته و نیاز به آشکارسازی دانش ضمنی خبرگان در این حوزه دارد، از راهبرد نظریه‌پردازی داده‌بنیاد بهره برده است.

مشارکت‌کنندگان در پژوهش شامل خبرگان و افراد مطلع در صنعت گردشگری بوده که خبرگان دانشگاهی، سازمانی و حرفه‌ای (مدیران اقامتگاه، رستوران، حمل‌ونقل، آژانس مسافرتی و غیره) را در بر می‌گیرد. معیارهای تشخیص خبرگان شامل تسلط نظری، تجربه عملی، تمایل و توانایی مشارکت در پژوهش و دسترسی بوده است. انتخاب نمونه‌ها به روش نمونه‌گیری هدفمند انجام شد. تعداد نمونه نیز بر اساس اصل اشباع در حجم نمونه در نظر گرفته شد. در این پژوهش، مطالعات اولیه منجر به اضافه شدن چندین مفهوم و کدهای متعدد شد، اما به ترتیب افزایش مصاحبه‌ها، این سیر، روند نزولی طی کرد تا جایی که در مصاحبه هفدهم تنها یک مفهوم جدید و در مصاحبه هجدهم و نوزدهم به بعد هیچ مفهوم جدیدی شکل نگرفت و تنها تعداد محدودی کد جدید شکل گرفت. بر این اساس، این حد از تکامل برای استخراج مدل، کافی به نظر رسید و اشباع نظری تحقیق در مصاحبه نوزدهم اعلام شد. در جدول ۱، اطلاعات جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان آورده شده است.

جدول ۱. اطلاعات جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

ردیف	جنسیت	سابقه	عنوان شغلی	تحصیلات
۱	مرد	۳۰	مدیریت رستوران‌های زنجیره‌ای	کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی
۲	مرد	۲۵	مدیر داخلی هتل	کارشناس ارشد هتلداری
۳	مرد	۱۷	مؤسس اکو کمپ	مهندس مکانیک
۴	مرد	۲۵	استاد دانشگاه علامه طباطبایی	دکتری جغرافیای شهری
۵	زن	۲۴	مدیر داخلی هتل	کارشناس ارشد هتلداری

ادامه جدول ۱.

ردیف	جنسیت	سابقه	عنوان شغلی	تحصیلات
۶	مرد	۱۶	مدیر آژانس مسافرتی	دکتری مدیریت
۷	مرد	۲۶	مدیرکل نظارت بر ارزیابی خدمات گردشگری وزارت میراث فرهنگی	دکتری حقوق
۸	مرد	۲۰	استاد دانشگاه علم و فرهنگ	دکتری گردشگری
۹	مرد	۲۲	استاد دانشگاه علم و فرهنگ	دکتری مدیریت منابع انسانی
۱۰	مرد	۲۰	هیئت علمی مؤسسه آموزش عالی علامه قزوینی	دکتری جغرافیا با تخصص گردشگری
۱۱	مرد	۱۷	مدیرکل دفتر مطالعات، آموزش و برنامه‌ریزی گردشگری وزارت میراث فرهنگی	کارشناسی ارشد مدیریت
۱۲	مرد	۵۲	رئیس هیئت مدیره جامعه هتلداران	کارشناس ارشد هتلداری
۱۳	مرد	۳۴	مدرس دانشگاه و مدیر هتل	کارشناس ارشد هتلداری
۱۴	مرد	۸	استاد دانشگاه علم و فرهنگ	دکتری مدیریت گردشگری
۱۵	مرد	۲۶	استاد دانشگاه علامه طباطبایی	دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی
۱۶	مرد	۱۵	استاد دانشگاه ری‌دینگ در انگلستان	دکتری مدیریت
۱۷	زن	۷	پژوهشگر گردشگری دانشگاه گرونوبل فرانسه	دانشجوی دکتری جغرافیا
۱۸	زن	۱۰	راهنمای تور	دانشجوی دکتری باستان‌شناسی
۱۹	مرد	۱۰	استاد دانشگاه علامه طباطبایی	دکتری مدیریت جهانگردی

ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش، مصاحبه نیمه ساختاریافته با خبرگان بود. سؤال‌ها طوری طراحی شدند که جنبه‌های مختلف موضوع را پوشش دهند و مانند ضرورت و علت پرداختن به پایدارسازی زنجیره تأمین گردشگری با تأکید بر شرایط همه‌گیری، راهبردهای پیشنهادی و پیامدهای مورد انتظار می‌باشند. درباره زمان و مکان انجام مصاحبه‌ها با مشارکت کنندگان، توافق و هماهنگی صورت گرفت. به منظور از دست ندادن نکات مهم مصاحبه و امکان برقراری رابطه نزدیک‌تر با مصاحبه‌شوندگان و همچنین، ثبت شرح کامل و مبسوط تجربه‌های آن‌ها، مصاحبه‌ها ضبط شد. تحلیل داده‌ها با استفاده از روش‌شناسی نظریه داده‌بنیاد انجام شد که شیوه‌ای از پژوهش کیفی است و در آن، با استفاده از دسته‌ای از داده‌های واقعی و از طریق روشی

علمی، نظریه‌ای تکوین می‌یابد. ایده اصلی این راهبرد آن است که نظریه‌پردازی از داده‌های در دسترس ناشی نمی‌شود بلکه بر اساس داده‌های حاصل از مشارکت‌کنندگان که فرایند مورد پژوهش را تجربه کرده‌اند، ایجاد یا مفهوم‌سازی می‌شود. در این پژوهش از بین رهیافت‌های مختلف نظریه‌سازی داده‌بنیاد، از رهیافت نظام‌مند استراوس و کوربین ویرایش چهارم یا نسخه ۲۰۱۵ استفاده شد که مبتنی بر پارادایم سه وجهی استراوس و کوربین شامل شرایط، کنش و برهم‌کنش و پیامد می‌باشد.

شرایط، طیف وسیعی از عواملی است که از دیدگاه مشارکت‌کنندگان در پژوهش به بروز مسئله تحقیق منجر شده است. کنش/برهم‌کنش، پاسخ‌های عینی (واقعی) افراد یا گروه‌ها به رخدادها یا موقعیت‌های دشوار زندگی می‌باشد. پیامدها، خروجی‌های واقعی یا احتمالی کنش/برهم‌کنش هستند (Corbin & Strauss, 2015).

در طرح نظام‌مند نظریه داده‌بنیاد، برای تحلیل داده‌های کیفی گردآوری شده، باید سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شود تا در نهایت، پارادایمی منطقی یا تصویری عینی از نظریه خلق شده، ارائه گردد. در طول مرحله کدگذاری باز، داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها، مشاهده‌ها، یادداشت‌های روزانه و ادبیات تحقیق به‌دقت بررسی شده و مقوله‌های اصلی و مقوله‌های فرعی مربوط به آن‌ها مشخص می‌شوند. در کدگذاری محوری، مفاهیم بر اساس اشتراک و یا هم‌معنایی در کنار هم قرار می‌گیرند. در کدگذاری انتخابی، مقوله محوری به‌شکل روشمند انتخاب و با ارتباط دادن آن با سایر مقوله‌های نظریه تدوین می‌گردد که شرحی انتزاعی برای فرایند مطالعه‌شده در پژوهش ارائه می‌دهد و در نهایت مدل تحقیق ارائه می‌شود.

در این پژوهش به‌منظور مستندسازی هر چه بهتر یافته‌ها، نظم‌بخشی، تخلیص و ترکیب، کدهای متعدد اولیه استخراج شده و همچنین، تسهیل دستیابی به نظریه باکیفیت‌تر از نرم‌افزار MAXQDA2018 استفاده شد. پس از تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها، به‌منظور اعتباربخشی به مدل و نتایج تحقیق از دو روش زاویه‌بندی و کنترل اعضا استفاده شد.

یافته‌ها

الف) کدگذاری باز

ابتدا متن هر یک از مصاحبه‌ها، جمله به جمله مطالعه و مورد تحلیل قرار گرفتند. به هر جمله و یا مجموعه‌ای از جملات که حاوی معنایی خاص بودند، یک کد مناسب اختصاص یافت. نتیجه تحلیل در مرحله اول از مراحل کدگذاری باز تولید ۴۳۸ کد بوده است. در جدول ۲ نمونه‌هایی از طریق ایجاد کد باز از متن مصاحبه آورده شده است.

جدول ۲. طریقه ایجاد کد اولیه از متن مصاحبه

خبره	کد اولیه	متن مصاحبه
E2	ضرورت اتخاذ تصمیمات راهبردی در حوزه صنعت گردشگری	ایران پیش از هر اقدام دیگری به اتخاذ تصمیمات راهبردی در حوزه صنعت گردشگری نیاز دارد زیرا تکلیف این صنعت هنوز در سطح کلان و ملی مشخص نیست.
E3	پرداخت بیمه بیکاری به بیکارشدگان ناشی از همه‌گیری در واحدهای گردشگری	یه مسئله مهم برای عبور کردن از شرایط بحرانی حالا هر بحرانی باشه، یا هر جای دنیا که باشه، حمایت دولته. تو این دوران بعضی از پرسنل تعدیل شدن که پرداخت بیمه بیکاری این افراد هم باید توسط دولت انجام بشه.
E4	مطالبه‌گری گردشگران برای خدمات و محصولات سبز	مطالبه‌گری مشتری یعنی یه موقع گردشگر از هتل میخواد که سبز بشه و میگه این هتل نمیرم این پروازو انتخاب نمیکنم.
E6	تقسیم‌بندی کارکنان برای کاهش تراکم افراد در شرایط کرونا	اگر کارکنانمون را هشتاد نفر در نظر بگیریم ما چهل نفر چهل نفر بصورت زوج و فرد در آوردیم که یک روز دور کار بودند و یک روز در محل کار حاضر بودند.
E7	احتمال وقوع حوادث مشابه و تکرار شرایط	ممکنه این شرایط تکرار بشه، ادامه داشته باشه، نوعی دیگه از این پیش بیاد یا موارد مشابهی باشه که از این تهدید میشه در صورت آمادگی بعنوان یک فرصت استفاده کرد.
E8	تشکیل سازمان مدیریت مقصد	در درجه اول ایجاد و راه‌اندازی سازمان مدیریت مقصده که متأسفانه در حوزه گردشگری ما نه سازمان مدیریت مقصد داریم و نه ارکان زنجیره تأمین.
E11	انتخاب هتل‌ها و اقامتگاه‌های دارای گواهی حفظ محیط‌زیست	انتخاب هتل‌ها و اقامتگاه‌های دارای گواهی حفظ محیطی و غذا خوردن در رستوران‌هایی که غذاهای محلی و ارگانیک دارن، می‌تونن قدم مثبتی در جهت پایداری گردشگری بردارن.

ادامه جدول ۲.

خبره	کد اولیه	متن مصاحبه
E12	توسعه مهارت‌ها به‌ویژه مهارت‌های دیجیتال کارکنان	یکی دیگر از توصیه‌های مهم در راستای ایجاد محرک‌هایی در جهت بازیابی و بهبود گردشگری جهان، ارتقای مشاغل جدید و توسعه مهارت‌ها به‌ویژه مهارت‌های دیجیتاله.
E15	بازنویسی طرح توسعه گردشگری بر اساس بحران همه‌گیری	ضروری است تا برنامه گردشگری ایران بازنویسی بشه. در انتهای سال ۲۰۱۹ چقدر بازنویسی داشتیم؟ نسبت به شرایط چیزی به‌روز شده؟
E17	مشارکت جامعه محلی	بیاییم جامعه محلی رو هم درگیر کنیم که اون هم بتونه به توسعه گردشگری کمک کنه و در واقع یک تعامل مشارکت‌آمیز بین جامعه محلی و توسعه گردشگری توسط حکومت‌های محلی باشه.

در مرحله دوم کدگذاری باز، کدهای اولیه پس از هر مصاحبه پالایش شده و با توجه به سنخیت و تجانس با سایر کدهای کشف شده، ذیل مفهومی کلان‌تر قرار گرفته و این فرایند، بارها و بارها تکرار شد تا پس از پالایش‌های مکرر، کدهای باز به‌صورت مفاهیم سازماندهی شدند. عنوان‌های انتخابی به‌طور عمده توسط خود پژوهشگر انتخاب شدند و سعی بر این بوده تا بیشترین ارتباط و همخوانی را با داده‌هایی که نمایانگر آن است، داشته باشند. در نتیجه از مجموع ۴۳۸ کد باز، تعداد ۱۲۷ مفهوم ساخته شد.

کدگذاری محوری

در این مرحله، ابتدا مفاهیم به‌صورت یک شبکه با هم در ارتباط قرار گرفتند و مفاهیمی که معانی مشترکی را در خود داشتند، در قالب مقوله‌هایی که سطحی انتزاعی‌تر نسبت به مفاهیم دارند، سازماندهی شدند. سپس، پژوهشگر یکی از مقوله‌ها را به‌عنوان مقوله محوری انتخاب کرده، آن را با عنوان پدیده محوری در مرکز فرایند، مورد کاوش قرار داده و ارتباط سایر مقوله‌ها را با آن مشخص می‌کند. در این مرحله، ۱۲۷ مفهوم حاصل از کدگذاری باز در قالب ۱۹ مقوله فرعی و ۴ مقوله اصلی قرار گرفتند. در جدول ۳ نتایج کدگذاری محوری آورده شده است.

جدول ۳. چگونگی ایجاد مقوله‌ها در کدگذاری محوری

مقولات اصلی	مقولات فرعی	مفاهیم
فشار عمومی برای اتخاذ شیوه‌های پایداری در زنجیره تأمین	فشار دولت	تدوین قوانین و استانداردهای مربوط به مسئولیت اجتماعی و حفاظت از محیط‌زیست
		نظارت نهادهای مربوطه بر انطباق عملکرد بنگاه با قوانین و استانداردها
		اجرای قانون مجازات تخلفات شرکتی بر اساس قوانین و استانداردها
	فشار مشتری	تمایل به پرداخت بیشتر گردشگران برای محصولات و خدمات پایدار
		انتظارات مشتری برای محصولات و خدمات سازگار با محیط‌زیست
		تمایل و توجه مشتریان به یک تصویر پایدار اجتماعی و زیست‌محیطی از مقصد
	فشار رقبا	اقدام شرکت‌های پیشرو در صنعت به اجرای مدیریت زنجیره تأمین پایدار
		برتری عملکرد زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی واحدهای با مدیریت زنجیره تأمین پایدار در صنعت
		برجسته‌سازی و تبلیغ پایداری در شرکت‌های با مدیریت زنجیره تأمین پایدار
	فشار جامعه	ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی که در آن منافع جامعه از منافع فردی مهمتر است
		فشارهای سازمان غیردولتی از طریق تحریم یا طراحی کمپین تبلیغاتی برای شرمساری شرکت‌ها
		احتمال وقوع همه‌گیری و ناپایداری در زنجیره تأمین گردشگری
قابلیت‌های اتخاذ شیوه‌های پایداری در زنجیره تأمین	قابلیت‌های فنی	برخورداری بنگاه گردشگری از افراد با توانایی‌ها و مهارت‌های مختلف
		در دسترس بودن منابع مالی به‌منظور سرمایه‌گذاری برای شیوه‌های پایداری
		پشتیبانی و تعهد مدیریت ارشد از پایداری به‌عنوان بخش مهمی از خط‌مشی شرکت
		وجود دانش و آگاهی در زمینه پیاده‌سازی زنجیره تأمین پایدار در بنگاه گردشگری

مقولات اصلی	مقولات فرعی	مفاهیم
قابلیت‌های اتخاذ شیوه‌های پایداری در زنجیره تأمین	قابلیت‌های سازمانی	داشتن چشم‌انداز و نگرش پایداری
		قابلیت رقابتی خدمات و محصولات از نظر کیفیت و قیمت
		برخورداری از مدیریت ریسک به‌منظور شناسایی خطرات احتمالی
		برخورداری بنگاه گردشگری از تاب‌آوری سازمانی برای مقابله با خطرات احتمالی
تقاضای تغییر یافته گردشگران در سفر	تغییر الگوی سفر	ترجیح مقصد داخلی گردشگری به جای مقصد بین‌المللی
		ترجیح غذای خانگی به جای غذای رستوران در سفر
		ترجیح مقصد آشنا و قابل اعتماد به جای مقصد جدید
		ترجیح مناطق طبیعی و خلوت به جای مناطق شلوغ و عمومی
		ترجیح اقامتگاه‌های بوم‌گردی به جای هتل‌ها در طی سفر
		ترجیح خودروی شخصی به جای وسایل نقلیه عمومی
		ترجیح سفر مستقل به جای سفر همراه تور
	ترجیح سفر کوتاه‌مدت به جای سفر طولانی	
	توجه به معیارهای بهداشت و سلامتی	توجه به رعایت پروتکل‌ها و استانداردهای بهداشتی قبل از انتخاب هتل و رستوران و غیره
		دسترسی به خدمات درمانی و پزشکی کافی در مقصد گردشگری
		تمایل به رفتارهای محافظتی مانند ماسک و فاصله‌گذاری در طول سفر
	توجه به معیارهای پایداری	توجه به اثرات زیست‌محیطی و حقوق بشری محصولات تهیه‌شده
		انتخاب هتل‌ها و اقامتگاه‌های منطبق با معیارهای پایداری
		توجه به برچسب‌های سبز در انتخاب‌های خود در برنامه‌ریزی سفر
برخورداری واحد گردشگری از نوآوری‌های اجتماعی و تکنولوژیکی		تمایل به رفتار مسئولانه در طی سفر
		برخورداری از سیستم‌های مدیریت ارتباطات و اطلاعات
		توسعه برنامه‌های کاربردی ^۱ خدمات گردشگری
		استفاده از هوش مصنوعی در گردشگری
		توسعه گردشگری مجازی
		توسعه تجارت الکترونیکی

1. Application

ادامه جدول ۳.

مقولات اصلی	مقولات فرعی	مفاهیم
برخورداری مقاصد گردشگری از زیرساخت‌های مناسب		توسعه تسهیلات رفاهی و تجهیز تأسیسات اقامتی در مناطق گردشگری
		بهبود خدمات عمومی و زیربنایی در مناطق گردشگری
		توسعه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات در مناطق گردشگری
		توسعه وسایل حمل‌ونقل و مسیرهای دسترسی در مناطق گردشگری
حمایت دولت از واحدهای گردشگری		ارائه مشوق‌های سفر و گردشگری به منظور ترویج سفر و گردشگری
		حمایت سازمان‌های بین‌المللی مانند صندوق بین‌المللی پول از بخش گردشگری
		تشویق و تسهیل سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در گردشگری
		بخشودگی هزینه‌های خدمات شهری در واحدهای گردشگری در شرایط همه‌گیری
		پرداخت بیمه بیکاری به بیکارشدگان کووید در واحدهای گردشگری
		افزایش دوره تنفس بازپرداخت تسهیلات بانکی در شرایط همه‌گیری
		بخشودگی جرائم مالیاتی واحدهای گردشگری در شرایط همه‌گیری
		اعطای تسهیلات به واحدهای گردشگری از سوی نظام بانکی
سیاست‌گذاری برای تسهیل اتخاذ شیوه‌های پایداری		سیاست‌گذاری جهت تأسیس صندوق بحران گردشگری
		سیاست‌گذاری جهت تأسیس شرکت بیمه گردشگری
		تشکیل سازمان مدیریت مقصد
		پذیرش مشروعیت گردشگری از دیدگاه حاکمیت دینی
مدیریت مشتری در واحدهای گردشگری		تدوین برنامه مدیریت بحران همه‌گیری در حوزه گردشگری
		توجه به انتظارات و حقوق مشتریان در مقاصد گردشگری
		فرهنگ‌سازی و آگاهی‌رسانی به گردشگران در زمینه رفتار گردشگری
		ارائه خدمات و محصولات مطابق با معیارهای پایداری به مشتریان
		محدودیت تراکم و ازدحام در شرایط همه‌گیری
مدیریت کارکنان در واحدهای گردشگری		رعایت پروتکل‌های بهداشتی در اقامتگاه‌ها، رستوران‌ها و وسایل حمل‌ونقل
		توجه به رفاه و حقوق کارکنان در بنگاه‌های گردشگری
		توجه به سلامت، بهداشت و ایمنی شغلی کارکنان
	اتخاذ برنامه‌های ایجاد قابلیت نیروی کار مجازی برای تناسب با شرایط همه‌گیری	

ادامه جدول ۳.

مقولات اصلی	مقولات فرعی	مفاهیم
مدیریت کارکنان در واحدهای گردشگری		به اشتراک‌گذاری دانش سازمان‌ها با کارکنان
		بازنگری سیاست‌های مدیریت منابع انسانی برای حفظ نیروی کار موجود
		ایجاد فرصت‌های یادگیری، آموزش و توسعه و توانمندسازی نیروی انسانی
مدیریت مقصد در مناطق گردشگری		طبقه‌بندی مقاصد بر مبنای خطرات و تهدیدات
		واکسیناسیون در مناطق گردشگری
		ارتقای فرهنگ پذیرش گردشگر در جامعه محلی
		فراهم کردن زمینه مشارکت جامعه محلی در فعالیت‌های گردشگری
		حفظ هویت فرهنگی
		حفاظت از اکوسیستم منطقه
		ارزیابی ظرفیت تحمل مقصد گردشگری
مدیریت بازاریابی محصولات و خدمات گردشگری		استفاده از پتانسیل‌های رسانه‌های اجتماعی
		بازاریابی از طریق کانال چند کسب‌وکاری و چند پلتفرمی
		ایجاد تصویر پایدار و ایمن از شرکت
		به‌کارگیری افراد متخصص در حوزه بازاریابی
		برندسازی برای مناطق و واحدهای گردشگری
		تحقیق و توسعه برای بازنگری در مدل کسب‌وکار
		طراحی بسته مقرون‌ایمن و بهداشتی برای تورها و سفرهای تفریحی
بومی‌سازی در مناطق گردشگری		آشنایی با مجموعه آداب‌ورسوم جامعه میزبان
		تشویق صنایع و مشاغل بومی
		ترویج و معرفی جشن‌ها و رویدادهای محلی
		استفاده از مصالح ساخت‌وساز بومی
		استفاده از خانه‌ها، اقامتگاه‌های سنتی و مراکز بوم‌گردی
مدیریت تأمین‌کننده در واحدهای گردشگری		شناسایی و همکاری با فروشندگان کوچک محلی
		شکل‌دهی ارتباطات طولانی‌مدت و مؤثر با تأمین‌کنندگان کلیدی
		ارزیابی پایداری و شیوه‌های اخلاقی تأمین‌کنندگان
		به اشتراک‌گذاری اطلاعات با تأمین‌کنندگان

ادامه جدول ۳.

مقولات اصلی	مقولات فرعی	مفاهیم
همکاری با ذی‌نفعان در زنجیره تأمین		همکاری بین بخش‌های مختلف سازمانی
		مشارکت و همکاری بخش‌های دولتی و خصوصی
		همگرایی و هماهنگی نهادهای متولی گردشگری
		همکاری بین تأمین‌کنندگان و تولیدکنندگان در رابطه با تولید و توسعه
		بهبود روابط با سایر شرکت‌ها بر اساس دیدگاه مبتنی بر ادغام و همکاری
مدیریت پسماند و فاضلاب در مناطق و واحدهای گردشگری		طراحی فرایندهایی برای به حداقل رساندن ضایعات
		طراحی محصولات پایدار برای کاهش مصرف مواد
		جلوگیری از برهم خوردن ساختار بیولوژیک فاضلاب بر اثر استفاده از مواد شیمیایی
		جمع‌آوری و تصفیه فاضلاب
مدیریت منابع و انرژی در مناطق و واحدهای گردشگری		اجرای ابتکارات برای صرفه‌جویی در مصرف آب
		استفاده از سیستم‌های مدیریت انرژی و حسگرها
		اطلاع‌رسانی درباره اقدامات انجام شده در زمینه کاهش مصرف انرژی و انجام سیاست‌های تشویقی
		اجرای مداخله بازاریابی اجتماعی در زمینه کاهش مصرف انرژی
		استفاده از سوخت‌ها و فناوری‌های جایگزین
		اجرای ابتکارات برای صرفه‌جویی در مصرف انرژی
عملکرد اجتماعی زنجیره تأمین پایدار گردشگری		رعایت عدالت اجتماعی در پایداری
		مشارکت اجتماعی در پایداری
		حفظ جان و سلامت انسان‌ها
		تأمین رضایت بازدیدکنندگان
		رضایت شغلی کارکنان
		ارتقا و بهبود کیفیت زندگی جامعه محلی از طریق برخورداری از منافع گردشگری
		احترام به ارزش‌ها، فرهنگ و شیوه زندگی مردم جامعه محلی
		عمل به مسئولیت اجتماعی

ادامه جدول ۳.

مقولات اصلی	مقولات فرعی	مفاهیم
عملکرد زیست‌محیطی زنجیره تأمین پایدار گردشگری		کاهش ضایعات
		حفظ چشم‌اندازها و جاذبه‌های طبیعی
		کاهش آلودگی هوا، خاک و آب
		حفظ تنوع زیستی گونه‌های جانوری و گیاهی
عملکرد اقتصادی زنجیره تأمین پایدار گردشگری		نقش زنجیره تأمین گردشگری در تخصیص بهینه منابع
		بازایی منابع سرمایه‌گذاری شده در شیوه‌های پایداری
		کاهش قیمت خدمات
		درآمدزایی و ثبات درآمد
		افزایش اشتغال ملی و منطقه‌ای
		رشد اقتصادی در بلندمدت
		بهینه‌سازی مصرف انرژی
	افزایش سهم بازار	

برای کشف نحوه ارتباط مقوله‌ها با یکدیگر، محقق از پارادایم بهره‌گرفت و مفاهیم به‌دست آمده از مرحله کدگذاری باز در قالب شرایط، راهبردها و پیامدها به‌صورت مدلی پارادایمی به هم مرتبط گردید. در این مرحله، ۱۹ مقوله فرعی و ۴ مقوله اصلی در ۳ طبقه قرار گرفتند. در جدول ۴ نتایج کدگذاری محوری آورده شده است.

جدول ۴. نتایج کدگذاری محوری

طبقه	مقوله اصلی	مقوله فرعی
شرایط	محورک‌های پایداری زنجیره تأمین گردشگری	فشار عمومی برای اتخاذ شیوه‌های پایداری در زنجیره تأمین
		قابلیت‌های پایداری در زنجیره تأمین
		تقاضای تغییر یافته گردشگران
	توانمندسازهای اتخاذ شیوه‌های پایداری در زنجیره تأمین	برخورداری بنگاه گردشگری از نوآوری‌های اجتماعی و تکنولوژیکی
		برخورداری مقاصد گردشگری از زیرساخت‌های مناسب
		حمایت دولت از واحدهای گردشگری
		سیاست‌گذاری برای تسهیل اتخاذ شیوه‌های پایداری

ادامه جدول ۴.

طبقه	مقوله اصلی	مقوله فرعی
کنش - برهم کنش	شیوه‌های پایداری در زنجیره تأمین گردشگری با تأکید بر شرایط همه‌گیری	مدیریت مشتری در واحدهای گردشگری
		مدیریت کارکنان در واحدهای گردشگری
		مدیریت مقصد در مناطق گردشگری
		مدیریت بازاریابی محصولات و خدمات گردشگری
		بومی‌سازی در مناطق گردشگری
		مدیریت تأمین‌کننده در واحدهای گردشگری
		همکاری با ذی‌نفعان در زنجیره تأمین
		مدیریت پسماند و فاضلاب در مناطق و واحدهای گردشگری
پیامدها	عملکرد زنجیره تأمین پایدار گردشگری با تأکید بر شرایط همه‌گیری	مدیریت منابع و انرژی در مناطق و واحدهای گردشگری
		عملکرد اجتماعی زنجیره تأمین پایدار گردشگری
		عملکرد زیست‌محیطی زنجیره تأمین پایدار گردشگری
		عملکرد اقتصادی زنجیره تأمین پایدار گردشگری

کدگذاری انتخابی

عمل کدگذاری انتخابی با استفاده از برخی مدل‌ها و پژوهش‌های مشابه در کنار اخذ نظرات مشورتی برخی اساتید دانشگاهی و متخصصین صنعت گردشگری انجام پذیرفته است. مدل پایدارسازی زنجیره تأمین گردشگری ایران با تأکید بر شرایط همه‌گیری ویروس کرونا به صورت شکل ۲ می‌باشد و روایت آن چنین است: «محرک‌های پایدارسازی زنجیره تأمین گردشگری شامل فشار عمومی، قابلیت‌های پایداری و تقاضای تغییر یافته گردشگران و توانمندسازهای پایدارسازی زنجیره تأمین گردشگری شامل حمایت‌های دولت، سیاست‌گذاری پایداری گردشگری، نوآوری اجتماعی و تکنولوژیک و توسعه زیرساخت‌های گردشگری به عنوان شرایط موجب ضرورت یافتن پایدارسازی زنجیره تأمین گردشگری با تأکید بر شرایط همه‌گیری گردیده است که در صورت به کارگیری شیوه‌های پایدارسازی زنجیره تأمین گردشگری که شامل مدیریت مشتری در واحدهای گردشگری، مدیریت تأمین‌کننده در واحدهای گردشگری، مدیریت کارکنان در واحدهای گردشگری، مدیریت مقصد در مناطق گردشگری، مدیریت بازاریابی

محصولات و خدمات گردشگری، بومی‌سازی در مناطق گردشگری، همکاری با ذی‌نفعان در زنجیره تأمین، مدیریت پسماند و فاضلاب در مناطق و واحدهای گردشگری و مدیریت منابع و انرژی در مناطق و واحدهای گردشگری می‌تواند منجر به ظهور پیامد عملکرد زنجیره تأمین گردشگری پایدار با تأکید بر شرایط همه‌گیری گردد.

شکل ۲. مدل پایداری‌سازی زنجیره تأمین گردشگری با تأکید بر شرایط همه‌گیری



برای اطمینان از قابلیت اعتماد یافته‌ها، از روش‌های زاویه‌بندی و کنترل اعضا استفاده شد. در زاویه‌بندی، روش‌ها به منظور انطباق و سازگاری یافته‌های تولیدشده با روش‌های گوناگون گردآوری داده، از چندین روش مختلف همانند مشاهده، مصاحبه، مرور اسناد و مدارک و پیشینه‌های تحقیق استفاده شد. در زاویه‌بندی پژوهشگران، اعضای کمیته تحقیق، فرایند را هم‌زمان با محقق، پیگیری و ارزیابی کرده و یافته‌ها با استفاده از نظرات آن‌ها بازنگری شد. در زاویه‌بندی داده‌ها تلاش شد داده‌ها از منابع چندگانه جمع‌آوری گردد و دیدگاه‌ها و نظرات گروه‌های مختلف دانشگاهی، سازمانی و حرفه‌ای در شهرهای مختلف، چه در زمان اوج ویروس کرونا و چه در سایر اوقات دریافت شده و بررسی و تحلیل گردید.

در روش کنترل اعضا، پژوهشگر خلاصه‌ای از یافته‌های خود را در اختیار ۵ نفر از شرکت‌کنندگان کلیدی پژوهش (شرکت‌کنندگانی که بیشترین اطلاعات را ارائه دادند)

قرار داد و از آن‌ها پرسید که آیا یافته‌ها منعکس‌کننده دقیق تجارب آن‌ها هستند یا خیر. بر اساس نظرات اعضا، نتایج تا حدی مورد پالایش قرار گرفت.

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه، شرکت‌ها تنها از طریق برتری عملیاتی یا مالی نمی‌توانند در عرصه رقابت پیروز باشند. عصر حاضر، زمانی است که مشتریان و افراد جامعه از شرکت‌ها و سازمان‌ها انتظار مسئولیت‌پذیری دارند تا در فعالیت‌ها و عملیات خود، نسل‌های آینده را نیز در نظر داشته باشند. این موضوع باعث ظهور مفهومی تحت عنوان پایداری در ادبیات رشته‌های کسب‌وکار شده و با افزایش نگرانی در مورد تأثیرات اجتماعی و حفاظت از محیط‌زیست، مدیریت پایدار زنجیره تأمین مورد توجه بسیاری از متخصصان و دانشگاهیان قرار گرفته است. لذا این پژوهش با هدف طراحی مدل پایداری زنجیره تأمین صنعت گردشگری ایران با تأکید بر شرایط همه‌گیری ویروس کرونا انجام گرفت. در این پژوهش پس از مطالعه اسناد و پژوهش‌های مشابه پیشین و آشنایی با مفهوم پایداری زنجیره تأمین صنعت گردشگری، با توجه به فقدان مدل خاص شرایط همه‌گیری و با استفاده از راهبرد نظریه داده‌بنیاد اقدام به تدوین آن گردید. طی فرایند کدگذاری، تعداد ۴۳۸ کد باز، ۱۲۷ مفهوم، ۱۹ مقوله فرعی و ۴ مقوله اصلی در ۳ طبقه، استخراج و ویژگی‌های آن‌ها شناسایی شد.

بر اساس نتایج، شرایط پایدارسازی زنجیره تأمین گردشگری با تأکید بر شرایط همه‌گیری، از دو مقوله اصلی محرک‌ها و توانمندسازهای پایدارسازی زنجیره تأمین گردشگری تشکیل شده است. فشار عمومی، یکی از محرک‌های پایدارسازی زنجیره تأمین گردشگری است که سازمان‌ها را تشویق یا وادار به اجرای طرح‌های پایداری می‌کند. شاهی (۱۳۹۳) و لوترا و همکاران (۲۰۱۱) بیان کردند که قوانین دولتی، شرکت‌ها را به سمت پایداری سوق می‌دهند و سازمان‌ها موظف به پیروی از توافقات بین‌المللی و قوانین ملی و برآورده کردن نیازهای مشتری هستند. فشار و تقاضای مشتریان نیز برای طراحی و تولید محصول سبز بر مدیریت زنجیره تأمین پایدار شرکت‌ها تأثیر می‌گذارد. به گفته آپولونی و همکاران (۲۰۱۴)، زمانی که شرکت‌ها شیوه‌های تدارکات سبز را در نظر

نمی‌گیرند، ممکن است منجر به مقاومت جامعه شوند و بر شهرت سازمانی تأثیر منفی بگذارند.

قابلیت‌های پایداری که شامل قابلیت‌های سازمانی و فنی بوده، از دیگر محرک‌های پایداری زنجیره تأمین در این تحقیق هستند. شرکت‌ها باید با در نظر گرفتن چابکی و انعطاف‌پذیری شرکت، برنامه‌ریزی جریان زنجیره تأمین را بهینه کنند. افزایش انعطاف‌پذیری شرکت می‌تواند توانایی شرکت در شناسایی و پاسخگویی به نیاز و تقاضای بازار را افزایش دهد. گروچمن و همکاران (۲۰۲۲) و دای (۲۰۲۱) نیز بر نقش قابلیت‌های فنی شرکت (منابع داخلی) و قابلیت‌های سازمانی بر اجرای استراتژی مدیریت زنجیره تأمین پایدار تأکید نمودند.

در این پژوهش، تقاضای تغییر یافته ناشی از همه‌گیری به‌عنوان محرک دیگر پایداری زنجیره تأمین، تشخیص داده شد. با تغییرات و محدودیت‌های ناشی از همه‌گیری، عادات سفر گردشگران تغییر یافته و به تکامل خود ادامه خواهد داد. گروچمن و همکاران (۲۰۲۲) و مویا کالدرون و همکاران (۲۰۲۱) گزارش کردند که همه‌گیری شیوه زندگی، کار و سفر انسان‌ها و انتظارات و ترجیحات مسافران را در این فرایند تغییر داده است. مسافران بیشتر به پایداری متعهد شده‌اند و اقدامات بهداشتی، اولویت اصلی گردشگران شده است. توانمندسازهای پایداری، از دیگر شرایط پایدارسازی زنجیره تأمین گردشگری است که مشارکت کنندگان در پژوهش به آن اشاره کرده‌اند.

بر اساس نتایج این پژوهش، زیرساخت‌های مقاصد گردشگری از جمله توانمندسازهای پایداری زنجیره تأمین هستند. به‌طور قطع، در صورتی که کیفیت خدمات و زیرساخت‌های مذکور در سطح مطلوبی نباشند، تقاضا نیز کاهش یافته و به صنعت گردشگری در آن منطقه لطمه وارد خواهد شد. سلیمان‌پور و همکاران (۱۴۰۰)، اکبری و انصاری (۱۳۹۹) و شاهی (۱۳۹۳) نیز در پژوهش خود به نقش زیرساخت‌ها اشاره نمودند. از سویی، بعضی از پژوهش‌ها مانند کبیرز و همکاران (۲۰۲۲) و لی و فی (۲۰۲۱) به این نتیجه رسیدند که کسب‌وکارها در شرایط همه‌گیری، به‌منظور بقای خود باید مدل‌های کسب‌وکارشان را متناسب با پروتکل‌های بهداشتی بازنگری کنند و پاسخ‌های سازگاری کسب‌وکارهای گردشگری باید به‌طور عمده در بستر فناوری اطلاعات ارائه شوند تا از این راه تعاملات

فیزیکی را کاهش دهند. وانگ و همکاران (۲۰۲۰) معتقدند واکنش‌های رفتاری گردشگر در برابر همه‌گیری، بر چشم‌انداز نوآوری‌های اجتماعی به اشتراک‌گذاری و اقتصاد دایره‌ای نیز تأثیر گذاشته است که این دو نوآوری اجتماعی می‌توانند تأثیر مثبتی بر پایداری زنجیره تأمین داشته باشند.

حمایت دولت از دیگر توانمنداها، تشخیص داده شد. دولت‌ها قادرند از پایداری شرکت‌های گردشگری به شکل‌های گوناگونی حمایت کنند که عبارت‌اند از: تخفیف‌های مالیاتی، وام‌های بلاعوض و کم‌بهره. سیاست‌های گردشگری نیز نقش مهمی در پایداری زنجیره تأمین ایفا می‌کنند. آن‌ها غالباً نتیجه یک فرایند پیچیده مذاکره بین افراد فعال بخش گردشگری و سایر واحدهای اداری بوده‌اند و اجرای آن‌ها به حمایت دولت‌های مرکزی، دولت‌های محلی و سایر افراد وابسته بستگی دارد. ژانگ و لی (۲۰۲۳) و بلوچ و همکاران (۲۰۲۳) نیز بر نقش حمایتی دولت در پایداری زنجیره تأمین گردشگری تأکید نمودند.

در این پژوهش، کنش/برهم‌کنش‌ها، "شیوه‌های پایداری زنجیره تأمین گردشگری با تأکید بر شرایط همه‌گیری" بوده که از ۹ مقوله اصلی تشکیل شده است. با توجه به اینکه در هسته مرکزی همه‌گیری، یک بحران انسانی نهفته بود، مدیران منابع انسانی برای تضمین تداوم زنجیره تأمین، نیاز به سازماندهی شغل و طراحی مشاغل داشتند. به توصیه سازمان کار (ILO, 2020) به‌منظور پایداری زنجیره تأمین، این موارد باید مورد توجه شرکت‌ها قرار گیرند: اتخاذ برنامه‌های ایجاد قابلیت دورکاری؛ بازنگری سیاست‌های مدیریت منابع انسانی برای حفظ نیروی کار موجود، پاداش و مزایا، آموزش و توسعه، توجه به سلامت جسم (فاصله‌گذاری اجتماعی در محل کار و اتخاذ نظارت منظم بهداشتی) و روان (روانکاو و مشاوره) و به اشتراک‌گذاری دانش سازمان‌ها در زمینه همه‌گیری. همکاری با اعضای اصلی زنجیره تأمین برای دستیابی به توافق در مورد چگونگی حل چالش‌های زیست‌محیطی و اجتماعی یکی دیگر از شیوه‌های پایداری زنجیره تأمین است و کارایی زنجیره تأمین به‌دلیل همکاری، کاهش هزینه‌ها و بهبود سودآوری بهبود می‌یابد. اثر شلاق گاو نر در زنجیره تأمین را می‌توان با همکاری تأمین‌کنندگان کاهش داد.

بر اساس یافته‌ها، یکی از شیوه‌های پایداری زنجیره تأمین در واحدهای گردشگری، مدیریت تأمین‌کننده است و بنابراین، تصمیم‌گیری مناسب در این زمینه، اولین پیش‌شرط برای پایداری است. تأمین‌کنندگان، برترین بازیگران زنجیره‌اند و بر همین اساس، راهبرد بخش‌بندی تأمین‌کنندگان، پیش‌نیازی برای تعیین مسیر آینده است. از سویی، این بحران شواهدی را ارائه می‌کند که نشان می‌دهد سیستم‌های بومی‌سازی شده، پایدارتر و انعطاف‌پذیرتر از زنجیره‌های تأمین جهانی هستند. تولید محلی می‌تواند به معنای پاسخ سریع به نیازهای محلی، اما با مصرف کم انرژی و منابع باشد. کیرز و همکاران (۲۰۲۲) نیز بر نقش بومی‌سازی در پایداری زنجیره تأمین تأکید داشتند.

به اعتقاد نادعلی‌پور (۱۳۹۲)، مدیریت مقصد نه تنها در ارتقای شیوه زندگی و شکوفایی اجتماعی جامعه میزبان تأثیرگذار است، بلکه به وسیله کارایی در تخصیص منابع که سبب شکوفایی درازمدت اقتصادی می‌شود، پایداری اقتصادی را نیز به دنبال دارد و با ارزیابی ظرفیت اکولوژیکی منطقه، پایداری زیست‌محیطی را موجب می‌گردد. از سوی دیگر، با توجه به نگرانی‌های گردشگران در زمینه سلامت و ایمنی و هم‌زمان با افزایش تعداد بازدیدکنندگان در دوران پس از همه‌گیری، نیاز به خط‌مشی‌ها و سیستم‌هایی برای مدیریت بازدیدکنندگان برای کنترل تأثیرپذیری و تأثیرگذاری گردشگران در فرایند گردشگری است.

با توجه به اینکه مدیریت منابع و انرژی و نیز مدیریت پسماند، از شیوه‌های پایداری زنجیره تأمین تشخیص داده شدند، مدیران واحدهای گردشگری باید سیاست‌های زیست‌محیطی روشنی تعیین کنند، کارکنان را در مورد مسائل زیست‌محیطی آموزش دهند، در مورد مسائل زیست‌محیطی با ذی‌نفعان بحث کنند، بازیافت و استفاده مجدد از محصولات را ترویج کنند، از محصولات دوستدار محیط‌زیست، انرژی خورشیدی و تجهیزات کم‌مصرف انرژی استفاده کنند و ضایعات را کاهش دهند تا به سوددهی و رقابت‌پذیری دست یابند. یکی دیگر از شیوه‌های پایداری زنجیره تأمین، بازاریابی گردشگری است. در این راستا برای ارتقای پایداری منطقه و در نتیجه توسعه پایدار گردشگری باید بتوان عرضه و تقاضای گردشگران را تجزیه و تحلیل کرده، بازار محصول

را شناسایی نموده، از کانال‌های بازاریابی متنوع استفاده کرده و بسته‌های گردشگری مختلفی را به گردشگران پیشنهاد داد.

در نهایت، اگر راهبردها به‌طور اثربخش اجرا شوند منجر به «پایداری عملکرد زنجیره تأمین گردشگری» به‌عنوان پیامد می‌گردند. عملکرد زنجیره تأمین به فعالیت‌های گسترده زنجیره تأمین برای پاسخگویی به نیازمندی‌های مشتری نهایی اشاره دارد و از سه مؤلفه عملکرد اقتصادی، عملکرد اجتماعی و عملکرد زیست‌محیطی تشکیل شده است. اهداف عملکرد اقتصادی در زنجیره تأمین پایدار شامل کاهش هزینه‌های زنجیره و افزایش سود است. اهداف عملکرد اجتماعی نیز بیانگر جنبه‌هایی از فعالیت زنجیره تأمین است که بر مسائل انسانی مانند ایمنی، رفاه، سلامت و اشتغال اثرگذار است؛ در نهایت، عملکرد زیست‌محیطی اثر فعالیت‌های گردشگری بر محیط‌زیست را شامل می‌شود. شی و تسای (۲۰۲۰) معتقدند که اتخاذ شیوه‌های پایداری، ممکن است به‌طور مستقیم منجر به عملکرد مالی بهتر در کوتاه‌مدت نشود، اما می‌تواند عملکرد اجتماعی و زیست‌محیطی برتر را انجام دهد که همین می‌تواند منجر به تولید عملکرد مالی شود.

مدل به‌دست آمده در این پژوهش، یک مدل جامع و غنی از پدیده پایداری زنجیره تأمین صنعت گردشگری ایران با تأکید بر شرایط همه‌گیری و پروس کرونا است که مدلی بومی و منطبق با دیدگاه خبرگان است و قابلیت اجرا دارد؛ زیرا در مرحله طراحی مدل، از دیدگاه خبرگان حوزه‌های مختلف بهره گرفته‌اند. این مدل، شرایط و نیازهای کلیه ذی‌نفعان مانند رضایت گردشگر، جامعه میزبان و سود بنگاه گردشگری را در نظر گرفته و کلیه عناصر زنجیره تأمین از جمله سیاست‌گذاری، بازاریابی، طراحی محصولات و خدمات، مدیریت منابع و مدیریت کارکنان را در بر می‌گیرد. از سوی دیگر، همه بازیگران زنجیره تأمین گردشگری از جمله سیاست‌گذاران، تأمین‌کنندگان، کارکنان، مشتریان، جامعه محلی در این مدل لحاظ شده و پیامد آن کلیه ابعاد پایداری را در سه بعد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی در بر می‌گیرد.

نتایج این پژوهش به مدیران زنجیره تأمین گردشگری در جهت طراحی و اتخاذ شیوه‌های پایدارسازی با تأکید بر شرایط همه‌گیری کمک می‌کند و انتظار می‌رود علاوه بر پایدارسازی زنجیره تأمین گردشگری، به رونق فعالیت کسب‌وکارهای گردشگری و

بهبود معشیت جوامع محلی منجر شود. پژوهش حاضر دارای محدودیت‌هایی می‌باشد که می‌تواند در پژوهش‌های آتی مورد توجه محققان قرار گیرد. یکی از محدودیت‌های پژوهش حاضر، مربوط به رویکرد تحقیق است. از آنجا که در پژوهش‌های کیفی، پدیده مورد نظر در بستری که رخ می‌دهد، مورد مطالعه قرار می‌گیرد؛ لذا امکان تعمیم‌پذیری نتایج و یافته‌های تحقیق به دیگر شرایط و موقعیت‌ها محدود می‌باشد.

پیشنهاد می‌گردد این پژوهش در سایر صنایع نیز انجام شود و از رویکرد مقایسه‌ای به منظور دستیابی به شباهت‌ها و تفاوت‌های خلق پایداری در زنجیره‌های تأمین متفاوت استفاده شود. مدل ارائه شده در قالب پارادایم تفسیری و بر اساس داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها است که امکان برداشت‌های مختلف از آن‌ها وجود دارد؛ به این دلیل پیشنهاد می‌شود به کمک روش مدل‌سازی معادلات ساختاری، مدل آزمون شده و اعتبار مدل تأیید گردد.

تعارض منافع

تعارض منافع وجود ندارد.

ORCID

Amir

Hossein



<https://orcid.org/0009-0009-8586-0344>

Jahandideh

Ezaatollah

Asghari



<http://orcid.org/0000-0001-7048-9065>

Zadeh

منابع

۱. اکبری، مجید، انصاری، معصومه (۱۳۹۹). بازشناسی محرک‌های مؤثر بر رقابت‌پذیری سفر و گردشگری برای دوران پسا کرونا (مطالعه موردی: ایران). *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۵(۹)، ۲۵۳-۲۸۴. doi: [10.22054/tms.2020.55632.2409](https://doi.org/10.22054/tms.2020.55632.2409)
۲. دلشاد، زهرا، ربانی، مژده، دهقان، حسن (۱۳۹۹). ارائه الگوی زنجیره تأمین سبز جهت توسعه پایدار زیست‌محیطی با رویکرد مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد و دیمتل. *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۹(۳۵)، ۱۸۷-۲۰۸. doi: [10.22080/JTPD.2020.18913.3298](https://doi.org/10.22080/JTPD.2020.18913.3298)

۳. زرندیان، ندا، بیات، موسی، قیدرلو، محسن (۱۴۰۱). بررسی راهکارهای بهبود وضعیت گردشگری در مواجهه با کرونا، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
۴. سلیمان‌پور، مسلم، امینی، محمدتقی، شیرمحمدی، یزدان، شاه‌نظری، علی (۱۴۰۰). تدوین و تبیین الگوی گردشگری کارآفرینی در پاندمی کووید ۱۹، مورد مطالعه: استان‌های آذربایجان شرقی و غربی. *جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*، ۱۹(۱)، ۳۲۳-۳۵۲.
doi: [10.22067/jgrd.2021.71331.1050](https://doi.org/10.22067/jgrd.2021.71331.1050)
۵. سوراتانا، کولاپا (۱۴۰۰). مدیریت زنجیره تأمین گردشگری پایدار، مترجمان: محمد میره‌ای، محمد کوب‌نیا، تهران: نشر مهکامه.
۶. شاهی، طاهره (۱۳۹۳). اولویت‌بندی عوامل تأثیرگذار بر مدیریت زنجیره تأمین سبز در مقصدهای گردشگری، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی.
۷. صیادی، حسین، میرغفوری، سید حبیب‌الله، یآوری، محمدعلی، تقفی، سپیده (۱۳۹۹). تجزیه و تحلیل نقش مدیریت دانش در مدیریت زنجیره تأمین پایدار با رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری (مطالعه موردی: سازمان جهاد کشاورزی استان یزد). *مدیریت زنجیره تأمین*، ۲۲(۶۷)، ۵۲-۶۶.
https://scmj.ihu.ac.ir/article_205576.html
۸. ضیایی، محمود، حسن‌پور، محمود، پارسا شکیب، سمیه (۱۴۰۰). توسعه الگوی مدیریت بحران در صنعت گردشگری، مورد مطالعه: بحران همه‌گیری ویروس کووید ۱۹. *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۱۰(۳۷)، ۶۵-۹۷.
doi: [10.22080/JTPD.2021.21083.3499.3298](https://doi.org/10.22080/JTPD.2021.21083.3499.3298)
۹. ضیایی، محمود، محمودزاده، سیدمجتبی، شاهی، طاهره (۱۳۹۶). اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر پیاده‌سازی مدیریت زنجیره تأمین سبز در صنعت گردشگری. *جغرافیا و توسعه*، ۱۵(۴۶)، ۱۹-۳۴.
doi: [10.22111/GDIJ.2017.3028](https://doi.org/10.22111/GDIJ.2017.3028)
۱۰. غلامرضایی، هادی، شفیق‌آبادی، عبدالله (۱۴۰۰). تجربه زیسته فعالان صنعت گردشگری در پاندمی (مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی استان خراسان جنوبی)، یک مطالعه پدیدارشناختی. *پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار*، ۷(۶)، ۴۵-۷۲.
<http://trsd.ir/post.aspx?id=722.54-45>
۱۱. نادعلی‌پور، زهرا (۱۳۹۲). ارزیابی کیفیت مدیریت مقصد گردشگری از دیدگاه مزیت رقابتی، مطالعه موردی: منطقه چابهار. *گردشگری و اوقات فراغت*، ۱۱(۱)، ۱-۱۷.
https://tlj.usc.ac.ir/article_129788.html
۱۲. نوری‌خواجوی، درسا، جعفری، عزیزاله (۱۴۰۰). تعیین عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری زنجیره تأمین پایدار گردشگری پزشکی. *گردشگری و توسعه*، ۱۰(۲)، ۱۲۳-۱۳۶.
doi: [10.22034/JTD.2020.248449.2134](https://doi.org/10.22034/JTD.2020.248449.2134)

13. Amankwah-Amoah, J. (2020). Stepping up and stepping out of COVID-19: New challenges for environmental sustainability policies in the global airline industry. *Cleaner Production*, 271:123000. doi: [10.1016/j.jclepro.2020.123000](https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123000)
14. Appolloni, A., Sun, H., Jia, F., & Li, X. (2014). Green Procurement in the Private Sector: A State-of-the-Art Review between 1996 and 2013. *Cleaner Production*, 85, 122-133. doi: [10.1016/j.jclepro.2014.08.106](https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.08.106)
15. Arora, N.K., & Mishra, J. (2020). COVID-19 and the importance of environmental sustainability. *Environmental Sustainability*, pp. 3, 117–119. doi: [10.1007/s42398-020-00107-z](https://doi.org/10.1007/s42398-020-00107-z)
16. Asian Development Bank. (2021). *Sustainable Tourism after Covid-19 Insights and Recommendations for Asia and the Pacific*, <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/761511/sustainable-tourism-after-covid-19.pdf>
17. Bai, H., & Ran, W. (2022). Analysis of the Vulnerability and Resilience of the Tourism Supply Chain under the Uncertain Environment of COVID-19: Case Study Based on Lijiang. *Sustainability*, 14, 2571. doi: [10.3390/su14052571](https://doi.org/10.3390/su14052571)
18. Baloch, Q.B., Shah, S.N., Iqbal, N. et al. (2023). Impact of tourism development upon environmental sustainability: a suggested framework for sustainable ecotourism. *Environ Sci Pollut Res*, 30, 5917–5930. doi: [10.1007/s11356-022-22496-w](https://doi.org/10.1007/s11356-022-22496-w)
19. Calisto, M.D., Umbelino, J., Gonçalves, A., & Viegas, C. (2021). Environmental sustainability strategies for smaller companies in the hotel industry: Doing the right thing or doing things right? *Sustainability*, 13(18), 10380. doi: [10.3390/su131810380](https://doi.org/10.3390/su131810380)
20. Cheng, V.C., Susanna, K., Patrik, C., & Woo, K. Y. (2007). Severe acute respiratory syndrome coronavirus as an agent of emerging and reemerging infection. *Clinical Microbiology Reviews*, 20(4), 660-694. doi: [10.1128/cmr.00023-07](https://doi.org/10.1128/cmr.00023-07)
21. Corbin, J., & Strauss, A. (2015). *Basics of Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
22. Corsini, L., & Moultrie, J. (2021). What Is Design for Social Sustainability? A Systematic Literature Review for Designers of Product-Service Systems. *Sustainability*, 13, 5963. doi: [10.3390/su13115963](https://doi.org/10.3390/su13115963)
23. Dai, F., Wang, D., & Kirillova, K. (2022). Travel inspiration in tourist decision-making. *Tourism Management*, 90, 104484. doi: [10.1016/j.tourman.2021.104484](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104484)

- 24.EEA. (2013). *Late lessons from early warnings: science, precaution, innovation*, EEA Report 1/2013, European Environment Agency. <https://www.eea.europa.eu/publications/late-lessons-2>
- 25.EEA. (2020). *COVID-19 and the environment: Explore what we know*, European Environment Agency. <https://www.eea.europa.eu/post-corona-planet/explore>
- 26.EEA. (2021). *COVID-19 in Europe: increased pollution from masks, gloves, and other single-use plastics*, European Environment Agency. <https://www.eea.europa.eu/highlights/covid19-in-europe-increased-pollution>
- 27.Elkhwesky, Z., El Manzani, Y., & Elbayoumi Salem, I. (2022). Driving hospitality and tourism to foster sustainable innovation: A systematic review of COVID-19-related studies and practical implications in the digital era. *Tourism and Hospitality Research*, 24(1), 115-133. doi: [10.1177/14673584221126792](https://doi.org/10.1177/14673584221126792)
- 28.Gómez-Prado, R., Alvarez-Risco, A., Sánchez-Palomino, J., Anderson-Seminario, M.d.l.M., & Del-Aguila-Arcentales, S. (2023). Current Trends in Sustainable Tourism, Hospitality, and Recreation", Alvarez-Risco, A., Rosen, M.A. and Del-Aguila-Arcentales, S. (Ed.) *Sustainable Management in COVID-19 Times. Advanced Series in Management*, 30, 65-80. doi: [10.1108/S1877-636120230000030007](https://doi.org/10.1108/S1877-636120230000030007)
- 29.Gruchmann, T., Topp, M., & Seeler, S. (2022). Sustainable supply chain management in tourism: a systematic literature review. *Supply Chain Forum*, 23(4), 329-346. doi: [10.1080/16258312.2022.2085504](https://doi.org/10.1080/16258312.2022.2085504)
- 30.ILO. (2020). *ILO monitor: COVID-19 and the world of work*. Third edition. https://www.ilo.org/global/topics/coronavirus/impacts-and-responses/WCMS_743146/lang--en/index.htm
- 31.Lambert, H., Gupte, J., Fletcher, H., Hammond, L., Lowe, N., Pelling, M., Raina, N., Shahid, T., & Shanks, K., (2020). COVID-19 as a global challenge: Towards an inclusive and sustainable future. *Lancet Planet. Heal*, p. 4, e312ee314. doi: [10.1016/S2542-5196\(20\)30168-6](https://doi.org/10.1016/S2542-5196(20)30168-6)
- 32.Latour, B. (2020). *What protective measures can you think of so we don't go back to the pre-crisis production model?* <https://aoc.media/opinion/2020/03/29/imaginer-les-gestes-barrieres-contre-le-retour-a-la-production-davant-crise/>
- 33.Le, D., & Phi, G. (2021). Strategic responses of the hotel sector to COVID-19: Toward a refined pandemic crisis management framework. *Hospitality Management*, 94, 102808. doi: [10.1016/j.ijhm.2020.102808](https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102808)

34. Lee, H.K., & Fernando, Y. (2015). The antecedents and outcomes of the medical tourism supply chain. *Tourism Management*, 46(C), 148-157. doi: [10.1016/j.tourman.2014.06.014](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.06.014)
35. Luthra, S., Kumar, V., Kumar, S., & Haleem, A. (2011). Barriers to Implementing Green Supply Chain Management in Automobile Industry Using Interpretive Structural Modeling Technique: An Indian Perspective. *Industrial Engineering and Management*, 4, 231-257. doi: [10.3926/jiem.v4n2.p231-257](https://doi.org/10.3926/jiem.v4n2.p231-257)
36. Matos, S.V., Schleper, M.C., Gold, S., & Hall, J.K. (2020). The hidden side of sustainable operations and supply chain management: unanticipated outcomes, trade-offs, and tensions. *Operations & Production Management*, 40(12), 1749-1770. doi: [10.1108/IJOPM-12-2020-833](https://doi.org/10.1108/IJOPM-12-2020-833)
37. Moya Calderón, M., Esquivel, K., Arrieta García, M., & Lozano, C. (2022). Tourist behavior and dynamics of domestic tourism in times of COVID-19. *Current Issues in Tourism*, 25(14), 2207-2211. doi: [10.1080/13683500.2021.1947993](https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1947993)
38. Niewiadomski, P. (2020). COVID-19: From temporary de-globalisation to a re-discovery of tourism? *Tourism Geographies*, 22(3), 651-656. doi: [10.1080/14616688.2020.1757749](https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757749)
39. OECD. (2020a). *COVID-19 and the low-carbon transition: Impacts and possible policy responses*, <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/covid-19-and-the-low-carbon-transitionimpacts-and-possible-policy-responses-749738fc/>.
40. OECD. (2020b). *Environmental health and strengthening resilience to pandemics* - OECD, https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=129_129937-jm4ul2jun9&title=Environmental-healthand-strengthening-resilience-to-pandemics.
41. Pelikánová, R.M., & Hála, M. (2021). CSR Unconscious Consumption by Generation Z in the COVID-19 Era—Responsible Heretics Not Paying CSR Bonus? *Risk Financial Manag*, 14, 390. doi: [10.3390/jrfm14080390](https://doi.org/10.3390/jrfm14080390)
42. Perugini, C., & Vladislavljević, M. (2021). Social stability challenged by Covid-19: Pandemics, inequality and policy responses. *Policy Modeling*, 43(1), 146-160. doi: [10.1016/j.jpolmod.2020.10.004](https://doi.org/10.1016/j.jpolmod.2020.10.004)
43. Samarathunga, W. H. (2020). Post-COVID-19 Challenges and Way Forward for Sri Lanka Tourism. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3581509>.

44. Shi, Y., & Tsai, K. H. (2020). Linking stakeholder integration to sustainability performance in the hotel context. *Tourism Research*, 22(5), 677– 691. doi: [10.1002/jtr.2365](https://doi.org/10.1002/jtr.2365)
45. Sombultawee, K., Lenuwat, P., Aleenajitpong, N., & Boon-itt, S. (2022). COVID-19 and Supply Chain Management: A Review with Bibliometric. *Sustainability*, 14, 3538. doi: [10.3390/su14063538](https://doi.org/10.3390/su14063538)
46. Strielkowski, W. (2020). International Tourism and COVID-19: Recovery Strategies for Tourism Organisations. *Preprints*, 2020030445. doi: [10.20944/preprints202003.0445.v1](https://doi.org/10.20944/preprints202003.0445.v1)
47. Waltner-Toews, D. (2020). *On pandemics: deadly diseases from bubonic plague to coronavirus*, Greystone Books, Vancouver, Canada.
48. Wang, Y., Xu, R., Schwartz, M., Ghosh, D., & Chen, X. (2020). COVID-19 and Retail Grocery Management: Insights from a Broad-Based Consumer Survey. *Engineering Management Review*, 48(3), 202-211. doi: [10.1109/EMR.2020.3011054](https://doi.org/10.1109/EMR.2020.3011054)
49. WTTC. (2022). *To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19*. <https://wttc.org/initiatives/to-recovery-beyond>
50. Zhang, R., & Li, Z. (2023). Stackelberg game model of green tourism supply chain with governmental subsidy. *Information Systems and Operational Research*, 61(2), 141-168. doi: [10.1080/03155986.2022.2164438](https://doi.org/10.1080/03155986.2022.2164438)
51. Zhang, X., Song, H., & Huang, G.Q. (2009). Tourism Supply Chain Management: A New Research Agenda. *Tourism Management*, pp. 30, 345-358. doi: [10.1016/j.tourman.2008.12.010](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.12.010)
52. Zhao, X., & Hou, J. (2022). Applying the Theory of Constraints Principles to Tourism Supply Chain Management. *Hospitality & Tourism Research*, 46(2), 400-411. doi: [10.1177/1096348021996791](https://doi.org/10.1177/1096348021996791)

[In Persian]

1. Akbari, M., & Akbari, M. (2020). The Recognition of Stimuli Affecting the Competitiveness of Travel and Tourism for the Post-COVID Era (Case study: Iran). *Tourism Management Studies*, 15(0), 253-284. doi: [10.22054/tms.2020.55632.2409](https://doi.org/10.22054/tms.2020.55632.2409)
2. Delshad, Z., Rabani, M., & Dehghan Dehnavi, H. (2021). Provide a green supply chain model for sustainable environmental development With a Grounded Theory and Dematel approach. *Journal of Tourism Planning and Development*, 9(35), 187-208. doi: [10.22080/JTPD.2020.18913.3298](https://doi.org/10.22080/JTPD.2020.18913.3298)

3. Gholamrezaee, H., & Shafiabadi, A. (2021). The lived experience of tourism industry activists (managers of eco-residences in South Khorasan province) in a pandemic is a phenomenological study. *Shabak*, 7(6), 45-54. <http://trsd.ir/post.aspx?id=722>
4. Nad Alipour, Z. (2013). Evaluation of the quality of tourism destination management from the point of view of competitive advantage of a case study: Chabahar region. *Tourism and Leisure Time*, 1(1), 1-17. https://tlj.usc.ac.ir/article_129788.html
5. Nouri Khajavi, D., & Jafari, A. (2021). Determining Factors Affecting Sustainable Medical Tourism Supply Chain Competitiveness. *Journal of Tourism and Development*, 10(2), 123-136. doi: [10.22034/JTD.2020.248449.2134](https://doi.org/10.22034/JTD.2020.248449.2134)
6. Sayyadi, H., Mirghafoori, S. H., Yavari, M., & Saghafi, S. (2020). Analysis of the role of knowledge management in sustainable supply chain management using interpretative structural modeling approach (ISM) (Case study: Agriculture organization of Yazd province). *Supply Chain Management*, 22(67), 52-66.. https://scmj.ihu.ac.ir/article_205576.html
7. Shahi, T. (2013). *Prioritization of factors affecting green supply chain management in tourism destinations, master's thesis in tourism management*, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabatabai University
8. Soleymanpoor, M., Amini, M., Shirmohammadi, Y., & Shahnazari, A. (2021). Creating and Explaining Entrepreneurial Tourism Model during the COVID-19 Pandemic (Case Study: East Azerbaijan & West Azerbaijan Provinces). *Geography and Regional Development*, 19(1), 352-323. doi: [10.22067/jgrd.2021.71331.1050](https://doi.org/10.22067/jgrd.2021.71331.1050)
9. Soratana, K., Landis, A.E., Jiang, F., & Suto, H. (2021). *Supply Chain Management of Tourism towards* translators: Mohammad Miraei, Mohammad Kokbnia, Tehran: Mehkame Publishing
10. Zarandian, N., Bayat, M., & Gheidarlou, M. (1401). *Investigating ways to improve the tourism situation in the face of Corona*, Research Center of the Islamic Council.
11. Ziaee, M., Hassan Pour, M., & Parsa Shakib, S. (2021). Tourism industry crisis management model Development Case study: Pandemic crisis of COVID-19 virus. *Tourism Planning and Development*, 10(37), 65-97. doi: [10.22080/JTPD.2021.21083.3499.3298](https://doi.org/10.22080/JTPD.2021.21083.3499.3298)

12. Ziaee, M., Mahmoudzade, S. M., & Shahi, T. (2017). Prioritization of Factors Influencing Implementing Green Supply Chain Management in the Tourism Industry. *Geography and Development*, 15(46), 19-34. doi: [10.22111/GDIJ.2017.3028](https://doi.org/10.22111/GDIJ.2017.3028)



استناد به این مقاله: جهان‌دیده، امیرحسین، اصغری‌زاده، عزت‌الله. (۱۴۰۲). طراحی مدل پایداری زنجیره تأمین صنعت گردشگری ایران با تأکید بر شرایط همه‌گیری ویروس کرونا. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۸(۶۴)، ۱۰۳-۱۴۴.

doi: [10.22054/tms.2023.74975.2862](https://doi.org/10.22054/tms.2023.74975.2862)



Tourism Management Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.