



Geography and Tourism Planning quarterly

Online ISSN:

Journal Homepage: <https://gtp.khu.ac.ir>



Kharazmi University

search Paper

The Role of Persian Carpets in Sustainable Tourism Development: Examining the Factors Influencing Tourist Attraction to the Persian Carpet Industry

Arezoosadat Hashemiamin✉: *Department of Management, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran.*

Mohammadhossein Zeynalabedinzadeh Mashhadi: *CEO of Persian Mashhad Carpet Factory; Member of the Executive Board of the Textile Association of Razavi Khorasan Province, Iran.*

Keywords:

Persian Carpet,
Sustainable tourism
development,
Thematic Analysis,
Tourist attraction

Received:
26 January 2025

Received in
revised form:
02 March 2025

Accepted:
04 March 2025

pp: 40-56

ABSTRACT

This study aims to examine the role of Persian carpets in sustainable tourism development and to propose optimal strategies for enhancing their position in global markets. Cultural tourism is a key factor in attracting international tourists to Iran, and Persian carpets, as symbols of art and national identity, can play a significant role in this domain. The research employs a qualitative methodology and a thematic analysis strategy. The study's sample consists of 35 experts from the tourism and carpet industries, selected through purposive sampling. Data were collected through semi-structured interviews and analyzed using open and axial coding in MAXQDA software. The findings reveal seven key dimensions—economic, cultural, geographical, social, political, environmental, and technological—that influence the appeal of carpet-based tourism. The results suggest that strategies such as establishing carpet museums as tourist attractions, organizing specialized carpet tours, promoting eco-friendly production, leveraging digital marketing, and developing government support infrastructures can enhance the role of the carpet industry in tourism. This research provides strategic insights for policymakers, tourism professionals, and carpet manufacturers, emphasizing the synergy between traditional craftsmanship and tourism innovation. By adopting these approaches, the Persian carpet industry can strengthen and expand its position in the global tourism market.

DOI:

Corresponding author (Email: mhzeynm@gmail.com)

Copyright © 2022 The Authors. Published by Kharazmi University. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Extended Abstract

Introduction

This study investigates the role of Persian carpets in sustainable tourism development and presents strategic approaches to enhance their position in global markets. Cultural tourism plays a vital role in attracting international visitors to Iran, and Persian carpets, with their rich history and exceptional artistry, hold the potential to significantly contribute to this sector. As symbols of national identity and cultural heritage, Persian carpets offer a unique opportunity to integrate traditional craftsmanship with the growing demand for sustainable tourism experiences. This research aims to identify key factors that influence the global appeal of Persian carpets and propose strategies for promoting them within the broader context of cultural tourism.

The study adopts a qualitative research methodology, employing thematic analysis to explore the various dimensions that shape the market for Persian carpets in tourism. A purposive sample of 35 experts from the tourism and carpet industries was selected to provide insights into the complex relationships between carpet production, cultural tourism, and sustainable practices. Data were collected through semi-structured interviews, and the analysis was conducted using MAXQDA software to identify key themes that emerged from the interviews.

The findings reveal seven critical dimensions that affect the attractiveness of Persian carpet-based tourism: economic, cultural, geographical, social, political, environmental, and technological. These factors play an integral role in determining how Persian carpets can be better positioned within the tourism industry and contribute to the goals of sustainable development. Economic factors, such as production costs, raw material prices, and labor conditions, significantly influence the accessibility and marketability of Persian carpets. Fluctuations in these economic elements can impact the affordability and appeal of carpets to tourists. The study highlights the need for careful management of these economic aspects to ensure that Persian carpets remain competitive while also accessible to a broader audience. In addition, the role of tourism-related expenses—such as costs associated with transportation, accommodations, and entry fees to carpet-related cultural sites—affects the overall experience for visitors and influences their decisions to engage with Persian carpets. Cultural factors also play a crucial role in the tourism potential of Persian carpets. The rich historical significance of carpet motifs, the symbolic meanings embedded in each design, and the intricate weaving techniques contribute to the cultural value of Persian carpets. As visitors increasingly seek authentic and meaningful travel experiences, the study suggests that incorporating educational programs, exhibitions, and storytelling initiatives that focus on the cultural heritage of Persian carpets can enhance their appeal. By emphasizing the artistry and history of Persian carpets, tourists can develop a deeper connection to Iranian culture, which increases the desirability of engaging with these products. Geographical considerations further enhance the attractiveness of Persian carpets within the tourism industry. Major carpet-producing cities such as Isfahan, Tabriz, and Kashan are located in areas that already attract significant tourist traffic. These cities offer opportunities for integrating Persian carpets into tourism itineraries, with the potential for visitors to explore carpet-making workshops, museums, and exhibitions. The close proximity of carpet production hubs to other cultural and historical sites creates a unique opportunity for specialized carpet tours that highlight the craftsmanship and cultural significance of Persian carpets. Social aspects also influence the role of Persian carpets in sustainable tourism. Effective marketing strategies, community engagement, and the development of tourism-related activities that emphasize the social dimensions of carpet-making are essential for fostering a meaningful connection between visitors and the local culture. The involvement of local artisans, communities, and tourism professionals in promoting Persian carpets can help create immersive experiences, such as hands-on weaving workshops and cultural events, which enrich the overall visitor experience. These social initiatives can also generate economic benefits for local communities by creating new opportunities for employment and cultural exchange. The political and legal framework surrounding the Persian carpet industry plays an important role in ensuring its sustainability. Government regulations, intellectual property protections, trade policies, and quality standards are critical for maintaining the integrity and competitiveness of the industry.

The study suggests that favorable government policies, such as those that support the protection of traditional craftsmanship and promote international trade, are essential for strengthening the position of Persian carpets in global markets. Moreover, the provision of incentives for sustainable production practices can contribute to both the preservation of traditional methods and the alignment of the carpet industry with broader environmental goals. Environmental considerations are increasingly important in the context of sustainable tourism, and the Persian carpet industry is no exception. The use of eco-friendly production methods, including natural dyes, sustainable raw materials, and environmentally responsible manufacturing processes, aligns with global trends toward sustainable tourism practices. As tourists become more environmentally conscious, they are drawn to destinations and products that reflect their values. The study highlights that emphasizing the ecological advantages of Persian carpets, such as the use of natural fibers and organic dyes, can attract eco-conscious travelers and enhance the marketability of these carpets as sustainable products. Technological advancements offer significant opportunities for expanding the global reach of Persian carpets within the tourism sector. The study underscores the potential of digital marketing, online sales platforms, and virtual reality experiences in promoting Persian carpets to a wider audience. By leveraging technology, the carpet industry can create innovative ways for tourists to engage with Persian carpets, such as virtual exhibitions, interactive museum displays, and online marketplaces. These digital initiatives not only increase global visibility but also create opportunities for potential buyers to experience Persian carpets from anywhere in the world.

In conclusion, this study underscores the importance of a comprehensive, multi-dimensional approach to promoting Persian carpets as part of sustainable tourism development. The integration of economic, cultural, social, geographical, political, environmental, and technological factors is essential to ensuring the success and sustainability of the Persian carpet industry within the global tourism market. By fostering collaboration between carpet artisans, tourism professionals, and policymakers, and by implementing strategies that promote responsible tourism, the Persian carpet industry can strengthen its position in the market while preserving its cultural heritage. The study offers valuable insights for policymakers, industry professionals, and tourism experts, emphasizing the potential for Persian carpets to contribute to the sustainability of cultural tourism while providing long-term economic and environmental benefits.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

All authors contributed equally to the conceptualization, design, and writing of the manuscript. They have all reviewed and approved the final version of the paper and agreed on all aspects of the work. The authors declare no competing interests.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all who assisted us to conduct this research.



فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری

شاپای الکترونیکی:

درگاه مجله: <https://gtp.khu.ac.ir>



مقاله پژوهشی

نقش فرش ایرانی در توسعه پایدار گردشگری: بررسی عوامل مؤثر بر جذب گردشگران به صنعت فرش ایرانی

آرزو سادات هاشمی امین*: گروه آموزشی مدیریت، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.
محمد حسین زین العابدین زاده مشهدی: مدیرعامل کارخانه فرش مشهد پارسیان؛ عضو هیئت مدیره انجمن نساجی استان خراسان رضوی، مشهد، ایران

ارجاع: هاشمی امین، آرزو سادات؛ زین العابدین زاده مشهدی، محمد حسین. (۱۴۰۴). نقش فرش ایرانی در توسعه پایدار گردشگری: بررسی عوامل مؤثر بر جذب گردشگران به صنعت فرش ایرانی، *جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری*، ۱(۲)، ۴۰-۵۶.
DOI:

چکیده:

این پژوهش با هدف بررسی نقش فرش ایرانی در توسعه پایدار گردشگری و ارائه راهبردهای بهینه برای تقویت جذب گردشگران به صنعت فرش ایرانی انجام شده است. گردشگری فرهنگی یکی از عوامل کلیدی در جذب گردشگران بین المللی به ایران است و فرش ایرانی، به عنوان نمادی از هنر و هویت ملی، می تواند سهم بسزایی در این حوزه ایفا کند. پژوهش حاضر از روش کیفی و استراتژی تحلیل مضمون بهره گرفته است. جامعه آماری این پژوهش شامل ۳۵ نفر از خبرگان صنعت گردشگری و فرش بود که با استفاده از روش نمونه گیری هدفمند انتخاب شدند. داده ها از طریق مصاحبه های نیمه ساختاریافته گردآوری شده و با استفاده از روش کدگذاری باز و محوری در نرم افزار MAXQDA تحلیل شدند. نتایج پژوهش نشان داد که هفت بُعد کلیدی - اقتصادی، فرهنگی، جغرافیایی، اجتماعی، سیاسی، محیطی و فناورانه - در افزایش جذابیت گردشگری مبتنی بر فرش ایرانی تأثیرگذار هستند. یافته ها نشان می دهد که راهکارهایی مانند توسعه موزه های فرش به عنوان مقاصد گردشگری، برگزاری تورهای تخصصی فرش، ترویج تولیدات سازگار با محیط زیست، بهره گیری از بازاریابی دیجیتال و ایجاد زیرساخت های حمایتی دولتی می تواند سهم صنعت فرش در گردشگری را تقویت کند. این پژوهش ضمن ارائه بینش های راهبردی برای سیاست گذاران، فعالان صنعت گردشگری و تولیدکنندگان فرش، بر اهمیت هم افزایی میان هنر سنتی و نوآوری های گردشگری تأکید دارد تا صنعت فرش ایرانی بتواند جایگاه خود را در بازار گردشگری جهانی تثبیت و توسعه دهد.

واژه های کلیدی:

فرش ایرانی، توسعه پایدار گردشگری، تحلیل مضمون، جذب گردشگران.

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۱۱/۰۷

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۱۲/۱۲

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۱۲/۱۴

صفحات: ۴۰-۵۶

ناشر:

دانشگاه خوارزمی

مقدمه

فرش ایرانی از دیرباز نه تنها به عنوان اثری هنری با ارزش زیبایی شناختی مطرح بوده، بلکه جایگاه فرهنگی ویژه‌ای نیز داشته و بازتاب‌دهنده‌ی شرایط اجتماعی، اقتصادی و تاریخی دوران خود محسوب می‌شود (Sharbatian & Bagheri, 2021). گسترش و تداوم این هنر را می‌توان متأثر از ویژگی‌های فرهنگی ایرانیان و شرایط اقلیمی و جغرافیایی منطقه دانست (Zakariaee Kermani & Salimi, 2024). در میان گونه‌های مختلف قالی‌های ایرانی، فرش‌های تصویری مربوط به دوران قاجار، نمایانگر هویت ملی و فرهنگ بومی این سرزمین هستند. این آثار با تلفیق نقوش سنتی و نوآوری‌های هنری، به عنوان اسنادی بصری از باورها، ارزش‌ها و تحولات اجتماعی آن دوره عمل می‌کنند. از این رو، تحلیل این قالی‌ها می‌تواند به درک بهتر بازتاب هویت ملی در قالب عناصر بصری و مفاهیم تصویری کمک کند (Reshadi et al., 2023).

فرش ایرانی که قدمتی چند هزار ساله در فرهنگ این سرزمین دارد، علاوه بر ارزش اقتصادی، یکی از نمادهای برجسته‌ی هویت فرهنگی ایران در سطح بین‌المللی محسوب می‌شود. با این حال، این صنعت با چالش‌های متعددی روبه‌رو است. از منظر سازمانی، مدیریتی، تولیدی و به‌ویژه در حوزه‌ی تجارت و بازاریابی، فرش ایرانی دچار افت شده و در بازارهای جهانی با رقابت‌های شدیدی مواجه گردیده است (Ahmadifard & Farhadian, 2023). بی‌توجهی به اصول بازاریابی و استراتژی‌های تجاری که فرآیندهای تولید را نیز شامل می‌شود، موجب شده است که فرش دستباف ایران جایگاه رقابتی خود را با تهدیدهای جدی در سطح داخلی و بین‌المللی مواجه ببیند (Mohammadi Ostadkelayeh et al., 2017). کمبود راهبردهای بازاریابی مؤثر، ضعف در زنجیره‌ی تأمین و ارائه‌ی خدمات پس از فروش، چالش‌های متعددی را برای صنعت فرش دستباف ایران به همراه داشته است. با وجود کیفیت بالای این محصول ارزشمند، در سال‌های اخیر شاهد کاهش میزان تولید و صادرات آن بوده‌ایم، به گونه‌ای که موقعیت رقابتی ایران در بازارهای جهانی نسبت به سایر رقبا تضعیف شده است (Pourmoradian et al., 2021).

با در نظر گرفتن اهمیت مطالعه‌ی روند تکامل قالیبافی در ایران، این هنر در گذر زمان از یک فعالیت دستی خانگی به صنعتی مهم در شهرها تبدیل شده که نه تنها بر اقتصاد ملی تأثیرگذار بوده، بلکه توجه بازارهای بین‌المللی را نیز به خود جلب کرده است. افزون بر این، پیچیدگی طرح‌ها و نمادهای به کاررفته در فرش‌های ایرانی، به‌ویژه در قالی‌های کرمان، بازتاب‌دهنده‌ی باورها و مفاهیم فرهنگی عمیقی است که ارتباط میان هنر و هویت را آشکار می‌سازد (Sharbatian & Bagheri, 2021). در این راستا، به منظور غلبه بر چالش‌های صنعت فرش و بهره‌گیری از فرصت‌های موجود در حوزه‌ی گردشگری و بازاریابی، بررسی و درک ارتباط میان رفتار فروشندگان و گردشگران از اهمیت بالایی برخوردار است. طراحی و اجرای الگوهای رفتاری مناسب در راستای توسعه‌ی گردشگری مبتنی بر تجارت، می‌تواند به رشد این صنعت کمک کند؛ چرا که شیوه‌ی تعامل و رفتار تجاری فروشندگان، به عنوان بخشی از جامعه‌ی میزبان، در نگاه گردشگران تأثیرگذار بوده و می‌تواند آنان را به خرید ترغیب کند. تحلیل عوامل مؤثر بر رفتار خرید گردشگران این امکان را برای بازاریابان و برنامه‌ریزان فراهم

می‌آورد که الگوهای پیش‌بینی‌کننده‌ی خرید را شناسایی کرده و استراتژی‌های جامع‌تری تدوین کنند. این رویکرد نه تنها موجب افزایش نرخ خرید می‌شود، بلکه نگرش مثبت‌تری نسبت به مقصد گردشگری در میان بازدیدکنندگان ایجاد می‌کند (Gidebo, 2021).

علاوه بر این، مشتریان به‌عنوان یکی از ارکان اساسی آمیخته بازاریابی بازاریابی در صنعت گردشگری شناخته می‌شوند و در این میان، نقش فرهنگ غیرقابل‌انکار است. درک تفاوت‌های فرهنگی میان گردشگران و جوامع میزبان، به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی موفقیت، می‌تواند تأثیر بسزایی در توسعه‌ی گردشگری بین‌المللی داشته باشد (Bei, 2024). با این حال، تصمیم‌گیری‌های نادرست در مدیریت بازارهای گردشگری می‌تواند پیامدهای نامطلوبی به همراه داشته باشد. اشتباهات استراتژیک در این حوزه ممکن است موجب تضعیف تصویر ذهنی مقصد گردشگری شده و در نتیجه، کاهش ورود گردشگران را به دنبال داشته باشد (Bei, 2024).

هنر و صنعت فرش دستبافت ایران به‌عنوان یکی از منابع کلیدی ارزآوری، به ویژه از طریق جذب گردشگران، از ارکان مهم صادرات غیرنفتی محسوب می‌شود. اخیراً رقابت منطقه‌ای در خصوص توسعه گردشگری بر اساس علاقمندی گردشگران به هنر و صنعت فرش، مورد توجه قرار گرفته و استراتژی‌های مدیریتی ویژه‌ای طراحی شده‌اند. متأسفانه ایران در این مسیر نتوانسته است جایگاه خود را حفظ نموده و گسترش دهد. بر این اساس، پژوهشهای پایه در خصوص بررسی تأثیر هنر و صنعت فرش ایران بر جذب گردشگران و توسعه گردشگری می‌تواند با فراهم آوردن اطلاعات اساسی، به برنامه‌ریزی هدفمند و مدیریت استراتژیک در این حوزه کمک نماید. از یویی، علی‌رغم جایگاه برجسته فرش ایرانی در فرهنگ و اقتصاد کشور، تاکنون بررسی جامعی از نقش آن در توسعه پایدار گردشگری صورت نگرفته است. مرور مطالعات پیشین نشان می‌دهد که تحقیقات عمدتاً بر ابعاد اقتصادی و هنری فرش متمرکز بوده‌اند (Balouchi & Nematollahi, 2021; Ghorahshi et al., 2023)، اما پژوهشی که به‌طور خاص رابطه میان فرش ایرانی و گردشگری پایدار را از منظر تحلیل مضمون بررسی کند، در ادبیات مشاهده نشده است. از این رو، این مطالعه به دنبال پاسخ به این پرسش است که چگونه می‌توان از ظرفیت‌های فرش ایرانی برای تقویت جایگاه آن در توسعه پایدار گردشگری بهره برد. این پژوهش با استفاده از روش کیفی و تحلیل مضمون، عوامل مؤثر بر جذب گردشگران از طریق صنعت فرش را شناسایی کرده و استراتژی‌هایی برای ارتقای تعامل میان گردشگری و هنر فرش ارائه خواهد داد.

ادبیات نظری

فرش‌های ایرانی بخشی جدایی‌ناپذیر از فرهنگ و تاریخ این سرزمین محسوب می‌شوند. یکی از قدیمی‌ترین نمونه‌های شناخته‌شده، فرش پازیریک است که نشان‌دهنده‌ی مهارت‌های پیشرفته‌ی بافندگی در ایران باستان بوده و مطالعات حاکی از آن است که نقوش آن بازتابی از باورهای مذهبی کهن، به‌ویژه زرتشتی‌گری و میترائیسم، است که بیانگر پیوند عمیق معنویت با هنر طراحی فرش می‌باشد (Ladan & Connor, 2023). تاریخ پرتحول ایران نقش مهمی در تکامل هنر فرش‌بافی ایفا کرده است. از جمله، حملات مغول و تأسیس سلسله ایلخانان

تأثیرات فرهنگی و هنری جدیدی را به همراه داشت که به غنای بصری و تنوع طراحی‌های فرش ایرانی افزود (Ahani et al., 2016).

افزون بر این، بررسی‌ها نشان می‌دهند که نقوش و طرح‌های به‌کاررفته در فرش‌های ایرانی، بازتاب‌دهنده‌ی جنبه‌های مختلف باورها و فرهنگ ایرانی هستند؛ این عناصر می‌توانند نمادهایی از حفاظت در برابر شر یا بازنمایی‌هایی از طبیعت و چرخه‌ی زندگی باشند (Ni & Kaner, 2020). عناصر طراحی در فرش‌های ایرانی به دلیل الگوهای پیچیده و نمادین خود شناخته می‌شوند که بازتابی از مفاهیم عمیق فرهنگی و تاریخی هستند. پژوهش‌های اخیر این الگوها را به دو دسته‌ی اصلی تقسیم کرده‌اند: اشکال هندسی و نقوش گل‌دار که هرکدام حامل روایت‌های فرهنگی منحصربه‌فردی هستند. به‌عنوان نمونه، طرح‌های هندسی که در میان قبایل کوچ‌نشین، به‌ویژه قشقایی‌ها و ترکمن‌ها متداول است، اغلب هویت قبیله‌ای و باورهای معنوی مرتبط با حفاظت روحانی را به تصویر می‌کشد (Shahri & Ashgehsou, 2019). علاوه بر این، برخی از نقوش همچون "درخت زندگی" نمادی از رشد، پویایی و ارتباط انسان با طبیعت محسوب می‌شود و جایگاه ویژه‌ای در طراحی فرش‌های ایرانی دارد (Rosati, 2020). تحلیل تطبیقی طرح‌های فرش ایرانی نشان داده است که تأثیرات هنر اسلامی در دوره‌های مختلف تاریخی موجب غنای بصری و تحول مداوم این هنر شده و آن را به یکی از شاخص‌ترین نمادهای بیان هنری در فرهنگ ایران تبدیل کرده است (Ahani et al., 2016).

مواد اولیه‌ی به‌کاررفته در تولید فرش‌های ایرانی نقش تعیین‌کننده‌ای در کیفیت، دوام و زیبایی این آثار هنری دارند. در سال‌های اخیر، مطالعات علمی پیشرفت‌های قابل‌توجهی در تکنیک‌های رنگرزی را بررسی کرده‌اند که موجب افزایش درخشندگی و ماندگاری رنگ‌ها در این فرش‌ها شده است. برای نمونه، تحقیقات پیرامون روش‌های سنتی رنگرزی با استفاده از گیاه "مادر" نشان داده‌اند که چگونه رنگ‌های طبیعی در ایجاد طیف‌های خاص و ماندگار در فرش‌های ایرانی قرن بیستم به کار گرفته شده‌اند (Chahardoli et al, 2019). افزون بر این، بررسی‌های انجام‌شده بر ترکیبات شیمیایی رنگ‌های تاریخی، نه‌تنها به درک بهتر مهارت‌های سنتی رنگرزی کمک می‌کند، بلکه چشم‌اندازهای جدیدی در تحلیل تکنیک‌های هنری و نوآوری‌های به‌کاررفته در تولید این دستبافته‌های ارزشمند ارائه می‌دهد (Chahardoli et al., 2019). این صنعت که از دیرباز یکی از پایه‌های اقتصاد محلی بوده است، نه‌تنها فرصت‌های شغلی بسیاری را فراهم کرده، بلکه به‌عنوان یکی از منابع مهم ارزآوری و صادرات غیرنفتی کشور محسوب می‌شود. بااین‌حال، جهانی‌شدن و رقابت با محصولات مصنوعی، چالش‌هایی را برای این هنر دیرینه به همراه داشته است. مطالعات نشان می‌دهند که اگرچه فرش‌های دست‌باف ایرانی به دلیل ظرافت و کیفیت برتر خود از ارزش بالایی برخوردارند، اما در بازار جهانی با نمونه‌های ارزان‌تر و تولید انبوه مواجه هستند که بر جایگاه آن‌ها تأثیر گذاشته است (Mirzaei, 2019).

فرش‌های ایرانی، به‌عنوان نمادهایی از تاریخ و فرهنگ این سرزمین، نقش مهمی در جاذبه‌های گردشگری ایفا می‌کنند. پیشینه‌ی این هنر به دوران ایران باستان بازمی‌گردد و شواهد نشان می‌دهند که سنت بافندگی فرش در ایران دست‌کم به ۵۰۰ سال پیش از میلاد مسیح می‌رسد. دقت و مهارت هنری به‌کاررفته در خلق این فرش‌ها، بیانگر

میراث فرهنگی غنی ایران است که قرن‌ها توجه بازدیدکنندگان داخلی و خارجی را به خود جلب کرده است (Mousavi Hejazi et al, 2006). فرش‌های ایرانی نه تنها جنبه‌ی تزئینی دارند، بلکه به‌عنوان اسنادی ملموس از تاریخ و تکامل هنری این سرزمین شناخته می‌شوند. این آثار، ترکیبی از نوآوری‌های هنری و تکنیک‌های سنتی را به نمایش می‌گذارند و به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی در جذب گردشگرانی که به فرهنگ و هنر علاقه‌مند هستند، عمل می‌کنند (Ahani et al., 2016). فرش‌های ایرانی نه تنها به دلیل ارزش هنری و تاریخی خود، بلکه به واسطه‌ی جایگاه فرهنگی‌شان به یکی از جاذبه‌های برجسته‌ی گردشگری تبدیل شده‌اند. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که فرش‌های ایرانی نقش مهمی در ساختار اجتماعی و فرهنگی این سرزمین ایفا می‌کنند و در منازل نه تنها به‌عنوان وسایلی زینتی، بلکه به‌عنوان نمادی از جایگاه اجتماعی و مهمان‌نوازی مورد استفاده قرار می‌گیرند (Zolfalipour, 2024).

در مطالعه‌ی مروری و تحلیلی که به بررسی ویژگی‌های فرش‌های ایرانی از منظر تاریخی در دوران اسلامی می‌پردازد نتایج مطالعه نشان می‌دهند که موتیف‌های طراحی چینی تأثیر قابل توجهی بر فرش ایرانی گذاشته و این تأثیرات در طول قرون بعدی ادامه یافته است و این امر طبعاً عامل جذب گردشگران علاقه‌مند به میراث سنتی ایران محسوب می‌شود (Ni & Kaner, 2020).

در مطالعه‌ای که به بررسی نقش هوش فرهنگی فروشندگان فرش دستبافت در توسعه گردشگری می‌پردازد، نتایج تحقیق نشان می‌دهند که هوش فرهنگی فروشندگان تأثیر قابل توجهی بر توسعه گردشگری دارد و این تأثیر در سطح جهانی و محلی مشهود است. همچنین، این تحقیق تأیید می‌کند که انصاف قیمتی و قیمت‌گذاری منصفانه برای گردشگران خارجی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و در جذب گردشگران مؤثر است. در نهایت، تأثیر تنوع‌طلبی گردشگران در انتخاب مقاصد گردشگری نیز به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی در توسعه گردشگری شناخته شده است (Hossein Balouchi & Majid Nematollahi, 2020).

این ویژگی‌های فرهنگی نه تنها تجربه‌ی گردشگران را غنی‌تر می‌سازد، بلکه به آن‌ها درک عمیق‌تری از ارزش‌ها و آیین‌های جامعه‌ی ایرانی ارائه می‌دهد. جاذبه‌ی زیبایی‌شناختی فرش‌های ایرانی یکی از عوامل کلیدی در جذب گردشگران محسوب می‌شود. این آثار که به‌خاطر طراحی‌های پیچیده، ترکیب رنگ‌های زنده و مهارت فوق‌العاده در بافت شهرت دارند، به‌عنوان نمونه‌های برجسته‌ای از هنر سنتی ایران شناخته می‌شوند. هر فرش با الگوهای منحصربه‌فرد خود، داستانی را روایت می‌کند که بسته به منطقه‌ی تولید، تفاوت‌های چشمگیری دارد- برای مثال، نقش‌های مجلل و هندسی فرش‌های تبریز در مقابل طرح‌های گل‌دار و ظریف فرش‌های اصفهان (Shadlou, 2024). هنر بافندگی در این فرش‌ها نه تنها نشان‌دهنده‌ی زیبایی بصری آن‌هاست، بلکه مهارت و ذوق صنعتگرانی را که این هنر را از نسل‌های پیشین به ارث برده‌اند، به نمایش می‌گذارد. این ویژگی در بازاربایی گردشگری به‌شدت مورد توجه قرار گرفته و به‌عنوان یکی از عوامل اصلی جذب بازدیدکنندگانی که به صنایع دستی و هنرهای سنتی علاقه دارند، مطرح شده است (Mirzaei, 2019). پیچیدگی هنری و جذابیت بصری فرش‌های ایرانی همچنین آن‌ها را به یادگاری‌های ارزشمندی برای گردشگرانی تبدیل می‌کند که مایل‌اند بخشی از فرهنگ ایرانی را با خود همراه ببرند. رابطه‌ی پیچیده‌ای بین گردشگری و صنعت فرش ایرانی وجود دارد.

افزایش علاقه جهانی به این فرش‌ها باعث افزایش تقاضا شده است که به نفع صنعتگران محلی و توسعه اقتصادی در مناطقی که به‌عنوان مراکز تولید فرش شناخته می‌شوند، عمل کرده است (Ghorahshi et al., 2023). اما این رشد با چالش‌هایی همراه است، از جمله حفظ کیفیت در کنار افزایش تقاضای تولید و مقابله با نگرانی‌های اخلاقی مرتبط با شیوه‌های کاری (Ni & Kaner, 2020). تحقیقات نشان می‌دهند که در حالی که گردشگری می‌تواند به افزایش آگاهی و ارزیابی فرش‌های ایرانی کمک کند، اما نیازمند اتخاذ شیوه‌های پایدار برای حفظ هنرهای سنتی است تا این میراث به نسل‌های آینده منتقل شود (Shadlou, 2024).

در این راستا، ادبیات علمی به‌طور فزاینده‌ای بر اهمیت فرش‌های ایرانی به‌عنوان جاذبه‌های گردشگری تأکید دارد. عمق تاریخی، ارزش فرهنگی، زیبایی‌شناسی هنری و تأثیر اقتصادی این فرش‌ها، داستانی جذاب ایجاد می‌کند که گردشگران از سرتاسر جهان را به خود جذب می‌کند. تحقیقات آینده می‌تواند به بررسی استراتژی‌های ترویج شیوه‌های گردشگری پایدار در صنعت فرش ایرانی بپردازد، به‌طوری که میراث غنی این هنر همچنان حفظ شود. این مرور به یکپارچه‌سازی یافته‌های مختلف از مطالعات دهه‌ی گذشته پرداخته و درک عمیق‌تری از نقش فرش‌های ایرانی به‌عنوان جاذبه‌های گردشگری فراهم می‌آورد. ادامه تحقیقات در زمینه روندهای مدرن و تلاش‌های حفاظتی می‌تواند به افزایش قدردانی از این هنر پایدار کمک کند.

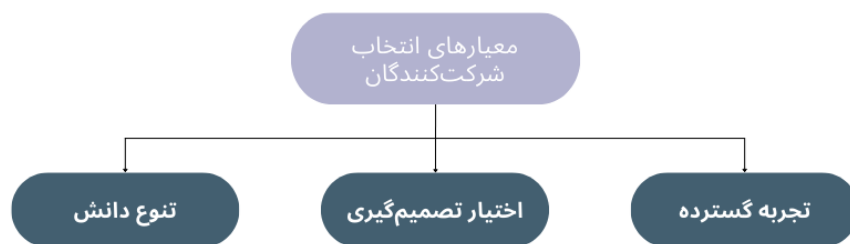
روش تحقیق

این پژوهش از یک رویکرد کیفی بهره گرفته است که به بررسی عمیق عوامل موثر بر جذب گردشگران به صنعت فرش ایرانی می‌پردازد. روش تحلیل مضمون به‌عنوان استراتژی پژوهشی انتخاب شده است، زیرا این روش به شناسایی، تحلیل و تفسیر الگوها و مضامین کلیدی در داده‌های کیفی کمک می‌کند و امکان استخراج دیدگاه‌های تخصصی ذینفعان را فراهم می‌سازد. این پژوهش با هدف شناسایی و تحلیل عوامل تأثیرگذار بر توسعه پایدار گردشگری فرش ایرانی انجام شده است. همچنین، هرچند نظرسنجی از گردشگران بین‌المللی می‌توانست به غنای پژوهش بیفزاید، اما به دلیل محدودیت‌های عملی در دسترسی به این گروه، هزینه‌های بالا، دشواری‌های ارتباطی و عدم امکان اجرای یک نمونه‌گیری تصادفی گسترده، داده‌های پژوهش بر اساس نظرات خبرگان، متخصصان و ذینفعان کلیدی صنعت فرش و گردشگری گردآوری شده است. تمرکز بر نظرات این گروه امکان ارائه تحلیلی دقیق و کاربردی از عوامل تأثیرگذار در صنعت فرش ایرانی به‌عنوان یک جاذبه گردشگری را فراهم کرده است. این فرآیند در قالب چارچوب پیشنهادی براون و کلارک (۲۰۰۶) انجام شده و شامل مراحل زیر است:

طراحی تحقیق و جمع‌آوری داده‌ها

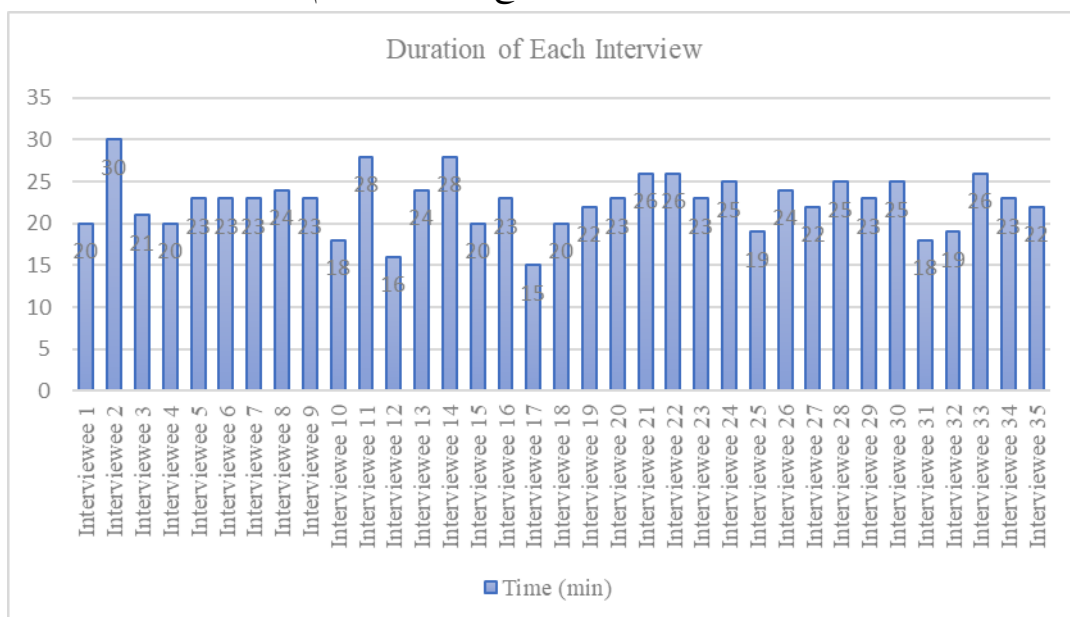
طراحی این تحقیق و فرآیند جمع‌آوری داده‌ها با دقت و برنامه‌ریزی دقیق انجام شد تا بیشترین دقت و اعتبار ممکن حاصل شود. در گام نخست، شرکت‌کنندگانی از میان متخصصان و ذینفعان کلیدی در صنعت فرش و گردشگری انتخاب شدند. این گروه شامل ۳۵ نفر از خبرگان این حوزه بود که از طریق نمونه‌گیری هدفمند

گزینش شدند. این تعداد بر اساس منطق اشباع نظری انتخاب شد، به این معنا که پس از انجام ۳۵ مصاحبه، داده‌های جدید بینش تازه‌ای ارائه نکردند و اطلاعات به حد کفایت برای تحلیل مضمون رسید. از این تعداد، ۱۵ نفر از سراسر ایران و ۲۰ نفر به‌طور خاص از استان خراسان رضوی انتخاب شدند. معیارهای انتخاب شامل داشتن حداقل ۱۰ سال تجربه حرفه‌ای در این صنعت، مشارکت در تصمیم‌گیری‌های استراتژیک و دانش تخصصی در زمینه گردشگری و فرش بود. این افراد از طیف‌های مختلفی همچون مدیران ارشد شرکت‌های تولید فرش، سیاست‌گذاران دولتی، متخصصان بازاریابی بین‌المللی و کارشناسان میراث فرهنگی بودند که حضورشان به ایجاد یک دیدگاه جامع و چندوجهی کمک کرد. شکل ۱ همچنین نشان‌دهنده معیارهای انتخاب شرکت‌کنندگان به‌طور کلی می‌باشد.



شکل (۱). معیارهای انتخاب شرکت‌کنندگان

برای گردآوری داده‌ها، از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. این مصاحبه‌ها شامل سؤالاتی باز بود که به شرکت‌کنندگان اجازه می‌داد دیدگاه‌های خود را به‌طور کامل و تفصیلی بیان کنند. هر مصاحبه بین ۱۵ تا ۳۰ دقیقه به طول انجامید و یا به‌صورت حضوری یا از طریق پلتفرم‌های آنلاین انجام شد. پرسش‌هایی نظیر «چه عناصری از فرش‌های ایرانی برای گردشگران جذاب است؟» و «چالش‌های اصلی صنعت فرش در تعامل با گردشگران چیست؟» مطرح شد تا ابعاد مختلف موضوع روشن شود. اطلاعات حاصل از این مصاحبه‌ها در قالب یک تحلیل ساختاریافته بررسی شد. در ادامه در شکل ۲ توزیع زمانی مدت انجام هر مصاحبه آورده شده است.

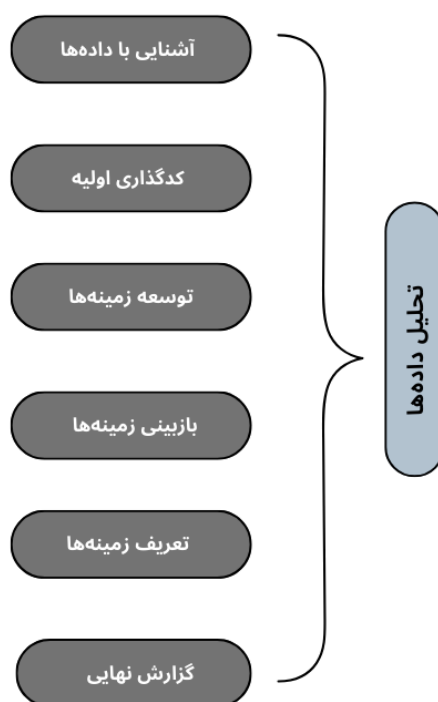


شکل (۲). توزیع زمانی مدت انجام هر مصاحبه

تحلیل داده‌ها

تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA انجام شد و در چند مرحله پیش رفت. در مرحله نخست، محققان با داده‌ها آشنا شدند و متن مصاحبه‌ها را چندین بار مرور کردند تا درک جامعی از محتوا حاصل شود. در ادامه، داده‌های خام به واحدهای معنایی کوچکتر تقسیم شدند و هر بخش با کدهای توصیفی مشخص شد. این مرحله که به کدگذاری باز معروف است، منجر به استخراج ۹۷ کد اولیه شد که موضوعاتی نظیر هزینه مواد اولیه، جذابیت فرهنگی فرش و نقش فناوری در فروش آنلاین را پوشش می‌داد. پس از آن، کدهای مشابه در قالب مضامین کلی‌تر گروه‌بندی شدند که در نهایت به شناسایی ۱۶ مؤلفه فرعی و ۷ مضمون اصلی انجامید. این مضامین شامل عوامل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، جغرافیایی، سیاسی، محیطی و تکنولوژیکی بودند.

پس از تعیین این مضامین، مرحله بازبینی آن‌ها آغاز شد. این فرآیند به منظور اطمینان از انسجام و هم‌راستایی نتایج انجام شد. برای مثال، مضامین مرتبط با عوامل محیطی، از جمله پایداری تولید و استفاده از مواد اولیه طبیعی، به طور مجدد بررسی و ارزیابی شدند تا از ارتباط منطقی آن‌ها با یافته‌های دیگر اطمینان حاصل شود. سپس هر مضمون به گونه‌ای تعریف و نام‌گذاری شد که جوهره اصلی آن را منعکس کند. به عنوان نمونه، عوامل فرهنگی شامل جنبه‌هایی همچون نمایشگاه‌های هنری و روایت‌های تاریخی مرتبط با فرش ایرانی بود. در نهایت، نتایج به صورت ساختاریافته تدوین شد و نقل‌قول‌هایی از شرکت‌کنندگان نیز برای ارائه یک تصویر واقعی‌تر از یافته‌ها در متن گنجانده شد. همچنین، نمایش شماتیک تحلیل داده‌ها که پیشنهاد شده است، در شکل ۳ نشان داده شده است.



شکل (۳). معیارهای انتخاب شرکت‌کنندگان

برای افزایش اعتبار و دقت نتایج، مجموعه‌ای از اقدامات تکمیلی نیز صورت گرفت. نخست، یافته‌های اولیه با شرکت‌کنندگان به اشتراک گذاشته شد تا از صحت تفسیرهای انجام‌شده اطمینان حاصل شود. این مرحله که تحت عنوان بررسی اعضا شناخته می‌شود، به کاهش هرگونه سوگیری پژوهشی کمک کرد. علاوه بر این، داده‌های به‌دست‌آمده با منابع ثانویه‌ای همچون گزارش‌های صنعت فرش و مطالعات پیشین تطبیق داده شد تا اعتبار نتایج افزایش یابد. همچنین، برای بررسی قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها، دو کدگذار مستقل داده‌ها را تحلیل کردند که نتیجه آن ضریب کاپای کوهن برابر با ۰٫۷۰۵ بود، نشان‌دهنده توافق قابل قبول میان تحلیلگران داده. در فرآیند تحقیق، شرکت‌کنندگان تا مرحله اشباع نظری جذب شدند. این مرحله زمانی حاصل شد که پس از انجام ۳۵ مصاحبه، هیچ موضوع یا بینش جدیدی از داده‌ها استخراج نشد. این امر نشان داد که مجموعه داده‌ها برای پاسخگویی جامع به پرسش‌های تحقیق کفایت دارد.

رعایت ملاحظات اخلاقی در این پژوهش از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بود. تمامی شرکت‌کنندگان قبل از شرکت در مصاحبه‌ها رضایت‌نامه آگاهانه ارائه دادند و تضمین شد که هویت و اطلاعات شخصی آن‌ها کاملاً محرمانه باقی بماند. علاوه بر این، ضبط‌های صوتی مصاحبه‌ها تنها با رضایت شرکت‌کنندگان انجام شد و این داده‌ها صرفاً برای اهداف پژوهشی مورد استفاده قرار گرفت.

یافته‌ها

تحلیل کیفی این پژوهش بر پایه روش تحلیل مضمون، با استفاده از کدگذاری باز و محوری، به شکلی سیستماتیک انجام شد تا الگوها و روابط کلیدی در داده‌ها شناسایی شوند. این فرایند در نهایت به توسعه یک چارچوب مفهومی انجامید که درک جامعی از عوامل مؤثر بر جذب گردشگران به صنعت فرش ایرانی ارائه می‌دهد. یافته‌ها بر مبنای تجربیات واقعی و دیدگاه‌های حرفه‌ای ذینفعان صنعت فرش استخراج شده‌اند و از این رو، هم از لحاظ کاربردی و هم از نظر ارتباط موضوعی، اهمیت بالایی دارند.

کدگذاری باز: تقسیم‌بندی داده‌های اولیه

در مرحله نخست، کدگذاری باز انجام شد که طی آن داده‌های خام حاصل از مصاحبه‌ها به واحدهای کوچک‌تر و معنادار تقسیم شدند. هر یک از این واحدها که حاوی ایده یا مفهومی مشخص بود، با یک کد توصیفی مرتبط شد. این مرحله، نخستین گام در سازماندهی داده‌های کیفی حجیم به بینش‌های منسجم محسوب می‌شود. در این فرایند، متن مصاحبه‌ها به‌طور دقیق به بخش‌های مجزا مانند جملات و پاراگراف‌ها تقسیم شد، سپس مفاهیم و الگوهای تکرارشونده در سراسر داده‌ها شناسایی شدند. در ادامه، برچسب‌گذاری کدها انجام گرفت تا پیام اصلی هر بخش به‌طور خلاصه نمایان شود. این مرحله به استخراج ۹۷ کد اولیه منجر شد که جنبه‌های مختلفی از صنعت قالی ایرانی را شامل می‌شد، از جمله ابعاد اقتصادی، فرهنگی، جغرافیایی، اجتماعی، سیاسی، محیطی و فناورانه. این کدها زیربنای تحلیل‌های عمیق‌تر در مراحل بعدی را تشکیل دادند. مطالب مربوط به کدگذاری باز در جدول شماره ۱ ارائه شده است.

جدول (۱). کدگذاری باز

مفهوم (کد)	داده
قیمت مواد اولیه (پشم و ابریشم)، دسترسی به منابع محلی، کیفیت مواد اولیه	"مواد اولیه مثل پشم و ابریشم تأثیر مستقیمی بر هزینه نهایی تولید دارند. البته قیمت این مواد به نوسانات بازار جهانی، کیفیت مواد و دسترسی به منابع محلی بستگی دارد."
تأثیر خشکسالی و شرایط محیطی بر تولید مواد اولیه	"اگر تولید پشم در داخل کشور به دلیل خشکسالی یا کاهش تعداد دامها محدود شود، هزینه آن افزایش می‌یابد."
دستمزد بافندگان، مهارت بافندگان، موقعیت جغرافیایی کارگاه‌ها	"دستمزد بافندگان بستگی به مهارت، مدت زمان لازم برای تولی فرش و موقعیت جغرافیایی کارگاه‌ها دارد."
هزینه انرژی (برق و گاز)، ماشین‌آلات مدرن و مصرف انرژی	"هزینه انرژی، مانند برق و گاز، به‌ویژه در کارگاه‌هایی که از ماشین‌آلات مدرن استفاده می‌کنند، تأثیر گذار است."
هزینه نگهداری و تعمیر تجهیزات	"هزینه نگهداری و تعمیر تجهیزات نیز می‌تواند قابل توجه باشد."
ارزش فرهنگی و تاریخی فرش، کیفیت فرش از دیدگاه گردشگران	"گردشگران به دنبال محصولاتی با کیفیت هستند که داستانی فرهنگی یا تاریخی در پس آن باشد."
پایداری تولید، کیفیت و اصالت مواد اولیه	"استفاده از مواد اولیه با کیفیت و تولید منصفانه و پایدار، ارزش افزوده‌ای برای گردشگران ایجاد می‌کند."
آموزش و مهارت‌آموزی بافندگان، افزایش بهره‌وری تولید	"آموزش بافندگان و بهبود مهارت‌های آن‌ها می‌تواند بهره‌وری را افزایش دهد و هزینه‌ها را کاهش دهد."
مدیریت انرژی با فناوری‌های نوین، بهینه‌سازی فرایند تولید با فناوری	"استفاده از فناوری‌های نوین برای مدیریت انرژی و بهینه‌سازی فرایند تولید تأثیر قابل توجهی دارد."
ارائه تورهای تخصصی برای گردشگران، شفافیت در فرایند تولید	"ارائه تورهای تخصصی می‌تواند ارزش واقعی فرش ایرانی را بهتر نشان دهد."
تناسب قیمت و کیفیت فرش برای گردشگران	"گردشگران خارجی اغلب به دنبال کیفیت بالا با قیمت مناسب هستند."

کدگذاری محوری

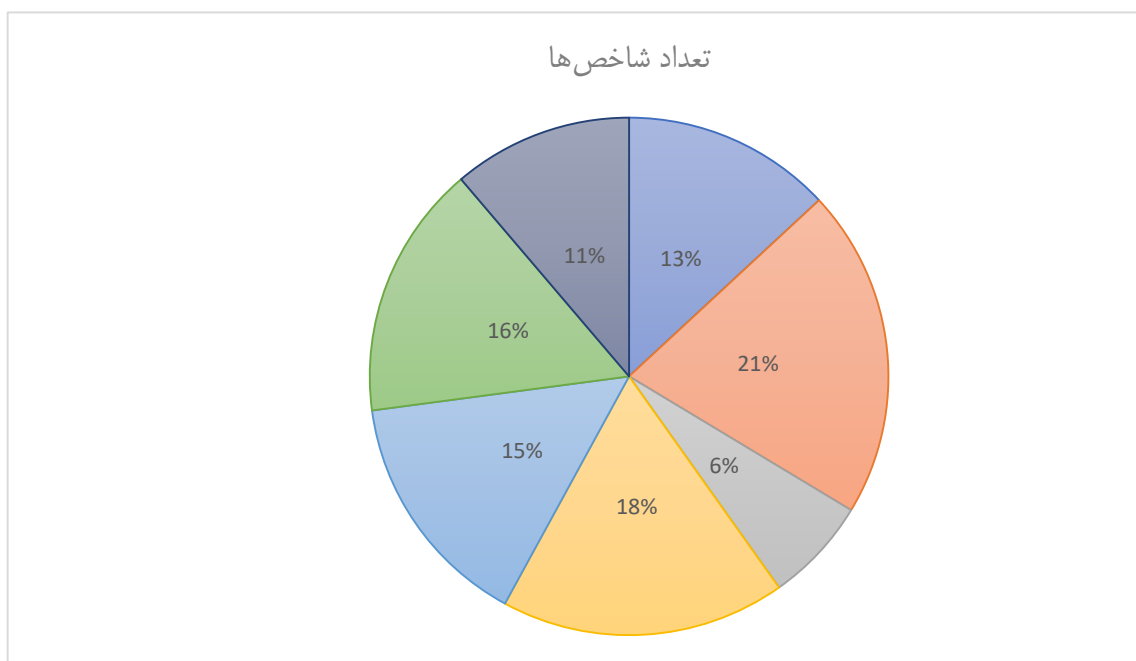
در ادامه، مرحله کدگذاری محوری آغاز شد که در آن، کدهای باز سازمان‌دهی و در دسته‌های کلی‌تر گروه‌بندی شدند. این مرحله شامل ارتباط‌دهی میان کدهای مرتبط بود تا مفاهیم مشابه در یک قالب گسترده‌تر قرار گیرند. سپس ابعاد مختلف هر مضمون بررسی شد تا جزئیات بیشتری به آن‌ها اضافه گردد. به منظور افزایش انسجام، دسته‌بندی‌ها تصحیح شدند و موارد همپوشان حذف یا ادغام شدند. در نتیجه، هفت دسته اصلی شامل مؤلفه‌های اقتصادی، فرهنگی، جغرافیایی، اجتماعی، سیاسی، محیطی و فناوریانه شناسایی شد. همان‌گونه که در جداول مربوطه نشان داده شده است، ۹۷ کد اولیه در قالب ۱۶ مؤلفه فرعی و سپس در این هفت مضمون اصلی طبقه‌بندی شدند. این دسته‌بندی‌ها نشان می‌دهند که چگونه هر یک از این عوامل بر توانایی صنعت قالی ایرانی در جذب گردشگران تأثیر گذار هستند کدگذاری‌های محوری را می‌توان در جدول شماره ۲ مشاهده نمود.

جدول (۲). کدگذاری محوری

مقوله	مؤلفه	شاخص‌ها
عوامل اقتصادی	هزینه‌های فرش	قیمت مواد اولیه (پشم، ابریشم)، هزینه تولید (دستمزد بافندگان، انرژی، تجهیزات)، تعیین قیمت نهایی برای مشتری، تنوع قیمت (فرش‌های لوکس، متوسط و معمولی)، سهم فرش در صادرات غیرنفتی کشور، قیمت‌گذاری منصفانه، شفافیت قیمت‌گذاری در مراکز فروش فرش، جلوگیری از کلاهبرداری در خرید فرش، امکان پرداخت امن (نقدی یا کارت اعتباری)
	هزینه‌های گردشگری	قیمت بلیط سفر به ایران، هزینه اقامت و غذا، هزینه حمل‌ونقل داخلی، هزینه تورهای تخصصی، معرفی بازارهای فرش توسط تورلیدرها
عوامل فرهنگی و هنری	ارزش هنری	قدمت طرح‌ها و نقش‌ها، تنوع طرح‌ها (سنتی و مدرن)، فرش‌های نمادین (هنری یا مذهبی)، راه اندازی مرکز خرید مختص فرش، راه اندازی موزه فرش، ریشه‌ها و مفاهیم اسطوره‌ای، تعامل بین هنر و هویت، استفاده از شیوه‌های انتقال، قرینه‌سازی انعکاسی در تکتیر نقوش
	برنامه‌های آموزشی	کارگاه‌های آموزشی بافت فرش، مستندها و ویدیوهای آموزشی، کتاب‌ها و مقالات فرهنگی، ارائه توضیحات در مورد فرش توسط فروشندگان، ساماندهی برنامه‌های آموزشی، توانمندسازی راهنمایان گردشگری
عوامل جغرافیایی	نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها	نمایشگاه‌های داخلی، نمایشگاه‌های بین‌المللی، معرفی کارگاه‌های موفق در حوزه طراحی، رنگرزی و تولید، وجود پرسنل آموزش‌دیده برای تعامل با گردشگران خارجی در نمایشگاه‌ها
	مراکز تولید	شهرهای اصلی تولید فرش (کاشان، تبریز، نایین)، نزدیکی به مواد اولیه، استقرار یکپارچه صنعت فرش در یک شهرک صنعتی، تأثیر خشکسالی و شرایط جغرافیایی بر تولید مواد اولیه
	نزدیکی به جاذبه‌های گردشگری	مکان‌های تاریخی و فرهنگی مرتبط، استفاده مؤثر از فرشهای دستبافت در اماکن مناسب، تسهیلات دسترسی (حمل‌ونقل)
عوامل اجتماعی	تبلیغات	کمپین‌های آنلاین، نقش اینفلوئنسرها، تبلیغات غیرسنتی، تبلیغات دهان به دهان، گزارش‌های گردشگران قبلی درباره تجربه اقامت
	نقش مردم محلی	فعالیت تعاونی‌های فرش، روایت‌های شفاهی درباره فرش، مهمان‌نوازی مردم محلی از گردشگران، ارائه سوغات محلی به گردشگران، سطح پذیرش گردشگران خارجی در جوامع محلی
عوامل سیاسی و قانونی	قوانین دولتی	تعرفه‌های گمرکی، حمایت‌های دولتی، معافیت مالیاتی، ارائه تسهیلات بانکی به شرکتهای تولید کننده فرش، پشتیبانی قانونی برای حل مشکلات گردشگران، ارائه اطلاعات واضح در مورد قوانین و حقوق گردشگران
	امنیت	امنیت گردشگران، سطح وقوع جرایم (سرقت، کلاهبرداری) در مناطق گردشگری ایران، نرخ جرائم خاص گردشگران، سطح رضایت گردشگران از امنیت در سفرهای گذشته، کیفیت حمل‌ونقل خارجی، وضعیت امنیت جاده‌ها و وسایل نقلیه در مراکز گردشگری، تعداد حوادث مرتبط با گردشگران در حمل‌ونقل، دسترسی به تاکسی‌های مطمئن یا اپلیکیشن‌های معتبر، وجود بیمه گردشگری، وجود محیط‌های آرام و بدون تنش‌های سیاسی یا اجتماعی
عوامل زیست‌محیطی	مواد اولیه طبیعی	استفاده از پشم و ابریشم طبیعی، استفاده از رنگ‌های طبیعی، تنوع در رنگ‌های طبیعی، بافت‌های پر زرق و برق طبیعی، نخ‌های ظریف و منظم در بافت، استفاده از نقوش انسانی، حیوانی، گیاهی، نقوش گیاهی رایج شامل درخت سرو، گل پر و نیلوفر آبی

کاهش ضایعات، اشتغال پایدار، کاهش استفاده از رنگ‌های شیمیایی آلاینده، کنترل آلودگی آب و خاک در نزدیکی کارگاه‌های تولید فرش، میزان استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر (خورشیدی یا بادی) در فرآیند تولید، تعداد کارگاه‌های دارای گواهینامه‌های بین‌المللی محیط‌زیستی، مشارکت در برنامه‌های گزارش‌دهی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها	پایداری تولید
فروش آنلاین، تبلیغات هدفمند و گسترده دیجیتال، تعداد پلتفرم‌های آنلاین فعال برای فروش فرش‌های ایرانی، تعداد خریدهای آنلاین گردشگران خارجی، امکان سفارش شخصی‌سازی شده از طریق پلتفرم‌ها، تعداد گواهینامه‌های دیجیتالی ارائه شده برای فرش‌ها	ابزارهای دیجیتال
واقعیت مجازی، ابزارهای شخصی‌سازی، تعداد تورهای مجازی برای بازدید از کارگاه‌های فرش‌بافی، کاربرد هوش مصنوعی در تشخیص کیفیت فرش و ارزیابی قیمت، استفاده از کیف پول‌های دیجیتال یا ارزهای دیجیتال برای معاملات، امنیت و سرعت پرداخت‌های دیجیتال در کارگاه‌ها و فروشگاه‌های فرش	عوامل تکنولوژیکی فناوری‌های نوین

در شکل شماره ۴ نیز می‌توان درصد تعداد شاخص‌های تشکیل دهنده در در زمینه را مشاهده نمود که همانطور که مشخص است بیشترین سهم متعلق به عوامل فرهنگی و هنری می‌باشد.



شکل (۴). درصد تعداد شاخص‌ها در هر یک از زمینه‌ها و عوامل

به‌منظور نمایش بصری ارتباطات میان این دسته‌بندی‌ها، یک چارچوب مفهومی طراحی شد که در شکل ۵ ارائه شده است. این چارچوب به‌روشنی تأثیرات متقابل این عوامل را بر صنعت قالی ایرانی نشان می‌دهد و ابعاد کلیدی آن را برجسته می‌کند. در این چارچوب، عوامل اقتصادی شامل ساختار هزینه‌ها، نیروی کار و استراتژی‌های قیمت‌گذاری هستند که نقشی مهم در رقابت‌پذیری صنعت ایفا می‌کنند. عوامل فرهنگی و هنری، با تمرکز بر حفظ طرح‌های سنتی و ایجاد جذابیت از طریق ترکیب زیبایی‌شناسی مدرن، به افزایش تنوع مخاطبان

کمک می‌کنند. از سوی دیگر، موقعیت جغرافیایی مراکز تولید و دسترسی به منابع اولیه، به همراه هویت منطقه‌ای، بر صنعت و جذب گردشگران تأثیر می‌گذارند.

ابعاد اجتماعی نیز نقش کلیدی در توسعه این صنعت دارند. مشارکت جوامع محلی، سنت‌های داستان‌گویی و روش‌های نوین بازاریابی، به عنوان ابزارهایی برای برقراری ارتباط عمیق‌تر با گردشگران عمل می‌کنند. در حوزه سیاست‌گذاری، قوانین تجاری، مقررات دولتی و حمایت‌های قانونی، از جمله عواملی هستند که برای رشد پایدار این صنعت ضروری‌اند. علاوه بر این، رویکردهای محیطی مانند پذیرش تولید پایدار و استفاده از مواد اولیه طبیعی، باعث جذب گردشگرانی می‌شود که به موضوعات زیست‌محیطی حساسیت دارند. در نهایت، پیشرفت‌های فناوری، از جمله بازاریابی دیجیتال، تجارت الکترونیک و تکنیک‌های نوآورانه تولید، سهم بسزایی در افزایش دیده‌شدن و دسترسی گسترده‌تر به بازارهای بین‌المللی دارند. این چارچوب مفهومی نشان می‌دهد که این عوامل چگونه به صورت هماهنگ بر پایداری و جذابیت گردشگری مبتنی بر صنعت قالی ایرانی تأثیر می‌گذارند.



شکل (۵). چهارچوب مفهومی مطالعه

بحث

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که عوامل مختلفی از جمله ابعاد اقتصادی، فرهنگی، جغرافیایی، اجتماعی، سیاسی و قانونی، محیطی و فناورانه در جذب گردشگران به هنر و صنعت فرش ایرانی نقش دارند. درحالی‌که تحقیقات پیشین عمدتاً بر جنبه‌های اقتصادی و فرهنگی فرش ایرانی در توسعه گردشگری تمرکز کرده‌اند (Ghorahshi et al., 2023). این مطالعه دیدگاه‌های جدیدی درباره اثرات سیاست‌گذاری، فناوری و پایداری محیطی ارائه می‌دهد که در تحقیقات قبلی کمتر بررسی شده‌اند. یکی از نتایج مهم این پژوهش، تأثیر حساسیت قیمتی گردشگران بر تصمیم‌گیری خرید آن‌ها است. درحالی‌که برخی از گردشگران، خصوصاً گردشگران

لوکس، قیمت را عاملی فرعی در انتخاب فرش‌های ایرانی می‌دانند، دسته‌ای دیگر به دنبال گزینه‌های اقتصادی‌تر هستند. این موضوع بیانگر آن است که تنوع در سیاست‌های قیمت‌گذاری، ارائه روش‌های مختلف پرداخت و تضمین شفافیت در فرآیند قیمت‌گذاری می‌تواند در جذب گردشگران بین‌المللی نقش کلیدی ایفا کند (al, 2020 Saadatyar et). همچنین، هزینه‌های جانبی مانند اقامت، حمل‌ونقل و تعرفه‌های گمرکی نیز در تصمیم‌گیری گردشگران تأثیرگذار است. این یافته‌ها با تحقیقات گذشته در زمینه تأثیر هزینه‌های سفر بر رفتار خرید گردشگران همخوانی دارد (Gidebo, 2021).

بسیاری از گردشگران تنها برای خرید فرش به ایران سفر نمی‌کنند، بلکه آشنایی با فرآیند تولید سنتی، تاریخچه و هویت فرهنگی این هنر برای آن‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که گردشگران، به‌ویژه علاقه‌مندان به گردشگری فرهنگی، تمایل دارند تجربه‌ای فراتر از خرید را کسب کنند و از نزدیک با مراحل بافت، رنگرزی طبیعی و روایت‌های تاریخی نقوش فرش آشنا شوند. از این رو، برگزاری تورهای تخصصی فرش که گردشگران را به کارگاه‌های تولیدی هدایت کند، می‌تواند به افزایش جذابیت این صنعت کمک کند (NOROOZI, 2023; Alizadeh & Arbabi, 2020) این نتایج با مطالعات قبلی که بر اهمیت تجربه‌محوری در گردشگری فرهنگی تأکید دارند، همسو است (Pishkhani, 2024).

یکی از یافته‌های تازه این پژوهش، نقش فناوری‌های دیجیتال و بازاریابی مجازی در صنعت گردشگری فرش ایرانی است. برخلاف پژوهش‌های گذشته که بیشتر بر روش‌های سنتی تبلیغات تمرکز داشته‌اند، این مطالعه نشان داد که به‌کارگیری واقعیت مجازی، تورهای مجازی از کارگاه‌های قالیبافی و تبلیغات هدفمند دیجیتال می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر جذب گردشگران داشته باشد. درحالی‌که صنعت فرش ایرانی به طور سنتی بر اصالت و تاریخ تأکید کرده است، این یافته‌ها نشان‌دهنده ضرورت ترکیب فناوری‌های نوین با شیوه‌های سنتی برای توسعه پایدار گردشگری هستند (Faizollahi et al., 2021; Ahmadifard & Farhadian, 2023).

در بعد اجتماعی، تبلیغات شفاهی یکی از نتایج مستقیم رضایتمندی گردشگران است. برخلاف دیدگاه‌های رایج که تبلیغات دهان‌به‌دهان را به‌عنوان بخشی از عوامل اجتماعی مطرح می‌کنند، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که این نوع تبلیغات بیشتر تحت تأثیر تجربه و رضایت گردشگران قرار دارد تا ساختار اجتماعی جوامع محلی. بنابراین، ارتقای کیفیت خدمات، ارائه اطلاعات دقیق و حفظ اصالت محصولات می‌تواند تأثیر چشمگیری در ترویج گردشگری فرش داشته باشد (NOROOZI, 2023). همچنین، مسائل قانونی و حمایت‌های دولتی از دیگر عوامل مهم در رشد این صنعت محسوب می‌شوند. کاهش تعرفه‌های گمرکی، ارائه مشوق‌های مالیاتی به تولیدکنندگان و تصویب قوانین حمایتی برای مقابله با محصولات تقلبی، تأثیر بسزایی در توسعه این صنعت دارد. به‌علاوه، ایجاد امنیت برای گردشگران بین‌المللی و فراهم‌سازی زیرساخت‌های مناسب برای بازدیدکنندگان از دیگر جنبه‌های ضروری هستند که باید مورد توجه قرار گیرند (Zaimoğlu & Mirzaee, 2023). یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که سیاست‌های حمایتی می‌تواند در حفظ جایگاه جهانی فرش ایرانی تأثیر بسزایی داشته باشند (Shojaei et al., 2023).

در نهایت، پژوهش حاضر بر نقش پایداری محیط‌زیستی در افزایش علاقه گردشگران بین‌المللی تأکید دارد. بسیاری از گردشگران امروزی، خصوصاً گردشگران اروپایی، نسبت به مسائل محیط‌زیستی حساسیت بالایی دارند. بهره‌گیری از رنگ‌های گیاهی، پشم ارگانیک و کاهش ضایعات در تولید فرش، می‌تواند به‌عنوان یک مزیت رقابتی در بازارهای جهانی مطرح شود. (Shadlou & Foroughinia, 2024) این یافته‌ها نشان می‌دهد که فرش ایرانی علاوه بر یک کالای تجاری یا فرهنگی، می‌تواند به‌عنوان یک جاذبه گردشگری تجربه‌محور و پایدار مطرح شود. پژوهش حاضر با تمرکز بر نوآوری‌های فناوریانه، گردشگری سبز، تجربه‌محوری گردشگران و چالش‌های سیاست‌گذاری، دیدگاه‌های جدیدی را ارائه داده است که در تحقیقات قبلی کمتر مورد توجه قرار گرفته بودند. این یافته‌ها می‌توانند مبنای استراتژی‌های توسعه‌ای در صنعت فرش ایرانی قرار گرفته و به بهبود جایگاه این صنعت در بازارهای بین‌المللی کمک کنند.

نتیجه‌گیری

نتیجه‌گیری این پژوهش نشان می‌دهد که صنعت قالی ایران با توجه به ابعاد اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، جغرافیایی، سیاسی و تکنولوژیکی خود، از پتانسیل بالایی برای جذب گردشگران برخوردار است. این صنعت نه تنها به‌عنوان یک جاذبه فرهنگی و هنری شناخته می‌شود، بلکه به‌طور مستقیم و غیرمستقیم تأثیرات قابل توجهی بر اقتصاد محلی و ملی دارد. با این حال، برای بهره‌برداری از این پتانسیل، نیاز به رویکردهای نوین در زمینه‌های مختلف دارد. در حوزه اقتصادی، توسعه بازارهای تخصصی و تقویت استراتژی‌های بازاریابی می‌تواند به جذب گردشگران با توان مالی بالا کمک کند. از سوی دیگر، توجه به حفظ و ترویج سنت‌های فرهنگی از طریق ایجاد موزه‌ها و کارگاه‌های آموزشی می‌تواند موجب ارتقای شناخت جهانی از قالی ایرانی شود. همچنین، به‌منظور ایجاد ارتباط مستقیم‌تر با گردشگران، استفاده از فناوری‌های نوین در پلتفرم‌های آنلاین و تبلیغات دیجیتال ضروری است. در این راستا، حمایت‌های قانونی از محصولات اصیل و تقویت همکاری‌های دولتی و خصوصی نیز نقش حیاتی در حفظ اصالت صنعت و مقابله با رقابت‌های جهانی ایفا خواهد کرد. به‌طور کلی، این تحلیل نشان می‌دهد که صنعت قالی ایران می‌تواند با اتخاذ یک استراتژی جامع، به‌ویژه در حوزه‌های اقتصادی و فرهنگی، به‌عنوان یک جاذبه گردشگری پویاتر و پایدارتر در سطح جهانی مطرح شود.

تقدیر و تشکر

بدین وسیله از تمامی افرادی که در انجام این تحقیق ما را یاری کردند، صمیمانه تشکر و قدردانی می‌نمایم. همکاری‌ها و حمایت‌های ارزشمند شما نقش بسزایی در پیشبرد این تحقیق ایفا کرده است. همچنین از تمامی مصاحبه‌شوندگان و کارشناسانی که وقت خود را برای ارائه نظرات و تجربیات خود اختصاص دادند، قدردانی می‌کنیم.

منابع

- Ahani, L., Yaghobzadeh, A., & Vandshoari, A. (2016). INVESTIGATE LYRICAL THEMES IN IRANIAN INSCRIPTION CARPETS IN QAJAR ERA. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*. DOI: [10.7456/1060NVSE/174](https://doi.org/10.7456/1060NVSE/174)
- Ahmadifard, E., & Farhadian, H. (2023). An Analysis of Transformation Institutions in the Knowledge and Innovation System of the Handmade Carpet Industry. *Journal of Agricultural Science and Technology*, 25(2), 285-300. DOI: [10.52547/jast.25.2.285](https://doi.org/10.52547/jast.25.2.285)
- Alizadeh, H., & Arbabi, B. (2020). Investigating the effect of geography on Iranian carpet identity. *Rajshomar Journal*, 1(1), 23-36. DOI: [10.22077/rajshomar.2020.3334.1000](https://doi.org/10.22077/rajshomar.2020.3334.1000)
- Bei, H. (2024). The application of statistics in tourism industry and its impact on the tourism market. *Academic Journal of Business & Management*, 6(2), 30-36. DOI: [10.25236/AJBM.2024.060205](https://doi.org/10.25236/AJBM.2024.060205)
- Balouchi, H., & Nematolahi, M. (2021). Investigating the Role of Cultural Intelligence of Handmade Carpet Sellers in Tourism Development with Purchasing Regime and Fair Pricing Approach. *Consumer Behavior Studies Journal*, 8(1), 105-132. DOI: [10.35066/J040.2019.918](https://doi.org/10.35066/J040.2019.918)
- Chahardoli, Z., Vanden Berghe, I., & Mazzeo, R. (2019). Twentieth century Iranian carpets: investigation of red dye molecules and study of traditional madder dyeing techniques. *Heritage Science*, 7, 1-17. DOI: [10.1186/s40494-019-0288-4](https://doi.org/10.1186/s40494-019-0288-4)
- Faizollahi, M., Ahmadi Sharif, M., & Keshtkar Haranki, M. (2021). Designing a Strategic Model for International Marketing of Iranian Handmade Carpets. *Journal of System Management*, 7(3), 111-141. DOI: [10.30495/jsm.2021.1942593.1538](https://doi.org/10.30495/jsm.2021.1942593.1538)
- Ghorahshi, M. S., Torabi Farsani, N., Moazzen Jamshidi, H., & Babajamali, F. (2023). The Identification of the Potentials and the Key Drivers in Promoting Cultural Tourism with an Emphasis on Handmade Carpets of East Azerbaijan Province. *Journal of Tourism and Development*, 12(3), 225-238. DOI: [10.22034/jtd.2023.386533.2746](https://doi.org/10.22034/jtd.2023.386533.2746)
- Gidebo, H. B. (2021). Factors determining international tourist flow to tourism destinations: A systematic review. *Journal of Hospitality Management and Tourism*, 12(1), 9-17. DOI: <https://doi.org/10.5897/JHMT2019.0276>
- Kiani Ejgerdi, N., Zakariaee Kermani, I., & Memar, S. (2021). Analysis of Damages Related to Bakhtiari Nomadic Textiles in Contemporary Lifestyle Based on Pierre Bourdieu's Opinions. *Negarineh Islamic Art*, 7(20), 117-136. DOI: [10.22077/nia.2021.3703.1361](https://doi.org/10.22077/nia.2021.3703.1361)
- Ladan, A., & Kaner, J. (2023). Pre-Islamic religious motifs (550 BC to 651 AD) on Iranian minor art with focus on rug motifs. *HTS Teologiese Studies/Theological Studies*, 79(2), 8341. DOI: https://hdl.handle.net/10520/ejc-hervorm_v79_n2_a8341
- Maleki, H. (2021). Investigation on the Commercialization Process of Persian Handmade Carpet (Case Study: Iran Carpet Company; Birjand Branch). *Rajshomar Journal*, 1(2), 159-180. DOI: [10.22077/rajshomar.2021.4532.1034](https://doi.org/10.22077/rajshomar.2021.4532.1034)
- Mirzaei, A., Vandshoari, A., & Zarnaghi, S. (2022). A Study on the Form and Content of Iran's Four-Seasons Carpets. *The Monthly Scientific Journal of Bagh-e Nazar*, 19(114), 61-72. DOI: [10.22034/bagh.2022.334129.5149](https://doi.org/10.22034/bagh.2022.334129.5149)
- Mirzaei, A. (2019). Effect of Globalization on Identity Components of Contemporary Rugs of Tabriz. *Bagh-e Nazar*, 16(72). DOI: [10.22034/bagh.2019.87460](https://doi.org/10.22034/bagh.2019.87460)
- Mohammadi Ostadkelayeh, A., Bayat, N., Khorasani, M., & Nik Raves, R. (2017). Identify and analyze the factors affecting the carpet industry downturn in rural areas (Case Study: Turkmen carpets-Gonbad-e Qabus Township). *goljaam, Scientific Journal of Handmade Carpet*, 12(30), 67-82. DOI: [20.1001.1.20082738.1395.12.30.3.2](https://doi.org/10.1001.1.20082738.1395.12.30.3.2)
- Mousavi Hejazi, B., Ansari, M., Ayatollahi, H., & Pourjafar, M. R. (2006). Persian Carpet as a Media of Communication between Iranian and European Artists A Semiotic Approach to William Morris' Tapestries. *The International Journal of Humanities*, 13(3), 63-82. DOI: [20.1001.1.25382640.2006.13.3.7.9](https://doi.org/10.1001.1.25382640.2006.13.3.7.9)

- Ni, J., & Kaner, J. (2020). The evolution of Iranian Carpet designs with the influence of Islam and Chinese art; Ilkhanid, Timurid, Safavid. *Journal of History Culture and Art Research*, 9(1), 494-506. DOI: [10.7596/taksad.v9i1.2560](https://doi.org/10.7596/taksad.v9i1.2560)
- NOROOZI, H. (2023). *SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN IRANIAN NOMADIC AREAS: Study of Socio-cultural, Economy, Environment and Political of Iranian Pastoral Nomads, and Development of Sustainable Tourism in Nomadic Areas of Iran* (Doctoral dissertation, Thesis for Master Degree. DOI: 10.13140/RG.2.2.18025.47207).
- Pishkhani, G. R. (2024). Women Weavers and Their Agency: Reconsidering Rug Weaving in Contemporary Iran. *Journal of Middle East Women's Studies*, 11176365. DOI: <https://doi.org/10.1215/15525864-11176365>
- Pourmoradian, S., Vandshoari, A., Omarzadeh, D., Sharifi, A., Sanobuar, N., & Samad Hosseini, S. (2021). An integrated approach to assess potential and sustainability of handmade carpet production in different areas of the East Azerbaijan Province of Iran. *Sustainability*, 13(4), 2251. DOI: [10.3390/su13042251](https://doi.org/10.3390/su13042251)
- Reshadi, H.A., Salehi, S. and Norouzi Ghara Gheslagh, H., 2023. An Investigation and Analysis of the Reflection of National Identity Indicators and Dimensions in Pictorial Carpets of the Qajar Era. *Journal of Iranian Handicrafts Studies*, 6(1), .213-236. DOI: [10.22052/hsi.2023.253218.1131](https://doi.org/10.22052/hsi.2023.253218.1131)
- Rosati, G. (2020). A symbolic kurdish carpet: analysis of the meaning. *INTERNATIONAL JOURNAL OF ARTS AND HUMAITIES*, 8, 122-131. DOI: <https://hdl.handle.net/11311/1154615>
- Saadatyar, F. S., Al-Tabbaa, O., Dagnino, G. B., & Vazife, Z. (2020). Industrial clusters in the developing economies: Insights from the Iranian carpet industry. *Strategic change*, 29(2), 227-239. DOI: <https://doi.org/10.1002/jsc.2324>
- Shadlou, D. (2024). Continuity of Carpet Designing Traditions in Iran from Achaemenid Empire to the Seljuk Empire. *Negareh Journal*. DOI: [10.22070/negareh.2024.19259.3396](https://doi.org/10.22070/negareh.2024.19259.3396)
- Shadlou, D., & Foroughinia, M. (2024). Analyzing the Method of Categorizing and Assigning Carpets to the Weaving Geography of Kashan in Western Scientific Studies (1901-1926). *Kashan Shenasi*, 16(2), 3-40. DOI: [10.22052/kashan.2024.253853.1097](https://doi.org/10.22052/kashan.2024.253853.1097)
- Shahri, K., & Ashgehsou, S. H. (2019). Analysis and Study of Geometry of Persian Carpets with Geometry and Architecture Approach. *specialty journal of architecture and construction*, 5(3-2019), 92-103.
- Sharbatian, Y., & Bagheri, R. (2021). ANTHROPOLOGICAL STUDY OF KERMAN CARPET SYMBOLS, SHAPES, AND DESIGNS. *American International Journal of Social Science Research*, 7(1), 15-29. DOI: <https://doi.org/10.46281/aijssr.v7i1.1266>
- Shojaei, P., Haqbin, A., & Amin, M. (2023). Barriers to the implementation of the UNIDO's program for export consortia: a case study of the Iranian handmade carpet industry. *Journal of Modelling in Management*, 18(3), 659-685. DOI: <https://doi.org/10.1108/JM2-12-2020-0318>
- Wang, Y., & Li, C. (2022). Differences between the formation of tourism purchase intention and the formation of actual behavior: A meta-analytic review. *Tourism Management*, 91, 104527. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104527>
- Zaimoğlu, Ö., & Mirzaee, K. (2023). İRAN GABBEH HALILARI. *Arış Dergisi*, (22), 103-115. DOI: <https://doi.org/10.32704/akmbaris.2023.181>
- Zakariaee Kermani, I., & Salimi, F. (2024). A Comparative Analysis of Mughal Empire Hazargol of India and Nazim Qashqai of Fars Carpet Designs: Formal Elements and Cultural Influences. *Journal of Subcontinent Researches*, 16(47), 111-130. DOI: [10.22111/jsr.2023.42353.2273](https://doi.org/10.22111/jsr.2023.42353.2273)
- Zolfalipour, L. (2024). Threads of Tradition and Global Expression: Persian Rugs Unraveled through Paintings and Globalization:" A Journey Through Paintings, Tradition, and the Forces of Globalization". *Crossings: An Undergraduate Arts Journal*, 4(1), 39-43. DOI: <https://doi.org/10.29173/crossings253>