

تحلیل عوامل مؤثر بر تشدید فرایند کالایی شدن فضای گردشگری (مطالعه موردی: عرصه‌های روستایی شهرستان محمودآباد)

عبدالرضا رحمانی فضلی^۱، ژیلا سجادی^۲، صابر صدیقی^۳

تاریخ دریافت: ۹۷/۷/۲۱ - تاریخ پذیرش: ۹۷/۹/۱۳

چکیده

پژوهش حاضر، به تحلیل عوامل مؤثر در کالایی شدن فضای روستایی شهرستان محمودآباد استان مازندران می‌پردازد. در این مطالعه، از روش توصیفی-تحلیلی استفاده شد. جامعه آماری پژوهش، روستاهای شهرستان محمودآباد به تعداد ۹۱ روستا بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۵ مرکز آمار ایران بودند که نیمی از روستاها به‌عنوان نمونه به‌صورت تصادفی انتخاب شدند. جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته و پردازش تصاویر ماهواره‌ای، در چهار دوره انجام شد. برای تعیین اعتبار ابزار پژوهش، از اظهارنظر استادان و متخصصان ذی‌ربط و برای تعیین پایایی آن، از همسانی درونی به روش آلفای کرونباخ استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۶ تا ۰/۹۴ برای متغیرهای گوناگون به دست آمد که نشان از بهینگی پرسشنامه داشت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS22 استفاده شد. آزمون‌هایی که در این تحقیق مورد استفاده قرار گرفته‌اند شامل: آزمون فراوانی، تی تک نمونه، آزمون خی دو یا کای اسکوتر بوده است. نتایج، نشان داد که ضعف نظام مالیاتی (مالیات نگرفتن از خانه‌های خالی و خانه‌های دوم گردشگری، مالیات نگرفتن از سود خرید و فروش زمین و مسکن)، ناکارآمدی نظام بانکی (بالا بودن نرخ بهره) و ضعف سیاست‌های دولت در حمایت از بخش تولید به شکندگی شدن فضای گردشگری شهرستان محمودآباد منجر شده است و از پیامدهای آن می‌توان به تغییرات شدید کاربری اراضی، گسترش ساخت‌وسازها و تخریب چشم‌انداز اشاره کرد.

واژگان کلیدی: گردشگری، کالایی شدن فضا، عرصه‌های روستایی، شهرستان محمودآباد، استان مازندران.

۱- دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

۲- دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

۳- دانشجوی دکتری، جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران. (نویسنده

مقدمه

نگاه نظام سرمایه‌داری^۱ و هستی‌شناسی^۲ اقتصاد بازار^۳ به فضا^۴، نگاهی هدفمندانه^۵، سودانگاران، ابزار گونه و انتزاعی است. در واقع، فضا در روابط و مناسبات سرمایه‌داری به‌عنوان «ابزار تولید»^۶ و «کالا»^۷ مطرح می‌شود؛ کالایی که برای به حداکثر رساندن سود، به‌طور مداوم تولید و بازتولید می‌شود. به‌طور کلی، کالایی شدن فضا می‌تواند از طریق ایجاد و تقویت روابط اجتماعی-مکانیکی، کمی کردن و انتزاعی کردن زمان و مکان، دوگانگی‌های اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و فضایی، سلطه عقلانیت صرف اقتصادی بر روابط و مناسبات زندگی اجتماعی و عرصه‌های فضایی و پولی شدن زمین، مسکن، مکان به پیامدهای منفی محیطی - اکولوژیکی، اجتماعی - اقتصادی منجر شده و در نهایت ناپایداری ابعاد فضایی را به همراه داشته باشد (صدیقی، ۱۳۹۵؛ هاروی^۸، ۲۰۱۶؛ مارتینو^۹، ۲۰۱۵؛ لوفور^{۱۰}، ۱۹۹۱ و ۲۰۰۴).

کالایی شدن، به فرایندی اشاره دارد که یک پدیده، مکان، فضا، فرهنگ، اجزاء بدن، زمین و یا هر چیز دیگر، به‌مثابه یک کالا و یک هدف در نظر گرفته می‌شوند که برای دیگری، دارای ارزش مصرف^{۱۱} هستند و می‌توان آن‌ها را برای کسب سود در بازار، مورد معامله قرار داد. به‌عبارت‌دیگر، یک کالا علاوه بر ارزش مصرف، از ارزش مبادله^{۱۲} نیز برخوردار است (مارکس^{۱۳}، ۱۹۷۶). کالایی شدن فضا نیز بدین معناست که فضا خود به‌عنوان یک ابزار تولید مطرح می‌شود و به‌منظور حداکثر رساندن سود اقتصادی به‌طور مداوم، تولید و بازتولید می‌شود. در واقع، در این فرایند، در برنامه‌ریزی‌های فضایی و مدیریت فضا بر بعد اقتصادی فضا تأکید

1. Capitalism System
2. Ontology
3. Market Economy
4. Space
5. Objective
6. Means of Production
7. Commodity
8. Harvey
9. Martineau
10. Lefebvre
11. Use Value
12. Exchange Value
13. Marx

می‌شود و از ابعاد اجتماعی-فرهنگی و محیطی-اکولوژیکی آن غفلت می‌شود. چگونگی کالایی شدن فضا در نظام سرمایه‌داری و در مناسبات اقتصاد بازاری، از عوامل درونی و بیرونی آن ناشی می‌شود. عوامل درونی اثرگذار در کالایی شدن فضا، با مکانیسم و ذات نظام سرمایه‌داری مرتبط است. کمی و انتزاعی شدن زمان و مکان، کالایی شدن روابط و تعاملات اجتماعی، کالایی شدن منابع محیط طبیعی، هستی‌شناسی و معرفت‌شناسی سرمایه به فضا و الزامات گردش سرمایه در فضا را می‌توان برخی از مهم‌ترین عوامل درونی شیوه تولید سرمایه‌داری به‌منظور کالایی کردن فضا دانست (صدیقی، ۱۳۹۶؛ هاروی، ۲۰۱۰). از سوی دیگر، عوامل بیرونی کالایی شدن فضا در نظام سرمایه‌داری بیشتر منتج از الگوها و رویکردهای توسعه، سیاست‌ها و عملکردهای فضایی دولت‌ها و حکومت‌هاست. این موضوع از نظر روش‌شناسی می‌تواند از منطقه‌ای به منطقه دیگر و از کشوری به کشور دیگر متفاوت باشد.

امروزه، گردشگری از جمله مقوله‌هایی است که در صورت ضعف سیاست‌ها و عملکردهای دولت‌ها و حکومت‌ها، این ظرفیت را دارد که فضای خود را در مسیر کالایی شدن سوق دهد. درواقع، وا نهادن فضای گردشگری به مناسبات سرمایه، کنار نهادن مردم محلی از روند تصمیم‌گیری‌ها، عدم محدودیت‌های دولت در بخش‌های غیر مولد و رانتی مثل زمین و مسکن، وجود موانع متعدد در بخش تولید (کشاورزی)، ناکارآمدی‌ها و ضعف‌های نظام بانکی و مالیاتی در نهایت فضای گردشگری را به سمت تغییرات شدید کاربری اراضی، گسترش ساخت‌وسازها، تولید مکان‌ها و شهرک‌های زیستی و تفریحی و تخریب چشم‌انداز و ... سوق می‌دهد و فضای گردشگری، به فضایی اقتصادی صرف و درواقع به‌عنوان یک کالا در نظر گرفته می‌شود که مردم محلی آن را به گردشگران عرضه می‌دارند؛ اما از آنجایی که فضا مفهومی اجتماعی-فرهنگی و محیطی هم هست، درواقع با کالایی شدن فضای گردشگری می‌توان انتظار داشت که فرهنگ و تاریخ و طبیعت این منطقه هم در معرض چالش‌های جدی قرار گیرد؛ از این رو، در این مقاله سعی شده است که نشان داده شود چگونه شاخص‌های یک اقتصاد سیاسی نامتعادل و سیاست‌های دولت می‌توانند در کالایی شدن فضای روستایی شهرستان محمودآباد و تشدید آن در طول زمان نقش مهمی ایفا کنند. با توجه به این که شهرستان محمودآباد به دلیل ویژگی‌های کم‌نظیر اقلیمی، پوشش گیاهی و زندگی جانوری،

منابع آب و خاک، ویژگی‌های فرهنگی و ... از جاذبه‌های زیادی برای جذب گردشگر برخوردار است، رشد و گسترش گردشگری به‌خصوص در چند سال اخیر در عرصه‌های روستایی این شهرستان چشم‌گیر بوده است. این موضوع می‌تواند نتایج و تأثیرات مثبت و منفی خاص خود را داشته باشد؛ از این‌رو، لازم است تا عوامل و نیروهایی که می‌توانند بسترساز کالایی شدن فضای روستایی این شهرستان باشند، مورد بررسی و شناخت بیشتری قرار گیرد. در پایان، پیشنهادهایی به منظور برون‌رفت از این فرایند ارائه شده است.

مبانی نظری و مرور پیشینه‌ها

فضا در دیدگاه پدیدارشناسی، بخشی از وجود آدمی و جایی است که انسان در آن «امکان‌های» خود را محقق می‌سازد. در واقع، فضا جایی است که انسان می‌تواند «بودن» را در آن تجربه کند؛ فضا فرصت باهم بودن و شکل‌گیری روابط اجتماعی پایدار و عمیق را فراهم می‌آورد. زمانمند بودن و اجتماعی بودن انسان، بسته به این موضوع است که به کدام مکان و فضا تعلق دارد (هایدگر^۱، ۱۹۹۶). در واقع، مکان و فضا در زمان‌های انضمامی^۲ (فعالیت‌ها، حوادث، رخدادها) و توسط اجتماع محلی معنای خود را درمی‌یابند؛ اما در شیوه تولید سرمایه‌داری^۳ مکان و فضا به‌منظور کسب سود و فروش در بازار مدام تولید و بازتولید می‌شوند؛ به‌عبارت‌دیگر، مکان و فضا در زمان انتزاعی^۴ (مثلاً یک هفته، یک ماه یا یک سال) تولید می‌شود و نه تنها چنین مکان و فضاها کالایی شده‌ای به‌واسطه روابط اجتماعی معنا نمی‌یابد بلکه روابط اجتماعی را از قبل انتزاع می‌کند و روابط مکانیکی جایگزین روابط ارگانیکی می‌شوند. این مسئله، می‌تواند به خطی شدن انسان، گسستگی از تاریخ فرهنگی، رابطه مکانیکی افراد با یکدیگر، احساس پوچی و بی‌معنایی، بی‌هویتی، بیگانگی فردی و مسائل اجتماعی، روان‌شناختی و فرهنگی متعددی منجر شود (تابان و همکاران، ۱۳۹۰).

1. Possibility
2. Heidegger
3. Concrete Time
4. Capitalism Mode Of Production
5. Abstract Time

در نظام سرمایه‌داری و سازوکارهای اقتصاد بازاری، «مکان» و فضا تنها به مثابه «هدفی» صرف (تنها به شکل یک نمود و رخداد عینی یا «شیئی ادراک شده») در نظر گرفته می‌شود؛ «هدفی» برای «سوژه‌ای» که در مقابل آن است، نه همراه با آن. هدفی که الزاماً باید سودی برای سوژه به همراه داشته باشد. این سود مادی و اقتصادی صرف، سرآغاز «کالایی شدن» مکان و فضا در نظام سرمایه‌داری است. به سخن دیگر، دیالکتیک بین ویژگی‌های ذاتی و درونی نظام سرمایه‌داری مانند کمی و انتزاعی بودن «زمان» و «مکان»، ماهیت و الزامات سرمایه و «هستی‌شناسی» و «معرفت‌شناسی» سرمایه‌داری در نهایت به کالایی شدن مکان و فضا منجر می‌شوند (شفیعی و صدیقی، ۱۳۹۵). اهمیت مفهوم‌پردازی لوفور درباره تولید فضا در اینجاست که این مفهوم‌پردازی به‌عنوان تحلیلی انتقادی از اهمیت فضا در جامعه سرمایه‌داری مدرن ارائه می‌شود. فهم و استفاده لوفور از واژه تولید که به تفضیل در تولید فضا و نیز درجایی دیگر بیان شده است، آشکارا بازتاب‌دهنده دین او به مارکس است. نظریه او این است که فضا را باید کنار مواد خام، ابزارهای تولید و نیروی کاری در نظر گرفت. در این تعریف، فضا، به مجموعه نیروهای مولدی تعلق دارد که مبنای شیوه تولید سرمایه دارانه را تشکیل می‌دهند (سوجا^۱، ۱۹۹۶).

نگاه به مکان و فضا در سرمایه‌داری، تک‌بعدی بوده و در آن صرفاً به ساخت فضایی برای اقامت و استراحت، اشتغال و یا مکانی برای جذب سرریز جمعیت کلان‌شهرها توجه شده است. از سوی دیگر، فقدان تاریخ، فرهنگ و خاطره جمعی در نوشهرها و نو مکان‌ها و به دنبال آن در اولویت قرار دادن مسائل مالی، توجیهات اقتصادی و غیره باعث شده که مسئله هویت و در پی آن حس تعلق مکانی، در این فضاها، به مثابه مسئله‌ای فرعی تلقی شده و فضا بیش‌ازپیش در مسیر کالایی شدن قرار گیرد (امین زاده، ۱۳۸۳؛ پرتوی، ۱۳۸۲). همین موضوع می‌تواند زمینه‌ساز کالایی شدن فضای گردشگری نیز باشد. با توجه به این که تقلیل مفهوم فضا به هدفی صرف و ظرفی توخالی (فضای نیوتونی)^۲، می‌تواند از ابعاد اجتماعی، فرهنگی و محیطی فضا غفلت شود و تنها به بعد اقتصادی فضا مانند استفاده نامحدود از زمین، تولید و بازتولید مداوم مسکن و شهرک‌های گردشگری و تخریب چشم‌انداز و ... توجه شود؛ از این رو، نوع نگاه سرمایه و

1. Soja

2. Newtonian Space

اقتصاد بازار در غیاب کنترل و محدودیت‌های دولت‌ها می‌تواند زمینه‌ساز کالایی شدن مفهوم فضا، به خصوص فضاهای گردشگری باشد.

در نظام سرمایه‌داری که به علت حاکمیت مطلق گرایانه سرمایه‌داری آن را نظام سرمایه سالار نیز نامیده‌اند، هدف غایی تحصیل سود بیشینه است و تمام مسائل دیگر بر محور این مسئله معنا پیدا می‌کند. از این رو، دولت‌ها و حکومت‌ها به منظور کند شدن و حتی توقف فرایند کالایی شدن فضا باید «محدودیت‌هایی را ایجاد کنند که این محدودیت‌ها فضا را در جهت آزادی رهنمون سازد. یکی از اقداماتی که می‌تواند از کالایی شدن فضا جلوگیری کند را می‌توان حمایت از بخش تولید دانست. در واقع سیاست‌های دولت، نظام بانکی و نظام مالیاتی باید به گونه‌ای باشد که همواره نقدینگی جامعه را به بخش‌های مولد هدایت کند و بخش تولید تقویت شود. در غیر این صورت تولیدکنندگان، به خصوص کشاورزان به شدت به تغییر کاربری اراضی تمایل پیدا می‌کنند، ساخت‌وسازها گسترش می‌یابد و چشم‌اندازها تخریب می‌شوند. این مسئله می‌تواند چالش‌های اجتماعی-اقتصادی و محیطی-اکولوژیکی متعددی را مانند؛ از دست رفتن هویت فردی و اجتماعی (شفیعی ثابت و صدیقی، ۱۳۹۵)، تضعیف ارزش‌ها و سنت‌های بومی و محلی (خسرو جردی و نوری پور، ۱۳۹۵)، افزایش جرائم (حامی و جلودار، ۱۳۹۵)، تورم محلی و افزایش هزینه‌ها (خسرو جردی و نوری پور، ۱۳۹۵)، امنیت (امیر و همکاران، ۲۰۱۵)؛ افزایش سریع جمعیت و تراکم شدید فضاها، بورس‌بازی زمین، تغییرات شدید کاربری اراضی زراعی (میرزایی و همکاران، ۱۳۹۲)، از بین رفتن پوشش‌های گیاهی و کاهش تنوع زندگی جانوری (دربان آستانه، رضوانی و صدیقی، ۱۳۹۴)، آلودگی منابع آب و خاک، آلودگی معمارانه و بصری فضا و بسیاری از پیامدهای دیگر را در پی داشته باشد.

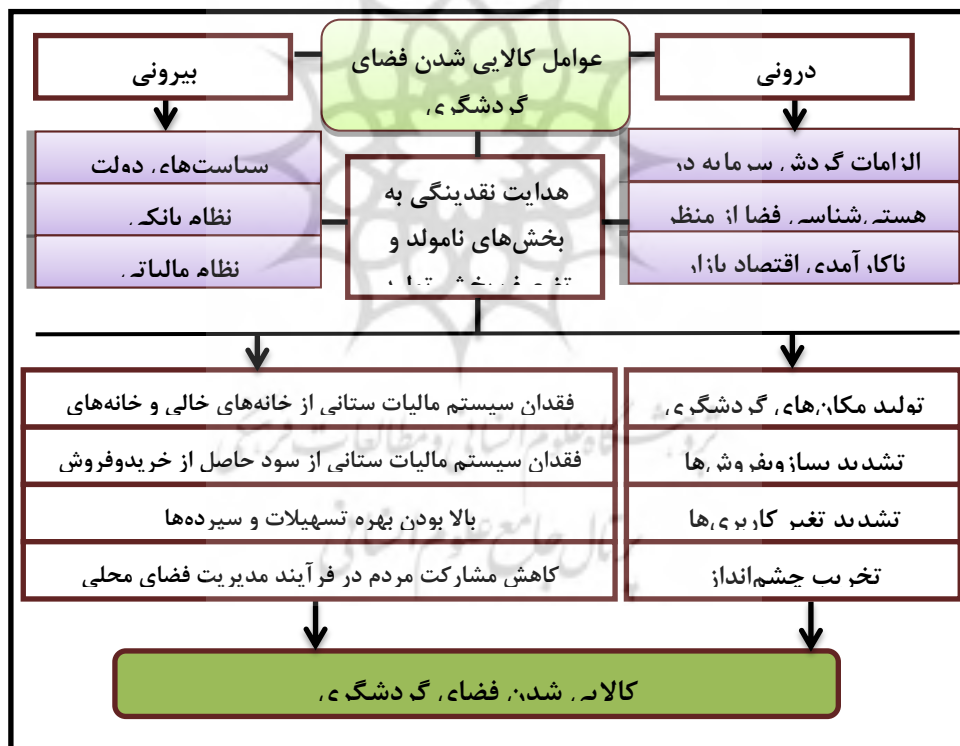
تحقیق میرزایی و همکاران (۱۳۹۲)، که در استان مازندران انجام شده است، حاکی از افزایش تعداد لکه‌های انسان ساخت و کاهش تعداد لکه‌های طبیعی بوده است، به طوری که در طول دوره ۲۶ ساله (۶۳-۸۹) تعداد لکه‌های توسعه مسکونی به میزان ۲۵/۴۶ و جاده‌ها ۱۵/۶۳ درصد رشد داشته‌اند؛ این در حالی است که کاهش شدید در تعداد لکه‌های جنگل (۳۳/۵۳ درصد)، منابع آب سطحی (۲۳/۹۳ درصد) مشاهده شده است. همچنین، مهرابی و همکاران (۱۳۹۲) در

مقاله‌ای با عنوان "بررسی نیروهای محرک انسانی مؤثر بر تغییرات کاربری سرزمین در دو روستای شهرستان تنکابن"، مهم‌ترین عامل مؤثر بر تغییر کاربری اراضی زراعی به مسکونی را مشکلات اقتصادی مردم (درآمد کم و نداشتن پشتوانه مالی) و به‌صرفه نبودن فعالیت‌های کشاورزی دانسته است.

دربان آستانه و همکاران (۱۳۹۴)، در مقاله‌ای با عنوان «بررسی عوامل اقتصادی و اجتماعی تغییرات کاربری اراضی شهرستان محمودآباد»، با استفاده از پردازش تصاویر ماهواره‌ای نشان دادند که تغییرات کاربری اراضی جنگلی طی دوره‌های زمانی ۱۳۵۷، ۱۳۶۸، ۱۳۸۱ و ۱۳۹۴ به ترتیب ۶۶، ۲۲، ۳ و ۱۸، ۱۴، ۳ کیلومترمربع بوده است (مساحت شهرستان برابر است با ۲۶۲ کیلومترمربع). نتایج حاصل از تحقیقات میدانی، نشان داد که مهم‌ترین عوامل اقتصادی تغییر کاربری عبارت‌اند از: قیمت پایین محصولات کشاورزی، مخارج بالای زندگی و به‌صرفه نبودن درآمد کشاورزی، تورم بالا در جامعه و ارزش بیشتر خود زمین تا عواید ناشی از کشاورزی. همچنین، در بعد اجتماعی عوامل مهم و مؤثر عبارت‌اند از: افزایش جمعیت ساکنان بومی روستا، عدم تمایل جوانان به فعالیت‌های کشاورزی، تغییر استانداردهای زندگی و تمایل به شهرنشینی می‌باشند. صدیقی و همکاران (۱۳۹۶)، در مقاله دیگری به عوامل کالبدی-فضایی و سیاسی-حقوقی تغییر کاربری در شهرستان محمودآباد پرداختند که نتایج تحقیق آن‌ها نشان داد مهم‌ترین عوامل کالبدی تغییر کاربری عبارت‌اند از: توریستی بودن منطقه، فشار توسعه شهر، افزایش ساخت‌وساز ویلاهای اجاره‌ای و گسترش حمل‌ونقل و ارتباطات. همچنین، در بعد سیاسی-حقوقی عوامل مهم و مؤثر عبارت‌اند از: برخورد ضعیف با قانون‌شکنان، ضعف دستگاه‌های اجرایی در اطلاع‌رسانی به مالکان زمین‌های کشاورزی در مورد نوع کاربری و ممنوعیت زمین‌های کشاورزی در مورد نوع کاربری و ممنوعیت تغییر کاربری، ضعف نظارت دستگاه‌های دولتی و فساد اداری و باندبازی بین برخی از کارکنان.

فرهادی و درفه (۱۳۹۴)، در مطالعه‌ای به ارتباط بین گردشگری و تغییر کاربری اراضی در شهرستان رامسر پرداختند. ایشان نشان دادند که توسعه گردشگری، اثرات مخرب زیست‌محیطی، تخریب و فرسودگی مناطق طبیعی تخریب مناطق درختان جنگلی، آلودگی آب رودها و دریا و آلودگی ناشی از انباشت زائدات و زباله در سطح شهر را به همراه داشته است.

همچنین این محققین دریافته‌اند که مهم‌ترین اثرات تغییر کاربری اراضی شامل؛ کاهش زمین‌های زیر کشت محصولات کشاورزی، افزایش چشم‌اندازهای ساخت‌وساز دست‌انسان، سوداگری زمین و تغییر کاربری باغات میوه به ویلا بوده و در ارتباط با آثار آن بر اشتغال و موضوع اقتصادی نیز می‌توان به افزایش مشاغل خدماتی، فصلی شدن درآمد، جابجایی نیروی کار کشاورزی و صنعتی به بخش گردشگری و وابستگی اقتصاد شهر به ورود گردشگر اشاره کرد. در پایان تحقیق آن‌ها نیز، ضمن نتیجه‌گیری به ارائه راهکار به منظور بهبود اثرات گردشگری بر ساکنان و منطقه رامسر پرداخته شده است. هامر و همکاران ۱ (۲۰۱۷)، در مقاله‌ای با عنوان «رشد خانه‌سازی، جنگل‌ها و اراضی عمومی در شمال کنستانتین»، نشان دادند که توسعه ساخت‌وسازهای مسکونی و تولید مکان‌های تفریحی و گردشگری باعث تشدید تقاضا برای خرید و فروش زمین و در نتیجه تخریب چشم‌اندازهای روستایی شده است.



شکل شماره ۱. چهارچوب مفهومی عوامل مؤثر بر کالایی شدن فضای گردشگری

روش شناسی تحقیق

با توجه به موضوع پژوهش، «تحلیل عوامل مؤثر بر کالایی شدن فضای گردشگری» و اهداف مطرح شده، روش پژوهش از نوع توصیفی - تحلیلی با جنبه کاربردی و بنیادی است. جامعه آماری پژوهش حاضر، مجموع ۹۱ روستا در شهرستان محمودآباد در استان مازندران بوده است. برای تعیین حجم نمونه جهت تکمیل پرسشنامه، حدود ۵۰ درصد جامعه آماری معادل ۴۵ روستا به صورت تصادفی انتخاب شدند. تعداد جمعیت ۴۵ روستای نمونه، معادل ۳۱۹۶۳ نفر بر اساس داده‌های مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۵ بوده است. از طریق فرمول کوکران و فرمول تعدیل آن برای جامعه آماری کوچک، با سطح اطمینان ۹۵٪ و دقت احتمالی ۰/۰۵ و پیش برآورد واریانس ($S^2=0/25$) حجم نمونه برابر ($n=379$) از طریق فرمول زیر تعیین شد؛ بنابراین:

n : تعداد نمونه آماری ۱

N : تعداد کل جامعه آماری ۲

t : تعداد اشتباه استاندارد برابر با ۱/۹۶

d : دقت موردنظر برای نمونه‌گیری ۳ برابر با ۰/۰۲۵

P : احتمال تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته برابر با ۰/۵۰

q : احتمال عدم تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته برابر با ۰/۵۰

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q \cdot t^2}{d^2 (N - 1) + p \cdot q \cdot t^2} \quad \text{رابطه (۱)}$$

$$n = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}} \quad \text{رابطه (۲)}$$

1. Sample Size
2. Total Population
3. Degree of error

سهم روستاهای نمونه از مجموع پرسشنامه (۳۷۹) بر اساس شاخص جمعیت انتخاب شد. برای جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات در این تحقیق، از دو روش میدانی و کتابخانه‌ای استفاده شد. در بخش مطالعات کتابخانه‌ای، ابتدا به منظور بررسی سوابق و پیشینه موضوع مورد مطالعه و بیان چارچوب نظری مفهومی تحقیق کتب، مقالات، پایان‌نامه‌های متعدد، شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌ها، منابع رسمی سازمان‌ها و نهادها و ... در زمینه موضوع تحقیق مورد استفاده قرار گرفت. در مطالعات میدانی که از طریق پرسشنامه صورت گرفت، برای طبقه‌بندی و سازمان‌دهی داده‌ها از طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت استفاده شد و به منظور کمی‌سازی متغیرها اعداد یک، دو، سه، چهار و پنج به گزینه‌ها (از بسیار کم تا خیلی زیاد) داده شد. همچنین برای استفاده از آزمون‌های آماری از نرم‌افزار SPSS 22 استفاده شد. آزمون‌هایی که در این تحقیق مورد استفاده قرار گرفتند شامل؛ آزمون فراوانی، آزمون توصیفی نظیر میانگین، آزمون تی تک نمونه^۱ و آزمون کای اسکوئر^۲ استفاده بوده است.

روایی پرسشنامه تحقیق توسط جمعی از اساتید جغرافیای روستایی و شهری بررسی و پس از اعمال اصلاحاتی مورد تأیید قرار گرفت. همچنین، پایایی پرسشنامه برای مقیاس پیامدها با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ محاسبه شد و مقدار آن ۰/۹ به دست آمد که مقدار قابل قبولی است.

جدول شماره ۱. عوامل و گویه‌های مؤثر بر کالایی شدن فضا

کنار گذاشتن مردم از روند تصمیم‌گیری‌ها و تصمیم‌سازی‌ها	سیاست‌های دولت
پرریسک بودن فعالیت کشاورزی	
کم‌درآمد بودن فعالیت کشاورزی	
نوسان زیاد بازار هنگام فروش محصول	
کافی نبودن و ضعف حمایت دولت از کشاورزان	
هزینه بالای نیروی کار	
هزینه بالای تأمین نهاده‌ها (کود، بذر و ...)	
دلالت‌بازی در بازار محصولات	
پرسودتر بودن فعالیت‌های دیگر نسبت به کشاورزی	

1. One Sample T TEST

2. Chi-square

مالیات نگرفتن از سود خرید و فروش اراضی	نظام مالیاتی
مالیات نگرفتن از سود خرید و فروش مسکن	
مالیات نگرفتن از خانه‌های دوم گردشگری	
مالیات نگرفتن از خانه‌های خالی	
عدم دریافت مالیات و عوارض از خودروهای لوکس در منطقه گردشگری	
عدم دریافت مالیات و عوارض از مسکن لوکس و با متراژ بالا در منطقه گردشگری	
ضعف حمایت بانک‌ها از تولیدکنندگان و کشاورزان	نظام بانکی
بالا بودن بهره تسهیلات	
بالا بودن بهره سپرده‌ها	

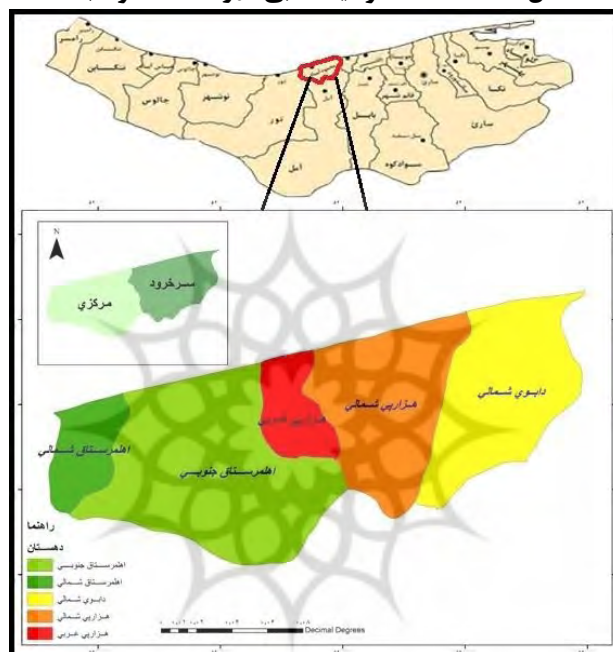
همچنین، باهدف شناخت کاربری وضع موجود و بررسی روند تغییرات کاربری‌ها، از تصاویر ماهواره‌ای Landsat 8, ETM 2001, TM 1988, MSS 1977 که مربوط به سال‌های ۱۳۵۷، ۱۳۶۸، ۱۳۸۱ و ۱۳۹۴ بوده‌اند، استفاده شد^۱. نقشه‌های تغییرات کاربری اراضی، از طریق این تصاویر و با استفاده از نرم‌افزار ENVI و GIS تصحیح رادیومتریک شده و سپس از طریق تفسیر ماکسیمم لایک‌هود در نرم‌افزار ENVI برای سه نوع کاربری اراضی کشاورزی، ساخته‌شده و جنگل‌ها از هم تفکیک و در مقیاس شهرستان استفاده شد. با توجه به اینکه تصاویر ماهواره‌ای، از نقطه‌نظرهای تفکیک‌های مکانی، زمانی و طیفی، همواره احتمال انواع خطاهای سامانمند و غیر سامانمند را دارند؛ بنابراین، باید پردازش‌های اولیه بر روی داده‌های خام باهدف تصحیح هرگونه خطا و اعوجاج رایج از طریق سیستم تصویربرداری یا شرایط اتمسفر در هنگام سنجش صورت گیرد. در این پژوهش، به دلیل اینکه این تصاویر در ایستگاه گیرنده تصحیح می‌شوند، تصحیح هندسی انجام نگرفت. همچنین به منظور کاهش تأثیرات اتمسفری تصاویر نیز، از روش کلی مبتنی بر کاهش تیرگی ارزش‌های عددی پیکسل‌های تیره^۲ در نرم‌افزار ENVI استفاده شد. این روش، از دقت بالایی برخوردار بوده و به‌وفور در تحقیقات مورداستفاده قرار گرفته است. در ارتباط با مورد مطالعه تحقیق، شهرستان محمودآباد با مساحت ۲۶۲٫۸ کیلومتر مربع (۱٫۱ درصد وسعت استان مازندران)، در موقعیت

1. <http://earthexplorer.usgs.gov/> قابل دسترسی در سایت

2. Dark Subtract

جغرافیایی $۱۱^{\circ} ۵۲'$ تا $۲۹' ۵۲''$ طول شرقی و $۳۱^{\circ} ۳۶'$ تا $۴۱' ۳۶''$ عرض شمالی در مجاورت دریای خزر واقع شده است. این شهرستان از شمال به دریای خزر، از شرق به شهرستان بابلسر، از غرب به شهرستان نور و از جنوب به شهرستان آمل محدود است (دهشور و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۱۵۷).

شکل شماره ۲: نقشه موقعیت نسبی شهرستان محمودآباد.



مأخذ: یافته‌های پژوهش

اراضی این شهرستان کاملاً هموار و جلگه‌ای است و دارای آب‌وهوای معتدل و مرطوب است. بیشترین میزان کاربری در سطح شهرستان، به کشاورزی اختصاص دارد بدین ترتیب اشتغال غالب در منطقه کشاورزی، از نوع اشتغال در شالیزارهاست که در سال‌های اخیر سهم بخش خدمات افزایش داشته است.

جدول شماره ۲. جمعیت شهرستان، بخش و دهستان‌ها

شهرستان محمودآباد ۹۶۰۱۹ نفر جمعیت				
بخش مرکزی ۶۴۸۷۳ نفر جمعیت			بخش سرخرود ۳۱۲۳۶ نفر جمعیت	
دهستان هرازپی غربی ۶۹۰۸ نفر	دهستان اهلمرستاق شمالی ۱۰۲۶۹ نفر	دهستان اهلمرستاق جنوبی ۱۵۸۳۵ نفر	دهستان هرازپی شمالی ۱۷۲۰۵ نفر	دهستان دابوی شمالی ۸۱۱۰ نفر

دلیل اینکه بخش مرکزی جمعیت زیادی را به خود جذب کرده است، قرارگیری شهر محمودآباد در این بخش است که در سال ۹۰ حدود ۳۱۷۷۱ نفر جمعیت داشته است و شهر سرخرود که در بخش سرخرود قرار گرفته است تنها ۵۹۲۱ نفر جمعیت دارد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰).

یافته‌های تحقیق

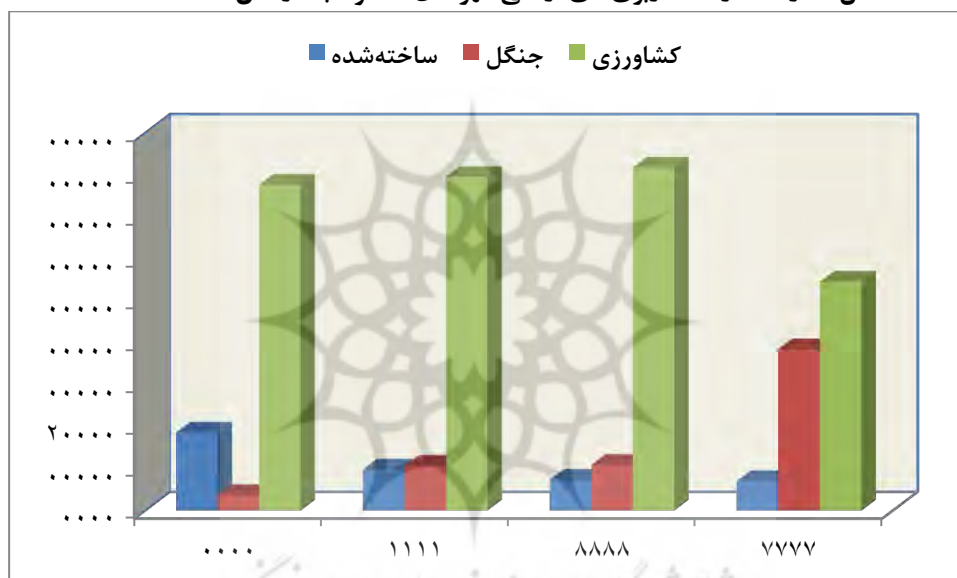
در سال ۱۳۵۷، حدود ۳۸,۴۸ درصد مساحت شهرستان محمودآباد را جنگل‌ها تشکیل می‌دادند در صورتی که در سال ۱۳۹۴ تنها ۳,۷ درصد شهرستان ۲۶۲ کیلومترمربعی محمودآباد را جنگل‌ها تشکیل می‌دهند؛ که از عوامل آن می‌توان به تغییر کاربری منابع طبیعی به اراضی کشاورزی دانست. همچنین، احداث جاده‌های بین شهری و بین روستایی نیز بی‌تأثیر نبوده است. اراضی ساخته‌شده نیز افزایش قابل توجهی داشته است که رشد جمعیت در ۴۰ سال گذشته و ایجاد شهرک‌های گردشگری در خطوط ساحلی، ساخت‌وسازهای غیرمجاز و ویلا سازی در کلیه مناطق به‌خصوص روستاهای نزدیک به جاده‌های اصلی از عوامل آن به شمار می‌روند.

جدول شماره ۳. درصد کاربری‌های اراضی شهرستان محمودآباد از سال ۱۳۵۷-۱۳۹۴

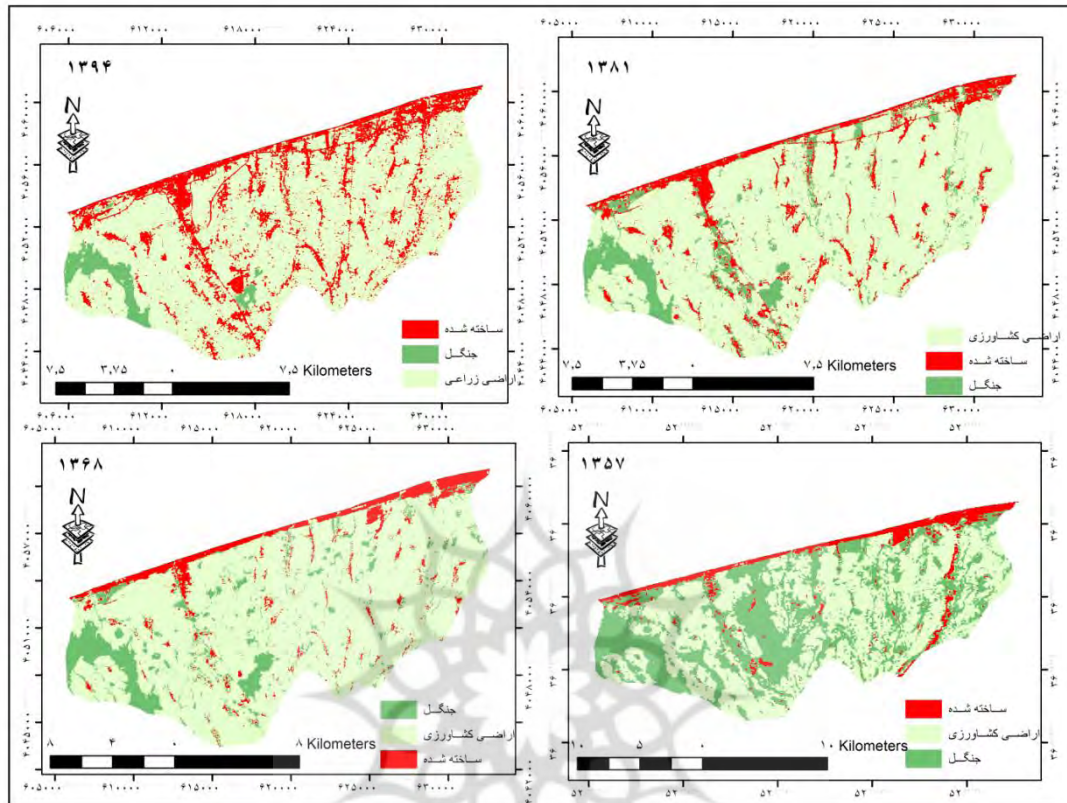
۱۳۵۷	۱۳۶۸	۱۳۸۱	۱۳۹۴	***
۶,۹۸	۷,۳۲	۹,۷۷	۱۸,۶	ساخته شده
۳۸,۴۸	۱۰,۹۲	۱۰,۶۹	۳,۷	جنگل
۵۴,۵۶	۸۱,۷۶	۷۹,۵۴	۷۷,۷	کشاورزی
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

شکل شماره ۳: درصد کاربری‌های اراضی شهرستان محمودآباد از سال ۱۳۵۷-۱۳۹۴



مأخذ: یافته‌های پژوهش



شکل شماره ۴. نقشه کاربری اراضی شهرستان محمودآباد از سال ۱۳۵۷-۱۳۹۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش

خصوصیات توصیفی

ویژگی جمعیت شناختی پاسخ‌دهندگان نشان داد که از مجموع ۳۷۹ نفر، حدود ۹۵ درصد پاسخ‌گویان مرد و مابقی زن بوده‌اند. از منظر میزان تحصیلات، ۱۱/۹ درصد ابتدایی، ۲۵/۴ درصد راهنمایی، ۴۵/۸ درصد متوسطه، ۱۱/۹ درصد لیسانی و ۵/۱ درصد فوق‌لیسانس و بالاتر بوده‌اند. همچنین از نظر مشاغل حدود ۵۵ درصد پاسخ‌گویان عنوان شغل خود را آزاد بیان کرده‌اند و مابقی افراد کشاورز، مغازه‌دار، خانه‌دار، راننده و معلم بوده‌اند. ۴۶ درصد پرسش‌شوندگان، بین ۲۰ تا ۴۰ سال، ۱۵ درصد بالاتر از ۶۰ سال، ۳۴ درصد بین ۲۰ تا ۴۰ سال و مابقی کمتر از ۲۰ سال سن داشته‌اند.

یافته‌های تحلیلی

به منظور ارزیابی میزان تأثیرگذاری هریک از عوامل در کالایی شدن فضا، از آزمون t تک نمونه استفاده شده است؛ که نتایج در جدول شماره ۴ درج شده است.

جدول شماره ۴: میانگین عوامل مؤثر بر کالایی شدن فضای گردشگری

عامل	تعداد	میانگین	انحراف معیار
سیاست‌های دولت	۳۷۹	۴/۵۲	۰/۴۷۹۸۶
نظام مالیاتی	۳۷۹	۳/۹۶	۰/۴۹۶۸۱
نظام بانکی	۳۷۹	۴/۳۵	۰/۵۲۱۴۹

همان‌طور که در جدول شماره ۵ نشان داده شده است، سطح معناداری تمامی عوامل (سیاست‌های دولت، نظام مالیاتی و بانکی) صفر است که این موضوع نشان‌دهنده معنی‌دار بودن هر سه عامل است. بدین ترتیب می‌توان بر پایه‌ی اطلاعات کسب‌شده از طریق تک‌تک شاخص‌ها تحلیل را انجام داد.

جدول شماره ۵: بررسی تأثیرگذاری عوامل مؤثر بر کالایی شدن فضا با استفاده از آزمون تی تک نمونه

مقدار مفروض: ۳,۱					
سیاست‌های دولت	T	درجه آزادی	سطح معناداری	میانگین اختلاف	
				پایین	بالا
سیاست‌های دولت	۵۷/۱۸۰	۳۷۸	۰/۰۰۰	۰/۵۴۲۳۷	۰/۷۶۵۳
نظام مالیاتی	۴۵/۰۸۱	۳۷۸	۰/۰۰۰	۰/۸۹۳۹۰	۰/۷۱۲۲
نظام بانکی	۴۶/۵۱۶	۳۷۸	۰/۰۰۰	۰/۸۵۴۰۰	۰/۶۹۰۱

نظام بانکی و کالایی شدن فضای گردشگری

بر اساس جدول شماره ۵، نظر به اینکه اختلاف میان مقدار مشاهده‌شده (۴,۳۵) و مقدار مفروض (۳,۱) مثبت و معادل ۰,۸۵ است لذا می‌توان گفت از نظر آماری عامل نظام بانکی

کشور یکی از عوامل مؤثر بر کالایی شدن فضا محسوب می‌شود. همچنین به منظور ارزیابی میزان اثرات گویه‌ها از آزمون کای اسکوئر استفاده شد (جدول شماره ۶).

جدول شماره ۶. عوامل بانک محور مؤثر بر کالایی شدن فضای گردشگری

معنی‌داری	کای اسکوئر	میانگین	گویه‌ها
۰/۰۱	۱۳/۳۴۴	۴/۱۰	ضعف حمایت بانک‌ها از تولیدکنندگان و کشاورزان
۰/۰۰	۳۹/۹۰۶	۴/۵۶	بالا بودن بهره تسهیلات
۰/۰۰	۴۹/۹۰۶	۴/۴۰	بالا بودن بهره سپرده‌ها

حدود ۷۰ درصد پاسخ‌گویان (۲۶۵ نفر) زیاد و خیلی زیاد بر این نکته تأکید داشتند که ضعف حمایت بانک‌ها از تولیدکنندگان و کشاورزان می‌تواند یکی از عوامل تأثیرگذار بر تشدید فرایند کالایی شدن فضای گردشگری باشد. نتایج آزمون کای اسکوئر نشان داد این آزمون در سطح اطمینان بالای ۹۵ درصد معنی‌دار است و با توجه به میانگین نتایج می‌توان گفت پاسخگویان معتقدند این عامل در کالایی شدن فضا نقش محسوسی دارد. تنها حدود یک درصد خیلی کم و ۲/۹ درصد کم، اعتقاد داشتند که این گویه نمی‌تواند چندان موجب کالایی شدن فضا باشد.

جدول شماره ۷ نشان می‌دهد که سهم بخش کشاورزی از کل تسهیلات بانکی کشور از ۱۹ درصد در سال ۱۳۷۲ به ۷/۷ درصد در سال ۱۳۹۵ رسیده است. ۲ دلیل عمده وجود داشته است؛ نخست بالا بودن نرخ بهره تسهیلات بانکی نسبت به بازده بخش کشاورزی است. بر اساس آمار بانک جهانی در سال ۲۰۱۷، نرخ بهره در ایران ۱۸ درصد اعلام شده است و در میان کشورهای آسیایی ایران دارای رتبه نخست است. این، در حالی بوده که کشورهای توسعه‌یافته میانگین یک درصد تا ۱/۵ درصد و برخی کشورها همچون سوئیس، دارای نرخ بهره منفی بوده‌اند (بانک جهانی، ۲۰۱۷). این نرخ بهره ۱۸ درصد در شرایطی اقتصاد ایران را تحت تأثیر قرار

می‌دهد که نرخ رشد تولید ناخالص داخلی^۱ کشور بر اساس آمار سال ۱۳۹۵ بانک مرکزی ۰/۹ درصد (بدون احتساب نفت) بوده است؛ همراه نبودن و همگام نبودن نرخ بهره تسهیلات بانک‌ها و نرخ بازدهی سرمایه در بخش‌های تولیدی چون کشاورزی و صنعت در بلندمدت موجب فرار سرمایه از بخش‌های تولیدی به بخش‌های غیر تولیدی و تضعیف اقتصاد کشور و وابستگی به واردات را افزایش می‌دهد.

جدول شماره ۷. تعیین سهم بخش‌های مختلف اقتصادی در افزایش مانده کل تسهیلات اعتباری بانک‌ها به بخش غیردولتی.

۱۳۹۵	۱۳۸۴	۱۳۷۲	بخش‌های اقتصادی
۷/۷	۱۴/۳	۱۹	کشاورزی
۲۸/۲	۲۷	۳۶	صنعت و معدن
۹/۱	۲۳/۱	۳۰	ساختمان و مسکن
۵۴/۹	۳۴/۲	۷	بازرگانی و خدمات
۰/۱	۱/۴	۸	صادرات
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع

مأخذ: مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۷۲؛ بانک مرکزی، ۱۳۹۵.

بر اساس نظر پاسخ‌دهندگان، بالا بودن بهره تسهیلات با میانگین ۴/۵۶ و سطح معناداری بالای ۹۹ درصد نشان از اهمیت آن از نظر پاسخ‌دهندگان دارد. همچنین ۲/۸ درصد خیلی کم، ۴/۲ درصد کم، ۳۰ درصد متوسط، ۳۸ درصد زیاد، ۲۴/۹ درصد خیلی زیاد بر نقش این گویه بر کالایی شدن فضای گردشگری در شهرستان محمودآباد اشاره داشتند. همان‌طور که بیان شده است، بالاتر بودن نرخ بهره بانکی (در بخش تسهیلات) از نرخ تولید ناخالص داخلی موجب می‌شود که همواره فشار اقتصادی بر دوش کشاورزان و تولیدکنندگان قرار داده شود و نقدینگی با توجه به مسائل و مشکلات موجود در این بخش به بخش‌های دیگر اقتصاد مانند بازارهای زمین، مسکن، طلا، ارز، دلار، بانک‌ها و ... فرار کند. این موضوع همواره زانمندی بخش تولید را از بین برده و فرصت رشد و نمو این بخش را دریغ می‌نماید.

یکی دیگر از عوامل مهم و تأثیرگذار (از نظر پاسخ‌دهندگان) بر کالایی شدن فضای گردشگری شهرستان محمودآباد بالا بودن نرخ بهره سپرده‌ها است. این گویه با میانگین $4/40$ و سطح معناداری بالای 99 درصد از اهمیت بالایی در رابطه با عوامل بانک محور کالایی شدن فضای گردشگری برخوردار است. $1/9$ درصد افراد خیلی کم، $7/9$ درصد کم، 9 درصد متوسط، $36/3$ درصد زیاد و همچنین 26 درصد اعتقاد داشتند که این گویه می‌تواند سهم قابل توجهی از علت فروش زمین و مسکن را در میان عوامل بانک محور داشته باشد. چون که کشاورزان با محاسبه ساده به این موضوع پی می‌برند که اگر سود حاصل از فروش اراضی را در بانک‌ها سپرده‌گذاری نمایند، به مراتب می‌توانند به صورت «تضمینی» از منافع بیشتری برخوردار شوند تا اینکه هزینه‌ها و «ریسک» بخش کشاورزی را بپذیرند.

نظام مالیاتی و کالایی شدن فضای گردشگری

مالیات در کشورهای توسعه یافته همواره به‌مثابه یک اهرم اقتصادی و «اجتماعی» دولت‌ها را در جهت دستیابی به اهدافشان یاری می‌رساند؛ اما در کشور ایران مالیات تنها به‌عنوان یک منبع درآمدی نگریسته می‌شود و از دیگر فرصت‌هایی که این نظام می‌تواند به وجود آورد دریغ می‌شود. یکی از این فرصت‌ها هدایت نقدینگی به بخش‌های تولیدی و تقویت این بخش است. در واقع دولت‌ها با مانع‌تراشی‌های مالیاتی مانع از وجود حجم عظیمی از نقدینگی جامعه به سمت بخش‌های غیر مولد اقتصادی می‌شوند و از سوی دیگر با معافیت‌ها و مشوق‌های مالیاتی سعی می‌کنند تا بخش تولید را حمایت نمایند؛ اما همان‌طور که در جدول شماره ۸ بر اساس نظر افراد پشش‌شونده پیداست، نظام مالیاتی در شهرستان محمودآباد نه تنها در حمایت از بخش تولید به‌خصوص کشاورزان و باغداران موفق عمل نکرده است بلکه مشوقی برای بخش‌های رانتی سفته‌بازی بوده است.

بر اساس جدول شماره ۳، نظر به اینکه اختلاف میان مقدار مشاهده شده ($3/96$) و مقدار مفروض ($3/1$) مثبت و معادل $0/89390$ است، لذا می‌توان گفت از نظر آماری عامل نظام مالیاتی کشور یکی از عوامل مؤثر بر کالایی شدن فضا محسوب می‌شود. همچنین به‌منظور ارزیابی میزان اثرات گویه‌ها از آزمون کای اسکوتر استفاده شد (جدول شماره ۸).

جدول شماره ۸. متغیرهای نظام مالیاتی مؤثر بر کالایی شدن فضای گردشگری

معنی داری	کای اسکور	میانگین	گویه‌ها
۰/۰۰۰	۲۲/۱۶۴	۳/۶۵	مالیات نگرفتن از سود خریدوفروش اراضی
۰/۰۰۰	۴۳/۷۴۱	۳/۸۷	مالیات نگرفتن از سود خریدوفروش مسکن
۰/۰۰۰	۳۴/۰۴۵	۴/۲۰	مالیات نگرفتن از خانه‌های دوم گردشگری
۰/۰۰۰	۳۵/۹۰۲	۳/۹۰	مالیات نگرفتن از خانه‌های خالی
۰/۰۰۰	۳۱/۲۳۰	۴/۱۵	عدم دریافت مالیات و عوارض از خودروهای لوکس
۰/۰۰۰	۵۰/۳۴۴	۴/۰۴	عدم دریافت مالیات و عوارض از مسکن لوکس و با متراژ بالا

بر اساس جدول شماره ۸، حدود ۱۷/۷ درصد خیلی کم، ۴۱/۹ درصد زیاد، ۴۲/۴ درصد خیلی زیاد مالیات نگرفتن از خانه‌های خالی را در تشدید فرایند کالایی شدن فضا و گسترش ساخت‌وسازها مؤثر می‌دانند. این درحالی‌که امروزه کشورهای توسعه‌یافته مالیات‌های قابل‌توجهی را از خانه‌های خالی دریافت می‌کنند که هزینه احتکار مسکن را بالا می‌برند. میانگین این گویه ۳/۹۰ و سطح معناداری آن با توجه به آزمون کای اسکور بالای ۹۹ درصد است. همچنین ۵ درصد متوسط، ۳۷/۴ درصد زیاد، ۵۳/۴ درصد خیلی زیاد با مالیات نگرفتن از خانه‌های دوم گردشگری در تشدید ساخت‌وسازها و کالایی شدن فضا موافق بودند. همچنین میانگین این گویه ۴/۲۰ و سطح معناداری بالای ۹۹ درصد نشان‌دهنده اهمیت مالیات از خانه‌های دوم گردشگری از دیدگاه مخاطبین است.

امروزه کشورهایمانند آمریکا تا ۸۰ درصد از سود خریدوفروش در بخش زمین و مسکن مالیات می‌گیرند و این در حالی است که در ایران دولت هیچ مالیاتی از سود حاصل از سرمایه در بخش زمین و مسکن دریافت نمی‌کند به‌عبارت‌دیگر هنوز سازوکار Capital Gains Tax در ایران وجود ندارد؛ و این موضوع می‌تواند به ضرر بخش تولید و به سود سفته‌بازان باشد. همان‌طور که در جدول ۸ مشاهده می‌شود، گویه‌های «مالیات نگرفتن از سود خریدوفروش اراضی» و «مالیات نگرفتن از سود خریدوفروش مسکن» با میانگین به ترتیب ۳/۶۵ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ نشان می‌دهد که افراد پرسش‌شونده بر این عوامل در تشویق ساخت‌وسازها و کالایی شدن فضای گردشگری تأکید دارند.

همچنین دوگانگی اجتماعی و فضایی که به واسطه‌ی ورود گردشگران در منطقه اتفاق می‌افتد منطقه و فضای گردشگری را با چالش‌هایی مواجه می‌سازد که وجود نظام مالیاتی پویا و فعال می‌تواند هزینه‌های چالش‌ها را به حداقل برساند. عدم دریافت مالیات و عوارض از خودروهایی لوکس در منطقه گردشگری و عدم دریافت مالیات و عوارض از مساکن لوکس و با متراژ بالا در منطقه گردشگری یکی از این راه‌هاست که نظام مالیاتی می‌تواند در کند شدن و حتی توقف کالایی شدن فضای گردشگری شهرستان محمودآباد نقش مهمی ایفا نماید.

سیاست‌های دولت و کالایی شدن فضا

بر اساس جدول شماره ۵، نظر به اینکه اختلاف میان مقدار مشاهده شده (۴/۵۲) و مقدار مفروض (۳/۱) مثبت و معادل ۰/۵۴۲۳۷ است لذا می‌توان گفت از نظر آماری سیاست‌های دولت یکی از عوامل مؤثر بر کالایی شدن فضا محسوب می‌شود. همچنین به منظور ارزیابی میزان اثرات گویه‌ها از آزمون کای اسکوئر استفاده شد (جدول شماره ۹).

یکی از عواملی مهم و تأثیرگذار بر کالایی شدن فضای گردشگری شهرستان محمودآباد کنار گذاشتن مردم از روند تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری‌ها در ارتباط با برنامه‌ریزی و مدیریت فضای گردشگری بوده است. ۲۵/۴ به درصد خیلی زیاد، ۵۲/۲ درصد زیاد و ۱۷/۱ درصد متوسط بر نقش منفعل مردم روستاهای شهرستان محمودآباد در تشدید کالایی شدن فضای گردشگری بوده است. نتایج آزمون کای اسکوئر نشان می‌دهد این آزمون در سطح اطمینان بالای ۹۹ درصد معنی‌دار است و با توجه به میانگین نتایج می‌توان گفت پاسخگویان معتقدند این عامل در کالایی شدن فضا نقش محسوسی دارد. مطالعات فرسنگی علاوه بر ضعف مشارکت مردم در تصمیم‌گیری‌ها و کنار گذاشته شدن آن‌ها باید به سیاست‌های حمایتی دولت از تولیدکنندگان به خصوص کشاورزان توجه کرد. چراکه کمبود توجه به این بخش در نهایت به تشویق تغییر کاربری اراضی و گسترش بسازوبفروش‌ها منجر می‌شود. در جدول شماره ۹ دیگر عوامل دولتی کالایی شدن فضای گردشگری را می‌توان مشاهده کرد.

جدول شماره ۹. عوامل دولتی مؤثر بر کالایی شدن فضای گردشگری

معنی داری	کای اسکور	میانگین	گویه‌ها
۰/۰۰۰	۳۰/۷۴۲	۴/۰۸	کنار گذاشتن مردم از روند تصمیم سازی و تصمیم گیری‌ها
۰/۰۰۰	۴۰/۰۹۵	۴/۵۱	ضعف دولت در کنترل قیمت اراضی و مسکن
۰/۰۲	۱۴/۹۰۵	۴/۵۱	ضعف نظارت دستگاه‌های دولتی بر روند تغییرات کاربری اراضی و ساخت‌وسازها
۰/۰۰۰	۲۱/۲۰۶	۴/۲۴	نبود ضوابط و مقررات دست و پاگیر
۰/۰۰۰	۵۰/۲۵۴	۴/۷۰	تورم و فشار اقتصادی
۰/۰۰۰	۶۵/۶۸۸	۴/۷۹	کمبود درآمد کافی و افزایش هزینه‌های زندگی ساکنان محلی
۰/۰۰۰	۶۱/۳۷۷	۴/۷۴	پر ریسک بودن فعالیت کشاورزی
۰/۰۰۰	۵۷/۱۸۷	۴/۷۰	کم درآمد بودن فعالیت کشاورزی
۰/۰۰۰	۲۶/۰۰	۴/۶۵	نوسان زیاد بازار هنگام فروش محصول
۰/۰۰۰	۴۶/۹۵۱	۴/۶۱	کافی نبودن و ضعف حمایت دولت از کشاورزان
۰/۰۰۰	۵۱/۸۲۸	۴/۵۸	هزینه بالای نیروی کار
۰/۰۰۰	۳۱/۵۵۸	۴/۵۸	هزینه بالای تأمین نهاده‌ها (کود، بذر و ...)
۰/۰۰۰	۵۰/۵۵۷	۴/۵۶	دلال‌بازی در بازار محصولات
۰/۰۰۰	۱۴/۸۳۳	۴/۱	پرسودتر بودن فعالیت‌های دیگر نسبت به کشاورزی

نتیجه‌گیری

کالایی شدن فضا به فرایندی اشاره دارد که در آن فضا به مثابه یک کالا توسط فروشنده به فروش رسانده می‌شود و توسط خریدار، خریداری می‌شود. در واقع فضا در کنار سایر عوامل و ابزارهای تولید در نظر گرفته می‌شود و این مسئله به بی‌توجهی و غفلت از ابعاد اجتماعی-فرهنگی و محیطی فضا منجر می‌شود. در شهرستان محمودآباد در سال‌های اخیر به واسطه ورود تعداد زیادی از گردشگران (بیشتر از کلان‌شهر تهران و شهر کرج) تغییرات کاربری اراضی و بسازوبفروش‌ها شدت گرفته است. همان‌طور که نتایج این تحقیق نشان داده است، سیاست‌های

دولت، نظام بانکی و نظام مالیاتی می‌توانند با تضعیف تولید (کشاورزی) زمینه‌ساز کالایی شدن فضای گردشگری باشند. همان‌طور که صدیقی، دربان آستانه و رضوانی (۱۳۹۶) هم نشان داده‌اند، وجود مشکلات اقتصادی بر سر راه کشاورزان همواره می‌تواند یکی از علل اصلی تغییر کاربری‌های باشد. دولت‌های می‌توانند با سیاست‌ها و راهبردهای مناسب و متناسب به پیشگیری و یا حداقل به کند شدن روند کالایی شدن فضا بپردازند.

کالایی شدن فضا زمانی اتفاق می‌افتد که مردم نقش مؤثری در فرایند مدیریت فضای محلی نداشته‌اند و تنها بعد اقتصادی فضا به رسمیت شناخته می‌شود. در شهرستان محمودآباد همان‌طور که افراد پرسش‌شونده بیان کردند، نظام مالیاتی به گونه‌ای نیست که بتواند فرایند تغییر کاربری‌ها و بسازوبفروش‌ها را حتی کند نماید و از روند کالایی شدن فضا جلوگیری نماید. چون که هزینه‌ی تسخیر فضاهای گردشگری در منطقه مورد مطالعه بسیار اندک و ناچیز است و این در حالی است که در کشورهای توسعه‌یافته تنها تعداد اندکی از هرم اقتصادی جامعه به دلیل وجود مانع‌تراشی‌های مالیاتی این امکان را دارند که فضاهای گردشگری را به مالکیت خود درآورند. برای مثال خانه‌های دوم گردشگری یکی از مقوله‌هایی است که نظام مالیاتی می‌تواند در تشویق و تعدد بی‌رویه ساخت‌وسازهای خانه‌های دوم گردشگری سهم مهمی داشته باشد یا اینکه از سوی دیگر در کنترل و مدیریت آن می‌تواند ابزار مهمی باشد. این در حالی است که در منطقه مورد مطالعه هیچ‌گونه مالیاتی از خانه‌های دوم گردشگری و خانه‌های خالی از سوی دولت مرکزی و مدیران محلی دریافت نمی‌شود و این موضوع می‌تواند زمینه‌ساز تشدید کالایی شدن فضای گردشگری در منطقه مورد مطالعه باشد.

علاوه بر نظام مالیاتی، نظام بانکی کشور به گونه‌ای است که بخش تولید را با هزینه‌های جدی مواجه می‌سازد. در کشور ایران، کسی که پول و سرمایه را به بخش تولید می‌آورد، باید پول مالیات، بیمه، نیروی کار، آب، برق، گاز، تلفن، ریسک سرمایه‌گذاری، بازاریابی، حمل‌ونقل و فروش و ... را متقبل شود اما کسی که پول و سرمایه خود را در بانک قرار می‌دهد به صورت تضمینی و بدون هیچ‌گونه دردسری بهره‌ای به مراتب بیشتر از نرخ بازدهی سرمایه در بخش‌های مولد تصاحب می‌کند. این مسئله به فرار نقدینگی از بخش‌های تولیدی به سمت بخش‌های غیر تولیدی منجر می‌شود. همین مسئله به اعتقاد پاسخ‌دهندگان در شهرستان محمودآباد می‌تواند

زمینه‌ساز تشدید تغییر کاربری‌ها و گسترش بسازوبفروش‌ها باشد. چون که کشاورز ترجیح می‌دهد که در بانک‌ها سپرده‌گذاری نماید و به‌صورت تضمین‌شده از عواید آن بهره‌مند باشد. این مسئله در ارتباط با بهره‌تسهیلات هم صادق است. بهره‌بالای تسهیلات به فشار بر تولیدکنندگان منجر می‌شود و کشاورزان را با هزینه‌های بالاتری مواجه می‌سازد. سیاست‌های دولت باید به گونه‌ای باشد که ریسک حاصل از سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی را به حداقل رساند و نوسانات بازار را در فصل فروش محصول کنترل نماید. از سوی دیگر بر اساس نظر پرسش‌شوندگان، دولت می‌تواند تأمین نهاده‌ها را با قیمت کمتری عرضه نماید و دلال‌بازی در بازار محصولات را با توجه به ظرفیت‌های بخش ICT کنترل نماید. در پایان ذکر این نکته ضروری می‌نماید که چنانچه سیاست‌ها و تصمیم‌گیری‌های فضایی و همچنین فضای گردشگری بر شالوده توجه هم‌زمان به اقتصاد سکونتگاه‌های روستایی و همچنین بعد اجتماعی-فرهنگی و محیطی فضا انجام شود می‌توان انتظار داشت که توسعه گردشگری محقق و روند کالایی شدن فضا با کندی و حتی توقف همراه شود.

منابع

- امین زاده، بهناز؛ آریامن، پوپه (۱۳۸۳). اصول و راهکارهای طراحی منظر فرا صنعت، مجله معماری و شهرسازی، شماره ۲۰، صص ۳۷ تا ۴۶.
- پرتوی، پروین (۱۳۸۲). مکان و بی‌مکانی رویکردی پدیدارشناسانه، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۱۴، تهران.
- تابان، محسن؛ پورجعفر، محمدرضا؛ پورمند، حسنعلی (۱۳۹۰). هویت و مکان؛ رویکردی پدیدارشناسانه، هویت شهر، شماره ۱۰، سال ۶، صص ۷۹-۹۰.
- حامی، مهیار؛ تقوی جلودار، مریم (۱۳۹۵). بررسی رابطه ورود گردشگران خارجی و میزان وقوع جرم در ایران، برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، دوره ۵، شماره ۱۷، صص ۶۵-۸۱.
- خسروجردی، مدینه؛ نوری پور، مهدی (۱۳۹۵). تحلیل سازه‌های مؤثر بر نگرش روستائیان در خصوص گردشگری روستایی در بخش درودزن شهرستان مرودشت، راهبردهای توسعه روستایی، دوره ۳، شماره ۳- شماره پایانی ۱۱، صص ۳۰۳-۳۱۶.
- دربان آستانه، علیرضا؛ رضوانی، محمدرضا؛ صدیقی، صابر (۱۳۹۵). بررسی عوامل اقتصادی و اجتماعی تغییرات کاربری اراضی (مطالعه‌ی موردی: شهرستان محمودآباد)، پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، شماره ۱۵؛ صص ۱۲۷-۱۴۳.
- دهشور، طهورا؛ افشین دانه‌کار، علی‌اصغر؛ آل‌شیخ، رضا؛ احمدیان (۱۳۹۲). شناسایی و مکان‌یابی فضاهای مناسب شهری با تأکید بر معیارهای زیست‌محیطی مطالعه موردی: شهرستان محمودآباد مازندران، فصل‌نامه آمایش سرزمین، دوره پنجم، شماره اول، صص ۱۵۵-۱۷۹.
- شفیعی ثابت، ناصر؛ صدیقی (۱۳۹۵). صابر تبیین کیفیت کالایی شدن مکان در نظام سرمایه‌داری، مطالعات تحول در علوم انسانی، دوره ۴، شماره ۶، صص ۳۴-۶۰.
- صدیقی، صابر (۱۳۹۶). کالایی شدن فضای جغرافیایی در نظام سرمایه‌داری، ششمین کنفرانس الگوی ایرانی-اسلامی پیشرفت، تهران.
- صدیقی، صابر (۱۳۹۵). مقایسه تطبیقی مفهوم فضا-زمان در نظام اسلامی و سرمایه‌داری، اولین کنگره ملی-دانشجویی عملیاتی کردن اقتصاد اسلامی در بستر ایران، دانشگاه امام صادق (ع)، تهران.

- صدیقی، صابر؛ دربان آستانه، علیرضا؛ رضوانی، محمدرضا (۱۳۹۶). بررسی عوامل کالبدی و سیاسی مؤثر بر تغییر کاربری اراضی شهرستان محمودآباد؛ برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)، ۷(۲)، ۳۹-۵۸.
- فرهادی، رودابه؛ درقه، رعنا (۱۳۹۴). تجزیه و تحلیل تأثیرات منفی گردشگری محیط‌زیست، کاربری اراضی، اشتغال در رامسر، اولین همایش علمی پژوهشی افق‌های نوین در علوم جغرافیا و برنامه‌ریزی، معماری و شهرسازی ایران، تهران، انجمن علمی توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین.
- مهرابی، علی‌اکبر؛ محمدی، محمد؛ محسنی ساروی، محسن؛ جعفری، محمد و قربانی، مهدی (۱۳۹۲). بررسی نیروهای محرک انسانی مؤثر بر تغییرات کاربری سرزمین (مطالعه موردی: روستاهای سید محله و دراسرا-تنکابن)، مجله منابع طبیعی ایران، دوره ۶۶، شماره ۲، ص ۳۰۷-۳۲۰.
- میرزایی، محسن؛ علیرضا ریاحی بختیاری، عبدالرسول سلمان ماهینی، مهدی غلامعلی فرد (۱۳۹۲). بررسی تغییرات پوشش اراضی استان مازندران با استفاده از سنجش‌های سیمای سرزمین بین سال‌های ۱۳۶۳-۱۳۸۹، اکولوژیک کاربردی، سال دوم، شماره چهارم، تابستان ۱۳۹۲.
- Harvey, D. (2010). The right to the city. *The City Reader*, 6, 23-40.
- Harvey, D. (2009). Reshaping economic geography: the world development report 2009. *Development and change*, 40(6), 1269-1277.
- Harvey, D. (2016). *The ways of the world. Profile Books*.
- Hammer, R.B. Stewart, S. I. Hawbaker, T. J and Radeloff, V. C (2017). Housing growth, forests, and public lands in Northern Wisconsin. *Journal of Environmental Management*.
- Heidegger, M. (1996). Being and time: A translation of Sein und Zeit. SUNY press.
- Lefebvre, H., & Nicholson-Smith, D. (1991). *The production of space* (Vol. 142). Blackwell: Oxford.
- Marx, K. (1976). *Preface and Introduction to a Contribution to the Critique of Political Economy*. Foreign Languages Press.
- Lefebvre, H. (2004). *Rhythmanalysis: Space, time and everyday life*. A&C Black.
- Martineau, J. (2015). *Time, capitalism and alienation: A socio-historical inquiry into the making of modern time*. Brill.
- Soja, E. W. (1996). *Thirdspace: Expanding the geographical imagination*. Blackwell.

Persian References:

Aminzadeh, B., Ariaman, P. (2004). Principles and Solutions of Trans-Industry Landscape Design, *Journal of Architecture and Urban Planning*, No. 20, pp. 37-46.

Partovi, P. (2003). The Location and Lack of location a Phenomenological Approach, *Journal of Fine Arts*, No. 14, Tehran.

Taban, M., Pourjafar, M. R., Pourmand, H. A. (2011). *Identity and place; a phenomenological approach*, City Identity, No. 10, Year 6, pp. 90-79.

Hami, M. Taghavi Jolodar, M. (2016). Investigating the Relationship between Foreign Tourist Entry and Crime in Iran, *Tourism Development Planning*, Volume 5, Number 17, pp. 65-81.

5. Khosrowjerdi, M., Nooripour, M. (2016). *Analysis of Structures Affecting Villagers' Attitude toward Rural Tourism in Droodzan Section of Marvdasht County*, Rural Development Strategies, Volume 3, Number 3 - Issue 11, pp. 303-316.

Darban Astaneh, A., Rezvani, M. R., Sedighi, S. (2016). *Investigation of Economic and Social Factors of Land Use Changes (Case Study: Mahmoodabad County)*, Rural Research and Planning, No. 15; pp. 127-143.

Dehshour, T., Daneshkar, A., Al-Sheikh, A.A., Ahmadian, R. (2013). *Identifying and Locating Appropriate Urban Spaces with Emphasis on Environmental Criteria Case Study: Mahmoudabad County in Mazandaran*, Town and Country Planning Quarterly, Volume 5, Number 1, pp. 155-179.

Shafi'i Sabet, N., Sediqi, S. (2016). *Explaining the Commodity Quality of Place in Capitalism*, Transformation in Human Science Quarterly, Volume 4, Number 6, pp. 34-60.

Sedighi, S. (2017). *Geographical Commodification in Capitalism*, 6th Iranian-Islamic Model of Progress Conference, Tehran.

Sedighi, S. (2016). *A Comparative Comparison of the Concept of Space-Time in the Islamic System and Capitalism*, The First National Student-Congress of Operating Islamic Economics in the Iranian Context, Imam Sadiq University, Tehran.

Sedighi, S., Darban Astaneh, A., Rezvani, M. R. (2017). *Investigation of Physical and Political Factors Affecting Land Use Change in Mahmoudabad*; Spatial Planning (Geography), 7 (2), 39-58.

Farhadi, R., Dargheh, R. (2015). *Analysis of Environmental Tourism Negative Impact, Land Use, Employment in Ramsar*, First Scientific Research Conference on Modern Horizons in Geography and Planning,, Architecture and Urban Planning, Tehran, Scientific Society for the Development and Promotion of Fundamental Sciences and Technologies, https://www.civilica.com/Paper-NICONF01-NICONF01_192.html.

13. Mehrabi, A. A., Mohammadi, M., Mohseni Saravi, M., Jafari, M., and Ghorbani, M. (2013). *Investigating Human Driving Force Affecting Land Use Changes (Case Study: Villages of Seyyed Mahaleh and Drasra-Tonekabon)*, Iranian Journal of Natural Resources, Volume 66, Number 2, pp. 307-320.

14. Mirzaei, M., Riahi Bakhtiari, A., Salman Mahini, A., Gholamali Fard, M. (2013). *Investigation of Land Cover Changes in Mazandaran Province Using Landscape Measurements Between 1984-2010*, Applied Ecology, Second Year, No. 4, Summer 2013.

