



جغرافیا و روابط انسانی، پاییز ۱۴۰۵، دوره ۹ شماره ۳، صص ۴۰-۱۷

نشانه‌های ارشادی و نظارتی شدن عملکرد سازمان جلب سیاحان مازندران با برنامه

عمرانی پنجم

سیدحسین شجاعی دیوکلایی^{۱*}، زمانه حسن‌نژاد^۲

۱-دانشیار. دانشگاه مازندران. دانشکده علوم انسانی و اجتماعی. گروه تاریخ. بابلسر. ایران

h.shojaee@umz.ac.ir

۲-دکتری تاریخ محلی و مدرس مدعو. دانشگاه مازندران. دانشکده علوم انسانی و اجتماعی. گروه تاریخ. بابلسر.

ایران.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۳/۲۹

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۱۲/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۱/۲۵

چکیده

حکومت پهلوی دوم از ابتدای دهه ۴۰ شمسی و به طور اخص از اردیبهشت سال ۱۳۴۲ با تاسیس سازمان جلب سیاحان ذیل معاونتی در نهاد نخست‌وزیری سیاست توسعه گردشگری را با اهداف اقتصادی و کسب درآمد از طریق این سازمان دنبال کرد. تحقق این هدف از سوی سازمان جلب سیاحان استان مازندران در بازه زمانی ده ساله تا سال ۱۳۵۲ متمرکز بر ایجاد زیرساخت‌های گردشگری از طریق اجرای پروژه‌های عمرانی بود. این مأموریت از اول فروردین سال ۱۳۵۲ و همزمان با اجرای برنامه عمرانی پنجم دچار تغییر و به منظور بهبود ارائه خدمات بهتر و با کیفیت‌تر به گردشگران متمرکز بر اقدامات ارشادی و نظارتی شد. بر این اساس این پژوهش در صدد است تا با بهره‌گیری از اسناد آرشیوی به و با بکارگیری روش تحقیق تاریخی به طرح و پاسخ‌گویی این پرسش بپردازد که نشانه‌های ارشادی و نظارتی شدن عملکرد سازمان جلب سیاحان استان مازندران در نتیجه اجرائی شدن برنامه عمرانی پنجم در دوره پهلوی دوم چه بود؟ یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که از زمان اجرای برنامه عمرانی پنجم و بر اساس دستورالعمل‌های این برنامه در حوزه گردشگری که در آن بر بهبود کیفیت ارائه خدمات به گردشگران تاکید شده بود سازمان جلب سیاحان مازندران در راستای تحقق این هدف برنامه عمرانی پنجم برخی اقدامات ارشادی و نظارتی را انجام داده است. تدوین فرم‌های نظرسنجی مسافران و گردشگران داخلی، یکسان‌سازی منوی غذا و نوشیدنی‌های واحدهای پذیرائی، درجه بندی واحدهای اقامتی گردشگری، نظارت بر قیمت‌ها و جلوگیری از گرانفروشی در واحدهای اقامتی و پذیرائی و نظارت‌های بهداشتی بر واحدهای اقامتی و پذیرائی از جمله این اقدامات ارشادی و نظارتی بودند که ر چهارچوب برنامه عمرانی پنجم توسط سازمان جلب سیاحان استان مازندران صورت گرفت.

واژگان کلیدی: برنامه عمرانی پنجم، سازمان جلب سیاحان مازندران، ارشاد و نظارت، واحدهای اقامتی و پذیرائی.

رشد و توسعه صنعت گردشگری به عنوان صنعتی نوپا و ارز آور در ایران از اوایل دهه چهل و در طول دهه پنجاه مورد توجه برنامه‌ریزان اقتصادی قرار گرفت. توجه به صنعت گردشگری با اهداف اقتصادی و کسب درآمد از جمله درآمدهای ارزی مورد توجه برنامه‌ریزان عصر پهلوی دوم بود. در عمل، از سال ۱۳۴۲ با تأسیس سازمان جلب سیاحان از طریق تشویق جهانگردان برای بازدید از اماکن تاریخی و طبیعی ایران مورد توجه قرار گرفت. (ساکما، ۱۳۷۹/۲۶۴/۹۷: ۳) در نتیجه چنین توجهی بود که در برنامه پنجم عمرانی گردشگری به عنوان صنعتی سودآور مورد توجه جدی قرار گرفت. (۱۳۷۹/۲۶۴/۸۹: ۳۰۳)

در چنین شرایطی در دهه‌های چهل و پنجاه شمسی توسعه صنعت گردشگری با جزئیات بیشتر و با الگو قرار دادن شیوه مقاصد و اماکن گردشگری در اروپا و آمریکا با قوت بیشتر دنبال گردید. از میانه مکاتبات اداری و گزارش‌های سازمانی بجامانده از نهادهای مرتبط با گردشگری در ایران چنین به نظر می‌رسد که برنامه‌ریزان ایرانی از سودآوری این صنعت در جهان آینده مطلع بوده و الگوی خویش را توسعه گردشگری و درآمدزایی این صنعت در کشورهای چون ایتالیا و اسپانیا قرار داده بودند. (ساکما، ۱۳۴۹ / ۲۹۳ / ۹۸: ۱۳۳)

فعالیت‌های مرتبط با گردشگری در سه سال آغازین دهه پنجاه، همچنان بر عهده سازمان جلب سیاحان بود؛ اما از سال ۱۳۵۳ وزارت اطلاعات و جهانگردی این وظیفه را بر عهده گرفت. جایگزینی یک وزارتخانه به جای سازمان اداری پیشین برای اداره امور مربوط به گردشگری نشان از توجه ویژه و چشمگیر حکومت پهلوی به گردشگری با رویکرد اقتصادی به منظور کسب درآمد در دهه ۵۰ دارد.

تا پیش از این و در دهه چهل و همزمان با تأسیس سازمان جلب سیاحان در اردیبهشت ۱۳۴۲ تا آغاز برنامه عمرانی پنجم در فروردین ۱۳۵۲ تمرکز حکومت پهلوی از طریق سازمان جلب سیاحان و سایر نهادها و سازمان‌های مرتبط با گردشگری متمرکز به اقدامات عمرانی به منظور ایجاد زیر ساخت‌های مورد نیاز گردشگری بود. به نظر می‌رسد که در نتیجه همین مأموریت عمرانی و ایجاد زیر ساخت‌های گردشگری بود که در این سال‌ها بر تعداد مراکز و اماکن ارائه دهنده خدمات در صنعت گردشگری مانند هتل‌ها، مهمانپذیرها، رستوران‌ها و اماکنی از این قبیل افزوده شد.

زمانی که سخن از زیرساخت‌های گردشگری می‌شود، واژه گردشگری یا همان توریسم با ریشه فرانسوی تور، مفهومی واقعی از خود ارائه می‌کند. این واژه به معنای چرخش، پیمودن و طی کردن به منظور لذت بردن است.

^۱-وزارت اطلاعات و جهانگردی در سال ۱۳۵۳ با ادغام اداره کل انتشارات و تبلیغات با سازمان جلب سیاحان تأسیس گردید.

(اسداللهی و همکاران، جغرافیا و روابط انسانی، زمستان ۱۴۰۳، دوره ۷، شماره ۴) مفهوم تفریح و لذت به صورت ناخودآگاه یادآور سطحی از رفاه و آسایش برای گردشگر است که با دریافت خدمات گردشگری ارتباطی ناگسستنی دارد.

تحقق این مهم لزوم نظارت دقیق و یکپارچه سازی ارائه خدمات به گردشگران را در این اماکن گردشگری اجتناب‌ناپذیر می‌نمود. در نتیجه بوجود آمدن چنین ضرورتی بود که در برنامه عمرانی پنجم و از سال ۱۳۵۲ بخش مهمی از وظایف و اقدامات سازمان‌های مرتبط با صنعت گردشگری (سازمان جلب سیاحان و سپس وزارت اطلاعات و جهانگردی) به اقدامات ارشادی و نظارتی معطوف شد.

در چنین شرایطی سازمان‌ها و ادارات گردشگری استان مازندران (اداره کل سازمان جلب سیاحان و از سال ۱۳۵۳ اداره کل اطلاعات و جهانگردی) به عنوان متولیان امر گردشگری در استان مازندران متأثر از برنامه عمرانی پنجم بر خلاف سال‌های قبل که بیشتر مأموریت عمرانی به منظور توسعه اماکن گردشگری داشتند؛ مأموریت نظارتی و ارشادی با هدف ارائه خدمات با کیفیت به گردشگران یافتند.

پیش از این خدمات ارائه شده در اماکن گردشگری در مازندران همواره دارای ضعف و کاستی‌هایی بود. شمار فراوان شکایات مردمی از این اماکن گویای این مدعا است. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۲۱۸: ۳، ۷۶: ۸۹/۲۶۴/۳۱: ۳، ۱۳) در چنین شرایطی نظارت گسترده بر اماکن مرتبط با گردشگری در نقاط مختلف مازندران امری ضروری بود. الزام این امر با توجه به تأکیدهایی که در برنامه عمرانی پنجم در خصوص نظارت بر کیفیت ارائه خدمات به گردشگران در سواحل خزر شده بود دو چندان می‌شد. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۳۳۹) با این رویکرد اماکن اقامتی و واحدهای پذیرائی در نقاط مختلف مازندران در دهه پنجاه به صورت جدی تحت نظارت و ارشاد نهادهای و ادارات متولی امر گردشگری قرار گرفتند.

بر این اساس پژوهش پیش‌رو در صدد است تا با استفاده از روش تحقیق تاریخی و بکارگیری اسناد و مدارک آرشیوی به طرح و پاسخگویی این پرسش بپردازد که نشانه‌های ارشادی و نظارتی شدن عملکرد سازمان جلب سیاحان استان مازندران در نتیجه اجرائی شدن برنامه عمرانی پنجم در دوره پهلوی دوم چه بود؟

پیشینه تحقیق

تا به امروز پژوهش‌های معدودی در باب تأثیرات برنامه پنجم عمرانی بر سیاست‌گذاری کلان گردشگری از سوی مورخان صورت گرفته است. این محدودیت و خلاء پژوهش‌های تاریخی در این موضوع، زمانی جدی‌تر می‌شود که موضوع به یک فضای محلی محدود می‌گردد.

در زمینه پیشینه و چالش‌های صنعت گردشگری در مازندران از زمان پاگیری سازمان جلب سیاحان تا تأسیس وزارت اطلاعات و جهانگردی، جز دو مقاله «نقش و عملکرد سازمان جلب سیاحان در ساخت و توسعه زیرساختهای عمرانی گردشگری در مازندران» (۱۴۰۳) و «تأثیر گردشگری سیاسی در تبدیل روستا به شهر؛ نمونه موردی آلاشت» (۱۴۰۴) که هر دو مقاله به قلم سیدحسن شجاعی دیوکلایی و زمانه حسن نژاد است، مقاله اختصاصی در موضوع تاریخچه صنعت گردشگری در استان مازندران در دسترس نمی‌باشد.

البته خارج از محدوده مازندران پیش‌تر محققینی چون سمیه بختیاری و عبدالمهدی رجائی به مبحث تاریخ گردشگری پرداخته‌اند. مقالات تأسیسات جهانگردی استان اصفهان در دوره پهلوی (۱۴۰۰) و بررسی تأثیرات ساخت و تسطیح راه‌ها و محورهای ارتباطی اصفهان بر توسعه صنعت گردشگری دوره پهلوی (۱۳۹۵) هر دو مقاله به قلم سمیه بختیاری، نزدیک‌ترین پژوهش به مقاله پیش رو است که البته به استان اصفهان اختصاص یافته است. عبدالمهدی رجائی نیز سال ۱۳۹۴ در مقاله‌ای به تاریخچه مدیریت گردشگری در ایران و چالش‌های آن پرداخته است. در مجموع می‌توان گفت، مقاله پیش روی که متکی بر اسناد تاریخی است، فاقد پیشینه جدی و یا آثار مشابه می‌باشد.

روش پژوهش

روش تحقیق این پژوهش روش تحقیق تاریخی است. در روش تحقیق تاریخی بررسی پدیدهایی اجتماعی که پیدایی آن‌ها ریشه در گذشته و تاریخ دارند مورد بررسی قرار می‌گیرد که هدف آن سنجش و اندازه‌گیری آهنگ دگرگونی پدیده‌ها و تحولات تاریخی مورد بررسی و پژوهش است. ضرورت و اهمیت بررسی تحولات تاریخی از منظر این روش از آن جهت است که برخی معتقدند که تمامی پدیده‌ها به بیانی تاریخی‌اند. (ساروخانی، ۱۳۸۸: ۲۰۲، ۲۴۷) همچنین شناخت عوامل پیدایی و مسیر تطور پدیده‌ها از منظر روش تحقیق تاریخی چشم‌اندازی از آینده در باب موضوع مورد نظر فراهم می‌سازند.

در روش تحقیق تاریخی، موضوعی معین در یک مقطع زمانی مشخص در گذشته بررسی می‌شود. در چنین تحقیقی، پژوهشگر از طریق جمع‌آوری اطلاعات، ارزشیابی صحت و سقم این اطلاعات، علت‌یابی و تجزیه تحلیل، نتایجی عینی، قابل دفاع و البته تأیید کننده فرضیات ارائه می‌دهند. (نادری، سیفی نراقی، ۱۳۸۵: ۸۶) از این شیوه به عنوان روش تحقیق تاریخی، یاد می‌شود. در واقع، مجموعه اقدامات یک محقق تاریخ برای بازآفرینی گذشته، روش تحقیق تاریخی معرفی می‌شود. در این روش، محقق مجموعه‌های متعددی از منابع دسته اول و دوم، اسناد و نسخ

خطی، مصاحبه (تاریخ شفاهی) را مورد استفاده قرار می‌دهد تا به حصول نتیجه از آن تحقیق که فهم تاریخی از آهنگ و روند تحول و پدیده‌ای تاریخی است حاصل شود.

روش تحقیق تاریخی به عنوان یک روش علمی دارای توانایی بازسازی عینی و تحلیل رویدادهای گذشته است. در این روش، محقق به دنبال گزارش گذشته نیست بلکه بازسازی وقایع گذشته و تحلیل آن با اتکا بر منابع دسته اول (اسناد و کتب تولید شده در زمان واقعه) و دسته دوم معتبر و مستند است. (طاهرپور کلانتری و دیگران، ۲۰۱۶) دقت نظر در نقد و ارزیابی اسناد و منابع مکتوب تاریخی، نقش محقق را در روش تحقیق تاریخی شاخص و دارای اهمیت می‌سازد.

شناخت عرصه پژوهش

تاریخ آزمایشگاه پدیده‌های اجتماعی است (طاهرپور کلانتری و دیگران، ۲۰۱۶) لذا تعمیق در بسیاری از موضوعات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی، نیازمند ریشه‌یابی تاریخی است. گردشگری به عنوان یک پدیده مدرن که در جهان امروز مطرح شده، از جمله این پدیده‌های اجتماعی است که در پیوند با تاریخ می‌باشد. بررسی ریشه‌های تاریخی پیدایش گردشگری و تأثیرات اجتماعی و اقتصادی آن، مراجعه به منابع و اسناد تاریخی را ضروری می‌سازد.

این بررسی زمانی از اهمیت بیشتری برخوردار می‌گردد که از گردشگری در کشوری چون ایران سخن به میان می‌آید. گردشگری به عنوان یک پدیده جدید در ایران عصر پهلوی مطرح گشت و تأثیرات اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی آن نیز از منظر تاریخ عصر پهلوی قابل واکاوی است. بروز و ظهور پدیده مدرن گردشگری در ایران عصر پهلوی با ساختارهای سنتی و محافظه‌کار، امری دشوار به نظر می‌رسید و طبیعتاً گسترش آن را با محدودیت‌هایی مواجه ساخت. علاوه بر محدودیت‌ها که غالباً ناشی از ساختارهای سنتی اداری، اقتصادی و فرهنگی بود، گردشگری به عنوان منبعی درآمدزا، فرصت و یک منبع اقتصادی محسوب می‌شد. لذا رشد این صنعت مدرن در فضای سنتی ایران، به صورت توأمان فرصت و محدودیت محسوب می‌شد.

بررسی محدودیت‌ها و فرصت‌های وابسته به صنعت نوظهور گردشگری در ایران، نیازمند نیم‌نگاهی به ریشه‌های تاریخی آن است. گردشگری در ایران به عنوان یک صنعت نوظهور و درآمدآفرین که تا به امروز امتداد یافته، از زمان شکل‌گیری آن در عصر پهلوی با نشیب و فرازهای گوناگون مواجه بوده است. در این نوشتار با یک برش تاریخی، پیوستگی مابین برنامه پنجم عمرانی با سیاست‌گذاری‌های کلان گردشگری در عصر پهلوی با تأکید بر تاثیر برنامه عمرانی پنجم در ارشادی و نظارتی شدن عملکرد سازمان جلب سیاحان مازندران مورد بررسی قرار می‌گیرد. تحقق

این مهم در نخستین گام مستلزم بررسی عملکرد سازمان جلب سیاحان مازندران در دوران ده ساله آن پیش از برنامه عمران پنجم است. بررسی‌های اسنادی از عملکرد سازمان جلب سیاحان مازندران پیش از اجرای برنامه عمرانی پنجم نشان می‌دهد که عملکرد این سازمان متمرکز بر اقدامات عمرانی و ایجاد زیرساخت‌های گردشگری بود که این مسأله در ادامه مورد بررسی قرار می‌گیرد.

نقش و عملکرد عمرانی سازمان جلب سیاحان مازندران در ایجاد زیرساخت‌های گردشگری

سابقه تاریخی سازمان‌های گردشگری در ایران معاصر به دوره پهلوی اول برمی‌گردد. براساس آنچه که از گزارش‌های اسنادی برمی‌آید حکومت رضاشاه دستکم از سال ۱۳۱۳ با هدف جلب سیاحان و شناساندن مفاخر و تمدن کهن ایران به خارجیان اقدام به تأسیس اداره‌ای به نام «اداره تبلیغات و جلب سیاحان خارجی» در بدنه وزارت داخله نمود. (ساکما، ۱۳۹۱/۱۷۷۷: ۱) آنگونه که از نام این اداره پیداست و با توجه به اسناد موجود در خصوص عملکرد این سازمان اهداف عمده این سازمان تبلیغ و شناساندن ایران (ساکما، ۱۳۹۱/۱۹۴۴: ۳) و مناظر طبیعی (ساکما، ۱۳۹۱/۱۹۴۷: ۳-۱ و ساکما، ۱۳۹۱/۱۹۴۲: ۱) و سابقه تمدن تاریخی (ساکما، ۱۳۹۱/۲۹۳/۱۲۱۷۵: ۵) آن در مجامع بین‌المللی در چهارچوب ایدئولوژی ناسیونالیستی و باستانگرایانه حکومت بود.

پس از سقوط حکومت پهلوی اول و روی کارآمدن محمدرضاشاه تا آغاز دهه ۴۰ شمسی سیاست‌های کلان گردشگری کشور برپایه همان سیاست‌های دوران پهلوی اول استوار بود. سابقه توجه به گردشگری و ایجاد سازمان و تشکیلات اداری در این حوزه در دوره پهلوی دوم به سال ۱۳۲۰ و تشکیل شورایی به نام «شورای جهانگردی» در وزارت کشور توسط اداره سیاسی این وزارتخانه برمی‌گردد. (ساکما، ۱۳۹۱/۱۷۱۵۹: ۴-۲) ناکامی این شورا در پیشبرد امور و تغییر نگاه به مقوله گردشگری موجب شد تا پس از ۱۳ سال و در سال ۱۳۳۳ با هدف تحکیم مبانی حسن تفاهم میان مردم کشورهای مختلف در وزارت کشور اداره‌ای به نام «اداره امور جهانگردی» تأسیس شود. (ساکما، ۱۳۹۱/۱۱۴۴۰۵: ۲۹۳: ص ۱-۲) در کنار اداره امور جهانگردی در سال ۱۳۳۷ شورایی به نام «شورای عالی جهانگردی» در اداره امور جهانگردی وزارت کشور با وظیفه تعیین خط و مشی و برنامه‌های اجرایی اداره امور جهانگردی تشکیل شد. (ساکما، ۱۳۹۱/۱۴۱۴: ۲۴۰: ۳-۱)

اداره امور جهانگردی و شورای جهانگردی آن در ۱۷ اردیبهشت ۱۳۴۲ منحل و به جای آن «سازمان جلب سیاحان» ذیل معاونتی در نهاد نخست‌وزیری تأسیس شد. در مصوبه هیأت وزیران در خصوص اهداف تأسیس این سازمان آمده بود: «بمنظور معرفی بیشتر کشور شاهنشاهی و تشویق جهانگردان و ایرانیان به مشاهده آثار باستانی و تاریخی و مناظر طبیعی ایران، بطور کلی تمرکز و هماهنگی کامل امور مربوط به جهانگردی که موجب تحصیل ارز و توسعه و

ترویج صنایع ملی شود سازمانی بنام سازمان جلب سیاحان تاسیس شود.» (ساکما، ۱۳۶۹/۰۰۷۶۹/۲۶۴: ۹۷: ۳) بر این اساس چنین می‌توان عنوان کرد که سازمان جلب سیاحان بر خلاف سازمان‌های متولی گردشگری پیش از خود دارای اهداف اقتصادی بود. برپایه چنین هدفی سازمان جلب سیاحان فعالیت‌های خود را با تاسیس شعب استانی و شهرستانی به صورت فراگیر در مناطق مختلف کشور از جمله در استان مازندران آغاز کرد.

اهمیت و ضرورت فعالیت سازمان جلب سیاحان در استان مازندران از یک سو به دلیل برخورداری بودن این استان از پتانسیل‌های طبیعی برای جذب گردشگر و سابقه تاریخی مازندران به عنوان تفرجگاه حکومت‌گران ایران (ساکما، ۱۳۸۲/۱: ۲۵۶) فتحعلیشاه قاجار (سپهر، ۱۳۵۲: ۲۹۴/۱) و ناصرالدین شاه قاجار (ناصرالدین شاه، ۱۳۹۰: ۲۱۴) به قصد سیاحت و تفرج به مازندران سفر کردند.

در دوران پهلوی هم مازندران و برخی از شهرهای آن مانند رامسر محل پذیرائی از مهمانان خارجی و مقامات رسمی خارجی در سال‌های ۱۳۱۶، (ساکما، ۱۳۱۰/۸۸۲۸: ۲) سال ۱۳۲۲ (ساکما، ۱۳۳۴/۰۲۳۰: ۴۵) و ۱۳۵۲ (ساکما، ۱۳۷۲۵/۰۲۳۰: ۷۳) به واسطه جاذبه گردشگری این شهر بود. با این حال اما این منطقه به واسطه فقدان زیرساخت‌های گردشگری در توسعه محدود صنعت توریسم با محدودیت مواجه بود. با آغاز دوران پهلوی اما شرایط اندکی دچار تغییر شد و امکانات و زیرساخت‌های حداقلی برای رفاه گردشگران در مازندران مانند ساخت مهمانخانه بزرگ شهر بابلسر (پانیاس) در سال ۱۳۱۷ (روزنامه اطلاعات، ۱۶ فروردین ۱۳۱۷: ۵) فراهم شد.

با این وجود اما هنوز امکانات و زیرساخت‌ها برای استفاده گردشگران ناکافی بود. فقدان چنین زیرساخت‌های ضروری را می‌توان در گزارش سیاح استاندار مازندران در ۱۸ خرداد ۱۳۳۰ در روزنامه محلی صدای مازندران به چاپ رسیده مشاهده کرد. (روزنامه صدای مازندران، سال اول، شماره ۸، ۱۸ خرداد ۱۳۳۰: ۲) بر این اساس ضروری بود تا زیرساخت‌های عمرانی مناسب گردشگری در استان مازندران ایجاد و این نقیصه برطرف گردد.

در پی فراهم آمدن چنین ضرورتی بود که مجموعه اقدامات عمرانی به منظور ایجاد زیرساخت‌های جذب گردشگر توسط سازمان جلب سیاحان مازندران در سه حوزه احداث پلاژهای ساحلی، ساخت و توسعه جاده‌ها و احداث پارک‌های جنگلی صورت گرفت.

در خصوص طرح احداث پلاژهای ساحلی توسط سازمان جلب سیاحان مازندران باید عنوان کرد که تا پیش از اجرای گسترده طرح پلاژسازی در سواحل مازندران اسکان مسافران غیراستاندارد و فاقد اصول بهداشتی بود و کومه‌های ساخته شده از نی و آلونک‌های ابتدایی مورد استفاده مسافران قرار می‌گرفت. (ساکما، ۱۳۵۷/۱۶۳/۸۹: ۲۵۸) برای رفع مشکلاتی از این دست بود که در ۲۴ اردیبهشت ۱۳۴۸ بنا بر یک بخشنامه لازم‌الاجرا طرح ساخت پلاژهای شهرداری

که مکان‌هایی برای اسکان عموم بود از سوی شورای توسعه جهانگردی شمال مطرح شد. (ساکما، ۱۴۰/۲۶۴/۸۹: ۴۸۳)

در اجرای این طرح چندین نهاد ملی و محلی مشارکت داشتند. سازمان جلب‌سیاحان که از حمایت مستقیم نخست‌وزیری برخوردار بود، استانداری مازندران و شهرداری‌های شهرهای ساحلی استان از جمله این نهادها بودند. سازمان جلب‌سیاحان با استفاده از اختیارات خویش از استانداری درخواست کرده بود تا با شهرداری‌های شهرهای ساحلی در این موضوع همکاری نمایند. (ساکما، ۱۴۰-۲۶۴-۸۹: ۵۵۹)

در تحقق این مهم اما مضیقه‌های مالی و فنی شهرداری‌ها از مسائل جدی در ساخت پلاژها بود. با توجه دشواری طرح و هزینه آن، جهت تشویق شهرداری‌ها، وام‌های بلندمدت و کم بهره از مرکز به این طرح اختصاص داده شد. ۷۰٪ از هزینه ساخت پلاژها از طریق وام‌های ۲۰ ساله با بهره ۲٪ از سوی سازمان جلب‌سیاحان فراهم می‌شد. ۳۰٪ باقیمانده نیز از درآمدهای جاری شهرداری‌ها فراهم می‌شد. وام در شرایطی پرداخت می‌شد که شهرداری‌های مورد نظر سهم خود را در ساختمان پلاژ به مصرف رسانده و یا به حساب مشترک واریز می‌کردند. پرداخت اقساط وام‌ها سه سال پس از احداث پلاژها آغاز می‌شد. (ساکما، ۱۴۰/۲۶۴/۸۹: ۵۵۹ و ۵۵۰)

با مشخص و تأمین شدن هزینه‌های ساخت پلاژ در شهرهای ساحلی، اجرای این طرح‌ها نیز از جمله عملکردهای سازمان جلب‌سیاحان مازندران در راستای ساخت و توسعه زیرساخت‌های عمرانی گردشگری در استان بود. برای تحقق این مهم ابتدا شهرداری‌ها کروکی زمین مورد نظر را برای دفتر فنی سازمان جلب‌سیاحان ارسال می‌کردند. دفتر فنی سازمان جلب‌سیاحان چند نمونه نقشه برای ساخت پلاژها فراهم و با توجه به شرایط کروکی زمین یکی از آن نقشه‌ها مورد تایید قرار می‌گرفت. (ساکما، ۱۴۰/۲۶۴/۸۹: ۴۳۵)

در کنار همکاری در ایجاد پلاژهای ساحلی، ساخت و توسعه جاده‌ها از دیگر اقدامات عمرانی سازمان جلب‌سیاحان مازندران بود. مازندران همانند اغلب استان‌های ایران در آغاز دهه ۴۰ شمسی فاقد راه‌های مناسب بود. بر این اساس بود که ساخت و توسعه راه به عنوان یکی از وظایفی که برای سازمان جلب‌سیاحان تعیین شده بود در دستور کار این سازمان در استان‌های مختلف قرار گرفت. در این میان کوشش برای ساختن راه‌های فرعی از مراکز شهرها به روستاهایی که دارای آثار تاریخی و مناظر طبیعی بودند (ساکما، ۱۴۸/۲۹۳/۹۸: ۱۸۱) از جمله نخستین وظایف سازمان جلب‌سیاحان در استان‌های مختلف کشور تعیین شد. برای تسهیل در تحقق این مهم وزیر راه به عنوان یکی از اعضاء شورای مشورتی سازمان جلب‌سیاحان تعیین شد. (ساکما، ۱۴۰/۲۶۴/۹۷: ۶)

مهمترین اقدام عمرانی سازمان جلب‌سیاحان در توسعه راه‌ها در مازندران به منظور توسعه گردشگری تلاش برای ساخت راه‌های عمود به دریا بود. در سال ۱۳۴۷ موضوع ساخت راه‌های عمود به دریا در مازندران مطرح شد. (ساکما،

۸۹/۲۶۴/۳۹: ۱۲۷) این طرح به پیشنهاد رئیس سازمان جلب سیاحان شمال به اداره کل آبادی و مسکن استان مازندران مطرح شد. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۴۷۴) در مکاتبه مورخ ۲۴ فروردین ۱۳۴۸ سرپرست سازمان جلب سیاحان مازندران با قائم مقام سازمان برنامه به ساخت راه‌های عمود به دریا اشاره شد. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۳۹: ۹۳) براین اساس در سال ۱۳۴۸ وظیفه اصلی ساخت راه‌های عمود بر دریا در استان مازندران با پیگیری سازمان جلب سیاحان این استان رسماً برعهده وزارت مسکن و آبادانی قرار گرفت (ساکما، ۸۹/۳۶۴/۱۴۰: ۴۷۷).

اما برای تحقق پروژه راه‌های عمود بر دریا نمونه‌ای از چند نقشه پیشنهادی اولیه مربوط به این راه‌های از جانب سازمان جلب سیاحان مازندران برای معاونت نخست‌وزیر ارسال شد. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۳۹: ۹۹) تعیین مسیر مناسب برای احداث راه‌های عمود به دریا و محاسبه هزینه آن مساله‌ای مهم بود که طور مشترک بین سازمان جلب سیاحان و وزارت مسکن و آبادانی انجام می‌گرفت. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۳۹: ۱۰۰) در مجموع با توجه به مطالعات به عمل آمده احداث ۱۲۰ قطعه راه عمود به دریا در سواحل استان مازندران در نظر گرفته شد. از این تعداد ۳۸ قطعه راه تا پایان سال ۱۳۵۱ احداث شد. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۲۵۷)

اما علاوه بر راه‌های عمود بر دریا، در احداث راه‌های جنگلی نیز سازمان جلب سیاحان مازندران نقش‌آفرینی کرد. احداث راه‌های جنگلی در شرق مازندران مانند مینودشت، کلاله، رامیان، خان‌ببین که از پوشش جنگلی و آبشارهای متعدد برخوردار بودند، (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۳۱۰) ترمیم جاده آبشار شیرآباد در حوالی گنبدکاووس در سال ۱۳۵۱، (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۴۲۹) راه جنگلی سی‌سنگان و میانکاله (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۲۵۷) و مرمت جاده جنگلی منتهی به محوطه تاریخی عباس‌آباد بهشهر در سال ۱۳۵۲ (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۳۹: ۸۰) از جمله عملکردهای سازمان جلب سیاحان مازندران در ساخت و توسعه راه‌ها جنگلی در استان مازندران بود.

در کنار احداث و ترمیم راه‌ها در مازندران، سازمان جلب سیاحان مازندران دست به اقدامات عمرانی دیگری زد. این اقدام عمرانی احداث پارک‌های جنگلی بود. پارک‌های جنگلی بخشی از جنگل‌های هیرکانی بودند که امکانات خدماتی چون فروشگاه، سرویس بهداشتی و مراکز تفریحی در آن جای داده شده بود. پارک جنگلی سی‌سنگان در سال ۱۳۵۱، (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۴۵۵) پارک جنگلی نور در سال ۱۳۵۲، (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۲۶۲) پارک جنگلی شیرآباد در حوالی گنبدکاووس، (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۴۳۱) پارک جنگلی کبودوال در مجاورت علی‌آبادکتول در سال ۱۳۴۸، (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۴۰: ۵۶۴) پارک جنگلی رامیان در سال ۱۳۵۱ (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۲۷۵) و پارک جنگلی ناهارخوران در گرگان نیز در سال ۱۳۵۲ (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۲۶۴) از جمله پارک‌های جنگلی بودند که سازمان جلب سیاحان استان مازندران در احداث آنها به عنوان بخشی از عملکردهای عمرانی خود در احداث آنها مشارکت داشت.

براین اساس بررسی‌های اسنادی عملکرد سازمان جلب سیاحان مازندران از زمان تشکیل آن در ۱۷ اردیبهشت ۱۳۴۲ تا شروع برنامه عمرانی پنجم در اول فروردین ۱۳۵۲ نشان می‌دهد که عملکرد این سازمان در این دوران ده ساله متمرکز بر عملکردهای عمرانی به منظور ایجاد زیرساخت‌های گردشگری در استان مازندران بود. این مأموریت و عملکرد اما در برنامه عمرانی پنجم دچار تغییر شد و جنبه‌های ارشادی و نظارتی بر امکان گردشگری یافت. بررسی این تغییر نقش، اصلی‌ترین مسأله تحقیق این پژوهش است. اما پیش از پرداختن به آن بررسی جایگاه گردشگری مازندران در برنامه عمرانی پنجم ضروری است که این مسأله در ادامه مقاله مورد بررسی قرار می‌گیرد.

جایگاه گردشگری مازندران در برنامه عمرانی پنجم

در باب اهمیت و جایگاه ویژه استان‌های شمالی در صنعت گردشگری، اسناد و مکاتبات اداری فراوانی در دوره پهلوی دوم به چشم می‌خورد. طرح جامع جهانگردی کرانه‌های دریای خزر که در برنامه پنجم عمرانی لحاظ شده بود، از مهم‌ترین این موارد است. این طرح جامع احداث مراکزی مرتبط با گردشگری در نقاط مختلف مازندران را مورد توجه قرار داده بود. (ساکما، ۱۵۷/۲۶۴/۸۹: ۳۳۹)

گردشگری در شمال ایران که با نام گردشگری سواحل خزر شناخته می‌شود، یکی از زیرشاخه‌های گردشگری به نام اکوتوریسم است که بر ویژگی‌های زمین‌شناسی و مناظر طبیعی در یک منطقه متمرکز دارد. هدف از این شاخه گردشگری معرفی و شناسایی خصایص طبیعی و منحصر به فرد یک ناحیه می‌باشد. (رحمتی و همکاران، جغرافیا و روابط انسانی، بهار ۱۴۰۳، دوره ۶، شماره ۴) این شاخه از گردشگری در مورد توجه برنامه ریزان قرار گرفت و منجر به خلق طرح جامع جهانگردی دریای خزر شد.

طرح جامع جهانگردی دریای خزر، پیش از برنامه پنجم عمرانی از سوی برنامه ریزان مطرح شده و در مطبوعات دوره زمانی مورد بحث انعکاس یافته بود. هدف از این طرح بهره‌برداری از ظرفیت‌های جهانگردی دریای خزر و جذب مسافران داخلی و خارجی در سواحل شمالی کشور بود. بر اساس این طرح یک رشته جاده ساحلی و کمپ‌های ارزان قیمت، تعدادی هتل و متل ایجاد می‌شد. (روزنامه اثر، ساری، ۴ خرداد ۱۳۴۷، سال ۱۹، شماره ۸۸۸: ۴و)

این اهمیت با تأکید بر توسعه گردشگری و فراهم نمودن زیرساخت‌های لازم طی برنامه پنجم عمرانی، چندین برابر شد. مدیریت طرح و برنامه طی مکاتبه با سازمان جلب سیاحان مازندران به تاریخ ۲۸ اسفند سال ۱۳۵۲ در باب اهمیت گردشگری مناطق شمالی کشور عنوان کرد: «سازمان جلب سیاحان اهمیت مناطق شمال کشور را در امر جهانگردی تأکید می‌نماید.» (ساکما، ۱۵۷/۲۶۴/۸۹: ۲۵۶)

لازم به ذکر است که برنامه پنجم عمرانی و به تبع آن طرح جامع گردشگری دریای خزر به مانند بسیاری از طرحهای جامع، توسعه پایدار را دنبال می‌نمود. توسعه پایدار از مفاهیم مهم برنامه‌ریزی است که ابتدا در اقتصاد و سپس در ارزیابی توسعه مورد استفاده قرار گرفت. توسعه پایدار رفاه برای نسل آینده را دنبال می‌نماید. (خلیلی و همکاران، جغرافیا و روابط انسانی، زمستان ۱۴۰۳، دوره ۷، شماره ۳) امری که در بسیاری از طرحهای جامع از جمله طرح جامع گردشگری دریای خزر دنبال می‌شد. لذا سیاستهای وضع شده، توسعه پایدار را دنبال می‌کردند.

پیش از اجرای طرحهای گردشگری مورد تأکید در برنامه پنجم عمرانی، در سیاستهای گردشگری دهه ۴۰، طرحهای متعددی در مازندران به اجرا در آمده بود در چنین شرایطی با کلید خوردن طرحهای گردشگری جدید در دهه ۵۰ که از حمایتهای قانونی برنامه پنجم عمرانی بهره می‌برد. مازندران از زیرساختهای نسبی در زمینه گردشگری برخوردار بود. در سال ۱۳۵۱ بنا به درخواست سازمان طرح و برنامه از همایون نقابت ریاست سازمان جلب سیاحان مازندران، آماری از تعداد هتلها و مهمانخانههای مازندران تهیه شد. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۴۸۵)

بر اساس گزارش ارائه شده از سازمان جلب سیاحان مازندران به سازمان طرح و برنامه در ۱۴ اسفند ۱۳۵۱ تعداد مهمانخانهها استان مازندران بیست و پنج مورد ذکر شد. در جزئیات این گزارش در خصوص تعداد و کیفیت مهمانخانهها آمده بود. «در حال حاضر جمعاً ۲۵ مهمانخانه (چهار ستاره یک دستگاه، سه ستاره چهار دستگاه، دو ستاره پنج دستگاه، یک ستاره پانزده دستگاه) با ۶۰۲ اتاق و ۱۲۱۷ تخت آماده پذیرایی از مهمانان است.» (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۴۸۳) همچنین آماری از تعداد مسافرین مراجعه کننده به این مهمانخانهها در نوروز ۱۳۵۱ تهیه و در اختیار مرکز قرار گرفت. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۴۸۹) این آمار از وضعیت زیرساختهای پذیرایی مازندران در آستانه برنامه پنجم عمرانی خبر می‌دهد.

با توجه به شاخصههای طبیعی شمال کشور، مازندران در سیاست توسعه گردشگری طی برنامه عمرانی پنجم مورد توجه ویژه قرار گرفت. سازمان جلب سیاحان و همچنین سازمان مدیریت طرح و برنامه تمهیداتی ویژه به یاری مشاوران خارجی و داخلی و به همت کارشناسان این حوزه برای نقاط مختلف کشور، از جمله مازندران در نظر گرفت. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۲۵۶)

تا پیش از این سازمانهای متولی و مرتبط با امر گردشگری مخصوصاً سازمان جلب سیاحان غالباً شاخصهای کمی در مازندران را مورد توجه و نظارت قرار می‌دادند. با توجه به نوپا بودن این صنعت در کشور، به ویژه در استانهایی چون مازندران، نظارت کیفی مسئلهای جدی به نظر می‌رسید. در چنین شرایطی توسعه کیفی و ارائه خدمات با کیفیت مطلوب به گردشگران در اماکن اقامتی و واحدهای پذیرایی در استان امری ضروری بود که از اجرای برنامه عمرانی پنجم مورد توجه ویژه سازمان جلب سیاحان قرار گرفت. تحقق این مأموریت از سوی سازمان جلب سیاحان استان

مازندران در چهارچوب برنامه عمرانی پنجم منجر به ارشادی شدن عملکرد سازمان جلب سیاحان استان مازندران شد که این مسأله در ادامه مقاله مورد بررسی قرار می‌گیرد.

ارشادی شدن عملکرد سازمان جلب سیاحان مازندران در چهارچوب برنامه عمرانی پنجم

تا پیش از اجرای برنامه عمرانی پنجم عملکرد سازمان جلب سیاحان معطوف به توسعه کمی اماکن گردشگری و اقدامات عمرانی به منظور ایجاد زیرساخت‌های جهت فراهم آوردن امکانات لازم برای گردشگری و گردشگران بود. این مأموریت اما با آغاز اجرائی شدن برنامه عمرانی پنجم و متأثر از آن از فروردین ۱۳۵۲ دچار تغییر شد و جنبه‌های نظارتی و ارشادی بر کیفیت ارائه خدمات به گردشگران در اماکن اقامتی و واحدهای پذیرائی پیدا کرد. در چنین شرایطی بود که بر اساس توافق میان سازمان جلب سیاحان و سازمان مدیریت طرح و برنامه در بهمن ماه ۱۳۵۱ مقرر شد تا هر ساله به صورت پیوسته اطلاعات آماری از وضعیت مهمانپذیرهای کشور بین این دو سازمان مبادله شود. این توافق تحت تأثیر برنامه عمرانی پنجم که مقرر شده بود از اول فروردین ۱۳۵۲ به اجرا درآید صورت گرفت. بر این اساس در ۱۴ اسفند سال و برای نخستین بار ۱۳۵۱ شعب استانی سازمان جلب سیاحان تعداد تخت‌ها و اطاق‌های اقامتگاه‌ها و مهمانخانه‌های استان‌ها را در اختیار مدیریت طرح و برنامه قرار داد. (ساکما، ۱۵۷/۲۶۴/۸۹: ۴۲۸)

هدف نهایی از این اقدام، نظارت ارشادی بر وضعیت و کیفیت ارائه خدمات در اماکن اقامتی و واحدهای پذیرائی در نقاط مختلف کشور بود. اقدامات نظارتی و ارشادی سازمان جلب سیاحان بر اماکن گردشگری، اماکن اقامتی و واحدهای پذیرائی به این حد محدود نماند. سازمان جلب سیاحان استان مازندران در راستای تحقق این مهم در ادامه دست به اقدام‌های دیگری چون تدوین و توزیع فرم‌های نظرسنجی مسافران، یکسان سازی منوی غذا و نوشیدنی‌های واحدهای پذیرائی، درجه‌بندی اقامتگاه‌های گردشگری، نظارت بر قیمت‌ها و جلوگیری از گرانفروشی و نظارت بهداشتی بر اماکن اقامتی و واحدهای پذیرائی زد که در ادامه به آن پرداخته می‌شود.

۱- تدوین و توزیع فرم‌های نظرسنجی مسافران

در نوروز ۱۳۵۲ یعنی نخستین سال اجرای برنامه پنجم عمرانی، فرم‌های نظرسنجی از سوی سازمان جلب سیاحان در اختیار مسافران واحدهای اقامتگاهی گردشگری قرار گرفت تا تجربیات خود از اقامت در این اقامتگاه‌ها را ثبت نمایند. سازمان جلب سیاحان در سربرگ این فرم‌های نظرسنجی که در سال ۱۳۵۲ در اختیار گردشگران قرار گرفت هدف تنظیم این فرم‌های نظرسنجی را اطلاع از نظرات مسافران نوروزی در موارد مختلف مسافرت در داخل کشور به منظور رفع مشکلات توسعه جهانگردی داخلی و ارائه تسهیلات بیشتر برای مسافران اعلام کرد. (ساکما، ۱۵۷/۲۶۴/۸۹: ۲۵۷)

پرسش‌های مطرح شده در این فرم‌های نظرسنجی در دو سطح تنظیم شده بود. دسته اول سوالات مربوط به چرایی و چگونگی سفر مانند هدف از سفر، وسیله سفر، وضعیت رستوران‌ها و چایخانه‌های بین راهی، خدمات راهنمایی و رانندگی در طول مسیر، وجود کمک‌های اولیه درمانی در جاده‌ها بود. دسته دوم پرسش‌ها به محل اقامت در مقصد سفر اختصاص داشت. مانند نوع محل اقامت (مسافرخانه، اردوگاه جهانگردی، منازل اجاره‌ای ...)، وضعیت محل اقامت از نظر قیمت، سرویس، نظافت و خدمات. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۲۵۷) فرم‌های نظرسنجی از دو نظر حائز اهمیت بود: نخست ارائه تصویر کلی از سطح و درجه مسافران داخلی. و دوم شناسایی کمبودها و تخلفات تأسیسات گردشگری.

این فرم‌ها پس از جمع‌آوری توسط سازمان جلب سیاحان منطقه شمال در اختیار دفتر اطلاعاتی (آمار) مدیریت طرح و برنامه قرار می‌گرفت. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۴۶۶) برای نمونه در تاریخ ۲۸ فروردین ۱۳۵۲ تعداد ۱۰۰ فرم نظرسنجی از مهمانخانه‌های مازندران جهت بررسی به مدیریت طرح و برنامه ارسال شد. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۴۹۵) روند تکمیل فرم‌های نظرسنجی در ماه‌های بعد تداوم رو به افزایش یافت. به گونه‌ای که در ۱۷ خرداد ۱۳۵۲ سازمان مدیریت طرح و برنامه تعداد ۳۰۰ فرم آماری متعلق به نقاط مختلف کشور از سازمان جلب سیاحان دریافت نمود که بخش قابل ملاحظه‌ای از آن به استان مازندران اختصاص داشت. (ساکما، ۸۹/۲۶۳/۱۵۷: ۴۶۵)

سازمان طرح و برنامه نیز اطلاعات آماری این فرم‌ها را استخراج و گزارش‌های آماری آن را ذیل محورهای چون جدول متوسط اشغال اتاق و تخت و جدول محاسبه مدت اقامت مهمانان در مهمانخانه‌های استان مازندران ارائه می‌داد. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۴۱۶) لازم به ذکر است که گزارش‌ها به صورت سه ماهه و به تفکیک درجه مهمانخانه‌ها ارائه می‌شد. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۴۱۷) در کنار فرم‌های نظرسنجی از مسافرن به منظور بهبود کیفیت اماکن اقامتی گردشگران در استان مازندران، سازمان جلب سیاحان مازندران یکسان سازی منوی غذا و نوشیدنی‌های واحدهای پذیرائی را هم در چهارچوب اقدامات ارشادی و نظارتی خود قرار داد که این مسأله در ادامه مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۲- یکسان سازی منوی غذا و نوشیدنی‌های واحدهای پذیرائی

به منظور بهبود کیفی خدمات گردشگری در چهارچوب عملکرد ارشادی اقدامات متعددی از سوی سازمان جلب سیاحان صورت گرفت. از جمله این اقدامات یکسان کردن لیست یا منو غذاها و نوشیدنی‌های واحدهای پذیرائی بود. برای تحقق این در مهم نخستین گام، سازمان جلب سیاحان کشور در سال ۱۳۵۲ یک صورت غذا (منوی غذا) از هتل سیروس یزد به عنوان نمونه مناسب که شامل غذاها و نوشیدنی‌ها بود؛ برای سازمان جلب سیاحان در استان‌ها

مختلف کشور از جمله مازندران ارسال کرد. در واقع این نسخه به عنوان نمونه تکثیر و در اختیار واحدهای پذیرایی در مازندران قرار گرفت. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۲۴۶)

هدف از اجرای دقیق طرح لیست غذاها و نوشیدنی‌های یکسان در هتل‌ها و رستوران‌های مختلف، ارائه خدمات مطلوب و منطبق با توسعه گردشگری علی‌الخصوص با استانداردهای بین‌المللی بود. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۲۴۴) در راستای تحقق این مهم بود که سازمان جلب سیاحان مازندران در ۴ اردیبهشت ۱۳۵۲ نمونه صورت غذا و مشروبات تعیین شده جهت اطلاع برای استانداری، فرمانداری‌ها و شهرداری‌های استان ارسال کرده بود. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۲۴۵) بدین ترتیب سازمان جلب سیاحان مازندران گامی جدی در جهت یکسان سازی منوی غذا و نوشیدنی‌های واحدهای پذیرائی استان در راستای اهداف ارشادی و نظارتی خود در چهارچوب برنامه عمرانی پنجم برداشت.

اقدامات سازمان جلب سیاحان مازندران به منظور نظارت و یکسان سازی منوی غذاها و نوشیدنی‌های واحدهای پذیرائی در مازندران تنها به دادن نمونه صورت غذا محدود نماند. پس از ارسال نمونه صورت غذا، نظارت بر اجرائی شدن صورت نمونه غذاها و نوشیدنی‌ها در واحدهای پذیرائی استان نیز بصورت جدی توسط سازمان جلب سیاحان استان مازندران پیگیری شد. در راستای همین نظارت بود که این سازمان طی مکاتبه با مصطفی درخشش استاندار مازندران در ۸ فروردین ۱۳۵۳ که در آن به کاستی‌های موجود در مازندران از حیث تأسیسات گردشگری پرداخته بود؛ بخشی از این کاستی‌ها را متوجه بی‌نظمی منوی‌های غذا و نوشیدنی‌های واحدهای پذیرائی استان کرد: «در مواردی مشاهده شده است که نحوه عرضه خدمات مورد نظر به طریقی که در شئون صنعت مهمانخانه‌داری و تأسیسات پذیرایی کشور باشد صورت نگرفته است از جمله نمونه صورت غذا و مشروباتی است که پیوست بوده و چنانکه ملاحظه می‌فرمایید بدون رعایت هرگونه اصول ارائه اینگونه خدمات تنظیم شده است.» (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷: ۲۴۴)

در کنار یکسان سازی منوی غذا و نوشیدنی‌های واحدهای پذیرائی، سازمان جلب سیاحان استان مازندران در راستای اقدامات ارشادی و نظارتی خود در چهارچوب برنامه عمرانی پنجم به درجه بندی اماکن اقامتی استان نیز اقدام کرد که این مسأله در ادامه مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۳-درجه‌بندی اقامتگاه‌های گردشگری

درجه‌بندی اماکن اقامتی به عنوان بخشی از عملکرد ارشادی و نظارتی سازمان جلب سیاحان در چهارچوب برنامه عمرانی پنجم، برپایه اطلاعات مندرج در فرم‌های ارزیابی کارشناسان سازمان جلب سیاحان استان‌ها صورت می‌گرفت. این فرم‌های ارزیابی براساس آئین‌نامه درجه‌بندی مهمان‌خانه‌ها تدوین و تنظیم می‌شد. سازمان جلب سیاحان بر اساس

آئین‌نامه درجه‌بندی^۱ مهمان‌خانه‌ها فرم‌های ارزیابی مخصوصی را طراحی می‌کرد که این فرم‌ها توسط کارشناسان در محل اماکن اقامتی تکمیل می‌شد. در صفحه نخست این فرم، اطلاعات عمومی مهمان‌خانه مانند آدرس و موقعیت مکانی، اطلاعات در خصوص مالک، شماره تلفن، فاکس و تعداد اتاق‌ها اقامتگاه گردشگری ثبت می‌شد. در پایان این قسمت درجه مهمان‌خانه در زمان حال که از آن به عنوان درجه فعلی یاد می‌شد، درجه سابق آن نیز درج می‌شد. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۳۱ : ۸)

در کنار اطلاعات عمومی اقامتگاه‌های گردشگری، فرم‌های ارزیابی دارای پرسش‌هایی بودند که ساختمان اقامتگاه‌ها گردشگری و امکانات آنها را مورد ارزیابی قرار می‌دادند. هدف اصلی این دسته از پرسش‌ها در فرم ارزیابی کمک به تعیین درجه بندی اقامتگاه‌ها بود. برای تحقق این مهم پرسش‌هایی در فرم ارزیابی مندرج بود که بر کسب اطلاعات در باب ساختمان اقامتگاه‌ها، مانند مصالحی که بنا با آن ساخته شده بود، تعداد طبقات، تعداد اتاق‌ها، تعداد تخت‌های هر اتاق، تجهیز یا عدم تجهیز به حمام، نوع حمام (حمام دارای دوش یا وان) داشتن آسانسور، برخورداری از بخاری، شوفاژ، تهویه، کولر، باجه بانک، آرایشگاه زنانه و مردانه، دستگاه تصفیه آب، وجود وسایل اطفاء حریق، تلفن در اتاق‌ها، استخر شنا، اتاق بازی و باغ متمرکز بود. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۳۱ : ۹-۸)

وضعیت بهداشت اقامتگاه‌های گردشگری در استان مازندران از جمله موارد دیگری بود که سازمان جلب سیاحان در راستای اقدامات ارشادی خود بر آن نظارت داشت. در فرم‌های ارزیابی به منظور تعیین درجه اقامتگاه گردشگری به لحاظ بهداشتی مواردی چون وضعیت بهداشتی حمام‌ها، توالت‌ها، روشویی‌ها، آشپزخانه و برخورداری این قسمت‌ها از آب گرم و سرد مورد سنجش و ارزیابی قرار می‌گرفت. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۳۱ : ۹)

در کنار وضعیت بهداشتی اماکن گردشگری، نیروی انسانی شاغل در اماکن گردشگری نیز در تعیین درجه‌بندی اماکن گردشگری موثر بود. نیروی انسانی اماکن گردشگری در دو بخش کارمندان و کارگران تقسیم‌بندی می‌شدند. کارمندان اقامتگاه‌های گردشگری را مدیر، معاون، حسابدار و پذیرش این اقامتگاه‌ها تشکیل می‌دادند. کارگران این اقامتگاه‌ها عبارت بودند از پیش‌خدمت، اتاقدار و آشپز. این کارکنان از حیث برخورداری از لباس متحدالشکل، صلاحیت و کاردانی مورد سنجش قرار می‌گرفتند. در فصول غیر از تابستان که از شدت ورود مسافران به مازندران کاسته می‌شد کلاس‌های آموزشی جهت فراگیری هتلداری و اتاق‌داری در شهرهایی چون ساری و بابل‌سار برای نیروهای انسانی اماکن گردشگری برگزار می‌شد. کارکنان مراکز گردشگری موظف به طی این کلاس‌های آموزشی و کسب آمادگی برای شروع فصل آتی گردشگری بودند. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۱۵۷ : ۳۹) در کنار این کارکنان مدیران

آئین‌نامه درجه بندی مهمان‌خانه‌ها در سال ۱۳۴۶ از سوی وزارت کشور تدوین و اجرای آن بر عهده سازمان جلب سیاحان قرار گرفت. همچنین در ماده ۱ اساسنامه سازمان جلب سیاحان که در سال ۱۳۴۵ به تصویب رسید نظارت بر مهمان‌خانه‌ها و درجه بندی آنان بر عهده سازمان جلب سیاحان و ^۱-سازمانهای مرتبط ذکر شده است. (متن اساسنامه سازمان جلب سیاحان، ۱۳۴۵)

اقامتگاه‌ها نیز باید از صلاحیت فنی کافی در امر مدیریت اقامتگاه گردشگری برخوردار می‌بود. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۳۱: ۱۱)

برپایه چنین استانداردهائی بر اساس فرم ارزیابی اقامتگاه‌های گردشگری درجه بندی این اماکن تعیین و دچار صعود یا نزول درجه‌بندی می‌شدند. برای نمونه در بازدیدی که در سال ۱۳۴۹ از مهمان‌خانه چهارفصل در شهرستان شاهی صورت گرفت، پس از بررسی مسائل فوق، این مکان فاقد موارد لازم تشخیص داده شد. نظر کارشناس بر این بود که بر مبنای وضعیت موجود مهمان‌خانه مذکور مشمول آئین‌نامه درجه بندی نبوده و نام مهمان‌خانه باید از آن محل برداشته شود. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۳۱: ۲۱) بر اساس این گزارش عنوان مهمان‌خانه از این مکان حذف و درجه آن به مسافرخانه تنزل یافت. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۳۱: ۳) البته صاحب مهمان‌خانه چهارفصل از طریق اعتراض و اقدام به پاره‌ای از تغییرات در فضای کالبدی مهمان‌خانه و افزودن برخی امکانات مانع از تداوم سلب درجه شد. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۳۱: ۱۳)

در تعیین یا تغییر درجه یک مهمان‌خانه نمایندگان سازمان جلب سیاحان نقش مهمی داشتند. در کنار سازمان جلب سیاحان، سازمان‌های محلی چون شهرداری، بخشداری و شهربانی نیز نقش آفرینی می‌کردند. پس از بازدید بازرسان سازمان جلب سیاحان، تعیین و تغییر درجه مهمان‌خانه یا هتل و رستوران در کمیسیونی متشکل از نمایندگان از ارگان‌های محلی مربوطه چون بخشداری، شهرداری و شهربانی مطرح و تصمیم نهایی درباره آن اتخاذ می‌شد. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۲۹۴: ۱۴) از سال ۱۳۵۳ ارائه گواهینامه دوره بین المللی به نام ایوتو (IUOTO) که سالیانه در شهر تورین ایتالیا برگزار می‌شد، به عنوان معیار درجه بندی برای تأسیسات گردشگری در مازندران تعیین شد. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۲۱۸: ۵۸)

سازمان جلب سیاحان و شعب استانی آن مانند سازمان جلب سیاحان استان مازندران در کنار درجه‌بندی اقامتگاه‌های گردشگری و نظارت بر رعایت استانداردهای آن در راستای اقدامات ارشادی و نظارتی در صدد نظارت بر قیمت‌ها و ممانعت از گرانفروشی نیز برآمدند. مجموعه اقدامات ارشادی و نظارتی سازمان جلب سیاحان استان مازندران به منظور نظارت بر قیمت‌ها و ممانعت از گرانفروشی در ادامه مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۴- نظارت بر قیمت‌ها و جلوگیری از گرانفروشی

در کنار یکسان سازی منوی غذا و نوشیدنی‌های واحدهای پذیرائی نظارت بر قیمت‌های اماکن اقامتی و واحدهای پذیرائی و جلوگیری از گرانفروشی آنها در دستور کار سازمان جلب سیاحان و شعب استانی آنها از جمله سازمان

جلب سیاحان استان مازندران بود. در دوره زمانی مورد بحث تخلف در نرخ تعیین شده از سوی نهادهای بالادستی یا همان گرانفروشی همواره از تخلفات رایج در مراکز گردشگری بود که برخی از مصادیق آن عبارت بودند از عدم الصاق آگهی نرخ اغذیه و مشروبات در معرض دید و گران فروختن اجناس در قیاس با نرخ بازار، (ساکما، ۱۳۹۰/۲۶۴/۲۱۸: ۷۳) فروش اغذیه‌ای که نرخ آن تعیین نشده. (ساکما، ۱۳۹۰/۲۶۴/۲۱۸: ۷۶) با توجه به نوپا بودن این صنعت در ایران و البته عدم یکپارچگی مابین بخش‌های مختلف صنعت گردشگری، تخلف در دریافت بهای خدمات بسیار رایج بود.

گرانفروشی یا همان تخلف از نرخ مصوب از سوی مراکز خدمات گردشگری در تمامی استان‌های مسافرپذیر ایران در دهه ۴۰ و ۵۰ قابل مشاهده بود. مازندران نیز از این قاعده مستثنی نبوده اما به نظر می‌رسد حجم بالای ورود گردشگران به سواحل مازندران، موجب تجمع حجم بالایی از شکایات گرانفروشی در این استان بوده است. این گرانفروشی از نرخ کرایه اتاق تا بهای وعده‌های غذایی در رستوران‌های جاده‌های را شامل می‌شد.

به عنوان مثال گزارشی که بازرس اداره اطلاعات و جهانگردی مازندران در بازدید ناگهانی از چلوکبابی منظره در منطقه پلور در ۲۴ دی ۱۳۵۳ ارائه داد حکایت از گرانفروشی این واحد پذیرائی دارد. در گزارش ارسال شده به فرمانداری شهرستان آمل، نرخ مصوب هر پرس چلوکباب در کل کشور ۹۰ ریال ذکر شده که عدم پایبندی این چلوکبابی به نرخ تعیین شده به عنوان گرانفروشی یاد شده است. درخواست بازرس اداره اطلاعات جهانگردی در این گزارش، معرفی چلوکبابی منظره به دادگاه گرانفروشان بود. (ساکما، ۱۳۹۰/۲۶۴/۲۱۸: ۳) در گزارشی دیگر، مسافری که به بابل سفر کرده شرح شکایت خود را به صورت مکتوب به سازمان جلب سیاحان رسانده و خواهان پیگیری شده است. این گزارش به تاریخ ۱۴ آذر ۱۳۵۲ گرانفروشی پلاژ میامی بابل ذکر شده که در آن عنوان گردید نباید بهای کباب چهارتائی (غذای محلی از پرندگان مهاجر در زمستان به استان مازندران) از ۶۰ ریال و خوراک چهارتایی با قیصی و آلو پهلوی ۷۰ ریال تجاوز نماید. که البته در این مورد گرانفروشی پلاژ میامی به عنوان تخلف ثبت و به شهرداری بابل بابل اعلام شد. (ساکما، ۱۳۹۰/۲۶۴/۲۱۸: ۷۶)

در کنار گرانفروشی غذا، گرانفروشی و تخلف در نرخ در اجاره بهاء اقامتگاه‌های گردشگری نیز از دیگر مصادیق گرانفروشی بود که سازمان جلب سیاحان مازندران سعی در نظارت و جلوگیری از آن داشت. بر اساس نرخ مصوب ۲۳ تیر ۱۳۵۲ کمیسیون نظارت بر قیمت‌ها در سازمان جلب سیاحان، نرخ اتاق برای یک نفر ۲۰۰ ریال و برای دو نفر ۳۸۰ ریال تعیین شده بود. (ساکما، ۱۳۹۰/۲۶۴/۲۱۸: ۱۰۱) با این وجود بسیاری از این اقامتگاه‌ها نسبت به این مبلغ تعیین شده اعتراض داشتند و مبالغ بیشتری دریافت می‌کردند.

به عنوان مثال مثل شهسوار از جمله اقامتگاه‌های گردشگری مازندران بود که بارها به دلیل گرانفروشی و نقایص بهداشتی از سوی نماینده اداره بهداشت و ژاندارمری تذکر دریافت کرد. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۲۱۸: ۱۲۹) همچنین مثل مرجان در شهسوار نیز از جمله اقامتگاه‌های گردشگری متخلف در زمینه گرانفروشی بود که در بازدید بازرسان جلب سیاحان، نرخ آن دور از حد متعارف شناخته شده بود. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۲۱۸: ۱۲۰) پس از بازدید بازرسان سازمان جلب سیاحان مازندران و ارائه گزارش تخلف گرانفروشی این واحد اقامتی، بخشداری و ژاندارمری شهسوار به منظور احراز قطعی تخلف نیز در تاریخ ۱۴ اردیبهشت ۱۳۵۰ اقدام به بازدید از این مثل کردند که در نتیجه آن تخلف گرانفروشی محرز و صاحب آن توبیخ شد. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۲۱۸: ۱۲۸) صاحب مثل مرجان در اعتراض به این توبیخ، به نرخ تعیین شده اجاره بهای اتاق‌ها اعتراض کرد. وی بر این عقیده بود که نرخ تعیین شده با توجه به امکانات این اقامتگاه منصفانه نبوده و ناکافی است و از امضاء صورت جلسه مربوط به تعیین نرخ هتل و مثل‌ها که از سوی فرمانداری شهسوار تدوین شده بود، خودداری کرد. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۲۱۸: ۱۱۸)

علاوه بر این بازرسان سازمان جلب سیاحان ۲۲ تیر ۱۳۵۲ از مثل‌های بوچینی، کامرانیه، نشاط و نوبنیاد در نوشهر نیز بازدید نمود و نرخ واقعی اجاره بهای اتاق‌ها در این اماکن گردشگری را مشخص نمود. در گزارش مربوط به بازدید بازرسان سازمان جلب سیاحان از مثل بوچینی نوشهر که حاکی از گرانفروشی این واحد اقامتی است آمده: «کرایه یک باب اتاق ساختمان برای دو نفر با حمام روزی ۲۵۰ ریال و صبحانه کامل ۳۵ ریال که جمعا ۲۸۵ ریال می‌گردد. در حالیکه صورتحساب از اینجانب ۴۳۰ ریال دریافت نمودند.» (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۲۱۸: ۸۲) این گزارش، حکایت از گرانفروشی در نرخ اجاره‌بهای این اماکن برای گردشگران است.

گزارش از گرانفروشی مثل صحرا در رامسر ۵۳/۲/۱۲ (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۲۱۸: ۲۷)، شکایت از مسئول رستوران هتل رامسر به تاریخ ۵۳/۲/۳ (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۲۱۸: ۳۷)، شکایت مدیر کل وزارت علوم از گرانفروشی مثل میموزا و مثل بوچینی نوشهر (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۲۱۸: ۴۰، ۹۱)، رستوران برومند و پلاژ کاپری بابلسر، (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۲۱۸: ۱۹۱، ۱۹۲) کافه رستوران تجن و یک‌ستاره در ساری (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۲۱۸: ۷۱، ۱۸۶) مهمانخانه تک ستاره ویلا و سعدی در گرگان به تاریخ ۵۳/۱/۱۸ (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۲۱۸: ۴۱، ۹۶) از جمله شکایات گرانفروشی است که به تنهایی در یک بازه کوتاه از سال ۱۳۵۳ ثبت شده است. تمامی این گزارش‌ها، شکایات مسافرینی است که به صورت مکتوب و جهت بررسی برای سازمان جلب سیاحان نوشته شده، سازمان جلب سیاحان نیز در کمیسیونی ویژه در ارتباط با نظارت بر گرانفروشی به بررسی این شکایات می‌پرداخت.

در گزارش سازمان جلب سیاحان مازندران به استانداری مازندران درباره گرانفروشی مثل بوچینی نوشهر، به اشتباه شهرداری نوشهر در تعیین نرخ اشاره شده است. این گزارش دال بر نقش شهرداری‌ها بر تعیین نرخ و نظارت در امر

گرانفروشی و البته ارتباط پیوسته شهرداری‌ها با اماکن پذیرایی و گردشگری است. در بخشی از این گزارش آمده: «... مثل بوچینی در نوشهر کرایه اتاق برای یک نفر ۳۱۰ ریال و صبحانه نیز ۵۰ ریال دریافت نموده در صورتی که کرایه اتاق با حمام برای دو نفر ۳۵۰ ریال و صبحانه برای یک نفر ۳۵ ریال برابر صورتجلسه ۵۲/۴/۲۲ در شهرداری تعیین شده بود. ... مدیر مثل را به دادگاه کیفر گرانفروشان معرفی و به جرم گرانفروشی تحت تعقیب قانونی قرار دهند... شهرداری نوشهر اعلام داشت چون در سال‌های گذشته نرخ‌های مثل اسب سفید و مثل صحرا و بوچینی در یک ردیف بود؛ امسال نیز اشتباهاً نرخ مثل اسب سفید و صحرا به بوچینی ابلاغ نموده است و این اشتباه از طرف شهرداری است.» (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۲۱۸: ۱۰۰)

گرانفروشی به عنوان یک تخلف شایع در مراکز پذیرایی و گردشگری، طی دهه ۵۰ رواج یافت. سازمان جلب سیاحان و بازوهای نظارتی آن در استان‌ها مانند بخش‌داری‌ها، فرمانداری‌ها، شهرداری‌ها و ژاندازمیری‌ها علاوه بر نظارت، باید در مجازات متخلفان نیز ورود می‌کردند. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۲۱۸: ۹۲) غالباً متخلفان به جزای نقدی محکوم می‌شدند. در موارد معدودی نیز حبس، پلمپ یا سلب امتیاز در انتظار خاطی بود. در یک مورد از تخلفات مربوط به رستورانی در شهرستان نور، مجازات متخلف اینطور ذکر شده: «... متخلف به یک ماه حبس تأدیبی بقرار روزی پنجاه ریال محکوم و حکم صادره نیز درباره‌اش اجرا گردیده است.» (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۲۱۸: ۱۸۱) همچنین گرانفروشان محکوم به بازگرداندن مبلغ اضافه به شاکیان می‌شدند. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۲۱۸: ۱۸۶)

میزان بالای تخلفات از سوی مراکز گردشگری سبب شد تا تصمیم جدی برای یکسان‌سازی نرخ‌ها گرفته شود. با دستور سازمان جلب سیاحان مقرر گردید فرمانداری‌ها در کمیسیونی با حضور صاحبان مراکز پذیرایی، به تعیین نرخ اقدام نمایند. در این کمیسیون ضمن ارائه درجه‌بندی این اماکن، نرخ تعیین شده مکتوب و به امضاء حاضرین می‌رسید. سپس یک نسخه جهت اجرای عملی، در اختیار صاحبان هتل‌ها و رستوران‌ها قرار می‌گرفت. در بخشی از نامه سازمان جلب سیاحان به فرمانداری‌ها ۶ مرداد ۱۳۵۰ آمده: «... ترتیبات لازم داده شود که نرخ‌های مناسب و معقولی برای اینگونه اماکن تعیین شود...» (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۲۱۸: ۱۱۸)

در کنار نظارت بر نرخ اماکن اقامتی و پذیرایی و جلوگیری از گرانفروشی، سازمان جلب سیاحان و شعب استانی آن از جمله سازمان جلب سیاحان مازندران وظیفه نظارت بهداشتی اماکن اقامتی و پذیرایی را نیز در راستای وظایف نظارتی و ارشادی که در چهارچوب برنامه عمرانی پنجم به آنها محول شد برعهده گرفتند. عملکرد سازمان جلب سیاحان استان مازندران در زمینه نظارت بهداشتی اماکن اقامتی و پذیرایی مسأله‌ای است که در ادامه مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۵- نظارت‌های بهداشتی بر اماکن اقامتی و واحدهای پذیرائی

نظارت بر وضعیت بهداشتی اماکن اقامتی مانند رستوران‌ها، هتل‌ها، متل‌ها، مهنانخانه‌ها و مسافرخانه‌ها و اماکن پذیرائی مانند رستوران‌ها، کافه‌ها و قهوه‌خانه‌ها بر عهده سازمان جلب سیاحان و نماینده اداره بهداشت بود. این نظارت بهداشتی در گام نخست بر اساس دو فاکتور ۱- نداشتن برگه معاینه بهداشتی کارگران شاغل در مهمانخانه یا هتل. ۲- کثیف بودن آشپزخانه و عدم رعایت اصول بهداشت (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۲۱۸: ۷۳) صورت می‌گرفت.

نظارت بر وضعیت بهداشتی اماکن اقامتی و پذیرائی اگرچه بر اساس بازرسی‌های ادواری صورت می‌گرفت؛ اما عامل اصلی نظارت بر اماکن اقامتی و پذیرائی بازرسی‌های بازرسان سازمان جلب سیاحان و نماینده‌های بهداشت در پی شکایت افراد پس از مسمومیت غذایی در آن اماکن بود. به عنوان مثال یکی از این شکایت‌ها در ۴ تیر ۱۳۵۲ از سوی تعدادی از مشتریان رستوران ارکید در منطقه عالیواک حوالی ساری رخ داد که پس از صرف غذا در این رستوران دچار مسمومیت شده بودند. در نتیجه این شکایت سازمان جلب سیاحان و نماینده بهداشت اقدام به بازدید از رستوران نمودند و دستوراتی در جهت بهبود وضعیت بهداشتی رستوران ارائه دادند. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۲۱۸: ۶۸) همچنین شکایت‌های مکرر از وضعیت غیربهداشتی کافه رستوران رضوان در شاهپسند موجب شد تا مأمورین بهداشت اداره کل بهداری مازندران در ۱۶ فروردین ۱۳۵۲ به بازدید از این رستوران و نظارت بر کیفیت بهداشتی آن بپردازند. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۲۱۸: ۹۸)

همچنین در بازدیدی که کارشناس اداره کل بهداری استان مازندران و نمایندگان شهرداری از وضعیت بهداشتی یک چلوکبابی در نکا به تاریخ ۲۹ اردیبهشت سال ۱۳۵۲ انجام دادند گزارشی از تخطی ضوابط بهداشتی این واحد پذیرائی به سازمان جلب سیاحان ارائه دادند. در این گزارش عنوان شده بود که از صاحب چلوکبابی خواسته شده تا اقدام به تعویض توری درب و پنجره و تعویض کاشی‌های شکسته سالن و آشپزخانه رستوران نماید در غیر این صورت، مجوز فعالیت چلوکبابی سلب خواهد شد. همچنین تعمیرات دستشویی، تجهیز توالت به سیفون، تعویض ظرفشویی آشپزخانه و آبدارخانه، برطرف کردن گرفتگی چاه فاضلاب از موارد مهم برای رعایت اصول بهداشتی ذکر گردید. جمع‌آوری زباله از محوطه، در دسترس بودن جعبه کمک‌های اولیه و کپسول ضد حریق، داشتن لباس متحدالشکل کارگران از دیگر ضوابط برای اخذ مجوزهای بهداشتی ذکر شده بود. (ساکما، ۸۹/۲۶۴/۲۱۸: ۴۳)

در سال ۱۳۵۳ مسافری که از مشهد به تهران عزیمت می‌نمود از مازندران عبور کرد و بنا بر شرایط یک شب را در هتل چهارفصل گرگان سپری نمود. این مسافر و خانواده‌اش که پس از این اقامت یک شبه دچار مسمومیت شدید شده بودند، شکایتی را تهیه و برای اداره کل اطلاعات و جهانگردی ارسال نمودند. فرد شاکی که سعید بشارتی نام داشت، به قلم خود مشاهداتش را از وضعیت بهداشتی این هتل ثبت نمود. دست نوشته شکایات آلود وی، نمونه

جالبی از وضعیت غیربهداشتی برخی از هتل‌های مازندران در دهه ۵۰ می‌باشد. او در بخشی از این نوشته آورده: «...»
اولاً چند ساعت از مصرف شام (چلومرغ) عده‌ای که از این غذا استفاده نموده بودند حالت مسمومیت غذایی پیدا کرده که این حالت هم اکنون هم رفع نشده و ثانیاً اطاق مورد استفاده نه تنها بهداشتی نبود بلکه ده‌ها پشه ما را محاصره نموده بودند...» (ساکما، ۱۴/۲۶۴/۲۱۸: ۸۹) شکایت فوق به اداره اطلاعات و جهانگردی مازندران نشان دهند اقدامات سازمان‌های متولی امر گردشگری مخصوصاً سازمان جلب سیاحان و اداره کل اطلاعات و جهانگردی مازندران در راستای ارشادی و نظارتی شدن ماموریت‌های آنها به منظور بهبود ارائه خدمات کیفی به گردشگران پس از اجرای برنامه عمرانی پنجم در دوره پهلوی دوم است.

نتیجه

بررسی اسناد و مدارک آرشیوی سازمان جلب سیاحان نشان می‌دهد که صنعت گردشگری در ایران عصر پهلوی دوم، به‌ویژه از دهه ۱۳۴۰ به بعد، به عنوان یکی از حوزه‌های مهم برنامه‌ریزی اقتصادی مورد توجه دولت قرار گرفت. در این میان تأسیس سازمان جلب سیاحان در سال ۱۳۴۲ را می‌توان نقطه عطفی در سامان‌دهی فعالیت‌های گردشگری در کشور دانست. عملکرد این سازمان در استان مازندران طی دهه نخست فعالیت خود عمدتاً بر اقدامات عمرانی و ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز گردشگری متمرکز بود. احداث پلاژهای ساحلی، توسعه راه‌های دسترسی به مناطق طبیعی و تاریخی، و ایجاد پارک‌های جنگلی از جمله مهم‌ترین اقدامات این دوره به شمار می‌رفت که هدف آن فراهم ساختن شرایط اولیه برای جذب گردشگران داخلی و خارجی بود.

با آغاز اجرای برنامه عمرانی پنجم در سال ۱۳۵۲، رویکرد سیاست‌گذاری گردشگری در کشور دچار تحول شد. در این دوره، در کنار توسعه کمی تأسیسات گردشگری، توجه به کیفیت خدمات ارائه‌شده به گردشگران نیز در دستور کار قرار گرفت. در نتیجه، عملکرد سازمان جلب سیاحان و ادارات استانی آن، از جمله در مازندران، از تمرکز صرف بر اقدامات عمرانی به سمت وظایف نظارتی و ارشادی سوق یافت. این تغییر رویکرد در قالب مجموعه‌ای از اقدامات عملی نظیر تدوین فرم‌های نظرسنجی از مسافران، یکسان‌سازی منوی غذا و نوشیدنی در واحدهای پذیرایی، درجه‌بندی اقامتگاه‌های گردشگری، نظارت بر نرخ خدمات و مقابله با گران‌فروشی، و همچنین کنترل وضعیت بهداشتی مراکز اقامتی و پذیرایی نمود یافت.

اسناد آرشیوی نشان می‌دهند که این اقدامات در راستای ارتقای استانداردهای خدمات گردشگری و هماهنگی بیشتر میان نهادهای مرتبط با این صنعت انجام گرفت. همچنین همکاری میان سازمان جلب سیاحان با نهادهای محلی نظیر

شهرداری‌ها، فرمانداری‌ها، ژاندارمری و اداره بهداشت در اجرای سیاست‌های نظارتی، بیانگر تلاش برای ایجاد نوعی نظام مدیریتی یکپارچه در حوزه گردشگری بود.

در مجموع، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که اجرای برنامه عمرانی پنجم سبب تغییر ماهیت عملکرد سازمان جلب سیاحان در استان مازندران از یک نهاد عمدتاً عمرانی به نهادی نظارتی و ارشادی شد. این تحول را می‌توان بخشی از سیاست کلان دولت پهلوی دوم برای حرفه‌ای‌سازی صنعت گردشگری و افزایش بهره‌برداری اقتصادی از ظرفیت‌های طبیعی و تاریخی کشور دانست.

منابع

اسناد سازمان اسناد ملی ایران (ساکما)

ساکما، ۵۶۷۲۵-۲۳۰-۷۳.

ساکما، ۳۹-۲۶۹-۸۹.

ساکما، ۲۵۷-۱۶۳-۸۹.

ساکما، ۴۵۷-۲۶۴-۸۹.

ساکما، ۱۴۰-۲۶۴-۸۹.

ساکما، ۱۵۷-۲۶۴-۸۹.

ساکما، ۱۵۷-۲۶۳-۸۹.

ساکما، ۲۱۸-۲۶۴-۸۹.

ساکما، ۳۱-۲۶۴-۸۹.

ساکما، ۲۹۴-۲۶۴-۸۹.

ساکما، ۲۴۷-۲۶۴-۸۹.

ساکما، ۳۹-۲۶۴-۸۹.

ساکما، ۰۰۰۷۶۹ - ۲۶۴ - ۹۷.

ساکما، ۶۱۱۹-۲۹۳-۹۸.

ساکما، ۰۱۴۴۸-۲۹۳-۹۸.

ساکما، ۰۱۴۴۹ - ۲۹۳ - ۹۸.

ساکما، ۱۲۱۷۵-۲۹۳-۹۸.

ساکما، ۶۷۳ - ۲۳ - ۹۹.

ساکما، ۱۷۱۵۹-۲۲۰.

ساکما، ۱۴۱۴-۲۴۰.

ساکما، ۱۷۷۷-۲۹۱.

ساکما، ۱۱۴۴۰۵-۲۹۳.

ساکما، ۸۸۲۸-۳۱۰.

ساکما، ۴۳۳۳۴-۳۳۰.

ساکما، ۱۹۴۴۴-۳۱۰.

ساکما، ۱۹۴۴۲-۳۱۰.

ساکما، ۱۹۴۷۲-۳۱۰.

کتاب:

ناصرالدین شاه قاجار. (۱۳۹۰) *سفرنامه مازندران*. تصحیح مصطفی نوری. تهران: البرز.

ساروخانی، باقر. (۱۳۸۸). *روشهای تحقیق در علوم اجتماعی*. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. چ ۸.

نادری، عزت‌الله. سیف نراقی، مریم. (۱۳۸۵). *روش‌های تحقیق در علوم انسانی*. تهران: بدر. چ ۲۷.

مقالات:

طاهرپور کلانتری، حبیب‌الله. مناہی، علی. تقی‌زاده لشنلو، ترکان. (۲۰۱۶). روش تحقیق تاریخی در علوم اجتماعی. کنفرانس بین‌المللی مطالعات جامعه‌شناسی استانبول.

اسداللهی، محمد و همکاران. جغرافیا و روابط انسانی، زمستان ۱۴۰۳، دوره ۷، شماره ۴.

خلیلی، لطیفه و همکاران. جغرافیا و روابط انسانی. زمستان ۱۴۰۳. دوره ۷، شماره ۳.

رحمتی، منصور و همکاران. جغرافیا و روابط انسانی. بهار ۱۴۰۳، دوره ۶، شماره ۴.

نشریات:

روزنامه اثر، ساری، ۴ خرداد ۱۳۴۷، شماره ۸۸۸، سال ۱۹، ص ۱ و ۴.

روزنامه اطلاعات، تهران، ۱۶ فروردین ۱۳۱۷، شماره ۱۳۱۳، سال ۱۲،

روزنامه صدای مازندران، ۱۸ مرداد ۱۳۳۰، شماره ۸، سال ۱، ص ۲.