उत्तर प्रदेश राजर्षि टण्डन मुक्त
विश्वविद्यालय, प्रयागराज

MAGO-110
पर्यटन भूगोल

इकाई–1	पर्यटन भूगोल : अर्थ, परिभाषा घटक एवं विषय क्षेत्र	3
इकाई–2	पर्यटन भूगोल के प्रतिमान एवं अध्ययन के उपागम	14
इकाई–3	पर्यटन का उद्भव एवं विकास तथा पर्यटन – पर्यटक वर्गीकरण	27
इकाई–4	पर्यटक : गंतव्य जीवन चक्र एवं प्रबंधन	36
इकाई–5	यात्रा और पर्यटन के मनोवैज्ञानिक, आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक एवं पर्यावरणीय आयाम	49
इकाई–6	पर्यटन : एक उद्योग के रूप मे, भारतीय पर्यटन उद्योग	60
इकाई–7	पर्यटन उद्योग का संगठन (भारतीय पर्यटन उद्योग के सहित)	72
इकाई–8	पर्यटन : विपणन एवं संवर्धन तथा पर्यटन का वैश्वीकरण	84
इकाई–9	पर्यटन : आतिथ्य एवं आवास क्षेत्र	94
इकाई–10	पर्यटन : यात्रा एजेंसियाँ एवं गाइड	105
इकाई–11	भारतीय पर्यटन उद्योग के उत्पाद	116
इकाई–12	भारत मे पर्यटन की आधारभूत संरचनाएं	129
इकाई–13	भारत के पर्यटन सर्किट एवं पर्यटन उद्योग की उपलब्धियां उद्योग	142
इकाई–14	भारतीय पर्यटन की बाधाएं, चुनौतियाँ, समस्याएं एवं संभावनाएं	154
इकाई–15	भारत के प्रमुख पर्यटक स्थल : शहर एवं राज्य	164
इकाई–16	भारतीय पर्यटन उद्योगकी नीति नियोजन एवं प्रबंधन	176

MAGO-110 : पर्यटन भूगोल

परामर्श समिति

प्रो. सत्यकाम	कुलपति, उ0 प्र0 राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज
विनय कुमार	कुलसचिव, उ0 प्र0 राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज

पाठ्यक्रम निर्माण समिति (अध्ययन बोर्ड)

प्रो. सन्तोषा कुमार	आचार्य, इतिहास, निदेशक, समाज विज्ञान, विद्याशाखा, उ0 प्र0 राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज
प्रो. संजय कुमार सिंह	आचार्य, भूगोल, समाज विज्ञान, विद्याशाखा, उ0 प्र0 राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज
डॉ अभिषेक सिंह	सहा0 आचार्य, समाज विज्ञान, विद्याशाखा उ0 प्र0 राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज
प्रो. सुमन सिंह	आचार्य, भूगोल विभाग, बी0एच0यू0, वाराणसी
प्रो. अश्वजीत चौधरी	आचार्य, भूगोल विभाग, इलाहाबाद विश्वविद्यालय, प्रयागराज
डॉ. किरन कुमारी सिंह	सह आचार्य, भूगोल विभाग, इलाहाबाद विश्वविद्यालय, प्रयागराज

लेखक

डॉ बृजेश यादव	सहायक आचार्य, भूगोल, रा0पी0जी0 कॉलेज, जमुहाई, जौनपुर
विपुल यादव	सहायक आचार्य, भूगोल, रा0पी0जी0 कॉलेज, जमुहाई, जौनपुर

सम्पादन

प्रो. संजय कुमार सिंह	आचार्य, भूगोल, स वि0वि, उ0 प्र0 राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज
प्रो. बी.एन. सिंह	आचार्य, भूगोल विभाग, इलाहाबाद विश्वविद्यालय, प्रयागराज

समन्वयक

प्रो. संजय कुमार सिंह	आचार्य, भूगोल, समाज विज्ञान, विद्याशाखा, उ0 प्र0 राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज

सह समन्वयक

डॉ अभिषेक सिंह	सहायक आचार्य, भूगोल समाज विज्ञान, विद्याशाखा उ0 प्र0 राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज

मुद्रित– अगस्त 2025

MAGO-110 : पर्यटन भूगोल

© उत्तर प्रदेश राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज – (वर्ष)

ISBN- 978–81–991472–6–3

सर्वाधिक सुरक्षित। इस पाठ्य सामग्री का कोई भी अंश उत्तर प्रदेश राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय की लिखित अनुमति के बिना, मिमियोग्राफ अथवा किसी अन्य साधन से पुनः प्रस्तुत करने की अनुमति नहीं है।

सर्वाधिकार सुरक्षित। इस पाठयसामग्री का कोई भी अंश उत्तर प्रदेश राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय, की लिखित अनुमति लिए बिना मिमियोग्राफ अथवा किसी अन्य साधन से पुनः प्रस्तुत करने की अनुमति नहीं है।

नोट – पाठ्य सामग्री में मुद्रित सामग्री के विचारों एवं आमड़ों आदि के प्रति विश्वविद्यालय, उत्तरदायीं नहीं है।

प्रकाशन – उत्तर प्रदेश राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज–211021

प्रकाशक – कुलसचिव, कर्नल विनय कुमार उ०प्र० राजर्षि टण्डन विश्वविद्यालय, प्रयागराज–२०२५

मुद्रक – चन्द्रकला यूनिवर्सल प्रा० लि० 42/7 जवाहरलाल नेहरू रोड प्रयागराज

इकाई–1 पर्यटन भूगोल : अर्थ, परिभाषा, घटक एवं विषय क्षेत्र

इकाई की रूपरेखा

1.0 प्रस्तावना

1.1 उद्देश्य

1.2 पर्यटन भूगोल का अर्थ

1.3 पर्यटन भूगोल की परिभाषा

1.4 पर्यटन भूगोल के घटक (तत्व)

1.5 पर्यटन भूगोल का विषय क्षेत्र

1.6 पर्यटन का पर्यावरणीय प्रभाव

1.7 पर्यटन का क्षेत्रीय अध्ययन

1.8 सारांश

1.9 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

1.10 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

1.11 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

1. प्रस्तावना

पर्यटन भूगोल मानव भूगोल की एक विशिष्ट शाखा है, जो यात्रा और पर्यटन के स्थानिक पहलुओं का व्यवस्थित अध्ययन करती है। यह इस बात की पड़ताल करती है कि भौगोलिक कारक पर्यटन गतिविधियों को कैसे प्रभावित करते हैं और इसके साथ ही यह भी देखा जाता है कि पर्यटन स्थानों, पर्यावरणों और समाजों पर क्या प्रभाव पड़ता है। दूसरे शब्दों में कह सकते हैं कि यह यात्रा कहाँ, क्यों और कैसे तथा भौतिक एवं मानव दुनिया के साथ इसके संबंधों को समझना है। यह पृथ्वी पर स्थित विभिन्न स्थानों के भ्रमण से संबंधित है। भूगोल और पर्यटन का संबंध बहुत पुराना है क्योंकि प्राचीन काल से ही लोग एक स्थान से दूसरे स्थान पर आवागमन करते रहे हैं। मनुष्य को एक भ्रमणशील प्राणी माना गया है और उसके जीवन की सार्थकता उसके चलने में निहित है। चरैवेति, चरैवेति जिसका अर्थ है चलते रहो, चलते रहो प्राचीन भारतीय ग्रंथों में इसी अवधारणा को व्यक्त किया गया है। इसी प्रेरणा से यात्रा को जीवन का एक अभिन्न अंग माना गया है। कालांतर में समाज के विकास के साथ इसके स्वरुप में परिवर्तन आया है तथा इसका विस्तार स्थानीय स्तर से लेकर राष्ट्रीय एवं वैश्विक रूप में देखा जा रहा है। पर्यटन को प्रायः आराम, विश्राम, मनोरंजन एवं ज्ञानार्जन, प्राकृतिक एवं सांस्कृतिक वस्तुओं के साथ आनंद करने के दृष्टिकोण से एक सामाजिक गति प्रक्रिया के रूप में जाना जाता है। यह समूह भ्रमण से विकसित हुआ तथा सामाजिक, सांस्कृतिक और आर्थिक स्थिति में पहुँच गया है (यादव, 2016)।

1.1 उद्देश्य

पर्यटन भूगोल मानव भूगोल की नवीन शाखा जिसके कारण इसके अध्ययन का दृष्टिकोण भी प्राचीन विषयों से अलग होगा। प्रस्तुत इकाई के उद्देश्य निम्नलिखित है –

1. भूगोल में पर्यटन की संकल्पना का अध्ययन करना।
2. पर्यटन भूगोल के अर्थ एवं परिभाषा को स्पष्ट करना।
3. पर्यटन भूगोल के घटकों को रेखांकित करना।
4. पर्यटन भूगोल के विषय क्षेत्र – क्षेत्र को स्पष्ट एवं निर्धारित करना।

1.2 पर्यटन भूगोल का अर्थ

मानव विकास के क्रम में भी यात्रा जीवन के साथ चलती रही है। यात्रा का अर्थ एक स्थान से दूसरे स्थान पर जाना है, जिसे मानव प्रवास भी कहते हैं। विभिन्न स्थानों के निवासियों, संसाधनों, व्यापार, शिक्षा, मनोरंजन और विजय जैसे उद्देश्यों के लिए मनुष्य आदिकाल से ही एक स्थान से दूसरे स्थान पर जाते रहे हैं। इसी परंपरा से देशाटन या देशभ्रमण का विचार विकसित हुआ है। पर्यटन मनुष्य की जानकारियों की परिधि को बढ़ाता है और उसके सर्वांगीण विकास में सहायक होता है। यादव (यादव, 2016) ने अपने शोध पत्र 'काशी का एक सांस्कृतिक विरासत सारनाथ : पर्यटन के विशेष सन्दर्भ में पर्यटन के विविध आयामों को स्पष्ट किया है। वे लिखतें हैं कि पर्यटन की प्रासंगिकता और विकास के महत्त्व को द्वितीय विश्व युद्ध के बाद पहचाना गया। उन्होंने यह भी स्पष्ट किया है कि आज से लगभग दो दशक पूर्व तक पर्यटन कुछ समृद्ध वर्ग एवं साहित्य से जुड़े लोगों तक ही सीमित था किंतु आज पर्यटन आम लोगों तक पहुँच गया है। पर्यटन ने अपनी नई पहचान सांस्कृतिक, चिकित्सा, धार्मिक, पारिस्थितिक आदि रूपों में बनाई है।

तीर्थ यात्राओं का विकास कब से हुआ है, इसका निश्चित समय निर्धारित नहीं किया जा सकता है क्योंकि मानव सभ्यता के विकास के साथ जब मानव प्राकृतिक वातावरण के साथ अन्तःक्रिया कर रहा था तब विभिन्न प्राकृतिक परिघटनाओं जैसे दिन – रात का होना, नदियों का प्रवाहित होना, विभिन्न प्रकार की वनस्पतियों, स्थलाकृतियों एवं असंख्य जीव – जंतुओं के संपर्क में आया। अपनें इस प्रारम्भिक अन्तःकरण में मानव समुदाय इन तत्वों से प्रभावित होता है तथा प्रभावित करता भी है जिसके फलस्वरूप वह एक स्थान से दूसरे स्थान तक जाता है जिससे अनेक आस्था एवं विश्वास कि पृष्ठभूमि तैयार होती है जो की तीर्थ यात्राओं के उद्भव के प्रारम्भिक बिन्दू माने जाते है। साहित्यिक अवलोकन करने पर इन तीर्थ यात्राओं का पहला प्रमाण ऐतरेय ब्राह्मण में मिलता है (यादव, 2016)।

तीर्थाटन विकास मुख्यतरू किसी क्षेत्र के पर्यटन संसाधन और उसके विभिन्नता पर निर्भर करता है कि वह कहाँ तक तीर्थयात्रियों को आकर्षित करने में सफल रहा है। किसी क्षेत्र में अगर तीर्थ स्थलों कि विविधता के साथ रोचकता नही होगी तो तीर्थयात्री उस क्षेत्र के प्रति उदासीन हो जाएंगे। भौतिक एवं सांस्कृतिक वातावरण सम्मिलित रूप से तीर्थयात्रियों के लिए एक चुम्बक का कार्य करते है, जिससे तीर्थयात्री आकर्षित होकर उस स्थान कि ओर बधे चले आते है। तीर्थाटन एवं मनोरंजन के साधनों को दो भागों में बाट कर देखा जा सकता है –

- भौतिक वातावरण
- सामाजिक – सांस्कृतिक वातावरण

भौतिक वातावरण के अंतर्गत निम्न तथ्यों को विश्लेषित किया जाता है जो कि तीर्थाटन के लिए संसाधन का काम करते है – प्राकृतिक दृश्य, जलवायु, पार्क एवं अभ्यारण, नदियों के तट, वनस्पति और स्थलाकृति आदि।

सामाजिक – सांस्कृतिक पहलू तीर्थयात्रियों को आकर्षित करने में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाते है। तीर्थाटन भी अन्य सामाजिक क्रियाओं की तरह एक सामाजिक क्रिया है। संस्कृति मानव के जन्म के साथ जुड़ी है। उसमें रक्त संबंध से ही पूर्वजों की सांस्कृतिक परम्पराओं का भाव भरा होता है, वह उसी के परिवेश में अपनी भौतिक क्रियाएँ करता है तथा उसके विचार इसके प्रभाव से जाने – अनजाने बनते है। यह मानव का आंतरिक पक्ष है, जबकि सभ्यता उसका बाह्य स्वरूप है। इसका संबंध वैचारिक पक्ष से होता है, जो सभी भौतिक क्रियाओं को प्रभावित करता है। इसी से प्रभावित होकर लोक कला की कृतियाँ निर्मित होती है, धार्मिक भावनाएँ विकसित होती है तथा ऐतिहासिक पुरास्थलों की खुदाई से उनके संबंध में जानकारी प्राप्त होती है। (यादव, 2016) ने तीर्थाटन को बढ़ावा देने वाले तत्वों का वर्णन किया है। सामाजिक – सांस्कृतिक वातावरण के अंतर्गत निम्न तथ्यों को विश्लेषित कर सकते हैं –

- धार्मिक, ऐतिहासिक एवं पुरातात्विक महत्व के स्थान,
- लोककलाएँ और परम्पराएँ तथा
- शैक्षणिक एवं वाणिज्यिक संस्थान।

यात्राओं के भौगोलिक अवयव

भूगोल यात्राओं के आकर्षण के लिए एक अभिव्यक्ति है। अवस्थिति, अभिगम्यता, वन, जलवायविक दशाएँ, वन्य जीव, ऐतिहासिक स्मारक, सांस्कृतिक आकृतियाँ आदि भौगोलिक अवयव तीर्थयात्रियों के संकेन्द्रण में सहायक होते हैं। इन सब अवयवों की अनुपस्थिति में तीर्थाटन के विस्तृत आकर्षण प्रस्तुत नहीं कर सकते हैं। तीर्थाटन मुख्यतः तीन तत्वों यथा मनुष्य, स्थान एवं समय से मिलकर पूर्ण होता है। ये सभी तत्व हमेशा तीर्थयात्रियों द्वारा तय की गई दूरी के अनुसार बदलते रहते है। इसी के साथ इससे जुड़ा दूसरा तत्व परिवहन है जिसे तीर्थयात्रियों द्वारा मेजबान क्षेत्र में ठहराव की अवधि के अनुसार प्रयोग किया जाता है, उतना ही महत्त्वपूर्ण है।

वर्तमान में पर्यटन का अर्थ देशाटन या प्रवास से काफी बदल गया है। अब यह ज्ञान प्राप्ति, नई जगहों और नई चीजों की खोज, व्यापार और मनोरंजन सहित कई रूपों में विकसित हो चुका है। नए – नए स्थानों, देशों, संसाधनों और वहां के निवासियों के बारे में जानने की जिज्ञासा ने मनुष्य को अपने निवास स्थान से बाहर निकलने के लिए प्रेरित किया, जिसका विकसित रूप ही वर्तमान पर्यटन है। 'टूअर' (tour) शब्द का प्रयोग सबसे पहले तेरहवीं शताब्दी के अंतिम दशक में पर्यटन यात्रा के लिए हुआ था। यह लैटिन शब्द **'टोरनस'** Tornus से व्युत्पन्न है, जिसका प्रारंभिक अर्थ वृत्तात्मक उपकरण या स्थिति से था। इसी शब्द से बाद में टूरिज्म (पर्यटन) 'टूरिस्ट' अर्थात पर्यटक शब्द की उत्पत्ति हुई। पिछले पचास – साठ वर्षों में पर्यटन की विचारधारा में महत्वपूर्ण परिवर्तन हुए हैं। पहले पर्यटन का अर्थ खाली समय बिताने से लगाया जाता था, जहाँ व्यक्ति प्राकृतिक दृश्यों, कलात्मक वस्तुओं और दर्शनीय स्थलों का ज्ञान प्राप्त करने के लिए यात्रा करते थे। कुछ दशक पहले तक यह सामान्यतः धनी और उच्च मध्यम आय वर्ग के लोगों से संबंधित था जो अपने अवकाश का आनंद लेने के लिए यात्रा करते थे। हालांकि, अब यह भ्रमण सामान्य हो गया है और इसमें उच्च, मध्यम और निम्न सभी आय वर्ग के लोग शामिल होते हैं।

पर्यटन का संबंध लोगों के एक स्थान से दूसरे स्थान पर जाने और अपने निवास स्थान से बाहर विभिन्न स्थानों पर रुकने से है। इन स्थानों पर व्यक्ति धन प्राप्ति, रोजगार या सरकारी काम के लिए नहीं रुकता, बल्कि विश्राम, मनोरंजन और आनंद के लिए रुकता है। इस प्रकार पर्यटन का प्रवास मनोरंजन और आनंद के लिए अल्पकालिक होता है। एक पर्यटक कुछ दिनों, सप्ताहों या महीनों के लिए ही अपना स्थान छोड़ता है और थोड़े समय में ही अपने निवास स्थान पर लौट आता है। वर्तमान समय में पर्यटन विश्व का सबसे बड़ा और तेजी से विकसित होने वाला उद्योग है। यह परिवहन, होटल, रेस्टोरेंट और पर्यटन–स्थलों के विकास जैसे कई सहायक उद्योगों पर निर्भर करता है। इस प्रकार पर्यटन अंतर्संबंधित उद्योगों का एक संयुक्त रूप है।

1.3 पर्यटन भूगोल की परिभाषा

पर्यटन भूगोल पर्यटकों और गंतव्यों के बीच स्थानिक अंतःक्रिया (spatial interaction) का गहराई से अध्ययन करता है। यह लोगों के उनके मूल स्थानों से विभिन्न गंतव्यों तक अवकाश, व्यवसाय या अन्य उद्देश्यों के लिए आवाजाही का विश्लेषण करता है। इसमें उन जटिल संबंधों को भी देखा जाता है जो इन स्थानों, उनके परिदृश्यों और उनमें रहने वाले लोगों के बीच बनते हैं। यह क्षेत्र प्राकृतिक परिवेश (जलवायु, भू–आकृतियाँ, प्राकृतिक संसाधन) और सांस्कृतिक घटनाओं (भवन, अर्थव्यवस्था, परंपराएँ, कला) दोनों पर विचार करता है, जो प्रत्येक स्थान को अद्वितीय और आगंतुकों के लिए आकर्षक बनाती हैं।

पर्यटन भूगोल की परिभाषाएँ

विभिन्न विद्वानों ने पर्यटन भूगोल को परिभाषित किया है, इनका मुख्य उन स्थानिक तत्वों पर ध्यान केंद्रित करना है जिनके द्वारा पर्यटन जैसी गतिविधि का विकास हुआ है। इन लोगों ने किसी स्थान की भौगोलिक अवस्थिति, पर्यावरणीय दशाओं तथा वहाँ के स्थानीय समाज के मध्य स्थापित संबंधों का अध्ययन करने का भी प्रयास किया है –

- नेशनल जियोग्राफिक सोसायटी की परिभाषा के अनुसार – पर्यटन स्थान और उसके निवासियों की संस्कृति, रुचि, परंपरा, जलवायु, पर्यावरण और विकास के स्वरूप का विस्तृत ज्ञान प्राप्त करने और उसके विकास में सहयोग करने वाले पर्यटन को पर्यटन भूगोल कहा जाता है।

- महेंद्र पाल सिंह और अजीत कुमार मिश्र के अनुसार – पर्यटन भूगोल, भूगोल की वह शाखा है जिसमें पृथ्वी पर प्राकृतिक तथा सांस्कृतिक विविधताओं का अवलोकन सही, क्रमबद्ध तथा वैज्ञानिक विधि से ज्ञानवर्धन, वातावरण परिवर्तन, आमोद प्राप्त करने आदि की दृष्टि से किया जाता है। यह मानव भूगोल की वह शाखा है जो यात्रा के अध्ययन और स्थानों पर इसके प्रभाव से संबंधित है।
- एस. डी. मौर्य एवं एस. एन. सिंह के अनुसार पर्यटन भूगोल, पर्यटन एवं परिभ्रमण संबंधी तथ्यों का भौगोलिक अध्ययन है, जिसमें मनोरंजन, भ्रमण, देशाटन, होटल प्रबंधन आदि का अध्ययन सम्मिलित होता है।
- जिवाद्दीन जोवैक (Zivaddin Jovaic) के अनुसार – पर्यटन एक सामाजिक गतिशीलता है जो आराम करने की भावना के साथ सांस्कृतिक आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए की जाती है।
- बरनेकर (Bernecker) के अनुसार – पर्यटन उन सेवाओं और संबंधों का समूह है जो गैर, व्यावसायिक कारणों से लोगों के अपने निवास स्थान में अस्थायी परिवर्तन से उत्पन्न होते हैं।
- हांजिकर के शब्दों में पर्यटन उन विशिष्ट पहलुओं से संबंधित है जहाँ कोई बाहरी व्यक्ति अपने निवास स्थान से दूरवर्ती स्थानों पर ठहरने के लिए यात्रा करता है और उसका ऐसे स्थानों पर ठहरना किसी व्यावसायिक गतिविधि से संबंधित नहीं होता है।

उपर्युक्त परिभाषाओं से स्पष्ट है कि पर्यटन भूगोल में भूतल पर प्राकृतिक तथा सांस्कृतिक विविधताओं का अवलोकन सही, क्रमबद्ध तथा वैज्ञानिक विधि से ज्ञानवर्धन, पर्यावरण परिवर्तन, आमोद–प्रमोद और स्वास्थ्य–लाभ प्राप्त करने आदि से संबंधित तथ्यों का अध्ययन किया जाता है। यद्यपि पर्यटन भूगोल मानव भूगोल की प्राचीनतम शाखाओं में से एक है, किन्तु इसका विशेष बोध भूगोलवेत्ताओं को बीसवीं शताब्दी के मध्य से ही हुआ है। वर्तमान समय में पर्यटन ने एक उद्योग का रूप ले लिया है और पर्यटन भूगोल का विकास व्यावहारिक भूगोल (Applied geography) के रूप में हुआ है।

वर्तमान समय में पर्यटन भूगोल का सम्बन्ध भौगोलिक विज्ञान एवं सामाजिक विज्ञान से एक नए स्तर पर स्थापित हो चुका है। पर्यटन भूगोल के अंतर्गत पर्यावरण के विभिन्न तत्वों जैसे भौतिक एवं सांस्कृतिक पर्यावरण तथा उनकी शक्तिओं, क्रियाओं और प्रभावों का अध्ययन किया जाता है। पर्यटन भूगोल भौतिक दूरियों को कम करता है तथा मानवीय ज्ञान की वृद्धि करने में सहायता करता है। व्यावहारिक भूगोल की एक मुख्य शाखा के रूप में पर्यटन भूगोल का विकास वैश्विक स्तर पर हो रहा है। इसका मुख्य कारण यह है कि पर्यटन उद्योग वैश्विक स्तर पर अति तीव्र गति से बढ़ रहा है और पर्यटन प्रबंधन में लोगों की रूचि बढ़ रही है।

1.4 पर्यटन भूगोल के घटक (तत्व)

पर्यटन भूगोल के घटकों को मोटे तौर पर उन कारकों में वर्गीकृत किया जा सकता है जो पर्यटकों को किसी गंतव्य की ओर आकर्षित करते हैं और वे बुनियादी ढाँचे तथा सेवाएँ जो उनकी यात्रा का समर्थन करती हैं। ये घटक प्रायः आपस में जुड़े होते हैं और एक दूसरे को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित करते हैं :

1.4.1 आकर्षण (Attraction) : ये यात्रा के प्राथमिक प्रेरक होते हैं। इन्हें निम्नलिखित प्रकारों में बांटा जा सकता है :

- प्राकृतिक आकर्षण : प्रकृति द्वारा प्रदान की गई विशेषताएँ, जैसे पहाड़, समुद्र तट, नदियाँ, झीलें, वन्यजीव, अद्वितीय भू–आकृतियाँ और अनुकूल जलवायु इत्यादि।
- मानव निर्मित (सांस्कृतिक) आकर्षण : मानव द्वारा निर्मित विशेषताएँ, जैसे ऐतिहासिक स्मारक, पुरातात्विक स्थल, संग्रहालय, कला दीर्घाएँ, थीम पार्क, मनोरंजन केंद्र, त्योहार, सांस्कृतिक कार्यक्रम और स्थानीय समुदायों के जीवन का अनूठा तरीका इत्यादि।

विशेष आकर्षण : विशेष रूप से पर्यटन के लिए निर्मित सुविधाएँ या कार्यक्रम, जैसे कैसीनो, खेल स्टेडियम और विशेषीकृत रिसॉर्ट आदि।

1.4.3 पहुँच (Accessibility) : इसके अंतर्गत मुख्य रूप से परिवहन के माध्यमों एवं साधनों को सम्मिलित किया जाता है। यह पर्यटकों के लिए किसी गंतव्य तक पहुँचने और उसके भीतर घूमने की क्रिया को आसान

बना देतें है। इसमें निम्नलिखित सम्मिलित होते हैं :

- परिवहन के माध्यम : सड़क, रेल जल और हवाई परिवहन।
- बुनियादी ढाँचा : हवाई अड्डे, बंदरगाह, रेलवे स्टेशन, सड़कें, पुल और स्थानीय परिवहन नेटवर्क आदि।
- सम्बद्धता : मूल और गंतव्य के बीच यात्रा मार्गों की दक्षता और सुविधा।

1.4.3 आवास (Accommodation) : वे स्थान जहाँ पर्यटक अपनी यात्रा के दौरान रुकते हैं। इसमें सम्मिलित होते हैं –

- होटल (विभिन्न श्रेणियों के), रिसॉर्ट, गेस्टहाउस, मोटल और बुटीक होटल।
- अपार्टमेंट, कैम्पसाइट, होमस्टे और ट्रीहाउस जैसे वैकल्पिक विकल्प।
- खाद्य और पेय सेवाएँ (रेस्तरां, कैफे, बार) जैसी संबंधित सेवाएँ।

1.4.4 सुविधाएँ और सेवाएँ (AmenitiesAnd Services) एवं (बुनियादी ढाँचा और अधिरचना) (InfrastructureAnd Superstructure) : ये आवश्यक सुविधाएँ और सेवाएँ हैं जो पर्यटक अनुभव को बढ़ाती हैं।

- बुनियादी ढाँचा : बिजली, पानी की आपूर्ति, सीवेज सिस्टम, दूरसंचार और बैंकिंग सेवाएँ जैसी बुनियादी उपयोगिताएँ।
- अधिरचना : पर्यटन की विशिष्ट सुविधाएँ और सेवाएँ जैसे टूर गाइड, मनोरंजक सुविधाएँ, खरीदारी क्षेत्र, चिकित्सा सुविधाएँ, सुरक्षा और सुरक्षा उपाय और मनोरंजन विकल्प।

1.4.5 पर्यटक – उत्पादक और पर्यटक – प्राप्तकर्ता क्षेत्र (Tourist & GeneratingAnd Tourist & Receiving Regions) :

उत्पत्ति (उत्पादक) क्षेत्र : वे क्षेत्र जहाँ से पर्यटक आते हैं, जिनकी विशेषताएँ जनसंख्या घनत्व, प्रयोज्य आय, अवकाश का समय और यात्रा प्रेरणाएँ होती हैं।

- गंतव्य (प्राप्तकर्ता) क्षेत्र : वे क्षेत्र जो पर्यटकों को आकर्षित करते हैं, जिनकी विशेषताएँ उनके आकर्षण, बुनियादी ढाँचे और पर्यटकों की जरूरतों को पूरा करने की क्षमता होती है।
- संबद्धता (Linkages) : मूल और गंतव्य क्षेत्रों के बीच संबंध और प्रवाह (लोग, सूचना, पैसा)।

1.5 पर्यटन भूगोल का विषय क्षेत्र (SCOPE)

पर्यटन भूगोल का विषय क्षेत्र व्यापक और अंतः विषयक है, जो भूगोल की विभिन्न शाखाओं और अन्य सामाजिक विज्ञानों से अंतर्दृष्टि प्राप्त करता है। इसमें निम्नलिखित प्रमुख बिंदु सम्मिलित होते हैं –

1.5.1 पर्यटक आकर्षणों का स्थानिक वितरण

पर्यटक आकर्षणों के स्थानिक वितरण के अंतर्गत विश्व स्तर पर और क्षेत्रीय स्तर पर प्राकृतिक और सांस्कृतिक आकर्षणों के स्थान, एकाग्रता और प्रतिरूप, पर्यटकों के प्रवाह, बुनियादी ढांचे के विकास एवं क्षेत्रीय विकास का विश्लेषण किया जाता है। इसमें यह समझना जरुरी होता है कि कुछ क्षेत्र लोकप्रिय पर्यटन स्थल क्यों बन जाते हैं।

पर्यटक आकर्षणों के स्थानिक वितरण को प्रभावित करने वाले करक निम्नलिखित हैं –

- भौगोलिक और प्राकृतिक कारक
- ऐतिहासिक और सांस्कृतिक कारक
- सामाजिक– आर्थिक कारक
- शहरीकरण और विकास

इसके साथ – साथ पर्यटक आकर्षणों के वितरण के रूप में क्लस्टरिंग, रैखिक वितरण, फैलाव केंद्र – परिधि मॉडल आदि बिन्दुओं का भी अध्ययन किया जाता है। स्थानिक वितरण के प्रारूप को समझना एक महत्वपूर्ण

प्रक्रिया है जिससे पर्यटन योजना बनाने, बुनियादी ढांचे का विकास, आर्थिक प्रभाव, विपणन और संवर्धन तथा पर्यावरण संरक्षण आदि बिन्दुओं की व्यापक समझ प्राप्त होती है। संक्षेप में, पर्यटक आकर्षणों का स्थानिक वितरण एक जटिल घटना है जो कई प्राकृतिक, ऐतिहासिक, सांस्कृतिक और सामाजिक – आर्थिक कारकों से प्रभावित होती है और इसे समझना पर्यटन उद्योगके सफल विकास और प्रबंधन के लिए महत्वपूर्ण है।

1.5.2 पर्यटक व्यवहार और संचलन प्रतिरूप

पर्यटकों की प्रेरणाओं, वरीयताओं और जनसांख्यिकी का अध्ययन करने के साथ ही उनके यात्रा मार्गों, ठहरने की अवधि और गंतव्यों पर गतिविधियों का विश्लेषण करना आवश्यक होता है। इसमें पर्यटकों के प्रवाह और उनकी पसंद को प्रभावित करने वाले कारकों का अध्ययन भी किया जाता है।

पर्यटक व्यवहार और संचलन प्रतिरूप पर्यटन अध्ययन के दो महत्वपूर्ण पहलू हैं, जो यह समझने में मदद करते हैं कि पर्यटक अपनी यात्रा की योजना कैसे बनाते हैं, यात्रा के दौरान क्या करते हैं और कहाँ जाते हैं। यह जानकारी पर्यटन उद्योगके लिए विपणन, योजना और प्रबंधन के लिए अत्यंत महत्वपूर्ण होती है।

पर्यटक व्यवहार को प्रभावित करने वाले मुख्य कारक निम्नलिखित हैं –

व्यक्तिगत कारक

- प्रेरणा
- व्यक्तित्व
- जनसांख्यिकी
- जीवनशैली
- धारणा
- सीखना और अनुभव

सामाजिक कारक

- संस्कृति
- उपसंस्कृति
- सन्दर्भ समूह
- सामाजिक वर्ग

मनोवैज्ञानिक कारक

- आवश्यकताएं
- दृष्टिकोण और विश्वास
- निर्णय लेने की प्रक्रिया

सांस्कृतिक कारक

- राष्ट्रीय संस्कृति, स्थानीय रीति – रिवाज, त्यौहार, मेला और मूल्य।

पर्यावरणीय कारक

- आर्थिक स्थिति (मंदी, मुद्रास्फीति)
- राजनितिक स्थिरता और सुरक्षा
- प्रद्योगिकी (ऑनलाइन बुकिंग, मोबाइल ऐप, आभासी वास्तविकता)
- प्राकृतिक आपदाएं और महामारी (जैसे COVID-19)

पर्यटक संचलन प्रतिरूप इस बात का अध्ययन है कि पर्यटक किसी गंतव्य या क्षेत्र के भीतर कैसे घूमते हैं। यह वृहद् – स्तर (देशों के बीच) और सूक्ष्म – स्तर (एक शहर या आकर्षण के भीतर) दोनों पर देखा जा सकता

है।

1.6 पर्यटन का पर्यावरणीय प्रभाव

प्राकृतिक वातावरण पर पर्यटन के सकारात्मक और नकारात्मक प्रभावों का आकलन करना, जिसमें प्रदूषण, संसाधन की कमी, जैव विविधता का नुकसान और जलवायु परिवर्तन जैसे मुद्दे शामिल हैं। यह इन प्रभावों को कम करने के लिए टिकाऊ पर्यटन प्रथाओं की भी पड़ताल करता है। पर्यटन का पर्यावरण पर गहरा और बहुआयामी प्रभाव पड़ता है, जिसमे सकारात्मक और नकारात्मक दोनों तरह के प्रभाव शामिल हैं।

1.6.1 पर्यावरण के नकारात्मक पर्यावरणीय प्रभाव

- प्रदूषण
- प्राकृतिक संसाधनों पर दबाव
- जैव विविधता पर प्रभाव
- मिटटी का क्षरण और कटाव
- दृश्य प्रदूषण

1.6.2 पर्यटन के सकारात्मक पर्यावरणीय प्रभाव

- संरक्षण के लिए वित्तपोषण
- पर्यावरणीय जागरूकता
- संरक्षण के लिए प्रोत्साहन
- बुनियादी ढांचे में सुधार
- इको–पर्यटन का विकास

भारत जैसे देशों में, जहाँ पर्यटन तेजी से बढ़ रहा है और इसमें विशाल प्राकृतिक और सांस्कृतिक विविधता है, पर्यावरण पर पर्यटन के प्रभाव का प्रबंधन विशेष रूप से महत्वपूर्ण है। हिमालय, तटीय क्षेत्रों, वन्यजीव अभ्यारणों और ऐतिहासिक स्थलों पर बढती भीड़ के कारण प्रदूषण, प्राकृतिक संसाधनों पर दबाव और जैव विविधता को खतरा बढ़ रहा है। स्थायी पर्यटन प्रथाओं को अपनाना भारत के पर्यटन क्षेत्र के दीर्घकालिक स्वास्थ्य के लिए महत्त्वपूर्ण है।

1.6.3 पर्यटन का सामाजिक – सांस्कृतिक प्रभाव

यह जांचना कि पर्यटन स्थानीय संस्कृतियों, परंपराओं, सामुदायिक गतिशीलता और सामाजिक संरचनाओं को कैसे प्रभावित करता है। इसमें सांस्कृतिक आदान – प्रदान, संस्कृति का व्यावसायीकरण और संभावित सामाजिक संघर्ष शामिल हैं। पर्यटन का किसी भी स्थान के सामाजिक – सांस्कृतिक ताने – बाने पर गहरा प्रभाव पड़ता है। यह स्थानीय समुदायों के मूल्यों, रीति – रिवाजों, जीवन शैली और सामाजिक संरचना में बदलाव ला सकता है। ये प्रभाव सकारात्मक और नकारात्मक दोनों हो सकते हैं, जो निम्नलिखित है –

1.6.3.1 पर्यटन के सकारात्मक सामाजिक – सांस्कृतिक प्रभाव

- सांस्कृतिक आदान – प्रदान और समझ
- सांस्कृतिक विरासत का संरक्षण
- रोजगार और आर्थिक अवसर
- बुनियादी ढांचे में सुधार
- सांस्कृतिक पुनरुत्थान
- सामाजिक समावेशन

1.6.3.2 पर्यटन के नकारात्मक सामाजिक – सांस्कृतिक प्रभाव

- संस्कृति का वस्तुकरण और व्यावसायिककरण

- "गेस्ट – होस्ट" संबंध में परिवर्तन
- सामाजिक विघटन और तनाव
- अपराध में वृद्धि
- पुनर्वास और विस्थापन

1.6.4 पर्यटन का आर्थिक प्रभाव

पर्यटन के आर्थिक योगदान का विश्लेषण करना, जैसे रोजगार सृजन, विदेशी मुद्रा आय, बुनियादी ढाँचे का विकास और स्थानीय व्यवसाय वृद्धि। यह मुद्रास्फीति, मौसमीपन और राजस्व के रिसाव जैसी संभावित आर्थिक चुनौतियों का भी समाधान करता है। पर्यटन का किसी भी गंतव्य की अर्थव्यवस्था पर गहरा और बहुआयामी प्रभाव पड़ता है, जिसमे सकल घरेलु उत्पाद में योगदान से लेकर रोजगार सृजन और बुनियादी ढाँचे के विकास तक शामिल है। पर्यटन के प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष प्रभावों का अध्ययन निम्नलिखित प्रकार से किया जाता है –

1.6.4.1 पर्यटन के प्रत्यक्ष आर्थिक प्रभाव

- जीडीपी में योगदान
- रोजगार सृजन
- विदेशी मुद्रा आय
- सरकारी राजस्व

1.6.4.2 पर्यटन के अप्रत्यक्ष आर्थिक प्रभाव

- आपूर्ति श्रृंखला प्रभाव
- पूंजी निवेश

1.6.4.3 पर्यटन योजना और विकास

पर्यटन योजना और विकास एक रणनीतिक प्रक्रिया है जिसमे किसी गंतव्य पर पर्यटन के दीर्घकालिक और टिकाऊ विकास को सुनिश्चित करने के लिए लक्ष्य निर्धारित करना शामिल है। यह केवल नए आकर्षण बनाने से कही अधिक है, इसमें एक समग्र दृष्टिकोण शामिल है जो आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक और पर्यावरणीय कारकों पर विचार करता है। टिकाऊ पर्यटन विकास के लिए निर्णय लेने की जानकारी देना, जिसमें भूमि–उपयोग योजना, बुनियादी ढाँचे का प्रावधान, विपणन रणनीतियाँ और स्थानीय, क्षेत्रीय और राष्ट्रीय स्तर पर नीति निर्माण शामिल है। इसमें अक्सर स्थानिक विश्लेषण के लिए भौगोलिक सूचना प्रणाली (GIS) का उपयोग शामिल होता है।

1.7 पर्यटन का क्षेत्रीय अध्ययन

विशिष्ट पर्यटन क्षेत्रों, उनकी विशेषताओं, चुनौतियों और विकास क्षमता पर ध्यान केंद्रित करना। इसमें पर्यटन क्षेत्रों के विकास, गंतव्यों की वहन क्षमता और क्षेत्रीय पर्यटन वृद्धि के लिए रणनीतियों का विश्लेषण शामिल हो सकता है।

1.7.1 उभरते पर्यटन के रुझान

इको टूरिज्म, सांस्कृतिक पर्यटन, जियो टूरिज्म, साहसिक पर्यटन, चिकित्सा पर्यटन और डार्क टूरिज्म जैसे पर्यटन के नए रूपों और उनके भौगोलिक प्रभावों का अध्ययन करना।

1.7.2 पर्यटन का स्वरूप

इसके अंतर्गत पर्यटन स्थल के प्राकृतिक तथा सांस्कृतिक तत्वों को सम्मिलित किया जाता है। मनुष्य किसी विशिष्ट स्थल के भौतिक अथवा मानवीय या सांस्कृतिक विशेषताओं के कारण आकर्षित होता है। इन भौतिक एवं सांस्कृतिक विशेषताओं में निम्नलिखित को सम्मिलित किया जाता है –

प्राकृतिक तत्व – इसके अंतर्गत प्राकृतिक उच्चावच, पर्वत, घाटी, पठार, मैदान, मरुस्थल जलाशय , सागर,

झीलें, नदियाँ, जलवायु, प्राकृतिक वनस्पति, जीव – जंतु आदि सम्मिलित होते है।

सामाजिक – सांस्कृतिक तत्व – इसके अंतर्गत मंदिर, मस्जिद, गुरुद्वारा, गिरजाघर, पवित्र नदियाँ के तट पर विकसित प्रमुख किला, ऐतिहासिक महलें और इमारतें, संग्रहालय, सांस्कृतिक स्थल जैसे मेले, त्योहार, शिक्षा, बाजार, व्यापार, चिकित्सा, मनोरंजन और स्वास्थ्य लाभ के लिए प्रसिद्ध स्थलों का अध्ययन सम्मिलित होता है

1.7.3 पर्यटन में सहायक साधन एवं संसाधन

पर्यटन उद्योग का सबसे महत्वपूर्ण पहलू परिवहन साधनों की समुचित उपलब्धता और विकास है। परिवहन के साधनों में सड़क, रेल, जल और वायु परिवहन शामिल हैं। सड़क परिवहन में रिक्शा, तांगा, मोटर साइकिल, स्कूटर, टैक्सी, कार, बस आदि से की गई यात्राएँ सम्मिलित हैं। रेल परिवहन का संचालन रेलगाड़ियों द्वारा होता है। मैदानी भागों में सड़क और रेल परिवहन सबसे सुलभ होते हैं, लेकिन पहाड़ी क्षेत्रों में सभी प्रकार के परिवहन कठिन, महंगे, लंबे और दुर्घटनाग्रस्त हो सकते हैं। कई पर्वतीय पर्यटन–स्थलों तक पहुँचने के लिए रज्जुमार्गों का भी उपयोग किया जाता है।

आज पर्यटन एक उद्योगके रूप में विकसित हो गया है और आर्थिक विकास का एक प्रमुख घटक बनता जा रहा है। पर्यटन–स्थलों पर पर्यटकों के ठहरने और खाने – पीने की व्यवस्था आवश्यक है। इसके लिए पर्यटन–स्थलों पर सभी आय वर्ग के लोगों के लिए होटल और रेस्टोरेंट का व्यवसाय विकसित हो रहा है, जहाँ पर्यटकों को आवश्यक सुविधाएँ उपलब्ध कराई जाती हैं। पर्यटन–स्थलों पर स्थानीय उत्पादों की बिक्री भी अधिक होती है, जिससे स्थानीय उद्योगों का भी विकास होता है। इस प्रकार पर्यटन में अत्याधुनिक परिवहन के साधनों, होटलों और स्थानीय उत्पादों की बिक्री से पर्याप्त धन प्राप्त होता है। इससे स्थानीय लोगों को रोजगार मिलता है और स्थानीय मार्गदर्शकों तथा विविध सेवाओं में संलग्न लोगों के परिवारों की आजीविका चलती है।

1.7.4 पर्यटन प्रबंधन

आज पर्यटन का विकास एक उद्योगके रूप में हो रहा है, जिसका कारण आर्थिक प्रगति, यातायात के साधनों की पर्याप्त उपलब्धता, शिक्षा का प्रसार और विभिन्न स्थानों के विषय में जानने तथा देखने की उत्सुकता में वृद्धि है। एक उद्योगके रूप में विकसित पर्यटन के समुचित विकास के लिए पर्यटन प्रबंधन आवश्यक हो जाता है। यही कारण है कि असंख्य युवा पर्यटन प्रबंधन में करियर बनाने में लगे हैं। यही कारण है कि विश्व के कई विकसित तथा विकासशील देशों में राष्ट्रीय तथा अंतर्राष्ट्रीय स्तर की पर्यटन प्रबंधन संस्थाएँ स्थापित की गई हैं, जहाँ पर्यटन प्रबंधन से संबंधित क्रियाओं तथा सेवाओं के लिए प्रशिक्षण की व्यवस्था होती है। भारत सरकार ने सन् 1983 में भारतीय पर्यटन एवं यात्रा प्रबंधन संस्थान (Indian Institute of TourismAnd Travel Management) की स्थापना नई दिल्ली में की थी, जिसे 1992 में ग्वालियर मध्य प्रदेश स्थानांतरित कर दिया गया था। इस प्रकार अंतर्राष्ट्रीय, राष्ट्रीय, प्रादेशिक या जनपदीय और स्थानीय प्रबंधन का अध्ययन पर्यटन भूगोल के विषय क्षेत्र के अंतर्गत अत है।

1.7.5 पर्यटन और शिक्षा

पर्यटन का अध्ययन आज समाजशास्त्र, शिक्षाशास्त्र, अर्थशास्त्र, भूगोल, इतिहास आदि कई विषयों के अंतर्गत किया जाता है। वर्तमान समय में विश्व के अनेक विश्वविद्यालयों तथा महाविद्यालयों में पर्यटन का अध्ययन भूगोल की एक शाखा के रूप में किया जा रहा है, जिसे पर्यटन भूगोल के नाम से जाना जाता है। विश्व के केवल विकसित देशों में ही नहीं बल्कि अनेक विकासशील देशों में भी पर्यटन विभागों तथा संबंधित संस्थाओं द्वारा संगोष्ठियों तथा सम्मेलनों का आयोजन किया जाता है। आज भूगोल सहित अन्य सामाजिक विज्ञानों में भी विद्यार्थी शोध कार्य तथा नए – नए अनुसंधान कर रहे हैं। इस प्रकार पर्यटन भूगोल के अंतर्गत पर्यटन तथा संबद्ध शिक्षा को भी सम्मिलित किया जाता है।

1.8 सारांश

आपने इस इकाई में भूगोल में पर्यटन की संकल्पना का अध्ययन, पर्यटन भूगोल के अर्थ, परिभाषा, घटक एवं विषय क्षेत्र का अध्ययन किया है। आप समझ गए होगें कि पर्यटन भूगोल के विकास को प्रभावित करने में किन घटकों को सम्मिलित किया जाता है। इससे विश्व या देश के पर्यटन को गतिशीलता मिलती है

तथा उसके विकास को प्रोत्साहन प्राप्त होता है। वास्तव में पर्यटन भूगोल लोगों, स्थानों और पर्यटन की घटना के बीच जटिल अंतःक्रियाओं को समझने के लिए एक व्यापक ढाँचा प्रदान करता है, जो उद्योग को जिम्मेदारी से प्रबंधित और विकसित करने में स्थानिक विश्लेषण के महत्व पर प्रकाश डालता है।

इस इकाई में पर्यटन भूगोल एवं उसके विषय क्षेत्र की उपयोगिता, क्षेत्रीय विभिन्नता के विविध आयाम तथा वर्तमान समय में उसकी उपयोगिता को प्रस्तुत किया गया है। आपने देखा है कि पर्यटन भूगोल, भूगोल की नवीनतम शाखा है। इसका अध्ययन भूगोल में बहुत बाद में शुरू हुआ जिसके कारण वैश्विक स्तर पर इसके अध्ययन के विविध स्वरूप प्रकट करते हुए है। किन्हीं देशों में इसके अध्ययन को ज्यादा महत्त्व दिया गया है तो किन्हीं देशों में कम। समय में होने वाले परिवर्तन के साथ ही पर्यटन के अध्ययन की प्रासंगिकता में वृद्धि हुई है, जिसने पर्यटन भूगोल के विकास में महत्त्वपूर्ण योगदान दिया है। इस प्रकार आपने पर्यटन भूगोल के अर्थ, परिभाषा, घटक एवं विषय – क्षेत्र का विस्तृत एवं सारगर्भित अध्ययन किया है।

1.9 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

1. राष्ट्रीय भौगोलिक पत्रिका कहाँ से प्रकाशित होती है।
   (क) भूगोल विभाग, काशी हिन्दू विश्वविद्यालय वाराणसी।
   (ख) भूगोल विभाग, अलीगढ मुस्लिम विश्वविद्यालय अलीगढ।
   (ग) भूगोल विभाग, दिल्ली विश्वविद्यालय नई दिल्ली।
   (घ) भूगोल विभाग, जवाहरलाल नेहरू विश्वविद्यालय नई दिल्ली।
2. पर्यटन भूगोल का विकास किस रूप में हुआ था।
   (क) व्यावहारिक भूगोल (ख) मात्रात्मक क्रांति (ग) जनसँख्या भूगोल (घ) भौतिक भूगोल
3. भारत सरकार द्वारा किस वर्ष भारतीय पर्यटन एवं यात्रा प्रबंधन संस्थान की स्थापना की गई थी।
   (क) 1920 ई. (ख) 1983 ई. (ग) 1972 ई. (घ) 1990 ई.
4. पर्यटन भूगोल की प्रसिद्ध पुस्तक का Banaras the Heritage City of India % Geography] HistoryAnd Bibliography किसके द्वारा लिखी गई है।
   (क) राणा पी. बी. सिंह (ख) जगदीश सिंह (ग) आर. सी. तिवारी (घ) एस. सी. बंसल
5. वर्तमान समय में भारतीय पर्यटन एवं यात्रा प्रबंधन संस्थान का मुख्यालय कहाँ स्थित है।
   (क) मुंबई (ख) कानपुर (ग) ग्वालियर (घ) कोलकाता

1.10 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

- Baghia, Sunil, 2017, Tourism Geography, Book Enclave, New Delhi.
- Kaur, J., 1993, Himalayan PilgrimageAnd New Tourism, Himalayan Books, New Delhi.
- Khanduri, Harshi, 2021, Tourism Geography, J. T. S. Publications, Delhi.
- Mandal, Somdatta, 2010, Indian Travel Narratives, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- Nelson, Velvet, 2017, An Introduction to the Geography of Tourism, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- नीशावा, परवीन, 2022, पर्यटन भूगोल – एक अध्ययन, आर. के. बुक्स, नई दिल्ली.
- बंसल, सुरेश चन्द्र, 2006, पर्यटन एवं यात्रा प्रबन्धन, मीरा प्रकाशन, सहारनपुर (उ.प्र).

- सदैव, शशिकांता, 2019, भारत के प्रसिद्ध मंदिर, यात्रा और धाम, प्रभाकर प्रकाशन, नई दिल्ली.
- मौर्य, एस. डी., 2023, पर्यटन भूगोल, शारदा पुस्तक भवन, प्रयागराज.
- यादव, बी., दुबे, पी. एवं यादव, आर. एस., 2016, काशी का एक सांस्कृतिक विरासत सारनाथ : पर्यटन के विशेष सन्दर्भ में, उत्तर भारत भूगोल परिषद, गोरखपुर (उ.प्र).
- यादव, बी., एवं प्रजापति, ए. एल., 2024, काशी परिक्षेत्र में संपन्न होने वाली यात्राओं के महात्म्य का भौगोलिक विश्लेषण, ज्ञानसौर्यम साइंटिफिक रिफ्रिड शोध पत्रिका, प्रयागराज.

1.11 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

1. भूगोल में पर्यटन के अध्ययन की विस्तृत व्याख्या कीजिए?
2. पर्यटन भूगोल के अर्थ एवं परिभाषा को स्पष्ट कीजिए?
3. पर्यटन भूगोल के घटक एवं विषय – क्षेत्र का वर्णन कीजिए?

इकाई–2 पर्यटन भूगोल के प्रतिमान एवं अध्ययन के उपागम

इकाई की रूपरेखा

2.0 प्रस्तावना

2.1 उद्देश्य

2.2 पर्यटन भूगोल के प्रतिमान

2.3 पर्यटन भूगोल के अध्ययन के उपागम

2.4 सारांश

2.5 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

2.6 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

2.7 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

2.0 प्रस्तावना

पर्यटन भूगोल, मानव भूगोल की एक उप–शाखा है जो पर्यटन और यात्रा के स्थानिक पहलुओं का अध्ययन करती है। यह इस बात पर केंद्रित है कि भौगोलिक सिद्धांत यात्रा, व्यवहार और प्रतिरूप को कैसे प्रभावित करते हैं और गंतव्यों, पर्यावरण और आर्थिक कारकों के बीच संबंधों की जांच करते है। पर्यटन भूगोल के अध्ययन के लिए विभिन्न प्रतिमान (Paradigms) और उपागम (Approaches) विकसित किए गए हैं। भारद्वाज (1985) ने अपनी पुस्तक ReligionAnd Circulation % Hindu Pilgrimage में प्रतिमान एवं उपागम को संकल्पना को स्पष्ट करते हुए लिखा है कि प्रतिमान एक विस्तृत सैद्धांतिक प्रारूप है जिसमें किसी विशेष क्षेत्र की मान्यताओं, मूल्यों एवं विचारों की श्रृंखला होती है जबकि उपागम एक विशिष्ट तरीका अथवा विधि होती है जिसका प्रयोग किसी समस्या को हल करने या किसी निर्धारित लक्ष्य को प्राप्त करने के लिए किया जाता है। उपागम प्रायः प्रतिमान से प्रभावित होते है।

2.1 उद्देश्य

पर्यटन भूगोल मानव भूगोल की नवीन शाखा जिसके अध्ययन का स्वरुप समय में होने वाले परिवर्तन के साथ बदलता गया। इस बदलते अध्ययन की प्रणाली से अनेकों प्रतिमानों एवं उपागमों का उदय हुआ जिसके फलस्वरूप वर्तमान स्वरुप सामने आया है। प्रस्तुत इकाई के उद्देश्य निम्नलिखित है –

1. पर्यटन भूगोल के प्रतिमानों को स्पष्ट करना।
2. पर्यटन भूगोल के उपागमों को स्पष्ट करना।

2.2 पर्यटन भूगोल के प्रतिमान

पर्यटन भूगोल में प्रतिमान उन वैचारिक ढांचों या विश्वदृष्टि को संदर्भित करते हैं जो शोधकर्ताओं को पर्यटन से संबंधित भौगोलिक घटनाओं को समझने और व्याख्या करने के लिए मार्गदर्शन करते हैं। समय के साथ ही पर्यटन भूगोल में विभिन्न प्रतिमान उभरे हैं, जो अध्ययन के दृष्टिकोण और ध्यान केंद्रित करने में बदलाव को दर्शाते हैं।

कुछ प्रमुख प्रतिमान इस प्रकार हैं –

2.2.1 प्रत्यक्षवादी प्रतिमान (Positivist Paradigm)

यह प्रारंभिक और पारंपरिक प्रतिमान है जो मात्रात्मक विधियों और अनुभवजन्य अवलोकन पर जोर देता है। इसका मुख्य ध्यान पर्यटन प्रवाह के प्रतिरूप, गंतव्य क्षेत्रों का वर्गीकरण, पर्यटक व्यवहार का मॉडलिंग और स्थानिक वितरण पर होता है। यह प्रतिमान अक्सर पर्यटन के आर्थिक और कार्यात्मक पहलुओं पर केंद्रित होता

है, जैसे कि पर्यटकों की संख्या, खर्च और यात्रा के प्रतिरूप को समझना। पर्यटन–स्थलों की पहुँच, दूरी और समय के संबंध में विश्लेषण करना इस प्रतिमान का मुख्य उद्देश्य है।

पर्यटन भूगोल में प्रत्यक्षवादी प्रतिमान (Positivist Paradigm in Tourism Geography) एक ऐसा दृष्टिकोण है जो पर्यटन की घटनाओं और प्रक्रियाओं को वैज्ञानिक और वस्तुनिष्ठ तरीके से समझने का प्रयास करता है। यह 1950 और 1960 के दशक में भूगोल में आई मात्रात्मक क्रांति (Quantitative Revolution) से बहुत प्रभावित था, जिसने भूगोल को एक अधिक वैज्ञानिक अनुशासन बनाने पर जोर दिया।

प्रत्यक्षवाद के मुख्य सिद्धांत और पर्यटन भूगोल में इसका अनुप्रयोग

- **वस्तुनिष्ठता और तथ्यात्मक ज्ञान** : प्रत्यक्षवाद का मानना है कि ज्ञान केवल प्रत्यक्ष अवलोकन और अनुभव से प्राप्त होता है और यह तथ्यात्मक और विश्वसनीय होता है। पर्यटन भूगोल में इसका अर्थ है कि पर्यटन से संबंधित आकड़ों (पर्यटकों की संख्या, खर्च, यात्रा प्रतिरूप, गंतव्य की विशेषताएँ) को वस्तुनिष्ठ रूप से एकत्र और विश्लेषण किया जाना चाहिए।
- **मापन और मात्रात्मक विधिया** : प्रत्यक्षवादी दृष्टिकोण मापन और मात्रात्मक विधियों के उपयोग पर जोर देता है। पर्यटन अध्ययन में इसमें सांख्यिकीय विश्लेषण, मॉडल निर्माण, मानचित्रण और अन्य मात्रात्मक तकनीकों का उपयोग शामिल है ताकि पर्यटन के स्थानिक प्रतिरूप, प्रभावों और रुझानों का पता लगाया जा सके। उदाहरण के लिए पर्यटक प्रवाह के मॉडल बनाना, पर्यटन की आर्थिक गणना करना या विशिष्ट पर्यटन–स्थलों पर पर्यटकों की भीड़ का विश्लेषण करना।
- **कारण – प्रभाव संबंध** : प्रत्यक्षवाद घटनाओं के पीछे के कारणों का पता लगाने और उनके बीच कारण – प्रभाव संबंध स्थापित करने का प्रयास करता है। पर्यटन भूगोल में इसका मतलब यह हो सकता है कि पर्यटन के विकास के पीछे के कारकों (आधारभूत संरचना, प्राकृतिक आकर्षण, सांस्कृतिक विरासत) और इसके परिणामों (आर्थिक प्रभाव, पर्यावरणीय प्रभाव, सामाजिक परिवर्तन) के बीच संबंधों का अध्ययन किया जाए।
- **सामान्य नियम और सिद्धांत** : प्रत्यक्षवाद का उद्देश्य घटनाओं को नियंत्रित करने वाले सामान्य नियमों और सिद्धांतों की खोज करना है। पर्यटन भूगोल में इसका अर्थ यह हो सकता है कि पर्यटन के व्यवहार को समझने के लिए सामान्य मॉडल विकसित किए जाएं, जिससे पर्यटन स्थल जीवन चक्र मॉडल (TourismArea Life Cycle Model) या गुरुत्वाकर्षण मॉडल (Gravity Model) के आधार पर पर्यटकों के गंतव्य चयन की भविष्यवाणी करते हैं।
- **परिकल्पना परीक्षण और सत्यापन** : प्रत्यक्षवादी शोध में परिकल्पनाएँ बनाई जाती हैं फिर आंकड़ों के माध्यम से उनका परीक्षण किया जाता है। पर्यटन अध्ययन में यह एक विशिष्ट पर्यटन गंतव्य के लिए पर्यटकों की संख्या को प्रभावित करने वाले कारकों के बारे में परिकल्पनाएँ बनाना और फिर सर्वेक्षण आंकड़ों या सांख्यिकीय आंकड़ों का उपयोग करके उन परिकल्पनाओं का परीक्षण करना हो सकता है।

पर्यटन भूगोल में प्रत्यक्षवादी प्रतिमान का अवलोकन

1. **पर्यटक प्रवाह विश्लेषण** : इसमें इस बात का अवलोकन किया जाता है कि पर्यटक कहाँ से आते हैं, वे कहाँ जाते हैं, और वे किस मार्ग का उपयोग करते हैं तथा इसके मात्रात्मक विश्लेषण की प्रकृति क्या है।
2. **पर्यटन के आर्थिक प्रभाव का मूल्यांकन** : इसके अंतर्गत इस बात का मूल्यांकन किया जाता है कि पर्यटन से होने वाली आय, रोजगार सृजन और निवेश का सांख्यिकीय माप का प्रभाव क्या है।
3. **गंतव्य क्षमता अध्ययन** : इसमें इस बात का निर्धारण किया जाता है कि किसी पर्यटन स्थल की अधिकतम वहन क्षमता कितनी है, ताकि अधिक भीड़ या पर्यावरणीय क्षति से बचा जा सके।
4. **पर्यटक प्रकारों का वर्गीकरण** : पर्यटकों को उनकी जनसांख्यिकीय विशेषताओं, यात्रा प्रेरणाओं और व्यवहार के आधार पर विभिन्न श्रेणियों में विभाजित किया जाता है।

आलोचना

यद्यपि प्रत्यक्षवादी प्रतिमान ने पर्यटन भूगोल के विकास में महत्वपूर्ण योगदान दिया है, इसकी कुछ आलोचनाएँ भी हैं। सबसे मुख्य आलोचना यह है कि यह मानव व्यवहार की जटिलताओं और पर्यटन के सामाजिक–सांस्कृतिक पहलुओं को पूरी तरह से समझने में असमर्थ है क्योंकि यह केवल अवलोकन योग्य और मापन योग्य तथ्यों पर केंद्रित रहता है। यह मानव अनुभवों, धारणाओं और व्यक्तिपरक व्याख्याओं को प्रायः अनदेखा करता है। इन आलोचनाओं के कारण पर्यटन भूगोल में उत्तर – प्रत्यक्षवाद और रचनावाद जैसे अन्य प्रतिमान भी विकसित हुए हैं।

2.2.2 मानवतावादी प्रतिमान (Humanistic Paradigm)

यह प्रतिमान पर्यटन के व्यक्तिपरक अनुभवों, भावनाओं और अर्थों पर जोर देता है। यह मानता है कि पर्यटन केवल संख्याओं और आंकड़ों के बारे में नहीं है, बल्कि पर्यटक और स्थानीय निवासियों के व्यक्तिगत अनुभवों, धारणाओं और अंतःक्रियाओं के बारे में है। इसमें गुणात्मक अनुसंधान विधियों जैसे साक्षात्कार, नृवंशविज्ञान (ethnography) और सहभागिता का अवलोकन का उपयोग किया जाता है। यह पर्यटकों की प्रेरणाओं, गंतव्यों के प्रति उनकी धारणाओं और उनके अनुभवों को समझने का एक उत्तम माध्यम भी है।

पर्यटन भूगोल में मानवतावादी प्रतिमान (Humanistic Paradigm in Tourism Geography) एक ऐसा दृष्टिकोण है जो पर्यटन की घटनाओं को संख्यात्मक आंकड़ों या सामान्य नियमों से परे जाकर मानवीय अनुभव, भावनाओं, धारणाओं और व्यक्तिपरक व्याख्याओं को प्रत्यक्ष रूप से समझने का प्रयास करता है। इसका उद्‌भव 1970 के दशक में प्रत्यक्षवादी प्रतिमान की आलोचना के फलस्वरूप हुआ था, जिसने मानवीय कारकों को प्राय : अनदेखा किया था।

मानवतावादी प्रतिमान के मुख्य सिद्धांत और पर्यटन भूगोल में इसका अनुप्रयोग

- **व्यक्तिपरक अनुभव का महत्व** : मानवतावादी भूगोल का केंद्रीय विचार यह है कि वास्तविकता व्यक्ति परक होती है। हर व्यक्ति का स्थान, परिदृश्य और अनुभव अलग – अलग होता है। पर्यटन में इसका अर्थ है कि एक पर्यटक के लिए छुट्टी का अर्थ दूसरे के लिए बहुत भिन्न हो सकता है। शोधकर्ता पर्यटन–स्थलों और गतिविधियों के प्रति पर्यटकों और स्थानीय निवासियों की व्यक्तिगत भावनाओं, यादों और अर्थों का भी पता लगाते हैं।
- **स्थान (Place) बनाम अंतरिक्ष (Space)** : प्रत्यक्षवादी भूगोल प्राय : अंतरिक्ष को एक अमूर्त, मापने योग्य इकाई के रूप में देखता है। इसके विपरीत मानवतावादी भूगोल स्थान पर जोर देता है, जो अनुभवों और अर्थों से परिपूर्ण होता है। एक पर्यटन स्थल केवल एक भौगोलिक बिंदु ही नहीं है, बल्कि भावनाओं, यादों और व्यक्तिगत जुड़ावों से जुड़ा एक स्थान है।
- **मानव – केंद्रित दृष्टिकोण** : यह प्रतिमान पर्यटन को मानव व्यवहार, प्रेरणाओं और अनुभवों के संदर्भ में देखता है। यह पर्यटकों की यात्रा करने की इच्छा, उनके गंतव्य चयन के पीछे के मनोवैज्ञानिक कारक और यात्रा के दौरान उनके द्वारा प्राप्त होने वाली खुशी, तनाव या अन्य भावनाओं को समझने पर ध्यान केंद्रित करता है।
- **गुणात्मक विधिया** : प्रत्यक्षवाद के विपरीत, मानवतावादी दृष्टिकोण गुणात्मक शोध विधियों (Qualitative Research Methods) पर अच्छे परिणाम के लिए अधिक निर्भर करता है। इसमें निम्नलिखित को सम्मिलित किया जाता हैं –
  - ➢ **गहन साक्षात्कार (In & depth interviews)** : पर्यटकों और स्थानीय लोगों के साथ लंबी, विस्तृत बातचीत करके उनके अनुभवों, धारणाओं और भावनाओं को समझना इसके द्वारा अधिक उपयोगी होता है।
  - ➢ **अवलोकन (Observation)** : पर्यटन–स्थलों पर लोगों के व्यवहार और बातचीत का प्रत्यक्ष अवलोकन करना जानकारी एकत्र करने की महत्त्वपूर्ण विधि है।
  - ➢ **व्यक्तिगत वृत्तांत (Personal Narratives/Diaries)** : पर्यटकों द्वारा अपनी यात्राओं के बारे में लिखी गई कहानियों, डायरियों या ब्लॉगों का विश्लेषण करना।

- ➢ **दृश्य विधियाँ (Visual methods)** : तस्वीरों, फिल्मों या कलाकृतियों के माध्यम से पर्यटन अनुभवों को समझना करना।
- ➢ **फेनोमेनोलॉजी (Phenomenology)** : किसी घटना के सार (essence) को समझने का प्रयास करना जैसे उत्कृष्ट पर्यटन अनुभव का सार क्या है।
- ➢ अनुभूति (**Perception**) और अर्थ (**Meaning**) : मानवतावादी भूगोल इस बात पर ध्यान केंद्रित करता है कि लोग अपने आस – पास के पर्यटन वातावरण को कैसे समझते हैं और उसे क्या अर्थ देते हैं। यह पर्यटकों की मानसिक मानचित्रों (Mental Maps), उनके गंतव्य की छवियों और उनके अनुभवों को आकार देने वाले सांस्कृतिक और व्यक्तिगत संदर्भों का अध्ययन करता है।

पर्यटन भूगोल में मानवतावादी प्रतिमान के उदाहरण

- **पर्यटकों के अनुभवों का अध्ययन** : यह समझना कि पर्यटक किसी गंतव्य पर क्या महसूस करते हैं, उन्हें क्या पसंद आता है, क्या नापसंद आता है और उनकी यात्रा उनके जीवन को कैसे प्रभावित करती है।
- **स्थानीय समुदायों पर पर्यटन के सामाजिक – सांस्कृतिक प्रभाव** : पर्यटन का स्थानीय निवासियों के जीवन, संस्कृति, पहचान और समुदाय की भावना पर क्या प्रभाव पड़ता है, इसका गुणात्मक मूल्यांकन करना मानवतावादी दृष्टिकोण का प्रमुख कार्य है।
- **अर्थ और प्रामाणिकता की खोज** : पर्यटक किसी स्थान पर प्रामाणिकता की तलाश कैसे करते हैं और किसी पर्यटन अनुभव को वास्तविक या अर्थपूर्ण क्या बनाता है।
- **पर्यटन–स्थलों की पहचान (Sense of Place)** : किसी गंतव्य की अनूठी पहचान या भावनात्मक लगाव का अध्ययन करना जो पर्यटकों और स्थानीय लोगों को आकर्षित करता है।
- **स्मृति और पर्यटन** : पर्यटन अनुभवों से जुड़ी यादें कैसे बनती हैं और ये यादें भविष्य की यात्राओं को कैसे प्रभावित करती हैं।

आलोचना

मानवतावादी प्रतिमान की कुछ आलोचनाएँ भी की गई हैं। मुख्य आलोचना यह है कि यह व्यक्तिपरक होता है और इसके निष्कर्षों को सामान्य बनाना कठिन हो सकता है। गुणात्मक आंकड़ा का विश्लेषण प्रत्यक्षवादी सांख्यिकीय विधियों जितना वस्तुनिष्ठ नहीं माना जाता जिससे शोध की वैधता पर प्रश्न उठ सकते हैं। इन सभी आलोचनाओं के बावजूद मानवतावादी प्रतिमान ने पर्यटन भूगोल को एक समृद्ध और अधिक समग्र समझ प्रदान की है, जो मानव अनुभव की जटिलताओं को स्वीकार करता है।

2.2.3 व्यवहारवादी प्रतिमान (Behavioral Paradigm)

यह प्रतिमान पर्यटकों और पर्यटन प्रदाताओं के व्यवहार संबंधी निर्णयों और उनके पीछे की प्रक्रियाओं को समझने पर केंद्रित है। यह इस बात पर विचार करता है कि पर्यटक गंतव्य का चयन कैसे करते हैं, वे यात्रा के दौरान क्या करते हैं, और उनके व्यवहार को कौन से कारक प्रभावित करते हैं। यह मनोवैज्ञानिक और सामाजिक कारकों को भी शामिल करता है जो पर्यटन व्यवहार को आकार देते हैं। उदाहरणस्वरुप पर्यटक सूचना अधिग्रहण, निर्णय लेने की प्रक्रिया और गंतव्य पसंद में सामाजिक – सांस्कृतिक प्रभावों का अध्ययन करना मुख्य विषय वस्तु है।

पर्यटन भूगोल में व्यवहारवादी प्रतिमान यह समझने की कोशिश करता है कि पर्यटक किसी गंतव्य को क्यों चुनते हैं, वे वहां कैसे व्यवहार करते हैं और उनके अनुभव उनकी भविष्य की यात्रा योजनाओं को कैसे प्रभावित करते हैं। यह मात्रात्मक मॉडलों की सीमाओं को पहचानता है जो मानव व्यवहार के पीछे की मनोवैज्ञानिक प्रक्रियाओं की उपेक्षा करते हैं।

पर्यटन भूगोल में व्यवहारवादी प्रतिमान का महत्व

पर्यटन भूगोल में व्यवहारवादी प्रतिमान के कई महत्वपूर्ण पहलू हैं जो निम्नलिखित हैं –

- **व्यक्तिगत निर्णयों पर बल** : यह दृष्टिकोण बड़े पैमाने पर जनसंख्या के बजाय व्यक्तिगत पर्यटकों के स्तर पर विश्लेषण करता है। यह समझने की कोशिश करता है कि कोई व्यक्ति किसी खास जगह को क्यों चुनता है। उसे कैसे अनुभव करता है और उसकी प्रतिक्रिया क्या होती है।
- **मानसिक मानचित्रों की भूमिका** : पर्यटक अपनी यात्रा से पहले गंतव्य के बारे में एक मानसिक छवि बनाते हैं। यह मानसिक मानचित्र वास्तविक भौगोलिक पर्यावरण से भिन्न हो सकता है। व्यवहारवादी प्रतिमान इन मानसिक मानचित्रों का अध्ययन करता है ताकि यह समझा जा सके कि ये पर्यटकों के निर्णय लेने की प्रक्रिया को कैसे प्रभावित करते हैं।
- **मानव – पर्यावरण अंतःक्रिया** : यह इस बात पर जोर देता है कि मनुष्य न केवल अपने पर्यावरण पर प्रतिक्रिया करते हैं, बल्कि उसे आकार भी देते हैं। पर्यटन के संदर्भ में पर्यटक अपने व्यवहार और कार्यों से गंतव्य के पर्यावरण को प्रभावित करते हैं और बदले में पर्यावरण उनके अनुभवों को प्रभावित करता है।
- **अनैच्छिक व्यवहार को समझना** : पारंपरिक आर्थिक मॉडलों के विपरीत व्यवहारवादी प्रतिमान यह मानता है कि पर्यटक हमेशा पूरी तरह से तर्कसंगत निर्णय नहीं लेते हैं। भावनाएं, व्यक्तिगत प्राथमिकताएं और अनपेक्षित अनुभव भी उनके व्यवहार को प्रभावित करते हैं।
- **पर्यटन विकास और योजना** : इस प्रतिमान का उपयोग पर्यटन–स्थलों के विकास और योजनाओं में किया जा सकता है। यह समझने से कि पर्यटक क्या चाहते हैं और वे कैसे प्रतिक्रिया करते हैं। गंतव्य प्रबंधक बेहतर सुविधाओं और सेवाओं की पेशकश कर सकते हैं जो पर्यटकों को आकर्षित करती हैं और उनके अनुभव को बेहतर बनाती हैं।
- **पर्यावरण के प्रति जिम्मेदारी** : व्यवहारवादी दृष्टिकोण पर्यावरण के प्रति पर्यटकों के व्यवहार को समझने में भी मदद करता है। यह अध्ययन करता है कि पर्यटक कैसे पर्यावरण के प्रति जागरूक होते हैं और यह जागरूकता उनके पर्यावरण अनुकूल व्यवहार को कैसे प्रभावित करती है।

पर्यटन भूगोल में व्यवहारवादी प्रतिमान का अनुप्रयोग

पर्यटन में व्यवहारवादी दृष्टिकोण के कुछ अनुप्रयोग इस प्रकार हैं –

- **गंतव्य विपणन (Destination Marketing)** : यह समझने के लिए कि पर्यटक किसी गंतव्य के बारे में क्या सोचते हैं और क्या महसूस करते हैं? व्यवहारवादी शोधकर्ता सर्वेक्षण और साक्षात्कार का उपयोग कर सकते हैं। इससे विपण को प्रभावी विज्ञापन अभियान बनाने में मदद मिलती है जो पर्यटकों की धारणाओं और इच्छाओं के अनुरूप होते हैं।
- **पर्यटक अनुभव डिजाइन (Tourist Euperience Design)** : यह विश्लेषण करके कि पर्यटक यात्रा के दौरान कैसे प्रतिक्रिया करते हैं, गंतव्य प्रबंधक पर्यटक प्रवाह, आकर्षणों का प्रभाव और सेवाओं की उपलब्धता को अनुकूलित कर सकते हैं ताकि एक सुखद और यादगार अनुभव सुनिश्चित किया जा सके।
- **जोखिम धारणा (Risk Perception)** : व्यवहारवादी दृष्टिकोण यह समझने में मदद करता है कि पर्यटक किसी गंतव्य से जुड़े सुरक्षा, स्वास्थ्य या पर्यावरणीय जोखिमों को कैसे समझते हैं। यह गंतव्य को इन चिंताओं को दूर करने और पर्यटकों के विश्वास को बढ़ाने में मदद कर सकता है।
- **स्थानीय समुदाय के साथ अंतःक्रिया (Interaction with Local Communities)** : पर्यटक स्थानीय समुदायों के साथ कैसे बातचीत करते हैं और यह अंतःक्रिया दोनों पक्षों को कैसे प्रभावित करती है। इसका अध्ययन व्यवहारवादी प्रतिमान के तहत किया जा सकता है। यह स्थायी पर्यटन प्रथाओं को बढ़ावा देने में मदद करता है।

उपरोक्त विवेचन के आधार पर कहा जा सकता है कि पर्यटन भूगोल में व्यवहारवादी प्रतिमान हमें केवल यह नहीं बताता कि पर्यटक कहाँ जाते हैं, बल्कि यह भी बताता है कि वे क्यों जाते हैं, वे क्या महसूस करते हैं और उनके अनुभव भविष्य की यात्राओं को कैसे प्रभावित कर सकते हैं। यह पर्यटन उद्योगके लिए एक अधिक मानव–केंद्रित और प्रभावी दृष्टिकोण प्रदान करता है।

2.2.4 संरचनात्मक प्रतिमान (Structuralism Paradigm)

यह प्रतिमान पर्यटन को नियंत्रित करने वाली अंतर्निहित सामाजिक, आर्थिक और राजनीतिक संरचनाओं का विश्लेषण करता है। यह पर्यटन के विकास में शक्ति संबंधों, असमानताओं और वैश्विक पूँजीवाद की भूमिका पर प्रकाश डालता है। इसका ध्यान प्रायः पर्यटन के नकारात्मक प्रभावों जैसे विस्थापन, सांस्कृतिक क्षरण और हाशिए पर रहने वाले समुदायों पर पड़ने वाले प्रभाव पर होता है। स्थानीय समुदायों पर बड़े पर्यटन निगमों के प्रभाव या पर्यटन विकास में सरकारी नीतियों की भूमिका का विश्लेषण करना होता है।

संरचनात्मक प्रतिमान के मुख्य बिंदु

संरचनात्मक प्रतिमान निम्नलिखित पहलुओं पर जोर देता है –

- **उत्पादन और खपत के संबंध (ProductionAnd Consumption Relations)**
  पर्यटन को एक उद्योगके रूप में देखा जाता है, जहाँ वस्तुओं और सेवाओं का उत्पादन (होटल, एयरलाइंस, टूर ऑपरेटर) होता है और उनकी खपत पर्यटकों द्वारा की जाती है। यह उन आर्थिक संरचनाओं का विश्लेषण करता है जो पर्यटन को नियंत्रित करती हैं, जैसे कि बहुराष्ट्रीय निगमों का प्रभुत्व, श्रम बाजार, और पूंजी प्रवाह इत्यादि। यह देखता है कि कैसे पर्यटन की मांग और आपूर्ति बाजार की शक्तियों द्वारा निर्धारित होती है।
- **शक्ति संबंध और असमानताएं (Power RelationsAnd Inequalities)**
  संरचनात्मक दृष्टिकोण यह उजागर करता है कि पर्यटन प्रायः शक्ति संबंधों द्वारा शासित होता है। उदाहरण के लिए विकसित देशों से पर्यटक विकासशील देशों की यात्रा करते हैं, जिससे एक प्रकार की निर्भरता या असममित संबंध बन सकता है। यह औपनिवेशिक विरासत और नव – उपनिवेशवाद के प्रभावों का भी अध्ययन करता है, जहाँ पर्यटन विकसित देशों को विकासशील देशों के संसाधनों (प्राकृतिक और सांस्कृतिक) का दोहन करने का एक नया तरीका प्रदान कर सकता है। यह स्थानीय समुदायों और बड़ी पर्यटन कंपनियों के बीच असमान शक्ति वितरण को भी उजागर करता है।
- **राजनीतिक और संस्थागत संरचनाएं (PoliticalAnd Institutional Structures)**
  सरकारी नीतियां, अंतर्राष्ट्रीय समझौते और पर्यटन से संबंधित कानून पर्यटन के विकास और प्रबंधन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। यह प्रतिमान यह विश्लेषण करता है कि कैसे राज्य, अंतर्राष्ट्रीय संगठन (UN, WTO) और गैर – सरकारी संगठन पर्यटन के प्रतिरूप को प्रभावित करते हैं। वीजा नीतियां, सुरक्षा नियम, और पर्यटन संवर्धन रणनीतियाँ सभी इन संरचनात्मक कारकों का हिस्सा हैं।
- **वैश्वीकरण और पर्यटन (GlobalizationAnd Tourism**
  संरचनात्मक प्रतिमान वैश्वीकरण की प्रक्रियाओं के संदर्भ में पर्यटन का अध्ययन करता है। यह निर्धारित करता है कि कैसे अंतर्राष्ट्रीय पूंजी, सूचना और लोगों का प्रवाह पर्यटन को विश्व स्तर पर एकीकृत करता है। यह पर्यटन के वैश्विक आपूर्ति श्रृंखलाओं को देखता है, जहाँ एक पर्यटक उत्पाद बनाने में कई देशों और कंपनियों की भूमिका होती है।
- **स्थानिक संरचनाएं और क्षेत्रीय विकास (Spatial StructuresAnd Regional Development)**
  पर्यटन का विकास हमेशा एक समान नहीं होता है यह प्रायः कुछ विशिष्ट क्षेत्रों में केंद्रित होता है (तटीय क्षेत्र, ऐतिहासिक शहर)। संरचनात्मक दृष्टिकोण यह विश्लेषण करता है कि कैसे बुनियादी ढांचे का विकास (सड़कें, रेलमार्ग, हवाई अड्डे), निवेश प्रतिरूप और भूमि उपयोग नीतियां पर्यटन क्षेत्रों के स्थानिक संगठन को आकार देती हैं। यह पर्यटन के परिणामस्वरूप होने वाले क्षेत्रीय असमानताओं पर भी ध्यान केंद्रित करता है, जहाँ कुछ क्षेत्र बहुत अधिक पर्यटन केंद्रित हो जाते हैं जबकि अन्य उपेक्षित रहते हैं।

2.2.5 छिन्द्रान्वेषी प्रतिमान (Critical Paradigm)

यह प्रतिमान पर्यटन के सामाजिक, पर्यावरणीय और नैतिक आयामों पर अधिक जोर देता है। यह पर्यटन के अधिकांश अनदेखे या समस्याग्रस्त पहलुओं, जैसे टिकाऊपन, सामाजिक न्याय और स्थानीय समुदायों के सशक्तिकरण पर केंद्रित है। यह पर्यटन के उन अंतर्निहित विरोधाभासों को उजागर करने का प्रयास करता है

जो सामाजिक और पर्यावरणीय समस्याओं को जन्म देते हैं। टिकाऊ पर्यटन विकास मॉडल की खोज करना या पर्यटन के माध्यम से उत्पन्न असमानताओं को संबोधित करना इसका मुख्य ध्येय होता है।

2.2.6 विकासवादी आर्थिक प्रतिमान (Evolutionary Economic Paradigm)

यह एक उभरता हुआ प्रतिमान है जो पर्यटन क्षेत्रों के विकास और परिवर्तन को समझने के लिए आर्थिक भूगोल के सिद्धांतों का उपयोग करता है। यह इस बात पर ध्यान केंद्रित करता है कि पर्यटन गंतव्य समय के साथ–साथ कैसे विकसित होते हैं, नए नवाचार कैसे होते हैं और आर्थिक संरचनाएं कैसे बदलती हैं। किसी पर्यटन क्षेत्र में नई पर्यटन गतिविधियों के उद्भव या संकट के समय में पर्यटन उद्योग का लचीलापन स्वरुप अधिक जिम्मेदार होता है।

2.3 पर्यटन भूगोल के अध्ययन के उपागम

पर्यटन भूगोल के अध्ययन के लिए विभिन्न उपागम (तरीके या दृष्टिकोण) अपनाए जाते हैं। ये उपागम शोधकर्ता को पर्यटन से संबंधित विभिन्न पहलुओं का विश्लेषण करने में मदद करते हैं –

2.3.1 संस्थागत उपागम (InstitutionalApproach)

पर्यटन भूगोल में संस्थागत उपागम (InstitutionalApproach) एक ऐसा दृष्टिकोण है जो पर्यटन के अध्ययन में विभिन्न संस्थाओं और संगठनों की भूमिका संरचना और कार्यप्रणाली पर ध्यान केंद्रित करता है। यह मानता है कि पर्यटन गतिविधियों को केवल व्यक्तिगत पर्यटकों के व्यवहार या बड़ी सामाजिक – आर्थिक संरचनाओं से ही नहीं समझा जा सकता बल्कि उन नियमों, प्रथाओं, और संगठनों द्वारा भी समझा जा सकता है जो पर्यटन को नियंत्रित और व्यवस्थित करते हैं। संस्थाएं वे नियम, प्रथाएं, संगठन और संरचनाएं होती हैं जो सामाजिक और आर्थिक जीवन को आकार देती हैं। पर्यटन के संदर्भ में ये संस्थाएं वे नियम, नीतियां, कानून, प्रथाएं और संगठन हैं जो पर्यटकों, पर्यटन प्रदाताओं, स्थानीय समुदायों और सरकारों के बीच संबंधों और अंतरूक्रिया को प्रभावित करती हैं।

संस्थागत उपागम के स्वरुप

औपचारिक संस्थाएं (Formal Institutions) : ये वे संगठन हैं जिनके पास कानूनी मान्यता और स्पष्ट संरचनाएं होती हैं।

- सरकारी निकाय : पर्यटन मंत्रालय, पर्यटन विकास निगम, स्थानीय पर्यटन बोर्ड, पर्यावरण संरक्षण एजेंसियां।
- निजी क्षेत्र के संगठन : एयरलाइंस, होटल श्रृंखला, टूर ऑपरेटर, ट्रैवल एजेंसियां, पर्यटन उद्योगसंघ।
- अंतर्राष्ट्रीय संगठन : संयुक्त राष्ट्र विश्व पर्यटन संगठन (UNWTO), विश्व बैंक, अंतर्राष्ट्रीय मुद्रा कोष (IMF) जो पर्यटन नीतियों और वित्तपोषण को प्रभावित करते हैं।

  अनौपचारिक संस्थाएं (Informal Institutions) : ये वे सामाजिक मानदंड, रीति – रिवाज, परंपराएं, विश्वास और संहिताएं हैं जो पर्यटन व्यवहार को प्रभावित करती हैं, भले ही वे कानूनी रूप से बाध्यकारी न हों। किसी गंतव्य पर ष्अतिथ्य सत्कारष की स्थानीय संस्कृति या पर्यटन के प्रति स्थानीय लोगों का स्वभाव महत्त्वपूर्ण भूमिका।

- नियम और प्रथाएं (RulesAnd Practices) : ये वे विशिष्ट नियम, कानून, लाइसेंसिंग आवश्यकताएं, कर नीतियां, और पर्यावरण विनियम हैं जो पर्यटन उद्योग को विनियमित करते हैं। यह भी शामिल है कि पर्यटन उद्यम कैसे संचालित होते हैं, कर्मचारियों को कैसे भुगतान किया जाता है, और पर्यटकों को कैसे सेवा दी जाती है।

2.3.2 उत्पाद उपागम (ProductApproach)

पर्यटन भूगोल में उत्पाद उपागम (ProductApproach) एक ऐसा दृष्टिकोण है जो पर्यटन को विभिन्न प्रकार के उत्पादों और सेवाओं के संग्रह के रूप में देखता है जिनकी योजना बनाई जाती है, विकसित की

जाती है, विपणन की जाती है और पर्यटकों द्वारा उपभोग की जाती है। यह गंतव्य को समग्र रूप से देखने के बजाय उन विशिष्ट घटकों पर ध्यान केंद्रित करता है जो एक पर्यटन अनुभव का निर्माण करते हैं। यह उपागम इस विचार पर आधारित है कि पर्यटक किसी गंतव्य के सभी पहलुओं का उपभोग नहीं करते बल्कि वे विशिष्ट उत्पाद पैकेज खरीदते हैं जो उनकी जरूरतों और इच्छाओं को पूरा करते हैं। एक पर्यटन उत्पाद केवल एक वस्तु नहीं है जिसे खरीदा जा सके बल्कि यह एक अमूर्त अनुभव है जो विभिन्न घटकों के संयोजन से बनता है। इसमें निम्नलिखित सम्मिलित हो सकते हैं –

भौतिक वस्तुएं (Tangible Elements)

- आकर्षण (Attractions) : पर्यटन के आकर्षण में प्राकृतिक तत्व (पहाड़, समुद्र तट, जंगल), मानव दृ निर्मित तत्व (स्मारक, थीम पार्क, संग्रहालय) आदि सम्मिलित होते है।
- आवास (Accommodation) : इसमें होटल, रिसॉर्ट, गेस्ट हाउस, होमस्टे आदि समीलित।
- परिवहन (Transportation) : परिवहन के साधनों में एयरलाइंस, ट्रेनें, बसें, टैक्सी, स्थानीय परिवहन आदि आते हैं।
- सुविधाएं (Facilities) : पर्यटन हेतु आवश्यक सुविधाएँ रेस्तरां, दुकानें, मनोरंजन स्थल, सूचना केंद्र से प्राप्त होती हैं।

अमूर्त सेवाएं (Intangible Services)

- आतिथ्य (Hospitality) : पर्यटकों के आतिथ्य को कर्मचारियों का व्यवहार, सेवा की गुणवत्ता सबसे अधिक प्रभावित करती है।
- गतिविधियाँ (Activity) : पर्यटकों को एडवेंचर स्पोर्ट्स, सांस्कृतिक कार्यक्रम, निर्देशित प्रणाली अधिक प्रोत्साहन देती है।
- वातावरण एवं माहौल (AtmosphereAndAmbiance) : गंतव्य का समग्र अनुभव, सुरक्षा की भावना, स्थानीय लोगों का स्वभाव, स्थानीय जलवायु और समुचित परिवहन की सुविधा आदि प्रभावित करती है।
- अनुभव (Experience) : यह इन सभी तत्वों का संयोजन है जो पर्यटक को मिलता है। यह एक व्यक्तिगत और भावनात्मक पहलू है।

2.3.3 ऐतिहासिक उपागम (HistoricalApproach)

पर्यटन भूगोल में ऐतिहासिक उपागम (HistoricalApproach in Tourism Geography) का अर्थ है पर्यटन–स्थलों, प्रतिरूपों और विकास को समय के साथ उनके विकास को समझने के लिए अतीत की घटनाओं और प्रक्रियाओं का अध्ययन करना। यह उपागम इस बात पर जोर देता है कि वर्तमान पर्यटन परिदृश्य आकस्मिक नहीं है, बल्कि पिछली सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक और सांस्कृतिक शक्तियों का परिणाम है।

यहाँ पर्यटन भूगोल में ऐतिहासिक उपागम के कुछ प्रमुख पहलू और उनका महत्व दिया गया है –

पर्यटन के उद्भव और विकास को समझना

- यह उपागम हमें बताता है कि कैसे यात्रा और अवकाश धीरे – धीरे विकसित हुए, प्राचीन काल में तीर्थयात्रा से लेकर आधुनिक जन पर्यटन तक।
- यह उन महत्वपूर्ण घटनाओं और नवाचारों (रेलवे का विकास, अवकाश की अवधारणा का उदय, ऑटोमोबाइल का प्रसार) की पहचान करने में मदद करता है जिन्होंने पर्यटन के विकास को बढ़ावा दिया।

पर्यटन–स्थलों की पहचान और विकास का विश्लेषण

- ऐतिहासिक उपागम यह समझने में मदद करता है कि कुछ स्थान पर्यटन केंद्र क्यों बने। उदाहरण के लिए, कैसे चिकित्सकीय शहर अपनी चिकित्सीय गुणों के कारण विकसित हुए या कैसे तटीय क्षेत्र अपनी प्राकृतिक सुंदरता के कारण लोकप्रिय हुए।

- यह इन स्थलों के विकास के चरणों (प्रारंभिक चरण, विकास चरण, परिपक्वता, ठहराव और पुनरुत्थान गिरावट) का विश्लेषण करने में सक्षम बनाता है।

पर्यटन प्रतिरूप और रुझानों का अध्ययन

- ऐतिहासिक रूप से पर्यटन प्रतिरूप कैसे बदलते हैं? क्या लोग पहले छोटे समूहों में यात्रा करते थे और अब बड़े समूहों में? क्या यात्रा की अवधि कम हुई है या बढ़ी है, इन बातों अध्ययन इसकी मुख्य विषय वस्तु है।
- यह उपागम उन रुझानों की पहचान करने में मदद करता है जो समय के साथ पर्यटन में आए हैं, जैसे सांस्कृतिक पर्यटन का उदय, साहसिक पर्यटन का विकास या पर्यावरणीय पर्यटन पर बढ़ता जोर।

पर्यटन पर तकनीकी और सामाजिक परिवर्तनों का प्रभाव

- परिवहन के साधनों (जहाज, ट्रेन, कार, हवाई जहाज) के विकास ने पर्यटन को कैसे बदल दिया है।
- संचार प्रौद्योगिकियों (टेलीग्राम, टेलीफोन, इंटरनेट) ने यात्रा की योजना बनाने और अनुभव करने के तरीके को कैसे प्रभावित किया है।
- सामाजिक परिवर्तन, जैसे कि अवकाश के समय में वृद्धि, वेतन वृद्धि, शिक्षा के स्तर में सुधार ने पर्यटन में कैसे योगदान दिया है।

पर्यटन के भू–राजनीतिक और आर्थिक प्रभावों का विश्लेषण

- युद्धों, राजनीतिक अस्थिरता, आर्थिक संकटों ने पर्यटन पर किस प्रकार प्रभाव डाला है।
- पर्यटन ने किसी क्षेत्र की अर्थव्यवस्था को पुनर्जीवित किया है या गिरावट में योगदान दिया है।

भविष्य की योजना और प्रबंधन के लिए अंतर्दृष्टि

- अतीत की गलतियों और सफलताओं को समझना भविष्य के पर्यटन विकास के लिए महत्वपूर्ण सहयोग प्रदान करता है।
- यह दृष्टिकोण हमें पर्यटन के सतत विकास के लिए बेहतर नीतियां बनाने में मदद करता है।

भविष्य में निम्नलिखित पर्यटन–स्थलों के विकास की योजना है –

- ब्रिटिश तटीय सैरगाहों का विकास : ऐतिहासिक उपागम यह समझने में मदद करता है कि कैसे 18वीं और 19वीं शताब्दी में ब्रिटिश तटीय सैरगाह, अपनी ब्राइटन या ब्लैकपूल, अपनी चिकित्सीय गुणों और अवकाश गतिविधियों के लिए लोकप्रिय हुए और किस प्रकार रेलवे के विस्तार ने उनकी पहुंच और लोकप्रियता को बढ़ावा दिया।
- महामार्गीय मोटलों का विकास : संयुक्त राज्य अमेरिका में 20वीं शताब्दी के मध्य में ऑटोमोबाइल के प्रसार के साथ कैसे मोटेल की श्रृंखला विकसित हुई, जो लंबी दूरी की यात्रा करने वाले यात्रियों के लिए सुविधाजनक आवास प्रदान करती थी।

उपरोक्त आधार पर कहा जा सकता है कि पर्यटन भूगोल में ऐतिहासिक उपागम एक महत्वपूर्ण उपकरण है जो हमें पर्यटन के जटिल और गतिशील स्वरूप को समझने में मदद करता है। यह हमें वर्तमान को अतीत के संदर्भ में देखने और भविष्य की चुनौतियों और अवसरों के लिए बेहतर ढंग से तैयार होने में सक्षम बनाता है।

- **क्षेत्रीय उपागम (RegionalApproach)**

  यह उपागम किसी विशिष्ट भौगोलिक क्षेत्र या गंतव्य पर ध्यान केंद्रित करता है। यह उस क्षेत्र में पर्यटन के स्थानिक प्रतिरूप, प्रभाव और विकास का विस्तृत विश्लेषण करता है, जिसमें भौतिक और मानव भूगोल दोनों के पहलू सम्मिलित होते हैं। हिमालयी क्षेत्र में पर्यटन के विकास, उसके प्रभावों और भविष्य की संभावनाओं का अध्ययन क्षेत्रीय उपागम का प्रमुख उदहारण है।

2.3.4 व्यवस्थित उपागम (SystematicApproach)

यह उपागम पर्यटन को एक जटिल प्रणाली के रूप में देखता है जिसमें विभिन्न घटक (जैसे पर्यटक, गंतव्य, परिवहन, उद्योग, स्थानीय समुदाय) परस्पर जुड़े होते हैं।यह इन घटकों के बीच संबंधों और अंतःक्रियाओं का विश्लेषण करता है। लीपर का पर्यटन तंत्र मॉडल (Leiper's Tourism System Model) पर्यटन के घटकों को एक प्रणाली के रूप में प्रस्तुत करता है।

2.3.5 पारिस्थितिकीय उपागम (EcologicalApproach)

पर्यटन भूगोल में पारिस्थितिकीय उपागम (EcologicalApproach in Tourism Geography) पर्यटन और पर्यावरण के बीच जटिल और गतिशील संबंधों का अध्ययन करता है। यह उपागम इस बात पर केंद्रित है कि पर्यटन गतिविधियाँ प्राकृतिक और मानवीय पर्यावरण को कैसे प्रभावित करती हैं और इस बात का भी अध्ययन करता है कि पर्यावरण की गुणवत्ता पर्यटन के विकास को कैसे प्रभावित करती है। इस उपागम का मुख्य उद्देश्य सतत पर्यटन (Sustainable Tourism) को बढ़ावा देना है, जिससे वर्तमान और भविष्य की पीढ़ियों के लिए पर्यावरण और संसाधनों की रक्षा हो सके।

पारिस्थितिकीय उपागम के प्रमुख पहलू

- पर्यटन का पर्यावरण पर प्रभाव (Impact of Tourism on Environment) : इस उपागम में उन घटकों को सम्मिलित किया जाता है जो पर्यावरण को हानि पहुंचाते है –

  नकारात्मक प्रभाव : यह उपागम उन तरीकों का विश्लेषण करता है जिनसे पर्यटन पर्यावरण को नुकसान पहुँचा सकता है। इनमें निम्नलिखित को सम्मिलित किया जाता हैं –

- प्रदूषण : वायु प्रदूषण (वाहनों, विमानों से), जल प्रदूषण (अपशिष्ट जल, प्लास्टिक), ध्वनि प्रदूषण।
- प्राकृतिक संसाधनों का अत्यधिक उपयोग : जल, ऊर्जा, भूमि का अत्यधिक उपयोग।
- पारिस्थितिक तंत्र को नुकसान : जैव विविधता का नुकसान (वन्यजीवों के आवासों का विनाश, पौधों की प्रजातियों को नुकसान), मृदा अपरदन, तटीय क्षेत्रों में रेत का कटाव।
- अपशिष्ट उत्पादन : पर्यटकों द्वारा बड़ी मात्रा में ठोस अपशिष्ट का उत्पादन किया जाता है।
- बुनियादी ढांचे का विकास : होटल, रिसॉर्ट, सड़कें और हवाई अड्डे बनाने के लिए जंगलों को काटना या संवेदनशील क्षेत्रों को नष्ट करना।

  सकारात्मक प्रभाव : यह उपागम पर्यटन के उन तरीकों को भी पहचानता है जिनसे पर्यावरण को लाभ हो सकता है –

- संरक्षण के लिए वित्तपोषण : पर्यटन से होने वाली आय का उपयोग राष्ट्रीय उद्यानों, वन्यजीव अभयारण्यों और अन्य संरक्षित क्षेत्रों के रख – रखाव और संरक्षण के लिए किया जा सकता है।
- जागरूकता : पर्यटन स्थानीय समुदायों और आगंतुकों के बीच पर्यावरण संरक्षण के महत्व के बारे में जागरूकता बढ़ा सकता है।
- पर्यावरणीय शिक्षा : इको – पर्यटन (Ecotourism) गतिविधियों के माध्यम से पर्यटकों को पर्यावरण और स्थानीय पारिस्थितिकी तंत्र के बारे में शिक्षित किया जा सकता है।

पर्यावरण का पर्यटन पर प्रभाव (Impact of Environment on Tourism)

- पर्यावरण की गुणवत्ता सीधे पर्यटन–स्थलों की अपील और दीर्घकालिक स्थिरता को प्रभावित करती है। स्वच्छ हवा, पानी, प्राकृतिक सुंदरता, स्वस्थ पारिस्थितिकी तंत्र और समृद्ध जैव विविधता पर्यटकों को आकर्षित करते हैं।
- जलवायु परिवर्तन (Climate Change) और प्राकृतिक आपदाएँ (Natural Disasters) पर्यटन को गंभीर रूप से प्रभावित कर सकती हैं, जैसे स्की रिसॉर्ट में बर्फ की कमी या तटीय क्षेत्रों में तूफान।

- धारणीयता और इको – पर्यटन (SustainabilityAnd Ecotourism) सतत पर्यटन के सिद्धांतों पर जोर देता है, जिसका अर्थ है कि पर्यटन का विकास इस तरह से किया जाना चाहिए कि यह वर्तमान पीढ़ियों की जरूरतों को पूरा करे, जबकि भविष्य की पीढ़ियों की अपनी जरूरतों को पूरा करने की क्षमता से समझौता न करे। इस उपागम का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है पर्यावरण की धारणीयता, जो प्राकृतिक क्षेत्रों की जिम्मेदार यात्रा पर केंद्रित है। यह अवधारणा पर्यावरण को संरक्षित करती है और स्थानीय आबादी की भलाई में सुधार करती है। इसमें आमतौर पर प्रकृति को देखना, पर्यावरण के बारे में सीखना और स्थानीय संस्कृति का सम्मान करना सम्मिलित होता है।

2.3.6 क्षमता वहन उपागम (Carrying CapacityApproach)

यह उपागम पर्यटन–स्थलों की वहन क्षमता का आकलन करने पर भी ध्यान केंद्रित करता है अर्थात पर्यावरण और सामाजिक – सांस्कृतिक संरचना को नुकसान पहुँचाए बिना एक क्षेत्र कितने पर्यटकों को संभाल सकता है। इसका उद्देश्य अत्यधिक पर्यटन (Over Tourism) को रोकना है। यह उपागम पर्यटन के पर्यावरणीय प्रभावों को कम करने और सतत प्रथाओं को बढ़ावा देने के लिए नीतियों, नियमों और प्रबंधन रणनीतियों के विकास का अध्ययन करता है। इसमें अपशिष्ट प्रबंधन, ऊर्जा दक्षता, जल संरक्षण और संरक्षित क्षेत्रों का प्रबंधन सम्मिलित है।

2.3.7 व्यवहारिक उपागम (BehavioralApproach)

पर्यटन भूगोल में व्यवहारवादी उपागम मानव भूगोल की एक शाखा है जो पर्यटकों (संभावित पर्यटकों) के व्यक्तिगत व्यवहार, निर्णयों, धारणाओं और मनोवैज्ञानिक प्रक्रियाओं का अध्ययन करती है। यह इस विचार पर आधारित है कि लोग अपने पर्यावरण को किस प्रकार समझते हैं, उसकी व्याख्या कैसे करते हैं और उस पर कैसे प्रतिक्रिया करते हैं, यह उनके भौगोलिक निर्णयों को प्रभावित करता है। यह उपागम इस प्रश्न पर केंद्रित है कि पर्यटक किसी विशेष गंतव्य को क्यों चुनते हैं, वे यात्रा के दौरान कैसा व्यवहार करते हैं और उनके अनुभव उनकी भविष्य की यात्रा योजनाओं को कैसे प्रभावित करते हैं।

इस उपागम की मुख्य अवधारणाएँ और विशेषताएँ

धारणा (Perception)

- पर्यटक किसी गंतव्य या पर्यटन उत्पाद के बारे में अपनी व्यक्तिगत धारणा के आधार पर निर्णय लेते हैं, न कि हमेशा वस्तुनिष्ठ वास्तविकता के आधार पर।
- एक पर्यटक एक शहर को सुरक्षित मान सकता है, जबकि दूसरा उसे खतरनाक मान सकता है, भले ही वस्तुनिष्ठ अपराध दर समान हो। ये धारणाएँ विपणन, मीडिया, व्यक्तिगत अनुभवों और दोस्तों की प्रतिक्रिया से प्रभावित होती हैं।

मानसिक मानचित्र (Mental Maps/Cognitive Maps)

- पर्यटक अपनी यात्रा से पहले और यात्रा के दौरान गंतव्य के बारे में एक मानसिक छवि या आंतरिक प्रतिनिधित्व बनाते हैं। यह वास्तविक भौगोलिक मानचित्र से भिन्न हो सकता है।
- ये मानसिक मानचित्र पर्यटकों के गंतव्य चयन, मार्ग निर्धारण और स्थान के भीतर गतिविधियों को प्रभावित करते हैं। उदाहरण के लिए किसी शहर के बारे में एक पर्यटक का मानसिक मानचित्र मुख्य आकर्षणों और होटलों तक सीमित हो सकता है।

निर्णय लेना (Decision Making)

व्यवहारवादी उपागम पर्यटकों की निर्णय लेने की प्रक्रिया का विश्लेषण करता है। इसमें निम्नलिखित सम्मिलित होते है –

- जरूरतों और इच्छाओं की पहचान : पर्यटक क्या अनुभव करना चाहते हैं।
- जानकारी खोजना : वे गंतव्य के बारे में जानकारी कहाँ से प्राप्त करते हैं (इंटरनेट, दोस्त, ट्रैवल

एजेंट)।

- विकल्पों का मूल्यांकन : वे विभिन्न गंतव्यों या उत्पादों के बीच कैसे तुलना करते हैं।
- चयन : वे अंततः कहाँ जाने का निर्णय लेते हैं।
- यात्रा उपरांत मूल्यांकन : यात्रा के बाद वे अपने अनुभव का मूल्यांकन कैसे करते हैं और क्या वे दोबारा उसी जगह जाना चाहेंगे।

ज्ञान (Cognition)

यह पर्यटक की जानकारी को संसाधित करने, समझने और याद रखने की क्षमता से संबंधित है। पर्यटक कितना ज्ञान रखते हैं (कितना मानते हैं कि वे जानते हैं) किसी गंतव्य के बारे में, यह उनके व्यवहार को प्रभावित करता है।

2.4 सारांश

आपने इस इकाई में भूगोल में पर्यटन भूगोल के प्रतिमान एवं अध्ययन के उपागम का अध्ययन किया है। आप समझ गए होगें कि पर्यटन भूगोल के अध्ययन में किन प्रतिमानों एवं उपागमों को सम्मिलित किया जाता है। इससे पर्यटन के अध्ययन को गतिशीलता मिलती है तथा उसके जटिलताओं के समझ को प्रोत्साहन प्राप्त होता है। वास्तव में पर्यटन भूगोल लोगों, स्थानों और पर्यटन की घटना के बीच जटिल अंतःक्रियाओं को समझने के लिए एक व्यापक ढाँचा प्रदान करता है जिसमें इन प्रतिमानों एवं उपागमों की सार्थकता बढ़ जाती है।

इस इकाई में पर्यटन भूगोल के प्रतिमानों में मुख्य रूप से को प्रस्तुत किया गया है। आपने देखा है कि पर्यटन भूगोल के अध्ययन के लिए प्रतिमान के विभिन्न प्रकारों जैसे प्रत्यक्षवादी प्रतिमान, व्यावहारिक प्रतिमान, मानवतावादी प्रतिमान, संरचनात्मक प्रतिमान, महत्त्वपूर्ण प्रतिमान, विकासवादी आर्थिक प्रतिमान आदि को विस्तृत प्रकार से विश्लेषित किया गया है। दूसरी तरफ पर्यटन भूगोल के उपागमों के अंतर्गत संस्थागत उपागम, उत्पाद उपागम, ऐतिहासिक उपागम, व्यवस्थित उपागम, पारिस्थितिक उपागम, क्षमता वहन उपागम और व्यावहारिक उपागम की तर्क संगत व्याख्या की गई है। समय में होने वाले परिवर्तन के साथ ही पर्यटन के अध्ययन में इन प्रतिमानों एवं उपागमों की प्रासंगिकता में वृद्धि हुई है, जिसने पर्यटन भूगोल के विकास में महत्त्वपूर्ण योगदान। इस प्रकार आपने पर्यटन भूगोल के प्रतिमान एवं उपागम का विस्तृत एवं सारगर्भित अध्ययन किया है।

2.5 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

1. भूगोल में मात्रात्मक क्रांति का आगमन कब हुआ था।

   (क) 1950 – 60 का दशक (ख) 1930 – 40 का दशक

   (ग) 1970 – 80 का दशक (घ)1980 – 90 का दशक

2. पर्यटन भूगोल को समझने के लिए विकसित किए गए सिद्धांत को किस नाम से जाना जाता है।

   (क) पर्यटन स्थल जीवन चक्र माडल (गुरुत्वाकर्षण माडल)

   (ख) पर्यटक गतिशीलता

   (ग) विरासत पुनरुत्थान एवं संरक्षण माडल

   (घ) उरोक्त में से कोई नहीं

3. पर्यटन भूगोल में मानवतावादी प्रतिमान का उद्भव कब हुआ था।

   (क) 1990 का दशक (ख) 1920 का दशक (ग) 1970 का दशक (घ) 1950 का दशक

4. पर्यटन भूगोल के प्रतिमान एवं उपागम की व्याख्या करने वाले लेख 'Tourism in Varanasi City % FunctionalAnalysis' लेखक कौन है।

(क) आर. एल. सिंह एवं जगदीश सिंह

(ख) एस. एल. कायस्थ एवं एस. एन. सिंह

(ग) सब्बीर कुरेसी एवं माजिद हुसैन

(घ) एस. डी. मौर्य एवं जी. एस. घोषाल

5. पर्यटन का तंत्र माडल किसके द्वारा विकसित किया गया है।

(क) लीपर (ख) कमिंस जे. (ग) आर. एडमण्ड (घ) जे. बटलर

2.6 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

- Baghia, Sunil, 2017, Tourism Geography, Book Enclave, New Delhi.
- Kaur, J., 1993, Himalayan PilgrimageAnd New Tourism, Himalayan Books, New Delhi.
- Khanduri, Harshi, 2021, Tourism Geography, J. T. S. Publications, Delhi.
- Mandal, Somdatta, 2010, Indian Travel Narratives, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- Nelson, Velvet, 2017, An Introduction to the Geography of Tourism, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- नीशावा, परवीन, 2022, पर्यटन भूगोल – एक अध्ययन, आर. के. बुक्स, नई दिल्ली.
- बंसल, सुरेश चन्द्र, 2006, पर्यटन एवं यात्रा प्रबन्धन, मीरा प्रकाशन, सहारनपुर (उ.प्र).
- सदैव, शशिकांता, 2019, भारत के प्रसिद्ध मंदिर, यात्रा और धाम, प्रभाकर प्रकाशन, नई दिल्ली.
- मौर्य, एस. डी., 2023, पर्यटन भूगोल, शारदा पुस्तक भवन, प्रयागराज.
- यादव, बी., दुबे, पी. एवं यादव, आर. एस., 2016, काशी का एक सांस्कृतिक विरासत सारनाथ : पर्यटन के विशेष सन्दर्भ में, उत्तर भारत भूगोल परिषद, गोरखपुर (उ.प्र).
- यादव, बी., एवं प्रजापति, ए. एल., 2024, काशी परिक्षेत्र में संपन्न होने वाली यात्राओं के महात्म्य का भौगोलिक विश्लेषण, ज्ञानसौर्यम साइंटिफिक रिफ्रिड शोध पत्रिका, प्रयागराज.

2.7 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

1. पर्यटन भूगोल में प्रतिमान एवं उपागम की उपयोगिता की व्याख्या कीजिए?
2. पर्यटन भूगोल के प्रतिमानों को स्पष्ट कीजिए?
3. पर्यटन भूगोल के प्रमुख उपागमों का वर्णन कीजिए?

इकाई–3 पर्यटन का उद्भव एवं विकास तथा पर्यटन – पर्यटक वर्गीकरण

इकाई की रूपरेखा

3.0 प्रस्तावना

3.1 उद्देश्य

3.2 पर्यटन का इतिहास

3.3 पर्यटन का उद्भव

3.4 पर्यटन का विकास

3.5 पर्यटन – पर्यटकों वर्गीकरण

3.6 सारांश

3.7 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

3.8 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

3.9 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

3.0 प्रस्तावना

पर्यटन भूगोल, मानव भूगोल की एक शाखा है जो पर्यटन के स्थानिक स्वरूपों और प्रक्रियाओं का अध्ययन करती है। यह इस बात पर ध्यान केंद्रित करती है कि पर्यटक कहाँ जाते हैं, वे वहाँ कैसे पहुँचते हैं, वे वहाँ क्या करते हैं और पर्यटन का स्थानों और लोगों पर क्या प्रभाव पड़ता है। इसका इतिहास पर्यटन के विकास के साथ ही विकसित हुआ है और यह एक अंतः विषय क्षेत्र बन गया है जिसमें अर्थशास्त्र, इतिहास, भूगोल, समाजशास्त्र, नृविज्ञान और पर्यावरण अध्ययन जैसे विभिन्न विषयों के तत्व सम्मिलित होते हैं।

3.1 उद्देश्य

पर्यटन भूगोल मानव भूगोल की नवीन शाखा है जिसमें पर्यटन का सर्वकालिक अध्ययन किया जाता है। पर्यटन का उद्भव कब से हुआ है इसका कोई प्रमाणिक साक्ष्य उपलब्ध नहीं है, परन्तु यह कहा जा सकता है कि मानव ने अपने उद्भव काल से अपनी विविध आवश्यकताओं की पूर्ति हेतु एक स्थान से दूसरे स्थान तक भ्रमण करना शुरू कर दिया था। बाद में उसकी आवश्यकताएँ और भ्रमण का दायरा बढ़ता गया जिसके फलस्वरूप वर्तमान का पर्यटन भूगोल अस्तित्व में आया। प्रस्तुत इकाई के उद्देश्य निम्नलिखित है –

1. पर्यटन के उद्भव एवं विकास का अध्ययन प्रस्तुत करना।
2. पर्यटन एवं पर्यटकों के वर्गीकरण को स्पष्ट करना।

3.2 पर्यटन का इतिहास

पर्यटन का इतिहास प्राचीन काल से जुड़ा है जब लोग व्यापार, जीविकोपार्जन हेतु भ्रमण तीर्थयात्रा अथवा युद्ध के लिए यात्रा करते थे। प्रारंभिक सभ्यताओं जिनमें मिस्र, रोमन साम्राज्य, चीन के तटीय साम्राज्य और भारत में धर्म के प्रचार के लिए यात्रियों के आवागमन और आवश्यकताओं की आपूर्ति के लिए प्रसिद्ध थे। इन यात्राओं का उद्देश्य प्रायः धार्मिक, राजनीतिक या व्यापारिक होता था। पर्यटन के इतिहास का अध्ययन निम्नलिखित चरणों किया जाता है –

3.2.1 प्रारंभिक चरण और पर्यटन विकास का नींव काल (19वीं सदी के उत्तर काल से 20वीं सदी प्रारंभिक काल तक) –

- 18वीं शताब्दी को ग्रैंड टूर के लिए स्वर्ण युग माना जाता है। इस काल में यूरोप के कुलीन वर्ग के युवा

अपनी शिक्षा और संस्कृति को बढ़ाने के लिए महाद्वीप का भ्रमण करते थे। यह यात्राएं प्रायः महीनों तक चलती थीं और इसमें विभिन्न शहरों, कला दीर्घाओं और ऐतिहासिक स्थलों का दौरा सम्मिलित होता था। इस अवधि में कॉक्स एंड किंग्स (1758) जैसी पहली आधिकारिक यात्रा से कंपनियों का गठन हुआ।

- **पर्यटन की शुरुआत के साथ रुचि** : जिस प्रकार अन्वेषण यात्राओं की शुरुआत हुई और फिर औधोगिक क्रांति के बाद रेलवे और वाष्प चालित जहाजों के आगमन से बड़े पैमाने पर पर्यटन का विकास हुआ वैसे – वैसे स्थानों और यात्रा के बीच संबंधों को समझने की आवश्यकता महसूस हुई। प्रारंभिक समय में भूगोलवेत्ता मुख्य रूप से स्थलों की भौतिक विशेषताओं (जलवायु, भूभाग, प्राकृतिक संसाधन) का वर्णन करने में रुचि रखते थे जो पर्यटकों को आकर्षित करते थे।

- वर्णनात्मक दृष्टिकोण : इस अवधि में पर्यटन भूगोल का अध्ययन वर्णनात्मक था। भूगोलवेत्ता पर्यटक स्थलों की पहचान करते थे और उनकी विशेषताओं का विवरण देते थे। इस अवधि में पर्यटन के आर्थिक पहलुओं पर ध्यान केंद्रित किया गया था।

- प्रारंभिक भौगोलिक साहित्य : कुछ प्रारंभिक भौगोलिक कार्यों में पर्यटन–स्थलों के विवरण मिलते थे लेकिन यह अभी तक एक अलग शैक्षणिक अनुशासन के रूप में स्थापित नहीं हुआ था।

- 19वीं शताब्दी में औद्योगिक क्रांति के साथ पर्यटन के स्वभाव में बड़ा बदलाव आया। रेलवे और वाष्प चालित जहाजों के विकास ने यात्रा को अधिक सुलभ और सस्ता बना दिया। यह वह समय था जब मध्यम वर्ग भी अवकाश के समय यात्राओं में सम्मिलित होने लगा था। थॉमस कुक जैसे उद्यमियों ने संगठित पर्यटन पैकेज और यात्रा एजेंसियों की नींव रखी, जिससे बड़े पैमाने पर पर्यटन का मार्ग प्रशस्त हुआ। वर्ष 1936 में लीग ऑफ नेशंस ने विदेशी पर्यटकों को उन व्यक्तियों के रूप में परिभाषित किया जो कम से कम चौबीस घंटे के लिए विदेश यात्रा करते हैं।

3.2.2 व्यवस्थित अध्ययन का उदय (20वीं सदी के मध्य तक) : इस अवधि की निम्नलिखित घटनाओं ने पर्यटन भूगोल के विकास में योगदान दिया है –

- 20वीं शताब्दी में वायुयान के विकास ने पर्यटन को पूरी तरह से बदल दिया। इसने लंबी दूरी की यात्राओं को तेजी से और अधिक सुविधाजनक बना दिया। विश्व युद्धों के बाद अवकाश काल में पर्यटन क्रिया में वृद्धि हुई और सरकारों ने पर्यटन को आर्थिक विकास और रोजगार सृजन के एक महत्वपूर्ण साधन के रूप में पहचानना शुरू कर दिया। भारत में पर्यटन नीति की शुरुआत आजादी के बाद हुई और वर्ष 1966 ई. में भारतीय पर्यटन विकास निगम (ITDC) का गठन हुआ, जिसने देश में पर्यटन के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई।

- द्वितीय विश्व युद्ध के बाद की वृद्धि : वर्ष 1945 के बाद अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन में अभूतपूर्व वृद्धि हुई, विशेष रूप से समुद्र तट की छुट्टियों और सस्ती हवाई यात्रा के विकास के कारण। इसने भूगोलवेत्ताओं का ध्यान इस क्षेत्र की ओर खींचा।

- क्षेत्रीय भूगोल का प्रभाव : क्षेत्रीय भूगोल के प्रभाव में पर्यटन भूगोलवेत्ताओं ने विशेष क्षेत्रों या गंतव्यों पर ध्यान केंद्रित करना शुरू किया। इन लोगों ने विश्लेषण करते हुए बताया कि कैसे भौतिक और मानवीय कारक पर्यटन के विकास में योगदान करते हैं।

- पर्यटक – उत्पादक क्षेत्रों और पर्यटक – गंतव्य क्षेत्रों की अवधारणा : इस समय के आस – पास तक भूगोलवेत्ताओं ने पर्यटन को एक स्थानिक प्रणाली के रूप में देखना शुरू किया, जिसमें पर्यटक – उत्पादक क्षेत्र (जहाँ से पर्यटक आते हैं) तथा पर्यटक – गंतव्य क्षेत्र (जहाँ पर्यटक जाते हैं) और इन दोनों के बीच के संबंध (परिवहन मार्ग) सम्मिलित थे।

- आर्थिक और प्रबंधन पर जोर : इस अवधि में पर्यटन के आर्थिक प्रभावों और इसके प्रबंधन से संबंधित चिंताओं पर अधिक जोर दिया गया।

3.2.3 अंतर–अनुशासनात्मक दृष्टिकोण (1970 ई. से 2000 ई. तक)

- मानव भूगोल में बदलाव : 1970 के दशक से मानव भूगोल में आए बदलावों ने पर्यटन भूगोल को भी प्रभावित किया। पारंपरिक मात्रात्मक और आर्थिक दृष्टिकोणों से हटकर इसमें सामाजिक, सांस्कृतिक और पर्यावरणीय पहलुओं पर अधिक ध्यान दिया जाने लगा।

- सामाजिक और सांस्कृतिक आयाम : डीन मैककनेल (Dean MacCannell) की पुस्तक द टूरिस्ट (1976) और जॉन अरी (John Urry) की पुस्तक द टूरिस्ट गेज (1990) ने पर्यटन के सामाजिक और सांस्कृतिक आयामों, पर्यटक के अनुभव और पर्यटन की दृष्टि (Gaze) की अवधारणा का विश्लेषण किया। इसने पर्यटन को केवल एक आर्थिक गतिविधि के बजाय एक जटिल सामाजिक – सांस्कृतिक घटना के रूप में देखने की दिशा में एक महत्वपूर्ण बदलाव को चिह्नित किया।

- पर्यावरणीय प्रभाव : पर्यटन के पर्यावरणीय प्रभावों के बारे में बढ़ती जागरूकता के साथ पारिस्थितिक पर्यटन (ecotourism) और सतत पर्यटन (sustainable tourism) जैसे विषयों का अध्ययन पर्यटन भूगोल का एक महत्वपूर्ण हिस्सा बन गया।

- स्थान निर्माण और पहचान : भूगोलवेत्ताओं ने इस बात की पड़ताल करना शुरू कर दिया है कि पर्यटन कैसे स्थानों की छवियों और पहचान को आकार देता है और यह स्थानीय समुदायों को कैसे प्रभावित करता है।

- मात्रात्मक से गुणात्मक विधियों की ओर : अनुसंधान विधियों में विविधता आई, जिसमें सर्वेक्षणों और सांख्यिकीय विश्लेषणों के अलावा केस स्टडीज, साक्षात्कार और सहभागी अवलोकन जैसी गुणात्मक विधियों को भी अपनाया गया।

3.2.4 समकालीन पर्यटन भूगोल (21वीं सदी)

- आधुनिक काल में सूचना प्रौद्योगिकी और इंटरनेट के उदय ने पर्यटन को और अधिक गतिशील बना दिया है। ऑनलाइन बुकिंग, समीक्षाएँ और सोशल मीडिया ने यात्रियों के लिए यात्रा योजना बनाना और अनुभव साझा करना आसान बना दिया है। आजकल पारिस्थितिक पर्यटन, साहसिक पर्यटन, सांस्कृतिक पर्यटन, स्वास्थ्य पर्यटन और वेलनेस पर्यटन जैसे नए रूप तेजी से लोकप्रिय हो रहे हैं, जो पर्यटकों की विविध रुचियों को पूरा करते हैं।

- विशिष्ट niches और प्रकार : आधुनिक पर्यटन भूगोल अब विभिन्न प्रकार के पर्यटन (साहसिक पर्यटन, विरासत पर्यटन, अन्ध पर्यटन dark tourism, वेलनेस पर्यटन, शहरी पर्यटन) और उनके स्थानिक निहितार्थों का गहराई से अध्ययन करता है।

- वैश्विक आर्थिक गतिविधि : पर्यटन एक प्रमुख वैश्विक आर्थिक गतिविधि के रूप में अपनी भूमिका के कारण, पर्यटन भूगोलवेत्ता अब इसके व्यापक आर्थिक, राजनीतिक और पर्यावरणीय प्रभावों का विश्लेषण करते हैं, जिसमें जलवायु परिवर्तन, वैश्वीकरण और डिजिटल प्रौद्योगिकी के प्रभाव शामिल हैं।

- नीति और नियोजन : पर्यटन भूगोल अब केवल अकादमिक अध्ययन तक ही सीमित नहीं है, बल्कि यह पर्यटन विकास, नियोजन और नीति निर्माण में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

- प्रौद्योगिकी का एकीकरण : भौगोलिक सूचना प्रणाली रिमोट सेंसिंग और बिग डेटा विश्लेषण जैसी प्रौद्योगिकियों का उपयोग पर्यटन प्रतिरूप को समझने और गंतव्यों को प्रबंधित करने के लिए किया जा रहा है।

- अखंडित दृष्टिकोण : यह एक अत्यधिक अंतः विषय क्षेत्र बना हुआ है, जो भूगोल के भीतर और बाहर के अन्य विषयों के साथ मिलकर काम करता है ताकि पर्यटन की जटिलताओं को समझा जा सके।

पर्यटन भूगोल का इतिहास पर्यटन की बदलती प्रकृति के साथ – साथ भौगोलिक अनुशासन के भीतर बौद्धिक बदलावों का प्रतिबिंब है। यह एक वर्णनात्मक, आर्थिक – केंद्रित क्षेत्र से एक जटिल, अंतः विषय क्षेत्र में विकसित हुआ है जो पर्यटन के सामाजिक, सांस्कृतिक, पर्यावरणीय और राजनीतिक आयामों की पड़ताल करता है।

3.3 पर्यटन का उद्भव

पर्यटन भूगोल एक अपेक्षाकृत नया शैक्षणिक क्षेत्र है, जिसने 20वीं सदी के मध्य में एक विशिष्ट अनुशासन के रूप में उभरना शुरू किया। इसका उद्भव कई कारकों से प्रभावित था –

3.3.1 पर्यटन में वृद्धि और मान्यता (20वीं सदी की शुरुआत – मध्य)

- बड़े पैमाने पर पर्यटन का विकास : औद्योगिक क्रांति और परिवहन (रेलवे, स्टीमशिप, हवाई जहाज) में सुधार के साथ, अवकाश यात्रा मध्यम वर्ग के लिए अधिक सुलभ हो गई। इसने पर्यटन को एक महत्वपूर्ण आर्थिक और सामाजिक गतिविधि बना दिया।
- पर्यटन का आर्थिक महत्व : जैसे – जैसे पर्यटन उद्योग बढ़ता गया, सरकारों और व्यवसायों ने इसके आर्थिक महत्व को पहचानना शुरू कर दिया। इससे पर्यटन के स्थानिक प्रतिरूप, प्रवाह और प्रभावों को समझने की आवश्यकता महसूस हुई।
- अवधारणात्मक परिभाषाओं का विकास : 1930 के दशक तक 'लीग ऑफ नेशंस' और उसके बाद में संयुक्त राष्ट्र ने पर्यटकों को परिभाषित करना शुरू कर दिया, जिससे पर्यटन गतिविधि की मात्रात्मक माप संभव हुई। इसने अध्ययन के लिए एक स्पष्ट आधार प्रदान किया।

3.3.2 भौगोलिक दृष्टिकोण का अनुप्रयोग

- क्षेत्रीय भूगोल का प्रभाव : प्रारंभिक भूगोलवेत्ता अक्सर विभिन्न क्षेत्रों की विशेषताओं का वर्णन करते थे। पर्यटन के बढ़ने के साथ यह देखना स्वाभाविक था कि पर्यटक कहाँ जा रहे हैं और किन विशेषताओं (प्राकृतिक सौंदर्य, ऐतिहासिक स्थल, जलवायु) से वे आकर्षित हो रहे हैं।
- स्थानिक विश्लेषण की आवश्यकता : पर्यटन अनिवार्य रूप से एक स्थानिक घटना है। पर्यटक एक स्थान से दूसरे स्थान पर जाते हैं और वे जिन स्थानों पर जाते हैं, उनकी अपनी भौगोलिक विशेषताएं होती हैं। भूगोलवेत्ताओं ने इस स्थानिक संबंध को समझने की आवश्यकता महसूस की। इसमें निम्न सम्मिलित है –
  - पर्यटकों के उद्गम और गंतव्य क्षेत्रों की पहचान करना।
  - परिवहन मार्गों और पहुंच का विश्लेषण करना।
  - पर्यटन के वितरण और एकाग्रता को समझना।
  - संसाधन भूगोल और भूमि उपयोग : पर्यटन के विकास ने अक्सर भूमि उपयोग प्रतिरूप और प्राकृतिक संसाधनों पर दबाव डाला। भूगोलवेत्ता इन प्रभावों का अध्ययन करने में रुचि रखते थे, जो उनके पारंपरिक संसाधन भूगोल और भूमि उपयोग के क्षेत्रों से संबंधित था।

3.3.3 प्रमुख प्रारंभिक योगदान

कुछ विद्वानों के कार्यों और उस समय के भौगोलिक रुझानों ने पर्यटन भूगोल के उद्भव में योगदान दिया –

- 1920 के दशक से प्रारंभिक अध्ययन : 1920 के दशक से पर्यटन भौगोलिक विश्लेषण का एक प्रत्यक्ष केंद्र बिंदु बन गया। प्रारंभिक अध्ययन के विषय वस्तु में भूमि उपयोग, स्थान – संबंधी मुद्दे और पर्यटन का आर्थिक भूगोल सम्मिलित थे।
- वॉल्टर क्रिस्टालर (Walter Christaller) : क्रिस्टालर को उनकी सेंट्रल प्लेस थ्योरी (Central Place Theory) के लिए जाना जाता है, उन्होंने 1955 में जर्मनी में पर्यटन–स्थलों के वितरण और विकास पर भी काम किया जिसने पर्यटन भूगोल के लिए प्रारंभिक समय में महत्वपूर्ण योगदान दिया था। उन्होंने पर्यटन को एक आर्थिक गतिविधि के रूप में देखा जो कुछ स्थानों पर केंद्रित होती है।
- द्वितीय विश्व युद्ध के बाद के विकास : द्वितीय विश्व युद्ध के बाद जब अंतरर्राष्ट्रीय भ्रमण में तेजी आई तब पर्यटन भूगोल में व्यवस्थित अध्ययन की प्रवृत्ति बढ़ी। पर्यटन विकास के मॉडलिंग, पर्यटन की मांग

और आपूर्ति से संबंधित प्रश्नों और पर्यटकों के स्थानों और प्रवाह को समझाने पर ध्यान केंद्रित हो गया।

3.3.4 अंतः विषय संबंध

पर्यटन भूगोल केवल भूगोल तक ही सीमित नहीं रहा इसने अन्य सामाजिक विज्ञानों जैसे इतिहास, अर्थशास्त्र, समाजशास्त्र और नृविज्ञान से भी प्रेरणा ली है। यह एक अंतः विषय क्षेत्र के रूप में उभरा जो पर्यटन की जटिलताओं को समझने के लिए विभिन्न दृष्टिकोणों को एकीकृत करता है। पर्यटन भूगोल का उद्भव 20वीं सदी की शुरुआत में पर्यटन की बढ़ती प्रमुखता और भूगोल के भीतर स्थानिक विश्लेषण, क्षेत्रीय अध्ययन और मानव – पर्यावरण संबंधों पर बढ़ते जोर के साथ हुआ। इसने एक ऐसा क्षेत्र बनाया जो पर्यटन के कहाँ, क्यों और कैसे पहलुओं की पड़ताल करता है, साथ ही उन स्थानों और समुदायों पर इसके प्रभावों का भी अध्ययन करता है जहाँ यह होता है।

3.4 पर्यटन का विकास

उद्भव के पश्चात् पर्यटन भूगोल का विकास विभिन्न चरणों से होकर गुजरा है, जिससे अनुसंधान के विषयों, दृष्टिकोणों और पद्धतियों में महत्वपूर्ण बदलाव आए है। –

3.4.1 प्रारंभिक वर्णनात्मक और आर्थिक चरण (1950 से 1970 का दशक)

- मात्रात्मक क्रांति का प्रभाव : इस अवधि में भूगोल में मात्रात्मक क्रांति का बोलबाला था। पर्यटन भूगोल में भी शोधकर्ताओं ने पर्यटक प्रवाह, प्रतिरूप और आर्थिक प्रभावों को मापने और विश्लेषण करने के लिए सांख्यिकीय विधियों और मॉडल का उपयोग करना शुरू किया।
- आर्थिक पहलुओं पर ध्यान : प्रारंभिक अध्ययनों में मुख्य रूप से पर्यटन के आर्थिक निहितार्थों पर जोर दिया गया था, जैसे आय सृजन, रोजगार और बुनियादी ढांचे का विकास।
- केंद्र – परिधि मॉडल : वॉल्टर क्रिस्टालर जैसे विद्वानों ने पर्यटक गंतव्यों के वितरण और पर्यटन के विकास में केंद्र – परिधि मॉडल को लागू किया, जिसमें पर्यटक उत्पन्न करने वाले क्षेत्रों (केंद्र) और पर्यटक गंतव्यों (परिधि) के बीच संबंधों का विश्लेषण किया गया।
- पर्यटन–स्थलों की अवधारणा : पर्यटन–स्थलों को उन स्थानों के रूप में समझा गया जहाँ पर्यटक आते हैं और जहाँ विशिष्ट आकर्षण (प्राकृतिक या मानव निर्मित) मौजूद होते हैं।
- प्रारंभिक पत्रिकाएँ और संघ : इस समय तक, पर्यटन पर केंद्रित कुछ अकादमिक पत्रिकाएँ और संघ उभरने लगे थे, जो इस क्षेत्र को एक विशिष्ट पहचान दे रहे थे।

3.4.2 सामाजिक – सांस्कृतिक और पर्यावरणीय आयामों का समावेश (1970 से 1990 का दशक)

- मानव भूगोल में बदलाव : मानव भूगोल में मात्रात्मक दृष्टिकोणों से हटकर व्यवहारिक, मानवतावादी और अनुप्रयोगात्मक भूगोल की प्रवृत्ति बदलाव आया। इसने पर्यटन भूगोल को भी प्रभावित किया।
- पर्यटक अनुभव पर जोर : शोधकर्ताओं ने केवल संख्यात्मक डेटा से परे जाकर, पर्यटक के अनुभव, प्रेरणाओं और गंतव्य के साथ उनके संबंधों को समझना शुरू किया। डीन मैककनेल की पुस्तक :द टूरिस्ट' (1976) और जॉन अरी की पुस्तक 'द टूरिस्ट गेज' (1990) जैसी परंपरागत किताबों में पर्यटन के सामाजिक और सांस्कृतिक आयामों को प्रमुखता से स्पष्ट किया गया है।
- स्थानीय समुदायों पर प्रभाव : पर्यटन के सामाजिक – सांस्कृतिक प्रभावों पर ध्यान केंद्रित किया गया, जिसमें स्थानीय संस्कृति, पहचान और समुदाय पर पर्यटन के सकारात्मक और नकारात्मक प्रभावों का विश्लेषण शामिल था।
- पर्यावरणीय स्थिरता की चिंताएँ : बढ़ती पर्यावरणीय जागरूकता के साथ पर्यटन के पर्यावरणीय प्रभावों (प्रदूषण, जैव विविधता का नुकसान) पर शोध बढ़ा। पारिस्थितिक पर्यटन (ecotourism) और सतत पर्यटन (sustainable tourism) जैसी अवधारणाएँ उभरीं। यह अवधारणा पर्यटन को पर्यावरण के

अनुकूल और सामाजिक रूप से जिम्मेदार बनाने पर जोर देती थीं।

- गुणात्मक अनुसंधान विधियाँ : सर्वेक्षणों और सांख्यिकीय विश्लेषणों के अलावा साक्षात्कार, लक्ष्यित समूह, लघु क्षेत्र अध्ययन और सहभागी अवलोकन जैसी गुणात्मक अनुसंधान विधियों का उपयोग बढ़ा।

3.4.3 जटिलता और अंतः विषयक एकीकरण (2000 के दशक से वर्तमान तक)

- विभिन्न पर्यटन प्रकारों का अध्ययन : पर्यटन भूगोल ने विभिन्न विशिष्ट पर्यटन प्रकारों (niche tourism) जैसे साहसिक पर्यटन, विरासत पर्यटन, चिकित्सा पर्यटन, ग्रामीण पर्यटन, अदृश्य पर्यटन, जलीय पर्यटन आदि का गहराई से विश्लेषण करना शुरू किया।
- भू–राजनीतिक और सुरक्षा पहलू : 9/11 के आतंकवादी हमले और अन्य वैश्विक घटनाओं के बाद सुरक्षा, राजनीतिक अस्थिरता और प्राकृतिक आपदाओं के पर्यटन पर पड़ने वाले प्रभावों पर ध्यान बढ़ा।
- प्रौद्योगिकी का प्रभाव : इंटरनेट, मोबाइल प्रौद्योगिकी, सोशल मीडिया और ऑनलाइन पर्यटक एजेंसियां (OTAs) के उदय ने पर्यटन के प्रतिरूप, बुकिंग व्यवहार और सूचना प्रसार को पूरी तरह से बदल दिया। पर्यटन भूगोलवेत्ता अब इन डिजिटल प्रभावों का अध्ययन करते हैं जैसे ऑनलाइन समीक्षाओं का गंतव्य की पसंद पर प्रभाव या बिग डेटा का उपयोग करके पर्यटक प्रवाह का विश्लेषण।
- जलवायु परिवर्तन और पर्यटन : जलवायु परिवर्तन के बढ़ते खतरे के साथ पर्यटन भूगोल में इसके प्रभावों (जैसे स्की रिसॉर्ट्स में बर्फ की कमी, तटीय क्षेत्रों में समुद्र के स्तर में वृद्धि) और पर्यटन उद्योगकी अनुकूलन रणनीतियों पर व्यापक शोध हो रहा है।
- नियोजन और नीति पर जोर : पर्यटन भूगोल केवल अकादमिक अध्ययन तक ही सीमित नहीं है बल्कि यह पर्यटन विकास, क्षेत्रीय नियोजन और नीति निर्माण में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।
- आलोचनात्मक दृष्टिकोण : कुछ शोधकर्ताओं ने पर्यटन भूगोल के भीतर एक अधिक महत्वपूर्ण दृष्टिकोण अपनाया है, जो पर्यटन को शक्ति संबंधों, उपनिवेशवाद और असमानता के दृष्टि से देखता है।
- अंतरिक्ष और स्थान का पुनर्मूल्यांकन : आधुनिक पर्यटन भूगोल स्थानों के निर्माण, उपभोग और प्रतिनिधित्व की पड़ताल करता है। यह समझने की कोशिश करता है कि कैसे एक स्थान पर्यटकों के लिए ''स्थान'' बन जाता है और कैसे यह स्थानीय लोगों के लिए भी अपने अर्थ रखता है।

  पर्यटन भूगोल का विकास एक छोटे, वर्णनात्मक क्षेत्र से एक जटिल, गतिशील और बहुआयामी अनुशासन के रूप में हुआ है। यह अब केवल पर्यटक प्रवाह को मापने तक ही सीमित नहीं है बल्कि यह पर्यटन के सामाजिक, सांस्कृतिक, पर्यावरणीय, आर्थिक, राजनीतिक और तकनीकी आयामों को स्थानिक परिप्रेक्ष्य से समझने का प्रयास करता है।

3.5 पर्यटन–पर्यटकों वर्गीकरण

पर्यटकों को अनेक प्रकार से वर्गीकृत किया जा सकता है और उसके उद्देश्य, व्यवहार और विशेषताओं के आधार पर पर्यटन को मुख्य रूप से निम्नलिखित श्रेणियों में वर्गीकृत किया जा सकता है –

3.5.1 भौगोलिक आधार पर

- घरेलू पर्यटक : वे लोग जो अपने ही देश के अन्दर यात्रा करते हैं। उनकी यह यात्रा स्थानीय होने के साथ–साथ एक प्रदेश से दूसरे प्रदेश तक भी हो सकती है।
- अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक : वे लोग जो अपने देश से बाहर दूसरे देश में यात्रा करते हैं। ऐसे पर्यटकों को दो वर्गों में विभाजित किया जाता है –
- आने वाले पर्यटक (Inbound Tourists) : दूसरे देशों से किसी विशेष देश में आने वाले पर्यटक।
- बाहर जाने वाले पर्यटक (Outbound Tourists) : किसी विशेष देश से दूसरे देशों में जाने वाले पर्यटक।

3.5.2 यात्रा के उद्देश्य के आधार पर

- अवकाश एवं मनोरंजन पर्यटक : जो विश्राम, मनोरंजन और नई जगहों को देखने के लिए यात्रा करते हैं।
- सांस्कृतिक पर्यटक : जो किसी विशेष स्थान की संस्कृति, इतिहास, कला और परंपराओं का अनुभव करने के लिए यात्रा करते हैं (संग्रहालय, ऐतिहासिक स्थल, त्योहार)।
- धार्मिक एवं तीर्थयात्रा पर्यटक : जो धार्मिक स्थलों या आध्यात्मिक उद्देश्यों के लिए यात्रा करते हैं।
- साहसिक पर्यटक : जो रोमांचक गतिविधियों (ट्रेकिंग, राफ्टिंग, पैराग्लाइडिंग) में शामिल होने के लिए यात्रा करते हैं।
- व्यावसायिक पर्यटक : जो काम, बैठकें, सम्मेलन या व्यापार संबंधी उद्देश्यों के लिए यात्रा करते हैं।
- स्वास्थ्य एवं चिकित्सा पर्यटक : जो चिकित्सा उपचार, सुखद जीवन एवं स्वास्थ्य संबंधी सेवाओं के लिए यात्रा करते हैं।
- पारिस्थितिक पर्यटक (इको – टूरिस्ट) : जो पर्यावरण के प्रति जागरूक होते हैं और प्राकृतिक सुंदरता, वन्यजीव या संरक्षित क्षेत्रों का अनुभव करने के लिए यात्रा करते हैं। ये लोग पर्यावरण संरक्षण एवं विकास में योगदान देते हैं।
- खेल पर्यटक : जो खेल आयोजनों में भाग लेने या उन्हें देखने के लिए यात्रा करते हैं।
- शैक्षणिक पर्यटक : जो लोग अध्ययन, शोध या कुछ नया सीखने के उद्देश्यों से यात्रा करते हैं।

3.5.3 संगठन के आधार पर

- संगठित पर्यटक : वे पर्यटक जो यात्रा एजेंसियों या पर्यटक आयोजकों द्वारा आयोजित अनुदानों के माध्यम से यात्रा करते हैं।
- असंगठित पर्यटक : वे पर्यटक जो अपनी यात्रा की योजना स्वयं बनाते हैं और स्वतंत्र रूप से यात्रा करते हैं।

3.5.4 यात्रा की अवधि के आधार पर

- अल्पकालिक पर्यटक : जो कम अवधि के लिए यात्रा करते हैं। प्रायः यह अवधि 24 घंटे से अधिक और कुछ दिनों तक होती है।
- दीर्घकालिक पर्यटक : जो लंबी अवधि के लिए यात्रा करते हैं। यह अवधि कुछ सप्ताह या महीनों से लेकर कुछ सालों तक होती है।

3.5.5 सामाजिक–मनोवैज्ञानिक आधार पर : पर्यटकों की सामाजिक एवं मनोवैज्ञानिक स्थिति का अध्ययन करने के पश्चात् स्टेनली प्लॉग ने यह वर्गीकरण प्रस्तुत किया था –

- साइकोमेंट्रिक्स (Psychometric) : वे पर्यटक जो परिचित स्थलों, आरामदायक आवास और सुरक्षा पसंद करते हैं। वे जोखिम लेने से बचते हैं और अनुदानित पर्यटन पसंद करते हैं।
- एलोसेंट्रिक्स (Allocentric) : वे पर्यटक जो साहसिक, नए और अपरंपरागत स्थलों की खोज करना पसंद करते हैं। वे आत्मविश्वासी और जिज्ञासु होते हैं और स्वयं यात्रा की योजना बनाना पसंद करते हैं।
- मिड – सेंट्रिक्स (Mid & Centric) : इसमें ऐसे पर्यटक सम्मिलित होते हैं जो कुछ नया अनुभव करने के इच्छुक होते हैं लेकिन पूरी तरह से जोखिम लेने से भी बचते हैं।

3.5.6 प्रेरणा के आधार पर

- आराम चाहने वाले पर्यटक : जो लोग तनाव से मुक्ति और आराम के लिए यात्रा करते हैं।
- साहसिक चाहने वाले पर्यटक (Adventure Seekers) : जो रोमांचक गतिविधियों और चुनौतियों की तलाश में रहते हैं।
- संस्कृति प्रेमी पर्यटक (Culture Enthusiasts) : जो विभिन्न संस्कृतियों और विरासत को जानने में रुचि रखते हैं।

- ज्ञान चाहने वाले पर्यटक (Knowledge Seekers) : जो किसी विशेष विषय या क्षेत्र के बारे में जानने के लिए यात्रा करते हैं (शैक्षणिक पर्यटन)।
- सामाजिक पर्यटक पर्यटक (Social Tourists) : जो सामाजिक संपर्क, नए लोगों से मिलने या दोस्तों और परिवार से मिलने के लिए यात्रा करते हैं।

3.5.7 व्यवहार के आधार पर

- स्वतंत्र पर्यटक (Independent Travelers) : जो अपनी यात्रा की योजना स्वयं बनाते हैं और अपने तरीके से घूमना पसंद करते हैं।
- अनुदानित पर्यटक (Package Tourists) : जो पर्यटन आयोजकों द्वारा प्रदान किए गए आर्थिक सहायता से पर्यटन करते हैं।
- पुनरावर्ती पर्यटक (Repeat Tourists) : ऐसे पर्यटक जो बार – बार एक ही गंतव्य पर जाते हैं।
- पहली बार जाने वाले पर्यटक (First & time Tourists) : जो किसी गंतव्य पर पहली बार जा रहे हैं।

3.5.8 व्यय के आधार पर

- बजट यात्री (Budget Travelers) : ऐसे पर्यटक जो कम खर्च में यात्रा करना पसंद करते हैं।
- कुलीन यात्री (Luxury Travelers) : ऐसे पर्यटक जो उच्च – स्तरीय सेवाओं और उच्च – स्तरीय अनुभवों पर अधिक खर्च करते हैं।

3.5.9 जनसांख्यिकी के आधार पर

- युवा पर्यटक (Youth Tourists) : छात्र या युवा वयस्क जो अक्सर बैक पैकिंग या साहसिक यात्राएं करते हैं
- परिवार पर्यटक (Family Tourists) : बच्चों के साथ यात्रा करने वाले परिवार इसके अंतर्गत आते है।
- वरिष्ठ पर्यटक (Senior Tourists) : अवकाश प्राप्त व्यक्ति के साथ ही साथ पर्यटक जो प्रायः आरामदायक और सांस्कृतिक यात्राएं पसंद करते हैं।
- अकेले यात्री (Solo Travelers) : ऐसे पर्यटक जो अकेले यात्रा करना पसंद करते हैं।

पर्यटन उद्योग इन विभिन्न वर्गीकरणों का उपयोग पर्यटकों की आवश्यकताओं को बेहतर ढंग से समझने और तदनुसार पर्यटन उत्पादों और सेवाओं को डिजाइन करने के लिए करता है।

3.6 सारांश

आपने इस इकाई में पर्यटन का उद्‌भव एवं विकास तथा पर्यटन – पर्यटक वर्गीकरण का अध्ययन किया है। आप समझ गए होगें कि पर्यटन का उद्‌भव एवं विकास किस प्रकार हुआ है तथा किन घटकों को सम्मिलित रूप से इसे प्रभावित किया जाता है। मानव के प्रारंभिक इतिहास से आज तक पर्यटन को गतिशीलता मिलती है तथा उसके विकास को प्रोत्साहन प्राप्त होता है। वास्तव में पर्यटन लोगों, स्थानों और पर्यटन की घटना के बीच जटिल अंतःक्रियाओं को समझने के लिए एक व्यापक ढाँचा प्रदान करता है।

इस इकाई में पर्यटन की उपयोगिता, क्षेत्रीय विभिन्नता के विविध आयाम तथा वर्तमान समय में उसकी उपयोगिता को प्रस्तुत किया गया है। आपने देखा है कि पर्यटन का इतिहास, उद्‌भव एवं विकास किस प्रकार एक दूसरे से क्रमबद्ध रूप से जुड़े है। भूगोल में पर्यटन के अध्ययन ने वैश्विक स्तर पर विद्यमान इसके विविध स्वरूप प्रकट किया है। किन्हीं देशों में पर्यटन के अध्ययन को ज्यादा महत्त्व दिया गया है तो किन्हीं देशों में कम। समय में होने वाले परिवर्तन के साथ ही पर्यटन के अध्ययन की प्रासंगिकता में वृद्धि हुई है, जिसने पर्यटन के विकास में महत्त्वपूर्ण योगदान। इस प्रकार आपने पर्यटन का विस्तृत एवं सारगर्भित अध्ययन किया है।

3.7 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

1. पर्यटन भूगोल के विकास की प्रारंभिक चरण की नीव कब पड़ी।

(क) 19वीं सदी का प्रारंभिक काल

(ख) 19वीं सदी का मध्य काल

(ग) 19वीं सदी का उत्तर काल

(घ) 18वीं सदी का उत्तर काल

2. भारतीय पर्यटन विकास निगम का गठन कब हुआ था।

(क) 1942 ई. (ख) 1966 ई. (ग) 1927 ई. (घ) 1984 ई.

3. किस वर्ष लीग ऑफ नेशन्स ने पर्यटकों को स्वदेशी एवं विदेशी पर्यटकों में विभाजित परिभाषित किया है।

(क) 1920 ई. (ख) 1950 ई. (ग) 1972 ई. (घ)1936 ई.

4. पर्यटन भूगोल की प्रसिद्ध पुस्तक 'The Tourist' किसके द्वारा लिखी गई है।

(क) जॉन बाथम (ख) डीन मैक्कनेल (ग) जी. बटलर (घ) आर. एल. सिंह

5. निम्नलिखित में से किस पुस्तक का जॉन अरी (John Urry) द्वारा किया गया है।

(क) The Tourist Gauge (ख) The Tourist (ग) Tourist Capital (घ) Growing World

3.8 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

- Baghia, Sunil, 2017, Tourism Geography, Book Enclave, New Delhi.
- Kaur, J., 1993, Himalayan PilgrimageAnd New Tourism, Himalayan Books, New Delhi.
- Khanduri, Harshi, 2021, Tourism Geography, J. T. S. Publications, Delhi.
- Mandal, Somdatta, 2010, Indian Travel Narratives, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- Nelson, Velvet, 2017, An Introduction to the Geography of Tourism, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- नीशावा, परवीन, 2022, पर्यटन भूगोल – एक अध्ययन, आर. के. बुक्स, नई दिल्ली.
- बंसल, सुरेश चन्द्र, 2006, पर्यटन एवं यात्रा प्रबन्धन, मीरा प्रकाशन, सहारनपुर (उ.प्र).
- सदैव, शशिकांता, 2019, भारत के प्रसिद्ध मंदिर, यात्रा और धाम, प्रभाकर प्रकाशन, नई दिल्ली.
- मौर्य, एस. डी., 2023, पर्यटन भूगोल, शारदा पुस्तक भवन, प्रयागराज.
- यादव, बी., दुबे, पी. एवं यादव, आर. एस., 2016, काशी का एक सांस्कृतिक विरासत सारनाथ : पर्यटन के विशेष सन्दर्भ में, उत्तर भारत भूगोल परिषद, गोरखपुर (उ.प्र).
- यादव, बी., एवं प्रजापति, ए. एल., 2024, काशी परिक्षेत्र में संपन्न होने वाली यात्राओं के महात्म्य का भौगोलिक विश्लेषण, ज्ञानसौर्यम साइंटिफिक रिफ्रिड शोध पत्रिका, प्रयागराज.

3.9 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

1. पर्यटन के उद्भव एवं विकास की प्रक्रिया की विस्तृत व्याख्या कीजिए।
2. पर्यटन के इतिहास पर प्रकाश डालिए।
3. विविध आधारों पर पर्यटकों के वर्गीकरण को प्रस्तुत कीजिए।

इकाई–4 पर्यटक गंतव्य जीवन चक्र एवं प्रबंध

इकाई की रूपरेखा

4.0 प्रस्तावना

4.1 उद्देश्य

4.2 पर्यटन गंतव्य जीवन चक्र सिद्धांत

4.3 गंतव्य जीवन चक्र के चरण

4.4 गंतव्य प्रबंधन

4.5 गंतव्य प्रबंधन की आवश्यकता

4.6 गंतव्य प्रबंधन संगठन (DMOs) की भूमिका

4.7 सारांश

4.8 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

4.9 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

4.10 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

4.0 प्रस्तावना

पर्यटक गंतव्य जीवन चक्र (TourismArea Life Cycle & TALC) एक अवधारणा है, जिसके अंतर्गत किसी पर्यटन स्थल के विकास के विभिन्न चरणों का एक विस्तृत अध्ययन किया जाता है। पर्यटक गंतव्य जीवन चक्र का अध्ययन एक मॉडल के रूप में विकसित किया जाता है। इस मॉडल के अर्न्तगत यह पता चलता है कि कैसे एक पर्यटन स्थल समय के साथ विकसित होता है, परिपक्व होता है और अंततः गिरावट या पुनरुत्थान का अनुभव कर सकता है। इस अवधारणा को रिचर्ड बटलर (Richard Butler) ने 1980 के दशक में प्रतिपादित किया था।

4.1 उद्देश्य

पर्यटन एक बहुत ही व्यापक शब्द है जिसमें दो जगहों के भौगोलिक भूदृश्य की विशेषताओं का वर्णन किया जाता है। पर्यटन के दो प्रमुख केंद्र उद्भव स्थल एवं गंतव्य स्थल होते है। जहाँ से पर्यटक जाते हैं उसे उद्भव स्थल कहते हैं जबकि जहाँ जाते है उसे गंतव्य स्थल कहते है। प्रस्तुत इकाई के उद्देश्य निम्नलिखित है –

1. पर्यटक गंतव्य जीवन चक्र एवं प्रबंध स्पष्ट करना।

4.2 पर्यटन गंतव्य जीवन चक्र सिद्धांत

रिचर्ड बटलर (Richard Butler) एक कनाडाई भूगोलवेत्ता और पर्यटन शोधकर्ता थे जिन्होंने 1980 के दशक में पर्यटन गंतव्य जीवन चक्र (TourismArea Life Cycle & TALC) की अवधारणा प्रस्तुत की। यह पर्यटन के अध्ययन में एक मील का पत्थर साबित हुआ, जिसने हमें यह समझने में मदद किया कि कैसे एक पर्यटन स्थल समय के साथ विकसित होता है, परिपक्व होता है और अंततः चुनौतियों का सामना करता है या तो पतन की ओर बढ़ता है या पुनरुत्थान करता है। बटलर का मॉडल इस विचार पर आधारित है कि एक पर्यटन गंतव्य, एक उत्पाद की तरह जीवन के विभिन्न चरणों से होकर गुजरता है। उनका मानना था कि यदि इन चरणों को समझ लिया जाए, तो गंतव्यों का बेहतर ढंग से प्रबंधन किया जा सकता है ताकि उनकी दीर्घकालिक स्थिरता सुनिश्चित हो सके।

4.3 गंतव्य जीवन चक्र के चरण

पर्यटक गंतव्य जीवन चक्र को आमतौर पर छह मुख्य चरणों में बांटा जाता है –

4.3.1 अन्वेषण

यह पर्यटन विकास का प्रारंभिक चरण है जहां कुछ साहसी पर्यटक एक नए, अविकसित क्षेत्र की खोज करते हैं। इसमें पर्यटन सुविधाएं बहुत कम या न के बराबर होती हैं तथा स्थानीय आबादी पर पर्यटकों का प्रभाव न्यूनतम होता है। दूरदराज के पर्वतीय गांव या अनछुए समुद्र तट।

अन्वेषण की मुख्य अवधारणाएँ और विशेषताएँ

- **कम पर्यटक संख्या (Low Tourist Numbers)**

  यह चरण बहुत कम संख्या में पर्यटकों द्वारा चिह्नित होता है। ये पर्यटक आमतौर पर साहसी (Venturers) या 'अन्वेषणकर्ता' (Innovator) होते हैं। ऐसे लोग जो नई, अनूठी और अपरिचित जगहों की तलाश में रहते हैं। वे भीड़ से दूर रहना पसंद करते हैं।

- **अविकसित बुनियादी ढांचा (Undeveloped Infrastructure)**

  पर्यटन के लिए समर्पित बुनियादी ढाँचा लगभग न के बराबर होता है। कोई बड़े होटल, अतिथि गृह या विशेष पर्यटन सुविधाएँ नहीं होती हैं। पर्यटक स्थानीय लोगों के घरों में या बहुत बुनियादी अतिथि गृह में ठहर सकते हैं। यहाँ पर परिवहन सुविधा भी सीमित और अविकसित होता है।

- **स्थानीय नियंत्रण और न्यूनतम बाहरी प्रभाव (Local ControlAnd Minimal External Influence)**

  पर्यटन गतिविधि पर स्थानीय समुदाय का पूर्ण नियंत्रण होता है। बाहर से कोई बड़ा निवेश या बाहरी कंपनियों का हस्तक्षेप नहीं होता है। स्थानीय संस्कृति और जीवनशैली पर पर्यटकों का प्रभाव न्यूनतम होता है।

- **प्रामाणिक अनुभव (Authentic Experience)**

  पर्यटक एक सच्चा और प्रामाणिक अनुभव प्राप्त करते हैं। वे स्थानीय संस्कृति, रीति – रिवाजों और जीवनशैली से सीधे संपर्क में आते हैं। यह अनुभव आमतौर पर वाणिज्यिक या पर्यटक – उन्मुख नहीं होता है।

- **गैर – उद्दश्यपूर्ण पर्यटन (Non Purpose Built Tourism)**

  यह क्षेत्र मुख्य रूप से पर्यटन के लिए विकसित नहीं किया गया होता है। पर्यटक शायद किसी अन्य उद्देश्य (शोध, साहसिक खेल या बस स्थानीय जीवन का अनुभव करने) के लिए वहाँ पहुँचे हों और पर्यटन एक सह – उत्पाद बन जाता है।

- **उच्च जोखिम और कम सुविधाएं (High RiskAnd LowAmenities)**

  पर्यटकों को इस चरण में उच्च स्तर का जोखिम उठाना पड़ सकता है क्योंकि सुरक्षा, स्वास्थ्य या आपातकालीन सुविधाएँ सीमित होती हैं। सुविधाओं की कमी होती है और उन्हें प्रायः कठिन परिस्थितियों के लिए तैयार रहना पड़ता है।

- **आकर्षण प्राकृतिक या सांस्कृतिक (AttractionsAre Natural or Cultural)**

  इस चरण में मुख्य आकर्षण आमतौर पर क्षेत्र की प्राकृतिक सुंदरता (पहाड़, समुद्र तट, जंगल एवं वन्यजीव) या अनूठी स्थानीय संस्कृति और जीवनशैली होती है। कोई मानव – निर्मित या विशेष रूप से विकसित पर्यटक आकर्षण नहीं होते हैं।

- **सीमित या कोई विपणन नहीं (Limited or No Marketing)**

क्षेत्र का कोई औपचारिक विपणन या प्रचार नहीं होता है। पर्यटक आमतौर पर मुंह जबानी (Word of Mouth) प्रचार, साहसिक यात्रा ब्लॉग या विशेष रुचि पत्रिकाओं के माध्यम से इस स्थान के बारे में ज्ञान एवं अनुभव प्राप्त हैं।

बटलर ने अपने अध्ययन में अन्वेषण चरण को पर्यटन विकास के बीज के रूप में देखा। उनका मानना था कि इस चरण में ही एक गंतव्य की अंतर्निहित अपील (intrinsicAppeal) सबसे शुद्ध रूप में मौजूद होती है। इस चरण में स्थानीय समुदाय के लिए पर्यटन एक नया विचार होता है और वे इसे एक बाहरी गतिविधि के रूप में देख सकते हैं। यह चरण भविष्य के विकास के लिए नींव रखता है। यदि पर्यटक इन प्रारंभिक अनुभवों से संतुष्ट होते हैं और इस जगह की सिफारिश करते हैं तो गंतव्य अगले चरण में सम्मिलित होने (Involvement) के लिए अग्रसर हो सकता है। यदि अनुभव नकारात्मक होते हैं या क्षेत्र में कोई अंतर्निहित अपील नहीं होती है, तो गंतव्य इस प्रारंभिक चरण से आगे नहीं बढ़ पाएगा।

इस चरण में पर्यटन विकास के कुछ अवलोकन

- **कुछ दशक पहले के लद्दाख के दूर – दराज के गांव** : जब बहुत कम पर्यटक सड़क मार्ग से वहाँ पहुँचते थे, बुनियादी सुविधाएँ नहीं थीं और वे स्थानीय घरों में रुकते थे। वर्तमान समय में उसका स्वरुप बदल गया है।
- **अमेजॅन के वर्षा वनों के आतंरिक भाग :** जहाँ केवल कुछ साहसी पर्यटक, स्थानीय जनजातियों और वन्यजीवों का अनुभव करने जाते हैं बिना किसी आधुनिक सुविधा के परन्तु अब उस क्षेत्र का विकास आधुनिक तरीके से किया जा रहा है।
- **उत्तराखंड के कुछ अनछुए पर्वतारोही मार्ग** : उत्तराखण्ड में पर्यटन विकास के प्रारंभिक समय में अनेक ऐसे स्थान थे जहाँ परिवहन के साधन, स्थायी संरचना या दुकान नहीं होती और पर्यटकों को अपने सभी सामान खुद ले जाने पड़ते हैं तथा स्थानीय लोगों के सहयोग से पर्यटन कार्य पूर्ण करते थे।

पर्यटन विकास में अन्वेषण चरण महत्वपूर्ण होता है क्योंकि यह गंतव्य की प्रारंभिक पहचान स्थापित करता है और उसके बाद विकसित होने वाले चरणों के लिए मार्ग प्रस्तुत करता है। इस चरण की प्रामाणिकता और अनूठापन ही वह आधार होता है जिस पर भविष्य में बड़े पैमाने पर पर्यटन का निर्माण हो सकता है।

4.3.2 जुड़ाव का चरण (Involvement Stage)

धीरे – धीरे स्थानीय लोग पर्यटकों की संख्या में वृद्धि को दृष्टिगत करते हैं और पर्यटन सेवाओं (छोटे अतिथि गृह, स्थानीय निर्देशक) की पेशकश शुरू करते हैं। पर्यटन एक औपचारिक गतिविधि के रूप में विकसित होना शुरू होता है और स्थानीय संस्कृति और पर्यावरण पर थोड़ा प्रभाव पड़ना शुरू हो जाता है। जैसे कुछ वर्षों पहले के गोवा या हिमाचल के छोटे – छोटे कस्बे होते थे। यह वह अवस्था है जब एक अविकसित गंतव्य धीरे–धीरे एक पर्यटन स्थल के रूप में अपनी पहचान बनाना शुरू करता है और स्थानीय समुदाय की पर्यटन गतिविधियों में भागीदारी बढ़ जाती है।

जुड़ाव चरण की मुख्य अवधारणाएँ और विशेषताएँ

1. **पर्यटक संख्या में वृद्धि (Increase in Tourist Numbers)**

   इस चरण में अन्वेषण चरण की तुलना में पर्यटकों की संख्या में उल्लेखनीय वृद्धि देखी जाती है। ये पर्यटक अब केवल साहसी ही नहीं होते बल्कि आराम पसन्द भी होते हैं, जो अपेक्षाकृत सुरक्षित और कुछ सुविधाओं वाले स्थानों की तलाश में रहते हैं।

2. **स्थानीय भागीदारी की शुरुआत (Initiation of Local Participation)**

   स्थानीय आबादी पर्यटकों की बढ़ती संख्या और उनसे होने वाली आय की संभावना को पहचानती है। वे पर्यटन गतिविधियों में सीधे तौर पर शामिल होना शुरू कर देते हैं। इसमें छोटे अतिथि गृह चलाना, स्थानीय भोजन प्रदान करना, हस्तशिल्प बेचना या पर्यटकों के निर्देशन का काम करना सम्मिलित हो

सकता है। यह भागीदारी प्रायः अनौपचारिक और व्यक्तिगत स्तर पर होती है।

3. **बुनियादी सुविधाओं का विकास (Development of Basic Facilities)**

पर्यटन के लिए आवश्यक बुनियादी सुविधाओं का विकास इसका प्रारंभिक चरण होता है। ये सुविधाएँ स्थानीय स्तर पर निर्मित और संचालित होती हैं। उदाहरण के लिए कुछ कमरों वाले छोटे अतिथि गृह, स्थानीय ढाबे या दुकानें जो पर्यटकों की जरूरतों को पूरा करती हैं। परिवहन व्यवस्था में भी थोड़ा सुधार हो सकता है।

4. **पर्यटक बाजार की पहचान (Identification of A Tourist Market)**

गंतव्य के लिए एक विशिष्ट पर्यटक बाजार (niche market) उभरना शुरू हो जाता है। यह प्रकृति प्रेमियों, सांस्कृतिक खोजकर्ताओं या बजट यात्रियों का समूह हो सकता है। स्थानीय लोग धीरे – धीरे समझते हैं कि पर्यटक क्या चाहते हैं और अपनी पेशकशों को उसके अनुसार अनुकूलित करना शुरू करते हैं।

5. **स्थानीय नियंत्रण और न्यूनतम बाहरी निवेश (Local Control And Minimal External Investment)**

इस चरण में भी पर्यटन गतिविधियों पर स्थानीय समुदाय का महत्वपूर्ण नियंत्रण बना रहता है। बड़े पैमाने पर बाहरी निवेश या बड़ी कंपनियों का प्रभुत्व अभी तक नहीं होता है। पर्यटन से होने वाली आय सीधे स्थानीय अर्थव्यवस्था में योगदान करती है।

6. **सीमित संगठित विपणन (Limited Organized Marketing)**

औपचारिक या बड़े पैमाने पर विपणन अभी भी सीमित होता है। प्रचार अभी भी मुख्य रूप से मुंह–जबानी, छोटी यात्रा निर्देशों में उल्लेख या कुछ ऑनलाइन मंचों पर व्यक्तिगत समीक्षाओं के माध्यम से होता है। स्थानीय पर्यटन संगठन या समितियाँ बननी शुरू हो जाती हैं।

7. **स्थानीय संस्कृति पर बढ़ता प्रभाव (Increasing Impact on Local Culture)**

पर्यटकों की बढ़ती संख्या के साथ स्थानीय जीवनशैली और संस्कृति पर कुछ प्रभाव दिखना शुरू हो जाता है। स्थानीय लोग अपनी परंपराओं को पर्यटकों के सामने प्रदर्शित करना शुरू कर सकते हैं। कभी – कभी उनके उपभोग के लिए कुछ हद तक अनुकूलित भी कर सकते हैं। पर्यावरणीय प्रभाव भी धीरे – धीरे बढ़ना शुरू हो सकता है, जैसे कूड़े – कचरे की समस्या।

बटलर ने इस चरण को गंतव्य की पहचान के रूप में देखा। उनका मानना था कि यह वह बिंदु है जहाँ एक अविकसित क्षेत्र पर्यटन गतिविधियों के कारण अपनी एक विशिष्ट पहचान बनाना शुरू करता है। यह एक महत्वपूर्ण संक्रमणकालीन चरण है जहाँ गंतव्य की दिशा निर्धारित होती है। यदि इस चरण में सकारात्मक अनुभवों को बढ़ावा दिया जाता है और स्थानीय समुदाय को सशक्त किया जाता है, तो गंतव्य एक सतत विकास पथ पर आगे बढ़ सकता है। हालांकि, यदि स्थानीय समुदाय की भागीदारी को नजरअंदाज किया जाता है या अनियंत्रित विकास शुरू हो जाता है, तो भविष्य में समस्याएं उत्पन्न हो सकती हैं।

इस चरण में पर्यटन विकास के कुछ अवलोकन

- कुछ साल पहले के उत्तराखंड के औली जैसे छोटे स्कीइंग गंतव्य : जहाँ स्थानीय लोगों ने पर्यटकों के लिए छोटे आवास और भोजन की व्यवस्था करना शुरू किया था और साहसिक प्रेमी वहाँ जाने लगे थे।
- राजस्थान के कुछ ग्रामीण पर्यटन गाँव : जहाँ पर्यटक स्थानीय कला, संगीत और जीवनशैली का अनुभव करने आते हैं, और स्थानीय समुदाय सीधे पर्यटन से जुड़ा होता है।
- कुछ राष्ट्रीय उद्यानों के आसपास के गाँव : जहाँ स्थानीय लोग सफारी गाइड के रूप में काम करते हैं और पर्यटकों के लिए बुनियादी आवास प्रदान करते हैं।

जुड़ाव का चरण विकास के लिए महत्वपूर्ण नींव रखता है। यह वह बिंदु है जहाँ स्थानीय स्वामित्व और प्रामाणिकता की भावना अभी भी मजबूत होती है, लेकिन पर्यटन की व्यावसायिक क्षमता धीरे – धीरे साकार होने लगती है। इस चरण का सफल प्रबंधन गंतव्य को अगले, अधिक गहन विकास चरण के लिए तैयार करता है।

4.3.3 विकास (Development)

रिचर्ड बटलर के पर्यटक गंतव्य जीवन चक्र (TALC) मॉडल का तीसरा और सबसे गतिशील चरण विकास (Development) है। यह वह चरण है जहाँ एक पर्यटन स्थल अपने प्रारंभिक, स्थानीय – नियंत्रित स्वरूप से बड़े पैमाने पर, औपचारिक पर्यटन गंतव्य में बदलना शुरू होता है। यह प्रायः पर्यटकों की संख्या में सबसे तेज वृद्धि और सबसे महत्वपूर्ण परिवर्तन लाता है। बड़े पैमाने पर निवेश आता है और पर्यटन उद्योगतेजी से बढ़ता है। बड़ी होटल श्रृंखलाएं, रिसॉर्ट्स और अन्य आधुनिक सुविधाएं स्थापित की जाती हैं। यह चरण पर्यटकों की संख्या में तेज वृद्धि और अर्थव्यवस्था पर महत्वपूर्ण प्रभाव से चिन्हित होता है। पर्यावरण और स्थानीय संस्कृति पर दबाव बढ़ना शुरू हो जाता है। उदाहरण के लिए आज के मनाली, नैनीताल या शिमला जैसे लोकप्रिय पर्यटन–स्थल।

विकास की मुख्य अवधारणाएँ और विशेषताएँ

1. **तीव्र पर्यटक संख्या में वृद्धि (Rapid Growth in Tourist Numbers)**

   यह चरण पर्यटकों की संख्या में घातीय वृद्धि (exonential growth) द्वारा चिन्हित होता है। गंतव्य अब व्यापक रूप से ज्ञात हो जाता है और बड़े पर्यटक बाजारों को आकर्षित करना शुरू कर देता है।

2. **बड़े पैमाने पर बाहरी निवेश (Large Scale External Investment)**

   यह विकास का सबसे महत्वपूर्ण कारक है। राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय निवेशक (होटल श्रृंखला, एयरलाइंस, पर्यटन आयोजक) इस गंतव्य में भारी पूंजी का निवेश करते हैं। इसका उद्देश्य पर्यटन क्षमता को बढ़ाना और बड़े पर्यटक समूहों को आकर्षित करना होता है।

3. **उद्देश्य निर्मित बुनियादी ढाँचा (Purpose Built Infrastructure)**

   पर्यटन के लिए विशेष रूप से डिजाइन किए गए और निर्मित किए गए बुनियादी ढाँचे का तीव्र विकास होता है। इसमें निम्नलिखित सम्मिलित होते हैं –

   - बड़े होटल और रिसॉर्ट्स
   - थीम पार्क और मनोरंजन सुविधाएँ
   - शॉपिंग मॉल
   - हवाई अड्डे, सड़कें और अन्य परिवहन नेटवर्क का उन्नयन
   - स्वच्छता, बिजली और संचार जैसी आवश्यक सेवाओं में सुधार।

4. **बाहरो नियंत्रण में वृद्धि (Increased External Control)**

   बड़े पैमाने पर निवेश बाहरी संस्थाओं से आता है, गंतव्य पर स्थानीय नियंत्रण कम होने लगता है। निर्णय प्रायः बहुराष्ट्रीय निगमों या बड़े राष्ट्रीय खिलाड़ियों द्वारा लिए जाते हैं, जो स्थानीय समुदाय की जरूरतों या इच्छाओं से विमुख हो सकते हैं।

5. **मानकीकृत उत्पाद और अनुभव (Standardized Products And Experiences)**

   पर्यटन अनुभव अधिक मानकीकृत हो जाते हैं ताकि बड़ी संख्या में पर्यटकों को समायोजित किया जा सके। प्रामाणिक स्थानीय अनुभव अक्सर कम हो जाते हैं और उनकी जगह ऐसे उत्पाद ले लेते हैं जो बड़े पैमाने के बाजार की अपेक्षाओं के अनुरूप होते हैं। पर्यटक अक्सर पर्यटक बुलबुले (tourist bubble)

में रहते हैं, जहाँ वे स्थानीय जीवन से बहुत कम संपर्क में आते हैं।

6. **व्यापक विपणन और प्रचार (Extensive Marketing And Promotion)**

गंतव्य का राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर व्यापक रूप से विपणन और प्रचार किया जाता है। इसमें बड़े विज्ञापन अभियान, अनुदानित पर्यटन और ऑनलाइन प्रचार शामिल होते हैं। गंतव्य एक प्रसिद्ध ब्रांड बन जाता है।

7. **पर्यावरणीय और सामाजिक – सांस्कृतिक प्रभाव (EnvironmentalAnd Socio & Cultural Impacts)**

यह चरण प्रायः पर्यावरण और स्थानीय समाज पर सबसे बड़ा दबाव डालता है। तीव्र निर्माण, संसाधनों (पानी, ऊर्जा) की खपत में वृद्धि, अपशिष्ट उत्पादन और भीड़ – भाड़ जैसी समस्याएँ सामने आती हैं। स्थानीय संस्कृति पर पश्चिमीकरण, वस्तुकरण (comodification) और विस्थापन का दबाव बढ़ सकता है।

8. **श्रमिक प्रवास (Labour Migration)**

पर्यटन उद्योग में नौकरी के अवसरों के कारण आंतरिक या बाहरी श्रम प्रवास बढ़ सकता है, जिससे स्थानीय जनसांख्यिकी और सामाजिक संरचना बदल सकती है।

बटलर ने विकास चरण को बड़े पैमाने पर पर्यटन की शुरुआत के रूप में देखा। उनका मानना था कि यह वह बिंदु है जहाँ एक गंतव्य अपनी मूल खोज की भावना खोना शुरू कर देता है और एक वाणिज्यिक पर्यटन उत्पाद में बदल जाता है। वह इस चरण में कुछ संभावित नकारात्मक प्रभाव भी है जिनके बारे में चिंतन करना भूगोलवेत्ताओं का प्रमुख कार्य है –

- **क्षमता का अतिरेक** : एक गंतव्य स्थल कभी – कभी अपनी वहन क्षमता (carrying capacity) से अधिक पर्यटकों को आकर्षित कर सकता है, जिससे भीड़ – भाड़ और असंतोष जैसी स्थितियों का उत्पन्न होना स्वाभाविक होता है।
- **संसाधनों का क्षरण** : प्राकृतिक और सांस्कृतिक संसाधनों का अत्यधिक उपयोग करने से संसाधन विपन्नता की स्थितियां उत्पन्न हो जाती है।
- **स्थानीय समुदाय का विस्थापन** : स्थानीय लोगों को पर्यटन संबंधित विकास के लिए उनकी भूमि से विस्थापित किया जा सकता है जिससे सामाजिक विघटन होता है।
- **अवसर लागत** : स्थानीय अर्थव्यवस्था की अन्य गतिविधियों को पर्यटन के लिए बलिदान किया जा सकता है।

अपने अध्ययन में बटलर ने यह भी स्वीकार किया कि यह चरण गंतव्य के लिए महत्वपूर्ण आर्थिक लाभ लाता है, जैसे रोजगार सृजन और राजस्व वृद्धि। सबसे महत्त्वपूर्ण चुनौती इन लाभों को नकारात्मक प्रभावों को कम करते हुए अधिकतम करना है।

इस चरण में पर्यटन विकास के कुछ अवलोकन

- **1990 के दशक में गोवा या केरल का तेजी से विकास** : जब बड़े आश्रय स्थल बनने लगे, चार्टर उड़ानें आने लगीं और यह भारत और विदेश में एक लोकप्रिय पर्यटन स्थल बन गया।
- **कुछ दशक पहले के मनाली या नैनीताल जैसे हिल स्टे**शन : जब बड़ी संख्या में पर्यटकों के लिए होटल और अन्य सुविधाएँ तेजी से विकसित हुईं।
- **दुबई का विकास एक प्रमुख वैश्विक पर्यटन केंद्र के रूप में** : जहाँ रेगिस्तान में विशाल कृत्रिम द्वीप, गगनचुंबी इमारतें और विलासिता एवं आधुनिक सुविधाओं से युक्त भवन बनाए गए।

  विकास चरण पर्यटन गंतव्य के जीवन चक्र में एक महत्वपूर्ण पड़ाव है। इस चरण में लिए गए निर्णय और अपनाई गई विकास रणनीतियाँ गंतव्य के भविष्य के प्रक्षेप वक्र को निर्धारित करती हैं,

चाहे वह एक स्थायी और सफल गंतव्य बना रहेगा या स्थगन और पतन की ओर बढ़ेगा। यही कारण है कि इस चरण में सावधानीपूर्वक योजना और महत्वपूर्ण प्रबंधन की आवश्यकता होती है।

4.3.4 सुदृढ़ीकरण (Consolidation)

रिचर्ड बटलर के पर्यटक गंतव्य जीवन चक्र (TALC) मॉडल का चौथा चरण सुदृढ़ीकरण (Consolidation) है। यह वह अवस्था है जब एक पर्यटन गंतव्य अपनी अधिकतम विकास क्षमता के नजदीक पहुँच जाता है और बाजार में एक स्थापित और प्रमुख खिलाड़ी के रूप में अपनी स्थिति मजबूत करता है। विकास की गति धीमी हो जाती है लेकिन पर्यटक संख्या उच्च बनी रहती है। स्थल एक स्थापित पर्यटन गंतव्य के रूप में जाना जाता है। पर्यटन से होने वाली आय स्थानीय अर्थव्यवस्था का एक महत्वपूर्ण हिस्सा बन जाती है। अधिक प्रतिस्पर्धा और बाजार संतृप्ति के संकेत दिखने लगते हैं। उदाहरण के लिए स्थापित **अंतर्राष्ट्रीय** पर्यटन स्थल जैसे पेरिस या रोम।

सुदृढ़ीकरण की मुख्य अवधारणाएँ और विशेषताएँ

1. **विकास दर धीमी होना तथा पर्यटक संख्या उच्च रहना (Slowing Growth And High Tourist Numbers)**

   पिछले विकास चरण के तीव्र उछाल के विपरीत इस चरण में पर्यटक आगमन की दर धीमी हो जाती है। हालाँकि गंतव्य स्थल अभी भी बड़ी संख्या में पर्यटकों को आकर्षित करता है और यह अपने ऐतिहासिक पर्यटक संख्या के उच्चतम स्तर पर या उसके करीब होता है। गंतव्य अपनी वहन क्षमता (carrying capacity) की सीमा तक पहुँच सकता है।

2. **अधिपर्यटन की प्रमुखता (Dominance of Mass Tourism)**

   इस चरण में बड़े पैमाने पर पर्यटन (mass tourism) पूर्ण रूप से स्थापित हो जाता है। ऐसे गंतव्य को आमतौर पर एक प्रसिद्ध एवं समृद्ध पर्यटन गंतव्य के रूप में जाना जाता है, जहाँ अधिकांश पर्यटक पूर्वनिर्धारित पर्यटन मार्गों और सुविधाओं का उपयोग करते हैं।

3. **प्रमुख श्रृंखलाओं और बाहरी नियंत्रण (Dominance of Major ChainsAnd External Control)**

   बड़े – बड़े होटलों की श्रृंखला, विश्राम स्थल, पर्यटन प्रायोजक और हवाई जहाज मार्ग की सुविधा गंतव्य के पर्यटन उद्योगपर हावी होते हैं। स्थानीय व्यवसायों की तुलना में बाहरी स्वामित्व और नियंत्रण बहुत अधिक होता है। स्थानीय अर्थव्यवस्था काफी हद तक पर्यटन पर निर्भर हो जाती है।

4. **अच्छी तरह से विकसित बुनियादी ढाँचा (Well Developed Infrastructure)**

   बुनियादी ढाँचा (परिवहन, संचार, आवास, सेवाएँ) पूरी तरह से विकसित और कुशल होता है। गंतव्य पर्यटकों की बड़ी संख्या को समायोजित करने के लिए अच्छी तरह से सुसज्जित होता है।

5. **ब्रांड पहचान की स्थापना (Establishment of Brand Identity)**

   गंतव्य की एक मजबूत और विशिष्ट ब्रांड पहचान होती है जिसे राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर पहचाना जाता है। यह अक्सर एक विशिष्ट प्रकार के पर्यटन (समुद्र तट अवकाश, साहसिक खेल, सांस्कृतिक पर्यटन) के लिए जाना जाता है।

6. **बाजार संतृप्ति और प्रतिस्पर्धा (Market SaturationAnd Competition)**

   बाजार में संतृप्ति के संकेत दिखने लगते हैं। गंतव्य को नए या उभरते पर्यटन–स्थलों से कड़ी प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ सकता है। कीमतों पर दबाव बढ़ सकता है क्योंकि प्रतिस्पर्धा के कारण पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए रियायतें देनी पड़ सकती हैं।

7. **बढ़ते पर्यावरणीय और सामाजिक मुद्दे (Mounting EnvironmentalAnd Social Issues)**

   वर्षों के तीव्र विकास और उच्च पर्यटक संख्या के कारण पर्यावरणीय क्षरण (प्रदूषण, प्राकृतिक संसाधनों की कमी, जैव विविधता का नुकसान) और सामाजिक – सांस्कृतिक मुद्दे (स्थानीय संस्कृति का

व्यावसायीकरण, भीड़ – भाड़, अपराध में वृद्धि) और अधिक स्पष्ट हो जाते हैं। स्थानीय निवासियों और पर्यटकों के बीच संबंध तनावपूर्ण हो सकते हैं।

8. पुनर्निवेश और उन्नयन की आवश्यकता (Need for ReinvestmentAnd Upgrading)

सुविधाएं पुरानी होने लगती हैं या बाजार की बदलती मांगों के अनुरूप नहीं रहती हैं। गंतव्य को अपनी अपील बनाए रखने के लिए लगातार पुनर्निवेश और उन्नयन की आवश्यकता महसूस होती है।

बटलर ने सुदृढ़ीकरण चरण को एक महत्वपूर्ण मोड़ के रूप में देखा। जबकि गंतव्य अपनी आर्थिक क्षमता के चरम पर होता है, यह प्रायः अपनी मूल अपील और पर्यावरणीय अखंडता को खोना शुरू कर देता है। वह इस बात पर जोर देते हैं कि इस चरण में प्रबंधन के फैसले भविष्य के लिए महत्वपूर्ण होते हैं –

- **स्थिरता बनाम गिरावट** : यह वह बिंदु है जहाँ गंतव्य को या तो स्थिरता बनाए रखने के लिए सक्रिय रूप से प्रबंधित किया जाना चाहिए या यह स्थगन और अंततः पतन की ओर बढ़ सकता है।
- **असंतोष के बीज** : इस चरण में पर्यटकों और स्थानीय निवासियों के बीच असंतोष के बीज बोए जा सकते हैं यदि भीड़ – भाड़, सेवा की गुणवत्ता में गिरावट और पर्यावरणीय क्षरण को संबोधित नहीं किया जाता है।
- **विविधीकरण की आवश्यकता** : बटलर का यह मानना था कि इस चरण में गंतव्य को एक ही प्रकार के पर्यटन पर अपनी निर्भरता कम करनी चाहिए और नए उत्पादों या बाजारों में विविधता लाने की तलाश करनी चाहिए ताकि इसकी दीर्घकालिक व्यवहार्यता सुनिश्चित हो सके।

इस चरण में पर्यटन विकास के कुछ अवलोकन

- **यूरोप के कई स्थापित समुद्र तट रिसॉर्ट्स (स्पेन के कोस्टा डेल सोल के कुछ हिस्से)** : जहाँ दशकों से बड़ी संख्या में पर्यटक आ रहे हैं, बुनियादी ढाँचा अच्छी तरह से विकसित है, लेकिन उन्हें अब नए उभरते गंतव्यों से प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ रहा है।
- **कई पुराने हिल स्टेशन (भारत में शिमला या ऊटी)** : जिन्होंने भारी संख्या में पर्यटकों को आकर्षित किया है और उनका बुनियादी ढाँचा विकसित है, लेकिन अब उन्हें भीड़ – भाड़ और कुछ हद तक अपनी मूल प्राकृतिक स्वरुप खोने की चुनौती का सामना करना पड़ रहा है।
- **कुछ ऐतिहासिक शहर (वेनिस या एम्स्टर्डम के कुछ हिस्से)** : जो अपनी पर्यटन वहन क्षमता की सीमा तक पहुँच गए हैं और भीड़भाड़ के कारण गुणवत्ता प्रभावित हो रही है।

सुदृढ़ीकरण का चरण एक दोधारी तलवार है। यह गंतव्य के लिए अधिकतम आर्थिक लाभ लाता है, लेकिन साथ ही भविष्य की चुनौतियों के लिए भी मंच तैयार करता है। इस चरण में सक्रिय और दूरदर्शी प्रबंधन, जिसमें पुनर्निवेश, विविधीकरण और स्थिरता पर ध्यान केंद्रित करना शामिल है, गंतव्य को स्थगन और पतन के जाल में फँसने से रोक सकता है।

4.3.5 स्थगन एवं संतृप्ति चरण (StagnationAnd Saturation Stage)

रिचर्ड बटलर के पर्यटक गंतव्य जीवन चक्र (TALC) मॉडल का पाँचवाँ और सबसे महत्वपूर्ण चरण स्थगन एवं संतृप्ति (StagnationAnd Saturation) है। यह वह संकटपूर्ण बिंदु है जहाँ एक पर्यटन गंतव्य अपनी लोकप्रियता के चरम को पार कर लेता है और गिरावट के संकेत दिखाना शुरू कर देता है। यह वह अवस्था है जहाँ गंतव्य की मूल प्रकृति कम हो जाती है और प्रबंधन के लिए महत्वपूर्ण चुनौतियाँ उत्पन्न होती हैं। यह वह बिंदु है जहां पर्यटक संख्या अपने चरम पर पहुंच जाती है और फिर स्थिर हो जाती है या कम होने लगती है। ऐसी स्थिति में गंतव्य अपनी नवीनता खो सकता है और अधिक भीड़ – भाड़, प्रदूषण और घटते पर्यटक अनुभव जैसी समस्याएं सामने आने लगती हैं। पुरानी या अनुपयोगी सुविधाएं दिखाई देने लगती हैं। उदाहरणस्वरुप कुछ पुराने, अति–विकसित समुद्र तट स्थल या हिल स्टेशन।

स्थगन एवं संतृप्ति की मुख्य अवधारणाएँ और विशेषताएँ

1. **पर्यटक संख्या का उच्चतम बिंदु या गिरावट (Plateau or Decline in Tourist Numbers)**

   यह चरण इस बात से चिन्हित होता है कि अब तक पर्यटकों की संख्या बढ़ना बंद हो जाती है और एक उच्चतम बिंदु पर पहुँच जाती है और फिर धीरे – धीरे कम होना शुरू हो सकती है। गंतव्य अब नए पर्यटकों को आकर्षित करने में कठिनाई महसूस करता है और पुराने ग्राहक भी लौटना बंद कर सकते हैं।

2. **घटती संख्या और ब्रांड छवि का क्षरण (Decreasing NumberAnd Erosion of Brand Image)**

   गंतव्य अपनी नवीनता, उत्साह और विशिष्टता खो देता है। यह पुराना, कमजोर होता हुआ, भीड़–भाड़ वाला या गैर – प्रामाणिक के रूप में देखा जा सकता है। ब्रांड छवि कमजोर पड़ जाती है और नकारात्मक धारणाएँ बढ़ने लगती हैं।

3. **उम्र बढ़ने वाली और अप्रासंगिक सुविधाएँ (AgingAnd Irrelevant Facilities)**

   बुनियादी ढाँचा और पर्यटन सुविधाएँ (होटल, रिसॉर्ट्स, मनोरंजन पार्क) पुरानी हो जाती हैं, खराब रख–रखाव वाली दिख सकती हैं या समकालीन पर्यटक मांगों और प्रतिस्पर्धियों के अनुरूप नहीं होती हैं। नई सुविधाओं का विकास बहुत कम या न के बराबर होता है।

4. **बढ़ते नकारात्मक पर्यावरणीय और सामाजिक – सांस्कृतिक प्रभाव (Mounting Negative EnvironmentalAnd Socio & Cultural Impacts)**

   वर्षों के अत्यधिक उपयोग और अव्यवस्थित विकास के कारण पर्यावरणीय समस्याएँ (प्रदूषण, प्राकृतिक संसाधनों का क्षरण, वन्यजीवों को नुकसान) गंभीर हो जाती हैं। स्थानीय समुदाय में पर्यटकों के प्रति नकारात्मक भावनाएँ बढ़ सकती हैं, जिससे संघर्ष और असंतोष पैदा हो सकता है। भीड़–भाड़, अपराध और बुनियादी सेवाओं पर दबाव बढ़ जाता है।

5. **तीव्र प्रतिस्पर्धा (Intense Competition)**

   गंतव्य को नए अधिक आकर्षक और बेहतर सुविधाओं वाले उभरते गंतव्यों से भयंकर प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ता है। पर्यटक अब विकल्पों की तलाश में रहते हैं।

6. **लाभप्रदता पर दबाव (Pressure on Profitability)**

   पर्यटकों की संख्या में ठहराव या गिरावट के कारण व्यवसायों को लाभप्रदता बनाए रखने में कठिनाई होती है। कीमतें कम हो सकती हैं, जिससे आय पर दबाव बढ़ता है। व्यवसायों के बंद होने या पर्यटन में निवेश में कमी आने के संकेत दिख सकते हैं।

   बटलर ने इस चरण को निर्णायक मोड़ या संकट का चरण के रूप में वर्णित किया। यह वह बिंदु है जहाँ गंतव्य को अपने भविष्य के प्रक्षेपवक्र को निर्धारित करने के लिए महत्वपूर्ण निर्णय लेने पड़ते हैं। यदि कोई कार्रवाई नहीं की जाती है तो पतन अपरिहार्य हो सकता है। इसके प्रमुख लक्षण निम्नलिखित–

   - **पुनर्गठन की आवश्यकता** : बटलर का मानना था कि इस चरण में गंतव्य को अपनी वर्तमान स्थिति का गंभीर मूल्यांकन करना चाहिए और मौलिक पुनर्गठन पर विचार करना चाहिए।
   - **प्रबंधन की विफलता** : प्रायः स्थगन चरण अपर्याप्त या अदूरदर्शी प्रबंधन का परिणाम होता है जिसने विकास और सुदृढ़ीकरण चरणों के दौरान उभरती समस्याओं को संबोधित नहीं किया।
   - **असंतोष का चरम** : इस चरण में पर्यटक और स्थानीय निवासी दोनों असंतुष्ट हो सकते हैं। पर्यटक भीड़ – भाड़ और घटते अनुभव से निराश होते हैं, जबकि स्थानीय लोग पर्यावरण क्षरण और अपनी जीवन शैली पर नकारात्मक प्रभावों से परेशान होते हैं।

इस चरण में पर्यटन विकास के कुछ अवलोकन

- **कुछ पुराने यूरोपीय समुद्र तट** : ये स्थल 1960 और 70 के दशक में लोकप्रिय थे लेकिन अब अपनी चमक खो चुके हैं, उनके होटल पुराने हो चुके हैं और वे युवा या अधिक आधुनिक पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए संघर्ष कर रहे हैं।
- **कुछ दशक पहले के भारत के कुछ धार्मिक स्थल** : जहाँ भीड़ और अव्यवस्था के कारण अनुभव नकारात्मक हो गया था और पर्यटक कम आने लगे थे (जब तक कि उनके बुनियादी ढाँचे और प्रबंधन में सुधार नहीं किया गया)।
- **कुछ पुराने मनोरंजन पार्क** : जो नए और अधिक रोमांचक विकल्पों के सामने अपनी अपील खो चुके हैं और उनका रख – रखाव खराब हो गया है।

स्थगन एवं संतृप्ति का चरण बटलर के मॉडल में सबसे महत्वपूर्ण है क्योंकि यह गंतव्य को एक महत्वपूर्ण चौराहे पर लाता है। इस चरण में यह या तो यह गिरावट के सर्पिल में चला जाएगा या यह एक साहसिक और प्रभावी पुनरुत्थान रणनीति के माध्यम से खुद को नया जीवन देगा। इस चरण में नवाचार, अनुकूलन और रणनीतिक प्रबंधन ही आगे के रास्ते तय करते हैं।

4.3.6 पतन या पुनरुत्थान चरण (Decline or Rejuvenation Stage)

रिचर्ड बटलर के पर्यटक गंतव्य जीवन चक्र (TALC) मॉडल का अंतिम और सबसे महत्वपूर्ण चरण पतन या पुनरुत्थान (Decline or Rejuvenation) है। यह वह बिंदु है जहाँ गंतव्य स्थगन चरण के बाद एक निर्णायक मोड़ पर पहुँचता है और इसका भविष्य इस बात पर निर्भर करता है कि प्रबंधन और हित धारक क्या रणनीतियाँ अपनाते हैं। इसकी व्याख्या निम्न प्रकार से की जाती है –

पतन (Decline) : यदि पर्यटन विकास हेतु नवोन्मेष या कोई विकासात्मक कार्रवाई नहीं की जाती है तो पर्यटन स्थल का पतन हो सकता है। पर्यटक संख्या में भारी गिरावट आती है, सुविधाएं बंद होने लगती हैं, और क्षेत्र एक मृत शहर जैसा दिखाई देता है। जैसे पूर्व के कुछ पुराने औद्योगिक शहर जो पर्यटन पर निर्भर थे और अब यहाँ पर्यटक नहीं आते हैं।

पुनरुत्थान (Rejuvenation) : यदि किसी विकास के अवतलन दिशा की ओर अग्रसर शहर के लिए विकास की सही रणनीतियां अपनाई जाती हैं, तो गंतव्य पुनरुत्थान कर सकता है। इसमें नए आकर्षण विकसित करना, सुविधाओं का नवीनीकरण करना, नए बाजारों को लक्षित करना या एक नई पहचान बनाना शामिल हो सकता है। उदाहरणस्वरुप बर्लिन जैसे शहर जिन्होंने अपनी ऐतिहासिक पहचान को फिर से प्राप्त किया या लिथुआनिया जैसे छोटे देश जो सतत पर्यटन पर ध्यान केंद्रित कर रहे हैं और पर्यटन की दृष्टिकोण से पुनरुत्थान की अवस्था को प्राप्त कर रहे हैं।

4.4 गंतव्य प्रबंधन

पर्यटन में गंतव्य प्रबंधन (Destination Management) एक व्यापक और समन्वित दृष्टिकोण है जिसका उद्देश्य एक विशिष्ट पर्यटन स्थल की दीर्घकालिक सफलता और स्थिरता को सुनिश्चित करना है। यह न केवल पर्यटकों को आकर्षित करने से कहीं अधिक सक्षम है, बल्कि इसमें एक गंतव्य के सभी तत्वों का रणनीतिक प्रबंधन शामिल है जो एक पर्यटक के अनुभव में योगदान करते हैं, साथ ही स्थानीय समुदाय और पर्यावरण की जरूरतों को भी ध्यान में रखते हैं। यह सम्पूर्ण कार्य प्रायः गंतव्य प्रबंधन संगठनों (Destination Management Organizations & DMOs) द्वारा संचालित किया जाता है, जो पर्यटन उद्योग, स्थानीय सरकार, व्यवसायों और समुदायों सहित विभिन्न हितधारकों के बीच समन्वय स्थापित करते हैं।

गंतव्य प्रबंधन की प्रमुख अवधारणाएँ

1. समग्र दृष्टिकोण (HolisticApproach)

- गंतव्य प्रबंधन किसी एक पहलू (केवल विपणन) पर ध्यान केंद्रित नहीं करता, बल्कि गंतव्य के सभी तत्वों को एक साथ जोड़ता है। इसमें उत्पाद विकास, विपणन, बुनियादी ढाँचा, सेवाएँ, मानव संसाधन, पर्यावरण संरक्षण और स्थानीय समुदाय के साथ संबंध शामिल हैं।

- यह सुनिश्चित करता है कि गंतव्य के विभिन्न घटक सामंजस्यपूर्ण रूप से काम करें ताकि एक सुसंगत और उच्च गुणवत्ता वाला अनुभव प्रदान किया जा सके।

2. हितधारक समन्वय (Stakeholder Coordination)

- पर्यटन गंतव्य में कई अलग – अलग हितधारक होते हैं जैसे होटल मालिक, रेस्तरां, परिवहन सेवाएँ, आकर्षण, स्थानीय सरकारें, सामुदायिक समूह, पर्यावरण संगठन, पर्यटक और स्वयं स्थानीय निवासी।
- गंतव्य प्रबंधन इन सभी हितधारकों को एक साझा दृष्टिकोण और लक्ष्य की ओर काम करने के लिए एक साथ लाता है और समन्वय स्थापित करता है। यह सहयोग सुनिश्चित करता है कि सभी पक्ष गंतव्य के सर्वोत्तम हित में काम करें।

3. दीर्घकालिक स्थिरता (Long term Sustainability)

- इसका एक केंद्रीय लक्ष्य पर्यटन के आर्थिक, सामाजिक और पर्यावरणीय प्रभावों को संतुलित करना है। यह भी सुनिश्चित करना है कि पर्यटन से आज लाभ हो, लेकिन भविष्य की पीढ़ियों के लिए भी संसाधन और संस्कृति बनी रहे।
- इसमें पर्यटक गंतव्य जीवन चक्र (TALC) की अवधारणा को समझना और विभिन्न चरणों में आने वाली चुनौतियों का सक्रिय रूप से प्रबंधन करना शामिल है।

4. प्रतिस्पर्धात्मकता बढ़ाना (Enhancing Competitiveness)

- गंतव्य प्रबंधन का उद्देश्य गंतव्य को अन्य प्रतिस्पर्धी स्थलों से अलग करना और उसे अधिक आकर्षक बनाना है। इसमें अद्वितीय विक्रय बिंदु (Unique Selling Propositions & USPs) की पहचान करना और उन्हें बढ़ावा देना शामिल है।
- यह बदलते बाजार रुझानों और पर्यटक अपेक्षाओं के अनुरूप लगातार नवाचार और अनुकूलन पर जोर देता है।

5. पर्यटक अनुभव में सुधार (Improving Visitor Experience)

- गंतव्य प्रबंधन का एक प्रमुख लक्ष्य पर्यटकों के लिए एक यादगार और संतोषजनक अनुभव बनाना है। इसमें उच्च गुणवत्ता वाली सेवाओं, सुरक्षित वातावरण और सुलभ जानकारी सुनिश्चित करना शामिल है।
- यह पर्यटकों की जरूरतों और अपेक्षाओं को समझने के लिए बाजार अनुसंधान का उपयोग करता है।

6. समुदाय के लाभ (Community Benefits)

- सफल गंतव्य प्रबंधन यह सुनिश्चित करता है कि पर्यटन से होने वाले लाभ स्थानीय समुदाय तक पहुँचें, जैसे रोजगार के अवसर, स्थानीय व्यवसायों के लिए राजस्व और सांस्कृतिक विरासत का संरक्षण।
- यह पर्यटन के नकारात्मक प्रभावों को कम करने और स्थानीय निवासियों के जीवन की गुणवत्ता में सुधार करने पर भी केंद्रित है।

4.5 गंतव्य प्रबंधन की आवश्यकता

- **बढ़ती प्रतिस्पर्धा** : वैश्विक पर्यटन बाजार में लगातार बढ़ती प्रतिस्पर्धा का सामना करने के लिए गंतव्यों को विशिष्ट और सुव्यवस्थित होने की आवश्यकता है।
- **जटिलता** : पर्यटन एक जटिल उद्योग है जिसमें विभिन्न प्रकार के खिलाड़ी शामिल होते हैं, जिन्हें प्रभावी संचालन के लिए समन्वय की आवश्यकता होती है।

- **स्थिरता की चुनौतिया** : पर्यटन के सामाजिक – सांस्कृतिक और पर्यावरणीय प्रभावों को प्रबंधित करने के लिए एक समन्वित दृष्टिकोण महत्वपूर्ण है।
- **आर्थिक विकास** : पर्यटन कई क्षेत्रों के लिए एक प्रमुख आर्थिक चालक है और कुशल प्रबंधन यह सुनिश्चित करता है कि यह क्षमता अधिकतम हो।
- **पर्यटक अपेक्षाए** : आधुनिक पर्यटक अधिक प्रामाणिक, टिकाऊ और उच्च गुणवत्ता वाले अनुभवों की तलाश में रहते हैं, जिनके लिए सचेत प्रबंधन की आवश्यकता होती है।

4.6 गंतव्य प्रबंधन संगठन (DMOs) की भूमिका

गंतव्य प्रबंधन संगठन (DMO) प्रायः पर्यटन विकास के कार्य को अंजाम देने वाली प्रमुख संस्थाएँ होती हैं। उनकी भूमिकाएँ बहुआयामी होती हैं –

- **रणनीतिक योजना** : गंतव्य के लिए एक दीर्घकालिक दृष्टि और रणनीतिक योजना विकसित करना।
- **विपणन और ब्रांडिंग** : गंतव्य को बढ़ावा देना और उसकी छवि का निर्माण करना।
- **उत्पाद विकास** : नए आकर्षण और अनुभवों की पहचान करना और उनके विकास का समर्थन करना।
- **अनुसंधान और निगरानी** : बाजार के रुझानों, पर्यटक व्यवहार और प्रभावों का विश्लेषण करना।
- **हितधारक संबंध** : विभिन्न संस्थाओं और व्यवसायों के बीच साझेदारी और सहयोग को बढ़ावा देना।
- **मानव संसाधन विकास** : पर्यटन क्षेत्र में कौशल और सेवा की गुणवत्ता में सुधार करना।
- **संकट प्रबंधन** : अप्रत्याशित घटनाओं (प्राकृतिक आपदाएँ या महामारी) से निपटने की योजना बनाना।

पर्यटन में गंतव्य प्रबंधन एक समन्वित प्रयास है जो एक पर्यटन स्थल को न केवल पर्यटकों के लिए आकर्षक बनाता है, बल्कि इसे स्थानीय समुदाय के लिए भी फायदेमंद और पर्यावरण की दृष्टि से स्थायी बनाता है। यह बटलर के जीवन चक्र मॉडल में वर्णित चरणों के माध्यम से एक गंतव्य की यात्रा को सफलतापूर्वक अनुमानित करने और सफल बनाने की कुंजी है।

4.7 सारांश

आपने इस इकाई में पर्यटक गंतव्य जीवन चक्र एवं प्रबंध का अध्ययन किया है। आप समझ गए होगें कि पर्यटन के विकास में गंतव्य जीवन चक्र एवं प्रबंध के घटकों को क्यों सम्मिलित किया जाता है। इससे विश्व या देश के पर्यटन को गतिशीलता मिलती है तथा उसके विकास को प्रोत्साहन प्राप्त होता है। वास्तव में पर्यटन लोगों, स्थानों और पर्यटन की घटना के बीच जटिल अंतःक्रियाओं को समझने के लिए यह सिद्धांत एक व्यापक ढाँचा प्रदान करता है।

इस इकाई में पर्यटक गंतव्य जीवन चक्र एवं प्रबंध की उपयोगिता, क्षेत्रीय विभिन्नता के विविध आयाम तथा वर्तमान समय में उसकी उपयोगिता को प्रस्तुत किया गया है। इस सिद्धांत का अध्ययन भूगोल में बहुत बाद में शुरू हुआ जिसके कारण वैश्विक स्तर पर इसके अध्ययन के विविध स्वरूप प्रकट करते हुए है। किन्हीं देशों में इसके अध्ययन को ज्यादा महत्त्व दिया गया है तो किन्हीं देशों में कम। समय में होने वाले परिवर्तन के साथ ही पर्यटन के अध्ययन की प्रासंगिकता में वृद्धि हुई है, जिसने पर्यटन भूगोल के विकास में महत्त्वपूर्ण योगदान। इस प्रकार आपने पर्यटन पर्यटक गंतव्य जीवन चक्र एवं प्रबंध का विस्तृत एवं सारगर्भित अध्ययन किया है।

4.8 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

1. 1980 के दशक में पर्यटक गंतव्य जीवन चक्र एवं प्रबंध (TAIC) की अवधारणा का प्रतिपादन निम्नलिखित में से किसके द्वारा किया गया था।

   (क) एडम स्मिथ (ख) रिचर्ड बटलर (ग) कार्ल ओ. सावर (घ) रिचर्ड पिट

2. आमेजन के वर्षा वन किस देश में पाए जाते हैं।

(क) ब्रिटेन (ख) अमेरिका (ग) जर्मनी (घ) ब्राजील

3. पर्यटन विकास के स्थगन एवं संतृप्ति का चरण बटलर के माडल के किस चरण की विशेषता है।

(क) पहला चरण (ख) दूसरा चरण (ग) पांचवां चरण (घ) छठा चरण

4. वन्य जीवों की संख्या में तीव्रता से ह्रास का मुख्य कारण क्या है?

(क) बीमारी (ख) आवासों का विनष्टीकरण (ग) पर्यटन में तीव्रता (घ) कृषि विकास

5. गंतव्य प्रबंध का मुख्य उद्देश्य क्या है?

(क) पर्यटन की दृष्टिकोण से प्रतिस्पर्धी स्थलों को अलग करना एवं आकर्षक बनाना।

(ख) ग्रामीण क्षेत्रों में बुनियादी सुविधाओं का विकास करना।

(ग) नगरीय विकास को प्रोत्साहन।

(घ) विदेश निति को सुदृढ़ बनाना।

4.9 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

- Baghia, Sunil, 2017, Tourism Geography, Book Enclave, New Delhi.
- Kaur, J., 1993, Himalayan PilgrimageAnd New Tourism, Himalayan Books, New Delhi.
- Khanduri, Harshi, 2021, Tourism Geography, J. T. S. Publications, Delhi.
- Mandal, Somdatta, 2010, Indian Travel Narratives, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- Nelson, Velvet, 2017, An Introduction to the Geography of Tourism, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- नीशावा, परवीन, 2022, पर्यटन भूगोल – एक अध्ययन, आर. के. बुक्स, नई दिल्ली.
- बंसल, सुरेश चन्द्र, 2006, पर्यटन एवं यात्रा प्रबन्धन, मीरा प्रकाशन, सहारनपुर (उ.प्र).
- सदैव, शशिकांता, 2019, भारत के प्रसिद्ध मंदिर, यात्रा और धाम, प्रभाकर प्रकाशन, नई दिल्ली.
- मौर्य, एस. डी., 2023, पर्यटन भूगोल, शारदा पुस्तक भवन, प्रयागराज.
- यादव, बी., दुबे, पी. एवं यादव, आर. एस., 2016, काशी का एक सांस्कृतिक विरासत सारनाथ : पर्यटन के विशेष सन्दर्भ में, उत्तर भारत भूगोल परिषद, गोरखपुर (उ.प्र).
- यादव, बी., एवं प्रजापति, ए. एल., 2024, काशी परिक्षेत्र में संपन्न होने वाली यात्राओं के महात्म्य का भौगोलिक विश्लेषण, ज्ञानसौर्यम साइंटिफिक रिफ्रिड शोध पत्रिका, प्रयागराज.

4.10 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

1. पर्यटक गंतव्य जीवन चक्र की अवधारणा की व्याख्या कीजिए?
2. पर्यटक गंतव्य जीवन चक्र के विभिन्न चरणों की व्याख्या उदहारण सहित कीजिए?
3. गंतव्य प्रबंध क्या है। इसकी आवश्यकता का वर्णन कीजिए?

इकाई–5 यात्रा और पर्यटन के मनोवैज्ञानिक, आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक एवं पर्यावरणीय आयाम

इकाई की रूपरेखा

5.0 प्रस्तावना

5.1 उद्देश्य

5.2 यात्रा एवं पर्यटन के आयाम

5.3 सारांश

5.4 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

5.5 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

5.6 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

5.0 प्रस्तावना

यात्राएं पर्यटन का अभिन्न अंग होती है जिसमें पृथ्वी तल की प्राकृतिक एवं सांस्कृतिक विविधताओं का अवलोकन क्रमबद्ध एवं वैज्ञानिक विधि से ज्ञानवर्धन, वातावरण परिवर्तन, आमोद – प्रमोद एवं स्वास्थ्य लाभ हेतु प्राप्त किए जाते हैं। यात्रा मूलतः मानव का सबसे प्राचीन तथा मौलिक प्रवृत्ति रही है। भूगोल का उद्देश्य धरातलीय एवं मानवीय विभिन्नताओं का अध्ययन करना रहा है जबकि यात्रा द्वारा इन्ही विभिन्नताओं का अध्ययन कर ज्ञान की वृद्धि एवं मनोरंजन, जलवायु परिदृश्य एवं सहगामी बुनियादी सुविधाओं की उपलब्धता को क्रमबद्ध करना है। भौगोलिक अध्ययन के अन्य पक्षों का भी संबंध यात्राओं से है जहां प्राकृतिक दृश्य, पर्वत, झील, जलवायु आदि भौतिक भूगोल के क्षेत्र है, वहीं संस्कृति, लोक कलाएं, रीति – रिवाज, परम्पराएँ, मंदिरों एवं भवनों की मूर्ति कलाएं, उत्तखनन स्थलों से प्राप्त मूर्तियाँ एवं स्मारक आदि इसके सांस्कृतिक पक्ष हैं। मनोरंजनात्मक क्रियाएँ मनोरंजन भूगोल से, आधारभूत ढांचों का विकास आर्थिक भूगोल से तथा मानवीय पक्षों का व्यावहारिक अध्ययन व्यावहारिक भूगोल से संबन्धित है।

संस्कृत साहित्य में ऐसे भ्रमण के लिए तीन शब्द उल्लेखित है जो मूल शब्द अटन से लिया गया है जिसका अर्थ किसी स्थान के लिए प्रस्थान करना होता है।

- पर्यटन जिसका तात्पर्य ज्ञान तथा आनंद के लिए बाहर जाना होता है।
- देशाटन जिसका तात्पर्य मुख्य रूप से आर्थिक लाभ के लिए देश से बाहर जाना होता है।
- तीर्थाटन इसका तात्पर्य धार्मिक महत्ता के स्थानों की यात्रा करना होता है।

तीर्थाटन को किसी राजनीतिक या प्राकृतिक सीमा से नहीं बाधा जा सकता है। एक भौगोलिक सीमा के अंतर्गत आने वाले तीर्थस्थलों के विकास के लिए सीमाएं निर्धारित की जा सकती है। तीर्थयात्रियों की रूचि प्राकृतिक एवं सांस्कृतिक सौंदर्य से भरे स्थलों को देखने की अधिक होती है। पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए आवश्यक है कि तीर्थाटन स्थलों के विशिष्ट चरित्र को नष्ट न होने दिया जाए। तीर्थाटन सामाजिक एवं सांस्कृतिक विकास का महत्त्वपूर्ण माध्यम है। यह क्षेत्रीय विकास में सहायता करता है तथा सामाजिक, शिक्षा एवं बेहतर संबन्धों के माध्यम के रूप में भी कार्य करता है।

5.1 उद्देश्य

तीर्थाटन के विभिन्न आयामों को यदि सुचारु रूप से विकसित कर दिया जाए तो विदेशी मुद्रा अर्जित करने का एक मत्वपूर्ण साधन बन जाएगा। इस क्षेत्र में किया गया निवेश हर क्षेत्र में रोजगार सृजन का माध्यम है। प्रस्तुत इकाई के उद्देश्य निम्नलिखित है –

1. यात्रा एवं पर्यटन के मनोवैज्ञानिक आयाम का अध्ययन करना।
2. यात्रा एवं पर्यटन के आर्थिक आयाम को स्पष्ट करना।
3. यात्रा एवं पर्यटन के सामाजिक एवं सांस्कृतिक आयाम को रेखांकित करना।
4. यात्रा एवं पर्यटन के पर्यावरणीय आयाम की व्याख्या करना।

5.2 यात्रा एवं पर्यटन के आयाम

5.2.1 मनोवैज्ञानिक आयाम (Psychological Dimensions)

यात्रा और पर्यटन का व्यक्ति के मन पर गहरा प्रभाव पड़ता है। यह तनाव कम करने, खुशी और संतोष बढ़ाने, नई चीजें सीखने, आत्म – खोज और व्यक्तिगत विकास में सहायक है। लोग नई संस्कृतियों और जीवनशैलियों का अनुभव करते हैं, जिससे उनकी सोच का दायरा बढ़ता है। यह जिज्ञासा शांत करने और साहसिक भावना को संतुष्ट करने का भी एक माध्यम है। कुछ लोग धार्मिक या आध्यात्मिक कारणों से भी यात्रा करते हैं, जो उन्हें मानसिक शांति प्रदान करती है। यात्रा और पर्यटन सिर्फ नए स्थानों को देखने या आराम करने से कहीं बढ़कर है। यह मानव के मनोविज्ञान के साथ गहराई से जुड़ा हुआ है। यह हमारे अंतर्मन, व्यक्तित्व और विश्वदृष्टि को कई तरह से प्रभावित करता है। यहाँ यात्रा और पर्यटन के कुछ प्रमुख मनोवैज्ञानिक आयाम की व्याख्या की गई हैं –

1. **तनाव कम करना और कल्याण (Stress ReductionAnd Well being)**

   यात्रा रोजमर्रा की जिंदगी के तनाव से मुक्ति दिलाती है। नए वातावरण में रहना, नई गतिविधियों में शामिल होना और दिनचर्या से दूर जाना तनाव के स्तर को कम करने, चिंता को कम करने और मानसिक कल्याण को बढ़ाने में मदद करता है। अध्ययन एवं शोध से इस बात का बोध होता है कि यात्रा से खुशी और संतुष्टि का स्तर बढ़ सकता है, साथ ही तनाव और अशांति का खतरा भी कम हो सकता है।

2. **व्यक्तिगत विकास और आत्म – खोज (Personal GrowthAnd Self & Discovery)**

   यात्रा हमें अपने स्थायी निवास क्षेत्र से बाहर धकेलती है। अपरिचित परिस्थितियों में पलायन करना, नई संस्कृतियों के साथ बातचीत करना और अप्रत्याशित चुनौतियों का सामना करना, समस्या का समाधान, कौशल को बढ़ाना और आत्म विश्वास पैदा करना पर्यटन का प्रमुख कार्य है। यह आत्म – प्रतिबिंब और आत्म – खोज का अवसर प्रदान करता है, जिससे व्यक्तियों को अपनी प्राथमिकताओं, मूल्यों और आकांक्षाओं को बेहतर ढंग से समझने में मदद मिलती है।

3. **सांस्कृतिक संवेदनशीलता और सहानुभूति (Cultural SensitivityAnd Empathy)**

   नई संस्कृतियों और जीवनशैली से सीधे संपर्क में आने से सांस्कृतिक संवेदनशीलता और सहानुभूति बढ़ती है। यह पूर्वाग्रहों को तोड़ने और दुनिया के बारे में अधिक व्यापक दृष्टिकोण विकसित करने में मदद करता है। जब हम दूसरों के अनुभवों को समझते हैं, तो यह हमारी सामाजिक समझ और वैश्विक नागरिकता को मजबूत करता है।

4. **रचनात्मकता और प्रेरणा (CreativityAnd Inspiration)**

   नए अनुभवों और दृष्टिकोणों के संपर्क में आने से रचनात्मकता और प्रेरणा को बढ़ावा मिल सकता है। नए स्थलों, ध्वनियों और खान – पान का अनुभव मस्तिष्क को उत्तेजित करता है और नए विचारों को जन्म दे सकता है। कई कलाकार, लेखक और नवप्रवर्तक प्रेरणा के लिए यात्रा पर निर्भर रहते हैं।

5. **सामाजिक संबंध और संबंध (Social ConnectionAnd Bonding)**

   यात्रा प्रायः दूसरों के साथ नए संबंध बनाने का अवसर प्रदान करती है, चाहे वे सहयात्री हों, स्थानीय लोग हों या यात्रा के साथी हों। यह पारिवारिक संबंधों को मजबूत करने और दोस्तों के साथ यादगार अनुभव बनाने का भी एक शानदार तरीका है। साझा यात्रा अनुभव स्थायी यादें और गहरे संबंध बना

सकते हैं।

6. **पलायनवाद और नवीनता की खोज (EscapismAnd Novelty Seeking)**

कुछ व्यक्तियों के लिए यात्रा एक प्रकार का पलायनवाद है, जो उन्हें रोजमर्रा की जिम्मेदारियों से दूर जाने और कुछ समय के लिए एक अलग वास्तविकता में जीवन व्यतीत की अनुमति देता है। यह मानव मन की नवीनता की खोज की अंतर्निहित इच्छा को भी संतुष्ट करता है, नए अनुभवों की तलाश करने और एकांत तथा अशांति से बचने की हमारी प्रवृत्ति को पूरा करता है।

7. **प्रत्याशा और स्मृति (AnticipationAnd Memory)**

यात्रा का मनोवैज्ञानिक प्रभाव यात्रा शुरू होने से बहुत पहले ही शुरू हो जाता है, जब हम अपनी यात्रा की प्रत्याशा करते हैं और उसकी योजना बनाते हैं। यह प्रत्याशा खुशी और उत्साह का स्रोत हो सकती है। यात्रा समाप्त होने के बाद स्मृति में बनी रहने वाली यादें खुशी और संतुष्टि का एक महत्वपूर्ण स्रोत होती हैं, जो हमें हमारे अनुभवों को फिर से जीने की अनुमति देती हैं। कुल मिलाकर यात्रा और पर्यटन मानव मन पर एक शक्तिशाली और सकारात्मक प्रभाव डालते हैं, जो व्यक्तिगत विकास, भावनात्मक कल्याण और विश्व के बारे में हमारी समझ में योगदान करते हैं।

5.2.2 आर्थिक आयाम (Economic Dimensions)

पर्यटन एक महत्त्वपूर्ण उद्योग है जो किसी भी देश की अर्थव्यवस्था में महत्वपूर्ण योगदान देता है। इसके प्रमुख आर्थिक प्रभाव निम्नलिखित हैं –

- **रोजगार सृजन** : होटल, रेस्तरां, परिवहन, पर्यटन निर्देशक और हस्तशिल्प जैसे विभिन्न क्षेत्रों में प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रूप से रोजगार के अवसर पैदा होते हैं।
- **विदेशी मुद्रा आय** : अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक विदेशी मुद्रा खर्च करते हैं, जिससे देश की विदेशी मुद्रा भंडार में वृद्धि होती है और आर्थिक स्थिरता आती है।
- **सकल घरेलू उत्पाद (GDP) में योगदान** : पर्यटन क्षेत्र देश के सकल घरेलू उत्पाद में महत्वपूर्ण योगदान देता है, जैसे भारत में यह लगभग 9.2% का योगदान देता है।
- **बुनियादी ढांचे का विकास** : पर्यटन–स्थलों के विकास के लिए सड़कें, हवाई अड्डे, होटल और अन्य सुविधाओं का निर्माण होता है, जिससे समग्र बुनियादी ढांचे में सुधार होता है।
- **स्थानीय व्यवसायों को बढ़ावा** : छोटे – मोटे स्थानीय व्यवसाय जैसे दुकानें, रेस्तरां और शिल्पकला उद्योगपर्यटकों के आगमन से फलते – फूलते हैं।

यात्रा और पर्यटन किसी भी देश की अर्थव्यवस्था के लिए एक महत्वपूर्ण स्तंभ है, जो प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रूप से बड़े पैमाने पर आर्थिक गतिविधियों को बढ़ावा देता है। यह सिर्फ एक अवकाशीय गतिविधि नहीं है, बल्कि एक उद्योग है जो रोजगार सृजन, विदेशी मुद्रा आय और बुनियादी ढांचे के विकास में महत्वपूर्ण योगदान देता है।

यात्रा और पर्यटन के प्रमुख आर्थिक आयाम निम्नलिखित हैं –

1. **सकल घरेलू उत्पाद (GDP) में योगदान**

पर्यटन क्षेत्र प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रूप से सकल घरेलू उत्पाद (GDP) में महत्वपूर्ण योगदान देता है। इसमें होटल, रेस्तरां, परिवहन सेवाएं (एयरलाइन, ट्रेन, बस, टैक्सी) पर्यटन एजेंसियां, पर्यटन संचालक और मनोरंजन स्थल जैसे संग्रहालय, स्मारक और मनोरंजन स्थल सम्मिलित हैं।

- **प्रत्यक्ष योगदान** : इसमें सीधे पर्यटकों द्वारा खर्च किया गया पैसा सम्मिलित किया जाता है, जैसे आवास, भोजन, परिवहन और आकर्षण पर खर्च।
- **अप्रत्यक्ष योगदान** : इसमें उन उद्योगों को होने वाला लाभ सम्मिलित किया जाता है जो सीधे पर्यटन से जुड़े नहीं हैं, लेकिन फिर भी पर्यटन पर निर्भर करते हैं, जैसे कृषि (खाद्य आपूर्ति),

निर्माण (होटल और बुनियादी ढांचा) और खुदरा इत्यादि।

भारत में यात्रा और पर्यटन क्षेत्र 2023 में GDP में INR 19.13 ट्रिलियन से अधिक का योगदान कर चुका है, जो 2019 के स्तर से 10% अधिक है। 2023 में भारत के GDP में पर्यटन का योगदान लगभग 5% था। यह 2034 तक INR 43.25 ट्रिलियन तक पहुंचने की उम्मीद है।

2. रोजगार सृजन

पर्यटन एक श्रम प्रधान उद्योग है, जो बड़ी संख्या में प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रोजगार के अवसर पैदा करता है।

- **प्रत्यक्ष रोजगार** : होटल स्टाफ, पर्यटक सलाहकार, पर्यटन निर्देशक, एयरलाइन कर्मचारी, रेस्तरां कर्मचारी, कारीगर और पर्यटक स्थलों पर काम करने वाले लोग।
- **अप्रत्यक्ष रोजगार** : उन उद्योगों में रोजगार जो पर्यटन क्षेत्र को सेवाएं और सामान प्रदान करते हैं, जैसे खा। प्रसंस्करण, निर्माण, सुरक्षा सेवाएं, और सौन्दर्य प्रसाधन से जुड़े लोग।

  वर्ष 2023 में पर्यटन क्षेत्र ने भारत में लगभग 43 मिलियन (4-3 करोड़) रोजगार सृजित किए, जो 2019 से 8% अधिक है। यह संख्या 2034 तक लगभग 63 मिलियन तक पहुंचने का अनुमान है।

3. विदेशी मुद्रा आय (Foreign Echange Earnings)

अंतर्राष्ट्रीय पर्यटकों के आगमन से देश को विदेशी मुद्रा प्राप्त होती है, जो भुगतान संतुलन में सुधार करती है। विदेशी पर्यटक जब किसी देश में आते हैं तो वे अपने देश की मुद्रा को स्थानीय मुद्रा में बदलते हैं, जिससे देश की विदेशी मुद्रा भंडार बढ़ता है। यह देश की अर्थव्यवस्था को मजबूत करने में मदद करता है। वर्ष 2023 में भारत को पर्यटन से विदेशी मुद्रा आय (FEÈ) $28.077 बिलियन अमेरिकी डॉलर थी, जो 2022 से 31.5% की वृद्धि दर्शाती है।

4. बुनियादी ढांचे का विकास

पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए सरकारों और निजी क्षेत्र को परिवहन नेटवर्क (सड़कें, हवाई अड्डे, रेलवे), आवास (होटल, रिसॉर्ट्स), संचार प्रणाली और अन्य पर्यटक सुविधाओं जैसे बुनियादी ढांचे में निवेश करना पड़ता है। यह बुनियादी ढांचा न केवल पर्यटकों के लिए, बल्कि स्थानीय आबादी के लिए भी फायदेमंद होता है, जिससे समग्र आर्थिक विकास होता है।

5. स्थानीय अर्थव्यवस्था को बढ़ावा

पर्यटन स्थानीय व्यवसायों को सीधे लाभ पहुंचाता है। छोटे होटल, गेस्ट हाउस, स्थानीय रेस्तरां, हस्तशिल्प की दुकानें, स्थानीय परिवहन प्रदाता और निर्देशक सभी पर्यटन से लाभान्वित होते हैं। यह ग्रामीण और दूरस्थ क्षेत्रों में भी आर्थिक गतिविधि को बढ़ावा देता है जहां अन्य उद्योग मौजूद नहीं हो सकते हैं।

6 राजस्व सृजन (सरकार के लिए)

पर्यटन सरकार के लिए विभिन्न स्रोतों से राजस्व उत्पन्न करता है, जिसमें निम्नलिखित सम्मिलित होते हैं –

- पर्यटकों पर लगने वाले कर (होटल कर एवं वस्तु और सेवा कर)
- वीजा शुल्क
- पार्क प्रवेश शुल्क
- विमान किराया और अन्य परिवहन पर कर

यह राजस्व सरकार को सार्वजनिक सेवाओं और बुनियादी ढांचे में निवेश करने में मदद करता है।

7. क्षेत्रीय विकास और असंतुलन में कमी

पर्यटन कुछ ऐसे क्षेत्रों में भी आर्थिक विकास ला सकता है जो आर्थिक रूप से वंचित होते हैं। यह ग्रामीण और पिछड़े क्षेत्रों में विकास को प्रोत्साहित करता है, जिससे क्षेत्रीय असमानताओं को कम करने में मदद मिलती है और स्थानीय समुदायों को सशक्त बनाया जाता है।

8. सांस्कृतिक और विरासत का संरक्षण

पर्यटन से सांस्कृतिक विरासत स्थलों, स्मारकों और परंपराओं के संरक्षण के लिए धन और प्रेरणा मिलती है। जब ये स्थल पर्यटकों को आकर्षित करते हैं, तो उनकी सुरक्षा और रख – रखाव के लिए आर्थिक प्रोत्साहन मिलता है जिससे सांस्कृतिक पहचान बनी रहती है।

यात्रा और पर्यटन एक शक्तिशाली आर्थिक इंजन है जो न केवल प्रत्यक्ष मौद्रिक लाभ प्रदान करता है बल्कि रोजगार के अवसर पैदा करता है। पर्यटन बुनियादी ढांचे को विकसित करता है, विदेशी मुद्रा अर्जित करता है और स्थानीय समुदायों के विकास को भी बढ़ावा देता है।

5.2.3 सामजिक–सांस्कृतिक आयाम (Socio & Cultural Dimensions)

पर्यटन का समाज और संस्कृति पर दोहरा प्रभाव पड़ता है। ये प्रभाव सकारात्मक और नकारात्मक दो प्रकार के होते हैं जो निम्नलिखित है –

सकारात्मक प्रभाव

- **सांस्कृतिक आदान – प्रदान** : पर्यटक स्थानीय संस्कृति, परंपराओं, कला और जीवनशैली के बारे में सीखते हैं, जबकि स्थानीय लोग भी पर्यटकों की संस्कृतियों से परिचित होते हैं।
- **सांस्कृतिक विरासत का संरक्षण** : पर्यटन से ऐतिहासिक स्थलों, स्मारकों, लोक कलाओं और पारंपरिक नृत्यों के संरक्षण को प्रोत्साहन मिलता है। ये पर्यटकों के लिए आकर्षण का केंद्र होते हैं।
- **राष्टोय एकता और अंतर्राष्ट्रीय सद्भाव** : विभिन्न क्षेत्रों या देशों के लोगों के बीच संपर्क और समझ बढ़ती है, जिससे राष्ट्रीय एकता और अंतर्राष्ट्रीय सद्भाव को बढ़ावा मिलता है।
- **सामाजिक सशक्तिकरण** : पर्यटन महिलाओं और युवाओं जैसे हाशिए पर पड़े समुदायों के लिए रोजगार और आर्थिक अवसर प्रदान कर सकता है।

नकारात्मक प्रभाव

- **संस्कृति का व्यावसायीकरण** : पर्यटक आकर्षण के लिए स्थानीय संस्कृति का अत्यधिक व्यावसायीकरण हो सकता है, जिससे उसकी मौलिकता प्रभावित हो सकती है।
- **सामाजिक विघटन** : पर्यटकों की भीड़ और उनकी अलग जीवनशैली से स्थानीय समुदायों में असुविधा और तनाव बढ़ सकता है।
- **अपराध में वृद्धि** : कुछ पर्यटन–स्थलों पर अपराध दर में वृद्धि देखी जा सकती है।
- **प्रदूषण** : अत्यधिक पर्यटन से कूड़े – कचरे और प्रदूषण में वृद्धि हो सकती है।

यात्रा और पर्यटन केवल आर्थिक या मनोवैज्ञानिक गतिविधियाँ नहीं हैं, बल्कि ये समाज और संस्कृति पर भी गहरा प्रभाव डालती हैं। ये प्रभाव सकारात्मक और नकारात्मक दोनों हो सकते हैं, जो गंतव्य स्थान के समुदाय और पर्यटक के बीच की बातचीत की प्रकृति पर निर्भर करते हैं।

यात्रा और पर्यटन के प्रमुख सामाजिक – सांस्कृतिक आयाम दिए गए हैं –

1. सांस्कृतिक आदान – प्रदान और समझ को बढ़ावा (Promoting Cultural ExchangeAnd Understanding)

संस्कृतियाँ प्राचीन काल मानव सभ्यता के विकास का केंद्र बिंदु रहीं है जिसका अध्ययन, अवलोकन,

सामाजिक मिलाप एवं व्यापार करने के उद्देश्य से मानव ने एक स्थान से दूसरे स्थान तक भ्रमण किया है। इसके प्रमुख योगदान निम्नलिखित है –

- **सकारात्मक** : पर्यटन विभिन्न संस्कृतियों के लोगों को एक साथ लाता है, जिससे आपसी समझ, सम्मान और सहिष्णुता बढ़ती है। पर्यटक स्थानीय रीति–रिवाजों, परंपराओं, कला, संगीत, भोजन और जीवन शैली का अनुभव करते हैं, जिससे उनके विश्वदृष्टि का विस्तार होता है। स्थानीय समुदाय भी पर्यटकों की संस्कृतियों के बारे में सीखते हैं।
- **नकारात्मक** : सतही सांस्कृतिक अनुभव, जहां पर्यटक केवल दर्शनीय स्थलों को देखते हैं और गहरे सांस्कृतिक संपर्क से बचते हैं, गलतफहमी या रूढ़िवादिता को बढ़ावा दे सकते हैं।

2. **स्थानीय संस्कृति और विरासत का संरक्षण (Preservation of Local CultureAnd Heritage)**

- **सकारात्मक** : पर्यटन से सांस्कृतिक स्थलों, स्मारकों, पारंपरिक कला के विविध स्वरूपों और लोककथाओं के संरक्षण के लिए आर्थिक प्रोत्साहन और जागरूकता मिलती है। जब ये धरोहरें पर्यटकों को आकर्षित करती हैं, तो उनके रख – रखाव और प्रचार के लिए धन उपलब्ध होता है।
- नकारात्मक : पर्यटक दबाव से संवेदनशील स्थलों का क्षरण हो सकता है। प्रतिरूप पर्यटन वे होते हैं जहाँ संस्कृति को केवल प्रदर्शन के लिए रूपांतरित किया जाता है, जिससे उसकी प्रामाणिकता को कम हो सकती है।

3. **सामुदायिक विकास और सशक्तिकरण (Community DevelopmentAnd Empowerment)**

- सकारात्मक : पर्यटन स्थानीय समुदायों के लिए आय और रोजगार के अवसर पैदा कर सकता है, खासकर दूरदराज के क्षेत्रों में जहां अन्य आर्थिक अवसर सीमित हो सकते हैं। यह सामुदायिक परियोजनाओं, शिक्षा और स्वास्थ्य सेवाओं में निवेश को भी बढ़ावा दे सकता है।
- नकारात्मक : पर्यटन से होने वाले लाभों का प्रायः असमान वितरण होता है, जिससे स्थानीय आबादी के एक छोटे हिस्से को ही फायदा होता है, जबकि अधिकांश लोग हाशिए पर रहते हैं। बाहरी निवेशकों का प्रभुत्व स्थानीय व्यवसायों को नुकसान पहुंचा सकता है।

4. **जीवन की गुणवत्ता पर प्रभाव (Impact on Quality of Life)**

- सकारात्मक : पर्यटन स्थानीय आबादी के लिए नए मनोरंजन और सुविधाएं (बेहतर सड़कें, रेस्तरां, दुकानें) ला सकता है। यह सांस्कृतिक गौरव और पहचान की भावना को भी मजबूत कर सकता है क्योंकि स्थानीय लोग अपनी विरासत को साझा करते हैं।
- **नकारात्मक** : अधिक पर्यटन भीड़ – भाड़, शोर, प्रदूषण और संसाधनों (पानी, बिजली) पर दबाव बढ़ा सकता है, जिससे स्थानीय लोगों के लिए जीवन की गुणवत्ता कम हो सकती है। पर्यटन के कारण आवास की लागत बढ़ सकती है और स्थानीय लोगों को अपने घरों से विस्थापित होना पड़ सकता है।

5. **सामाजिक परिवर्तन और प्रभाव (Social ChangeAnd Impact)**

- **सकारात्मक** : पर्यटन नए विचारों, दृष्टिकोणों और आधुनिक जीवन शैली के संपर्क में आने से सामाजिक परिवर्तन को बढ़ावा दे सकता है, विशेषकर रूढ़िवादी समाजों में अधिक उपयोगी होता है। यह लैंगिक समानता और अल्पसंख्यक समूहों के अधिकारों को बढ़ावा दे सकता है।
- **नकारात्मक** : पर्यटन पश्चिमीकरण या उपभोक्तावाद को बढ़ावा दे सकता है, जिससे पारंपरिक मूल्यों और सामाजिक संरचनाओं का क्षरण हो सकता है। यह अपराध दर में वृद्धि और अनैतिक गतिविधियों (बाल शोषण) को भी बढ़ावा दे सकता है।

6. **सामाजिक संपर्क और मेजबान – अतिथि संबंध (Social InteractionAnd Host & Guest**

Relations)

- **सकारात्मक** : सकारात्मक और सम्मान जनक संपर्क से पर्यटकों और स्थानीय लोगों के बीच दोस्ती और समझ विकसित हो सकती है। मेजबान समुदाय पर्यटकों से नए कौशल सीख सकते हैं और उनकी भाषा क्षमताओं में सुधार कर सकते हैं।
- **नकारात्मक** : पर्यटक मेजबान संबंध प्रायः सत्ता के असंतुलन से ग्रस्त होते हैं, जहाँ पर्यटक उपभोक्ता होते हैं और स्थानीय लोग सेवा प्रदाता होते है। यह स्थानीय लोगों में अतिक्रमण या विनिमय की भावना पैदा कर सकता है। पर्यटकों का अशिष्ट व्यवहार या सांस्कृतिक अज्ञानता भी नकारात्मक भावनाओं को जन्म दे सकती है।

यात्रा और पर्यटन समाज और संस्कृति के साथ एक जटिल संबंध साझा करते हैं साथ ही साथ उनमें सांस्कृतिक संवर्धन, सामुदायिक विकास और आपसी समझ को बढ़ावा देने की जबरदस्त क्षमता है। अगर उन्हें सावधानीपूर्वक प्रबंधित नहीं किया गया तो वे नकारात्मक सामाजिक और सांस्कृतिक प्रभाव भी डाल सकते हैं। स्थायी पर्यटन प्रथाएं इन नकारात्मक प्रभावों को कम करने और सकारात्मक योगदान को अधिकतम करने का लक्ष्य रखती हैं।

5.2.4 पर्यावरणीय आयाम (Environmental Dimensions)

पर्यटन और पर्यावरण एक – दूसरे से गहराई से जुड़े हुए हैं। पर्यटन के पर्यावरणीय प्रभाव भी सकारात्मक और नकारात्मक दो रूपों में हो सकते हैं –

सकारात्मक प्रभाव

- **संरक्षण के लिए वित्तपोषण** : पर्यटन से प्राप्त आय का उपयोग पर्यावरण संरक्षण, वन्यजीव अभयारण्यों और राष्ट्रीय उ।ानों के रख – रखाव के लिए किया जा सकता है।
- **पर्यावरणीय जागरूकता** : पर्यटक प्राकृतिक सुंदरता और पारिस्थितिक तंत्र के महत्व को समझते हैं, जिससे पर्यावरण के प्रति जागरूकता बढ़ती है।
- **प्राकृतिक आवासों का संरक्षण** : कुछ पर्यटन गतिविधियां जैसे इको – टूरिज्म, प्राकृतिक आवासों और जैव विविधता के संरक्षण को बढ़ावा देती हैं।

नकारात्मक प्रभाव

- **प्रदूषण** : हवाई यात्रा, वाहनों के उपयोग और पर्यटकों की भीड़ से वायु प्रदूषण, ध्वनि प्रदूषण और जल प्रदूषण बढ़ सकता है।
- **संसाधनों का अत्यधिक उपयोग** : पर्यटन–स्थलों पर पानी, ऊर्जा और अन्य प्राकृतिक संसाधनों का अत्यधिक उपयोग हो सकता है।
- **कूड़े – कचरे में वृद्धि** : प्लास्टिक और अन्य गैर–अपघटनीय पदार्थों के जमाव से पर्यावरण को नुकसान पहुंचता है।
- **पारिस्थितिक तंत्र पर दबाव** : संवेदनशील पारिस्थितिक तंत्र, जैसे पहाड़, जंगल और तटीय क्षेत्रों पर पर्यटकों की अत्यधिक संख्या से दबाव बढ़ सकता है, जिससे वन्यजीवों के आवास प्रभावित हो सकते हैं।
- **वनों की कटाई** : पर्यटन बुनियादी ढांचे के विकास के लिए पेड़ों की कटाई और प्राकृतिक आवासों का विनाश हो सकता है।

इन सभी आयामों को ध्यान में रखते हुए, सतत पर्यटन (Sustainable Tourism) को बढ़ावा देना महत्वपूर्ण है ताकि पर्यटन के सकारात्मक प्रभावों को बढ़ाया जा सके और नकारात्मक प्रभावों को कम किया जा सके। यात्रा और पर्यटन का पर्यावरण पर गहरा और बहुआयामी प्रभाव पड़ता है, जो सकारात्मक और नकारात्मक दोनों हो सकता है। जैसे – जैसे पर्यटन बढ़ता है, इन पर्यावरणीय आयामों को समझना और उनका प्रबंधन करना अधिक

महत्वपूर्ण होता जा रहा है।

यात्रा और पर्यटन के प्रमुख पर्यावरणीय आयाम दिए गए हैं –

1. **संसाधन उपभोग और अपशिष्ट उत्पादन (Resource ConsumptionAnd Waste Generation)**

- **पानी का उपयोग** : होटल, रिसॉर्ट्स, गोल्फ कोर्स और स्विमिंग पूल जैसे पर्यटक प्रतिष्ठानों को भारी मात्रा में पानी की आवश्यकता होती है, जिससे स्थानीय जल संसाधनों पर दबाव पड़ सकता है, खासकर सूखे क्षेत्रों में इसके प्रभाव अधिक देखे जाते हैं।
- **ऊर्जा का उपयोग** : हवाई यात्रा, वातानुकूलित आवास, और पर्यटक गतिविधियों के लिए ऊर्जा की बड़ी खपत होती है, जिससे जीवाश्म ईंधन पर निर्भरता बढ़ती है और ग्रीनहाउस गैस उत्सर्जन होता है।
- **अपशिष्ट उत्पादन** : पर्यटकों द्वारा उत्पन्न कचरा (प्लास्टिक की बोतलें, खाद्य आदि) प्रायः स्थानीय अपशिष्ट प्रबंधन प्रणालियों पर अत्यधिक बोझ डालता है, खासकर उन क्षेत्रों में जिनकी बुनियादी ढांचा कमजोर है। इससे लैंडफिल में वृद्धि और प्रदूषण हो सकता है।

2. **जैव विविधता पर प्रभाव (Impact on Biodiversity)**

- **प्राकृतिक आवासों का विनाश** : होटल, रिसॉर्ट्स, सड़कें और अन्य पर्यटन बुनियादी ढांचे के निर्माण के लिए प्रायः संवेदनशील पारिस्थितिक तंत्रों जैसे जंगलों, मैंग्रोव और तटीय क्षेत्रों का विनाश होता है, जिससे वन्यजीवों के आवास नष्ट होते हैं।
- **प्रदूषण** : पर्यटकों के जहाजों से तेल का रिसाव, अपशिष्ट जल का निर्वहन, और अनुपचारित सीवेज का निपटान समुद्री जीवन और ताजे पानी के पारिस्थितिक तंत्रों को प्रदूषित कर सकता है। प्लास्टिक प्रदूषण विशेष रूप से समुद्री जीवन के लिए एक बड़ा खतरा है।
- **वन्यजीवों का व्यवधान** : पर्यटक गतिविधियाँ जैसे सफारी, व्हेल–वॉचिंग या डाइविंग, अगर ठीक से नियंत्रित न की जाएँ, तो वन्यजीवों के प्राकृतिक व्यवहार को बाधित कर सकती हैं, उनके प्रजनन और भोजन के प्रतिरूप को प्रभावित कर सकती हैं।
- **प्रजातियों का परिचय** : पर्यटक अनजाने में भी आक्रामक प्रजातियों (पौधों, जानवरों, सूक्ष्मजीवों) को नए वातावरण में ला सकते हैं, जो स्थानीय पारिस्थितिक तंत्र को नुकसान पहुंचा सकती हैं।

3. **भूमि उपयोग और तटीय क्षरण (Land UseAnd Coastal Erosion)**

- **तटीय विकास** : समुद्र तट पर्यटन के लिए तटीय क्षेत्रों में बड़े पैमाने पर निर्माण होता है, जिससे रेत के टीलों का विनाश, समुद्र तट का क्षरण और तटीय पारिस्थितिक तंत्रों (मूंगा चट्टानें और मैंग्रोव) को नुकसान होता है जो तटीय क्षेत्रों को तूफानों से बचाते हैं।
- **भूमि उपयोग में परिवर्तन** : पर्यटन के लिए कृषि भूमि या अन्य प्राकृतिक भूमि का उपयोग रिसॉर्ट्स, गोल्फ कोर्स या अन्य पर्यटक सुविधाओं के लिए किया जा सकता है, जिससे स्थानीय खाद्य उत्पादन और ग्रामीण परिदृश्य पर नकारात्मक प्रभाव पड़ सकता है।

4. **वायु और ध्वनि प्रदूषण (AirAnd Noise Pollution)**

- **वायु प्रदूषण** : विमान, बसें, टैक्सी और निजी वाहनों से होने वाला परिवहन पर्यटन से संबंधित वायु प्रदूषण का एक प्रमुख स्रोत है, जो शहरों और पर्यटक स्थलों में वायु गुणवत्ता को प्रभावित करता है।
- **ध्वनि प्रदूषण** : अत्यधिक भीड़ – भाड़, यातायात, पर्यटक गतिविधियों (जेट स्की, नावों का शोर) से होने वाला शोर प्रदूषण स्थानीय वन्यजीवों और निवासियों के लिए परेशानी का कारण बन

सकता है।

5. **जलवायु परिवर्तन में योगदान (Contribution to Climate Change)**

- पर्यटन से होने वाले ग्रीनहाउस गैस उत्सर्जन विशेष रूप से हवाई यात्रा से, जलवायु परिवर्तन में योगदान करते हैं। यह एक दुष्चक्र है क्योंकि जलवायु परिवर्तन (समुद्र के स्तर में वृद्धि, अत्यधिक मौसम की घटनाएं) भी पर्यटन–स्थलों को नकारात्मक रूप से प्रभावित करता है।

6. **प्राकृतिक आपदाओं के प्रति संवेदनशीलता (Vulnerability to Natural Disasters)**

- पर्यटन स्थल, विशेष रूप से तटीय क्षेत्र या वे क्षेत्र जो चरम मौसम की घटनाओं के प्रति संवेदनशील हैं, प्राकृतिक आपदाओं (तूफान, बाढ़, सुनामी) से बुरी तरह प्रभावित हो सकते हैं, जिससे पर्यटक बुनियादी ढांचे को नुकसान होता है और आर्थिक नुकसान होता है।

सकारात्मक पर्यावरणीय आयाम (Positive Environmental Dimensions)

यह ध्यान रखना महत्वपूर्ण है कि पर्यटन के सकारात्मक पर्यावरणीय आयाम भी हो सकते हैं, खासकर तब जब इसे स्थायी और जिम्मेदार तरीके से प्रबंधित किया जाता है। इसके प्रमुख अवयव निम्नलिखित है –

- **संरक्षण के लिए वित्तपोषण** : पर्यटन से प्राप्त राजस्व का उपयोग राष्ट्रीय उद्यानों, वन्यजीव अभयारण्यों और अन्य प्राकृतिक स्थलों के संरक्षण और रख – रखाव के लिए किया जा सकता है।
- **जागरूकता बढ़ाना** : पारिस्थितिकीय पर्यटन और जिम्मेदार पर्यटन पर्यटकों को पर्यावरण के मुद्दों के बारे में शिक्षित कर सकते हैं और संरक्षण के महत्व को बढ़ावा दे सकते हैं।
- **पर्यावरण के अनुकूल प्रथाओं को बढ़ावा देना** : पर्यटन उद्योगस्थायी प्रथाओं जैसे नवीकरणीय ऊर्जा का उपयोग, जल संरक्षण, अपशिष्ट पुनर्चक्रण, स्थानीय और जैविक उत्पादों के उपयोग को अपना सकता है।
- **लुप्तप्राय प्रजातियों का संरक्षण** : कुछ पर्यटन गतिविधियाँ जैसे कि वन्यजीव पर्यटन, लुप्तप्राय प्रजातियों और उनके आवासों के संरक्षण के लिए आर्थिक प्रोत्साहन प्रदान कर सकती हैं।

यात्रा और पर्यटन का पर्यावरण पर गहरा और जटिल प्रभाव पड़ता है। एक स्थायी और जिम्मेदार पर्यटन दृष्टिकोण को अपनाना आवश्यक है जो आर्थिक लाभ और पर्यावरणीय संरक्षण के बीच संतुलन स्थापित कर सके ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि भविष्य की पीढ़ियां भी इन प्राकृतिक खजानों का आनंद पुरम रूप से ले सकें।

5.3 सारांश

आपने इस इकाई में यात्रा और पर्यटन के मनोवैज्ञानिक, आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक एवं पर्यावरणीय आयाम का अध्ययन किया है। आप समझ गए होगें कि पर्यटन एवं यात्राओं के विकास को प्रभावित करने में इन आयामों की महत्त्वपूर्ण भूमिका होती है। इनसे विश्व या देश के पर्यटन को गतिशीलता मिलती है तथा उसके विकास को प्रोत्साहन प्राप्त होता है। वास्तव में पर्यटन और यात्राओं ने लोगों, स्थानों और समाज के बीच जटिल अंतःक्रियाओं को समझने के लिए एक व्यापक ढाँचा प्रदान करता है।

इस इकाई में यात्रा और पर्यटन के मनोवैज्ञानिक, आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक एवं पर्यावरणीय आयाम के विविध स्वरूपों तथा वर्तमान समय में उसकी उपयोगिता को प्रस्तुत किया गया है। आपने देखा है कि मनोवैज्ञानिक आयाम ने जहाँ व्यक्ति अंतरूक्रिया को प्रभावित किया है वहीं आर्थिक आयाम ने देशों के अवसंरचानात्मक विकास के साथ – साथ सकल घरेलू उत्पाद, रोजगार सृजन एवं आय में वृद्धि को प्रोत्साहित किया है। सामाजिक एवं सांस्कृतिक ने विश्व के विभिन्न समाजों एवं संस्कृतियों को एक मंच पर लाकर सुखमय एवं समृद्ध वैश्विक समाज के निर्माण के मार्ग को प्रशस्त किया है। पर्यावरणीय आयाम ने इस बात जो दिया है कि प्रकृति से अपनी आवश्यकताओं की पूर्ति के साथ ही उसके संरक्षण पर भी ध्यान देने की जरुरत है तभी सतत विकास के लक्ष्यों को प्राप्त किया जा सकता है। समय में होने वाले परिवर्तन के साथ ही पर्यटन और

यात्रा के अध्ययन की प्रासंगिकता में वृद्धि हुई है, जिसने पर्यटन भूगोल के विकास में महत्त्वपूर्ण योगदान दिया है। इस प्रकार आपने यात्रा और पर्यटन के मनोवैज्ञानिक, आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक एवं पर्यावरणीय आयाम का विस्तृत एवं सारगर्भित अध्ययन किया है।

5.4 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

1. भारत के सकल घरेलू उत्पाद पर पर्यटन उद्योगके विकास का क्या प्रभाव पड़ा है।

   (क) पूर्ववत बनी हुई है (ख) कमी आयी है (ग) वृद्धि हुई है (घ) कुछ कह नहीं सकते

2. तनाव एवं कल्याण पर्यटन भूगोल के किस आयाम के अंतर्गत आते है।

   (क) मनोवैज्ञानिक आयाम (ख) आर्थिक आयाम (ग) सामाजिक आयाम (घ) सांस्कृतिक आयाम

3. वर्ष 2023 में पर्यटन क्षेत्र ने भारत में लगभग कितना रोजगार सृजित किया था।

   (क) 12 मिलियन (ख) 15 मिलियन (ग) 36 मिलियन (घ) 43 मिलियन

4. भारत जैसे विकासशील देशों पर्यटन पश्चिमीकरण या उपभोक्तावाद को बढ़ावा देता है, इससे यहाँ की सामाजिक संरचना एवं मूल्यों पर क्या नकारात्मक प्रभाव पड़ेगा।

   (क) समाज सुदृढ़ होगा।

   (ख) पारंपरिक मूल्यों एवं सामाजिक संरचना का क्षरण होगा।

   (ग) जन्म दर में वृद्धि होगी।

   (घ) पर्यावरण प्रदुषण में कमी आएगी।

5. पर्यटन क्षेत्र के तीव्रता से विकास के फलस्वरुप किन क्षेत्रों में मैंग्रोव वनों का विनाश तेजी से हो रहा है।

   (क) पहाड़ी भाग (ख) मैदानी भाग (ग) तटीय भाग (घ) पठारी भाग

5.5 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

- Baghia, Sunil, 2017, Tourism Geography, Book Enclave, New Delhi.
- Kaur, J., 1993, Himalayan PilgrimageAnd New Tourism, Himalayan Books, New Delhi.
- Khanduri, Harshi, 2021, Tourism Geography, J. T. S. Publications, Delhi.
- Mandal, Somdatta, 2010, Indian Travel Narratives, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- Nelson, Velvet, 2017, An Introduction to the Geography of Tourism, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- नीशावा, परवीन, 2022, पर्यटन भूगोल – एक अध्ययन, आर. के. बुक्स, नई दिल्ली।
- बंसल, सुरेश चन्द्र, 2006, पर्यटन एवं यात्रा प्रबन्धन, मीरा प्रकाशन, सहारनपुर (उ.प्र)।
- सदैव, शशिकांता, 2019, भारत के प्रसिद्ध मंदिर, यात्रा और धाम, प्रभाकर प्रकाशन, नई दिल्ली।
- मौर्य, एस. डी., 2023, पर्यटन भूगोल, शारदा पुस्तक भवन, प्रयागराज।
- यादव, बी., दुबे, पी. एवं यादव, आर. एस., 2016, काशी का एक सांस्कृतिक विरासत सारनाथ : पर्यटन के विशेष सन्दर्भ में, उत्तर भारत भूगोल परिषद, गोरखपुर (उ.प्र)।
- यादव, बी., एवं प्रजापति, ए. एल., 2024, काशी परिक्षेत्र में संपन्न होने वाली यात्राओं के महात्म्य का

भौगोलिक विश्लेषण, ज्ञानसौर्यम साइंटिफिक रिफ्रिड शोध पत्रिका, प्रयागराज।

5.6 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

1. यात्रा एवं पर्यटन के मनोवैज्ञानिक आयाम की व्याख्या कीजिए।
2. यात्रा एवं पर्यटन के आर्थिक आयाम को स्पष्ट कीजिए।
3. यात्रा एवं पर्यटन के सामाजिक – सांस्कृतिक आयाम का वर्णन कीजिए।
4. यात्रा एवं पर्यटन के पर्यावरणीय आयाम को स्पष्ट कीजिए।

इकाई–6 पर्यटन : एक उद्योग के रूप में, भारतीय पर्यटन उद्योग

इकाई की रूपरेखा

6.0 प्रस्तावना

6.1 उद्देश्य

6.2 पर्यटन उद्योग का अर्थ एवं संकल्पना

6.3 पर्यटन उद्योग का वर्तमान स्वरूप और उसका महत्व

6.4 पर्यटन उद्योग के आधारभूत अंग एवं उत्पाद

6.5 भारतीय पर्यटन उद्योग

6.6 भारत में पर्यटन के प्रकार

6.7 भारतीय पर्यटन उद्योगकी वर्तमान स्थिति

6.8 पर्यटन उद्योग की चुनौतियाँ और अवसर

6.9 सारांश

6.10 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

6.11 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

6.12 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

6.0 प्रस्तावना

पर्यटन उद्योग में वे सभी व्यवसाय शामिल हैं जो लोगों को छुट्टी, मनोरंजन और व्यावसायिक गतिविधियों के लिए उनके घर से दूर यात्रा करते समय सुविधाएँ प्रदान करते हैं। पर्यटक होटल, रेस्तरां, दुकानों और परिवहन जैसी सुविधाओं का लाभ उठाते हैं। पर्यटन को आतिथ्य व्यवसाय भी कहा जाता है। पर्यटन के विकास में भारत का कई अन्य देशों की अर्थव्यवस्था में महत्वपूर्ण योगदान रहा है। पर्यटन के कारण होटल, रेस्तरां, परिवहन व्यवस्था और मनोरंजन–स्थलों का विकास होता है। जब पर्यटक अपने मूल स्थान से किसी नए स्थान पर जाते हैं, तो वे उन सुविधाओं का लाभ उठाते हैं और बदले में उचित मूल्य चुकाते हैं। इस प्रकार वे पर्यटन–स्थल की अर्थव्यवस्था में योगदान करते हैं और अर्थव्यवस्था के विकास में सहायता करते हैं। इसी कारण से पर्यटन को आतिथ्य व्यापार भी कहा जाता है।

6.1 उद्देश्य

पर्यटन एक गत्यात्मक संकल्पना है, जिसके स्वरुप में निरंतर बदलाव देखा जा रहा है। वर्तमान समय में इसने एक उद्योग का स्वरुप धारण कर लिया है। विश्व के साथ – साथ भारत में इसके अलग – अलग प्रतिरूप देखे जाते हैं। प्रस्तुत इकाई के उद्देश्य निम्नलिखित है –

1. पर्यटन की संकल्पना का एक उद्योगके रूप में अध्ययन करना।
2. भारतीय पर्यटन उद्योग के प्रकार एवं वितरण प्रतिरूप को स्पष्ट करना।
3. पर्यटन उद्योगके महत्त्व को वर्तमान परिदृश्य में रेखांकित करना।

6.2 पर्यटन उद्योग का अर्थ एवं संकल्पना

पर्यटन उद्योग केवल लोगों का मनोरंजन ही नहीं करता, बल्कि बड़ी संख्या में लोगों को रोजगार भी प्रदान करता है। पर्यटन कई देशों के सबसे बड़े उद्योगों में से एक है, जिसमें बड़ी संख्या में लोग एक साथ

कार्यरत हैं। यह कई देशों की अर्थव्यवस्था का मुख्य आधार भी है। पर्यटन में स्वाभाविक रूप से केवल एक ही दिशा में यात्रा करने के बजाय विभिन्न दिशाओं में यात्राएँ शामिल होती हैं। इसे ध्यान में रखते हुए पर्यटन उद्योग सेवा उद्योग के उन सभी पहलुओं को संदर्भित करता है जो पर्यटकों को सेवाएँ प्रदान करते हैं। इस प्रकार पर्यटन वर्तमान में सबसे बड़ा सेवा उद्योग है, जिसके द्वारा बड़ी मात्रा में विदेशी मुद्रा अर्जित (प्राप्त) होती है और रोजगार का सृजन होता है।

वर्तमान युग को उद्योग व्यापार का युग कहा जाता है, जहाँ हर मानवीय गतिविधि उद्योग के रूप में विकसित हो रही है। पर्यटन को भी एक उद्योग का दर्जा प्राप्त है और यह भी एक उद्योग की तरह ही विकसित हो रहा है। सामान्यतः एक उद्योग को ऐसी इकाई के रूप में परिभाषित किया जाता है जो समान प्रकार के उत्पादों और सेवाओं का उत्पादन करती है। इसी परिभाषा के अनुसार पर्यटन उद्योग का वास्तविक अर्थ यह है कि यह उन सभी उत्पादों और सेवाओं का उत्पादन करता है जिनकी विभिन्न प्रकार की यात्राओं के लिए आवश्यकता होती है। एक उद्योग के रूप में पर्यटन का अर्थ है पर्यटकों के लिए सभी संभव सुविधाओं और सेवाओं को उपलब्ध कराना। पर्यटन एक विशाल, जीवित, गतिशील और विकासोन्मुखी उद्योग है। एक उद्योग के रूप में पर्यटन उन सभी व्यावसायिक गतिविधियों का एक समूह है जो पर्यटन, भ्रमण या यात्रा के माध्यम से विभिन्न स्थानों पर पाए जाने वाले दृश्यों की सुंदरता को पूर्णता प्रदान करते हैं। इस प्रकार पर्यटन एक व्यापक उद्योग है जिसमें विभिन्न क्षेत्र और उपक्षेत्र शामिल होते हैं, जो विभिन्न उत्पादों और सेवाओं का उत्पादन करते हैं और उन्हें प्रस्तुत करते हैं जो पर्यटकों की मांगों को पूरा करते हैं।

उद्योग (Industry) शब्द का प्रयोग प्रायः व्यवसाय (Occupation) के समानार्थी के रूप में किया जाता है। विश्व में अगणित प्रकार के व्यवसाय मिलते हैं जो प्रकृति, प्रकार तथा संख्या की दृष्टि से विभिन्न देशों में एक सामान नही हैं। जीविका (livelihood) या आर्थिक आय प्राप्त करना और एक निश्चित सामाजिक स्तर बनाए रखना मनुष्य द्वारा अपनाई गई एक सतत क्रिया है, जिसे व्यवसाय कहा जाता है इसलिए व्यवसाय या उद्योग एक विशिष्ट आर्थिक क्रिया है जिसके द्वारा व्यक्ति अपनी आजीविका कमाता है। सभी आर्थिक क्रियाएँ व्यवसाय या उद्योग का हिस्सा हैं। इसमें आखेट, पशुचारण, मत्स्य पालन, मत्य आखेट, वनोद्योग, कृषि, खनन, विनिर्माण, परिवहन, सेवाएँ आदि प्रमुख मानव व्यवसाय हैं। इस प्रकार व्यवसाय व्यक्ति की आर्थिक आय का मुख्य स्रोत होता है और उसकी सामाजिक स्थिति को निर्धारित करता है। आर्थिक क्रियाओं को मुख्य रूप से तीन वर्गों में विभाजित किया जाता है –

प्राथमिक क्रियाएँ : इनमें कृषि, पशुपालन, मत्य आखेट आदि शामिल हैं।

द्वितीयक क्रियाएँ : विनिर्माण उद्योग को द्वितीयक क्रिया के अंतर्गत वर्गीकृत किया जाता है।

तृतीयक क्रियाएँ : ये क्रियाएँ प्रत्यक्ष रूप से उत्पादन नहीं करतीं, बल्कि परोक्ष रूप से उत्पादन में सहायक होती हैं और उत्पादन के लिए आवश्यक सेवाएँ प्रदान करती हैं। इन्हें सेवा क्रिया या सेवा के रूप में जाना जाता है। व्यापार, वाणिज्य, परिवहन, संचार, प्रशासन, शिक्षा, चिकित्सा, मनोरंजन और इसी तरह की अन्य क्रियाएँ तृतीयक क्रियाएँ, सेवा उद्योगया सेवाएँ कहलाती हैं।

6.3 पर्यटन उद्योग का वर्तमान स्वरूप और उसका महत्व

पर्यटन वर्तमान समय की एक प्रमुख गतिविधि है जो पर्यावरण परिवर्तन, मनोरंजन, प्राकृतिक दृश्यों का आनंद लेने, ऐतिहासिक और सांस्कृतिक विरासतों को देखने, विभिन्न मानव समाजों को जानने और उनसे घुलने–मिलने से जुड़ा है। वर्तमान में पर्यटन का विकास एक सेवा उद्योग के रूप में हो रहा है। अन्य उद्योगों की तरह पर्यटन उद्योग भी कई सहायक उद्योगों पर निर्भर करता है, जैसे होटल उद्योग, रेस्तरां उद्योग, परिवहन उद्योग, मनोरंजन उद्योग आदि। इस प्रकार पर्यटन अंतर – संबंधित उद्योगों का एक संयुक्त रूप है। पर्यटन से संबंधित विभिन्न उद्योग पर्यटकों और यात्रियों को सेवा प्रदान करने का कार्य करते हैं। पर्यटन मुख्य रूप से आनंद, मनोरंजन, स्वास्थ्य और सुख प्राप्ति की एक क्रिया है, जिसके लिए पर्यटक उस धनराशि को व्यय करते हैं जिसे उन्होंने अपने स्थायी निवास में रहकर अर्जित किया होता है। इस प्रकार पर्यटकों को सेवा प्रदान करने वाली क्रियाएँ या उद्योग प्रत्यक्ष या परोक्ष रूप से पर्यटकों से धन अर्जित करते हैं और पर्यटक उनकी आय का मुख्य स्रोत होते हैं।

6.3.1 पर्यटन उत्पाद और उसका महत्व

पर्यटक की सुनिश्चित आवश्यकताओं को पूरा करने वाला कोई भी उत्पाद, चाहे वह मूर्त हो या अमूर्त, औद्योगिक उत्पाद न होकर पर्यटन उत्पाद माना जाता है। पर्यटन अनेक प्रकार के उद्योगों के लिए बाजार उपलब्ध कराता है और आर्थिक लाभ वाली विभिन्न प्रकार की आवश्यकताओं का सृजन करता है। इनमें आवागमन के लिए परिवहन की व्यवस्था, पर्यटकों के ठहरने के लिए होटल तथा खान – पान के लिए रेस्तरां, मनोरंजन के साधनों की व्यवस्था, खरीदारी के लिए बाजार आदि की व्यवस्था शामिल है।

6.4 पर्यटन उद्योग के आधारभूत अंग एवं उत्पाद

6.4.1 आधारभूत अंग

पर्यटन उद्योग पर्यटकों के अस्थायी ठहराव की अवधि में उन सभी व्यवस्थाओं से संबंधित है जिनकी किसी पर्यटक को आवश्यकता पड़ती है। पर्यटन स्थल, परिवहन तथा आवासीय सुविधा पर्यटन उद्योगके तीन आधारभूत अंग हैं –

1. **पर्यटन स्थल (Tourist Spot)** : यह अपनी प्राकृतिक, सांस्कृतिक, ऐतिहासिक या किसी अन्य मनोरंजक विशेषता के कारण पर्यटकों को आकर्षित करता है।
2. **परिवहन सुविधा (Transportation Facility)** : यह पर्यटक के स्थायी आवास और पर्यटन स्थल के बीच संपर्क स्थापित करती है। परिवहन के विभिन्न साधनों के माध्यम से पर्यटक या यात्री देशाटन करते हैं।
3. **आवास सुविधा (Accommodation)** : यह भी पर्यटन उद्योग का एक अत्यंत आवश्यक अंग है जो पूरी तरह पर्यटकों के आगमन पर निर्भर करता है। इसके अंतर्गत होटल, रेस्तरां, धर्मशाला, सराय आदि आते हैं।

पर्यटन उद्योग एक वृहद संकल्पना है जो पर्यटन के विभिन्न घटकों के परस्पर संबंधित क्षेत्रों का गठन करता है और सम्मिलित रूप से पर्यटन को सफल बनाता है।

6.4.2 पर्यटन उत्पाद (Tourism Product)

पर्यटन उद्योग में आकर्षण, होटल जैसी आवासीय सुविधाएँ, परिवहन सेवाएँ, पर्यटक गाइड सेवाएँ और अन्य सेवाएँ तथा सुविधाएँ प्रदान करने वाले संगठन शामिल हैं। पर्यटन उत्पाद (Tourism Product) के अंतर्गत उन वस्तुओं और सेवाओं को सम्मिलित किया जाता है जिनकी उत्पत्ति पर्यटकों की आवश्यकताओं की पूर्ति और उन्हें संतुष्टि प्रदान करने के लिए होती है।

पर्यटन उत्पाद के अंतर्गत जो मुख्य तत्व शामिल होते हैं, वे निम्नलिखित हैं –

1. पर्यटकों के आकर्षण
2. आवासीय सेवाएँ
3. परिवहन सेवाएँ
4. भोजन एवं पेय सुविधाएँ
5. मनोरंजन की सुविधाएँ
6. रुचिकर कार्यक्रम
7. टूर एजेंटों और टूर ऑपरेटरों द्वारा दिए जाने वाले टूर पैकेज

पर्यटकों को इन सेवाओं को प्रदान करने के बदले सेवा प्रदाताओं को आर्थिक आय या आमदनी प्राप्त होती है। यह आय जिस सेवा के बदले प्राप्त होती है, उसे ही पर्यटन उत्पाद कहते हैं। जिस प्रकार किसी विनिर्माण उद्योग में कच्चे माल, मशीनरी आदि के निवेश से उत्पाद के रूप में विनिर्मित वस्तुएँ प्राप्त होती हैं, उसी प्रकार पर्यटन उद्योग में लगाई गई पूंजी से पर्यटन उत्पादों का उत्पादन होता है।

6.5 भारतीय पर्यटन उद्योग

भारत अपने समृद्ध इतिहास, विविध संस्कृति, मनमोहक प्राकृतिक सुंदरता और आध्यात्मिक महत्व के कारण दुनिया भर के पर्यटकों के लिए एक प्रमुख गंतव्य रहा है। यही कारण है कि पर्यटन भारत में एक महत्वपूर्ण उद्योग के रूप में उभरा है, जो देश की अर्थव्यवस्था और सामाजिक विकास में महत्वपूर्ण योगदान दे रहा है। भारतीय पर्यटन उद्योग देश के सबसे बड़े सेवा उद्योगों में से एक है और भारतीय अर्थव्यवस्था के लिए एक महत्वपूर्ण स्तंभ है। यह अपनी समृद्ध सांस्कृतिक विरासत, भौगोलिक विविधता और ऐतिहासिक स्थलों के कारण वैश्विक स्तर पर पर्यटकों को आकर्षित करता है।

6.5.1 मुख्य विशेषताएं और योगदान

आर्थिक विकास और रोजगार सृजन : पर्यटन क्षेत्र भारत के सकल घरेलू उत्पाद (ळक्च्) में महत्वपूर्ण योगदान देता है और लाखों प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रोजगार के अवसर पैदा करता है। वर्ष 2022 & 23 में पर्यटन क्षेत्र में 76.17 मिलियन प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रोजगार सृजित हुए।

विदेशी मुद्रा आय : यह भारत के लिए विदेशी मुद्रा आय का एक प्रमुख स्रोत है, जिससे देश के भुगतान संतुलन में सुधार होता है। वर्ष 2023 में विदेशी पर्यटक आगमन (FTAs) से विदेशी मुद्रा आय (FEE) 65% बढ़कर ₹ 2.3 लाख करोड़ तक पहुंच गई।

घरेलू पर्यटन में वृद्धि : घरेलू पर्यटन भी तेजी से बढ़ रहा है, जिससे अगले पांच वर्षों में रोजगार सृजन में इसका योगदान 15 से 20 प्रतिशत तक हो सकता है, खासकर छोटे और मझोले शहरों में 2023 में 2509.63 मिलियन घरेलू पर्यटक दौरे (DTV) दर्ज किए गए।

विविध पर्यटन उत्पाद : भारत विविध प्रकार के पर्यटन उत्पाद प्रदान करता है, जिनमें निम्नलिखित सम्मिलित हैं –

- सांस्कृतिक और विरासत पर्यटन : ताजमहल, लाल किला, विभिन्न मंदिर, किले और महल।
- प्राकृतिक और साहसिक पर्यटन : हिमालय में पर्वतारोहण और नदी राफ्टिंग, गुलमर्ग या औली में स्कीइंग, वन्यजीव अभयारण्य और राष्ट्रीय उद्यान।
- धार्मिक और आध्यात्मिक पर्यटन : विभिन्न तीर्थस्थल और आध्यात्मिक केंद्र।
- चिकित्सा और कल्याण पर्यटन : सस्ती और गुणवत्तापूर्ण चिकित्सा सेवाओं के लिए।
- समुद्र तटीय पर्यटन : गोवा, केरल और अंडमान निकोबार द्वीप समूह के खूबसूरत समुद्र तट।
- ग्रामीण और पारिस्थितिक पर्यटन : ग्रामीण जीवन और पर्यावरण के करीब अनुभव।
- आधारभूत संरचना का विकास : सड़क, रेल और विमानन अवसंरचना के तेजी से विकास ने पर्यटन क्षेत्र को और भी बल दिया है, जिससे पर्यटकों के लिए यात्रा करना आसान हो गया है।

6.6 भारत में पर्यटन के प्रकार

भारत में विभिन्न प्रकार के पर्यटन मौजूद हैं, जो देश की विविधता को दर्शाते हैं –

1. **सांस्कृतिक पर्यटन** : भारत अपनी समृद्ध और प्राचीन संस्कृति, कला, नृत्य, संगीत और परंपराओं के लिए जाना जाता है। इस प्रकार के पर्यटन में पर्यटक ऐतिहासिक स्थलों, संग्रहालयों, कला दीर्घाओं, त्योहारों और पारंपरिक अनुष्ठानों का अनुभव सम्मिलित करते हैं। आगरा का ताजमहल, राजस्थान के किले और महल, अजंता – एलोरा की गुफाएँ, मैसूर का महल, विभिन्न राज्यों के पारंपरिक मेले और त्योहार (पुष्कर मेला, ताज महोत्सव) देखे जाते हैं।
2. **धार्मिक तीर्थयात्रा एवं पर्यटन (Religious PilgrimageAnd Tourism)** : भारत विभिन्न धर्मों का

जन्म स्थान है और यहाँ अनगिनत पवित्र स्थल हैं। यह पर्यटन का एक बहुत ही महत्वपूर्ण प्रकार है जहाँ लोग आध्यात्मिक शांति और धार्मिक महत्व के स्थानों की यात्रा करते हैं। इसमें मुख्य रूप से वाराणसी, हरिद्वार, ऋषिकेश, चार धाम यात्रा, बद्रीनाथ, केदारनाथ, गंगोत्री, यमुनोत्री, वैष्णो देवी, अमृतसर का स्वर्ण मंदिर, अजमेर शरीफ दरगाह, बौद्ध सर्किट (लुम्बनी, बोधगया, सारनाथ, कुशीनगर) दर्शनीय है।

3. **साहसिक पर्यटन (Adventure Tourism)** : हाल के वर्षों में भारत में साहसिक पर्यटन काफी लोकप्रिय हुआ है। इसमें रोमांचक गतिविधियों और दूर – दराज के स्थानों की खोज शामिल है सम्मिलित है। इस पर्यटन के उदाहरण में हिमालय में ट्रैकिंग और पर्वतारोहण क्रिया (लद्दाख, सिक्किम, हिमाचल प्रदेश), गोवा और अंडमान में जल क्रीड़ा (स्कूबा डाइविंग, स्नॉर्कलिंग), उत्तराखंड और असम में व्हाइट वाटर राफ्टिंग, राजस्थान में ऊंट सफारी, स्कीइंग (गुलमर्ग, औली) में प्रमुख है।

4. **पारिस्थितिकीय पर्यटन (Eco. Tourism)** : यह प्रकृति के प्रति जागरूक पर्यटन का प्रकार है, जहाँ पर्यटक प्राकृतिक सुंदरता का आनंद लेते हुए पर्यावरण की सुरक्षा का भी ध्यान रखते हैं। वर्तमान समय में इस पर्यटन का महत्त्व बहुत तेजी से बढ़ा है। इसके उदाहरणों में काजीरंगा राष्ट्रीय उद्यान (असम), गिर राष्ट्रीय उद्यान (गुजरात), कान्हा राष्ट्रीय उद्यान (मध्य प्रदेश), सुंदरबन (पश्चिम बंगाल) जैसे वन्यजीव अभयारण्य और राष्ट्रीय उद्यान आदि सम्मिलित है।

5. **वन्यजीव पर्यटन (Wildlife Tourism)** : भारत में समृद्ध जैव विविधता और घने वन क्षेत्र हैं, जो विभिन्न प्रकार के वन्यजीवों का घर हैं। वन्यजीव पर्यटन में पर्यटक इन प्राकृतिक आवासों में जानवरों और पौधों को देखने जाते हैं। उदाहरणस्वरुप रणथंभौर राष्ट्रीय उद्यान (राजस्थान), जिम कॉर्बेट राष्ट्रीय उद्यान (उत्तराखंड), पेरियार वन्यजीव अभयारण्य (केरल) आदि।

6. **चिकित्सा पर्यटन (Medical Tourism)** : भारत लागत प्रभावी चिकित्सा उपचार और वेलनेस सेवाओं के लिए एक प्रमुख केंद्र बन गया है। दुनिया भर से लोग उच्च गुणवत्ता वाले उपचार और आयुर्वेद, योग और ध्यान जैसी पारंपरिक चिकित्सा पद्धतियों का लाभ उठाने के लिए भारत आते हैं। चेन्नई, दिल्ली, मुंबई और बेंगलुरु जैसे शहरों में विश्व स्तरीय अस्पताल और स्वास्थ्य केंद्र प्रमुख हैं जिनसे प्रभावित होकर देश के विभिन्न भागों के साथ – विदेशों से भी लोग आते हैं।

7. **समुद्र तट पर्यटन (Beach Tourism)** : भारत के पास एक विशाल और सुंदर तटरेखा है, जो समुद्र तट पर्यटन के लिए पर्याप्त अवसर प्रदान करती है। इसके प्रमुख उदाहरण गोवा, केरल, अंडमान और निकोबार द्वीप समूह, लक्षद्वीप के समुद्र तट हैं।

8. **ग्रामीण पर्यटन (Rural Tourism)** : यह भारत में पर्यटन के सबसे लोकप्रिय प्रकारों में से एक है, जो पर्यटकों को ग्रामीण जीवन की सादगी, पारंपरिक रीति – रिवाजों और स्थानीय संस्कृति का अनुभव करने का अवसर देता है। इसके उदाहरण देश के विभिन्न गांवों में होमस्टे, कृषि पर्यटन (Agriculture tourism) के रूप में देखे जा सकते हैं।

9. **व्यवसाय पर्यटन (Business Tourism)** : इसमें पेशेवर उद्देश्यों के लिए घर या सामान्य कार्यस्थल से दूर किसी गंतव्य की यात्रा करना शामिल है। इसके अतिरिक्त सम्मेलनों, बैठकों और प्रदर्शनियों में भाग लेना भी इसी का भाग है। दिल्ली, मुंबई, बेंगलुरु, चेन्नई जैसे प्रमुख महानगर इसके प्रमुख गंतव्य है जहां कई अंतर्राष्ट्रीय सम्मेलन और व्यापार मेले आयोजित होते हैं।

10. **विरासत पर्यटन (Heritage Tourism)** : यह सांस्कृतिक पर्यटन का एक उप प्रकार है जो विशेष रूप से ऐतिहासिक स्थलों, स्मारकों और विरासत शहरों की यात्रा पर केंद्रित है। यूनेस्को विश्व धरोहर स्थल (ताजमहल, कोणार्क का सूर्य मंदिर, हम्पी), राजस्थान के किले और हवेलियाँ इत्यादि इसके प्रमुख उदहारण है।

11. **वेलनेस पर्यटन (Wellness Tourism)** : इसमें तनाव मुक्त जीवन शैली को बढ़ावा देने, स्वास्थ्य में सुधार करने और जीवन में संतुलन खोजने के लिए यात्रा करना सम्मिलित है। उदाहरण के लिए केरल के आयुर्वेद केंद्र, हिमालयी क्षेत्रों में योग और ध्यान अधिक मात्रा में पर्यटकों को अपनी ओर आकर्षित

करते है।

12. **पाक कला पर्यटन (Culinary Tourism)** : यह उन भोजन प्रेमियों के लिए है जो नए खा। गंतव्यों और स्थानीय व्यंजनों की खोज करना पसंद करते हैं। दिल्ली की पुरानी गलियों में स्ट्रीट फूड का अनुभव, दक्षिण भारत के पारंपरिक व्यंजन, राजस्थान की थाली इसके प्रमुख उदहारण हैं।

    भारत की अतुलनीय विविधता इन सभी प्रकार के पर्यटन को एक अनूठा और अविस्मरणीय अनुभव प्रदान करती है। इसका परिणाम यह है कि भारत विश्व पटल पर एक नए और समृद्ध पर्यटन गंतव्य के रूप में उभर रहा है। स्थानीय पर्यटकों के साथ – साथ अधिक संख्या में विदेशी पर्यटक भी आते है। स्थानीय अर्थव्यवस्था के प्रोत्साहन के साथ सामरिक संबंधों में भी सुधार हो रहा है।

6.7 भारतीय पर्यटन उद्योग की वर्तमान स्थिति

6.7.1 वर्तमान समय में भारत में पर्यटन उद्योग तीव्रता से विकास कर रहा है जिसके कुछ महत्त्वपूर्ण बिंदु निम्नलिखित है –

- **बढ़ता आकर्षण** : भारत अपनी समृद्ध विरासत, सांस्कृतिक विविधता और खूबसूरत आकर्षक स्थलों के कारण वैश्विक पर्यटन मानचित्र पर एक पसंदीदा गंतव्य बन रहा है।
- **सरकारी पहल** : सरकार पर्यटन को सामाजिक समावेशन, रोजगार और आर्थिक प्रगति के चालक के रूप में देखती है। इसके लिए स्वदेश दर्शन 2-0 योजना (संधारणीय और जिम्मेदार पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए) और प्रसाद (PRASHAD) योजना (तीर्थ स्थलों के आसपास बुनियादी ढांचे के विकास के लिए) जैसी पहलें शुरू की गई हैं।
- **सुधारित सम्बद्धता** : R-C-S. उड़ान जैसी योजनाएं क्षेत्रीय हवाई सम्बद्धता को बढ़ावा दे रही हैं, जिससे दूर – दराज के क्षेत्रों तक पहुंच आसान हो रही है।
- **कोविड – 19 के बाद रिकवरी** : कोविड – 19 महामारी ने पर्यटन क्षेत्र को बुरी तरह प्रभावित किया था, लेकिन अब इसमें धीरे – धीरे सुधार देखा जा रहा है। दिसंबर 2023 में विदेशी पर्यटक आगमन (FTA) की संख्या 1,070,163 दर्ज की गई।

6.7.2 सरकार की पहल और भविष्य की संभावनाएं

भारतीय पर्यटन उद्योग भारत के आर्थिक विकास और रोजगार सृजन में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। सरकार इस क्षेत्र की क्षमता को पहचानती है और इसे बढ़ावा देने के लिए विभिन्न पहलें कर रही है।

- **भारतीय पर्यटन उद्योग में सरकार की प्रमुख पहलें**

  भारत सरकार पर्यटन उद्योग के विकास हेतु निरंतर प्रयास किया जा रहा है, इसी दृष्टिकोण से शुरू की गई कुछ पहलें निम्नलिखित है –

1. **देखो अपना देश पहल**

   - **उद्देश्य** : भारतीय नागरिकों को देश के भीतर यात्रा करने और भारत की समृद्ध विरासत और विविधता का अनुभव करने के लिए प्रोत्साहित करना। यह घरेलू पर्यटन को बढ़ावा देने और स्थानीय अर्थव्यवस्थाओं को मजबूत करने पर केंद्रित है। इस पहल के तहत वेबिनार श्रृंखला, पर्यटन–स्थलों को बढ़ावा देने वाले कार्यक्रम और अन्य जागरूकता अभियान चलाए जाते हैं।

2. **स्वदेश दर्शन योजना (Swadesh Darshan Scheme)**

   - **उद्देश्य** : सांस्कृतिक, ऐतिहासिक, आध्यात्मिक और प्राकृतिक विरासत का लाभ उठाते हुए पूरे भारत में विषय आधारित पर्यटन सर्किट (बौद्ध सर्किट, तटीय सर्किट, मरुस्थल सर्किट, इको सर्किट आदि) विकसित करना।

- **स्वदेश दर्शन 2-0** : इस योजना का एक नया और संशोधित संस्करण है, जिसका उद्देश्य गंतव्य और पर्यटन केंद्रित दृष्टिकोण का पालन करते हुए सतत और जिम्मेदार पर्यटन–स्थलों को विकसित करना है। इसमें पर्यटन–स्थलों का समग्र विकास और स्थानीय समुदायों की भागीदारी सुनिश्चित की जाती है। अब तक कुल 76 परियोजनाओं को मंजूरी दी गई है, जिनमें से 75 पूरी हो चुकी हैं।

3. प्रसाद योजना (Pilgrimage RejuvenationAnd Spiritual, HeritageAugmentation Drive)

- उद्देश्य : देश के महत्वपूर्ण तीर्थ स्थलों के विकास और सौंदर्यीकरण पर ध्यान केंद्रित करना, ताकि पर्यटकों और श्रद्धालुओं के लिए बेहतर सुविधाएं प्रदान की जा सकें और अधिक से अधिक संख्या में लोग इन स्थलों की ओर आकर्षित हो।

4. विरासत शहर विकास और संवर्धन योजना (HRIDAY & Heritage City DevelopmentAndAugmentation Yojana)

- उद्देश्य : भारत के विरासत शहरों को संरक्षित और पुनर्जीवित करना, जिससे उनकी सांस्कृतिक और ऐतिहासिक पहचान को बनाए रखते हुए पर्यटन को बढ़ावा दिया जा सके।

5. आर.सी.एस. – उड़ान (R-C-S- & UDAN & Regional Connectivity Scheme – Ude Desh kaAam Nagrik)

- उद्देश्य : क्षेत्रीय हवाई सम्बद्धता को बढ़ावा देना, जिससे छोटे शहरों और दूर – दराज के पर्यटन–स्थलों तक पहुंच आसान हो सके। इससे पर्यटन के विकास में मदद मिलती है।

6. ई – वीजा सुविधा

- उद्देश्य : भारत आने वाले विदेशी पर्यटकों के लिए वीजा प्रक्रिया को सरल और त्वरित बनाने के लिए इस योजना की शुरुआत की गई थी। यह सुविधा 167 से अधिक देशों के नागरिकों के लिए उपलब्ध है।

7. अतुल्य भारत अभियान (Incredible India Campaign)

- उद्देश्य : भारत को एक प्रमुख वैश्विक पर्यटन गंतव्य के रूप में बढ़ावा देना। इसमें विभिन्न माध्यमों से देश की सांस्कृतिक, प्राकृतिक और आध्यात्मिक विविधता का प्रदर्शन किया जाता है। 'मीट इन इंडिया' पहल भी इसी अभियान का हिस्सा है।

8. अडॉप्ट ए हेरिटेज स्कीम (AdoptA Heritage Scheme)

- उद्देश्य : सार्वजनिक निजी भागीदारी (PPP) मॉडल के तहत कॉर्पोरेट संस्थाओं, ट्रस्टों या व्यक्तियों को विरासत स्थलों को गोद लेने और उनके रख – रखाव व सुविधाओं के विकास में योगदान करने के लिए प्रोत्साहित करना इस योजना का मुख्य उद्देश्य है।

9. अतुल्य भारत पर्यटक सुविधाकर्ता (IITF) प्रमाणन कार्यक्रम

- उद्देश्य : पर्यटन–स्थलों पर स्थानीय, प्रशिक्षित पेशेवरों का एक पूल तैयार करना, जो पर्यटकों को बेहतर अनुभव प्रदान कर सकें। यह एक अखिल भारतीय ऑनलाइन शिक्षण कार्यक्रम है।

10. हरित पर्यटन और डिजिटल पर्यटन को बढ़ावा

- सरकार सतत पर्यटन प्रथाओं और डिजिटल तकनीकों (ऑनलाइन बुकिंग, वर्चुअल टूर) के उपयोग को बढ़ावा दे रही है।

11. एम.एस.एम.ई. और कौशल विकास पर ध्यान

- पर्यटन क्षेत्र से जुड़े सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यमों (MSMEs) को समर्थन और आतिथ्य क्षेत्र में

कौशल विकास पर जोर दिया जा रहा है ताकि प्रशिक्षित कार्यबल तैयार हो सके।

6.7.3 भविष्य की संभावनाएं

भारतीय पर्यटन उद्योग के लिए भविष्य बहुत उज्ज्वल दिख रहा है, जिसमें कई कारक इसकी वृद्धि को बढ़ावा दे रहे हैं, इन्हीं परिस्थितियों में उठाए गए कुछ प्रमुख कदम निम्नलिखित है –

1. **घरेलू पर्यटन का मजबूत आधार** : देखो अपना देश और बढ़ती मध्यम वर्ग की आय के साथ, घरेलू पर्यटन एक मजबूत स्तंभ बना रहेगा। छोटे शहर और ग्रामीण क्षेत्र नए पर्यटन–स्थलों के रूप में उभर रहे हैं।
2. **विदेशी पर्यटक आगमन में वृद्धि** : भारत की G 20 अध्यक्षता, बेहतर सम्बद्धता, ई – वीजा सुविधा और वैश्विक आयोजनों ने भारत को एक आकर्षक गंतव्य के रूप में प्रस्तुत किया है। 2028 तक विदेशी पर्यटकों की संख्या 30.5 मिलियन तक पहुंचने का अनुमान है।
3. **बुनियादी ढांचे का विकास** : हवाई अड्डों का विस्तार, नए राजमार्गों का निर्माण, रेलवे नेटवर्क में सुधार और स्मार्ट शहरों का विकास पर्यटन–स्थलों तक पहुंच को आसान बना रहा है।
4. **विविध पर्यटन उत्पादों का विकास** : सांस्कृतिक, साहसिक, चिकित्सा, वेलनेस, वन्यजीव और ग्रामीण पर्यटन सहित विभिन्न प्रकार के पर्यटन उत्पादों को बढ़ावा दिया जा रहा है, जिससे विविध रुचियों वाले पर्यटकों को आकर्षित किया जा सके।
5. **डिजिटल परिवर्तन** : ऑनलाइन बुकिंग प्लेटफॉर्म, डिजिटल मार्केटिंग और सोशल मीडिया के बढ़ते उपयोग से पर्यटन–स्थलों की पहुंच और दृश्यता बढ़ रही है।
6. **सरकारी समर्थन और निवेश** : पर्यटन क्षेत्र के लिए सरकार का निरंतर नीतिगत समर्थन और बजटीय आवंटन विकास को बढ़ावा देगा।
7. **रोजगार सृजन की अपार क्षमता** : पर्यटन एक श्रम गहन उद्योग है और इसमें बड़े पैमाने पर प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रोजगार सृजित करने की क्षमता है। वर्ष 2035 तक इस क्षेत्र में 63.9 मिलियन रोजगार सृजित होने का अनुमान है।
8. **नवाचार और सतत विकास पर ध्यान** : हरित पर्यटन, जिम्मेदार पर्यटन और स्थानीय समुदायों की भागीदारी पर जोर देने से उद्योग का दीर्घकालिक और सतत विकास सुनिश्चित होगा।
9. **आयुर्वेद और योग का बढ़ता आकषण** : भारत वेलनेस पर्यटन के लिए एक वैश्विक केंद्र के रूप में उभर रहा है, जिसमें आयुर्वेद, योग और ध्यान जैसी पारंपरिक भारतीय पद्धतियां विश्व भर के लोगों को आकर्षित कर रही हैं।

सरकार की सक्रिय पहलें, मजबूत घरेलू मांग, बढ़ती अंतर्राष्ट्रीय पहुंच और बुनियादी ढांचे के निरंतर विकास के साथ, भारतीय पर्यटन उद्योगअगले दशक में महत्वपूर्ण वृद्धि और परिवर्तन के लिए तैयार है।

6.8 पर्यटन उद्योगकी चुनौतियाँ और अवसर

भारतीय पर्यटन उद्योग के समक्ष वर्तमान समय में चुनौतियाँ और अवसर दोनों ही मौजूद हैं, जो इसके भविष्य के विकास पथ को आकार दे रहे हैं विद्वानों का मानना है कि अगर कुशलता पूर्वक इन दोनों पहलुओं को प्रबंधित कर दिया जाए तो आगे का विकास आसान होगा –

6.8.1 चुनौतियाँ (Challenges)

1. **बुनियादी ढाँचे की कमी**

   - अपर्याप्त सम्बद्धता : कई पर्यटन–स्थलों, विशेषकर ग्रामीण क्षेत्र और कम ज्ञात क्षेत्रों में सड़कों, रेलवे और हवाई अड्डों की अपर्याप्त सम्बद्धता है।
   - सुविधाओं का अभाव : साफ पेयजल, स्वच्छता, अपशिष्ट प्रबंधन, शौचालय और प्राथमिक स्वास्थ्य

सेवाओं जैसी बुनियादी सुविधाओं की कमी कई स्थानों पर पर्यटकों के अनुभव को प्रभावित करती है।

- आवास की कमी : आवास संबंधित सुविधा विशेषकर पीक सीजन में और कुछ उभरते स्थलों पर पर्याप्त और गुणवत्तापूर्ण आवासों की कमी रहती है।

2. सुरक्षा संबंधी चिंताएँ

- पर्यटकों, विशेषकर महिला पर्यटकों की सुरक्षा एक प्रमुख चिंता का विषय बनी हुई है। धोखाधड़ी, चोरी और कभी – कभी अधिक गंभीर अपराधों की खबरें भारत की छवि को नुकसान पहुंचा रहीं हैं।

- भारत 2024 के ग्लोबल पीस इंडेक्स में 163 देशों में से 116वें स्थान पर है, जो सुरक्षा प्रोटोकॉल में सुधार की तत्काल आवश्यकता को दर्शाता है।

3. स्वच्छता और साफ – सफाई

- कई पर्यटन–स्थलों पर स्वच्छता और साफ – सफाई के मानक अपर्याप्त हैं, जिससे पर्यटकों को असुविधा होती है और स्वास्थ्य संबंधी चिंताएं भी बढ़ती हैं।

- सार्वजनिक स्थानों पर कचरा और प्रदूषण एक बड़ी समस्या है।

4. कुशल जनशक्ति का अभाव

- पर्यटन और आतिथ्य क्षेत्र में प्रशिक्षित पेशेवरों, विशेषकर बहुभाषी टूर गाइड, सेवा कर्मियों और कुशल प्रबंधकों की कमी है, जो सेवा की गुणवत्ता को प्रभावित करती है।

5. मौसमी निर्भरता और भीड़ – भाड़

- कुछ पर्यटन स्थल मौसमी होते हैं, जिसके कारण ऑफ – सीजन में राजस्व कम होता है।

- लोकप्रिय स्थलों पर अत्यधिक भीड़ – भाड़ (Over tourism) पर्यावरण पर दबाव डालती है, स्थानीय बुनियादी ढांचे पर तनाव बढ़ाती है और पर्यटकों के अनुभव को खराब करती है।

6. जागरूकता और विपणन की कमी

- भारत में कई खूबसूरत और अद्वितीय पर्यटन स्थल हैं जिनके बारे में अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर पर्याप्त जागरूकता नहीं है। विपणन प्रयास अभी भी कुछ प्रमुख स्थलों तक सीमित हैं।

7. मूल्य निर्धारण और कराधान

- कुछ पर्यटक स्थलों पर उच्च कर और सेवाओं की कीमतें भारत को एक महंगा गंतव्य बना सकती हैं, खासकर बजट यात्रियों के लिए। ऐसे में उसके लिए विशेष नियोजन की आवश्यकता होती है।

- परिवहन साधनों के मूल्य निर्धारण में पारदर्शिता की कमी भी एक मुद्दा है।

8. डिजिटल एकीकरण का अभाव

- भारत में 40% से भी कम पर्यटन–स्थलों पर एकीकृत डिजिटल सेवाएं (ऑनलाइन टिकटिंग, बहुभाषी जानकारी, वर्चुअल गाइड) उपलब्ध हैं, जिससे सुविधा सीमित हो जाती है। इनका विकास करके गुणवत्ता में सुधार किया जा सकता है।

9. पर्यावरणीय स्थिरता

- पर्यटन गतिविधियों से कार्बन उत्सर्जन, आवास विनाश और अपशिष्ट उत्पादन जैसे पर्यावरणीय मुद्दे पैदा होते हैं, खासकर वन्यजीव पर्यटन और संवेदनशील पारिस्थितिक क्षेत्रों में अधिक सुधार

किया जा सकता है।

6.8.2 अवसर (Opportunities)

1. घरेलू पर्यटन का विशाल आधार

- भारत का विशाल और बढ़ता मध्यम वर्ग देखो अपना देश की भावना के साथ घरेलू यात्रा को बढ़ावा दे रहा है। धार्मिक पर्यटन, विशेषकर अयोध्या जैसे नए स्थलों के विकास ने घरेलू पर्यटकों की संख्या में रिकॉर्ड वृद्धि की है।

2. विविधतापूर्ण पर्यटन उत्पाद

- भारत सांस्कृतिक, धार्मिक, साहसिक, पारिस्थितिक, चिकित्सा, वेलनेस और ग्रामीण पर्यटन सहित विभिन्न प्रकार के पर्यटन अनुभवों की पेशकश करता है, जो वैश्विक पर्यटकों की विविध रुचियों को पूरा कर सकते हैं।

3. सरकारी समर्थन और पहलें

- "स्वदेश दर्शन 2-0 प्रसाद उड़ान जैसी योजनाएं और अतुल्य भारत" जैसे अभियान बुनियादी ढांचे के विकास, सम्बद्धता में सुधार और भारत को वैश्विक स्तर पर बढ़ावा देने पर केंद्रित हैं।
- सरकार 50 प्रमुख पर्यटन–स्थलों को विकसित करने, बुनियादी ढांचे को बढ़ाने और कौशल विकास पर ध्यान केंद्रित कर रही है।

4. डिजिटल परिवर्तन और ई – वीजा

- ई – वीजा सुविधा और ऑनलाइन बुकिंग प्लेटफॉर्म का बढ़ता उपयोग विदेशी पर्यटकों के लिए भारत को अधिक सुलभ बना रहा है। कृत्रिम आधारित उपकरण व्यक्तिगत यात्रा योजना के अवसर प्रदान करते हैं।

5. चिकित्सा और वेलनेस पर्यटन

- भारत कम लागत पर उच्च गुणवत्ता वाले चिकित्सा उपचार और पारंपरिक वेलनेस प्रथाओं (आयुर्वेद, योग) के लिए एक अग्रणी गंतव्य के रूप में उभर रहा है। 'हीलिंग इन इंडिया' पहल इस क्षेत्र को बढ़ावा दे रही है।

6. साहसिक और विशिष्ट पर्यटन

- हिमालयी क्षेत्रों में ट्रैकिंग, राफ्टिंग, स्कीइंग और वन्यजीव सफारी जैसे साहसिक पर्यटन में रुचि बढ़ रही है। विशेष रुचि वाले पर्यटन (फिल्म पर्यटन, गोल्फ पर्यटन) के अवसर भी मौजूद हैं।

7. ग्रामीण पर्यटन का उदय

- पर्यटक अब शहरी केंद्रों से हटकर ग्रामीण भारत की प्रामाणिकता, स्थानीय जीवन शैली और हस्तशिल्प का अनुभव करना चाहते हैं, जिससे ग्रामीण पर्यटन और होमस्टे को बढ़ावा मिल रहा है।

8. पुरातत्व और विरासत पर्यटन

- भारत में असंख्य यूनेस्को विश्व धरोहर स्थल और ऐतिहासिक स्मारक हैं, जो विरासत पर्यटकों को आकर्षित करते हैं। 'अडॉप्ट ए हेरिटेज' जैसी योजनाएं उनके संरक्षण में मदद कर रही हैं।

9. निवेश के अवसर

- पर्यटन क्षेत्र में होटल, रिसॉर्ट्स, परिवहन और अन्य संबंधित सेवाओं में निवेश के बड़े अवसर हैं, खासकर सार्वजनिक निजी भागीदारी (PPP) मॉडल के तहत विकास किया जा रहा है।

10. **स्थानीय समुदायों का सशक्तिकरण**

- पर्यटन स्थानीय समुदायों के लिए रोजगार और आय के अवसर पैदा कर सकता है, जिससे उनकी आजीविका में सुधार होता है और स्थानीय संस्कृति और शिल्पों को बढ़ावा मिलता है।

चुनौतियों का प्रभावी ढंग से सामना करके और इन अवसरों का लाभ उठाकर, भारतीय पर्यटन उद्योगन केवल अपनी वर्तमान वृद्धि को बनाए रख सकता है, बल्कि वैश्विक पर्यटन मानचित्र पर एक प्रमुख शक्ति के रूप में भी उभर सकता है। कुल मिलाकर भारतीय पर्यटन उद्योगएक गतिशील और विकासशील क्षेत्र है जिसमें देश की अर्थव्यवस्था और समाज के लिए बहुत अधिक संभावनाएं हैं। उचित नीतिगत समर्थन, बुनियादी ढांचे में सुधार और सतत विकास पर ध्यान केंद्रित करके, भारत वैश्विक पर्यटन मानचित्र पर अपनी स्थिति को और मजबूत कर सकता है।

6.9 सारांश

आपने इस इकाई में पर्यटन एक उद्योग के रूप में तथा भारतीय पर्यटन उद्योग का अध्ययन किया है। आप समझ गए होगें कि पर्यटन उद्योग के विकास को प्रभावित करने में किन घटकों को सम्मिलित किया जाता है। इससे विश्व या देश के पर्यटन को गतिशीलता मिलती है तथा उसके विकास को प्रोत्साहन प्राप्त होता है। वास्तव में पर्यटन उद्योगलोगों, स्थानों और पर्यटन की घटना के बीच जटिल अंतःक्रियाओं को समझने के लिए एक व्यापक ढाँचा प्रदान करता है, जो उद्योग को जिम्मेदारी से प्रबंधित और विकसित करने में स्थानिक विश्लेषण के महत्व पर प्रकाश डालता है।

इस इकाई में पर्यटन एक उद्योग के रूप में तथा भारतीय पर्यटन उद्योगकी उपयोगिता, क्षेत्रीय विभिन्नता के विविध आयाम तथा वर्तमान समय में उसकी उपयोगिता को प्रस्तुत किया गया है। आपने देखा है कि पर्यटन भूगोल का यह महत्त्वपूर्ण भाग है। किन्हीं देशों में इसके अध्ययन को ज्यादा महत्त्व दिया गया है तो किन्हीं देशों में कम। समय में होने वाले परिवर्तन के साथ ही पर्यटन उद्योगके अध्ययन की प्रासंगिकता में वृद्धि हुई है, जिसने पर्यटन भूगोल के विकास में महत्त्वपूर्ण योगदान दिया है। इस प्रकार आपने पर्यटन एक उद्योगके रूप में तथा भारतीय पर्यटन उद्योग का विस्तृत एवं सारगर्भित अध्ययन किया है।

6.10 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

1. 'देखो अपना देश' पहल किसके लिए शुरू की गई थी।

   (क) भारतीय नागरिकों को देश के भीतर यात्रा करने और उसकी समृद्ध विरासत एवं विविधता का अनुभव करने के लिए।

   (ख) भारतीय नागरिकों को विदेश की यात्रा करने और वहाँ स्थित समृद्ध विरासत एवं विविधता का अवलोकन करने के लिए।

   (ग) पडोसी देशों की विरासतों का अवलोकन करने के लिए की गई यात्रा।

   (घ) एक राज्य के लोगों द्वारा दूसरे राज्य की यात्रा को संपन्न करना।

2. निम्नलिखित में से कौन प्राथमिक क्रियाकलाप है।

   (क) कृषि (ख) कारखाना (ग) बैंकिग सेवा (घ) शोध कार्य

3. वर्ष 2022 – 23 में पर्यटन क्षेत्र मे प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रूप से कितने रोजगार सृजित हुए थे।

   (क) 80 - 88 मिलियन (ख) 12 - 52 मिलियन

   (ग) 76 - 17 मिलियन (घ) 85 - 55 मिलियन

4. रणथम्भोर राष्ट्रीय उद्यान किस राज्य में स्थित है।

   (क) राजस्थान (ख) उत्तर प्रदेश (ग) असम (घ) बिहार

5. भारत के विरासत शहरों संरक्षित करने एवं पुनर्जीवित करने के साथ – साथ उनकी सांस्कृतिक और ऐतिहासिक पहचान को बनाए रखने के लिए किस योजना की शुरुआत की गई है।

(क) प्रसाद योजना (ख) हृदय योजना

(ग) अन्त्योदय योजना (घ) प्रसन्न योजना

6.11 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

- Baghia, Sunil, 2017, Tourism Geography, Book Enclave, New Delhi.
- Kaur, J., 1993, Himalayan PilgrimageAnd New Tourism, Himalayan Books, New Delhi.
- Khanduri, Harshi, 2021, Tourism Geography, J. T. S. Publications, Delhi.
- Mandal, Somdatta, 2010, Indian Travel Narratives, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- Nelson, Velvet, 2017, An Introduction to the Geography of Tourism, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- नीशावा, परवीन, 2022, पर्यटन भूगोल – एक अध्ययन, आर. के. बुक्स, नई दिल्ली.
- बंसल, सुरेश चन्द्र, 2006, पर्यटन एवं यात्रा प्रबन्धन, मीरा प्रकाशन, सहारनपुर (उ.प्र).
- सदैव, शशिकांता, 2019, भारत के प्रसिद्ध मंदिर, यात्रा और धाम, प्रभाकर प्रकाशन, नई दिल्ली.
- मौर्य, एस. डी., 2023, पर्यटन भूगोल, शारदा पुस्तक भवन, प्रयागराज.
- यादव, बी., दुबे, पी. एवं यादव, आर. एस., 2016, काशी का एक सांस्कृतिक विरासत सारनाथ : पर्यटन के विशेष सन्दर्भ में, उत्तर भारत भूगोल परिषद, गोरखपुर (उ.प्र).
- यादव, बी., एवं प्रजापति, ए. एल., 2024, काशी परिक्षेत्र में संपन्न होने वाली यात्राओं के महात्म्य का भौगोलिक विश्लेषण, ज्ञानसौर्यम साइंटिफिक रिफ्रिड शोध पत्रिका, प्रयागराज.

6.12 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

1. एक उद्योगके रूप में पर्यटन की विस्तृत व्याख्या कीजिए?
2. पर्यटन के विकास एवं महत्त्व को स्पष्ट कीजिए?
3. भारतीय पर्यटन उद्योग एवं उसके प्रकारों का वर्णन कीजिए?

इकाई–7 पर्यटन : उद्योग का संगठन (भारतीय पर्यटन उद्योग सहित)

इकाई की रूपरेखा

7.0 प्रस्तावना

7.1 उद्देश्य

7.2 वैश्विक परिप्रेक्ष्य में पर्यटन उद्योगके संगठन

7.3 भारत में पर्यटन मंत्रालय की भूमिका

7.4 भारतीय पर्यटन उद्योगमें प्रमुख उद्योगसंघ

7.5 भारतीय पर्यटन उद्योग का संगठन

7.6 सारांश

7.7 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

7.8 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

7.9 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

7.0 प्रस्तावना

पर्यटन उद्योग एक जटिल और बहु – आयामी क्षेत्र है, जिसमें विभिन्न भागीदार और सेवा प्रदाता सम्मिलित होते हैं, जो पर्यटकों को यात्रा और अवकाश के अनुभव प्रदान करने के लिए मिलकर काम करते हैं। भारतीय पर्यटन उद्योग भी इसी तरह संगठित है जिसमें सरकारी, निजी और गैर – सरकारी संगठन विभिन्न स्तरों पर भूमिका निभाते हैं।

7.1 उद्देश्य

अध्ययन के अन्य तत्वों के समान ही पर्यटन ने भी एक उद्योग का रूप धारण कर लिया है। इसे एक निश्चित स्वरुप प्रदान करने में इसके विभिन्न संगठनों की महत्त्वपूर्ण भूमिका है। प्रस्तुत इकाई के उद्देश्य निम्नलिखित है–

1. पर्यटन उद्योग के संगठन की अवधारणा का अध्ययन करना।
2. भारत में पर्यटन उद्योग के महत्त्व एवं आवश्यकता को स्पष्ट करना।

7.2 वैश्विक परिप्रेक्ष्य में पर्यटन उद्योग के संगठन

7.2.1 वैश्विक स्तर पर पर्यटन उद्योग को सामान्यतः निम्नलिखित घटकों में बांटा जा सकता है –

- राष्ट्रीय पर्यटन संगठन (National Tourism Organizations) अथवा राष्ट्रीय पर्यटन प्राधिकरण (National TourismAuthorities)

  राष्ट्रीय पर्यटन संगठन (NTOs) या राष्ट्रीय पर्यटन प्राधिकरण (NTAs) किसी भी देश में पर्यटन के विकास, संवर्धन और विनियमन के लिए जिम्मेदार सर्वोच्च सरकारी निकाय होते हैं। ये देश के पर्यटन क्षेत्र की समग्र दिशा और रणनीति निर्धारित करते हैं। ये एक प्रकार से मास्टर प्लानर और प्रमोटर के रूप में कार्य करते हैं। इनका काम पर्यटन नीतियों का निर्माण, गंतव्य का विपणन, पर्यटक सेवाओं की गुणवत्ता सुनिश्चित करना और अंतर्राष्ट्रीय सहयोग को बढ़ावा देना है, जैसे भारत में पर्यटन मंत्रालय।

  भारत में पर्यटन मंत्रालय (Ministry of Tourism] Government of India) मुख्य राष्ट्रीय पर्यटन संगठन के रूप में कार्य करता है। इसके प्रशासनिक नियंत्रण में कई स्वायत्त निकाय और सार्वजनिक क्षेत्र के उपक्रम (PSUs) भी काम करते हैं, जो पर्यटन मंत्रालय के उद्देश्यों को पूरा करने में सहायक होते हैं।

यह देश के लिए एक व्यापक पर्यटन नीति तैयार करता है जो पर्यटन के सतत और समावेशी विकास के लिए दिशा – निर्देश प्रदान करती है। इसमें पर्यटन को बढ़ावा देने, बुनियादी ढांचे के विकास, रोजगार सृजन और सांस्कृतिक व प्राकृतिक विरासत के संरक्षण के लक्ष्य शामिल होते हैं।

राष्ट्रीय पर्यटन संगठन (NTOs) या राष्ट्रीय पर्यटन प्राधिकरण (NTAs) का एक प्रमुख कार्य देश को एक आकर्षक पर्यटन गंतव्य के रूप में राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर बढ़ावा देना है। इसमें 'अतुल्य भारत' (Incredible India) जैसे अभियानों को चलाना, अंतर्राष्ट्रीय यात्रा मेलों और प्रदर्शनियों में भाग लेना, डिजिटल मार्केटिंग रणनीतियों को लागू करना और विदेशी पर्यटन कार्यालयों के माध्यम से प्रचार करना सम्मिलित है। पर्यटन के लिए आवश्यक बुनियादी ढांचे (सड़कें, हवाई अड्डे, रेलवे स्टेशन, आवास सुविधाएं, स्वच्छता सुविधाएं) के विकास में निवेश करना या निजी क्षेत्र को प्रोत्साहित करना। राष्ट्रीय पर्यटन संगठन (NTOs) या राष्ट्रीय पर्यटन प्राधिकरण (NTAs) विभिन्न योजनाओं जैसे स्वदेश दर्शन (विषय आधारित पर्यटन परिपथों का विकास) और प्रसाद (तीर्थ–स्थलों का विकास) के माध्यम से इसमें सक्रिय भूमिका निभाते हैं।

राष्ट्रीय पर्यटन संगठन के द्वारा मानव संसाधन विकास के रूप में पर्यटन क्षेत्र के लिए प्रशिक्षित और कुशल मानव शक्ति तैयार करने हेतु कार्यक्रमों और संस्थानों जिनमें इंडियन इंस्टीट्यूट ऑफ टूरिज्म एंड ट्रैवल मैनेजमेंट (IITTM), नेशनल काउंसिल फॉर होटल मैनेजमेंट एंड कैटरिंग टेक्नोलॉजी (NCHMCT) आदि सम्मिलित है, का समर्थन और विनियमन किया जाता है। राष्ट्रीय पर्यटन संगठन के मुख्य कार्य में निवेश सुविधा पर विशेष ध्यान दिया जाता है तथा पर्यटन क्षेत्र में घरेलू और विदेशी निवेश को आकर्षित करने के लिए नीतियां और प्रोत्साहन प्रदान करना किया जाता है। यह निजी क्षेत्र को होटल, रिसॉर्ट, साहसिक पर्यटन गतिविधियां और अन्य पर्यटन संबंधित व्यवसायों में निवेश करने के लिए प्रोत्साहित करता है।

राष्ट्रीय पर्यटन संगठन पर्यटकों के लिए सुरक्षित और सुखद अनुभव सुनिश्चित करने के लिए मानक और दिशा निर्देश स्थापित करते हैं। इसमें पर्यटक सूचना केंद्र स्थापित करना, सुरक्षा उपायों को मजबूत करना और शिकायत निवारण तंत्र प्रदान करना सम्मिलित है। अनुसंधान और सांख्यिकी (ResearchAnd Statistics) के अंतर्गत पर्यटन प्रवृत्तियों, पर्यटक आगमन, विदेशी मुद्रा आय और उद्योग के प्रभाव का विश्लेषण करने के लिए आंकड़ा एकत्र करना और अनुसंधान करना। यह नीति निर्माण और भविष्य की योजनाओं के लिए महत्वपूर्ण जानकारी प्रदान करता है। राष्ट्रीय पर्यटन संगठन विनियमन और गुणवत्ता नियंत्रण पर विशेष जोर देता है जिससे पर्यटन सेवा प्रदाताओं (होटल, ट्रैवल एजेंट, पर्यटन निर्देशक) का पंजीकरण और वर्गीकरण करना ताकि सेवाओं की गुणवत्ता सुनिश्चित की जा सके। यह उद्योग के लिए नैतिक दिशानिर्देश भी निर्धारित करता है।

7.3 भारत में पर्यटन मंत्रालय की भूमिका

भारत का पर्यटन मंत्रालय इन सभी भूमिकाओं को निभाता है। यह न केवल नीतियां बनाता है और अभियानों का नेतृत्व करता है, बल्कि यह भारतीय पर्यटन विकास निगम (I.T.D.C.) जैसे सार्वजनिक क्षेत्र के उपक्रमों के माध्यम से सीधे पर्यटन बुनियादी ढांचे और सेवाओं के विकास में भी शामिल होता है। यह राज्य पर्यटन विभागों और निजी क्षेत्र के साथ मिलकर काम करता है ताकि भारत को एक वैश्विक पर्यटन शक्ति बनाया जा सके। इस प्रकार इसकी भूमिका को निम्न प्रकार से व्यक्त किया जा सकता है –

7.3.1 क्षेत्रोय या राज्य पर्यटन संगठन (Regional or State Tourism Organizations)

क्षेत्रीय या राज्य पर्यटन संगठन (Regional or State Tourism Organizations) वे सरकारी निकाय होते हैं, जो किसी देश के भीतर एक विशिष्ट राज्य या क्षेत्र में पर्यटन के विकास, प्रबंधन और प्रचार के लिए जिम्मेदार होते हैं। ये राष्ट्रीय पर्यटन संगठन (NTOs) के व्यापक दिशा निर्देशों के तहत कार्य करते हैं, लेकिन अपनी–अपनी भौगोलिक सीमाओं के भीतर स्थानीय पर्यटन उत्पादों और अनुभवों को विकसित करने और बढ़ावा देने पर विशेष ध्यान केंद्रित करते हैं।

- **भारत में क्षेत्रीय या राज्य पर्यटन संगठन**

भारत में प्रत्येक राज्य और कुछ केंद्र शासित प्रदेशों में अपने स्वयं के पर्यटन विभाग या पर्यटन विकास निगम होते हैं जो राष्ट्रीय पर्यटन संगठन (NTOs) या राष्ट्रीय पर्यटन प्राधिकरण (NTAs) के रूप में कार्य करते हैं। भारत में ऐसे कुछ संगठनों के नाम निम्नवत है –

- केरल पर्यटन (Kerala Tourism)
- राजस्थान पर्यटन (Rajasthan Tourism)
- उत्तर प्रदेश पर्यटन (Uttar Pradesh Tourism)
- गुजरात पर्यटन (Gujarat Tourism)
- मध्य प्रदेश पर्यटन (Madhya Pradesh Tourism)
- गोवा पर्यटन विकास निगम (Goa Tourism Development Corporation & GTDC)

➢ **क्षेत्रीय या राज्य पर्यटन संगठनों की मुख्य भूमिकाएँ और कार्य**

1. क्षेत्रीय या राज्य पर्यटन संगठनों के प्रमुख कार्यों में राज्य/क्षेत्रीय पर्यटन नीति का निर्माण और कार्यान्वयन शामिल है जिसके अंतर्गत ये अपने राज्य या क्षेत्र की विशिष्ट आवश्यकताओं और संसाधनों के अनुरूप पर्यटन नीतियां बनाते हैं। ये नीतियां राज्य के भीतर पर्यटन के विकास और प्रबंधन के लिए एक मानक मानचित्र प्रदान करती हैं।
2. क्षेत्रीय संगठन अपने राज्य या क्षेत्र के पर्यटन उत्पादों और आकर्षणों का राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर विशिष्ट रूप से विपणन और प्रचार करते हैं। इसमें विशिष्ट ब्रांडिंग अभियान जैसे केरल का "गॉड्स ओन कंट्री'' और राजस्थान का ''पधारो म्हारे देश'' के साथ विज्ञापन, सोशल मीडिया अभियान, और राज्य विशिष्ट पर्यटन मेलों में भागीदारी सम्मिलित है। ये राज्य के भीतर पर्यटन पैकेजों और मार्गों को भी बढ़ावा देते हैं।
3. राज्य के भीतर पर्यटन–स्थलों पर बुनियादी ढांचे (सड़कों तक पहुंच, पर्यटक सूचना केंद्र, सार्वजनिक सुविधाएं, स्वच्छता, प्रकाश व्यवस्था) का विकास और रख – रखाव करना तथा पर्यटन–स्थलों को अधिक सुलभ और आकर्षक बनाने के लिए कार्य करते रहना इस संगठन का विशेष कार्य है।
4. क्षेत्रीय संगठन पर्यटक सूचना सेवाओं के लिए सदैव तत्पर रहता है जिसके द्वारा राज्य भर में पर्यटक सूचना केंद्र स्थापित करना और संचालित करना जो आगंतुकों को आवास, परिवहन, आकर्षण, गतिविधियों और स्थानीय रीति – रिवाजों के बारे में जानकारी प्रदान करते हैं। डिजिटल प्लेटफॉर्म और वेबसाइटों के माध्यम से भी जानकारी प्रदान की जाती है।
5. क्षेत्रीय संगठन संस्थाएं राज्य के भीतर पर्यटकों की सुरक्षा और सुविधा सुनिश्चित करने के लिए स्थानीय अधिकारियों के साथ समन्वय स्थापित करती हैं तथा पर्यटकों की शिकायतों का निवारण करने के साथ – साथ सेवा प्रदाताओं के लिए कुछ गुणवत्ता मानकों को भी लागू करती हैं।
6. राज्य संगठन संस्थाएं उत्पाद विकास पर विशेष जोर देती हैं। अपने राज्य या क्षेत्र के भीतर नए पर्यटन उत्पादों और अनुभवों की पहचान करना और उन्हें विकसित करना सम्मिलित है। इसमें विरासत पर्यटन, वन्यजीव पर्यटन, धार्मिक पर्यटन, साहसिक पर्यटन, ग्रामीण पर्यटन, चिकित्सा पर्यटन और एम. आई.सी. ई. (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) पर्यटन जैसे आला उत्पादों पर ध्यान केंद्रित करना शामिल हो सकता है।
7. ये संगठन राज्य के भीतर होटल, रिसॉर्ट, टूर ऑपरेटर, ट्रैवल एजेंट और अन्य सेवा प्रदाताओं जैसे निजी हितधारकों के साथ घनिष्ठ संबंध स्थापित करते हैं तथा पर्यटन विकास परियोजनाओं में सार्वजनिक निजी भागीदारी (PPP) को बढ़ावा देते हैं।

8. क्षेत्रीय या राज्य संगठनों के प्रमुख कार्यों में कौशल विकास और प्रशिक्षण तथा अनुसंधान और आंकड़ा संग्रह जैसे कार्य शामिल हैं। राज्य के पर्यटन क्षेत्र में लगे कर्मियों के लिए कौशल विकास और प्रशिक्षण कार्यक्रमों का समर्थन करना या उनका आयोजन करना ताकि सेवा की गुणवत्ता में सुधार हो सके तथा राज्य विशिष्ट पर्यटन रुझानों, पर्यटक आगमन, व्यय और आगंतुक प्रोफाइल पर आंकड़ा एकत्र करना और विश्लेषण करना ताकि बेहतर निर्णय लेने में मदद मिल सके।

7.3.2 राष्ट्रीय और राज्य संगठनों के बीच संबंध

भारत का पर्यटन मंत्रालय एक व्यापक राष्ट्रीय एजेंडा निर्धारित करते हैं और अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर देश का प्रतिनिधित्व करता हैं। राष्ट्रीय पर्यटन संगठन (NTOs) या राष्ट्रीय पर्यटन प्राधिकरण (NTAs) इन राष्ट्रीय रणनीतियों को क्षेत्रीय स्तर पर लागू करते हैं, अपनी – अपनी अद्वितीय क्षेत्रीय विशेषताओं को उजागर करते हैं। वे प्रायः राष्ट्रीय अभियानों में भाग लेते हैं और अपने राज्य के पर्यटन उत्पादों को राष्ट्रीय मंचों पर प्रदर्शित करते हैं। यह सहयोगात्मक प्रयास भारत के विविध पर्यटन परिदृश्य का पूर्ण लाभ उठाने में मदद करता है।

7.3.3 स्थानीय गंतव्य प्रबंधन संगठन (Local Destination Management Organizations)

स्थानीय गंतव्य प्रबंधन संगठन (Local Destination Management Organizations) वे निकाय होते हैं जो किसी विशेष शहर, कस्बे या छोटे भौगोलिक क्षेत्र के भीतर पर्यटन को बढ़ावा देने, प्रबंधित करने और विकसित करने पर ध्यान केंद्रित करते हैं। ये क्षेत्रीय या राज्य पर्यटन संगठनों (RTOs/STOs) और अंततः राष्ट्रीय पर्यटन संगठनों (NTOs) के व्यापक फ्रेमवर्क के तहत काम करते हैं, लेकिन उनका ध्यान बहुत अधिक स्थानीय और सूक्ष्म स्तर पर होता है। स्थानीय गंतव्य प्रबंधन संगठन को प्रायः कन्वेंशन एंड विजिटर्स ब्यूरो (CVBs), पर्यटन बोर्ड या पर्यटन कार्यालयों के रूप में भी जाना जाता है।

➢ **स्थानीय गंतव्य प्रबंधन संगठनों की मुख्य भूमिकाएँ और कार्य**

स्थानीय गंतव्य प्रबंधन संगठन का प्राथमिक कार्य अपने विशिष्ट स्थानीय क्षेत्र को पर्यटकों और आगंतुकों के लिए एक आकर्षक गंतव्य के रूप में बढ़ावा देना है। इसमें स्थानीय आकर्षणों, घटनाओं, आवासों, भोजन विकल्पों और अद्वितीय अनुभवों का विपणन करना सम्मिलित है। वे स्थानीय पर्यटन उद्योगके व्यवसायों के साथ मिलकर काम करते हैं ताकि संयुक्त विपणन अभियान चलाए जा सकें।

स्थानीय गंतव्य प्रबंधन संगठनों के माध्यम से आगंतुकों को सेवाएं प्रदान की जाती है जैसे पर्यटकों के आगमन पर जानकारी और सहायता प्रदान करना। इसमें पर्यटक सूचना केंद्रों का संचालन करना, मानचित्र, स्थानीय दस्तावेज और स्थानीय कार्यक्रमों की जानकारी प्रदान करना सम्मिलित है। वे प्रायः वेबसाइटों और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के माध्यम से भी जानकारी प्रदान करते हैं।

उपर्युक्त संगठन के माध्यम से उत्पाद विकास और अनुभव डिजाइन का भी कार्य किया जाता है जैसे स्थानीय स्तर पर नए पर्यटन उत्पादों, पैकेजों और अनुभवों की पहचान करना, विकसित करना और उनमें सुधार करना। एक स्थानीय गंतव्य प्रबंधन संगठन एक विरासत विकास, एक स्थानीय खाद्य पदार्थों या एक स्थानीय त्योहार को विकसित करने में मदद कर सकता है। यह सुनिश्चित करना कि स्थानीय आकर्षण अच्छी तरह से बनाए रखा जाए और आगंतुकों के लिए सुलभ हो।

स्थानीय गंतव्य प्रबंधन संगठन पर्यटन उद्योग के भीतर विभिन्न स्थानीय हितधारकों (होटल मालिक, रेस्तरां, स्थानीय व्यवसायी, आकर्षण प्रबंधक, परिवहन प्रदाता, नगर पालिका और स्थानीय समुदाय) के बीच समन्वय स्थापित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। यह सुनिश्चित करता है कि पर्यटन के विकास के लिए सभी पक्ष मिलकर काम करें। स्थानीय गंतव्य प्रबंधन संगठन के माध्यम से स्थानीय अर्थव्यवस्था को समर्थन प्राप्त होता है जिसके अंतर्गत स्थानीय व्यवसायों और रोजगार सृजन को बढ़ावा देना तथा पर्यटकों के खर्च को स्थानीय अर्थव्यवस्था में बनाए रखने के तरीके खोजना आदि सम्मिलित हैं। यह संगठन अनुसंधान और आंकड़ा विश्लेषण पर भी जोर देता है जिसके अंतर्गत स्थानीय पर्यटन रुझानों, पर्यटक आगमन संख्या, व्यय प्रतिरूप और आगंतुकों की प्रतिक्रिया पर आंकड़ा एकत्र किया जाता है जो किसी भी पर्यटन स्थल पर रणनीति बनाने और निर्णय लेने में मदद करती है।

स्थानीय गंतव्य प्रबंधन संगठन स्थानीय समुदाय को पर्यटन के लाभों के बारे में सूचित करता है और उनकी चिंताओं को दूर करता है। स्थायी पर्यटन प्रथाओं को बढ़ावा देना जो पर्यावरण और स्थानीय संस्कृति का सम्मान करती हैं। यह संगठन बैठकें, प्रोत्साहन, सम्मेलन और प्रदर्शनियों के माध्यम से पर्यटन को आकर्षित करता है। कई स्थानीय गंतव्य प्रबंधन संगठन व्यापार आयोजनों, सम्मेलनों और प्रदर्शनियों को अपने गंतव्य में आकर्षित करने के लिए सक्रिय रूप से काम करते हैं क्योंकि ये महत्वपूर्ण राजस्व और मौसमी रोजगार के अतिरिक्त व्यवसाय ला सकते हैं।

➢ **स्थानीय गंतव्य प्रबंधन संगठन का महत्व**

- **विशिष्ट ध्यान** : स्थानीय गंतव्य प्रबंधन संगठन एक विशिष्ट गंतव्य पर गहन ध्यान केंद्रित कर सकते हैं, जिससे वे उस क्षेत्र की अद्वितीय विशेषताओं को प्रभावी ढंग से बढ़ावा दे सकें।
- **स्थानीय विशेषज्ञता** : उनके पास स्थानीय आकर्षणों, सेवाओं और बाजार के बारे में गहरी जानकारी होती है।
- **कुशल प्रतिक्रिया** : वे स्थानीय बाजार के रुझानों और आगंतुकों की प्रतिक्रिया पर तेजी से प्रतिक्रिया दे सकते हैं।
- **सामुदायिक एकीकरण** : वे पर्यटन को स्थानीय समुदाय में बेहतर ढंग से एकीकृत करने में मदद करते हैं, जिससे निवासियों और व्यवसायों दोनों को लाभ होता है।
- **गुणवत्ता नियंत्रण** : वे स्थानीय सेवा प्रदाताओं के लिए गुणवत्ता मानकों को प्रोत्साहित कर सकते हैं।

भारत में स्थानीय गंतव्य प्रबंधन संगठन का संकल्पना अभी भी विकसित हो रहा है, हालांकि बड़े शहरों जैसे दिल्ली, मुंबई, बेंगलुरु, जयपुर आदि में विभिन्न संगठन या पर्यटन बोर्ड हैं जो स्थानीय पर्यटन को बढ़ावा देने में मदद करते हैं। कई बार राज्य पर्यटन विभाग स्वयं स्थानीय स्तर पर स्थानीय गंतव्य प्रबंधन संगठन के कुछ कार्यों को करते हैं। निजी सार्वजनिक भागीदारी में स्थानीय निकाय गठित किए जाते हैं। जैसे – जैसे भारतीय पर्यटन परिदृश्य परिपक्व हो रहा है, स्थानीय गंतव्य प्रबंधन संगठन की भूमिका और महत्व बढ़ता जा रहा है, खासकर स्थायी और जिम्मेदार पर्यटन के संदर्भ में।

7.3.4 सेवा प्रदाता (Service Providers)

सेवा प्रदाता (Service Providers) पर्यटन उद्योग का वह महत्वपूर्ण और व्यापक खंड हैं जो सीधे पर्यटकों को विभिन्न प्रकार की सेवाएं और उत्पाद प्रदान करते हैं, जिससे उनकी यात्रा और अवकाश का अनुभव संभव होता है। ये पर्यटन उद्योग के अग्रदूत हैं, जो पर्यटकों के साथ सीधा संपर्क बनाते हैं और उनके अनुभव को आकार देते हैं।

सेवा प्रदाताओं को मुख्य रूप से निम्नलिखित श्रेणियों में बांटा जा सकता है –

1. आवास प्रदाता (Accommodation Providers)

ये पर्यटकों को रहने की जगह प्रदान करते हैं। इसमें विभिन्न प्रकार के विकल्प शामिल हैं जो बजट और पसंद के अनुसार भिन्न होते हैं। इसमें निम्नलिखित सम्मिलित होते हैं –

- **होटल** : कुलीन होटल, बुटीक होटल, व्यावसायिक होटल, श्रृंखला होटल (ताज, ओबेरॉय, आईण्टीण्सीण, और मैरियट आदि)।
- **रिसॉर्ट** : अवकाश और मनोरंजन सुविधाओं के साथ उपलब्ध होते हैं।
- **गेस्ट हाउस और होमस्टे** : स्थानीय अनुभव और व्यक्तिगत स्पर्श प्रदान करते हैं।
- **बजट होटल और लॉज** : किफायती विकल्प के रूप में उपलब्ध होते हैं।

- **सेवा अपार्टमेंट** : लंबी अवधि के प्रवास के लिए उपलब्ध होते हैं।
- **कैंप साइट्स और ईको लॉज** : प्रकृति आधारित अनुभव प्रदान करने के लिए बनाए जाते हैं।

2. **परिवहन प्रदाता (Transportation Providers)**

ये पर्यटकों को एक स्थान से दूसरे स्थान पर जाने में मदद करते हैं। इसके अंतर्गत निम्नलिखित को सम्मिलित किया जाता है –

- **एयरलाइंस** : घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय उड़ानें (इंडिगो, एयर इंडिया, विस्तारा, स्पाइसजेट) आदि।
- **रेलवे** : भारतीय रेलवे, विशेष पर्यटन ट्रेनें (पैलेस ऑन व्हील्स) आदि।
- **बस ऑपरेटर** : एक शहर के अन्दर और एक शहर से दूसरे शहर की बस सेवाएं और पर्यटन बसें आदि।
- **टैक्सी और कैब सेवाएं** : स्थानीय परिवहन (ओला, उबर) के लिए उपयोगी।
- कार रेंटल कंपनियां : स्वयं ड्राइव करने के लिए वाहन किराए पर देना।
- **क्रूज लाइनें और नौका सेवाएं** : जल आधारित यात्रा।
- **ऑटो रिक्शा, साइकिल रिक्शा** : छोटे शहरों में स्थानीय परिवहन के लिए उपयोगी।

3. **टूर ऑपरेटर और ट्रैवल एजेंट (Tour OperatorsAnd TravelAgents)**

ये पर्यटक के लिए पूरी यात्रा योजना और बुकिंग प्रक्रिया को सरल बनाते हैं। इसके अंतर्गत निम्नलिखित को सम्मिलित किया जाता है –

- टूर ऑपरेटर : यात्रा पैकेज डिजाइन करते हैं, जिसमें आवास, परिवहन, भ्रमण और गतिविधियों का संयोजन होता है (कॉक्स एंड किंग्स, थॉमस कुक, केसरी टूर्स)।
- ट्रैवल एजेंट : ग्राहकों को यात्रा योजना बनाने, बुकिंग करने (उड़ानें, होटल, ट्रेन) और यात्रा परामर्श प्रदान करने में सहायता करते हैं।
- ऑनलाइन ट्रैवल एजेंसियां (OTAs) : मेक माई ट्रिप (Make My Trip), गोइबिबो (Goibibo), ईज माई ट्रिप (Ease My Trip), क्लियर ट्रिप (Clear trip), बुकिंग.कॉम (Booking.com) आदि जो ऑनलाइन बुकिंग की सुविधा प्रदान करती हैं।

4. **खाद्य और पेय पदार्थ प्रदाता (FoodAnd Beverage Providers)**

ये पर्यटकों को भोजन और पेय पदार्थ प्रदान करते हैं। इसके अंतर्गत निम्नलिखित को सम्मिलित किया जाता है –

- रेस्तरां : फाइन डाइनिंग से लेकर कैजुअल डाइनिंग तक।
- कैफे और कॉफी दुकानें : हल्के भोजन और पेय पदार्थ उपलब्ध।
- बार और पब : मनोरंजन के साथ पेय पदार्थ उपलब्ध।
- स्ट्रीट फूड वेंडर : स्थानीय व्यंजनों का अनुभव उपलब्ध।
- केटरिंग सेवाएं : विशेष आयोजनों के लिए उपलब्ध।

5. **आकर्षण और गतिविधिया प्रदाता (AttractionsAndActivities Providers)**

ये पर्यटकों को मनोरंजन, शिक्षा और अनुभव प्रदान करते हैं। इसके अंतर्गत निम्नलिखित को सम्मिलित

किया जाता है –

- ऐतिहासिक स्थल और स्मारक : किले, महल, प्राचीन खंडहर (ताजमहल, लाल किला) आदि।
- संग्रहालय और कला दीर्घाएँ : सांस्कृतिक और ऐतिहासिक प्रदर्शन।
- विषयक पार्क और मनोरंजन पार्क : रोमांच और मनोरंजन
- वन्यजीव अभयारण्य और राष्ट्रीय उद्यान : सफारी और प्रकृति का अनुभव (रणथंभौर, जिम कॉर्बेट) आदि।
- धार्मिक स्थल : मंदिर, मस्जिद, चर्च, गुरुद्वारे आदि।
- साहसिक खेल प्रदाता : ट्रेकिंग, राफ्टिंग, पैराग्लाइडिंग, स्कीइंग आदि।
- वेलनेस और स्पा केंद्र : आराम और स्वास्थ्य सेवाएं।
- स्थानीय गाइड और टूर लीडर : स्थलों की जानकारी और यात्रा में सहायता।

6. अन्य सहायक सेवाएं (OtherAncillary Services)

ये सेवाएं पर्यटकों की यात्रा को अधिक सुविधाजनक और आरामदायक बनाती हैं। जो निम्न हैं –

- मनी एक्सचेंजर्स और एटीएम : मुद्रा विनिमय करने के माध्यम।
- पर्यटक सूचना केंद्र : स्थानीय जानकारी उपलब्ध कराना।
- बीमा कंपनियां : यात्रा बीमा की सुरक्षा।
- खुदरा विक्रेता और स्मारिका दुकानें : खरीदारी के स्थानीय अवसर को उपलब्ध कराना।
- सुरक्षा सेवाएं : पर्यटक स्थलों पर सुरक्षा सुनिश्चित करना।
- टेलीकॉम प्रदाता : संचार सेवाएं (मोबाइल डेटा, कॉलिंग) उपलब्ध कराना।

➢ **सेवा प्रदाताओं का महत्व**

- प्रत्यक्ष अनुभव : सेवा प्रदाता सीधे पर्यटकों के साथ बातचीत करते हैं और उनके यात्रा अनुभव को सबसे अधिक प्रभावित करते हैं।
- आर्थिक योगदान : वे प्रत्यक्ष रूप से राजस्व उत्पन्न करते हैं और बड़ी संख्या में लोगों को रोजगार प्रदान करते हैं।
- गंतव्य की छवि : इन प्रदाताओं द्वारा प्रदान की जाने वाली सेवाओं की गुणवत्ता सीधे गंतव्य की समग्र छवि और प्रतिष्ठा को प्रभावित करती है।
- उत्पाद विकास : वे नए पर्यटन उत्पादों और सेवाओं को विकसित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

सेवा प्रदाता भारतीय पर्यटन उद्योगकी रीढ़ हैं, जो विविध प्रकार की सेवाएं प्रदान करके पर्यटकों की जरूरतों को पूरा करते हैं और देश को एक आकर्षक पर्यटन स्थल बनाए रखने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

7.3.5 उद्योग संघ (IndustryAssociations)

उद्योग संघ (IndustryAssociations) वे गैर सरकारी संगठन होते हैं जो किसी विशेष उद्योग या व्यावसायिक

क्षेत्र में काम करने वाले व्यवसायों या पेशेवरों के हितों का प्रतिनिधित्व करते हैं और उन्हें बढ़ावा देते हैं। पर्यटन उद्योग में ये संघ विभिन्न सेवा प्रदाताओं को एक साथ लाते हैं, उनके साझा हितों की वकालत करते हैं और उद्योग के समग्र विकास में योगदान करते हैं।

➢ उद्योग संघों की मुख्य भूमिकाएँ और कार्य

1. प्रतिनिधित्व और वकालत (RepresentationAndAdvocacy) जैसे महत्वपूर्ण कार्य संघों की प्राथमिक भूमिका है। वे अपने सदस्यों के सामूहिक हितों का सरकार, नियामकों और अन्य संबंधित हितधारकों के सामने प्रतिनिधित्व करते हैं। वे पर्यटन नीति, कराधान, नियामक ढांचे और अन्य महत्वपूर्ण मुद्दों पर सरकार के साथ संवाद स्थापित करते हैं और उद्योगकी ओर से वकालत करते हैं। उदाहरण के लिए वे वीजा नीतियों में ढील, पर्यटन बुनियादी ढांचे में निवेश या विशिष्ट कर लाभों की मांग कर सकते हैं।
2. नेटवर्किंग और सहयोग को दृष्टिगत रखते हुए ये संघ सदस्यों को एक – दूसरे के साथ जुड़ने, विचारों का आदान – प्रदान करने और सहयोग करने के लिए एक मंच प्रदान करते हैं। वे सम्मेलन, कार्यशालाएं, सेमिनार और व्यापार मेलों का आयोजन करते हैं जहां सदस्य व्यावसायिक संबंध बना सकते हैं।
3. कई संघ उद्योग के भीतर गुणवत्ता, नैतिकता और व्यावसायिकता के मानकों को विकसित और बढ़ावा देते हैं। वे सर्वश्रेष्ठ प्रथाओं (best practices) को साझा करते हैं और सदस्यों को उन्हें अपनाने के लिए प्रोत्साहित करते हैं। कुछ मामलों में वे प्रमाणन (certification) या मान्यता (accreditation) कार्यक्रम भी चलाते हैं।
4. संघ अपने सदस्यों और व्यापक उद्योग के लिए प्रासंगिक बाजार अनुसंधान, सांख्यिकीय आंकड़ा और उद्योग के रुझान पर रिपोर्ट संकलित करते हैं और साझा करते हैं। यह जानकारी सदस्यों को सूचित व्यावसायिक निर्णय लेने में मदद करती है।
5. पर्यटन उद्योग में कौशल अंतर को पाटने के लिए कई संघ प्रशिक्षण कार्यक्रम, कार्यशालाएं और कौशल विकास पहल प्रदान करते हैं। वे सदस्यों को नवीनतम उद्योग के रुझानों और प्रौद्योगिकियों से अपडेट रहने में मदद करते हैं।
6. हालांकि प्राथमिक रूप से मार्केटिंग व्यक्तिगत व्यवसायों या सरकारी निकायों द्वारा की जाती है, संघ सामूहिक रूप से अपने क्षेत्र के समग्र प्रचार में योगदान कर सकते हैं। वे अक्सर अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन मेलों में संयुक्त मंडपों का आयोजन करते हैं या सदस्य व्यवसायों के लिए सामूहिक प्रचार सामग्री का उत्पादन करते हैं कुछ संघ अपने सदस्यों और उनके ग्राहकों के बीच विवादों को सुलझाने में मध्यस्थ के रूप में कार्य कर सकते हैं, जिससे उद्योग में विश्वास और विश्वसनीयता बनी रहती है।

7.4 भारतीय पर्यटन उद्योग में प्रमुख उद्योग संघ

भारत में पर्यटन उद्योग में कई महत्वपूर्ण उद्योग संघ हैं जो विभिन्न उपक्षेत्रों का प्रतिनिधित्व करते हैं –

1. इंडियन एसोसिएशन ऑफ टूर ऑपरेटर्स (IndianAssociation of Tour Operators & IATO)

भारत में इन बाउंड (विदेशी पर्यटकों को भारत में लाना) और घरेलू टूर ऑपरेटरों का राष्ट्रीय निकाय है। यह पर्यटन मंत्रालय के साथ घनिष्ठ संबंध बनाए रखता है और उद्योग के विकास के लिए नीतियां बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

2. ट्रैवल एजेंट्स एसोसिएशन ऑफ इंडिया (TravelAgentsAssociation of India & TAAI)

भारत में ट्रैवल एजेंटों का सबसे बड़ा प्रतिनिधित्व करने वाला निकाय। यह एयरलाइंस, होटल और अन्य सेवा प्रदाताओं के साथ एजेंटों के हितों की वकालत करता है।

3. **फेडरेशन ऑफ होटल्स एंड रेस्टोरेंट्स एसोसिएशंस ऑफ इंडिया (Federation of HotelsAnd RestaurantsAssociations of India & FHRAI)**

यह भारत में होटल और रेस्तरां उद्योग का प्रतिनिधित्व करता है। यह आवास और खानपान क्षेत्र के मुद्दों पर सरकार के साथ सक्रिय रूप से जुड़ता है।

4. **एसोसिएशन ऑफ डोमेस्टिक टूर ऑपरेटर्स ऑफ इंडिया (Association of Domestic Tour Operators of India &ADTOI)**

विशेष रूप से भारत के भीतर घरेलू पर्यटन को बढ़ावा देने और विकसित करने पर केंद्रित है।

5. **एडवेंचर टूर ऑपरेटर्स एसोसिएशन ऑफ इंडिया (Adventure Tour OperatorsAssociation of India &ATOAI)**

भारत में साहसिक पर्यटन को बढ़ावा देने और इसके लिए सुरक्षा मानकों को विकसित करने पर ध्यान केंद्रित करता है।

संघ भारतीय पर्यटन उद्योग को संगठित करने, उसके हितों की रक्षा करने और उसके सतत विकास को सुनिश्चित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। वे सरकार और निजी क्षेत्र के बीच एक महत्वपूर्ण सेतु का काम करते हैं।

7.5 भारतीय पर्यटन उद्योग का संगठन

भारत में पर्यटन उद्योग का संगठन उपरोक्त वैश्विक संरचना के अनुरूप है, जिसमें केंद्र सरकार, राज्य सरकारें और निजी क्षेत्र के संगठन महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं –

7.5.1 सरकारी संगठन

1. **पर्यटन मंत्रालय (Ministry of Tourism] Government of India)**

यह भारत में पर्यटन के विकास और प्रचार के लिए शीर्ष सरकारी निकाय है। यह राष्ट्रीय पर्यटन नीति तैयार करता है। विभिन्न योजनाओं (स्वदेश दर्शन, प्रसाद) को लागू करता है और अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर भारत को बढ़ावा देता है। यह पर्यटन क्षेत्र के लिए नीतियों, नियमों और प्रोत्साहन की देख–रेख करता है।

2. **भारत पर्यटन विकास निगम (India Tourism Development Corporation & ITDC)**

यह पर्यटन मंत्रालय के प्रशासनिक नियंत्रण में एक सार्वजनिक क्षेत्र का उपक्रम है। भारत पर्यटन विकास निगम ने देश में पर्यटन के बुनियादी ढांचे के विकास और विस्तार में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। यह होटल, रेस्तरां, परिवहन सेवाएं, इवेंट मैनेजमेंट और यात्रा संबंधी परामर्श जैसी सेवाएं प्रदान करता है। इसके तहत अशोक ग्रुप ऑफ होटल्स, अशोक इंस्टीट्यूट ऑफ हॉस्पिटैलिटी एंड टूरिज्म मैनेजमेंट आदि आते हैं।

3. **भारतीय रेलवे खान – पान और पर्यटन निगम (Indian Railway CateringAnd Tourism Corporation & IRCTC)**

रेल मंत्रालय के तहत एक सार्वजनिक क्षेत्र का उद्यम, जो रेलवे यात्रा से संबंधित पर्यटन सेवाओं (टिकट बुकिंग, खानपान, पर्यटन पैकेज) में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

4. **पर्यटन वित्त निगम लिमिटेड (Tourism Finance Corporation of India & TFCI)**

पर्यटन और होटल उद्योग की वित्तीय आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए स्थापित एक विशिष्ट वित्तीय संस्थान।

5. **राज्य पर्यटन विभाग एवं निगम (State Tourism DepartmentsAnd Corporations)**

प्रत्येक राज्य का अपना पर्यटन विभाग या निगम होता है, जो राज्य के भीतर पर्यटन के विकास और

प्रचार के लिए जिम्मेदार होता है। ये अपनी – अपनी राज्य नीतियों का निर्माण करते हैं, बुनियादी ढांचे का विकास करते हैं और राज्य विशिष्ट पर्यटन उत्पादों का विपणन करते हैं (राजस्थान पर्यटन, केरल पर्यटन, उत्तर प्रदेश पर्यटन आदि)।

7.5.2 निजी क्षेत्र के संगठन

निजी क्षेत्र भारतीय पर्यटन उद्योगकी रीढ़ है, जो सीधे पर्यटकों को सेवाएं प्रदान करता है। इसमें निम्नलिखित सम्मिलित हैं –

1. **होटल और आवास उद्योग**

   भारत में कई बड़ी होटल श्रृंखलाएं (ताज, ओबेरॉय, आईटीसी, लीला इत्यादि) और स्वतंत्र होटल, रिसॉर्ट, होमस्टे, बजट होटल और गेस्ट हाउस हैं। ये आवास और संबंधित सेवाएं प्रदान करते हैं।

2. **टूर ऑपरेटर और ट्रैवल एजेंट**

   टूर ऑपरेटर : यात्रा पैकेजों (आवास, परिवहन, भ्रमण, गतिविधियों का संयोजन) का डिजाइन और बिक्री करते हैं।

   एजेंसियां (OTA) जैसे Make My Trip, Goibibo, Ease My Trip, Clear Trip आदि ने इस क्षेत्र में क्रांति ला दी है।

3. **परिवहन सेवाएं**

   एयरलाइंस (इंडिगो, एयर इंडिया, विस्तारा), रेलवे, बस सेवाएं, टैक्सी सेवाएं और कार रेंटल एजेंसियां पर्यटकों को एक स्थान से दूसरे स्थान पर ले जाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं।

4. **आकर्षण और मनोरंजन प्रदाता**

   अपनी प्राचीन संस्कृति एवं विरासतों से मनुष्यों का आत्मिक लगाव होता है। उनकी ऐतिहासिकता, समृद्ध विरासत और वीर गाथाएँ व्यक्तियों को आनंद प्रदान करती है, जिसके प्रभाव से वे अनायास ही खिचे चले आते है। ऐतिहासिक स्थलों, संग्रहालयों, वन्यजीव पार्कों, विषयक पार्कों, साहसिक खेल प्रदाताओं (ट्रेकिंग, राफ्टिंग) के संचालक।

5. **खान – पान सेवाएं**

   भोजन व्यक्ति की मूलभूत आवश्यकता होती है, जिसके अभाव में मानव जीवन की कल्पना नहीं की जा सकती है। जिन क्षेत्रों में इनकी पर्याप्त, शुद्ध, पौष्टिक एवं समुचित मात्रा उपलब्ध होती है वे क्षेत्र अधिक मात्रा में पर्यटकों को आकर्षित करते है। अभाव वाले क्षेत्रों में जाने में लोग अरूचि लेते हैं। रेस्तरां, कैफे, फूड कोर्ट और विशिष्ट भोजन स्थल जो पर्यटकों को भोजन और पेय पदार्थ प्रदान करते हैं।

7.5.3 उद्योग संघ और अन्य सहायक निकाय

ये संगठन उद्योग के हितों का प्रतिनिधित्व करते हैं और विभिन्न भागीदारों के बीच समन्वय स्थापित करते हैं –

1. **इंडियन एसोसिएशन ऑफ टूर ऑपरेटर्स (IndianAssociation of Tour Operators & IATO)**

   भारत में टूर ऑपरेटरों का राष्ट्रीय निकाय। यह पर्यटन उद्योगके महत्वपूर्ण मुद्दों पर सरकार के साथ बातचीत करता है।

2. **ट्रैवल एजेंट्स एसोसिएशन ऑफ इंडिया (TravelAgentsAssociation of India & TAAI)**

   भारत में ट्रैवल एजेंटों का सबसे बड़ा प्रतिनिधित्व करने वाला निकाय, जो पर्यटन के प्रचार और विकास में मदद करता है।

3. **फेडरेशन ऑफ होटल्स एंड रेस्टोरेंट्स एसोसिएशन ऑफ इंडिया (Federation of HotelsAnd RestaurantsAssociations of India & FHRAI)**

यह भारत में होटल और रेस्तरां उद्योग का प्रतिनिधित्व करता है।

4. **एसोसिएशन ऑफ डोमेस्टिक टूर ऑपरेटर्स ऑफ इंडिया (Association of Domestic Tour Operators of India – ।DTOI)**

घरेलू पर्यटन को बढ़ावा देने पर केंद्रित संगठन।

5. **पैसिफिक एशिया ट्रैवल एसोसिएशन (PacificAsia TravelAssociation – PATA)**

एक अंतर्राष्ट्रीय संगठन जो प्रशांत क्षेत्र में पर्यटन को बढ़ावा देता है।

6. **विश्व पर्यटन संगठन (World Tourism Organization & WTO)**

हालांकि यह एक अंतर्राष्ट्रीय संगठन है, भारत इसका सदस्य है और वैश्विक पर्यटन विकास में सक्रिय रूप से भाग लेता है। यह पर्यटन के रास्ते में आने वाली बाधाओं को दूर करने और इस क्षेत्र में विभिन्न प्रकार के कार्य करने में मदद करता है।

भारतीय पर्यटन उद्योग का संगठन एक जटिल लेकिन गतिशील तंत्र है, जिसमें सरकार नीति – निर्माण और बुनियादी ढांचे के विकास में अग्रणी भूमिका निभाती है, जबकि निजी क्षेत्र प्रत्यक्ष सेवाएं प्रदान करता है। विभिन्न उद्योग संघ और अंतर्राष्ट्रीय निकाय इस पारिस्थितिकी तंत्र में समन्वय और विकास को बढ़ावा देने में सहायक होते हैं। यह एकीकृत दृष्टिकोण ही भारत के पर्यटन क्षेत्र के निरंतर विकास और वैश्विक स्तर पर इसकी बढ़ती पहचान को सुनिश्चित करता है।

7.6 सारांश

आपने इस इकाई में पर्यटन उद्योग के संगठन (भारतीय पर्यटन उद्योग सहित) का अध्ययन किया है। आप समझ गए होगें कि पर्यटन उद्योग के विकास को प्रभावित करने में किन घटकों को सम्मिलित किया जाता है। इससे विश्व या देश के पर्यटन को गतिशीलता मिलती है तथा उसके विकास को प्रोत्साहन प्राप्त होता है। वास्तव में पर्यटन उद्योग लोगों, स्थानों और पर्यटन की घटना के बीच जटिल अंतःक्रियाओं को समझने के लिए एक व्यापक ढाँचा प्रदान करता है, जो उद्योग को जिम्मेदारी से प्रबंधित और विकसित करने में स्थानिक विश्लेषण के महत्व पर प्रकाश डालता है।

इस इकाई में पर्यटन उद्योग के संगठन (भारतीय पर्यटन उद्योग सहित) की उपयोगिता, क्षेत्रीय विभिन्नता के विविध आयाम तथा वर्तमान समय में उसकी उपयोगिता को प्रस्तुत किया गया है। इसका अध्ययन पर्यटन भूगोल में एक आवश्यक कदम हो गया है। किन्हीं देशों में इसके अध्ययन को ज्यादा महत्त्व दिया गया है तो किन्हीं देशों में कम। समय में होने वाले परिवर्तन के साथ ही पर्यटन उद्योग के अध्ययन की प्रासंगिकता में वृद्धि हुई है, जिसने पर्यटन भूगोल के विकास में महत्त्वपूर्ण योगदान दिया है। इस प्रकार आपने पर्यटन उद्योग के संगठन (भारतीय पर्यटन उद्योग सहित) का विस्तृत एवं सारगर्भित अध्ययन किया है।

7.7 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

1. किसी देश में पर्यटन के विकास, संवर्धन तथा विनियमन के लिए जिम्मेदार सर्वोच्च सरकारी निकाय क्या होता है।

(क) राष्ट्रीय पर्यटन संगठन अथवा राष्ट्रीय पर्यटन प्राधिकरण।

(ख) देश का केन्द्रीय बैंक।

(ग) गृह मंत्रालय एवं वित्त मंत्रालय।

(घ) केंद्र एवं राज्य सरकार की सहमति से स्थापित कोई प्राधिकरण।

2. 'पधारो म्हारो देश' किस राज्य का पर्यटकों को आकर्षित एवं आमंत्रित करने का संबोधन वाक्य है।

(क) उत्तर प्रदेश (ख) मध्य प्रदेश (ग) राजस्थान (घ) ओड़िसा

3. 'Make My Trip' क्या है?

(क) ऑनलाइन बुकिंग की सुविधा प्रदान करने वाला ऐप।

(ख) पर्यटन–स्थलों के पुनर्निर्माण की सुविधा प्रदान करने वाली संस्था।

(ग) भारत सरकार का एक मंत्रालय।

(घ) अयोध्या से वाराणसी जाने वाले सड़क मार्ग का नाम।

4. विदेशी पर्यटकों को भारत में लाने के लिए घरेलू टूर आपरेटरों के राष्ट्रीय निकाय को किस नाम से जाना जाता है।

(क) विश्व व्यापार संगठन (ख) अंतर्राष्ट्रीय मुद्रा कोष

(ग) एशियन विकास बैंक (घ) इंडियन एसोसिएशन ऑफ टूर आपरेटर

5. अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर पर्यटन सम्बंधित मुद्दों को सदस्य देशो मध्य निपटाने वाले संगठन को किस नाम से जानते हैं।

(क) अंतर्राष्ट्रीय मुद्रा कोष (ख) विश्व व्यापार संगठन

(ग) विश्व पर्यटन संगठन (घ) एशियन विकास बैंक

7.8 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

- Baghia, Sunil, 2017, Tourism Geography, Book Enclave, New Delhi.
- Kaur, J., 1993, Himalayan PilgrimageAnd New Tourism, Himalayan Books, New Delhi.
- Khanduri, Harshi, 2021, Tourism Geography, J. T. S. Publications, Delhi.
- Mandal, Somdatta, 2010, Indian Travel Narratives, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- Nelson, Velvet, 2017, An Introduction to the Geography of Tourism, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- नीशावा, परवीन, 2022, पर्यटन भूगोल – एक अध्ययन, आर. के. बुक्स, नई दिल्ली।
- बंसल, सुरेश चन्द्र, 2006, पर्यटन एवं यात्रा प्रबन्धन, मीरा प्रकाशन, सहारनपुर (उ.प्र)।
- सदैव, शशिकांता, 2019, भारत के प्रसिद्ध मंदिर, यात्रा और धाम, प्रभाकर प्रकाशन, नई दिल्ली।
- मौर्य, एस. डी., 2023, पर्यटन भूगोल, शारदा पुस्तक भवन, प्रयागराज।
- यादव, बी., दुबे, पी. एवं यादव, आर. एस., 2016, काशी का एक सांस्कृतिक विरासत सारनाथ : पर्यटन के विशेष सन्दर्भ में, उत्तर भारत भूगोल परिषद, गोरखपुर (उ.प्र)।
- यादव, बी., एवं प्रजापति, ए. एल., 2024, काशी परिक्षेत्र में संपन्न होने वाली यात्राओं के महात्म्य का भौगोलिक विश्लेषण, ज्ञानसौर्यम साइंटिफिक रिफ्रिड शोध पत्रिका, प्रयागराज।

7.9 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

1. पर्यटन उद्योग में संगठन की संकल्पना का वर्णन कीजिए।
2. भारतीय पर्यटन में विभिन्न संगठनों की भूमिका को स्पष्ट कीजिए।
3. पर्यटन उद्योग की सफलता में संगठनों के महत्व का वर्णन कीजिए।

इकाई–8 पर्यटन : विपणन एवं संवर्धन एवं पर्यटन का वैश्वीकरण

इकाई की रूपरेखा

8.0 प्रस्तावना

8.1 उद्देश्य

8.2 पर्यटन विपणन

8.3 पर्यटन विपणन की कुछ विशिष्ट रणनीतियाँ

8.4 पर्यटन संवर्धन

8.5 पर्यटन संवर्धन के मुख्य तरीके

8.6 पर्यटन का वैश्वीकरण

8.7 पर्यटन के वैश्वीकरण का प्रभाव

8.8 सारांश

8.9 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

8.10 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

8.11 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

8.0 प्रस्तावना

पर्यटन उद्योग में विपणन (Marketing½ और संवर्धन (Promotion) दो अत्यंत महत्वपूर्ण पहलू हैं, जो किसी भी पर्यटन स्थल या उत्पाद की सफलता में केंद्रीय भूमिका निभाते हैं। इनका मुख्य उद्देश्य पर्यटकों को आकर्षित करना, उन्हें किसी विशेष गंतव्य या सेवा को चुनने के लिए प्रेरित करना और अंततः पर्यटन गतिविधियों को बढ़ावा देना है।

8.1 उद्देश्य

पर्यटन भूगोल मानव भूगोल की शाखा है जिसके स्वरुप एवं प्रतिरूप में निरंतर परिवर्तन हुआ है। समय के साथ होने वाले परिवर्तनों ने इसकी प्रासंगिकता और यथार्थता स्थापित किया है। प्रस्तुत इकाई के उद्देश्य निम्नलिखित है –

1. पर्यटन में विपणन की संकल्पना का अध्ययन करना।
2. पर्यटन में संवर्धन को स्पष्ट करना।
3. पर्यटन के वैश्वीकरण की प्रासंगिकता को रेखांकित करना।

8.2 पर्यटन विपणन (TOURISM MARKETING)

पर्यटन विपणन एक ऐसी प्रक्रिया है जिसमें पर्यटन उत्पादों और सेवाओं की योजना बनाना, मूल्य निर्धारण करना, उन्हें वितरित करना और प्रचार करना शामिल है ताकि ग्राहकों (पर्यटकों) की जरूरतों को पूरा किया जा सके और संगठन (पर्यटन व्यवसाय या गंतव्य) के उद्देश्यों को प्राप्त किया जा सके। पर्यटन एक अमूर्त उत्पाद है आप इसे स्पर्श नहीं सकते, इसका संग्रह नहीं कर सकते और यह अनुभवों पर आधारित होता है (होटल में ठहरना, हवाई जहाज की यात्रा)।

8.3 पर्यटन विपणन की कुछ विशिष्ट रणनीतियाँ

पर्यटन विपणन एक गतिशील क्षेत्र है जिसमें लगातार बदलती उपभोक्ता प्राथमिकताओं और वैश्विक

रुझानों के साथ तालमेल बिठाना पड़ता है। यहाँ पर्यटन विपणन की कुछ विशिष्ट रणनीतियाँ दी गई हैं, जिन्हें विभिन्न लक्ष्यों और बाजारों को ध्यान में रखकर अपनाया जा सकता है –

8.3.1 उत्पाद विकास और विविधता (Product DevelopmentAnd Diversification)

पर्यटन विपणन में उत्पाद विकास और विविधता (Product DevelopmentAnd Diversification) महत्वपूर्ण रणनीतियाँ हैं जो किसी गंतव्य या पर्यटन व्यवसाय को प्रतिस्पर्धा में आगे बढ़ने और विभिन्न प्रकार के पर्यटकों को आकर्षित करने में मदद करती हैं। इस उत्पाद विकास एवं विविधता के अंतर्गत नए और आकर्षक पर्यटन उत्पादों का विकास में निहित कार्यों पर ध्यान दिया जाता है। इसमें सांस्कृतिक पर्यटन, विरासत पर्यटन, पारिस्थितिक पर्यटन, चमत्कारिक पर्यटन, धार्मिक पर्यटन, ग्रामीण पर्यटन, स्वास्थ्य और कल्याण पर्यटन आदि को बढ़ावा देना सम्मिलित है। उदाहरणस्वरुप भारत में स्वदेश दर्शन और प्रसाद जैसी योजनाएं विशिष्ट विषय पर आधारित पर्यटन सर्किट विकसित करने पर केंद्रित हैं। पर्यटकों की बदलती रुचियों और वरीयताओं के अनुसार उत्पादों को अनुकूलित करना।

8.3.2 अवसंरचना का विकास और सम्बद्धता में सुधार (Infrastructure DevelopmentAnd Improved Connectivity)

पर्यटन के लिए अवसंरचना का विकास और सम्बद्धता में सुधार (Infrastructure DevelopmentAnd Improved Connectivity) किसी भी गंतव्य की सफलता के लिए अत्यंत महत्वपूर्ण रणनीतियाँ हैं। ये सीधे तौर पर पर्यटक अनुभव, गंतव्य की पहुंच और उसकी समग्र अपील को प्रभावित करते हैं। इसके अंतर्गत पर्यटन–स्थलों तक पहुँच को बेहतर बनाने के लिए सड़क, रेल, हवाई अड्डे और जलमार्ग जैसी परिवहन सुविधाओं का विकास किया जाता है। होटल, रिसॉर्ट, रेस्तरां, निर्देशक सेवाओं और अन्य सहायक सुविधाओं का विकास और उन्नयन करके पर्यटन के क्षेत्र का दायरा बढाया जाता है। उदाहरणस्वरुप उत्तर प्रदेश में नए एक्सप्रेसवे और हवाई अड्डों का विकास पर्यटकों के लिए यात्रा को आसान बना रहा है।

8.3.3 मूल्य निर्धारण नीतियाँ (Pricing Strategies)

पर्यटन में मूल्य निर्धारण नीतियाँ (Pricing Strategies) एक महत्वपूर्ण पहलू हैं जो किसी पर्यटन उत्पाद या सेवा की सफलता को निर्धारित करती हैं। सही मूल्य निर्धारण न केवल राजस्व को अधिकतम करता है, बल्कि तत्वों की छवि को भी प्रभावित करता है और लक्षित बाजार को आकर्षित करता है। इन नीतियों में आकर्षक और प्रतिस्पर्धी मूल्य निर्धारण रणनीतियाँ बनाना जो पर्यटकों के लिए मूल्यवान हों तथा पैकेज डील, छूट, मौसमी ऑफर आदि शामिल हो सकते हैं। इसमें विभिन्न बजट वाले पर्यटकों के लिए विभिन्न प्रकार के आवास और सेवाएं प्रदान करने पर विशेष ध्यान दिया जाता है।

यहाँ पर्यटन में उपयोग की जाने वाली कुछ प्रमुख मूल्य निर्धारण रणनीतियाँ दी गई हैं –

- लागत आधारित मूल्य निर्धारण (Cost Plus Pricing)
- प्रतिस्पर्धी मूल्य निर्धारण (Competitive Pricing)
- मूल्य – आधारित मूल्य निर्धारण (Value & Based Pricing)
- ग्राहक – केंद्रित मूल्य निर्धारण
- गतिशील मूल्य निर्धारण (Dynamic Pricing)
- राजस्व प्रबंधन (Revenue Management)
- उपज प्रबंधन (Yield Management)
- घुसपैठ मूल्य निर्धारण (Penetration Pricing)
- स्किमिंग मूल्य निर्धारण (Skimming Pricing)
- बंडल मूल्य निर्धारण (Bundle Pricing)

- प्रीमियम मूल्य निर्धारण (Premium Pricing)

पर्यटन उद्योग में प्रायः एक साथ कई मूल्य निर्धारण रणनीतियों का मिश्रण उपयोग किया जाता है ताकि विभिन्न बाजार खंडों को लक्षित किया जा सके और विभिन्न परिस्थितियों में राजस्व को अधिकतम किया जा सके।

8.3.4 वितरण श्रृंखला (Distribution Channels)

पर्यटन में वितरण श्रृंखला (Distribution Channels) वे रास्ते हैं जिनके माध्यम से पर्यटन उत्पाद और सेवाएँ (होटल के कमरे, उड़ानें, यात्रा अनुदान, कार, किराए आदि) अंतिम उपभोक्ता (पर्यटक) तक पहुँचते हैं। सही वितरण श्रृंखला का चुनाव यह सुनिश्चित करता है कि आपके उत्पाद सही समय पर, सही जगह पर और सही ग्राहक तक पहुँचें। पर्यटन उत्पादों को पर्यटकों तक पहुँचाने के लिए प्रभावी श्रृंखलाओं में परिवहन एजेंसियां, पर्यटन आयोजक, ऑनलाइन परिवहन एजेंसियां (OTAs] Make My Trip] Goibibo), एयरलाइंस की वेबसाइटें, होटल की अपनी वेबसाइटें आदि शामिल हैं।

8.3.5 डिजिटल मार्केटिंग और सोशल मीडिया (Digital MarketingAnd Social Media)

पर्यटन उद्योग में डिजिटल मार्केटिंग और सोशल मीडिया (Digital MarketingAnd Social Media) आज के समय में सफलता के लिए बिल्कुल अनिवार्य रणनीतियाँ बन गई हैं। पर्यटक अब अपनी यात्रा की योजना बनाने, अनुसंधान करने, बुकिंग करने और अपने अनुभवों को साझा करने के लिए बड़े पैमाने पर ऑनलाइन प्लेटफार्मों पर निर्भर करते हैं। आज के डिजिटल युग में अधिकांश यात्री अपनी यात्राओं की योजना और बुकिंग ऑनलाइन करते हैं। पर्यटकों की मदद करने के लिए डिजिटल मार्केटिंग के तहत आकर्षक और सूचनात्मक वेबसाइटें तैयार की जाती हैं।

सोशल मीडिया मार्केटिंग में इंस्टाग्राम, फेसबुक, ट्विटर, यूट्यूब जैसे प्लेटफार्मों का उपयोग करके दृश्यात्मक सामग्री (तस्वीरें, वीडियो) और यात्रा कहानियों के माध्यम से गंतव्य का प्रचार करना सुनिश्चित किया जाता है। सर्च इंजनों में दृश्यता बढ़ाने से संभावित पर्यटकों को आसानी से गंतव्य को खोज पाने में मदद मिलती है। डिजिटल मार्केटिंग में यात्रा ब्लॉगर्स और प्रभावशाली व्यक्तियों का महत्वपूर्ण योगदान रहा है जिसके सहयोग से गंतव्य (पर्यटन स्थल) का प्रचार – प्रसार किया जाता है। जब किसी गंतव्य स्थल से पर्यटक वापस जाते हैं तो पर्यटकों को समीक्षाएँ लिखने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है, जो दूसरे पर्यटकों के निर्णय को प्रभावित करती हैं।

डिजिटल मार्केटिंग और सोशल मीडिया पर्यटन विपणन के लिए अभिन्न अंग हैं। वे व्यवसायों को अपने लक्षित दर्शकों तक प्रभावी ढंग से पहुंचने, उन्हें प्रेरित करने, बुकिंग की सुविधा प्रदान करने और ग्राहकों की वफादारी बनाने में सक्षम बनाते हैं। इन रणनीतियों को लगातार अनुकूलित करना और नए रुझानों के साथ सामंजस्य बैठाना महत्वपूर्ण है ताकि तेजी से बदलते पर्यटन बाजार में प्रासंगिक और प्रतिस्पर्धी बने रहे।

8.3.6 साझेदारी और सहयोग (PartnershipsAnd Collaborations)

पर्यटन उद्योग में साझेदारी और सहयोग (PartnershipsAnd Collaborations) एक अत्यंत शक्तिशाली रणनीति है। यह विभिन्न हितधारकों को एक साथ लाकर संसाधनों को साझा करने, जोखिम कम करने, पहुंच बढ़ाने और एक अधिक व्यापक और आकर्षक पर्यटन अनुभव बनाने में मदद करती है। एयरलाइनों, होटलों, ट्रैवल एजेंसियों, स्थानीय व्यवसायों और बीमा प्रदाताओं के साथ रणनीतिक साझेदारी करके पर्यटकों के लिए समग्र यात्रा अनुभव को बेहतर और अधिक सुविधाजनक बनाया जाता है। सरकारी निकायों और निजी क्षेत्र के बीच सहयोग भी पर्यटन को आसान और सुविधाजनक बनाता है।

8.3.7 स्थानीय भागीदारी और समुदाय आधारित पर्यटन (Local ParticipationAnd Community Based Tourism)

पर्यटन में स्थानीय भागीदारी और समुदाय आधारित पर्यटन (Local ParticipationAnd Community & Based Tourism) टिकाऊ पर्यटन विकास के महत्वपूर्ण स्तंभ हैं। ये रणनीतियाँ इस विचार पर आधारित हैं कि पर्यटन का विकास स्थानीय समुदायों की सक्रिय भागीदारी और उनके लाभ के लिए होना चाहिए, न कि केवल बाहरी निवेशकों के लिए। स्थानीय समुदायों को पर्यटन विकास में शामिल किया जाता है ताकि उन्हें आर्थिक लाभ

मिल सके और वे पर्यटन को बढ़ावा देने में भागीदार बन सकें। स्थानीय संस्कृति, हस्तशिल्प और व्यंजनों को बढ़ावा मिलने से पर्यटन टिकाऊ एवं शसक्त होता है।

8.4 पर्यटन संवर्धन (TOURISM PROMOTION)

पर्यटन संवर्धन (Tourism Promotion) पर्यटन विपणन का एक महत्वपूर्ण पहलू है जिसका उद्देश्य किसी गंतव्य, आकर्षण, उत्पाद या सेवा के बारे में जागरूकता बढ़ाना, रुचि पैदा करना और अंततः लोगों को उसे खरीदने या अनुभव करने के लिए प्रेरित करना है। यह संभावित पर्यटकों को आकर्षित करने और उन्हें बुकिंग करने के लिए प्रोत्साहित करने के लिए विभिन्न संचार रणनीतियों और उपकरणों का उपयोग करता है। पर्यटन संवर्धन उन संचार गतिविधियों का समूह है जो संभावित पर्यटकों को किसी पर्यटन उत्पाद या गंतव्य के बारे में सूचित, प्रेरित और प्रभावित करती हैं।

8.5 पर्यटन संवर्धन के मुख्य तरीके

8.5.1 विज्ञापन (Advertising)

पर्यटन विपणन में विज्ञापन (Advertising) एक महत्वपूर्ण और शक्तिशाली उपकरण है जिसका उपयोग किसी पर्यटन गंतव्य, उत्पाद (होटल, यात्रा अनुदान, एयरलाइन सेवा) या सेवा के बारे में जागरूकता बढ़ाने, रुचि पैदा करने और अंततः संभावित ग्राहकों को खरीदने या अनुभव करने के लिए प्रेरित करने के लिए किया जाता है। यह एक सशुल्क (paid), गैर–व्यक्तिगत (non & personal) संचार का रूप है जिसका उद्देश्य एक बड़े दर्शक वर्ग (massAudience) तक पहुंचना है। विज्ञापन के माध्यम से, पर्यटन व्यवसाय और पर्यटन बोर्ड अपनी पेशकशों की विशेषताओं, लाभों और अनूठे विक्रय प्रस्तावों (Unique Selling Propositions & USPs) को उजागर करते हैं। विभिन्न मीडिया चौनलों (टेलीविजन, रेडियो, प्रिंट मीडिया, ऑनलाइन विज्ञापन) के माध्यम से संदेश प्रसारित करना विज्ञापन का महत्त्वपूर्ण अंग हैं। आकर्षक विज्ञापन अभियान के माध्यम से पर्यटन का प्रचार–प्रसार किया जाता है तथा गंतव्य की अनूठी विशेषताओं को उजागर करके पर्यटकों तक पहुँचाया जाता है।

8.5.2 व्यक्तिगत विक्रय (Personal Selling)

पर्यटन में व्यक्तिगत विक्रय (Personal Selling) एक प्रत्यक्ष, आमने – सामने की संचार रणनीति है जहाँ एक विक्रेता (Sales person) संभावित ग्राहक के साथ सीधे बातचीत करता है ताकि उसे किसी पर्यटन उत्पाद या सेवा को खरीदने के लिए प्रेरित किया जा सके। यह विपणन संवर्धन (Promotion) के तत्वों में से एक है और अक्सर इसे सबसे प्रभावी माना जाता है, खासकर जब जटिल, उच्च – मूल्य या अनुकूलित यात्रा उत्पादों की बात आती है। यह विज्ञापन जैसे गैर – व्यक्तिगत माध्यमों से भिन्न है क्योंकि इसमें विक्रेता और खरीदार के बीच दो तरफा संचार (two way communication) और तत्काल प्रतिक्रिया (immediate feedback) शामिल होती है। पर्यटन आयोजकों, ट्रैवल एजेंटों और गंतव्य प्रतिनिधियों द्वारा पर्यटकों के साथ – सीधे बात चीत करना। पर्यटन मेलों और प्रदर्शनियों में भाग लेना जहाँ संभावित ग्राहकों से सीधे मिला जा सकता है।

8.5.3 जन संपर्क (Public Relations & PR)

पर्यटन में जन संपर्क (Public Relations & PR) एक रणनीतिक संचार प्रक्रिया है जो किसी पर्यटन गंतव्य, आकर्षण, होटल, एयरलाइन या किसी भी पर्यटन – संबंधी व्यवसाय और उसके दर्शकों (मीडिया, जनता, हितधारकों) के बीच एक सकारात्मक संबंध बनाने का प्रबंधन करती है। यह अवैतनिक (unpaid) माध्यमों से संदेश फैलाने और ब्रांड की विश्वसनीयता बनाने पर केंद्रित है, जो इसे सशुल्क विज्ञापन से अलग करता है। जन संपर्क का मुख्य लक्ष्य मीडिया कवरेज (समाचार लेख, पत्रिका सुविधाएँ, टीवी रिपोर्ट), सोशल मीडिया चर्चाओं और अन्य माध्यमों के माध्यम से एक सकारात्मक सार्वजनिक छवि और प्रतिष्ठा बनाना है। सकारात्मक मीडिया कवरेज प्राप्त करना, इसमें प्रेस विज्ञप्तियां जारी करना, मीडिया यात्राओं का आयोजन करना और प्रभावशाली व्यक्तियों के साथ संबंध बनाना शामिल है। संकट प्रबंधन (Crisis Management) में भी जनसंपर्क महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है, जिससे किसी नकारात्मक घटना के बाद गंतव्य की छवि को पुनर्स्थापित किया जा सके।

8.5.4 बिक्री संवर्धन (Sales Promotion)

पर्यटन में बिक्री संवर्धन (Sales Promotion) एक अल्पकालिक विपणन रणनीति है जिसका उद्देश्य पर्यटकों को किसी उत्पाद या सेवा (होटल बुकिंग, पर्यटन अनुदान, उड़ान टिकट) को तत्काल खरीदने या अनुभव करने के लिए प्रोत्साहित करना है। यह प्रायः मौजूदा मांग को बढ़ावा देने और त्वरित राजस्व उत्पन्न करने के लिए उपयोग किया जाता है। विज्ञापन (जो जागरूकता बढ़ाता है) और जनसंपर्क (जो छवि बनाता है) के विपरीत, बिक्री संवर्धन सीधे बिक्री पर ध्यान केंद्रित करता है और आमतौर पर इसमें एक समय – सीमित प्रोत्साहन शामिल होता है। अल्पकालिक प्रोत्साहन जो पर्यटकों को तुरंत आवंटित करने या यात्रा करने के लिए प्रोत्साहित करते हैं। इसके अंतर्गत छूट, विशेष पैकेज, कॉम्बो ऑफर, लॉयल्टी प्रोग्राम, फ्री अपग्रेड आदि सम्मिलित होते हैं।

8.5.5 प्रचार आयोजन और जागरूकता अभियान (Promotional EventsAndAwareness Campaigns)

पर्यटन में प्रचार आयोजन और जागरूकता अभियान किसी गंतव्य, उत्पाद या सेवा को बढ़ावा देने, उसकी दृश्यता बढ़ाने और संभावित पर्यटकों के मन में सकारात्मक धारणा बनाने के लिए महत्वपूर्ण रणनीतियाँ हैं। ये सीधे तौर पर बिक्री को लक्षित करने के बजाय, ब्रांड पहचान और गंतव्य के प्रति समग्र रुचि पैदा करने पर अधिक ध्यान केंद्रित करते हैं। पर्यटन मेलों, प्रदर्शनियों, रोड शो और त्योहारों का आयोजन करना आदि आते हैं। पर्यटन से सम्बंधित विषय आधारित अभियान चलाना, जैसे अतुल्य भारत (Incredible India) अभियान। गंतव्य के बारे में जागरूकता बढ़ाने के लिए वेबिनार और ऑनलाइन प्रस्तुतियाँ आयोजित करना आदि प्रचार आयोजन और जागरूकता अभियान के अंतर्गत शामिल होता है।

8.5.6 ब्रांडिंग और टैगलाइन (BrandingAnd Tagline)

पर्यटन में ब्रांडिंग (Branding) और टैगलाइन (Tagline) किसी गंतव्य, पर्यटन व्यवसाय (होटल श्रृंखला, एयरलाइन, पर्यटन आयोजक) या उत्पाद को बाजार में एक अद्वितीय और यादगार पहचान देने के लिए महत्वपूर्ण रणनीतियाँ हैं। ये ग्राहकों के मन में एक विशेष भावना, उम्मीद और अनुभव को जोड़ते हैं, जिससे वे अन्य विकल्पों के बजाय आपके गंतव्य या सेवा को चुनते हैं।

1. **ब्रांडिंग (Branding)**

   ब्रांडिंग सिर्फ एक लोगो या नाम से कहीं बढ़कर है। यह किसी पर्यटन पेशकश के संपूर्ण सार और वादे को दर्शाता है। इसमें वह सब कुछ शामिल है जो ग्राहक आपके गंतव्य या व्यवसाय के बारे में देखते, सुनते, महसूस करते और सोचते हैं। एक मजबूत पर्यटन ब्रांड निम्नलिखित को दर्शाता है –

   - **पहचान (Identity)** : इसके अंतर्गत इस बात का अध्ययन किया जाता है की वह तत्व क्या है (एक गंतव्य, एक रिसॉर्ट, एक सेवा)।
   - **व्यक्तित्व (Personality½** : उसका व्यक्तित्व कैसा है (साहसिक, आरामदायक, सांस्कृतिक, लक्जरी)।
   - **वादा (Promise)** : आने वाले ग्राहक को क्या अनुभव मिलेगा का वादा किया जाता है।
   - **भावनात्मक संबंध (Emotional Connection)** : ग्राहक की मानसिक संतुष्टि तथा उसने पर्यटन के बारे में कैसा महसूस करते हैं, का अध्ययन किया जाता है।

2. **टैगलाइन (Tagline)**

   टैग लाइन एक संक्षिप्त, आकर्षक वाक्यांश है जो एक ब्रांड के सार को प्रस्तुत करता है, उसके मुख्य लाभ या अद्वितीय प्रस्ताव को उजागर करता है और ग्राहक के मन में आसानी से याद रखने योग्य होता है। यह ब्रांड के वादे का एक संक्षिप्त संस्करण होता है।

   ब्रांडिंग और टैग लाइन पर्यटन विपणन के आधारशिला हैं। एक प्रभावी ब्रांडिंग रणनीति गंतव्य या व्यवसाय को ग्राहकों के मन में एक विशिष्ट स्थान देती है, जबकि एक शक्तिशाली टैगलाइन उस स्थान को संक्षिप्त और यादगार तरीके से मजबूत करती है। ये दोनों मिलकर पर्यटकों को आकर्षित करने,

उनकी फादारी बनाने और अंततः पर्यटन उद्योगकी सफलता में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

8.5.7 पर्यटक सूचना केंद्र (Tourist Information Centers)

पर्यटन में पर्यटक सूचना केंद्र (Tourist Information Centers) वे भौतिक या कभी – कभी डिजिटल बिंदु होते हैं जहाँ पर्यटक किसी गंतव्य के बारे में जानकारी, सहायता और संसाधन प्राप्त कर सकते हैं। वे प्रायः किसी शहर, क्षेत्र या देश में आने वाले आगंतुकों के लिए पहला संपर्क बिंदु होते हैं। एक अच्छी तरह से संचालित पर्यटक सूचना केंद्र पर्यटक अनुभव को महत्वपूर्ण रूप से बढ़ा सकता है। पर्यटन–स्थलों पर और प्रमुख प्रवेश द्वारों पर सूचना केंद्र स्थापित करना जो पर्यटकों को जानकारी, मानचित्र और सहायता प्रदान करें।

पर्यटन में विपणन और संवर्धन एक सतत प्रक्रिया है जो बदलते बाजार रुझानों और पर्यटक व्यवहार के अनुकूल होनी चाहिए। प्रभावी रणनीतियों को लागू करके, पर्यटन गंतव्य अपनी दृश्यता बढ़ा सकते हैं, अधिक पर्यटकों को आकर्षित कर सकते हैं, और अंततः सतत विकास और आर्थिक समृद्धि प्राप्त कर सकते हैं।

8.6 पर्यटन का वैश्वीकरण

पर्यटन का वैश्वीकरण (Globalization of Tourism) एक ऐसी प्रक्रिया है जिसमें दुनिया भर में पर्यटन उद्योग का विस्तार और एकीकरण होता है। इसका मतलब है कि लोग पहले से कहीं ज्यादा देशों की यात्रा कर रहे हैं, अलग–अलग जगहों तक उनकी पहुँच बढ़ रही है और दुनिया के पर्यटन बाजार एक–दूसरे से जुड़ते जा रहे हैं। यह सिर्फ घूमने–फिरने तक ही सीमित नहीं है, बल्कि इसमें संस्कृति, अर्थव्यवस्था और समाज के बीच गहरा जुड़ाव भी शामिल है।

8.6.1 पर्यटन के वैश्वीकरण के मुख्य कारण

पर्यटन के वैश्वीकरण के पीछे कई प्रमुख कारक हैं, जिन्होंने इसे तेजी से बढ़ने में मदद की है –

- **परिवहन और** प्रौद्योगिकी **में प्रगति**

  परिवहन और प्रौद्योगिकी में प्रगति ने पर्यटन के वैश्वीकरण पर गहरा प्रभाव डाला है, जिससे दुनिया भर में लोगों के यात्रा करने और विभिन्न संस्कृतियों का अनुभव करने के तरीके में क्रांतिकारी बदलाव आया है। इसके प्रमुख प्रभाव इस प्रकार हैं –

  तेज और किफायती परिवहन : हवाई यात्रा, तेज ट्रेनों और बेहतर सड़क नेटवर्क ने लंबी दूरी की यात्रा को पहले से कहीं ज्यादा सुलभ और किफायती बना दिया है। अब लोग कम समय में दुनिया के किसी भी कोने तक पहुँच सकते हैं।

  बढ़ी हुई पहुंच और सम्बद्धता : इसमें निम्नलिखित सम्मिलित होते है –

- **हवाई यात्रा** : वाणिज्यिक जेटयानों के आगमन और कम लागत वाली एयरलाइनों के उदय ने हवाई यात्रा को अधिक सुलभ और किफायती बना दिया है। इसने अंतर्राष्ट्रीय यात्रा के लिए लगने वाले समय और दूरी को काफी कम कर दिया है, जिससे लोग पहले से कहीं अधिक आसानी से दूर के गंतव्यों तक पहुंच सकते हैं।
- **तेज गति वाली रेल और बेहतर सड़क नेटवर्क** : तीव्रगामी रेलों और विकसित सड़क नेटवर्क ने क्षेत्रीय और राष्ट्रीय स्तर पर यात्रा को अधिक कुशल बना दिया है। इससे पर्यटकों के लिए कई गंतव्यों का पता लगाना और विभिन्न क्षेत्रों में जाना आसान हो गया है।
- **समुद्रो परिवहन** : बड़े कंटेनर जहाजों और क्रूज लाइनों के विकास ने भी पर्यटन के वैश्वीकरण में योगदान दिया है, जिससे लोग समुद्र के द्वारा बड़े पैमाने पर यात्रा कर सकते हैं और दुनिया के विभिन्न हिस्सों का पता लगा सकते हैं।

8.6.2 डिजिटल क्रांति : इंटरनेट, ऑनलाइन बुकिंग प्लेटफॉर्म (मेक माई ट्रिप, बुकिंग.कॉम), मोबाइल ऐप और सोशल मीडिया ने यात्रा की योजना बनाने, बुकिंग करने और अनुभव साझा करने के तरीके को पूरी तरह से बदल दिया है। जानकारी आसानी से उपलब्ध होने से लोग नई जगहों को जानने और वहाँ जाने के लिए प्रेरित

होते हैं। इसके प्रमुख प्रभाव निम्नलिखित है –

- **आर्थिक विकास और बढ़ती आय** : कई देशों में आर्थिक विकास और लोगों की पहले की आय में वृद्धि हुई है। इसका मतलब यह है कि लोगों के पास अब यात्रा पर खर्च करने के लिए ज्यादा पैसा और अवकाश का समय उपलब्ध हो गया है। मध्यम वर्ग का विस्तार भी अंतर्राष्ट्रीय यात्रा को बढ़ावा दे रहा है।
- **व्यापार और निवेश का उदारीकरण** : विभिन्न देशों के बीच व्यापार और निवेश के नियमों में ढील (उदारीकरण) से पर्यटन क्षेत्र में बहुराष्ट्रीय कंपनियों (MNCs) का प्रवेश आसान हो गया है। ये कंपनियाँ (अंतरर्राष्ट्रीय होटल श्रृंखला, एयरलाइन समूह) वैश्विक स्तर पर अपनी सेवाएँ प्रदान करती हैं। इससे नए पर्यटन–स्थलों का विकास और मौजूदा बुनियादी ढांचे का विस्तार होता है।
- **सांस्कृतिक आदान – प्रदान और जिज्ञासा** : वैश्वीकरण ने विभिन्न संस्कृतियों, परंपराओं और जीवन शैलियों को जानने और समझने की जिज्ञासा बढ़ाई है। लोग अब सिर्फ मनोरंजन के लिए नहीं बल्कि दूसरों की संस्कृति का अनुभव करने, ऐतिहासिक स्थलों को देखने और नए अनुभवों की तलाश में यात्रा करते हैं। मीडिया और इंटरनेट के माध्यम से दुनिया की विविधता से परिचित होना भी लोगों को यात्रा के लिए प्रेरित करता है।
- **सरकारी नीतिया और अंतर्राष्टोय सहयोग** : कई देशों की सरकारें पर्यटन को आर्थिक विकास के एक महत्वपूर्ण स्रोत के रूप में देखती हैं और इसे बढ़ावा देने के लिए नीतियां बनाती हैं। इसमें वीजा नियमों को आसान बनाना, पर्यटन बुनियादी ढांचे में निवेश करना और अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन को बढ़ावा देने वाले समझौतों पर हस्ताक्षर करना शामिल है। संयुक्त राष्ट्र संघ (UNO) एवं विश्व पर्यटन संगठन (WTO) जैसे अंतर्राष्ट्रीय संगठन वैश्विक पर्यटन के विकास, संवर्धन और मानकीकरण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

8.7 पर्यटन के वैश्वीकरण का प्रभाव

पर्यटन के वैश्वीकरण का दुनिया पर बहुआयामी प्रभाव पड़ा है, जिसमें आर्थिक, सामाजिक–सांस्कृतिक और पर्यावरणीय पहलू सम्मिलित हैं। जहाँ इसने कई अवसर पैदा किए हैं, वहीं कुछ चुनौतियाँ भी सामने लाई हैं, जिनका वर्णन निम्नलिखित प्रकार से किया जा सकता है –

8.7.1 आर्थिक प्रभाव

पर्यटन के वैश्वीकरण से कई देशों की अर्थव्यवस्थाओं को भारी लाभ हुआ है:

- **राजस्व सृजन और सकल घरेलु उत्पाद में वृद्धि** : पर्यटन एक प्रमुख उद्योगबन गया है जो विदेशी मुद्रा अर्जित करता है और देशों के सकल घरेलू उत्पाद (जी. डी. पी.) में महत्वपूर्ण योगदान देता है। यह विशेष: से उन छोटे देशों और विकासशील अर्थव्यवस्थाओं के लिए महत्वपूर्ण है जिनके पास सीमित अन्य आर्थिक विकल्प होते हैं।
- **रोजगार सृजन** : पर्यटन क्षेत्र प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रूप से लाखों लोगों को रोजगार प्रदान करता है। इसमें होटल, रेस्तरां, परिवहन, पर्यटन आयोजकों और हस्तशिल्प विक्रेता जैसे कई उपक्षेत्र सम्मिलित हैं।
- **बुनियादी ढांचे का विकास** : पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए, सरकारें और निजी निवेशक हवाई अड्डों, सड़कों, रेलवे, होटलों और अन्य सुविधाओं जैसे बुनियादी ढांचे में निवेश करते हैं, जिससे स्थानीय आबादी को भी लाभ होता है और उनकी आय भी बढाती।
- **स्थानीय उद्योगों को बढ़ावा** : पर्यटन स्थानीय कृषि, हस्तशिल्प और अन्य छोटे व्यवसायों को बढ़ावा देता है क्योंकि पर्यटक प्रायः स्थानीय उत्पादों और सेवाओं की तलाश करते हैं।
- **क्षेत्रीय विकास** : पर्यटन उन दूर – दराज के क्षेत्रों में भी आर्थिक गतिविधि ला सकता है जो अन्यथा उपेक्षित रह सकते हैं।

8.7.2 सामाजिक – सांस्कृतिक प्रभाव

पर्यटन के वैश्वीकरण का सामाजिक और सांस्कृतिक ताने – बाने पर भी महत्वपूर्ण प्रभाव पड़े हैं, जो निम्नलिखित है –

- **सांस्कृतिक आदान – प्रदान और समझ** : पर्यटन विभिन्न संस्कृतियों के लोगों को एक – दूसरे के संपर्क में लाता है, जिससे आपसी समझ और सहिष्णुता बढ़ती है। यह संस्कृतियों के प्रसार को बढ़ावा देता है, जैसे कि भारतीय फिल्में, संगीत और व्यंजन दुनिया भर में लोकप्रिय हो रहे हैं।
- **स्थानीय संस्कृति का संरक्षण** : कुछ मामलों में पर्यटन स्थानीय रीति – रिवाजों, कला रूपों और परंपराओं को संरक्षित करने और बढ़ावा देने में मदद करता है, क्योंकि ये पर्यटकों के लिए आकर्षण बन जाते हैं।
- **जीवन स्तर में सुधार** : पर्यटन से होने वाली आय स्थानीय समुदायों के लिए शिक्षा, स्वास्थ्य सेवा और अन्य सामाजिक सेवाओं में सुधार कर सकती है।
- **नकारात्मक सांस्कृतिक प्रभाव** : हालाँकि, पर्यटन कुछ नकारात्मक पक्ष भी हैं। बड़े पैमाने पर पर्यटन स्थानीय संस्कृतियों का वस्तुकरण कर सकता है, जिससे वे अपनी प्रामाणिकता खो सकती हैं और केवल पर्यटकों को खुश करने के लिए प्रदर्शन में बदल सकती हैं। पश्चिमी जीवन शैली और आदतों का बढ़ता प्रभाव भी स्थानीय पहचान के लिए खतरा पैदा कर सकता है।
- **सामाजिक चुनौतिया** : पर्यटन से भीड़ – भाड़, अपराध में वृद्धि, और कुछ मामलों में वेश्यावृत्ति और नशीली दवाओं के सेवन जैसी सामाजिक समस्याएं भी बढ़ सकती हैं।

8.7.3 पर्यावरणीय प्रभाव

पर्यटन और पर्यावरण के बीच एक जटिल संबंध है, क्योंकि पर्यटन अक्सर प्राकृतिक सुंदरता पर निर्भर करता है। इनके मध्य के अंतःसंबंध को निम्नलिखित प्रकार से समझा जा सकता है –

- **पर्यावरणीय क्षरण** : अनियंत्रित पर्यटन से प्राकृतिक आवासों का विनाश, प्रदूषण (वायु, जल और ध्वनि), अपशिष्ट उत्पादन में वृद्धि और जल संसाधनों पर दबाव बढ़ रहा है। पर्यटन–स्थलों के निर्माण के लिए पेड़ों की कटाई और प्राकृतिक स्थलों में वाहनों की आवाजाही भी पर्यावरणीय नुकसान का कारण बनती है।
- **जैव विविधता पर खतरा** : संवेदनशील पारिस्थितिक तंत्रों में पर्यटन से वन्यजीवों पर नकारात्मक प्रभाव पड़ सकता है और जैव विविधता को खतरा हो सकता है।
- **संरक्षण के प्रयास** : सकारात्मक पक्ष पर, पर्यटन से प्राप्त राजस्व का उपयोग पर्यावरण संरक्षण और प्रबंधन के प्रयासों के लिए किया जा सकता है। पारिस्थितिक पर्यटन और सतत पर्यटन के बढ़ते रुझान का उद्देश्य पर्यटन के नकारात्मक प्रभावों को कम करना और पर्यावरण संरक्षण को बढ़ावा देना है।
- **जागरूकता में वृद्धि** : पर्यटन लोगों को प्राकृतिक वातावरण और उसके संरक्षण के महत्व के बारे में शिक्षित कर सकता है।

पर्यटन के वैश्वीकरण ने दुनिया को एक छोटा स्थान बना दिया है, जिससे लोगों के लिए विभिन्न संस्कृतियों और स्थानों का अनुभव करना आसान हो गया है। इसने आर्थिक विकास के महत्वपूर्ण अवसर पैदा किए हैं और सांस्कृतिक आदान – प्रदान को बढ़ावा दिया है। हालांकि, इन लाभों को प्राप्त करते हुए, यह सुनिश्चित करना महत्वपूर्ण है कि पर्यटन टिकाऊ हो और इसके नकारात्मक सामाजिक – सांस्कृतिक और पर्यावरणीय प्रभावों को कम किया जाए। सतत पर्यटन प्रथाओं को अपनाना और स्थानीय समुदायों को शामिल करना पर्यटन के वैश्वीकरण के सकारात्मक प्रभावों को अधिकतम करने की कुंजी है।

8.8 सारांश

आपने इस इकाई में पर्यटन के विपणन एवं संवर्धन एवं पर्यटन का वैश्वीकरण का अध्ययन किया है। आप समझ गए होगें कि पर्यटन को विकसित एवं प्रभावित करने में इन घटकों की महात्त्वपूर्ण भूमिका है। इससे विश्व या देश के पर्यटन को गतिशीलता मिलती है तथा उसके विकास को प्रोत्साहन प्राप्त होता है। वास्तव में पर्यटन के इन घटकों ने लोगों, स्थानों और पर्यटन की घटना के बीच जटिल अंतःक्रियाओं को समझने के लिए एक व्यापक ढाँचा प्रदान करता है, जिसने इस उद्योग को जिम्मेदारी से प्रबंधित और विकसित करने में स्थानिक विश्लेषण के महत्व पर प्रकाश डालता है।

इस इकाई में पर्यटन के विपणन एवं संवर्धन एवं पर्यटन का वैश्वीकरण के विविध आयाम तथा वर्तमान समय में उसकी उपयोगिता को प्रस्तुत किया गया है। आपने देखा है कि विपणन वह प्रक्रिया है जिसके द्वारा पर्यटन की वस्तुएँ एवं सेवाएँ एक स्थान से दूसरे स्थान तथा उत्पादक से उपभोक्ता तक आसानी से पहुँच जाती है। संवर्धन की प्रक्रिया द्वारा निरंतर उनकी गुणवत्ता और प्रभाविता में सुधार हो रहा है। वैश्वीकरण ने विश्व के सभी पर्यटन–स्थलों, विरासतों, वस्तुओं एवं सेवाओं को एक वैश्विक मंच प्रदान किया है, जहाँ सबकी पहुँच सुनिश्चित हो सके। समय में होने वाले परिवर्तन के साथ ही पर्यटन के अध्ययन की प्रासंगिकता में वृद्धि हुई है, जिसने पर्यटन के विकास में महत्त्वपूर्ण योगदान दिया है। इस प्रकार आपने पर्यटन के विपणन एवं संवर्धन एवं पर्यटन का वैश्वीकरण का विस्तृत एवं सारगर्भित अध्ययन किया है।

8.9 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

1. पर्यटन में मूल्य निर्धारण नीतियों का मुख्य कार्य क्या है।
   (क) पर्यटन उत्पाद या सेवा की सफलता को निर्धारित करना।
   (ख) पर्यटन हेतु रेलमार्ग का निर्माण करना।
   (ग) पर्यटन हेतु सड़क मार्ग का निर्माण करना।
   (घ) पर्यटन हेतु भवनों का निर्माण करना।
2. पर्यटन में वितरण श्रृंखला क्या होती है।
   (क) पर्यटकों के व्यवहार का मूल्यांकन करना।
   (ख) पर्यटन उत्पाद एवं सेवाओं को अंतिम उपभोक्ता तक पहुँचाने का माध्यम।
   (ग) खाद्य श्रृंखला का मूल्यांकन।
   (घ) पर्यटकों के आर्थिक विकास के स्तर का मापन।
3. टैग लाईन क्या होती है?
   (क) पर्यटन मार्ग पर बने प्रतिक चिह्न।
   (ख) पर्यटन क्षेत्र में हस्तशिल्प की दुकाने।
   (ग) संक्षिप्त एवं आकर्षक वाक्यांश जो ब्राण्ड के सार को प्रस्तुत करता है।
   (घ) उपरोक्त में से कोई नहीं।
4. पर्यटन के विकास संवर्धन एवं मानकीकरण में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाने वाले प्रमुख अंतर्राष्ट्रीय संगठन कौन – कौन से है?
   (क) पर्यटन मंत्रालय भारत सरकार
   (ख) संयुक्त राष्ट्र संघ (UNO) एवं विश्व पर्यटन संगठन (WTO)
   (ग) विश्व व्यापार संगठन

(घ) अंतर्राष्ट्रीय मुद्रा कोष

5. पर्यटन का वैश्वीकरण क्या है?

(क) नगरीय पर्यटन को बढ़ावा (ख) कानपुर में गंगा नदी का शोधन

(ग) रोजगार में वृद्धि (घ) पर्यटन उद्योगके विस्तार एवं एकीकरण की प्रक्रिया

8.10 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

- Baghia, Sunil, 2017, Tourism Geography, Book Enclave, New Delhi.
- Kaur, J., 1993, Himalayan PilgrimageAnd New Tourism, Himalayan Books, New Delhi.
- Khanduri, Harshi, 2021, Tourism Geography, J. T. S. Publications, Delhi.
- Mandal, Somdatta, 2010, Indian Travel Narratives, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- Nelson, Velvet, 2017, An Introduction to the Geography of Tourism, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- नीशावा, परवीन, 2022, पर्यटन भूगोल – एक अध्ययन, आर. के. बुक्स, नई दिल्ली।
- बंसल, सुरेश चन्द्र, 2006, पर्यटन एवं यात्रा प्रबन्धन, मीरा प्रकाशन, सहारनपुर (उ.प्र)।
- सदैव, शशिकांता, 2019, भारत के प्रसिद्ध मंदिर, यात्रा और धाम, प्रभाकर प्रकाशन, नई दिल्ली।
- मौर्य, एस. डी., 2023, पर्यटन भूगोल, शारदा पुस्तक भवन, प्रयागराज।
- यादव, बी., दुबे, पी. एवं यादव, आर. एस., 2016, काशी का एक सांस्कृतिक विरासत सारनाथ : पर्यटन के विशेष सन्दर्भ में, उत्तर भारत भूगोल परिषद, गोरखपुर (उ.प्र)।
- यादव, बी., एवं प्रजापति, ए. एल., 2024, काशी परिक्षेत्र में संपन्न होने वाली यात्राओं के महात्म्य का भौगोलिक विश्लेषण, ज्ञानसौर्यम साइंटिफिक रिफ्रिड शोध पत्रिका, प्रयागराज।

8.11 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

1. पर्यटन उद्योग के विपणन की प्रक्रिया की विस्तृत व्याख्या कीजिए।
2. पर्यटन में संवर्धन के अर्थ एवं परिभाषा को स्पष्ट कीजिए।
3. पर्यटन का वैश्वीकरण क्या है, इसके प्रभावों का वर्णन कीजिए।

इकाई–9 पर्यटन : आतिथ्य एवं आवास क्षेत्र

इकाई की रूपरेखा

9.0 प्रस्तावना

9.1 उद्देश्य

9.1 आतिथ्य का अर्थ

9.3 आतिथ्य का महत्त्व

9.4 आतिथ्य की समस्या और समाधान

9.5 आवास क्षेत्र एवं पर्यटन में उसकी भूमिका

9.6 आवास क्षेत्र के प्रकार

9.7 आतिथ्य और आवास क्षेत्र की चुनौतियाँ

9.8 भविष्य की दिशा

9.9 सारांश

9.10 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

9.11 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

9.12 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

9.0 प्रस्तावना

पर्यटन उद्योग का आतिथ्य और आवास क्षेत्र एक महत्वपूर्ण और अभिन्न अंग है। यह वह क्षेत्र है जो पर्यटकों को उनके गंतव्य पर घर से दूर घर प्रदान करता है। इसमें विभिन्न प्रकार की सेवाएं और प्रतिष्ठान सम्मिलित हैं जो यात्रियों को रुकने, खाने और आराम करने की सुविधा देते हैं।

9.1 उद्देश्य

पर्यटन एक ऐसी प्रक्रिया है जिसमें व्यक्ति या व्यक्तियों समूह एक स्थान से दूसरे स्थान तक जाने के लिए प्रेरित होता। उनके उद्गम एवं गंतव्य स्थल के साथ ही अन्य सुविधाओं की विशेष महत्ता है। इसमें अनेक प्रस्तुत इकाई के उद्देश्य निम्नलिखित है –

1. पर्यटन में आतिथ्य की संकल्पना का अध्ययन करना।
2. पर्यटन में आवास क्षेत्र को स्पष्ट एवं निर्धारित करना।

9.2 आतिथ्य का अर्थ

आतिथ्य (Hospitality) व्यापक शब्द है जो मेहमानों के स्वागत और मनोरंजन से संबंधित सेवाओं को संदर्भित करता है। यह केवल ठहरने की जगह प्रदान करने से कहीं अधिक है। यह एक अनुभव प्रदान करने, मेहमानों को सहज महसूस कराने और उनकी जरूरतों को पूरा करने के बारे में है। पर्यटन और आतिथ्य एक – दूसरे से गहराई से जुड़े हुए हैं और एक के बिना दूसरे की कल्पना करना मुश्किल है। आतिथ्य का मतलब मेहमानों का स्वागत करना, उन्हें सहज महसूस कराना और उनकी जरूरतों का ख्याल रखना है। पर्यटन (टूरिज्म) में जब लोग एक जगह से दूसरी जगह यात्रा करते हैं, तो उन्हें रहने, खाने और भ्रमण के लिए आतिथ्य सेवाओं की जरूरत होती है। आतिथ्य उद्योग सीधे तौर पर पर्यटन को बढ़ावा देता है क्योंकि यह यात्रियों को एक आरामदायक और यादगार अनुभव प्रदान करता है। इसमें कई तरह की सेवाएं शामिल हैं जैसे

आवास (Accommodation) : होटल, रिसॉर्ट, गेस्ट हाउस, होमस्टे, हॉस्टल। ये सभी यात्रियों को रहने की सुविधा प्रदान करते हैं। एक अच्छी जगह पर रुकना यात्रा के अनुभव को बहुत बेहतर बना सकता है।

खान – पान (Food & Beverage) : रेस्तरां, कैफे, बार और भोजनालय पर्यटकों को स्थानीय और अंतर्राष्ट्रीय व्यंजन उपलब्ध कराते हैं। खाने का अनुभव भी यात्रा का एक महत्वपूर्ण हिस्सा होता है।

परिवहन (Transportation) : इसके अंतरर्गत टैक्सी, बस, ट्रेन, एयरलाइन सेवाएं एवं जल परिवहन की सुविधाएँ सम्मिलित है। ये सभी सेवाएँ यात्रियों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक जाने में मदद करती हैं। यद्यपि यह सीधे तौर पर आतिथ्य का हिस्सा नहीं है, लेकिन सुगम परिवहन आतिथ्य अनुभव का एक महत्वपूर्ण पहलू है।

मनोरंजन और गतिविधियाँ (EntertainmentAndActivities) : विषयक उद्यान, संग्रहालय, कला दीर्घाएँ, साहसिक गतिविधियाँ एवं पर्यटन प्रायोजक इसके अभिन्न अंग हैं। ये सभी पर्यटकों को व्यस्त रखने और उनका मनोरंजन करने के लिए सेवाएं प्रदान करते हैं।

पर्यटक सूचना सेवाएं (Tourist Information Services) : पर्यटक केंद्रों पर मिलने वाली जानकारी, निर्देशक, सेवाएं आदि भी आतिथ्य का हिस्सा हैं, जो यात्रियों को अपनी यात्रा की योजना बनाने और उसका आनंद लेने में मदद करती हैं।

9.3 आतिथ्य का महत्व

पर्यटन में आतिथ्य (Hospitality) का महत्व बहुत गहरा है, क्योंकि यह केवल ठहरने की जगह या भोजन प्रदान करने से कहीं अधिक है। यह पर्यटकों के समग्र अनुभव, उनकी संतुष्टि और किसी गंतव्य के प्रति उनकी धारणा को सीधे प्रभावित करता है। आतिथ्य, मेहमानों के प्रति गर्मजोशी, स्वागत और सम्मानपूर्वक व्यवहार करने की कला महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाती है।

पर्यटन में आतिथ्य का महत्व निम्नलिखित कारणों से है –

9.3.1 यात्री अनुभव का निर्धारण

पर्यटन क्षेत्र का एक समग्र एवं ब्यापक विकास करने के लिए आतिथ्य आगंतुकों के लिए संतुष्टि का आधार साबित होता है। आतिथ्य एक यादगार और सकारात्मक यात्रा अनुभव की नींव रखता है। यदि पर्यटक का स्वागत ठीक से नहीं किया जाता है या उसे अच्छी सेवा नहीं मिलती, तो उसका अनुभव नकारात्मक हो सकता है, भले ही गंतव्य कितना भी खूबसूरत क्यों न हो। आतिथ्य का लक्ष्य पर्यटकों को घर से दूर घर जैसा आरामदायक और सुरक्षित महसूस कराना है। यह उन्हें एक अपरिचित वातावरण में सहज होने में मदद करता है। इसके साथ – साथ पुनः पर्यटक स्थल पर आने को आकर्षित करता है। जिस भी पर्यटक स्थल पर आतिथ्य की सुविधा सकारात्मक एवं संतोष जनक होती है, उस स्थल का प्रचार – प्रसार अधिक होता है एवं पर्यटन का दायरा बढ़ता चला जाता है।

9.3.2 गंतव्य की छवि और ब्रांडिंग

सकारात्मक धारणा के रूप में उत्कृष्ट आतिथ्य किसी गंतव्य की सकारात्मक छवि बनाता है। जब पर्यटक अच्छी सेवा और गर्मजोशी का अनुभव करते हैं, तो वे उस स्थान को मित्रवत और स्वागत योग्य मानते हैं। संतुष्ट पर्यटक अपने अनुभवों को दूसरों के साथ साझा करते हैं, जो उस गंतव्य के लिए सबसे शक्तिशाली वाणिज्यिक उपकरण में से एक है। खराब आतिथ्य भी उसी तरह से नकारात्मक मौखिक प्रचार का कारण बन सकता है।

9.3.3 दोबारा आने और वफादारी को बढ़ावा देना

बार – बार आने वाले पर्यटक : जब पर्यटकों को एक शानदार आतिथ्य अनुभव मिलता है, तो उनके उसी गंतव्य पर दोबारा आने की संभावना बढ़ जाती है। वे उस स्थान के प्रति वफादारी विकसित कर सकते हैं।

व्यवसाय में वृद्धि : वफादार ग्राहक न केवल बार – बार आते हैं, बल्कि वे दूसरों को भी उस स्थान पर जाने के लिए प्रेरित करते हैं, जिससे पर्यटन व्यवसाय में वृद्धि होती है।

9.3.4 आर्थिक योगदान

पर्यटन में आतिथ्य (Hospitality) का आर्थिक योगदान अत्यधिक महत्वपूर्ण और बहुआयामी है। यह सीधे तौर पर राजस्व सृजन, रोजगार के अवसर, बुनियादी ढांचे के विकास और अन्य संबद्ध उद्योगों को बढ़ावा देकर किसी भी देश की अर्थव्यवस्था में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। राजस्व सृजन के अंतर्गत दो महत्वपूर्ण पहलुओं प्रत्यक्ष राजस्व एवं विदेशी मुद्रा को सम्मिलित किया गया है।

प्रत्यक्ष राजस्व : होटल, रिसॉर्ट, गेस्ट हाउस, रेस्तरां, कैफे, बार और अन्य आवास व खाद्य सेवा प्रतिष्ठान सीधे तौर पर पर्यटकों से पैसा कमाते हैं। यह राजस्व कमरे के किराए, भोजन और पेय की बिक्री और अन्य सेवाओं जैसे स्पा, लॉन्ड्री आदि से आता है।

विदेशी मुद्रा आय : अंतर्राष्ट्रीय पर्यटकों द्वारा आतिथ्य सेवाओं पर किया गया खर्च देश के लिए महत्वपूर्ण विदेशी मुद्रा आय लाता है। यह भुगतान संतुलन में सुधार करता है और राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था को मजबूत करता है।

सकल घरेलू उत्पाद में हिस्सेदारी : आतिथ्य क्षेत्र, पर्यटन उद्योग के एक बड़े हिस्से के रूप में, सीधे तौर पर देश के सकल घरेलू उत्पाद में महत्वपूर्ण योगदान देता है। उदाहरण के लिए, भारत में यात्रा, पर्यटन और आतिथ्य क्षेत्र ने सकल घरेलू उत्पाद में 9.3% का योगदान दिया था (2019) और यह देश के सबसे बड़े मुद्रा अर्जक में से एक है।

रोजगार सृजन

- **प्रत्यक्ष रोजगार** : आतिथ्य क्षेत्र बड़ी संख्या में लोगों को प्रत्यक्ष रोजगार प्रदान करता है। इसमें होटल प्रबंधक, शेफ, वेटर, हाउसकीपिंग स्टाफ, फ्रंट डेस्क कर्मचारी, सुरक्षा गार्ड, बारटेंडर, इवेंट प्लानर आदि सम्मिलित हैं।
- **अप्रत्यक्ष और प्ररित रोजगार** : आतिथ्य क्षेत्र का विकास अन्य संबद्ध उद्योगों में भी रोजगार पैदा करता है। इनसे स्थानीय अर्थव्यवस्था को प्रोत्साहन मिलता है –
- **कृषि और खाद्य प्रसंस्करण** : होटलों और रेस्तरां में उपयोग होने वाले भोजन और पेय पदार्थों की मांग स्थानीय किसानों और खाद्य प्रसंस्करण उद्योगों को बढ़ावा देती है।
- **निर्माण उद्योग** : नए होटल, रिसॉर्ट और रेस्तरां के निर्माण से इंजीनियरों, वस्तुकारों, निर्माण श्रमिकों और आपूर्तिकर्ताओं के लिए रोजगार के अवसर पैदा होते हैं।
- **परिवहन** : टैक्सी ड्राइवर, बस ऑपरेटर, एयरलाइन कर्मचारी आदि को पर्यटकों की आवाजाही से लाभ होता है।
- **खुदरा और हस्तशिल्प** : पर्यटक प्रायः स्थानीय स्मृति चिन्ह, कलाकृतियां और अन्य खुदरा सामान खरीदते हैं, जिससे स्थानीय विक्रेताओं और कारीगरों को लाभ होता है।
- **मनोरंजन** : स्थानीय कलाकार, संगीतकार और मनोरंजनकर्ता भी आतिथ्य उद्योग से जुड़े कार्यक्रमों और आयोजनों से लाभान्वित होते हैं।

9.3.5 स्थानीय अर्थव्यवस्था को बढ़ावा

आतिथ्य प्रतिष्ठान प्रायः स्थानीय उत्पादों और सेवाओं की खरीद करते हैं, जैसे ताजी सब्जियां, दूध, मांस, स्थानीय कारीगरों द्वारा बनाए गए हस्तशिल्प और सेवाएं। यह स्थानीय व्यवसायों को बढ़ावा देता है और धन को स्थानीय समुदाय में परिचालित करता है। इससे स्थानीय स्तर पर आय का पुनर्वितरण होता है और ग्रामीण व दूरदराज के क्षेत्रों में भी आर्थिक गतिविधि बढ़ती है।

आतिथ्य पर्यटन का वह महत्वपूर्ण स्तंभ है जो आर्थिक गतिविधियों को उत्प्रेरित करता है। यह केवल एक सेवा नहीं है, बल्कि एक शक्तिशाली आर्थिक इंजन है जो राजस्व, रोजगार और बुनियादी ढांचे के विकास को बढ़ावा देता है, जिससे किसी भी राष्ट्र की समग्र समृद्धि में महत्वपूर्ण योगदान होता है। भारत जैसे

विकासशील देश में जहाँ पर्यटन क्षेत्र में विकास की अपार संभावनाएं हैं, आतिथ्य का आर्थिक योगदान विशेष रूप से महत्वपूर्ण है।

9.3.6 सांस्कृतिक आदान – प्रदान और समझ

पर्यटन के क्षेत्र में आतिथ्य (Hospitality) सांस्कृतिक आदान – प्रदान और समझ को बढ़ावा देने में एक बहुत ही महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। यह वह माध्यम है जिसके द्वारा विभिन्न सांस्कृतिक पृष्ठभूमियों के लोग एक – दूसरे के संपर्क में आते हैं, सीखते हैं और एक – दूसरे की सराहना करते हैं।

आतिथ्य से सांस्कृतिक आदान – प्रदान और समझ का विकास

1. **प्रत्यक्ष बातचीत और संबंध स्थापित करना**

    - स्थानीय लोगों से मुलाकात के दौरान होटल स्टाफ, रेस्तरां के कर्मचारी, पर्यटन निर्देशक और अन्य आतिथ्य प्रदाता स्थानीय संस्कृति के प्रतिनिधि होते हैं। पर्यटकों का उनसे सीधा संवाद होता है, जिससे उन्हें स्थानीय रीति – रिवाजों, व्यवहारों और सोच को समझने का अवसर मिलता है।
    - पारस्परिक सम्मान बढ़ता है जब आतिथ्य प्रदाता मेहमानों का गर्मजोशी से स्वागत करते हैं और उनकी सांस्कृतिक पृष्ठभूमि का सम्मान करते हैं, तो पर्यटक भी बदले में स्थानीय संस्कृति के प्रति अधिक सम्मान और जिज्ञासा दिखाते हैं। यह एक सकारात्मक आदान – प्रदान का माहौल बनाता है।

2. **सांस्कृतिक संवेदनशीलता और जागरूकता बढ़ाना**

    - आतिथ्य क्षेत्र के कर्मचारी प्रायः विभिन्न देशों के पर्यटकों के साथ बात – चीत करते हैं। यह उन्हें सांस्कृतिक संवेदनशीलता (cultural sensitivity) और जागरूकता विकसित करने का अवसर देता है। वे सीखते हैं कि विभिन्न संस्कृतियों के लोग कैसे संवाद करते हैं, क्या पसंद करते हैं और क्या नापसंद करते हैं। यह ज्ञान उन्हें बेहतर सेवा प्रदान करने और गलतफहमी से बचने में मदद करता है।
    - **होटल और अन्य आवास प्रायः** पर्यटकों को स्थानीय संस्कृति, परंपराओं, त्योहारों और व्यवहार के मानदंडों के बारे में जानकारी प्रदान करते हैं। यह पर्यटकों को उस स्थान के प्रति अधिक समझदार और सम्मानजनक बनाता है।

9.3.7 खान – पान और पाक – कला के माध्यम से

- स्थानीय व्यंजनों के अनुभव के दौरान आतिथ्य क्षेत्र, विशेष रूप से रेस्तरां और होटल, पर्यटकों को स्थानीय व्यंजनों का स्वाद लेने का अवसर प्रदान करते हैं। भोजन किसी भी संस्कृति का एक अभिन्न अंग होता है। व्यंजनों के माध्यम से पर्यटक उस क्षेत्र के इतिहास, कृषि और सामाजिक रीति – रिवाजों को समझ सकते हैं।
- संयोजन और नवाचार एक ऐसी प्रक्रिया है जिसके अंतर्गत कई होटल और रेस्तरां स्थानीय और अंतर्राष्ट्रीय व्यंजनों के मिश्रण को बढ़ावा देते हैं, जिससे पर्यटकों को एक अद्वितीय पाक अनुभव मिलता है और साथ ही पाक – कला में सांस्कृतिक आदान – प्रदान होता है।

9.3.8 कला, संगीत और प्रदर्शनो का प्रदर्शन

- सांस्कृतिक कार्यक्रम के अंतर्गत कई होटल और रिसॉर्ट पर्यटकों के मनोरंजन के लिए स्थानीय कला प्रदर्शन, संगीत, नृत्य और पारंपरिक कहानियों का आयोजन करते हैं। यह पर्यटकों को उस स्थान की सांस्कृतिक विरासत को सीधे अनुभव करने का अवसर देता है।
- स्थानीय कलाकारों के प्रदर्शनों के माध्यम से स्थानीय कलाकारों और सांस्कृतिक समूहों को पहचान और वित्तीय सहायता मिलती है, जिससे उनकी कला और परंपराओं का संरक्षण होता है।

9.3.9 भाषा का आदान – प्रदान

- पर्यटक और आतिथ्य कर्मचारी प्रायः एक – दूसरे के साथ संवाद करने के लिए भाषाओं का आदान – प्रदान करते हैं। पर्यटक स्थानीय भाषाओं के कुछ वाक्यांश सीखते हैं, जबकि आतिथ्य कर्मचारी विभिन्न विदेशी भाषाओं में कुशल हो जाते हैं। यह संचार के माध्यम से आपसी समझ को बढ़ाता है।

9.3.10 रूढ़िवादिता को तोड़ना और सहानुभूति विकसित करना

जब लोग व्यक्तिगत रूप से विभिन्न संस्कृतियों के लोगों के साथ बातचीत करते हैं, तो प्रायः उनकी पूर्व कल्पित धारणाएं या रूढ़िवादिताएं (stereotypes) टूटती हैं। यह सीधा संपर्क अधिक सहानुभूति (मउचंजील), सहिष्णुता और वैश्विक नागरिकता की भावना को बढ़ावा देता है। लोग यह महसूस करते हैं कि मतभेदों के बावजूद, मानवता में बहुत कुछ समान है।

9.3.11 सामुदायिक आधारित पर्यटन (Community Based Tourism) को बढावा

आतिथ्य और छोटे अतिथि गृह जैसे आतिथ्य मॉडल पर्यटकों को सीधे स्थानीय समुदायों के साथ रहने और बातचीत करने का अवसर देते हैं। यह अधिक गहन सांस्कृतिक आदान – प्रदान और समझ को बढ़ावा देता है, क्योंकि पर्यटक स्थानीय जीवन शैली में डूब जाते हैं।

9.3.12 समस्या समाधान और सुरक्षा

पर्यटन के क्षेत्र में आतिथ्य (Hospitality) केवल मेहमानों का स्वागत करने और उन्हें आराम देने तक ही सीमित नहीं है, बल्कि यह समस्या – समाधान (Problem Solving) और सुरक्षा सुनिश्चित करने में भी एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। जब पर्यटक अपने घर से दूर होते हैं, तो वे अप्रत्याशित चुनौतियों का सामना कर सकते हैं और ऐसे में आतिथ्य क्षेत्र का सक्रिय और प्रभावी समर्थन अत्यंत महत्वपूर्ण हो जाता है।

9.4 आतिथ्य की समस्या और समाधान

9.4.1 तत्काल सहायता और मार्ग दर्शन

- आपातकालीन स्थिति में चाहे वह चिकित्सा आपातकाल हो, चोरी हो, या किसी महत्वपूर्ण दस्तावेज का खो जाना हो, आतिथ्य कर्मचारी (होटल फ्रंट डेस्क स्टाफ) प्रायः पर्यटकों के लिए संपर्क का पहला बिंदु होते हैं। वे तत्काल सहायता प्रदान कर सकते हैं, जैसे अस्पताल का पता बताना, पुलिस से संपर्क करने में मदद करना या दूतावास से संपर्क साधने में मार्गदर्शन करना।
- सामान्य समस्याओं में कमरे में खराबी, बुकिंग संबंधी त्रुटियाँ, खोया हुआ सामान या परिवहन संबंधी समस्याएँ जैसी सामान्य समस्याएँ भी आतिथ्य कर्मचारियों द्वारा कुशलता से हल की जा सकती हैं। उनका लक्ष्य यह सुनिश्चित करना होता है कि मेहमान का अनुभव बाधित न हो।

9.4.2 स्थानीय ज्ञान और विशेषज्ञता

- आतिथ्य कर्मचारी प्रायः उस क्षेत्र के बारे में विस्तृत स्थानीय ज्ञान रखते हैं। वे पर्यटकों को दिशा – निर्देश प्रदान कर सकते हैं, सर्वोत्तम स्थानीय परिवहन विकल्पों के बारे में सलाह दे सकते हैं या उन्हें उन आकर्षणों के बारे में बता सकते हैं जो उनकी रुचि के अनुकूल हों। यह ज्ञान पर्यटकों को अनिश्चितता से बचाता है और उनकी यात्रा को अधिक सुगम बनाता है। किसी भी समस्या की स्थिति में वे स्थानीय संसाधनों (विश्वसनीय टैक्सी सेवाएँ, डॉक्टर या मरम्मत सेवाएं) तक पहुँचने में मदद कर सकते हैं।

9.4.3 संचार और भाषा सहायता

विदेशी भूमि में भाषा की बाधा एक बड़ी चुनौती हो सकती है। आतिथ्य कर्मचारी, विशेषकर बड़े होटलों में प्रायः कई भाषाएँ जानते हैं या अनुवाद सेवाओं तक पहुँच रखते हैं। यह पर्यटकों को स्थानीय लोगों या अधिकारियों के साथ संवाद करने में मदद करता है, जिससे समस्याओं को प्रभावी ढंग से हल किया जा सके।

9.4.4 शिकायत निवारण और ग्राहक संतुष्टि

आतिथ्य उद्योग ग्राहक सेवा पर बहुत अधिक केंद्रित होता है। यदि किसी पर्यटक को सेवा में कमी या किसी अन्य समस्या का सामना करना पड़ता है, तो आतिथ्य कर्मचारी उनकी शिकायतों को सुनते हैं और उन्हें हल करने का प्रयास करते हैं। इसका उद्देश्य मेहमान की संतुष्टि सुनिश्चित करना और नकारात्मक अनुभवों को सकारात्मक में बदलना है।

9.4.5 आतिथ्य से सुरक्षा सुनिश्चित करना

1. सुरक्षित आवास और वातावरण

- **सुरक्षित परिसर** : होटल, रिसॉर्ट और अन्य आवास प्रतिष्ठान आमतौर पर मेहमानों की सुरक्षा के लिए कड़े उपाय करते हैं, जैसे 24 घंटे सुरक्षा गार्ड, सीसीटीवी निगरानी, सुरक्षित प्रवेश द्वार और आगंतुकों की पहचान जांच।
- **कमरे की सुरक्षा** : कमरों में सुरक्षित ताले, इलेक्ट्रॉनिक लॉकर और आग बुझाने वाले उपकरण जैसी सुविधाएँ मेहमानों को सुरक्षित महसूस कराती हैं।
- **सुरक्षा प्रोटोकॉल** : आग लगने, प्राकृतिक आपदाओं या अन्य आपात स्थितियों के लिए स्पष्ट निकासी योजना और सुरक्षा प्रोटोकॉल होते हैं और कर्मचारियों को प्रशिक्षित किया जाता है कि ऐसी स्थितियों में कैसे प्रतिक्रिया दें।

2. व्यक्तिगत सामान की सुरक्षा

- **होटल प्रायः** मेहमानों को अपने कीमती सामान को सुरक्षित रखने के लिए लॉकर या तिजोरियां प्रदान करते हैं। इसके अतिरिक्त, प्रशिक्षित सुरक्षा कर्मी और सुरक्षा कर्मचारी चोरी या नुकसान को रोकने में मदद करते हैं।

3. जानकारी और चेतावनी

- आतिथ्य कर्मचारी पर्यटकों को किसी भी संभावित सुरक्षा जोखिम या खतरनाक क्षेत्रों के बारे में सलाह दे सकते हैं। वे स्थानीय कानूनों, रीति – रिवाजों और उन सावधानियों के बारे में जानकारी प्रदान कर सकते हैं जिनकी पर्यटकों को अपने प्रवास के दौरान आवश्यकता हो सकती है (देर रात अकेले बाहर न निकलना)।
- वे विश्वसनीय परिवहन विकल्पों की सिफारिश कर सकते हैं और पर्यटकों को अनाधिकृत या असुरक्षित सेवाओं से बचने की सलाह दे सकते हैं।

4. कर्मचारियों का प्रशिक्षण

- आतिथ्य कर्मचारियों को प्रायः प्राथमिक उपचार, आपातकालीन प्रतिक्रिया और संदिग्ध गतिविधियों की पहचान करने के लिए प्रशिक्षित किया जाता है। यह उन्हें किसी भी खतरे को पहचानने और उसे कम करने में मदद करता है। जाँच के दौरान पहचान सत्यापन और अतिथि दस्तावेज का रख – रखाव भी सुरक्षा उपायों का हिस्सा है।

  पर्यटन में आतिथ्य का महत्व बहुत अधिक है। यह केवल एक सेवा नहीं है, बल्कि एक अनुभव का निर्माण है जो पर्यटकों की संतुष्टि, गंतव्य की प्रतिष्ठा और पर्यटन उद्योग की समग्र सफलता को सीधे प्रभावित करता है। 'अतिथि देवो भव' (अतिथि भगवान के समान होता है) की भारतीय अवधारणा आतिथ्य के महत्व को बखूबी दर्शाती है। पर्यटकों का हार्दिक स्वागत और उनकी सर्वोत्तम देखभाल करना ही पर्यटन को सफल बनाता है।

9.5 आवास क्षेत्र एवं पर्यटन में उसकी भूमिका

पर्यटन में आवास क्षेत्र (Accommodation Sector) की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण और केंद्रीय है। यह वह आधार है जिस पर पूरा पर्यटन उद्योग टिका हुआ है क्योंकि यह पर्यटकों को उनके गंतव्य पर घर से दूर एक घर प्रदान करता है।

9.5.1 आवास क्षेत्र की प्रमुख भूमिकाएँ

1. **बुनियादी आवश्यकता की पूर्ति** : किसी भी पर्यटक के लिए ठहरने की जगह (helter) एक मूलभूत आवश्यकता है। आवास क्षेत्र यह सुनिश्चित करता है कि पर्यटकों के पास रात बिताने, आराम करने, और तरोताजा होने के लिए एक सुरक्षित और आरामदायक स्थान हो। इसके बिना कोई भी पर्यटन स्थल कार्य नहीं कर सकता। पर्यटक यात्रा के दौरान भोजन और विश्राम के लिए आवास पर निर्भर करते हैं, जो उनकी यात्रा को व्यवहार्य और सुखद बनाता है।

2. **पर्यटक अनुभव का निर्धारण** : आवास की गुणवत्ता पर्यटक के समग्र अनुभव को सीधे प्रभावित करती है। एक आरामदायक बिस्तर, स्वच्छ वातावरण और अच्छी सेवा पर्यटक की यात्रा को यादगार और सकारात्मक बना सकती है। इसके विपरीत खराब आवास अनुभव पूरी यात्रा को खराब कर सकता है। यह पर्यटकों को गंतव्य पर अधिक समय तक रुकने के लिए प्रोत्साहित करता है, जिससे वे अधिक गतिविधियों में शामिल होते हैं और स्थानीय अर्थव्यवस्था में अधिक खर्च करते हैं।

3. **आर्थिक योगदान** :

- **राजस्व सृजन** : होटल, मनोरंजन स्थल, कुलीन अतिथि गृह और अन्य आवास इकाइयाँ पर्यटन राजस्व का एक बड़ा हिस्सा उत्पन्न करती हैं। यह सीधा राजस्व देश के सकल घरेलू उत्पाद (GDP) में महत्वपूर्ण योगदान देता है और विदेशी मुद्रा अर्जित करता है।
- **रोजगार सृजन** : आवास क्षेत्र बड़ी संख्या में लोगों को प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रूप से रोजगार प्रदान करता है। इनमें आतंरिक व्यवस्था कर्मी, सुरक्षा कर्मी, रसोई कर्मचारी, प्रबंधक और रखरखाव कर्मचारी शामिल हैं।
- **स्थानीय अर्थव्यवस्था को बढ़ावा** : आवास प्रतिष्ठान स्थानीय आपूर्तिकर्ताओं (भोजन, पेय, अन्य आवश्यकताओं आदि) और सेवाओं (धुलाई, परिवहन) से खरीदारी करके स्थानीय व्यवसायों और किसानों को समर्थन देते हैं, जिससे धन स्थानीय समुदाय में परिचालित होता है।
- निवेश को आकर्षित करना : पर्यटन में आवास की बढ़ती मांग इस क्षेत्र में घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय निवेश को आकर्षित करती है, जिससे आर्थिक विकास और बुनियादी ढांचे का विस्तार होता है।

4. **बुनियादी ढांचे का विकास** : आवास क्षेत्र के विकास के लिए प्रायः बेहतर सड़कों, जल आपूर्ति, बिजली, नाली तंत्र और संचार जाल जैसे बुनियादी ढांचे (infrastructure) में निवेश की आवश्यकता होती है। ये सुधार न केवल पर्यटकों को लाभ पहुंचाते हैं, बल्कि स्थानीय समुदायों के जीवन स्तर में भी सुधार करते हैं। यह किसी गंतव्य को अधिक सुलभ और आकर्षक बनाता है।

5. **गंतव्य की छवि और ब्रांडिंग** : गुणवत्ता वाले और विविध आवास विकल्प किसी पर्यटन गंतव्य की छवि (image) और ब्रांडिंग (branding) को बढ़ा सकते हैं। वे गंतव्य को विलासिता, आराम या साहसिक पर्यटन के लिए एक आदर्श स्थान के रूप में स्थापित करने में मदद करते हैं। होटलों की संख्या और गुणवत्ता प्रायः किसी गंतव्य की परिपक्वता और पर्यटन क्षमता का संकेत देती है।

6. **सांस्कृतिक आदान – प्रदान और समझ**

   छोटे पैमाने के आवास जैसे होमस्टे (home stays) पर्यटकों को स्थानीय संस्कृति, रीति – रिवाजों और जीवन शैली का अधिक प्रामाणिक अनुभव प्रदान करते हैं। यह स्थानीय लोगों और पर्यटकों के बीच सीधा संपर्क और आपसी समझ को बढ़ावा देता है।

7. **सुरक्षा और समस्या – समाधान** : आवास प्रतिष्ठान पर्यटकों के लिए सुरक्षा का एक महत्वपूर्ण स्रोत होते हैं, विशेष रूप से जब वे अपरिचित वातावरण में होते हैं। वे चौबीस घंटे सुरक्षा, सुरक्षित जमा पेटी और आपातकालीन सहायता प्रदान करते हैं। आवास कर्मचारी प्रायः स्थानीय ज्ञान और भाषा सहायता के साथ पर्यटकों की समस्याओं (खोया हुआ सामान, चिकित्सा आपात स्थिति या परिवहन संबंधी मुद्दे) को हल करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

पर्यटन में आवास क्षेत्र की भूमिका केवल एक जगह प्रदान करने से कहीं अधिक है। यह एक बहुआयामी स्तंभ है जो पर्यटकों के अनुभव को परिभाषित करता है, आर्थिक विकास को बढ़ावा देता है, बुनियादी ढांचे का निर्माण करता है और किसी गंतव्य की समग्र अपील को बढ़ाता है। एक अच्छी तरह से विकसित और विविध आवास क्षेत्र के बिना कोई भी पर्यटन स्थल अपनी पूरी क्षमता तक नहीं पहुंच सकता।

9.6 आवास क्षेत्र के प्रकार

पर्यटन में आवास क्षेत्र बहुत विविध है, क्योंकि यह विभिन्न प्रकार के यात्रियों (बजट यात्री, कुलीन यात्री, परिवार, व्यापार यात्री, साहसिक प्रेमी) और उनकी विभिन्न आवश्यकताओं और बजट को पूरा करता है। भारत में भी यह विविधता बहुत स्पष्ट दिखाई देती है तथा देश के अलग – अलग भागों में इसका स्वरुप भिन्न – भिन्न होता है।

पर्यटन क्रियाकलाप को सफल बनाने में प्रयुक्त आवास क्षेत्र को निम्न प्रमुख प्रकार में विभाजित किया जाता हैं–

- **होटल (Hotels)** : यह सबसे आम और पारंपरिक प्रकार का आवास है। होटल सेवाओं और सुविधाओं की एक विस्तृत श्रृंखला प्रदान करते हैं। इन्हें आमतौर पर स्टार रेटिंग (1 – स्टार से 5 – स्टार और उससे ऊपर) के आधार पर वर्गीकृत किया जाता है, जो प्रदान की जाने वाली सुविधाओं, सेवा की गुणवत्ता और विलासिता के स्तर को दर्शाता है।
- **रिसॉर्ट (Resorts)** : ये अवकाश उन्मुख प्रतिष्ठान होते है तथा ये प्रायः आकर्षक गंतव्यों (समुद्र तट, पहाड़, जंगल) में स्थित होते हैं। ये आवास के साथ – साथ मनोरंजन, विश्राम और गतिविधियों की एक विस्तृत श्रृंखला प्रदान करते हैं, जैसे स्पा, स्विमिंग पूल, खेल सुविधाएँ, रेस्तरां और बच्चों के लिए क्लब आदि। उदाहरण के लिए बीच रिसॉर्ट, माउंटेन रिसॉर्ट, स्पा रिसॉर्ट, वन्य जीव रिसॉर्ट इत्यादि।
- **घरेलू आवास (Home stays)** : पर्यटक स्थानीय परिवारों के घरों में किराए पर एक कमरा या पूरा घर लेते हैं इसे होम स्टे कहा जाता है। यह पर्यटकों को स्थानीय संस्कृति, जीवन शैली और व्यंजनों का एक प्रामाणिक और व्यक्तिगत अनुभव प्रदान करता है। यह प्रायः अधिक किफायती होता है और मेजबानों के साथ बातचीत का अवसर प्रदान करता है। भारत में यह ग्रामीण और अर्ध – शहरी पर्यटन को बढ़ावा देने में बहुत लोकप्रिय हुआ है।
- **गेस्ट हाउस (Guest Houses)** : ये आमतौर पर छोटे और स्वंय व्यक्तियों द्वारा चलाए जाने वाले प्रतिष्ठान होते हैं जो होटलों की तुलना में अधिक व्यक्तिगत और अंतरंग वातावरण प्रदान करते हैं। इनमें प्रायः कमरों की संख्या सीमित होती है और मूलभूत सुविधाएँ प्रदान की जाती हैं।
- **बेड एंड ब्रेकफास्ट (BedAnd Breakfast)** : छोटे प्रतिष्ठान, प्रायः एक पारिवारिक घर के हिस्से में होते हैं, जो रात भर ठहरने और सुबह का नाश्ता प्रदान करते हैं। व्यक्तिगत ध्यान और घरेलू माहौल इनकी विशेषता होती है।
- **छात्रावास (Hostels)** : बजट के अनुकूल आवास विकल्प, विशेषकर युवा यात्रियों, बैक पैकर्स और छात्रों के लिए अधिक उपयोगी होते हैं। इनमें प्रायः साझा एक साथ अनेक लोगों को सोने की शैली के कमरे (बंक बेड के साथ) और साझा बाथरूम, रसोई और सामान्य क्षेत्र होते हैं। ये सामाजिक मेल – जोल को बढ़ावा देते हैं।
- **सर्विस अपार्टमेंट एवं अपार्टमेंट होटल (ServiceApartmentsAndApartments Hotals)** : ये ऐसे प्रतिष्ठान हैं जो होटल की सेवाओं (हाउसकीपिंग, फ्रंट डेस्क) के साथ अपार्टमेंट की सुविधाएँ (अलग बेडरूम, लिविंग एरिया, पूरी तरह सुसज्जित रसोईघर) प्रदान करते हैं। लंबे समय तक रहने वाले यात्रियों, परिवारों या व्यापार यात्रियों के लिए आदर्श हैं जो अधिक स्वतंत्रता और घर जैसी सुविधाएँ चाहते हैं।
- **मोटल (Motels)** : मोटल होटल का संक्षिप्त रूप है जो आमतौर पर राजमार्गों के किनारे स्थित होते हैं। मुख्य रूप से सड़क यात्रा करने वाले यात्रियों के लिए डिजाइन किए गए हैं, जो सुविधाजनक पार्किंग

और रात भर ठहरने की सुविधा प्रदान करते हैं। आवश्यक सुविधाओं की सुलभता होती है।

- **विरासत होटल (Heritage Hotels)** : भारत के लिए एक अद्वितीय श्रेणी के ये आवासीय क्षेत्र हैं। ये पुराने महल, किले, हवेलियां या पारंपरिक घर होते हैं जिन्हें सावधानी पूर्वक पुनर्स्थापित करके कुलीन या विशिष्ट आवास में बदल दिया जाता है। ये पर्यटकों को भारत के शाही अतीत और समृद्ध सांस्कृतिक विरासत का अनुभव करने का एक अनूठा अवसर प्रदान करते हैं। इन्हें भारत सरकार के पर्यटन मंत्रालय द्वारा विशेष रूप से वर्गीकृत किया जाता है।
- **टेंटेड आवास एवं ग्लैंपिंग (TentedAccommodationAnd Glimpsing)** : **टेंटेड आवास** विशेष रूप से वन्यजीव अभयारण्यों, रेगिस्तानी सफारी या पहाड़ी क्षेत्रों के पास अस्थायी शिविरों में तंबू में ठहरना इसमें सम्मिलित है।
- **ग्लैंपिंग** : लक्जरी कैंपिंग का अनुभव, जहां तंबू या अन्य अस्थायी संरचनाएं (यर्ट्स, डोम) आधुनिक सुविधाओं, आरामदायक बिस्तरों और प्रायः संलग्न बाथरूम के साथ आती हैं। यह प्रकृति के करीब रहने का आरामदायक तरीका प्रदान करता है।
- **फार्म स्टे (Farm Stays)** : यह ग्रामीण आवास का एक रूप है जहाँ पर्यटक एक काम करने वाले खेत पर रहते हैं। यह उन्हें कृषि जीवन और ग्रामीण संस्कृति का अनुभव करने का अवसर प्रदान करता है।
- **हाउस बोट (House Boats)** : विशेष रूप से केरल के पश्च जल (लैगून) और कश्मीर की डल झील में लोकप्रिय है। ये स्थिर या चलित नावें होती हैं जिनमें आवास और खान – पान की सुविधाएँ होती हैं। यह एक अद्वितीय और शांत अनुभव प्रदान करता है।
- **लॉज और टूरिस्ट होम (Lodges & Tourist Homes)** : ये आमतौर पर ग्रामीण या बाहरी इलाकों में स्थित होते हैं, जो यात्रियों को मूलभूत आवास प्रदान करते हैं। ये होटलों की तुलना में कम औपचारिक और अधिक किफायती हो सकते हैं।

यह विविधता यह सुनिश्चित करती है कि चाहे पर्यटक का बजट कुछ भी हो, उसकी प्राथमिकताएँ कुछ भी हों या वह किस प्रकार की यात्रा पर हो, उसके लिए एक उपयुक्त आवास विकल्प हमेशा उपलब्ध होता है।

9.7 आतिथ्य और आवास क्षेत्र की चुनौतियाँ

पर्यटन में आवासीय क्षेत्र कई चुनौतियों का सामना करता है जो निम्नलिखित है –

प्रतिस्पर्धा : विभिन्न प्रकार के आवास विकल्पों और नए खिलाड़ियों के प्रवेश के कारण उच्च प्रतिस्पर्धा उत्पन्न हो रही है।

मानकीकरण और गुणवत्ता नियंत्रण : विभिन्न प्रतिष्ठानों में सेवा की गुणवत्ता बनाए रखना एक चुनौती हो सकती है।

मौसमीयता : कुछ गंतव्यों में पर्यटन मौसमी होता है, जिससे राजस्व और रोजगार में उतार – चढ़ाव आता है।

प्रौद्योगिकी का एकीकरण : ऑनलाइन बुकिंग प्लेटफॉर्म और स्मार्ट टेक्नोलॉजी को अपनाने की आवश्यकता पर अधिक जोर दिया जा रहा है।

स्थिरता : पर्यावरण पर बढ़ते दबाव के कारण सतत प्रथाओं को अपनाना महत्वपूर्ण हो गया है।

कर्मचारियों की कमी और प्रशिक्षण : योग्य कर्मचारियों को आकर्षित करना और बनाए रखना और उन्हें उचित प्रशिक्षण प्रदान करना वर्तमान समय की अति आवश्यकता है।

अप्रत्याशित घटनाएँ : महामारी (COVID – 19) या प्राकृतिक आपदाएँ इस क्षेत्र पर गंभीर प्रभाव डाल सकती हैं।

9.8 भविष्य की दिशा

आतिथ्य और आवास क्षेत्र भविष्य में निम्नलिखित रुझानों की ओर बढ़ रहा है –

- **डिजिटलीकरण और वैयक्तिकरण** : कृत्रिम बौद्धिमकता और आंकडा विश्लेषण का उपयोग करके व्यक्तिगत अनुभव प्रदान करना और बुकिंग प्रक्रिया को आसान बनाया जा रहा है।
- **स्थिरता और पर्यावरण अनुकूल प्रथाएं** : हरित होटल, अपशिष्ट प्रबंधन और ऊर्जा दक्षता पर अधिक ध्यान दिया जा रहा है।
- **स्वास्थ्य और सुरक्षा** : COVID – 19 महामारी के बाद स्वच्छता और सुरक्षा प्रोटोकॉल पर अधिक जोर देने का प्रयास किया जा रहा है।
- **अनुभव आधारित यात्रा** : पर्यटक केवल जगह पर रहने की बजाय अद्वितीय और प्रामाणिक अनुभवों की तलाश कर रहे हैं।
- **दूरस्थ कार्य स्थल का उदय** : डिजिटल खानाबदोशों और दूरस्थ स्थान पर काम करने वालों के लिए विशेष आवास और सेवाएं उपलब्ध कराया जा रहा है।

आतिथ्य और आवास क्षेत्र पर्यटन उद्योग की रीढ़ है, जो यात्रियों को उनके गंतव्य पर आवश्यक सेवाएं और आराम प्रदान करता है। इस क्षेत्र का लगातार विकास हो रहा है और यह बदलती उपभोक्ता मांगों और तकनीकी प्रगति के अनुकूल हो रहा है।

9.9 सारांश

आपने इस इकाई में पर्यटन में आतिथ्य एवं आवास क्षेत्र का अध्ययन किया है। आप समझ गए होगें कि पर्यटन के विकास को प्रभावित करने में इन दोनों घटकों की सम्मिलित भूमिका होती है। इससे विश्व या देश के पर्यटन को गतिशीलता मिलती है तथा लोगों को यात्रा के लिए प्रोत्साहन प्राप्त होता है। वास्तव में पर्यटन में आतिथ्य एवं आवास क्षेत्र लोगों, स्थानों और पर्यटन की घटना के बीच जटिल अंतःक्रियाओं को समझने के लिए एक व्यापक ढाँचा प्रदान करता है, जो इस उद्योग को जिम्मेदारी से प्रबंधित और विकसित करने में स्थानिक विश्लेषण के महत्व पर प्रकाश डालता है।

इस इकाई में पर्यटन में आतिथ्य एवं आवास क्षेत्र के विविध आयाम तथा वर्तमान समय में उसकी उपयोगिता को प्रस्तुत किया गया है। आपने देखा है कि पर्यटन में आतिथ्य द्वारा पर्यटकों को मान सम्मान के साथ सभी प्रकार की आवश्यकताओं का ध्यान दिया जाता है। आवास क्षेत्र में पर्यटकों के गंतव्य स्थल की बुनियादी सुविधाओं का विकास करके सुखमय बनाया जाता है। किन्हीं देशों में इसके अध्ययन को ज्यादा महत्त्व दिया गया है तो किन्हीं देशों में कम। समय में होने वाले परिवर्तन के साथ ही पर्यटन के अध्ययन की प्रासंगिकता में वृद्धि हुई है, जिसने पर्यटन के विकास में महत्त्वपूर्ण योगदान दिया है। इस प्रकार आपने पर्यटन में आतिथ्य एवं आवास क्षेत्र का विस्तृत एवं सारगर्भित अध्ययन किया है।

9.10 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

1. आतिथ्य का तात्पर्य क्या होता है?

   (क) मेहमानों का स्वागत करना, उनकी जरूरतों का ध्यान रखना तथा उन्हें सहज महसूस करना।

   (ख) मेहमानों पर कड़े नियम आरोपित करना।

   (ग) पर्यटकों को अच्छे वस्त्र पहन कर आने के लिए कहना।

   (घ) उपरोक्त में से कोई नहीं।

2. केरल के पश्च जल एवं कश्मीर की डल झील क्षेत्रों में आने वाले पर्यटकों के लिए बनाए गए पानी पर तैरते हुए छोटे – छोटे आवासों को क्या कहा जाता है?

(क) स्टीमर घर (ख) इग्लू आवास (ग) अतिथि गृह (घ) हॉउस बोट

3. विदेशी पर्यटकों के आगमन ने वर्ष 2019 ई. के सकल घरेलू उत्पाद में कितना योगदान दिया था?

(क) 15.8% (ख) 12.3% (ग) 9.3% (घ) 5.2%

4. अपने मनोवृत्तियों एवं भावनाओं को अभिव्यक्त करने वाले माध्यम को क्या कहा जाता है?

(क) भाषा (ख) ज्ञान (ग) सामान्य जानकारी (घ) अभिव्यक्ति

5. एक पर्यटक अपने मूल स्थान को छोड़ कर जब किसी अन्य जगह पर जाकर कुछ दिन के लिए ठहरता है तो उसे क्या कहते हैं?

(क) अपना घर (ख) आवास क्षेत्र (ग) देश की राजधानी (घ) बड़ा शहर

9.11 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

- Baghia, Sunil, 2017, Tourism Geography, Book Enclave, New Delhi.
- Kaur, J., 1993, Himalayan PilgrimageAnd New Tourism, Himalayan Books, New Delhi.
- Khanduri, Harshi, 2021, Tourism Geography, J. T. S. Publications, Delhi.
- Mandal, Somdatta, 2010, Indian Travel Narratives, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- Nelson, Velvet, 2017, An Introduction to the Geography of Tourism, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- नीशावा, परवीन, 2022, पर्यटन भूगोल – एक अध्ययन, आर. के. बुक्स, नई दिल्ली।
- बंसल, सुरेश चन्द्र, 2006, पर्यटन एवं यात्रा प्रबन्धन, मीरा प्रकाशन, सहारनपुर (उ.प्र)।
- सदैव, शशिकांता, 2019, भारत के प्रसिद्ध मंदिर, यात्रा और धाम, प्रभाकर प्रकाशन, नई दिल्ली।
- मौर्य, एस. डी., 2023, पर्यटन भूगोल, शारदा पुस्तक भवन, प्रयागराज।
- यादव, बी., दुबे, पी. एवं यादव, आर. एस., 2016, काशी का एक सांस्कृतिक विरासत सारनाथ : पर्यटन के विशेष सन्दर्भ में, उत्तर भारत भूगोल परिषद, गोरखपुर (उ.प्र)।
- यादव, बी., एवं प्रजापति, ए. एल., 2024, काशी परिक्षेत्र में संपन्न होने वाली यात्राओं के महात्म्य का भौगोलिक विश्लेषण, ज्ञानसौर्यम साइंटिफिक रिफ्रिड शोध पत्रिका, प्रयागराज।

9.12 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

1. पर्यटन में आतिथ्य के अध्ययन की विस्तृत व्याख्या कीजिए।
2. पर्यटन में आवास क्षेत्र के अर्थ एवं महत्त्व को स्पष्ट कीजिए।
3. पर्यटन में आतिथ्य एवं आवास क्षेत्र की चुनौती और संभावनाओं का वर्णन कीजिए।

इकाई–10 पर्यटन : यात्रा एजेंसिया एवं गाइड

इकाई की रूपरेखा

10.0 प्रस्तावना

10.1 उद्देश्य

10.2 यात्रा एजेंसियां

10.3 भारत में प्रमुख यात्रा एजेंसियां

10.4 यात्रा एजेंसियों के लाभ

10.5 भविष्य में यात्रा एजेंसियों की भूमिका

10.6 टूर गाइड

10.7 टूर गाइड की मुख्य भूमिकाएँ और कर्तव्य

10.8 टूर गाइड के प्रकार

10.9 पर्यटन में टूर गाइड का महत्व

10.10 सारांश

10.11 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

10.12 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

10.13 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

10.0 प्रस्तावना

पर्यटन उद्योग में यात्रा एजेंसियां और पर्यटन गाइड दोनों ही महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं, जो यात्रियों के अनुभव को बेहतर बनाने में मदद करते हैं। हालांकि, उनके कार्यक्षेत्र और जिम्मेदारियों में अंतर होता है।

10.1 उद्देश्य

पर्यटन एक अत्यंत महत्त्वपूर्ण कार्य है जिसमे पर्यटक अपने मूल स्थान से दूर कुछ समय के लिए जाता है। इसमें उसका सहयोग कुछ विशिष्ट एजेंसियों एवं व्यक्तियों द्वारा किया जाता है। प्रस्तुत इकाई के उद्देश्य निम्नलिखित है –

1. **पर्यटन कार्य में संलग्न यात्रा एजेंसियों का अध्ययन करना।**
2. **पर्यटन कार्य को पूर्ण कराने वाले यात्रा गाइड की भूमिका को स्पष्ट करना।**

10.2 यात्रा एजेंसियां (TravelAgencies)

यात्रा एजेंसियां वे कंपनियां या व्यक्ति होते हैं जो यात्रियों को यात्रा से संबंधित विभिन्न सेवाएं प्रदान करते हैं। वे यात्रियों के लिए पूरी यात्रा की योजना बनाने और उसे व्यवस्थित करने में सहायता करती हैं। पर्यटन उद्योग में यात्रा एजेंसियां एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं। वे यात्रियों और विभिन्न पर्यटन सेवा प्रदाताओं के बीच एक सेतु का काम करती हैं। चाहे आप अकेले यात्रा कर रहे हों, परिवार के साथ छुट्टियां मना रहे हों या व्यावसायिक यात्रा पर हों यात्रा एजेंसियां आपकी यात्रा को आसान और यादगार बनाने में मदद कर सकती हैं।

10.2.1 यात्रा एजेंसियों की मुख्य भूमिकाएँ और सेवाएँ

यात्रा एजेंसियां विभिन्न प्रकार की सेवाएँ प्रदान करती हैं, जिनमें निम्नलिखित सम्मिलित हैं –

- **पैकेज टूर** : यह सबसे लोकप्रिय सेवाओं में से एक हैं। यात्रा एजेंसियां प्रायः पूर्व निर्धारित पैकेज टूर प्रदान करती हैं जिनमें उड़ानें, आवास, भोजन, दर्शनीय स्थल और परिवहन शामिल होते हैं। यह यात्रियों के लिए एक सुविधाजनक विकल्प होता है क्योंकि उन्हें अलग – अलग बुकिंग करने की आवश्यकता नहीं होती।
- **उड़ान बुकिंग** : यात्री एजेंसियों के माध्यम से घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय उड़ानों की बुकिंग कर सकते हैं। एजेंसियां अक्सर विभिन्न एयरलाइंस के किराए की तुलना कर सकती हैं और ग्राहकों को सबसे अच्छे सौदे खोजने में मदद कर सकती हैं।
- **होटल और आवास बुकिंग** : वे दुनिया भर के होटलों, रिसॉर्ट्स, गेस्ट हाउस और अन्य आवास विकल्पों की बुकिंग में सहायता करती हैं। उनके पास प्रायः विभिन्न प्रकार के होटलों के साथ विशेष सौदे होते हैं।
- **टन और बस बुकिंग** : कुछ एजेंसियां ट्रेन और बस टिकटों की बुकिंग की सुविधा भी प्रदान करती हैं, खासकर उन गंतव्यों के लिए जहां ये परिवहन के प्रमुख साधन हैं।
- **वीजा और पासपोर्ट सहायता** : अंतर्राष्ट्रीय यात्रा के लिए वीजा और पासपोर्ट आवश्यकताओं को समझना जटिल हो सकता है। यात्रा एजेंसियां इन प्रक्रियाओं में यात्रियों की सहायता कर सकती हैं, आवश्यक दस्तावेज और आवेदन प्रक्रिया के बारे में मार्गदर्शन प्रदान कर सकती हैं।
- **यात्रा बीमा** : अप्रत्याशित घटनाओं जैसे चिकित्सा आपात स्थिति, सामान का नुकसान या यात्रा रद्द होने की स्थिति में, यात्रा एजेंसियां प्रायः यात्रा बीमा खरीदने की सलाह देती हैं और इसमें मदद भी करती हैं।
- **किराए की कार और स्थानीय परिवहन** : गंतव्य पर पहुंचने के बाद, यात्रियों को प्रायः स्थानीय परिवहन की आवश्यकता होती है। यात्रा एजेंसियां किराए की कार या अन्य स्थानीय परिवहन सेवाओं की व्यवस्था कर सकती हैं।
- **दर्शनीय स्थल और गतिविधियां** : वे विभिन्न गंतव्यों में दर्शनीय स्थलों की यात्रा, स्थानीय गतिविधियों, और एडवेंचर स्पोर्ट्स की बुकिंग में भी मदद करती हैं।
- **अनुकूलित यात्रा कार्यक्रम** : कई एजेंसियां ग्राहकों की विशिष्ट आवश्यकताओं और रुचियों के अनुरूप अनुकूलित यात्रा कार्यक्रम बनाने की सेवा भी प्रदान करती हैं।

10.3 भारत में प्रमुख यात्रा एजेंसियां

भारत में कई प्रमुख यात्रा एजेंसियां हैं, जो यात्रियों को घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय यात्रा के लिए विभिन्न प्रकार की सेवाएं प्रदान करती हैं। इन एजेंसियों को मुख्य रूप से ऑनलाइन ट्रैवल एजेंसियां (OTA) और ऑफलाइन या पारंपरिक ट्रैवल एजेंसियों में बांटा जा सकता है।

यहाँ भारत की कुछ प्रमुख यात्रा ऑनलाइन ट्रैवल एजेंसियां दी गई हैं –

1. Make My Trip (मेक माई ट्रिप)

भारत की सबसे बड़ी और सबसे लोकप्रिय ऑनलाइन ट्रैवल एजेंसियों में से एक है। यह उड़ानें, होटल, बसें, ट्रेनें, अवकाश पैकेज और कार किराए पर लेने सहित यात्रा सेवाओं की एक विस्तृत श्रृंखला प्रदान करती है। इसकी यूजर – फ्रेंडली वेबसाइट और मोबाइल ऐप इसे यात्रियों के लिए पसंदीदा बनाते हैं।

2. Yatra.com (यात्रा कॉम)

यह भी भारत की अग्रणी ऑनलाइन ट्रैवल पोर्टलों में से एक है। डांम डल ज्तपच के समान ही यह भी उड़ानें, होटल, अवकाश पैकेज, बसें और ट्रेनें प्रदान करती है। यह विशेष सौदों और कॉर्पोरेट यात्रा समाधानों के लिए जानी जाती है।

3. Thomas Cook (India) Ltd. (थॉमस कुक इंडिया लिमिटेड)

भारत की सबसे पुरानी और सबसे भरोसेमंद ट्रैवल कंपनियों में से एक, जिसकी एक सदी से भी अधिक की विरासत है। यह घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय यात्रा पैकेज, विदेशी मुद्रा (फॉरेक्स), वीजा सेवाएं, यात्रा बीमा और क्रूज अवकाश सहित व्यापक सेवाएं प्रदान करती है। इसकी भारत भर में मजबूत ऑफलाइन उपस्थिति भी है।

4. S. O. T. C. Travel Limited (एस ओ टी सी ट्रैवल लिमिटेड)

यह भी एक बहुत ही प्रतिष्ठित ट्रैवल कंपनी है जो अवकाश पैकेज, ग्रुप टूर और वैयक्तिक यात्रा अनुभवों की एक श्रृंखला प्रदान करती है। पहले इसे कुओनी इंडिया के नाम से जाना जाता था, यह भी घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय यात्रा के लिए विश्वसनीय विकल्प है। यह थॉमस कुक इंडिया का हिस्सा है।

5. Ease My Trip (ईज माई ट्रिप)

एक और तेजी से बढ़ती ऑनलाइन ट्रैवल एजेंसी जो नो कनवीनियंस फीस मॉडल के लिए जानी जाती है। यह सस्ती उड़ान बुकिंग, होटल, बसें और अवकाश पैकेज प्रदान करने पर केंद्रित है।

6. Clear Trip (क्लियर ट्रिप)

यह भी एक प्रमुख ऑनलाइन ट्रैवल पोर्टल है जो उड़ानें, होटल और ट्रेन बुकिंग में विशेषज्ञता रखता है। यह अपनी सरल और कुशल बुकिंग प्रक्रिया के लिए जाना जाता है।

7. Kesari Tours (केसरी टूवर्स)

यह विशेष रूप से घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय अवकाश पैकेजों के लिए महाराष्ट्र में एक बहुत प्रसिद्ध नाम है। यह विभिन्न बजट और प्राथमिकताओं के अनुरूप समूह पर्यटन और अनुकूलित यात्राएं प्रदान करती है।

8. Veena World (वीना वर्ल्ड)

केसरी पर्यटन के संस्थापकों द्वारा स्थापित वीना वर्ल्ड भी महाराष्ट्र में अवकाश पैकेज के लिए एक लोकप्रिय विकल्प है। यह अभिनव पर्यटन पैकेजों और ग्राहक सेवा पर ध्यान केंद्रित करती है।

9. Akbar Travels (अकबर ट्रैवल्स)

यह भारत की सबसे बड़ी एयर टिकट कंसोलिडेटर और यात्रा कंपनियों में से एक है। यह उड़ानें, होटल, वीजा सेवाएं और अवकाश पैकेज प्रदान करती है।

10. इंडियन रेलवे कैटरिंग एंड टूरिज्म कॉर्पोरेशन (IRCTC)

भारतीय रेलवे की एक सहायक कंपनी IRCTC मुख्य रूप से ट्रेन टिकट बुकिंग के लिए जानी जाती है। यह रेलवे पर्यटन पैकेज, होटल बुकिंग और एयर टिकट भी प्रदान करती है, खासकर रेलवे से जुड़े यात्रा विकल्पों के लिए यह अधिक उपयोगी है। ये एजेंसियां यात्रियों की विभिन्न जरूरतों और प्राथमिकताओं को पूरा करती हैं, चाहे वे ऑनलाइन सुविधा, व्यापक पैकेज या व्यक्तिगत सेवा की तलाश में हों।

10.4 यात्रा एजेंसियों के लाभ

यात्रा एजेंसियों का उपयोग करने के कई फायदे हैं:

- **विशेषज्ञता और अनुभव** : यात्रा एजेंटों के पास विभिन्न गंतव्यों, यात्रा नियमों और सर्वोत्तम सौदों के बारे में व्यापक ज्ञान होता है। वे यात्रियों को सूचित निर्णय लेने में मदद कर सकते हैं।
- **समय की बचत** : यात्रा की योजना बनाना समय लेने वाला हो सकता है। एजेंसियां यात्रियों के लिए बुकिंग और व्यवस्था करके समय बचाती हैं।
- **सुविधा** : एक ही स्थान पर सभी यात्रा सेवाओं को बुक करने की सुविधा मिलती है।
- **लागत प्रभावी** : एजेंसियों के पास प्रायः विभिन्न एयरलाइंस और होटलों के साथ विशेष सौदे और छूट

होती है, जिससे यात्रियों को पैसे बचाने में मदद मिल सकती है।

- **समस्या समाधान** : यात्रा के दौरान अप्रत्याशित समस्याएँ उत्पन्न होने पर, यात्रा एजेंसी सहायता प्रदान कर सकती है, जैसे कि रद्द की गई उड़ानों या खोए हुए सामान के साथ मदद करना।
- **सुरक्षा और मन की शांति** : विशेष रूप से अंतर्राष्ट्रीय यात्रा के लिए एक यात्रा एजेंसी का उपयोग करने से सुरक्षा और मन की शांति मिल सकती है क्योंकि वे यात्रा से संबंधित सभी विवरणों का ध्यान रखते हैं।

10.4.1 ऑनलाइन बनाम पारंपरिक यात्रा एजेंसियां

आजकल यात्री ऑनलाइन यात्रा एजेंसियों (OTAs) जैसे Make My Trip Goibibo Booking.com और Expedia का उपयोग कर सकते हैं या वे पारंपरिक ईंट और मोर्टार एजेंसियों का विकल्प चुन सकते हैं।

- **ऑनलाइन यात्रा एजेंसियां (OTAs)** : ये सुविधाजनक होती हैं और प्रायः प्रतिस्पर्धात्मक मूल्य प्रदान करती हैं। वे उपयोगकर्ताओं को विभिन्न विकल्पों की तुलना करने और अपनी बुकिंग स्वयं करने की अनुमति देती हैं।
- **पारंपरिक यात्रा एजेंसियां** : ये व्यक्तिगत सेवा और विशेषज्ञ सलाह प्रदान करती हैं। वे उन लोगों के लिए बेहतर विकल्प हो सकती हैं जिन्हें जटिल यात्रा योजनाएँ बनाने में मदद की आवश्यकता होती है या वे जो अधिक व्यक्तिगत अनुभव पसंद करते हैं।

10.5 भविष्य में यात्रा एजेंसियों की भूमिका

भविष्य में यात्रा एजेंसियों की भूमिका में महत्वपूर्ण बदलाव देखने को मिलेंगे, खासकर डिजिटल क्रांति और कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) के बढ़ते प्रभाव के कारण। जहां कुछ पारंपरिक कार्य कम हो सकते हैं, वहीं नई और अधिक मूल्य–वर्धित भूमिकाएँ सामने आएंगी।

10.5.1 भविष्य में यात्रा एजेंसियों की प्रमुख भूमिकाएँ

1. व्यक्तिगत अनुभव का विशेषज्ञ (Curator of Personalized Experiences) : भविष्य में यात्रा एजेंसियां केवल बुकिंग एजेंट नहीं रहेंगी, बल्कि व्यक्तिगत यात्रा अनुभवों के विशेषज्ञ बन जाएंगी। कृत्रिम बुद्धिमत्ता और आंकडा विश्लेषण की मदद से वे यात्रियों की पसंद, पिछली यात्राओं और व्यवहार को समझकर अत्यधिक अनुकूलित यात्रा कार्यक्रम बना पाएंगी। इसमें विशिष्ट रुचि वाले दौरे (इको – टूरिज्म, एडवेंचर टूरिज्म, सांस्कृतिक विसर्जन), अनोखे आवास और स्थानीय अनुभवों को क्यूरेट करना शामिल होगा जो ऑनलाइन प्लेटफॉर्म पर आसानी से उपलब्ध नहीं होते।

2. जटिल यात्राओं का प्रबंधन (Managing Complex Itineraries) : सरल उड़ान और होटल बुकिंग ऑनलाइन प्लेटफॉर्म पर हावी रहेंगी, जटिल यात्राओं जिनमें बहु – शहर अंतर्राष्ट्रीय यात्राएं, समूह यात्राएं, व्यावसायिक यात्राएं या विशेष आयोजनों के लिए यात्राओं का प्रबंधन करने में यात्रा एजेंसियों की भूमिका महत्वपूर्ण रहेगी। वे वीजा, बीमा, विशेष आवश्यकताओं (विकलांगता पहुंच) और आपातकालीन सहायता जैसी बारीकियों को संभालने में विशेषज्ञता प्रदान करेंगी।

3. संकट और आपातकालीन सहायता (CrisisAnd Emergency Support) : अप्रत्याशित घटनाओं (प्राकृतिक आपदाएं, राजनीतिक अस्थिरता या एयरलाइन व्यवधान) की स्थिति में यात्रा एजेंसियां यात्रियों के लिए एक महत्वपूर्ण जीवन रेखा बनेंगी। वे वास्तविक समय में सहायता, वैकल्पिक व्यवस्था और सुरक्षा सलाह प्रदान करके यात्रियों को मानसिक शांति देंगी, जो ऑनलाइन प्लेटफॉर्म या अकेले यात्रियों के लिए मुश्किल हो सकती है।

4. विशेषज्ञ ज्ञान और अंतर्दृष्टि (Expert KnowledgeAnd Insights) : इंटरनेट पर जानकारी की अधिकता के बावजूद, सही और विश्वसनीय जानकारी ढूंढना मुश्किल हो सकता है। यात्रा एजेंसियां अपने गहन ज्ञान और अनुभव का उपयोग करके यात्रियों को गंतव्यों, स्थानीय रीति – रिवाजों, सर्वोत्तम समयों और छिपे हुए रत्नों के बारे में मूल्यवान अंतर्दृष्टि प्रदान करेंगी। वे क्या करें और क्या न करें की सलाह देकर यात्रा को सुगम और सुखद बनाएंगी।

5. प्रौद्योगिकी का लाभ उठाना (Leveraging Technology) : भविष्य की यात्रा एजेंसियां कृत्रिम बुद्धिमत्ता संचालित चौटबॉट, वर्चुअल रियलिटी (VR) और ऑगमेंटेड रियलिटी (AR) अनुभवों, और उन्नत डेटा एनालिटिक्स टूल का उपयोग करेंगी।

- **कृत्रिम बुद्धिमत्ता संचालित चौटबॉट** : ग्राहक सेवा को बेहतर बनाने और प्रारंभिक पूछताछ को संभालने के लिए।
- **वर्चुअल रियलिटी (VR) एवं ऑगमेंटेड रियलिटी (AR)** : यात्रियों को बुकिंग से पहले गंतव्यों और होटलों का वर्चुअल टूर देने के लिए जिससे निर्णय लेने में आसानी होगी।
- **वृहद आंकड़े और उनका विश्लेषण**: बाजार के रुझानों को समझने, व्यक्तिगत ऑफर बनाने और परिचालन दक्षता में सुधार करने के लिए।

6. विशिष्ट नीकेत बाजारों पर ध्यान केंद्रित करना (Focusing on Niche Markets) : यात्रा एजेंसियां सामान्य सेवाएं देने के बजाय विशिष्ट नीकेत बाजारों पर ध्यान केंद्रित कर सकती हैं जैसे –

- कुलीन यात्रा
- साहसिक पर्यटन
- वेलनेस रिट्रीट्स
- गंतव्य विवाह
- कॉर्पोरेट यात्रा
- शैक्षिक पर्यटन
- इन क्षेत्रों में विशेषज्ञता उन्हें ऑनलाइन दिग्गजों के खिलाफ प्रतिस्पर्धा करने में मदद करेगी।

10.5.2 चुनौतियां और अनुकूलन

यात्रा एजेंसियों को भविष्य में प्रासंगिक बने रहने के लिए कुछ चुनौतियों का सामना करना होगा और उन्हें अनुकूलन करना होगा ताकि उनका अस्तित्व बचा रहे –

- **ऑनलाइन प्लेटफॉर्म से प्रतिस्पर्धा** : ऑनलाइन ट्रैवल एजेंसियां (OTAs) और सीधी बुकिंग (होटल एवं एयरलाइन वेबसाइटों) हमेशा एक चुनौती रहेंगी। एजेंसियों को अपनी अनूठी मूल्य प्रस्ताव को उजागर करना होगा।
- **तकनीकी परिवर्तन** : नवीनतम तकनीकों को अपनाना और उनमें निवेश करना अनिवार्य होगा।
- **मानवीय स्पर्श को बनाए रखना** : जब प्रौद्योगिकी दक्षता बढ़ाएगी, यात्रियों के साथ मानवीय संबंध और विश्वास बनाए रखना महत्वपूर्ण होगा।

भविष्य में यात्रा एजेंसियां केवल बिचौलिए नहीं रहेंगी। वे ज्ञान, विशेषज्ञता और व्यक्तिगत सेवा के प्रदाता के रूप में विकसित होंगी, जो यात्रियों को उनके सपनों की यात्रा को एक सहज और यादगार अनुभव में बदलने में मदद करेंगी। ऑनलाइन बुकिंग की सुविधा के बावजूद, मानव विशेषज्ञता और व्यक्तिगत ध्यान की मांग हमेशा बनी रहेगी और जो एजेंसियां इस आवश्यकता को पूरा करेंगी वे सफल होंगी।

10.6 टूर गाइड (Tour Guides)

पर्यटन उद्योग में टूर गाइड एक अत्यंत महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। वे केवल रास्तों और स्थलों के बारे में जानकारी देने वाले व्यक्ति नहीं होते, बल्कि वे पर्यटकों के लिए यात्रा के अनुभव को समृद्ध और यादगार बनाने वाले सूत्रधार होते हैं। टूर गाइड वे व्यक्ति होते हैं जो पर्यटकों को किसी विशेष स्थान पर मार्गदर्शन करते हैं और उन्हें वहां की संस्कृति, इतिहास, वस्तुकला और अन्य महत्वपूर्ण पहलुओं के बारे में जानकारी प्रदान करते हैं। वे यात्रा के दौरान पर्यटकों के अनुभव को समृद्ध करते हैं।

10.7 टूर गाइड की मुख्य भूमिकाएँ और कर्तव्य

एक टूर गाइड के कई महत्वपूर्ण कर्तव्य और जिम्मेदारियाँ होती हैं –

- **जानकारी प्रदान करना** : टूर गाइड का प्राथमिक कार्य पर्यटकों को उन स्थानों के इतिहास, संस्कृति, महत्व, वस्तुकला और अन्य प्रासंगिक जानकारी प्रदान करना है जहां वे जा रहे हैं। इसमें ऐतिहासिक स्थलों, स्मारकों, संग्रहालयों, प्राकृतिक अजूबों और स्थानीय जीवन शैली के बारे में विस्तृत और सटीक जानकारी शामिल है।
- **मार्ग दर्शन और नेतृत्व** : वे पर्यटकों के समूह को एक स्थान से दूसरे स्थान तक ले जाते हैं, यह सुनिश्चित करते हुए कि सभी सुरक्षित और आरामदायक रहें। वे यात्रा कार्यक्रम का पालन करते हैं और रास्ते में आने वाली किसी भी समस्या का समाधान करते हैं।
- **अनुभव को समृद्ध करना** : केवल जानकारी देना ही पर्याप्त नहीं है। एक अच्छा टूर गाइड कहानी कहने की कला का उपयोग करता है, दिलचस्प उपाख्यानों को साझा करता है और पर्यटकों को उस स्थान से भावनात्मक रूप से जुड़ने में मदद करता है। वे स्थानीय संस्कृति और रीति – रिवाजों का परिचय भी देते हैं।
- **समस्या समाधान** : यात्रा के दौरान अप्रत्याशित चुनौतियाँ आ सकती हैं, जैसे कि खो जाना, चिकित्सा आपात स्थिति, परिवहन संबंधी समस्याएँ, या संचार में बाधाएँ। टूर गाइड इन स्थितियों को संभालने और पर्यटकों की मदद करने के लिए जिम्मेदार होते हैं।
- **सुरक्षा सुनिश्चित करना** : पर्यटकों की सुरक्षा टूर गाइड की सर्वोच्च प्राथमिकता होती है। वे सुरक्षा दिशा निर्देशों का पालन करते हैं और सुनिश्चित करते हैं कि पर्यटक किसी भी खतरनाक स्थिति से बचें।
- **ग्राहक सेवा** : टूर गाइड पर्यटकों के सवालों का जवाब देते हैं, उनकी चिंताओं को सुनते हैं और उनकी अपेक्षाओं को पूरा करने की पूरी कोशिश करते हैं। उनका लक्ष्य यह सुनिश्चित करना है कि पर्यटकों को एक सकारात्मक और सुखद अनुभव मिले।
- **स्थानीय अर्थव्यवस्था को बढ़ावा देना** : अच्छे टूर गाइड प्रायः स्थानीय व्यवसायों, शिल्पकारों और रेस्तरां को बढ़ावा देते हैं, जिससे स्थानीय अर्थव्यवस्था को लाभ होता है।
- **जिम्मेदार पर्यटन को बढ़ावा देना** : वे पर्यटकों को पर्यावरण, स्थानीय संस्कृति और विरासत का सम्मान करने के लिए प्रोत्साहित करते हैं, जिससे टिकाऊ पर्यटन को बढ़ावा मिलता है।

10.8 टूर गाइड के प्रकार

टूर गाइड विभिन्न प्रकार के होते हैं, जो उनकी विशेषज्ञता और कार्य क्षेत्र के आधार पर भिन्न होते हैं –

- **साइट विशिष्ट गाइड (Site Specific Guides)** : ये किसी विशेष स्मारक, संग्रहालय, या ऐतिहासिक स्थल पर विशेषज्ञ होते हैं और केवल उसी स्थान के बारे में जानकारी प्रदान करते हैं।
- **शहर गाइड (City Guides)** : ये किसी विशेष शहर के बारे में गहन जानकारी रखते हैं और पर्यटकों को शहर के प्रमुख आकर्षणों, इतिहास और संस्कृति से परिचित कराते हैं।
- **प्राकृतिक एवं आश्चर्यजनक (NatureAndAdventure Guide)** : ये पर्वतारोहण, लंबी पैदल यात्रा, वन्यजीव सफारी या अन्य आश्चर्यजनक गतिविधियों में विशेषज्ञ होते हैं। वे सुरक्षा और पर्यावरणीय दिशा – निर्देशों का पालन सुनिश्चित करते हैं।
- **विशेष रुचि वाले गाइड (Special Interest Guides)** : ये किसी विशेष विषय जैसे भोजन, कला, वस्तुकला या धार्मिक स्थलों में विशेषज्ञ होते हैं।
- **बस एवं कोच टूर गाइड (BusAnd Coach Tour Guides)** : ये बस या कोच में पर्यटकों के समूह

के साथ यात्रा करते हैं और मार्ग में आने वाले स्थलों के बारे में जानकारी देते हैं।

- **भाषा – विशिष्ट गाइड (Language & Specific Guides)** : ये विशेष रूप से उन पर्यटकों के समूहों के लिए होते हैं जो एक निश्चित भाषा बोलते हैं।

10.8.1 टूर गाइड बनने के लिए आवश्यक योग्यताएँ और कौशल

एक सफल टूर गाइड बनने के लिए केवल ज्ञान ही पर्याप्त नहीं है, कुछ विशिष्ट कौशल और गुणों की आवश्यकता होती है –

- **ज्ञान** : जिस क्षेत्र में वे काम कर रहे हैं, उसके इतिहास, संस्कृति, भूगोल और वर्तमान घटनाओं का गहरा ज्ञान।
- **उत्कृष्ट संचार कौशल** : स्पष्ट और आकर्षक तरीके से जानकारी प्रस्तुत करने की क्षमता, साथ ही विभिन्न पृष्ठभूमि के लोगों के साथ प्रभावी ढंग से संवाद करने की क्षमता।
- **भाषा कौशल** : हिंदी और अंग्रेजी के अलावा एक या अधिक विदेशी भाषाओं का ज्ञान एक बड़ा लाभ है, खासकर अंतर्राष्ट्रीय पर्यटकों के लिए।
- **संगठनात्मक कौशल** : समूहों को प्रबंधित करने, समय – सारणी का पालन करने और अप्रत्याशित परिस्थितियों से निपटने की क्षमता आवश्यक होती है।
- **नेतृत्व कौशल** : आत्म विश्वास के साथ समूह का नेतृत्व करने और निर्णय लेने की क्षमता का होना।
- **समस्या समाधान कौशल** : अप्रत्याशित समस्याओं का त्वरित और प्रभावी समाधान खोजने की क्षमता होनी चाहिए।
- **शारीरिक फिटनेस** : विशेष रूप से लंबी पैदल यात्रा या आश्चर्यजनक पर्यटन के लिए शारीरिक रूप से फिट होना महत्वपूर्ण है।
- **व्यक्तिगत गुण** : मिलनसार, धैर्यवान, उत्साही और हास्य की भावना होना पर्यटकों के अनुभव को बेहतर बनाता है।
- **लाइसेंस एवं प्रशिक्षण** : कई देशों और क्षेत्रों में टूर गाइड के लिए सरकारी लाइसेंस या प्रमाणित प्रशिक्षण कार्यक्रमों की आवश्यकता होती है। भारत में पर्यटन मंत्रालय भी क्षेत्रीय स्तर के पर्यटक गाइड के लिए लाइसेंस प्रदान करता है।

10.9 पर्यटन में टूर गाइड का महत्व

टूर गाइड पर्यटन उद्योग के अदृश्य राजदूत होते हैं। वे पर्यटकों के लिए गंतव्य की पहली और सबसे महत्वपूर्ण छाप छोड़ते हैं। एक जानकार, उत्साही और मिलनसार टूर गाइड पर्यटकों के अनुभव को अविस्मरणीय बना सकता है, जिससे वे उस गंतव्य की सकारात्मक छवि के साथ वापस लौटते हैं और भविष्य में फिर से आने के लिए प्रोत्साहित होते हैं। वे केवल दर्शनीय स्थल दिखाने वाले नहीं होते, बल्कि वे सांस्कृतिक वक्ता का काम करते हैं जो पर्यटकों को स्थानीय जीवन और विरासत से जोड़ते है।

10.9.1 भारत में टूर गाइड के लिए लाइसेंसिंग और योग्यता

भारत में एक पेशेवर टूर गाइड बनने के लिए लाइसेंसिंग और योग्यता दोनों ही महत्वपूर्ण हैं। भारत सरकार का पर्यटन मंत्रालय इस क्षेत्र को विनियमित करने और गुणवत्ता सुनिश्चित करने में प्रमुख भूमिका निभाता है।

I. लाइसेंसिंग प्रक्रिया

भारत में टूर गाइड के लिए लाइसेंस प्राप्त करना एक व्यवस्थित प्रक्रिया है, जिसे प्रायः पर्यटन मंत्रालय या संबंधित राज्य पर्यटन बोर्डों द्वारा प्रशासित किया जाता है।

1. पर्यटन मंत्रालय का लाइसेंस

- **क्षेत्रीय स्तर के गाइड** : पर्यटन मंत्रालय क्षेत्रीय स्तर पर पर्यटक गाइडों के लिए लाइसेंस प्रदान करता है। ये लाइसेंस आमतौर पर 3 साल के लिए वैध होते हैं और उनका नवीनीकरण कराना पड़ता है।
- **प्रशिक्षण कार्यक्रम** : लाइसेंस प्राप्त करने के लिए उम्मीदवारों को मंत्रालय द्वारा अनुमोदित प्रशिक्षण कार्यक्रमों को पूरा करना होता है। इन कार्यक्रमों का आयोजन प्रायः इंडियन इंस्टीट्यूट ऑफ टूरिज्म एंड ट्रैवल मैनेजमेंट (प्र्ज्ज्ड) या अन्य मान्यता प्राप्त संस्थानों द्वारा किया जाता है।
- **चयन प्रक्रिया**
- **विज्ञापन** : प्रशिक्षण कार्यक्रमों के लिए आवेदन समाचार पत्रों और संबंधित एजेंसियों की वेबसाइटों पर विज्ञापित किए जाते हैं।
- **प्रवेश परीक्षा** : उम्मीदवारों को एक प्रवेश परीक्षा देनी होती है, जो सामान्य ज्ञान, इतिहास, वर्तमान मामलों और पर्यटन–स्थलों के ज्ञान का मूल्यांकन करती है।
- **साक्षात्कार (Viva & Voce)** : लिखित परीक्षा उत्तीर्ण करने के बाद, उम्मीदवारों को साक्षात्कार (Viva & Voce) के लिए बुलाया जाता है, जहां उनके मार्गदर्शन कौशल, संचार कौशल और विदेशी भाषा में दक्षता (यदि लागू हो) का परीक्षण किया जाता है।
- **प्रमाणन** :प्रशिक्षण कार्यक्रम और अंतिम मूल्यांकन (आंतरिक और बाहरी परीक्षकों द्वारा) सफलतापूर्वक पूरा करने के बाद प्रमाणन और लाइसेंस जारी किया जाता है।

2. **राज्य – स्तरीय और स्थानीय लाइसेंस** : कुछ राज्य और स्थानीय निकाय अपने स्वयं के नियमों के अनुसार टूर गाइडों को लाइसेंस भी प्रदान कर सकते हैं, खासकर उन क्षेत्रों के लिए जहां विशिष्ट स्थानीय ज्ञान की आवश्यकता होती है।

II. योग्यता मानदंड

टूर गाइड बनने के लिए न केवल लाइसेंस बल्कि विशिष्ट योग्यताएं और कौशल भी आवश्यक होते हैं।

A. शैक्षणिक योग्यता

- **न्यूनतम योग्यता** : आमतौर पर किसी मान्यता प्राप्त बोर्ड से 12वीं कक्षा (कम से कम 50% अंकों के साथ) उत्तीर्ण होना आवश्यक है।

डिप्लोमा एवं डिग्री

- पर्यटन अध्ययन (Tourism Studies)
- पर्यटन प्रबंधन (Tourism Management)
- यात्रा और पर्यटन प्रबंधन (TravelAnd Tour Management)
- आतिथ्य प्रबंधन (Hospitality Management)
- पुरातत्व (Archaeology)
- भारतीय इतिहास (Indian History)
- इनमें से किसी भी संबंधित विषय में स्नातक की डिग्री (Bachelor's Degree) या 1 – 2 वर्ष का डिप्लोमा (Diplom) या सर्टिफिकेट कोर्स (Certificate Course) अत्यधिक अनुशंसित है और प्रायः आवश्यक होता है।
- **उच्च शिक्षा** : एम बी ए इन हॉस्पिटैलिटी एंड टूरिज्म मैनेजमेंट (MBA in HospitalityAnd Tourism

Management) या पर्यटन अध्ययन में पी जी डिप्लोमा (PG Diploma in Tourism Studies) जैसे उच्च पाठ्यक्रम भी इस क्षेत्र में करियर के अवसरों को बढ़ाते हैं।

B. कौशल और गुण

- **संचार कौशल (Communication Skills)** : यह सबसे महत्वपूर्ण कौशल है। गाइड को स्पष्ट प्रभावी और आकर्षक तरीके से जानकारी प्रस्तुत करने में सक्षम होना चाहिए। इसमें विविध पृष्ठभूमि के पर्यटकों के साथ बातचीत करना और उन्हें संलग्न करना सम्मिलित है।
- **भाषा ज्ञान (Language Proficiency)**
- **हिंदी और अंग्रेजी** : इन दोनों भाषाओं में प्रवाह आवश्यक है क्योंकि ये भारत में और विदेशी पर्यटकों के साथ सबसे अधिक बोली जाती हैं।
- **विदेशी भाषा** : किसी अतिरिक्त विदेशी भाषा (फ्रेंच, जर्मन, स्पेनिश, मंदारिन, जापानी आदि) का ज्ञान एक बड़ा लाभ होता है और प्रायः लाइसेंसिंग प्रक्रिया में प्राथमिकता दी जाती है। कुछ क्षेत्रों में स्थानीय भाषा का ज्ञान भी महत्वपूर्ण हो सकता है।
- **ज्ञान (Knowledge Base)**
- **ऐतिहासिक और सांस्कृतिक ज्ञान** : जिस क्षेत्र में गाइड करना है उसके इतिहास, कला, वस्तुकला, संस्कृति, परंपराओं और स्थानीय रीति – रिवाजों का गहन ज्ञान होना चाहिए।
- **भूगोल और पर्यटन स्थल** : उस क्षेत्र के भूगोल और प्रमुख पर्यटन–स्थलों, उनके महत्व और पहुंच का विस्तृत ज्ञान होना चाहिए।
- **अद्यतन जानकारी** : वर्तमान घटनाओं और स्थानीय समाचारों के बारे में जानकारी आवश्यक होती है।
- **नेतृत्व कौशल (Leadership Skills)** : समूह को कुशलता से प्रबंधित करने, नेतृत्व करने और अप्रत्याशित स्थितियों को संभालने की क्षमता होनी चाहिए।
- **समस्या – समाधान कौशल (Problem Solving Skills)** : यात्रा के दौरान उत्पन्न होने वाली किसी भी समस्या या आपात स्थिति को हल करने की क्षमता होनी चाहिए।
- **शारीरिक स्वास्थ्य (Physical Fitness)** : टूर गाइड प्रायः लंबे समय तक खड़े रहते हैं, चलते हैं और विभिन्न मौसम की स्थितियों में काम करते हैं, इसलिए अच्छी शारीरिक स्वास्थ्य आवश्यक है।
- व्यतिव (Personality Traits)
- मिलनसार और शांत स्वभाव
- उत्साही और ऊर्जावान
- धैर्यवान
- उत्कृष्ट ग्राहक सेवा कौशल

C. अनुभव

कुछ मामलों में पर्यटन या संबंधित क्षेत्र में पूर्व अनुभव को प्राथमिकता दी जाती है, खासकर यदि कोई उम्मीदवार बिना औपचारिक डिग्री के आवेदन कर रहा हो (यह आमतौर पर डिग्री एवं डिप्लोमा के साथ आता है)। भारत में एक लाइसेंस प्राप्त टूर गाइड बनने के लिए आपको सही शैक्षणिक योग्यता, भाषा में दक्षता और उत्कृष्ट संचार कौशल के साथ – साथ एक निर्धारित प्रशिक्षण कार्यक्रम को सफलतापूर्वक पूरा करना और लाइसेंस प्राप्त करना होगा। यह प्रक्रिया सुनिश्चित करती है कि पर्यटक उच्च गुणवत्ता वाले और जानकार गाइडों द्वारा निर्देशित हों।

10.10 सारांश

आपने इस इकाई में पर्यटन की यात्रा एजेंसियों एवं टूर गाइड का अध्ययन किया है। आप समझ गए होगें कि प्रभावी पर्यटन के संपादन में इन दोनों घटकों की महत्त्वपूर्ण भूमिका होती है। इससे विश्व या देश के पर्यटन को गतिशीलता मिलती है तथा उसके विकास को प्रोत्साहन प्राप्त होता है। वास्तव में यात्रा एजेंसियां एवं टूर गाइड लोगों, स्थानों और पर्यटन की क्रिया के बीच स्थापित जटिल अंतःक्रियाओं को समझने के लिए एक व्यापक ढाँचा प्रदान करता है। ये पर्यटन को जिम्मेदारी से प्रबंधित और सम्पादित करने में विशेष भूमिका निभाते है।

इस इकाई में पर्यटन की यात्रा एजेंसियों एवं टूर गाइड के विविध आयाम तथा वर्तमान समय में उसकी उपयोगिता को प्रस्तुत किया गया है। आपने देखा है कि एक सफल पर्यटन के संपादन हेतु ये केन्द्रीय स्थिति में होते है। जहाँ यात्रा एजेंसियां पर्यटकों को उनके गंतव्य तक आसानी से पहुंचाती है वहीं टूर गाइड पर्यटकों को पर्यटन–स्थलों की संस्कृति, इतिहास, वस्तुकला और अन्य पहलुओं की जानकारी तर्क पूर्ण ढंग से प्रस्तुत करते है। इससे पर्यटकों अधिकतम संतुष्टि प्राप्त होती है और वे खुशी – खुशी अपने मूल स्थान पर वापस जाते है। किन्हीं देशों में इनका समुचित विकास हुआ है जबकि किन्हीं देशों में कम। समय में होने वाले परिवर्तन के साथ ही यात्रा एजेंसियों एवं टूर गाइड की प्रासंगिकता में वृद्धि हुई है, जिसने पर्यटन के विकास में महत्त्वपूर्ण योगदान दिया है। इस प्रकार आपने पर्यटन की यात्रा एजेंसियों एवं टूर गाइड का विस्तृत एवं सारगर्भित अध्ययन किया है।

10.11 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

1. यात्रियों और विभिन्न पर्यटन सेवा दाताओं के बीच सेतु का काम निम्न में कौन करता है?

   (क) सामान्य जनता (ख) यात्रा एजेंसी (ग) मन्दिर का पुजारी (घ) वाहन चालक

2. अंतर्राष्ट्रीय यात्रा के लिए सबसे महत्त्वपूर्ण दस्तावेज क्या होता है?

   (क) वीजा और पासपोर्ट (ख) आधार कार्ड (ग) प्रवेश पत्र (घ) पहचान पत्र

3. निम्नलिखित में से कौन प्रमुख यात्रा ऑनलाइन ट्रवेल्स एजेंसी है?

   (क) गूगल पे (ख) फोन पे (ग) मेक माई ट्रिप (घ) राष्ट्रीय बैंक

4. टूर गाइड का सबसे महत्त्वपूर्ण कार्य क्या होता है?

   (क) पर्यटन–स्थलों की संस्कृति, इतिहास, वस्तुकला और अन्य पहलुओं की जानकारी देना।

   (ख) मंदिरों का निर्माण कराना।

   (ग) भोजन की व्यवस्था करना।

   (घ) पर्यटकों के बीच होने वाले झगड़ों का निपटारा करना।

5. भारत में एक पेशेवर गाइड बनने के लिए लाइसेंस और योग्यता का निर्धारण निम्नलिखित में से किसके द्वारा किया जाता है?

   (क) पर्यटन मंत्रालय (ख) गृह मंत्रालय (ग) रक्षा मंत्रालय (घ) राज्यों की सरकारें

10.12 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

- Baghia, Sunil, 2017, Tourism Geography, Book Enclave, New Delhi.
- Kaur, J., 1993, Himalayan PilgrimageAnd New Tourism, Himalayan Books, New Delhi.
- Khanduri, Harshi, 2021, Tourism Geography, J. T. S. Publications, Delhi.

- Mandal, Somdatta, 2010, Indian Travel Narratives, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- Nelson, Velvet, 2017, An Introduction to the Geography of Tourism, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- नीशावा, परवीन, 2022, पर्यटन भूगोल – एक अध्ययन, आर. के. बुक्स, नई दिल्ली।
- बंसल, सुरेश चन्द्र, 2006, पर्यटन एवं यात्रा प्रबन्धन, मीरा प्रकाशन, सहारनपुर (उ.प्र)।
- सदैव, शशिकांता, 2019, भारत के प्रसिद्ध मंदिर, यात्रा और धाम, प्रभाकर प्रकाशन, नई दिल्ली।
- मौर्य, एस. डी., 2023, पर्यटन भूगोल, शारदा पुस्तक भवन, प्रयागराज।
- यादव, बी., दुबे, पी. एवं यादव, आर. एस., 2016, काशी का एक सांस्कृतिक विरासत सारनाथ : पर्यटन के विशेष सन्दर्भ में, उत्तर भारत भूगोल परिषद, गोरखपुर (उ.प्र)।
- यादव, बी., एवं प्रजापति, ए. एल., 2024, काशी परिक्षेत्र में संपन्न होने वाली यात्राओं के महात्म्य का भौगोलिक विश्लेषण, ज्ञानसौर्यम साइंटिफिक रिफ्रिड शोध पत्रिका, प्रयागराज।

10.13 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

1. पर्यटन कार्य में संलग्न यात्रा एजेंसियों की व्याख्या कीजिए।
2. ऑनलाइन एवं ऑफलाइन यात्रा एजेंसियों में अंतर स्पष्ट कीजिए।
3. टूर गाइड क्या होते हैं, उनकी भूमिका का वर्णन कीजिए।

इकाई–11 भारतीय पर्यटन उद्योग के उत्पाद

इकाई की रूपरेखा

11.0 प्रस्तावना

11.1 उद्देश्य

11.2 पर्यटन उत्पाद का अर्थ एवं परिभाषा

11.3 पर्यटन उत्पाद की विशेषताएँ

11.4 पर्यटन उत्पादों का वर्गीकरण

11.5 पर्यटन उत्पाद के तत्व एवं संघटक

11.6 भारतीय पर्यटन उद्योग के उत्पाद

11.7 सारांश

11.8 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

11.9 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

11.10 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

11.0 प्रस्तावना

उत्पाद कुछ मूर्त (दृश्य) या अमूर्त (अदृश्य) या दोनों का मिश्रण हो सकता है जो उपभोक्ता की कुछ आवश्यकताओं तथा ग्राहकों की इच्छाओं को संतुष्ट कर सकता है और इसे बिक्री के लिए बाजार में उपस्थित किया जा सकता है। पर्यटन उद्योग अधिकांशतः ऐसे अमूर्त उत्पादों को उत्पन्न करता है जिसे लोकप्रिय सेवाओं या पर्यटन उत्पादों के रूप में जाना जाता है। पर्यटन उद्योग के संचलनाये विभिन्न घटकों की सम्मिलित प्रणाली की आवश्यकता होती है। इन घटकों में पर्यटकों के आकर्षण, होटल, यात्रा या परिवहन सेवाएँ, पर्यटक गाइड सेवाओं तथा अन्य लोगों की आवश्यकताओं और मांगों को पूर्ण करने वाली सेवाओं तथा सुविधाओं को उत्पन्न करने वाले संगठनों को सम्मिलित किया जाता है। ये सभी घटक मिलकर पर्यटन उद्योग का गठन करते हैं। दूसरे शब्दों में पर्यटन उद्योग एक बृहद् संकल्पना है जो पर्यटन के विभिन्न घटकों के परस्पर सम्बंधित क्षेत्रों का गठन करता है और सम्मिलित रूप से पर्यटन को सफल बनाता है।

11.1 उद्देश्य

पर्यटन प्राचीन काल से मानव जीवन की प्रवृत्ति रही है जिसमें वह अपनी विविध प्रकार की आवश्यकताओं की पूर्ति हेतु एक स्थान से दूसरे स्थान तक भ्रमण करता है। इस प्रकार देखा जाता है कि इस क्रिया के दौरान विभिन्न प्रकार की वस्तुओं एवं सेवाओं की उत्पत्ति होती है, जिन्हें पर्यटन उत्पाद के नाम से जाना जाता है। प्रस्तुत इकाई के उद्देश्य निम्नलिखित है –

1. पर्यटन उत्पाद के अर्थ एवं परिभाषा को स्पष्ट करना।
2. पर्यटन उत्पाद की विशेषताओं का वर्णन करना।
3. पर्यटन उत्पाद के तत्व, सगठन एवं संरचना की व्याख्या करना।
4. भारतीय पर्यटन उत्पाद के कुछ तत्वों का मूल्यांकन करना।

11.2 पर्यटन उत्पाद का अर्थ एवं परिभाषा

पर्यटन उत्पाद वे चीजें (वस्तुएं) और सेवाएं हैं जो पर्यटकों की जरूरतों को पूरा करने और उन्हें खुश करने के लिए बनाई जाती हैं। दूसरे शब्दों में ये अन्य उत्पादों की तरह ही ग्राहकों या पर्यटकों को संतुष्ट करने

और उनकी मांगों को पूरा करने का काम करते हैं। पर्यटन उत्पादों में भौतिक वस्तुएँ, प्रदान की जाने वाली सेवाएं, किसी व्यक्ति का व्यक्तित्व, स्थान, कोई संगठन या कोई विचार भी शामिल हो सकते हैं। यह ध्यान रखना जरूरी है कि कोई अकेला घटक भी पर्यटन उत्पाद हो सकता है जैसे किसी होटल में ठहरना। वहीं कई पर्यटन घटकों का मेल भी एक पर्यटन उत्पाद बन सकता है। उदाहरण के लिए, एक टूर ऑपरेटर (यात्रा संचालक) द्वारा बेचा गया छुट्टी का पैकेज एक पर्यटन उत्पाद कहलाता है, क्योंकि इसमें हवाई या रेल यात्रा, होटल में रुकना, दर्शनीय स्थलों का भ्रमण और पर्यटक के अन्य अनुभव जैसी कई चीजें सम्मिलित होती हैं। इस प्रकार, पर्यटन उत्पाद मुख्यतः दो तरह के हो सकते हैं।

(अ) व्यक्तिगत घटक जिन्हें पर्यटकों के लिए आवास, परिवहन, आकर्षण तथा अन्य सुविधाओं को व्यक्तिगत घटक के रूप में बेचा जा सकता है।

(ब) कुल पर्यटन उत्पाद जिसमें ऐसे सभी तत्वों को सम्मिलित किया जाता है जिसे एक पर्यटक अपनी यात्रा के दौरान उपभोग करता है जैसे एक अवकाश पैकेज।

मेडलिक और मिडलटन (1973) ने पर्यटन उत्पादों को गतिविधियों, सेवाओं और लाभों के एक पुंज के रूप में परिभाषित किया है जो पूरे पर्यटन अनुभव को संगठित करते हैं।

बुर्केट और मेडलिक ने पर्यटन उत्पादों को एकीकृत उत्पादों की एक सारणी के रूप में परिभाषित किया है जिसमें वस्तु और आकर्षण, परिवहन, आवास और मनोरंजन सम्मिलित है। जहाँ पर्यटन उत्पाद का प्रत्येक तत्व व्यक्तिगत कम्पनियों द्वारा तैयार किया जाता है और पर्यटकों (उपभोक्ताओं) को अलग से प्रस्तुत किया जाता है।

इस प्रकार पर्यटन उत्पाद के अंतर्गत निम्नांकित तत्व का संयुक्त रूप विद्यमान होते है अर्थात् इसमें निम्नांकित तत्व सम्मिलित होते हैं –

(1) पर्यटकों के आकर्षण

(2) आवासीय सेवाएँ

(3) परिवहन सेवाएँ

(4) रेस्तरां, भोजन एवं पेय सेवाएँ

(5) मनोरंजन की सुविधाएँ

(6) रुचिकर कार्यक्रम

(7) स्मृति चिह्न

(8) ट्रेवेल एजेन्टों तथा टूर ऑपरेटरों द्वारा दिए जाने वाले टूर पैकेज

पर्यटकों को उपर्युक्त सेवाएँ प्रदान करने के बदले सेवा प्रदाता को बदले में आय या आमदनी प्राप्त होती है। यह आय जिस पर्यटन सेवा के बदले प्राप्त होती है उस सेवा को पर्यटन उत्पाद कहते हैं। पर्यटन क्रिया में वृद्धि होने से सामान्यतः पर्यटन उत्पादों या सेवाओं के बदले प्राप्त होने वाली आय में भी वृद्धि होती है। इस प्रकार पर्यटन के माध्यम से ही पर्यटन सेवाओं तथा पर्यटन उत्पादों की उत्पत्ति होती है। जिस प्रकार किसी विनिर्माण उद्योग में कच्चे माल आदि के निवेश से उत्पाद के रूप में विनिर्मित वस्तुएँ प्राप्त होती हैं उसी प्रकार पर्यटन उद्योग में निविष्ट सेवा पूँजी से पर्यटन उत्पादों का उत्पादन होता है।

11.3 पर्यटन उत्पाद की विशेषताएँ (Characteristics of Tourism Products)

पर्यटन उत्पाद कई विशिष्ट विशेषताओं को प्रदर्शित करते हैं जो उन्हें अन्य सामान्य उत्पादों से अलग करती हैं। मुख्य विशेषताएँ निम्नलिखित हैं –

- **अमूर्तता (Intangibility)**

पर्यटन उत्पाद मुख्य रूप से अमूर्त होते हैं। इन्हें छूना, देखना या रखने से पहले अनुभव नहीं किया जा सकता। उदाहरण के लिए, होटल में रुकना, एक विमान यात्रा या एक दर्शनीय स्थल का अनुभव। इन सेवाओं का उपभोग मौके पर ही होता है।

- **अविच्छेद्यता (Inseparability)**

उत्पाद का उत्पादन और उसका उपभोग एक ही समय पर और एक ही स्थान पर होता है। सेवा प्रदाता (होटल कर्मचारी या गाइड) और उपभोक्ता (पर्यटक) की उपस्थिति उत्पाद की डिलीवरी के लिए आवश्यक है।

- **नाशवानता या शीघ्रनाशिता (Perishability)**

पर्यटन उत्पाद को भविष्य के उपयोग के लिए संग्रहीत नहीं किया जा सकता। यदि कोई होटल का कमरा एक रात खाली रहता है, तो उस रात की बिक्री स्थायी रूप से खो जाती है। यह विशेषता मांग प्रबंधन को महत्वपूर्ण बनाती है।

- **विषमता एवं परिवर्तनशीलता (VariabilityAnd Heterogeneity)**

पर्यटन उत्पाद की गुणवत्ता सेवा प्रदाता, स्थान और समय के साथ भिन्न हो सकती है। उदाहरण के लिए, एक ही होटल में दो अलग – अलग ग्राहकों का अनुभव कर्मचारियों के व्यवहार, कमरे की स्थिति या समय के कारण अलग हो सकता है। प्रत्येक अनुभव अद्वितीय होता है।

- **स्वामित्व का अभाव (Lack of Ownership)**

पर्यटक सेवाओं का उपभोग करते हैं लेकिन उनका स्वामित्व प्राप्त नहीं करते। वे होटल के कमरे में ठहरते हैं, वाहन का उपयोग करते हैं, लेकिन न तो कमरा उनका हो जाता है और न ही वाहन।

- **मौसमी प्रकृति (Seasonality)**

पर्यटन मांग प्रायः मौसमी होती है, जो विशिष्ट अवधियों (छुट्टियाँ, त्यौहार) में चरम पर होती है। इससे ऑफ सीजन में कम मांग और पीक सीजन में क्षमता का दबाव होता है।

- **संयुक्त उत्पाद (Composite Product)**

पर्यटन उत्पाद प्रायः विभिन्न घटकों का एक संयोजन होता है जैसे आवास, परिवहन, आकर्षण, भोजन, मनोरंजन आदि। यह एक अकेला उत्पाद नहीं, बल्कि अनुभवों का एक पैकेज होता है।

- **मांग की उच्च लोच (High Elasticity of Demand)**

पर्यटन उत्पादों की मांग आय और कीमतों में बदलाव के प्रति संवेदनशील होती है। आर्थिक स्थितियों में बदलाव या कीमतों में वृद्धि पर्यटकों की यात्रा योजनाओं को प्रभावित कर सकती है।

- **अग्रिम भुगतान की आवश्यकता (Requirement forAdvance Payment)**

कई पर्यटन उत्पादों, विशेषकर पैकेजों और बुकिंग के लिए, सेवाओं का उपभोग करने से पहले अग्रिम भुगतान की आवश्यकता होती है।

ये विशेषताएँ पर्यटन उत्पादों की विपणन, प्रबंधन और आपूर्ति के लिए विशेष दृष्टिकोण की आवश्यकता को दर्शाती हैं।

11.4 पर्यटक उत्पादों का वर्गीकरण

पर्यटन उत्पादों को कई आधारों पर वर्गीकरण किया जा सकता है। इनके वर्गीकरण के आधारों में उत्पादों की प्रकृति, स्वरूप, उपलब्धता, स्वामित्व, संघटक तत्व आदि प्रमुख हैं। इस प्रकार पर्यटन उत्पादों के प्रमुख वर्गीकरण निम्नांकित हैं –

11.4.1 प्राकृतिक और मानवकृत उत्पाद (NaturalAnd Human Products)

वे प्राकृतिक स्वरुप जिनसे आकर्षित होकर पर्यटक उन्हें देखने जाते हैं, प्राकृतिक उत्पाद कहलाते हैं। पर्वतीय स्थल, जल प्रपात, द्वीप, नदी, घाटियाँ, झीलें, समुद्र तट एवं पुलिन, हिमपात, सुहावनी जलवायु, मरुस्थल आदि इसके उत्कृष्ट उदाहरण हैं। मानव द्वारा निर्मित उत्पादों को मानवकृत या सांस्कृतिक उत्पाद कहा जाता है। ये पर्यटकों के आकर्षण के केंद्र बन जाते हैं और मनोरंजन तथा ज्ञान वृद्धि के साधन होते हैं। इसके अंतर्गत ऐतिहासिक इमारतें, धार्मिक स्थल, मेले, उत्सव, नृत्य, अलंकृत भूमि, संगीत, कक्षीय कलाकृतियाँ, संगोष्ठी आदि सम्मिलित किये जाते हैं।

11.4.2 वस्तु उत्पाद और सेवा उत्पाद (Commodity ProductAnd Service Product)

जब किसी विशिष्ट वस्तु का उत्पादन या उपलब्धता पर्यटकों को आकर्षित करती है, उसे वस्तु उत्पाद कहते हैं। उदाहरण के लिए किसी धार्मिक स्थल पर पूजा – पाठ की सामग्री तथा इष्टदेव की मूर्ति, नौ परिवहन स्थलों पर तैराकी सम्बंधी सामान और कोई भी ऐसी वस्तु जिससे पर्यटक की आवश्यकताओं की पूर्ति होती है वस्तु उत्पाद के अंतर्गत सम्मिलित की जाती है। ऐसे उत्पाद जिससे पर्यटकों को सेवाएँ प्राप्त होती हैं उसे सेवा उत्पाद कहते हैं। परिवहन सेवा, होटल, रेस्तरां, ट्रेवेल एजेन्सी, यात्रा संचालक आदि की सेवाएँ इसके अंतर्गत समाहित होती हैं।

11.4.3 स्थायी उत्पाद और अस्थायी उत्पाद (Permanent ProductAnd Temporary Product)

ऐसे पर्यटन उत्पाद को स्थायी उत्पाद कहा जा सकता है जिसका लाभ पर्यटक वर्ष के किसी भी समय उठा सकता है। स्थान विशेष पर स्थित ऐतिहासिक इमारतें, धार्मिक स्थल, समुद्री तट, घाटियाँ, झीलें आदि स्थायी उत्पाद के उदाहरण हैं। आगरा का ताजमहल, दिल्ली का लाल किला एवं कुतुबमीनार आदि इसी वर्ग में आते हैं।

ऐसे उत्पाद जो वर्ष के किसी विशेष समय पर ही उपलब्ध होते हैं, अस्थायी उत्पाद के अंतर्गत आते हैं। अल्पकालीन उत्पाद जैसे उत्सव, मेले, आयोजित संगोष्ठी आदि अस्थायी उत्पाद के ही उदाहरण हैं। दक्षिण भारत (मैसूर) का दशहरा उत्सव, गणेश उत्सव, उड़ीसा की जगन्नाथ रथयात्रा, कुम्भ मेला, नृत्य समारोह, शैक्षिक संगोष्ठी आदि का आयोजन वर्ष के विशेष समय पर ही होता है क्योंकि इनके आयोजन का समय प्रायः सुनिश्चित होता है। ऐसे अवसरों पर एकत्रित की गई सुविधाएँ भी अस्थायी होती हैं।

11.4.4 सार्वजनिक उत्पाद और निजी उत्पाद (Public ProductAnd Private Product)

ऐसे पर्यटन उत्पाद जिसका उपयोग कोई भी व्यक्ति कर सकता है, उन्हें सार्वजनिक उत्पाद कहते हैं। इसके अंतर्गत वे सभी सरकारी संस्थाएँ सम्मिलित होती हैं जो पर्यटकों के लिए परिवहन, सुरक्षा, आवास आदि की व्यवस्था करती हैं जैसे रेल सेवा, सरकारी बस सेवा, सरकारी जनता शिविर आदि। पर्यटन स्थल या परिवहन मार्ग में विद्यमान वे सभी सुविधाएँ जिसकी व्यवस्था किसी व्यक्ति विशेष या निजी संस्था द्वारा की जाती है निजी उत्पाद कहलाते हैं। स्थानीय परिवहन (निजी बस, टैक्सी आदि), निजी होटल एवं रेस्तरां, गाइड की सेवाएँ, कुली की सेवाएँ आदि निजी पर्यटन उत्पाद के अंतर्गत आती हैं।

11.4.5 मूर्त उत्पाद और अमूर्त उत्पाद (Tangible ProductAnd Intangible Product)

ऐसे सभी पर्यटन उत्पाद जो दृश्य होते हैं अर्थात् जिन्हें देखा और छुआ जा सकता है मूर्त या दृश्य उत्पाद कहलाते हैं। किसी स्थान विशेष का प्राकृतिक दृश्य, ऐतिहासिक इमारतें, धार्मिक स्थल, टैक्सी, बस एवं रेल सेवा आदि मूर्त उत्पाद के उदाहरण हैं। सड़क परिवहन के लिए बस, टैक्सी आदि, रेल परिवहन के लिए रेलगाड़ी, हवाई परिवहन के लिए वायुयान तथा जल परिवहन के लिए नाव, जलयान, क्रूज पोत आदि मूर्त उत्पाद के ही विशिष्ट रूप हैं।

ऐसे पर्यटन उत्पादों को अमूर्त या अदृश्य उत्पाद की श्रेणी में रखा जाता है जिन्हें आँखों से नहीं देखा जा सकता। इनकी उपस्थिति का अनुभव किया जा सकता है और इनका आकलन उपयोग के पश्चात् ही किया जा सकता है। सभी प्रकार की सेवाएँ जैसे गाइड की सेवा, ट्रेवेल एजेंट का व्यवहार, चिकित्सक की सेवाएँ, कुली की सेवाएँ आदि अमूर्त उत्पाद के उदाहरण हैं।

मूर्त और अमूर्त उत्पाद परस्पर घनिष्ठ रूप से सम्बंधित होते हैं, अतः दोनों को बिल्कुल पृथक करना कठिन

होता है। उदाहरण के लिए भोजन, नाश्ता तथा पेय वस्तुएँ मूर्त उत्पाद हैं जबकि भोजन, नाश्ता आदि को परोसने का तरीका एक अमूर्त उत्पाद है। इस प्रकार परिवहन के साधन जैसे टैक्सी, बस, ट्रेन, वायुयान आदि मूर्त उत्पाद हैं जबकि उनसे सम्बद्ध सेवाएँ अमूर्त उत्पाद के अंतर्गत आती हैं।

11.5 पर्यटन उत्पाद के तत्व एवं संघटक (ElementsAnd Components of Tourism Products)

विभिन्न विनिर्माण उद्योगों की भाँति पर्यटन उद्योग भी अनेक तत्वों के संयोजन से अपना उत्पाद तैयार करता है। एक उत्पाद की उपयोगिता दूसरे उत्पाद के तत्वों के मिल जाने से बढ़ जाती है। इस प्रकार पर्यटन उद्योग के विभिन्न घटकों का मिश्रित रूप है। पर्यटकों के आकर्षण, यात्रा या परिवहन सेवाओं, गाइड की सेवाओं और सुविधाओं को बनाने और प्रदान करने वाले संगठनों की संयुक्त क्रिया से पर्यटन उत्पादों की उत्पत्ति होती है। पर्यटन उत्पादों के प्रमुख घटक तत्व इस प्रकार हैं। इनका संक्षिप्त विवरण अग्रलिखित है –

11.5.1 पर्यटन आकर्षण (TourismAttraction)

पर्यटन उद्योग के विकास में पर्यटन स्थल के आकर्षण की महत्वपूर्ण भूमिका होती है। यह वह आकर्षण है जो पर्यटक को अपनी ओर आकर्षित करता है। पर्यटक सामान्यतः पर्यटन स्थल के किसी न किसी आकर्षण से आकर्षित होकर पर्यटन की योजना बनाते हैं और पर्यटन आरम्भ करते हैं। वे किसी विशिष्ट आकर्षण का लाभ प्राप्त करने के लिए आकर्षण स्थल तक की यात्रा करते हैं। पर्यटन आकर्षण को निम्नांकित श्रेणियों में वर्गीकृत किया जाता है।

(अ) प्राकृतिक आकर्षण : इसके अंतर्गत प्रकृति प्रदत्त या प्रकृति द्वारा निर्मित पर्यटक आकर्षण को सम्मिलित किया जाता है जैसे जल प्रपात, पर्वत श्रृंखला, समुद्र तट, हिमाच्छादित धारियाँ, मन भावन मौसम आदि। संयुक्त राज्य अमेरिका में नियाग्रा प्रपात और मियामी बीच, कश्मीर की हिमाच्छादित घाटियाँ, आइसलैंडिया के ध्रुवी तट के समानांतर स्थित ग्रेट बैरियर रीफ आदि इसके उत्कृष्ट उदाहरण हैं।

(ब) मानव निर्मित या सांस्कृतिक आकर्षण : इस वर्ग के अन्तर्गत मानव निर्मित संरचनाओं भवनों, किलों, पुलों, पिरामिडों, नगरों आदि को सम्मिलित किया जाता है। ऐतिहासिक इमारतों तथा स्मारकों जैसे एफिल टावर (फ्रांस), दिल्ली का लाल किला एवं कुतुबमीनार, गोवा की गिरजाएँ (गिरजा), चीन की महान दीवार आदि और सांस्कृतिक महत्व वाले स्थलों जैसे शैक्षणिक केंद्र, धार्मिक स्थल, सांस्कृतिक कार्यक्रम आदि को इसी वर्ग में सम्मिलित किया जाता है।

(स) संयुक्त या मिश्रित आकर्षण : इसके अंतर्गत ऐसे आकर्षणों को सम्मिलित किया जाता है जो एक ही समय में प्राकृतिक और मानव निर्मित आकर्षणों दोनों का प्रदर्शन करते हैं जैसे राष्ट्रीय उद्यान (नेशनल पार्क), रिसॉर्ट, वेल्नेस सेंटर आदि।

11.5.2 परिवहन सेवाएँ (Transport Services)

सुगम अभिगम्यता (cessibility) वाले पर्यटन स्थल तक पर्यटक को पहुँचने में सुविधा होती है। कोई भी पर्यटन स्थल परिवहन सुविधा के अभाव में महत्वपूर्ण हो जाता है। पर्यटक के निवास स्थान से पर्यटन स्थल तक सीधा तथा सुविधाजनक यात्रा सम्पर्क या परिवहन की सुविधा पर्यटन स्थल पर पर्यटकों की संख्या बढ़ाने में सहायक होता है और पर्यटन स्थल को एक पर्यटन उत्पाद के रूप में प्रस्तुत करता है। परिवहन सेवाओं के अंतर्गत सड़क मार्ग से टैक्सी, बस आदि, रेलमार्ग से रेलगाड़ी (ट्रेन), जलमार्ग से नौकाएँ एवं जलयान, क्रूज पोत आदि तथा वायुमार्ग से वायुयान, हेलीकॉप्टर आदि की सेवाएँ सम्मिलित होती हैं।

11.5.3 आवास (Accommodation) तथा खान – पान की सुविधाएँ

पर्यटकों के लिए सामूहिक आवास एक ऐसी सुविधा है जो नियमित रूप से या कभी – कभी पर्यटकों के रहने या ठहरने की सुविधा प्रदान करती है। इसके अंतर्गत होटल, शिविर स्थल, अवकाश गृह, रिसॉर्ट, विश्राम स्थल आदि सम्मिलित होते हैं। होटल आदि सामूहिक आवास पर्यटकों के लिए उनके निवास स्थान से दूर एक घर उपलब्ध कराता है। वास्तव में आवास पर्यटन उद्योग का आधार होता है। अनेक देशों में पर्यटन के विकास में आवास या होटल उद्योग को अत्यधिक महत्व दिया जाता है।

अधिकांश होटलों में यात्रियों के ठहरने के साथ ही उनके भोजन, नाश्ता आदि की भी व्यवस्था होती है। रेस्तरां यात्रियों को भोजन तथा पेय आदि की सुविधा प्रदान करते हैं। मोटेल ऐसे स्थान होते हैं जहाँ वाहनों के खड़े करने या पार्किंग के लिए सुविधाएँ उपलब्ध होती हैं। सड़क किनारे स्थित अधिकांश मोटलों में सुविधाजनक पार्किंग के साथ – साथ अन्य सुविधाएँ भी उपलब्ध होती हैं।

11.6 भारतीय पर्यटन उद्योग के उत्पाद

भारतीय पर्यटन उद्योग एक विशाल और विविध क्षेत्र है, जो पर्यटकों को विभिन्न प्रकार के अनुभव प्रदान करता है। इसे उत्पाद के रूप में देखा जा सकता है, जिसमें कई घटक शामिल हैं जो एक साथ मिलकर एक पूर्ण अनुभव प्रदान करते हैं। भारतीय पर्यटन उद्योग के प्रमुख उत्पाद इस प्रकार हैं –

11.6.1 सांस्कृतिक और विरासत पर्यटन (CulturalAnd Heritage Tourism)

भारत अपने समृद्ध इतिहास, विविध संस्कृतियों और गहरी परंपराओं के कारण सांस्कृतिक और विरासत पर्यटन (CulturalAnd Heritage Tourism) का एक प्रमुख केंद्र है। यहाँ सदियों से विकसित हुई अनूठी वस्तुकला, कला, धर्म, रीति – रिवाज और जीवन शैली पर्यटकों को आकर्षित करती है।

भारत के सांस्कृतिक और विरासत पर्यटन की मुख्य बातें

भारतीय संस्कृति अति प्राचीन है जिसका विकास एक लम्बी अवधि में अनेक राजाओं और प्रशासनिक इकाइयों के काल में हुआ है। यही कारण है कि यहाँ पर अनेकों प्रकार की सांस्कृतिक विरासतों के उदय की प्रक्रिया प्राचीन काल से अनवरत रूप से हो रही है। भारतीय भू – भाग में समृद्ध पर्यटन के विकास में विरासतों की भूमिका अधिक है। इनकी प्रमुख विशेषताएँ निम्नलिखित है –

1. ऐतिहासिक स्मारक और पुरातात्विक स्थल (Historical MonumentsAndArchaeological Sites)

- **वस्तुकला की अद्भुत मिसालें** : ताजमहल (आगरा), लाल किला (दिल्ली), हुमायूँ का मकबरा (दिल्ली), फतेहपुर सीकरी (उत्तर प्रदेश), कोणार्क सूर्य मंदिर (ओडिशा), खजुराहो मंदिर (मध्य प्रदेश), हम्पी (कर्नाटक), अजंता और एलोरा की गुफाएँ (महाराष्ट्र)।
- **प्राचीन सभ्यताए।**: हड़प्पा और मोहनजोदड़ो (अब पाकिस्तान में, लेकिन सिंधु घाटी सभ्यता का हिस्सा), लोथल (गुजरात) जैसे पुरातात्विक स्थल प्राचीन भारत की झलक पेश करते हैं।

2. धार्मिक पर्यटन (Religious Tourism)

भारत विभिन्न धर्मों का जन्म स्थान है और यहाँ अनगिनत पवित्र स्थल हैं। जिसकी अभिव्यक्ति देश के विभिन्न भागों में निम्न प्रकार से देखी जा सकती है –

- **हिंदू धर्म** : वाराणसी, हरिद्वार, ऋषिकेश, चार धाम यात्रा, बद्रीनाथ, केदारनाथ, गंगोत्री, यमुनोत्री, तिरुपति, मदुरै, पुरी।
- **बौद्ध धर्म** : लुम्बनी, बोधगया, सारनाथ, कुशीनगर (बुद्ध सर्किट)।
- **इस्लाम** : अजमेर शरीफ दरगाह, जामा मस्जिद (दिल्ली)।
- **सिख धर्म** : स्वर्ण मंदिर (अमृतसर)।
- **इसाई धर्म** : गोवा के चर्च।
- **जैन धर्म** : दिलवाड़ा मंदिर (माउंट आबू), श्रवणबेलगोला।

3. कला और शिल्प (ArtAnd Crafts)

- भारत अपने जीवंत हस्तशिल्प के लिए जाना जाता है, जैसे कि ब्लॉक प्रिंटिंग (राजस्थान), चिकनकारी (लखनऊ), पशमीना शॉल (कश्मीर), धातु शिल्प (मुरादाबाद), मिट्टी के बर्तन, लकड़ी

की नक्काशी, आभूषण आदि के लिए भी जनि जाती है। इससे प्रभावित होकर देश के साथ दृ साथ विदेश से भी पर्यटक अधिक मात्रा में आते हैं।

- विभिन्न राज्यों की अपनी अनूठी कला शैलियाँ हैं, जैसे मधुबनी पेंटिंग (बिहार), तंजौर पेंटिंग (तमिलनाडु)।

4. त्यौहार और मेले (FestivalsAnd Fairs)

- भारत त्यौहारों का देश है, जहाँ साल भर विभिन्न सांस्कृतिक और धार्मिक उत्सव मनाए जाते हैं।
- **कुछ प्रमुख त्यौहार** : दिवाली, होली, दशहरा, ईद, क्रिसमस, पोंगल, ओणम, दुर्गा पूजा, कुंभ मेला (विश्व का सबसे बड़ा धार्मिक मेला)। ये त्यौहार पर्यटकों को भारत की सांस्कृतिक विविधता और जीवन शैली का अनुभव करने का अवसर प्रदान करते हैं।

5. संगीत और नृत्य (MusicAnd Dance)

- भारतीय शास्त्रीय संगीत (हिंदुस्तानी और कर्नाटक) और नृत्य शैलियों (भरतनाट्यम, कथक, ओडिसी, मणिपुरी, कुचिपुड़ी, कथकली आदि) की समृद्ध परंपरा का घर है। विभिन्न क्षेत्रों के लोक नृत्य और संगीत भी पर्यटकों को आकर्षित करते हैं।

6. सांस्कृतिक गाँव और ग्रामीण पर्यटन (Cultural VillagesAnd Rural Tourism)

भारत में कई गाँव पर्यटकों को ग्रामीण जीवन शैली, स्थानीय परंपराओं, कृषि पद्धतियों और लोक कलाओं का अनुभव करने का अवसर प्रदान करते हैं। राजस्थान के मंडावा या गुजरात के कच्छ जैसे स्थान स्थानीय संस्कृति को करीब से देखने का मौका देते हैं।

7. भोजन पर्यटन (Culinary Tourism)

भारत का भोजन इसकी सांस्कृतिक विविधता का प्रतिबिंब है। प्रत्येक क्षेत्र का अपना विशिष्ट व्यंजन, स्वाद और खाना पकाने का तरीका है। पर्यटक विभिन्न राज्यों के स्थानीय व्यंजनों का स्वाद लेने और पाक कला कार्यशालाओं में भाग लेने के लिए आते हैं।

11.6.2 प्राकृतिक पर्यटन (Natural Tourism)

भारत अपनी अद्भुत भौगोलिक विविधता के कारण प्राकृतिक पर्यटन के लिए एक स्वर्ग है। यहाँ बर्फ से ढके पहाड़ों से लेकर शांत समुद्र तटों तक, घने जंगलों से लेकर विशाल रेगिस्तानों तक, हर तरह के प्राकृतिक परिदृश्य देखने को मिलते हैं। यह पर्यटकों को प्रकृति की गोद में शांति और रोमांच का अनुभव करने का अवसर देता है।

भारत के प्रमुख प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद इस प्रकार हैं –

1. **पहाड़ और हिल स्टेशन** : भारत का उत्तरी भाग विशाल हिमालय पर्वत श्रृंखला से घिरा है, जो कई लोकप्रिय हिल स्टेशनों का घर है। इसके अलावा देश के अन्य हिस्सों में भी सुंदर पर्वत श्रृंखलाएँ और हिल स्टेशन मौजूद हैं –

हिमालयी हिल स्टेशन

- **शिमला, मनाली (हिमाचल प्रदेश)** : अपनी प्राकृतिक सुंदरता, स्कीइंग और एडवेंचर गतिविधियों के लिए प्रसिद्ध।
- **दार्जिलिंग (पश्चिम बंगाल)** : अपनी चाय बागानों और कंचनजंगा के शानदार दृश्यों के लिए जाना जाता है ।
- **मसूरी, नैनीताल (उत्तराखंड)** : पहाड़ों की रानी और अपनी झीलों के लिए लोकप्रिय।
- **गुलमर्ग, पहलगाम (जम्मू और कश्मीर)** : सर्दियों में बर्फबारी और स्कीइंग के लिए आदर्श।

- **अन्य पर्वत श्रृंखलाएं**
- **पश्चिमी घाट (महाराष्ट्र, केरल, कर्नाटक)** : अपनी घनी हरियाली, जैव विविधता और खूबसूरत हिल स्टेशनों जैसे ऊटी (तमिलनाडु), मुन्नार (केरल), लोनावाला और खंडाला (महाराष्ट्र) के लिए प्रसिद्ध।
- **पूर्वी घाट (आंध्र प्रदेश, ओडिशा)** : सुंदर घाटियाँ और हरे – भरे परिदृश्य।

2. समुद्र तट और द्वीप

भारत के पास एक लंबी तटरेखा है, जो विभिन्न प्रकार के समुद्र तटों और द्वीपों को समेटे हुए है। पर्यटकों को आकर्षित करने वाले इसके प्रमुख भौगोलिक स्थल निम्न है –

- **गोवा** : अपने जीवंत समुद्र तटों, वन्य जीव और पुर्तगाली विरासत के लिए विश्व प्रसिद्ध।
- **केरल के समुद्र तट** : कोवलम, वर्कला जैसे शांत और सुंदर समुद्र तट अपनी नारियल के पेड़ों और आयुर्वेदिक रिसॉर्ट्स के लिए जाने जाते हैं।
- **अंडमान और निकोबार द्वीप समूह** : अपने क्रिस्टल – क्लियर पानी, सफेद रेतीले समुद्र तटों, स्कूबा डाइविंग और स्नॉर्कलिंग के लिए प्रसिद्ध। हैवलॉक द्वीप का राधानगर बीच एशिया के सर्वश्रेष्ठ समुद्र तटों में से एक माना जाता है।
- **लक्षद्वीप** : एक छोटा द्वीप समूह जो अपने लैगून, कोरल रीफ और शांत वातावरण के लिए जाना जाता है।

11. वन्य जीव अभयारण्य और राष्ट्रीय उद्यान

भारत में बाघों, हाथियों, गैंडों और विभिन्न पक्षी प्रजातियों सहित विविध वन्य जीव पाए जाते हैं। यहाँ कई प्रसिद्ध वन्य जीव अभयारण्य और राष्ट्रीय उद्यान हैं जो प्रकृति प्रेमियों और वन्यजीव फोटोग्राफरों को आकर्षित करते हैं –

- **रणथंभौर राष्टोय उद्यान (राजस्थान)** : बाघों को उनके प्राकृतिक आवास में देखने के लिए सबसे अच्छी जगह।
- **जिम कॉर्बेट राष्टोय उद्यान (उत्तराखंड)** : भारत का सबसे पुराना राष्ट्रीय उद्यान, जो अपने बाघों और विविध वन्यजीवों के लिए जाना जाता है।
- **कान्हा राष्टोय उद्यान (मध्य प्रदेश)** : अपनी समृद्ध बाघ आबादी और जंगल बुक से प्रेरित परिदृश्य के लिए प्रसिद्ध।
- **गिर राष्टोय उद्यान (गुजरात)** : एशियाई शेरों का एकमात्र प्राकृतिक आवास।
- **सुंदरबन राष्टोय उद्यान (पश्चिम बंगाल)** : रॉयल बंगाल टाइगर का घर और दुनिया का सबसे बड़ा मैंग्रोव वन डेल्टा।
- **काजीरंगा राष्टोय उद्यान (असम)** : एक सींग वाले गैंडों के लिए प्रसिद्ध।

12. नदियाँ, झीलें और झरने

भारत की नदियाँ, झीलें और झरने भी प्राकृतिक पर्यटन का एक अभिन्न अंग हैं –

- **डलझील (जम्मूऔरकश्मीर)** : श्रीनगर में स्थित एक प्रसिद्ध झील, जिसमें शिकार और हाउसबोट का अनुभव लिया जा सकता है।
- **गंगा नदी** : हिंदुओं के लिए पवित्र, यह नदी जल क्रीडा और धार्मिक पर्यटन के लिए भी लोकप्रिय है।
- **केरल के बैक वाटर** : शांत और हरे – भरे बैक वाटर में हाउसबोट और क्रूज का अनुभव।
- **जोग फॉल्स (कर्नाटक)** : भारत के सबसे ऊंचे झरनों में से एक है।

- **दूधसागर फॉल्स (गोवा एवं कर्नाटक सीमा)** : एक शानदार बहु – स्तरीय झरना।

13. रेगिस्तान

राजस्थान का थार रेगिस्तान भारत में एक अनूठा प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद प्रदान करता है –

- **डेजर्ट सफारी** : थार के मरुस्थल में जैसलमेर और पुष्कर के पास ऊंट सफारी और जीप सफारी का अनुभव को देना।
- **रेगिस्तानी शिविर** : तारों भरी रात के नीचे रेगिस्तानी शिविर में रुकना और लोक संगीत का आनंद लेना पर्यटन आकर्षण के मुख्य केंद्र हैं।

3. साहसिक पर्यटन (Adventure Tourism)

भारत अपनी विविध भौगोलिक विशेषताओं के कारण साहसिक पर्यटन (Adventure Tourism) के लिए एक बेहतरीन गंतव्य है। यहाँ ऊंचे पहाड़ों, गहरी नदियों, विशाल समुद्र तटों और घने जंगलों में रोमांचक गतिविधियों की भरमार है। यह उन पर्यटकों को आकर्षित करता है जो अपनी यात्रा में उत्साह, चुनौती और एड्रेनालाईन की तलाश में रहते हैं।

भारत में प्रमुख साहसिक पर्यटन उत्पाद इस प्रकार हैं –

1. पर्वतारोहण और ट्रेकिंग

हिमालय की विशाल पर्वत श्रृंखला पर्वतारोहण और ट्रेकिंग के शौकीनों के लिए स्वर्ग है मणि जाती है। यहाँ आसान पैदल यात्रा से लेकर चुनौतीपूर्ण शिखर चढ़ाई तक हर स्तर के अनुभव उपलब्ध हैं –

- **लद्दाख और जांस्कर (जम्मू – कश्मीर और लद्दाख)** : यहाँ चादर ट्रेक (जमी हुई जांस्कर नदी पर), मार्खा घाटी ट्रेक, स्टोक कांगड़ी चढ़ाई जैसे अद्वितीय अनुभव प्राप्त होते हैं।
- **उत्तराखंड** : फूलों की घाटी ट्रेक, हर की दून ट्रेक, रूपकुंड ट्रेक, गोमुख–तपोवन ट्रेक जैसे प्रसिद्ध मार्ग उपलब्ध है।
- **हिमाचल प्रदेश** : कुल्लू – मनाली क्षेत्र में कई ट्रेकिंग मार्ग, स्पीति घाटी में उच्च ऊंचाई वाले ट्रेक।
- **सिक्किम** : कंचनजंगा बेस कैंप ट्रेक, युमथांग घाटी ट्रेक।
- **सह्याद्रो श्रेणी (पश्चिमी घाट)** : महाराष्ट्र और कर्नाटक में छोटी लेकिन रोमांचक ट्रेकिंग के अवसर पाए जाते हैं जैसे हरिश्चंद्रगढ़, रत्नागढ़ आदि।

2. नदी जल क्रीडा और तैराकी

भारत की शक्तिशाली नदियाँ स्वच्छ जल क्रीडा और तैराकी के लिए आदर्श परिस्थितियाँ प्रदान करती हैं। इन क्रियाकलापों से प्रेरित होकर अधिक संख्या में लोग नदियों के आनंद हेतु आते है –

- **गंगा नदी (ऋषिकेश, उत्तराखंड)** : राफ्टिंग के लिए सबसे लोकप्रिय स्थलों में से एक, जहाँ विभिन्न स्तर की रैपिड उपलब्ध हैं।
- **ब्यास नदी (कुल्लू, हिमाचल प्रदेश)** : मनाली के पास राफ्टिंग का अनुभव।
- **सिंधु नदी (लद्दाख)** : लद्दाख के ठंडे रेगिस्तान में अनोखा राफ्टिंग अनुभव।
- **तीस्ता नदी (सिक्किम)** : सिक्किम के हरे – भरे परिदृश्यों में राफ्टिंग।

3. पैराग्लाइडिंग

भारत के कई पहाड़ी क्षेत्र पैराग्लाइडिंग के लिए उत्कृष्ट हैं, जहाँ से घाटी और पहाड़ों के शानदार हवाई दृश्य देखने को मिलते हैं –

- **बीर बिलिंग (हिमाचल प्रदेश)** : भारत में पैराग्लाइडिंग के लिए सबसे प्रसिद्ध और सबसे अच्छा स्थल, जहाँ राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय प्रतियोगिताएँ संपन्न होती हैं।
- **मनाली (हिमाचल प्रदेश)** : सोलंग घाटी में पैराग्लाइडिंग की सुविधा उपलब्ध है।
- **नैनीताल (उत्तराखंड)** : भीमताल के पास पैराग्लाइडिंग की सुविधा उपलब्ध है।
- **कंडगोर (महाराष्ट)** : पुणे के पास एक लोकप्रिय पैराग्लाइडिंग स्थल विद्यमान है।

1. स्कीइंग और स्नोबोर्डिंग

सर्दियों के महीनों में हिमालय के कुछ क्षेत्र स्कीइंग और स्नोबोर्डिंग के लिए बदल जाते हैं। पर्यटकों के आकर्षण के ये भी महत्त्वपूर्ण केंद्र होते हैं। ऐसे प्रमुख स्थल निम्नलिखित है –

- **गुलमर्ग (जम्मू और कश्मीर)** : भारत में स्कीइंग के लिए सबसे प्रसिद्ध और प्रीमियम गंतव्य, अपनी गहरी पाउडर बर्फ के लिए जाना जाता है।
- **औली (उत्तराखंड)** : स्कीइंग के लिए एक और लोकप्रिय स्थल, जहाँ से नंदा देवी पर्वत के खूबसूरत नजारे दिखते हैं।
- **सोलंग घाटी (हिमाचल प्रदेश)** : मनाली के पास स्कीइंग के अवसर।

2. जल क्रीड़ा (Water Sports)

भारत की विशाल तटरेखा और द्वीप समूह विभिन्न प्रकार के जल क्रीड़ाओं के लिए अवसर प्रदान करते है।

- **स्कूबा डाइविंग और स्नॉर्कलिंग** : अंडमान और निकोबार द्वीप समूह (हैवलॉक द्वीप विशेष रूप से लोकप्रिय), लक्षद्वीप, गोवा में साफ पानी में समुद्री जीवन की खोज।
- **पैरासेलिंग, जेट स्कीइंग, बनाना बोटिंग** : गोवा और अन्य तटीय राज्यों के समुद्र तटों पर लोकप्रिय गतिविधियाँ।
- **सर्फिंग** : गोवा, कर्नाटक, केरल और ओडिशा के कुछ समुद्र तटों पर सर्फिंग स्कूल और स्थान उपलब्ध हैं।

11.6.3 स्वास्थ्य और कल्याण पर्यटन (Wellness & Medical Tourism)

भारत ने सदियों से समग्र स्वास्थ्य और उपचार की समृद्ध परंपरा को बनाए रखा है, जिसने इसे स्वास्थ्य और कल्याण पर्यटन (WellnessAnd Medical Tourism) के लिए एक प्रमुख वैश्विक केंद्र में स्थापित किया है। यह क्षेत्र उन लोगों को आकर्षित करता है जो उपचार, कायाकल्प और मानसिक व शारीरिक संतुलन की तलाश में भारत आते हैं। इसे दो मुख्य भागों में बांटा जा सकता है –

1. स्वास्थ्य पर्यटन (Medical Tourism)

स्वास्थ्य पर्यटन उन लोगों को संदर्भित करता है जो चिकित्सा उपचार या प्रक्रियाओं के लिए अपने देश से दूसरे देश की यात्रा करते हैं। भारत इस क्षेत्र में एक तेजी से बढ़ता हुआ गंतव्य है, खासकर अपने किफायती लागत, विश्व – स्तरीय सुविधाओं और अत्यधिक कुशल डॉक्टरों के कारण अत्यधिक लोकप्रिय है।

स्वास्थ्य पर्यटन के मुख्य घटक और उत्पाद

- **उच्च गुणवत्ता वाली चिकित्सा सुविधाएं** : भारत के बड़े शहरों (दिल्ली, मुंबई, चेन्नई, बेंगलुरु, हैदराबाद) में कई NABH (नेशनल एक्रेडिटेशन बोर्ड फॉर हॉस्पिटल्स एंड हेल्थकेयर प्रोवाइडर्स) और JCI (जॉइंट कमीशन इंटरनेशनल) से मान्यता प्राप्त अस्पताल हैं। ये अस्पताल अत्याधुनिक तकनीक और बुनियादी ढाँचे से युक्त हैं।
- **किफायती उपचार** : पश्चिमी देशों की तुलना में भारत में चिकित्सा प्रक्रियाओं की लागत काफी कम

होती है। हार्ट सर्जरी, अंग प्रत्यारोपण, कैंसर उपचार, ऑर्थोपेडिक सर्जरी (घुटना और कूल्हा बदलना), कॉस्मेटिक सर्जरी और दंत चिकित्सा जैसी प्रक्रियाओं में $70-80\%$ तक की बचत हो सकती है।

- **विशेषज्ञ डॉक्टर और प्रशिक्षित कर्मचारी** : भारत में बड़ी संख्या में योग्य और अनुभवी डॉक्टर हैं, जिनमें से कई ने विदेशों में प्रशिक्षण प्राप्त किया है। चिकित्सा कर्मचारी भी अच्छी तरह से प्रशिक्षित हैं और प्रायः अंग्रेजी में संवाद करने में सक्षम होते हैं, जिससे अंतर्राष्ट्रीय रोगियों के लिए सुविधा होती है।
- **कम प्रतीक्षा समय** : कई विकसित देशों में विशिष्ट प्रक्रियाओं के लिए लंबे प्रतीक्षा समय होते हैं। भारत में मरीजों को आमतौर पर उपचार के लिए ज्यादा इंतजार नहीं करना पड़ता।
- **व्यापक उपचार विकल्प** : भारत में कार्डियोलॉजी, ऑन्कोलॉजी, न्यूरोलॉजी, गैस्ट्रोएंटरोलॉजी, ऑर्गन ट्रांसप्लांटेशन, आईवीएफ और विभिन्न शल्य चिकित्सा प्रक्रियाओं सहित कई विशिष्टताओं में उपचार उपलब्ध हैं।
- **अंतर्राष्टोय रोगी विभाग** : अधिकांश प्रमुख अस्पतालों में अंतर्राष्ट्रीय रोगी विभाग होते हैं जो वीजा सहायता, आवास, अनुवाद सेवाओं और उपचार के बाद की देखभाल सहित अंतर्राष्ट्रीय रोगियों की जरूरतों को पूरा करते हैं।
- **आयुष (AYUSH) उपचारों का एकीकरण** : कई अस्पताल एलोपैथिक उपचारों के साथ – साथ पारंपरिक भारतीय चिकित्सा प्रणालियों जैसे आयुर्वेद, योग और प्राकृतिक चिकित्सा को भी एक समग्र दृष्टिकोण के लिए एकीकृत करते हैं।

2. कल्याण पर्यटन (Wellness Tourism)

कल्याण पर्यटन उन यात्राओं को संदर्भित करता है जो शारीरिक, मानसिक और आध्यात्मिक गतिविधियों के माध्यम से स्वास्थ्य और कल्याण को बढ़ावा देने के उद्देश्य से की जाती हैं। भारत अपनी प्राचीन उपचार पद्धतियों और आध्यात्मिक परंपराओं के कारण कल्याण पर्यटन के लिए एक अनूठा केंद्र है।

कल्याण पर्यटन के मुख्य घटक और उत्पाद

- **आयुर्वेद केंद्र** : भारत विशेष रूप से केरल, आयुर्वेद का जन्म स्थान है। यहाँ कई आयुर्वेदिक केंद्र और अस्पताल हैं जो पंचकर्म, हर्बल उपचार, आहार और जीवन शैली में बदलाव जैसी व्यक्तिगत कल्याण योजनाएँप्रदान करते हैं।
- **योग और ध्यान केंद्र** : भारत को योग और ध्यान का उद्गम स्थल माना जाता है। ऋषिकेश (विश्व की योग राजधानी), वाराणसी, मैसूर और केरल जैसे स्थान योग रिट्रीट, आश्रम और ध्यान शिविरों के लिए लोकप्रिय हैं जो शारीरिक स्वास्थ्य और मानसिक शांति को बढ़ावा देते हैं।
- **प्राकृतिक चिकित्सा (Naturopathy)** : प्राकृतिक चिकित्सा केंद्र जो प्राकृतिक उपचारों जैसे जल चिकित्सा, मिट्टी चिकित्सा, आहार और व्यायाम पर ध्यान केंद्रित करते हैं, तनाव कम करने और बीमारियों के प्रबंधन में मदद करते हैं।
- **स्पा और वेलनेस रिसॉर्ट्स** : पूरे भारत में लक्जरी स्पा और वेलनेस रिसॉर्ट्स हैं जो पारंपरिक भारतीय मालिश से लेकर अंतर्राष्ट्रीय स्पा थेरेपी तक कई तरह की कायाकल्प सेवाएँ प्रदान करते हैं। गोवा, केरल और हिमालयी क्षेत्र विशेष रूप से अपने स्पा रिट्रीट के लिए प्रसिद्ध हैं।
- **समग्र उपचार** : ऐसे केंद्र जो एक समग्र दृष्टिकोण अपनाते हैं, जिसमें आयुर्वेद, योग, प्राकृतिक चिकित्सा, ध्यान, आहार और जीवनशैली परामर्श का संयोजन सम्मिलित होता है।
- **आध्यात्मिक और सांस्कृतिक अनुभव** : कल्याण पर्यटन प्रायः भारत के समृद्ध आध्यात्मिक और सांस्कृतिक ताने बाने से जुड़ा होता है। तीर्थ स्थलों का दौरा, पारंपरिक समारोहों में भाग लेना और प्राचीन ज्ञान की खोज कल्याण अनुभव का हिस्सा बन सकती है।
- **प्राकृतिक वातावरण** : हिमालय की शांत पहाड़ियाँ, केरल के हरे भरे पश्च जल और गोवा के शांत

समुद्र तट कल्याण गतिविधियों के लिए एक आदर्श पृष्ठभूमि प्रदान करते हैं।

भारत सरकार और विभिन्न राज्य सरकारें 'अतुल्य भारत' जैसे अभियानों और स्वदेश दर्शन, प्रसाद जैसी योजनाओं के माध्यम से इन उत्पादों को बढ़ावा देने और विकसित करने का प्रयास कर रही हैं।

11.7 सारांश

आपने इस इकाई में भारतीय पर्यटन उद्योग के उत्पाद का अध्ययन किया है। आप समझ गए होगें कि पर्यटन के अध्ययन में इसके उत्पादों के घटकों को क्यों सम्मिलित किया जाता है। इससे विश्व या देश के पर्यटन को गतिशीलता मिलती है तथा उसके विकास को प्रोत्साहन प्राप्त होता है। वास्तव में पर्यटन उत्पाद लोगों, स्थानों और पर्यटन की घटना के बीच जटिल अंतःक्रियाओं को समझने के लिए एक व्यापक ढाँचा प्रदान करता है।

इस इकाई में पर्यटन उत्पाद की उपयोगिता, क्षेत्रीय विभिन्नता के विविध आयाम तथा वर्तमान समय में उसकी उपयोगिता को प्रस्तुत किया गया है। आपने देखा है कि किस प्रकार ये उत्पाद स्थानीय एवं विदेशी पर्यटकों को आकर्षित करते है। किन्हीं देशों में इन उत्पादों को ज्यादा महत्त्व दिया गया है तो किन्हीं देशों में कम। समय में होने वाले परिवर्तन के साथ ही पर्यटन उत्पाद की प्रासंगिकता में वृद्धि हुई है, जिसने पर्यटन के विकास एवं वैश्विक प्रसार में महत्त्वपूर्ण योगदान दिया है। इस प्रकार आपने भारतीय पर्यटन उद्योग के उत्पाद का विस्तृत एवं सारगर्भित अध्ययन किया है।

11.8 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

1. ऐसी विरासते जिन्हें स्पर्श करने के बजाय महसूस किया जाता है उन्हें निम्न में से किस नाम से जाना जाता है?

   (क) मूर्त (ख) अमूर्त (ग) उपरोक्त दोनों (घ) कोई नही

2. भगवान जगन्नाथ की रथ यात्रा मेला का आयोजन किस राज्य में होता है?

   (क) ओड़िसा (ख) राजस्थान (ग) तमिलनाडु (घ) उत्तर प्रदेश

3. एक सींग वाले गैंडे को संरक्षित करने के लिए काजीरंगा राष्ट्रीय उद्यान की स्थपाना किस राज्य मे की गयी है?

   (क) असम (ख) राजस्थान (ग) तमिलनाडु (घ) उत्तर प्रदेश

4. स्वास्थ्य पर्यटन की दृष्टि से तेजी से उभरता हुआ देश निम्म मे से कौन है?

   (क) जापान (ख) चीन (ग) अमेरिका (घ) भारत

5. सह्याद्री श्रेणी के नाम से निम्नलिखित में से किसे जाना जाता है?

   (क) पूर्वी घाट (ख) पश्चिमी घाट (ग) जास्कर (घ) काराकोरम

11.9 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

- Baghia, Sunil, 2017, Tourism Geography, Book Enclave, New Delhi.
- Kaur, J., 1993, Himalayan PilgrimageAnd New Tourism, Himalayan Books, New Delhi.
- Khanduri, Harshi, 2021, Tourism Geography, J. T. S. Publications, Delhi.
- Mandal, Somdatta, 2010, Indian Travel Narratives, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- Nelson, Velvet, 2017, An Introduction to the Geography of Tourism, Rawat Publications,

JaipurAnd New Delhi.

- नीशावा, परवीन, 2022, पर्यटन भूगोल – एक अध्ययन, आर. के. बुक्स, नई दिल्ली।
- बंसल, सुरेश चन्द्र, 2006, पर्यटन एवं यात्रा प्रबन्धन, मीरा प्रकाशन, सहारनपुर (उ.प्र)।
- सदैव, शशिकांता, 2019, भारत के प्रसिद्ध मंदिर, यात्रा और धाम, प्रभाकर प्रकाशन, नई दिल्ली।
- मौर्य, एस. डी., 2023, पर्यटन भूगोल, शारदा पुस्तक भवन, प्रयागराज।
- यादव, बी., दुबे, पी. एवं यादव, आर. एस., 2016, काशी का एक सांस्कृतिक विरासत सारनाथ : पर्यटन के विशेष सन्दर्भ में, उत्तर भारत भूगोल परिषद, गोरखपुर (उ.प्र)।
- यादव, बी., एवं प्रजापति, ए. एल., 2024, काशी परिक्षेत्र में संपन्न होने वाली यात्राओं के महात्म्य का भौगोलिक विश्लेषण, ज्ञानसौर्यम साइंटिफिक रिफ्रिड शोध पत्रिका, प्रयागराज।

11.10 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

1. पर्यटन उत्पाद के अर्थ एवं परिभाषा की व्याख्या कीजिए।
2. पर्यटन उत्पाद की विशेषताओं का वर्णन करते हुए उसके सगठन एवं संरचना को स्पष्ट कीजिए।
3. भारतीय पर्यटन उत्पाद के विभिन्न आयामों का वर्णन कीजिए।

इकाई–12 भारत में पर्यटन की आधारभूत संरचनाएं

इकाई की रूपरेखा

12.0 प्रस्तावना

12.1 उद्देश्य

12.2 पर्यटन की आधारभूत संरचना

12.3 भारत में पर्यटन की आधारभूत संरचना

12.4 सारांश

12.5 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

12.6 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

12.7 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

12.0 प्रस्तावना

पर्यटन की आधारभूत संरचनाओं (Tourism Infrastructure) का अर्थ है वे सभी भौतिक सुविधाएं और सेवाएँ जो पर्यटकों की यात्रा को सुविधाजनक, सुरक्षित और सुखद बनाने के लिए आवश्यक होती हैं। ये वो बुनियादी ढाँचा है जिस पर पूरा पर्यटन उद्योग टिका होता है। भारत सहित सम्पूर्ण विश्व में पर्यटन की आधारभूत संरचनाएं वे सभी सुविधाएं और सेवाएँ हैं जो पर्यटकों की यात्रा को सुविधाजनक और सुखद बनाती हैं।

12.1 उद्देश्य

पर्यटन प्राचीन काल से मानव जीवन की प्रवृत्ति रही है जिसमें वह अपनी विविध प्रकार की आवश्यकताओं की पूर्ति हेतु विभिन्न अवसंरचनाओं का निर्माण किया। इस प्रकार देखा जाता है कि इस क्रिया के दौरान विभिन्न प्रकार की संरचनाओं एवं सेवाओं की उत्पत्ति होती है, जिन्हें पर्यटन की अवसंरचना के नाम से जाना जाता है। प्रस्तुत इकाई के उद्देश्य निम्नलिखित है –

1. भारत में पर्यटन की आधारभूत संरचना का वर्णन करना।
2. पर्यटन के आधारभूत संरचना का अंग सूचना एवं संचार के उपयोगिता की व्याख्या करना।

12.2 पर्यटन की आधारभूत संरचना

एक मजबूत और कुशल आधारभूत संरचना पर्यटन उद्योग के विकास और सफलता के लिए आवश्यक है। भारत सरकार और निजी क्षेत्र दोनों ही पर्यटन आधारभूत संरचनाओं के विकास पर लगातार ध्यान केंद्रित कर रहे हैं।

संक्षेप में, इसका मतलब है –

- **पर्यटकों को गंतव्य तक पहुंचाने के साधन** : इसमें हवाई अड्डे, रेलवे स्टेशन, सड़कें, बसें, टैक्सी, जल परिवहन (फेरी, क्रूज) आदि शामिल हैं।
- **पर्यटकों के ठहरने और आराम करने के लिए जगहें** : इसमें होटल, रिसॉर्ट्स, गेस्ट हाउस, होमस्टे आदि आते हैं।
- **पर्यटकों की अन्य बुनियादी जरूरतें**: भोजन (रेस्तरां, कैफे), पानी, साफ – सफाई (शौचालय), सुरक्षा (पुलिस, आपातकालीन सेवाएँ), स्वास्थ्य सुविधाएँ (अस्पताल, क्लीनिक) और संचार (मोबाइल नेटवर्क, इंटरनेट)।

- **पर्यटन अनुभव को बेहतर बनाने वाली सुविधाएँ** : इसमें पर्यटन सूचना केंद्र, गाइड सेवाएँ, मनोरंजन स्थल, शॉपिंग की सुविधाएँ और विभिन्न गतिविधियों (एडवेंचर स्पोर्ट्स के लिए उपकरण और स्थल) शामिल हैं।

एक मजबूत पर्यटन आधारभूत संरचना किसी भी पर्यटन स्थल या देश के लिए बहुत महत्वपूर्ण होती है क्योंकि यह

1. पर्यटकों के लिए किसी स्थान तक पहुँचना आसान बनाती है।
2. उनकी यात्रा के दौरान आराम और आसानी सुनिश्चित करती है।
3. पर्यटकों को सुरक्षित महसूस कराती है।
4. विभिन्न क्षेत्रों में नौकरियों के अवसर पैदा करती है।
5. पर्यटन से होने वाली आय से स्थानीय और राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था मजबूत होती है।

जितनी बेहतर और सुलभ पर्यटन आधारभूत संरचना होगी, उतनी ही अधिक संख्या में पर्यटक आकर्षित होंगे और उनका अनुभव उतना ही सकारात्मक होगा।

12.3 भारत में पर्यटन की आधारभूत संरचना

भारत में पर्यटन की प्रमुख आधारभूत संरचनाएं इस प्रकार हैं –

12.3.1 परिवहन (Transportation)

पर्यटन में परिवहन की भूमिका एक आधारभूत संरचना के रूप में अत्यंत महत्वपूर्ण है। यह पर्यटन उद्योग की रीढ़ की हड्डी है जिसके बिना पर्यटन का विकास संभव नहीं है। परिवहन पर्यटकों को उनके मूल स्थान से पर्यटन स्थल तक और फिर पर्यटन स्थल के भीतर विभिन्न स्थानों तक पहुँचाने में मदद करता है।

पर्यटन में परिवहन की भूमिका के मुख्य बिंदु –

1. अभिगम्यता (Accessibility)

परिवहन ही वह साधन है जिसके माध्यम से एक पर्यटक किसी भी गंतव्य तक पहुँच सकता है। चाहे वह दूर – दराज का पहाड़ी इलाका हो, एक द्वीप हो या कोई ऐतिहासिक शहर परिवहन की सुविधा ही उसे पर्यटकों के लिए सुलभ बनाती है। बेहतर सड़क, रेल, वायु और जलमार्ग संपर्क से पर्यटक नए और कम ज्ञात स्थलों तक भी पहुँच सकते हैं, जिससे पर्यटन का विकास होता है ।

2. पर्यटन क लिए आवश्यक घटक

पर्यटन के चार मुख्य घटकों में से एक पहुंच (Accessibility) है और परिवहन इसका महत्वपूर्ण हिस्सा है। अन्य तीन घटक आकर्षण (Attraction), आवास (Accommodation) और सुविधाएं (Amenitie) हैं। यदि किसी स्थान पर आकर्षक पर्यटन स्थल हैं, रहने के लिए अच्छी जगहें हैं और अन्य सुविधाएं हैं, लेकिन वहाँ तक पहुँचने का कोई साधन नहीं है, तो वह स्थान पर्यटन के लिए सफल नहीं हो सकता।

3. यात्रा के अनुभव को बेहतर बनाना

परिवहन केवल एक स्थान से दूसरे स्थान तक जाने का साधन नहीं है, बल्कि यह यात्रा के अनुभव का एक अभिन्न अंग भी है। आरामदायक और सुरक्षित परिवहन सुविधाएं पर्यटकों की यात्रा को सुखद बनाती हैं। उदाहरण के लिए, लग्जरी ट्रेनें, क्रूज जहाज या दर्शनीय स्थलों के लिए विशेष बसें अपने आप में एक पर्यटन अनुभव होती हैं। परिवहन सेवा की गुणवत्ता पर्यटक की समग्र संतुष्टि को सीधे प्रभावित करती है।

4. आर्थिक विकास में योगदान

परिवहन पर्यटन उद्योग के लिए एक गुणक प्रभाव (Multiplier Effect) पैदा करता है। जब पर्यटक परिवहन पर

पैसा खर्च करते हैं, तो यह पैसा ड्राइवर, कंडक्टर, एयरलाइन कर्मचारियों, रेलवे कर्मचारियों और संबंधित व्यवसायों तक पहुँचता है। इससे रोजगार के अवसर पैदा होते हैं और स्थानीय अर्थव्यवस्था को बढ़ावा मिलता है। बेहतर परिवहन नेटवर्क के विकास से पर्यटन से जुड़े अन्य व्यवसायों (होटल, रेस्तरां, हस्तशिल्प की दुकानें) को भी फायदा होता है।

5. विभिन्न प्रकार के परिवहन और उनकी भूमिका

वायु परिवहन (Air Transport)

लंबी दूरी की यात्रा के लिए यह सबसे महत्वपूर्ण परिवहन साधन है। यह अंतर्राष्ट्रीय और दूर – दराज के घरेलू पर्यटकों को तेजी से गंतव्य तक पहुँचाता है। हवाई अड्डों का विकास और सम्बद्धता पर्यटन को बढ़ावा देती है।

- हवाई अड्डे (Airport) : भारत में प्रमुख अंतर्राष्ट्रीय हवाई अड्डे (दिल्ली, मुंबई, बेंगलुरु, चेन्नई, हैदराबाद, कोलकाता) और सैकड़ों घरेलू हवाई अड्डे हैं जो देश के लगभग सभी हिस्सों को जोड़ते हैं। नए हवाई अड्डों का निर्माण और मौजूदा हवाई अड्डों का विस्तार लगातार किया जा रहा है।
- एयरलाइंस (Airline) : राष्ट्रीय वाहक (एयर इंडिया) और कई निजी एयरलाइंस (इंडिगो, विस्तारा, अकासा एयर) घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय उड़ानों की सुविधा प्रदान करती हैं।

रेल परिवहन (Railway)

- रेल नेटवर्क (Rail Network) : भारतीय रेलवे दुनिया के सबसे बड़े रेल नेटवर्कों में से एक है, जो देश के कोने – कोने तक फैला हुआ है। यह लंबी दूरी की यात्रा के लिए किफायती और लोकप्रिय साधन है।
- लक्जरी ट्रेनें (Luxury Trains) : पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए विशेष लक्जरी ट्रेनें जैसे पैलेस ऑन व्हील्स, महाराजा एक्सप्रेस, डेक्कन ओडिसी और गोल्डन चौरियट की गई हैं जो शाही अनुभव प्रदान करती हैं।
- वंदे भारत एक्सप्रेस (Vande Bharat Express) : सेमी – हाई स्पीड ट्रेनें जो प्रमुख पर्यटन–स्थलों के बीच यात्रा के समय को कम कर रही हैं।

सड़क परिवहन (Roadway)

- राजमार्ग और सड़कें (HighwaysAnd Roads) : राष्ट्रीय राजमार्गों (NH) और राज्य राजमार्गों का एक विशाल नेटवर्क है जो प्रमुख शहरों और पर्यटन–स्थलों को जोड़ता है। भारतमाला परियोजना जैसी पहल सड़कों के बुनियादी ढांचे को बेहतर बना रही हैं।
- बस (ठनेमे) : सरकारी और निजी बस सेवाएं विभिन्न बजट और आराम स्तरों पर उपलब्ध हैं।
- टैक्सी और कार रेंटल (TaxisAnd Car Rentals) : शहरों और पर्यटन–स्थलों पर टैक्सी सेवाएं (ओला, उबर सहित) और सेल्फ – ड्राइव कार रेंटल आसानी से उपलब्ध हैं।

जल परिवहन (Waterways)

- फेरी और क्रूज (FerriesAnd Cruises) : गोवा, केरल (बैकवाटर क्रूज), अंडमान और निकोबार द्वीप समूह में फेरी और लघु क्रूज सेवाएं उपलब्ध हैं।
- रिवर क्रूज (River Cruises) : गंगा और ब्रह्मपुत्र जैसी नदियों पर रिवर क्रूज का प्रचलन बढ़ रहा है, जो स्थानीय संस्कृति और वन्यजीवों का अनुभव प्रदान करते हैं।

पर्यटन में परिवहन की भूमिका एक आधारभूत संरचना के रूप में अत्यंत महत्वपूर्ण है। यह सिर्फ एक साधन नहीं है, बल्कि पर्यटन के विकास का एक अनिवार्य और प्रेरक घटक है। एक अच्छी तरह से विकसित और कुशल परिवहन प्रणाली पर्यटन को बढ़ावा देती है, पर्यटक के अनुभव को बेहतर बनाती है और स्थानीय तथा राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था में महत्वपूर्ण योगदान देती है। यही कारण है कि पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए परिवहन के

बुनियादी ढांचे में निवेश करना अत्यंत आवश्यक है।

12.3.2 आवास (Accommodation)

पर्यटन में आवास (Accommodation) की भूमिका परिवहन जितनी ही महत्वपूर्ण है, क्योंकि यह पर्यटकों को उनके गंतव्य स्थान पर ठहरने और आराम करने की सुविधा प्रदान करता है। आवास को पर्यटन की आधारभूत संरचना (Infrastructure) का एक अनिवार्य स्तंभ माना जाता है, जिसके बिना पर्यटन का विकास संभव नहीं है। यह केवल एक छत और बिस्तर प्रदान करने से कहीं अधिक है, यह पर्यटक के समग्र अनुभव, सुरक्षा और संतुष्टि को सीधे प्रभावित करता है।

आवास की महत्वपूर्ण भूमिकाएँ

1. **सुरक्षा और आराम का केंद्र** : आवास पर्यटकों को यात्रा के दौरान एक सुरक्षित और आरामदायक जगह प्रदान करता है। यह उन्हें अपनी थकान मिटाने, तरोताजा होने और अगले दिन की यात्रा के लिए तैयार होने का मौका देता है। एक स्वच्छ, आरामदायक और सुरक्षित आवास पर्यटक की यात्रा को सफल बनाता है।

2. **यात्रा अनुभव का अभिन्न अंग** : आजकल आवास केवल ठहरने की जगह नहीं है, बल्कि यह खुद में एक पर्यटन उत्पाद बन गया है। उदाहरण के लिए, हेरिटेज होटल, होमस्टे, ट्रीहाउस, या लक्जरी रिसॉर्ट्स पर्यटकों को एक अनूठा अनुभव प्रदान करते हैं। पर्यटक प्रायः इन अनुभवों के लिए ही यात्रा करते हैं।

3. **स्थानीय अर्थव्यवस्था को बढ़ावा** : आवास उद्योग सीधे तौर पर स्थानीय अर्थव्यवस्था को प्रभावित करता है। होटल, गेस्ट हाउस, रिसॉर्ट्स और होमस्टे रोजगार के अवसर पैदा करते हैं (हाउस कीपिंग, रिसेप्शन, शेफ, मैनेजर)। इसके अलावा ये स्थानीय आपूर्तिकर्ताओं से भोजन, पेय पदार्थ और अन्य सामान खरीदते हैं, जिससे स्थानीय किसानों और छोटे व्यवसायों को लाभ होता है।

4. **विभिन्न प्रकार के पर्यटकों की जरूरतों को पूरा करना** : आवास पर्यटकों की विविधतापूर्ण जरूरतों को पूरा करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

    - **कुलीन पर्यटक** : ऐसे पर्यटक विश्राम या ठहराने के लिए फाइव – स्टार होटल और रिसॉर्ट्स में ठहरना पसंद करते हैं।
    - **बजट पर्यटक** : ये लोग कम लागत वाले होटल, गेस्ट हाउस या छात्रावास (Hostel) को चुनते हैं।
    - **पारिवारिक पर्यटक** : ये लोग परिवार के सदस्यों के साथ यात्रा करते हैं तथा स्वंय और परिवार के सदस्यों की सुविधा के लिए होम स्टे या सर्विस अपार्टमेंट पसंद कर सकते हैं।
    - **साहसिक पर्यटक** : कैंपसाइट्स या पारिस्थितिक आवासों में रहना पसंद करते हैं। यह विविधता सुनिश्चित करती है कि सभी प्रकार के पर्यटकों को उनके बजट और पसंद के अनुसार विकल्प मिलें।

5. **पर्यटन के अन्य घटकों को समर्थन** : आवास, परिवहन और आकर्षणों के बीच एक कड़ी के रूप में काम करता है। होटल प्रायः पर्यटकों को परिवहन सेवाओं (टैक्सी या टूर बसें) और स्थानीय आकर्षणों के बारे में जानकारी प्रदान करते हैं। यह पर्यटकों के लिए यात्रा को आसान और सुविधाजनक बनाता है।

6. **पर्यटन के विकास में उत्प्रेरक** : किसी भी नए पर्यटन स्थल के विकास के लिए आवास का होना अनिवार्य है। यदि किसी जगह पर कोई आकर्षण है, लेकिन पर्यटकों के लिए ठहरने की कोई जगह नहीं है, तो वहाँ पर्यटन का विकास नहीं हो सकता। आवास के निर्माण से ही उस क्षेत्र में पर्यटकों का आना शुरू होता है, जिससे पर्यटन पारिस्थितिकी तंत्र (Tourism Ecosystem) का निर्माण होता है।

7. **राजस्व का मुख्य स्रोत** : आवास पर्यटन उद्योग से होने वाले राजस्व का एक बड़ा हिस्सा उत्पन्न करता है। होटल के कमरों का किराया, भोजन और पेय पदार्थों की बिक्री और अन्य सेवाओं से मिलने वाला राजस्व सीधे तौर पर पर्यटन क्षेत्र की आय में योगदान देता है।

पर्यटन में आवास एक आधारभूत संरचना के रूप में अत्यंत महत्वपूर्ण है। यह सिर्फ एक सुविधा नहीं, बल्कि पर्यटन अनुभव का केंद्र है। एक अच्छी तरह से विकसित और विविध आवास उद्योग पर्यटकों को आकर्षित करता है, उनकी यात्रा को सुखद बनाता है और स्थानीय अर्थव्यवस्था को गति देता है। यही कारण है कि पर्यटन के सतत विकास के लिए आवास के बुनियादी ढांचे में निवेश और सुधार करना अपरिहार्य है।

12.3.3 खान – पान (FoodAnd Beverages)

पर्यटन में खान – पान (FoodAnd Beverages) को प्रायः आवास और परिवहन जितना ही महत्वपूर्ण माना जाता है। यह सिर्फ पर्यटकों की भूख मिटाने का साधन नहीं है, बल्कि यह एक आधारभूत संरचना है जो पर्यटक के अनुभव को गहराई से प्रभावित करती है और पर्यटन के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। खान – पान की सुविधाएँ एक गंतव्य को आकर्षक बनाने, स्थानीय संस्कृति को दर्शाने और आर्थिक विकास को गति देने में मदद करती हैं।

खान – पान की प्रमुख भूमिकाएँ

1. **सांस्कृतिक अनुभव का एक अभिन्न अंग** : खान – पान किसी भी क्षेत्र की संस्कृति, परंपराओं और इतिहास को समझने का सबसे सीधा तरीका है। पर्यटक प्रायः स्थानीय व्यंजनों को चखने के लिए उत्सुक रहते हैं, जो उन्हें उस जगह के लोगों और उनकी जीवनशैली से जोड़ता है। उदाहरण के लिए गोवा में सी – फूड, पंजाब में सरसों का साग और मक्के की रोटी तथा दक्षिण भारत में डोसा – इडली का स्वाद लेना पर्यटक के अनुभव का एक अनिवार्य हिस्सा बन जाता है। इस प्रकार खान – पान एक आकर्षण (Attraction) का काम करता है।

2. **यात्रा अनुभव की गुणवत्ता को बढ़ाना** : एक अच्छा भोजन अनुभव पर्यटक की संतुष्टि को बहुत बढ़ा सकता है। चाहे वह एक सड़क किनारे की छोटी दुकान हो या एक लक्जरी रेस्तरां, गुणवत्तापूर्ण और स्वच्छ भोजन प्रदान करना बहुत महत्वपूर्ण है। खराब भोजन या अस्वच्छता पर्यटक के पूरे अनुभव को खराब कर सकती है जबकि स्वादिष्ट और यादगार भोजन उनकी यात्रा की सबसे अच्छी यादों में से एक बन सकता है।

3. **स्थानीय अर्थव्यवस्था को बढ़ावा** : खान – पान उद्योग स्थानीय अर्थव्यवस्था के लिए एक प्रमुख आय का स्रोत है –

   - **रोजगार सृजन** : रेस्तरां, कैफे, बार और ढाबे बड़ी संख्या में लोगों को रोजगार देते हैं, जिनमें शेफ, वेटर, डिलीवरी स्टाफ और मैनेजर शामिल हैं।
   - **स्थानीय उत्पादों की खपत** : ये प्रतिष्ठान प्रायः स्थानीय किसानों, मछुआरों और आपूर्तिकर्ताओं से सामग्री खरीदते हैं। इससे स्थानीय कृषि और खाद्य प्रसंस्करण उद्योग को बढ़ावा मिलता है।
   - **राजस्व** : खाद्य और पेय पदार्थों की बिक्री से सरकार को कर राजस्व मिलता है, जिसका उपयोग बुनियादी ढांचे के विकास के लिए किया जा सकता है।

4. **विभिन्न पर्यटक वर्गों की जरूरतों को पूरा करना** : पर्यटकों की पसंद और बजट के अनुसार खान – पान की सुविधाएँ विविध होनी चाहिए। इसमें निम्नलिखित को सम्मिलित किया जाता है –

   - **बजट पर्यटक** : इन पर्यटकों के लिए सड़क किनारे के ढाबे, स्थानीय भोजनालय और फास्ट – फूड आउटलेट आदि उपलब्ध होने चाहिए।
   - **कुलीन पर्यटक** : ऐसे पर्यटकों अच्छे भोजन (Fine Dining) रेस्तरां, विषय आधारित कैफे और

होटल के रेस्तरां की आवश्यकता होती है।

- **विशेष आवश्यकता वाले पर्यटक** : कुछ पर्यटक ऐसे भी होते हैं जिनके भोजन में शाकाहारी, माशाहरी, या ग्लूटेन फ्री जैसे विकल्प भी उपलब्ध होने चाहिए।

5. **पर्यटन के अन्य घटकों को समर्थन** : ऐसे घटक खान – पान की सुविधाएँ, परिवहन और आवास के साथ मिलकर काम करते हैं। इसमें निम्नलिखित को सम्मिलित किया जाता है –

- **होटल** : होटल अपने रेस्तरां और बार के माध्यम से आय का एक बड़ा हिस्सा कमाते हैं।
- **हवाई अड्ड एवं रेलवे स्टेशन** : परिवहन केंद्रों पर खान – पान की सुविधाएँ यात्रियों के लिए आवश्यक हैं तथा मात्रा में आय का अर्जन होता है।
- **पर्यटन स्थल** : पर्यटन के आकर्षणों के पास खान – पान की सुविधाएँ पर्यटकों के लिए सुविधाजनक होती हैं।

पर्यटन में खान – पान केवल एक सुविधा नहीं, बल्कि एक आधारभूत संरचना है जो पर्यटक के अनुभव को समृद्ध करती है, सांस्कृतिक आदान – प्रदान को बढ़ावा देती है और स्थानीय अर्थव्यवस्था को मजबूत करती है। एक पर्यटन स्थल के रूप में सफल होने के लिए, किसी भी गंतव्य को न केवल परिवहन और आवास में निवेश करना चाहिए, बल्कि अपनी खान – पान की सुविधाओं को भी विकसित और बेहतर बनाना चाहिए ताकि यह पर्यटकों के लिए एक अविस्मरणीय अनुभव बन सके।

12.3.4 सूचना और संचार (InformationAnd Communication)

पर्यटन उद्योग में सूचना और संचार (InformationAnd Communication) एक अदृश्य लेकिन अत्यंत शक्तिशाली आधारभूत संरचना है। यह पर्यटकों को यात्रा की योजना बनाने से लेकर गंतव्य तक पहुँचने और वापस लौटने तक के हर चरण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। आज के डिजिटल युग में यह परिवहन, आवास और खान – पान जितना ही आवश्यक है, क्योंकि इसके बिना आधुनिक पर्यटन की कल्पना करना मुश्किल है।

सूचना और संचार की प्रमुख भूमिकाएँ

1. **यात्रा योजना और बुकिंग को सुविधाजनक बनाना** : डिजिटल प्लेटफॉर्म और इंटरनेट ने पर्यटन को पूरी तरह से बदल दिया है।

- **ऑनलाइन रिसर्च** : पर्यटक अब किसी भी यात्रा की योजना बनाने से पहले ऑनलाइन शोध (Research) करते हैं। वे गंतव्यों, आकर्षणों, आवास विकल्पों, परिवहन साधनों और गतिविधियों के बारे में जानकारी प्राप्त करने के लिए वेबसाइटों, ब्लॉगों और सोशल मीडिया का उपयोग करते हैं।
- **ऑनलाइन बुकिंग** : एयरलाइन टिकट, होटल के कमरे, ट्रेन की सीटें और टूर पैकेज अब एक क्लिक में बुक किए जा सकते हैं। ऑनलाइन ट्रैवल एजेंसियां (OTA) जैसे कि मेक माई ट्रिप (Make My Trip), गोइबिबो (Goibibo) और क्लियर ट्रिप (Clear Trip) ने इस प्रक्रिया को बेहद आसान बना दिया है।
- **समीक्षाएं (Reviews)** : पर्यटक अन्य यात्रियों की समीक्षाएँ (त्मअपमूे) और रेटिंग पढ़कर सूचित निर्णय ले सकते हैं। यात्रा सलाहकार (TripAdvisor), Google Reviews और अन्य प्लेटफॉर्म इस प्रक्रिया में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

2. **गंतव्य पर अनुभव को बेहतर बनाना** : एक बार जब पर्यटक गंतव्य पर पहुँच जाता है, तब भी सूचना और संचार महत्वपूर्ण बनी रहती है। इसमें निम्नलिखित कार्य सम्मिलित होते है –

- **नेविगेशन** : गूगल मैप्स (Google Maps) जैसे ऐप्स पर्यटकों को शहरों में घूमने, आकर्षणों का पता लगाने और रेस्तरां खोजने में मदद करते हैं।
- **डिजिटल गाइड** : ऑडियो गाइड, QR कोड और मोबाइल ऐप्स पर्यटक को ऐतिहासिक स्थलों

और संग्रहालयों के बारे में विस्तृत जानकारी देते हैं।

- **सुरक्षा** : आपातकालीन स्थितियों में संचार की सुविधा (मोबाइल नेटवर्क और इंटरनेट) पर्यटकों की सुरक्षा सुनिश्चित करती है।

3. **मार्केटिंग और प्रचार** : सूचना और संचार प्रौद्योगिकियाँ पर्यटन–स्थलों के प्रचार – प्रसार के लिए अत्यंत महत्वपूर्ण हैं।

- **सोशल मीडिया** : इंस्टाग्राम, फेसबुक और यूट्यूब जैसे प्लेटफॉर्म पर आकर्षक तस्वीरें और वीडियो साझा करके पर्यटन स्थल दुनिया भर के पर्यटकों को आकर्षित कर सकते हैं।
- **डिजिटल विज्ञापन** : लक्षित दर्शकों तक पहुँचने के लिए ऑनलाइन विज्ञापन अभियान चलाए जा सकते हैं।
- **पर्यटन वेबसाइटें** : सरकारी पर्यटन बोर्ड और निजी टूर ऑपरेटर अपनी वेबसाइटों के माध्यम से जानकारी प्रदान करते हैं और बुकिंग की सुविधा देते हैं।

4. **पर्यटन उद्योग के लिए दक्षता बढ़ाना** : सूचना और संचार तकनीकें पर्यटन उद्योग के भीतर की प्रक्रियाओं को भी सुचारु बनाती हैं। इसमें निम्नलिखित सम्मिलित होते है –

- **होटल प्रबंधन** : होटल प्रबंधन प्रणालियाँ (Property Management Systems) बुकिंग, चेक – इन एवं चेक – आउट और बिलिंग को स्वचालित करती हैं।
- **डेटा विश्लेषण** : पर्यटन से संबंधित डेटा (पर्यटकों की संख्या, खर्च और पसंद) का विश्लेषण करके बेहतर नीतियां और सेवाएं बनाई जा सकती हैं।
- **संचार** : टूर ऑपरेटर, होटल और पर्यटक के बीच त्वरित संचार से समस्याओं का समाधान तेजी से होता है।

5. **पर्यटन के नए मॉडल को बढ़ावा देना** : सूचना एवं संचार ने होम स्टे, अनुभव – आधारित पर्यटन (Experience Based Tourism) और व्यक्तिगत यात्रा योजनाओं जैसे नए पर्यटन मॉडलों को बढ़ावा दिया है। ये मॉडल सूचना के आदान – प्रदान और डिजिटल प्लेटफॉर्म पर निर्भर करते हैं।

पर्यटन में सूचना और संचार (I & C) एक आधारभूत संरचना के रूप में पर्यटक के पूरे यात्रा चक्र को नियंत्रित करती है। यह योजना बनाने से लेकर बुकिंग, यात्रा के दौरान नेविगेशन और अनुभव साझा करने तक हर कदम पर सहायता करती है। एक मजबूत डिजिटल और संचार बुनियादी ढाँचा किसी भी पर्यटन स्थल को प्रतिस्पर्धी बनाता है, पर्यटकों के अनुभव को समृद्ध करता है और पर्यटन उद्योग के सतत विकास को सुनिश्चित करता है। यही कारण है कि किसी भी पर्यटन गंतव्य के लिए परिवहन, आवास, और खान – पान के साथ – साथ सूचना और संचार में निवेश करना भी अनिवार्य है।

12.3.5 सुरक्षा और स्वास्थ्य सेवाएँ (SafetyAnd Healthcare Services)

पर्यटन में सुरक्षा और स्वास्थ्य सेवाएँ एक अत्यंत महत्वपूर्ण और प्रायः अनदेखी की जाने वाली आधारभूत संरचना है। ये सेवाएँ पर्यटक को उसकी यात्रा के दौरान सुरक्षित और स्वस्थ रखने के लिए आवश्यक हैं। परिवहन, आवास और खान – पान की तरह ही, एक मजबूत सुरक्षा और स्वास्थ्य प्रणाली के बिना कोई भी पर्यटन स्थल अपनी पूरी क्षमता तक नहीं पहुँच सकता। ये सुविधाएँ न केवल पर्यटक की भलाई सुनिश्चित करती हैं, बल्कि गंतव्य की प्रतिष्ठा और विश्वसनीयता को भी बढ़ाती हैं।

सुरक्षा और स्वास्थ्य सेवाओं की प्रमुख भूमिकाएँ

1. **पर्यटक का विश्वास और सुरक्षा (TrustAnd Security)** : किसी भी पर्यटक के लिए सुरक्षा सबसे पहली प्राथमिकता होती है। जब कोई पर्यटक किसी गंतव्य के सुरक्षित होने का भरोसा करता है, तभी

वह वहाँ जाने की योजना बनाता है। अगर वहाँ पर निम्नलिखित सुविधाएँ उपलब्ध है तो पर्यटक अधिक संख्या में आकर्षित होंगे –

- **व्यक्तिगत सुरक्षा** : इसमें अपराध, चोरी और उत्पीड़न से सुरक्षा शामिल है।
- **सार्वजनिक सुरक्षा** : इसमें अच्छी तरह से प्रशिक्षित पुलिस बल, आपातकालीन हेल्पलाइन नंबर (जैसे 112) और पर्यटक पुलिस शामिल है जो पर्यटकों की समस्याओं को हल करने में मदद कर सकती है।
- **प्राकृतिक आपदाओं से सुरक्षा** : किसी भी प्राकृतिक आपदा (बाढ़, भूकंप) की स्थिति में पर्यटकों को सुरक्षित निकालने और सहायता पहुँचाने की व्यवस्था।

2. **यात्रा अनुभव की गुणवत्ता को बढ़ाना** : एक पर्यटक को यह जानकर मानसिक शांति मिलती है कि अगर उसे कोई स्वास्थ्य समस्या या आपात स्थिति आती है, तो उसे तुरंत मदद मिल सकती है तथा पर्यटन स्थल पर निम्नलिखित सुविधाएँ उपलब्ध हैं।

- **चिकित्सा सुविधाएं** : अच्छी गुणवत्ता वाले अस्पताल, क्लीनिक, फार्मेसी और प्रशिक्षित डॉक्टर आवश्यक हैं।
- **आपातकालीन सेवाएं** : एम्बुलेंस सेवाएँ और आपातकालीन चिकित्सा सुविधाएँ (Emergency Medical Service) तुरंत उपलब्ध होनी चाहिए।
- **स्वच्छता और साफ – सफाई** : पर्यटन–स्थलों, रेस्तरां और सार्वजनिक स्थानों पर स्वच्छता और साफ – सफाई बनाए रखना पर्यटकों के स्वास्थ्य के लिए महत्वपूर्ण है।

3. **गंतव्य की प्रतिष्ठा और ब्रांडिंग** : किसी गंतव्य की सुरक्षा और स्वास्थ्य सेवाएँ उसकी वैश्विक प्रतिष्ठा को सीधे प्रभावित करती हैं।

- **सकारात्मक छवि** : एक सुरक्षित और स्वस्थ गंतव्य की अच्छी छवि बनती है, जिससे अधिक पर्यटक आकर्षित होते हैं।
- **नकारात्मक छवि का जोखिम** : अगर कोई पर्यटन स्थल असुरक्षित माना जाता है या वहाँ चिकित्सा सुविधाएँ खराब हैं, तो यह बात तेजी से फैलती है और उस जगह की पर्यटन क्षमता को बुरी तरह प्रभावित करती है।
- **यात्रा सलाहकार (TravelAdvisory)** : कई देश अपने नागरिकों को उन जगहों पर जाने से बचने की सलाह देते हैं जहाँ सुरक्षा या स्वास्थ्य को लेकर जोखिम ज्यादा होता है।

4. **पर्यटन के सतत विकास में योगदान** : सुरक्षा और स्वास्थ्य सेवाएँ पर्यटन के सतत विकास (Sustainable Development) का एक महत्वपूर्ण हिस्सा हैं।

- **समुदाय का लाभ** : स्थानीय समुदाय को भी बेहतर स्वास्थ्य सेवाएँ मिलती हैं, जिससे उनका जीवन स्तर सुधरता है।
- **दीर्घकालिक निवेश** : सुरक्षा और स्वास्थ्य के बुनियादी ढांचे में किया गया निवेश अल्पकालिक नहीं, बल्कि दीर्घकालिक होता है, जो पूरे समाज को लाभ पहुँचाता है।

5. **पर्यटन के अन्य घटकों को समर्थन** : सुरक्षा और स्वास्थ्य सेवाएँ पर्यटन के अन्य सभी घटकों को समर्थन देती हैं।

- **परिवहन** : सड़क दुर्घटनाओं के मामले में त्वरित चिकित्सा सहायता की आवश्यकता होती है।
- **आवास** : होटलों और रिसॉर्ट्स को पर्यटकों के लिए बुनियादी चिकित्सा सुविधाएँ और आपातकालीन संपर्क नंबर उपलब्ध कराने चाहिए।

- **साहसिक पर्यटन** : साहसिक गतिविधियों (ट्रैकिंग, रिवर राफ्टिंग) के लिए विशेष रूप से प्रशिक्षित चिकित्सा दल और बचाव सेवाएँ आवश्यक होती हैं।

पर्यटन में सुरक्षा और स्वास्थ्य सेवाएँ एक आधारभूत संरचना के रूप में पर्यटकों को न केवल सुरक्षा और मानसिक शांति प्रदान करती हैं, बल्कि किसी भी गंतव्य की विश्वसनीयता और प्रतिष्ठा की भी गारंटी देती हैं। कोई भी पर्यटक उस स्थान पर जाना पसंद नहीं करेगा जहाँ उसे अपनी सुरक्षा या स्वास्थ्य को लेकर खतरा महसूस हो। यही कारण है कि किसी भी पर्यटन स्थल को सफल बनाने के लिए परिवहन, आवास और सूचना के साथ – साथ सुरक्षित वातावरण और विश्वसनीय स्वास्थ्य सेवाओं में निवेश करना अपरिहार्य है।

12.3.6 मनोरंजन और गतिविधियाँ (EntertainmentAndActivities)

पर्यटन में मनोरंजन और गतिविधियाँ (EntertainmentAndActivities) एक महत्वपूर्ण आधारभूत संरचना है जो किसी भी गंतव्य को पर्यटकों के लिए आकर्षक और यादगार बनाती है। यदि परिवहन, आवास और खान – पान पर्यटक की मूलभूत आवश्यकताएं हैं, तो मनोरंजन और गतिविधियाँ वह आकर्षण हैं जो उन्हें किसी स्थान पर आने के लिए प्रेरित करती हैं और उन्हें वहाँ अधिक समय तक रुकने के लिए प्रोत्साहित करती हैं। ये पर्यटकों को एक निष्क्रिय दर्शक से एक सक्रिय भागीदार में बदल देती हैं।

मनोरंजन और गतिविधियों की प्रमुख भूमिकाएँ

1. **पर्यटन को एक अनुभव में बदलना** : आजकल पर्यटक केवल दर्शनीय स्थल देखना नहीं चाहते, बल्कि वे एक अनुभव चाहते हैं।
   - **सांस्कृतिक गतिविधियाँ** : लोक नृत्य, संगीत समारोह, कठपुतली शो और पारंपरिक कला प्रदर्शन पर्यटकों को स्थानीय संस्कृति में डुबो देते हैं।
   - **साहसिक गतिविधिया** : ट्रैकिंग, रिवर राफ्टिंग, जंगल सफारी, पैराग्लाइडिंग और स्कूबा डाइविंग रोमांच पसंद करने वाले पर्यटकों को आकर्षित करती हैं।
   - **मनोरंजन के पार्क** : विषयक पार्क, वाटर पार्क और मनोरंजन पार्क परिवारों और बच्चों के लिए लोकप्रिय गंतव्य हैं।
2. **पर्यटकों को आकर्षित करने का मुख्य कारण (Pull Factor)** : मनोरंजन और गतिविधियाँ ही प्रायः प्राथमिक कारण होती हैं कि पर्यटक किसी विशेष गंतव्य को चुनते हैं। उदाहरण के लिए, गोवा में नाइट लाइफ और वाटर स्पोर्ट्स, केरल में बैकवाटर क्रूज या राजस्थान में डेजर्ट सफारी और सांस्कृतिक कार्यक्रम पर्यटकों को आकर्षित करने वाले मुख्य आकर्षण हैं। इनके बिना ये स्थान सिर्फ ठहरने की जगह बनकर रह जाएंगे।
3. **पर्यटक के ठहरने की अवधि बढ़ाना** : जितनी अधिक गतिविधियाँ एक स्थान पर उपलब्ध होंगी, पर्यटक वहाँ उतना ही अधिक समय बिताएगा।
   - यदि किसी शहर में केवल कुछ ऐतिहासिक इमारतें हैं, तो पर्यटक एक दिन में ही घूमकर जा सकता है।
   - यदि किसी स्थान पर खरीदारी के लिए बाजार, शाम सांस्कृतिक प्रदर्शन और आस – पास साहसिक गतिविधियाँ भी हैं, तो पर्यटक अपना प्रवास तीन या चार दिनों तक बढ़ा सकता है। यह स्थानीय अर्थव्यवस्था के लिए बहुत लाभदायक होता है।
4. **राजस्व और रोजगार का सृजन** : मनोरंजन और गतिविधियों से सीधे तौर पर स्थानीय अर्थव्यवस्था को लाभ होता है।
   - **टिकट बिक्री** : संग्रहालय, पार्क और प्रदर्शन स्थल में प्रवेश शुल्क से राजस्व मिलता है।
   - **पर्यटन संबंधी रोजगार** : गाइड, प्रशिक्षक, कलाकार, टूर ऑपरेटर और स्थानीय कारीगरों के लिए रोजगार के अवसर पैदा होते हैं।

- **द्वितीयक खर्च** : पर्यटक इन गतिविधियों के दौरान भोजन, खरीदारी और परिवहन पर भी खर्च करते हैं, जिससे स्थानीय व्यवसायों को फायदा होता है।

5. **पर्यटन के नए बाजारों का विकास** : मनोरंजन और गतिविधियों की विविधता नए प्रकार के पर्यटकों को आकर्षित कर सकती है।

- **पारिस्थितिक पर्यटन** : वन्यजीव सफारी और प्रकृति दर्शन पर्यावरण के प्रति जागःक पर्यटकों को आकर्षित करते हैं।
- **खेल पर्यटनः** क्रिकेट मैच, फार्मूला 1 रेस या मैराथन जैसे आयोजन बड़ी संख्या में प्रशंसकों को आकर्षित करते हैं।
- **वेलनेस पर्यटन** : योग और ध्यान केंद्र स्वास्थ्य पर्यटन को बढ़ावा देते हैं।

पर्यटन में मनोरंजन और गतिविधियाँ एक आधारभूत संरचना के रूप में किसी भी गंतव्य को जीवंत और आकर्षक बनाती हैं। ये पर्यटकों को सिर्फ यात्रा करने के बजाय उसे जीने का अवसर देती हैं। ये न केवल पर्यटक के अनुभव को समृद्ध करती हैं, बल्कि स्थानीय अर्थव्यवस्था को भी बढ़ावा देती हैं और गंतव्य की ब्रांडिंग में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं। इसलिए किसी भी पर्यटन स्थल के विकास के लिए परिवहन, आवास और सुरक्षा के साथ – साथ मनोरंजन और गतिविधियों के बुनियादी ढांचे में निवेश करना भी अत्यंत आवश्यक है।

12.3.7 सहायक सुविधाएँ (Ancillary Facilities)

पर्यटन में सहायक सुविधाएँ (Ancillary Facilities) वे सुविधाएँ हैं जो सीधे तौर पर पर्यटन का हिस्सा नहीं होतीं, लेकिन पर्यटकों के अनुभव को पूरा करने और उसे सुविधाजनक बनाने के लिए अत्यंत आवश्यक होती हैं। इन्हें पर्यटन की रीढ़ की हड्डी कहा जा सकता है। परिवहन, आवास और आकर्षणों जैसे मुख्य घटकों को सफल बनाने के लिए ये सहायक सुविधाएँ एक मजबूत नींव प्रदान करती हैं।

सहायक सुविधाओं की प्रमुख भूमिकाएँ

1. **यात्रा को सुविधाजनक और आसान बनाना** : सहायक सुविधाएँ पर्यटकों की रोजमर्रा की जःरतों को पूरा करती हैं, जिससे उनकी यात्रा सुविधाजनक बनती है, इसमें निम्नलिखित सेवाएँ सम्मिलित होती –

- **वित्तीय सेवाएः** एटीएम (ATM), बैंक, मुद्रा विनिमय केंद्र (Money Exchange) और डिजिटल भुगतान की सुविधा पर्यटकों को नकदी और वित्तीय लेनदेन में मदद करती है।
- **खरीदारी की सुविधाएः** स्थानीय बाजार, शॉपिंग मॉल और स्मृति चिन्ह (Souvenir) की दुकानें पर्यटकों को खरीदारी का अनुभव प्रदान करती हैं और स्थानीय कला व शिल्प को बढ़ावा देती हैं।
- **लॉन्डो सेवाएं** : लंबी यात्राओं के दौरान कपड़ों की सफाई की सुविधा पर्यटकों के लिए बहुत महत्वपूर्ण होती है।

2. **सूचना और मार्गदर्शन प्रदान करना** : पर्यटन कार्यालय और सूचना केंद्र पर्यटकों को गंतव्य के बारे में जानकारी, नक्शे और गाइड बुक प्रदान करते हैं।

- **पर्यटन सूचना केंद्र** : ये केंद्र पर्यटकों को स्थानीय आकर्षणों, घटनाओं और सेवाओं के बारे में सटीक जानकारी देते हैं।
- **गाइड सेवाएः**प्रशिक्षित गाइड पर्यटकों को स्थलों के इतिहास और महत्व के बारे में बताते हैं, जिससे उनका अनुभव और समृद्ध होता है।

3. **पर्यटक अनुभव को पूरा करना** : सहायक सुविधाएँ यात्रा को केवल एक गतिविधि से बदलकर एक

संपूर्ण अनुभव बनाती हैं।

- **सार्वजनिक शौचालय और पेयजल** : ये बुनियादी सुविधाएँ किसी भी पर्यटन स्थल की स्वच्छता और पर्यटक के आराम के लिए बहुत जरूरी हैं। इनकी अनुपलब्धता से पर्यटक का अनुभव खराब हो सकता है।
- **मनोरंजन और अवकाश** : पार्कों, सिनेमा हॉल, और पुस्तकालय जैसी सुविधाएँ पर्यटकों को मनोरंजन और आराम के लिए अतिरिक्त विकल्प देती हैं।
- **सार्वजनिक इंटरनेट और वाई – फाई** : यह सुविधा पर्यटकों को अपने परिवार और दोस्तों के साथ संपर्क में रहने और यात्रा से जुड़ी जानकारी साझा करने में मदद करती है।

4. **आपात स्थिति में सहायता** : सहायक सुविधाएँ आपातकालीन सेवाओं को समर्थन देती हैं।

- **पुलिस स्टेशन** : पर्यटकों की सुरक्षा और किसी भी आपराधिक घटना की स्थिति में मदद के लिए।
- **अग्नि शमक स्टेशन** : आग लगने जैसी आपातकालीन स्थितियों से निपटने के लिए।

5. **गंतव्य की प्रतिष्ठा बढ़ाना** : किसी भी पर्यटन स्थल की सहायक सुविधाओं की गुणवत्ता उसकी प्रतिष्ठा को बढ़ाती है।

- यदि एक गंतव्य में पर्याप्त और अच्छी तरह से प्रबंधित सहायक सुविधाएँ हैं, तो पर्यटक उसे एक विकसित और सुव्यवस्थित गंतव्य के रूप में देखते हैं।
- खराब या अनुपलब्ध सुविधाएँ पर्यटकों को निराश कर सकती हैं और भविष्य में उन्हें वापस आने से रोक सकती हैं।

पर्यटन में सहायक सुविधाएँ (Ancillary Facilities) आधारभूत संरचना का एक महत्वपूर्ण हिस्सा हैं। वे सीधे तौर पर पर्यटक को आकर्षित नहीं करतीं, लेकिन वे पर्यटकों के अनुभव को सुविधाजनक, आरामदायक और यादगार बनाती हैं। इन सुविधाओं के बिना, पर्यटन का पूरा अनुभव अधूरा रह जाता है। यही कारण है कि एक सफल पर्यटन गंतव्य बनाने के लिए परिवहन, आवास, और मनोरंजन के साथ – साथ इन सहायक सुविधाओं के विकास और रख – रखाव में भी निवेश करना अनिवार्य है। भारत सरकार स्वदेश दर्शन और प्रसाद जैसी योजनाओं के माध्यम से विशिष्ट पर्यटन सर्किट और धार्मिक स्थलों पर बुनियादी ढांचे के विकास पर ध्यान केंद्रित कर रही है, जिससे देश के दूर – दराज के क्षेत्रों में भी पर्यटन को बढ़ावा मिल सके।

12.4 सारांश

आपने इस इकाई मे।भारत में पर्यटन की आधारभूत संरचनाओं का अध्ययन किया है। आप समझ गए होगें कि भारत में पर्यटन के विकास को इन संरचनाओं ने किस प्रकार प्रभावित किया है। ए वे आधार होती हैं जिस पर सम्पूर्ण पर्यटन टिका हुआ है। इस से देश के पर्यटन को गतिशीलता मिलती है तथा उसके विकास को प्रोत्साहन प्राप्त होता है। वास्तव में पर्यटन की आधारभूत संरचना लोगों, स्थानों और पर्यटन की घटना के बीच जटिल अंतःक्रियाओं को समझने के लिए एक व्यापक ढाँचा प्रदान करता है, जो इस उद्योग को जिम्मेदारी से प्रबंधित और विकसित करने में स्थानिक विश्लेषण के महत्व पर प्रकाश डालता है।

इस इकाई में भारत में पर्यटन की आधारभूत संरचनाओ।उपयोगिता, क्षेत्रीय विभिन्नता के विविध आयाम तथा वर्तमान समय में उसकी उपयोगिता को प्रस्तुत किया गया है। किन्हीं देशों में इसके अध्ययन को ज्यादा महत्त्व दिया गया है तो किन्हीं देशों में कम। जिन देशों में इसका विकास अनुकूलतम हुआ है वहाँ अधिक संख्या लोग आते हैं जबकि प्रतिकुल अवसंरचनात्मक विकास पर्यटकों को हतोत्साहित करते है। समय में होने वाले परिवर्तन के साथ ही पर्यटन की आधारभूत संरचना की प्रासंगिकता में वृद्धि हुई है, जिसने पर्यटन भूगोल के विकास में महत्त्वपूर्ण योगदान दिया है। इस प्रकार आपने पर्यटन भारत में पर्यटन की आधारभूत संरचनाओं

का विस्तृत एवं सारगर्भित अध्ययन किया है।

12.5 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

1. भारत माला परियोजना क्या है?

   (क) यह परियोजना सड़कों के बुनियादी ढांचे को बेहतर बनती है।

   (ख) यह माला बनाने की एक कला है ।

   (ग) यह मध्य प्रदेश की एक जनजाति है ।

   (घ) यह दक्षिण भारत मे मन्दिर निर्माण की कला है।

2. पर्यटकों को उनके उद्यम स्थल से गंतव्य सथल तक पहुचाने वाले माध्यम को क्या कहते है?

   (क) परिवहन माध्यम (ख) सड़क निर्माण

   (ग) जनसँख्या की गणना (घ) मकान निर्माण

3. पंजाब राज्य के सामान्य समाज का सबसे प्रसिद्ध पकवान क्या है?

   (क) मछली भात (ख) इडली डोसा

   (ग) सरसों का साग एवं मक्के की रोटी (घ) बाटी चोखा

4. निम्नलिखित में कौन प्राकृतिक आपदा नहीं है?

   (क) बाढ़ (ख) गैस का रिसाव (ग) भूकम्प (घ) सुखा

5. प्रसाद योजना का मुख्य उद्देश्य क्या है?

   (क) विशिष्ट पर्यटन–स्थलों पर बुनियादी ढांचे का विकास

   (ख) जल परिवहन का विकास

   (ग) गरीबों के घर का निर्माण

   (घ) विद्यालयों का निर्माण

12.6 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

- Baghia, Sunil, 2017, Tourism Geography, Book Enclave, New Delhi.
- Kaur, J., 1993, Himalayan PilgrimageAnd New Tourism, Himalayan Books, New Delhi.
- Khanduri, Harshi, 2021, Tourism Geography, J. T. S. Publications, Delhi.
- Mandal, Somdatta, 2010, Indian Travel Narratives, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- Nelson, Velvet, 2017, An Introduction to the Geography of Tourism, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- नीशावा, परवीन, 2022, पर्यटन भूगोल – एक अध्ययन, आर. के. बुक्स, नई दिल्ली।
- बंसल, सुरेश चन्द्र, 2006, पर्यटन एवं यात्रा प्रबन्धन, मीरा प्रकाशन, सहारनपुर (उ.प्र)।
- सदैव, शशिकांता, 2019, भारत के प्रसिद्ध मंदिर, यात्रा और धाम, प्रभाकर प्रकाशन, नई दिल्ली।

- मौर्य, एस. डी., 2023, पर्यटन भूगोल, शारदा पुस्तक भवन, प्रयागराज।
- यादव, बी., दुबे, पी. एवं यादव, आर. एस., 2016, काशी का एक सांस्कृतिक विरासत सारनाथ : पर्यटन के विशेष सन्दर्भ में, उत्तर भारत भूगोल परिषद, गोरखपुर (उ.प्र)।
- यादव, बी., एवं प्रजापति, ए. एल., 2024, काशी परिक्षेत्र में संपन्न होने वाली यात्राओं के महात्म्य का भौगोलिक विश्लेषण, ज्ञानसौर्यम साइंटिफिक रिफ्रिड शोध पत्रिका, प्रयागराज।

12.7 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

1. पर्यटन के आधारभूत संरचना को परिभाषित कीजिए।
2. भारत में पर्यटन के आधारभूत संरचना का वर्णन कीजिए।
3. पर्यटन की आधारभूत संरचना भारत में इस उद्योग की सफलता को किस प्रकार से प्रभावित करती है, स्पष्ट कीजिए।

इकाई—13 भारत के पर्यटन सर्किट एवं पर्यटन उद्योग की उपलब्धियां

इकाई की रूपरेखा

13.0 प्रस्तावना

13.1 उद्देश्य

13.2 पर्यटन सर्किट का अर्थ एवं परिभाषा

13.3 बुद्ध सर्किट

13.4 रामायण सर्किट

13.5 तटीय सर्किट

13.6 हिमालय सर्किट

13.7 मरुस्थलीय सर्किट

13.8 भारतीय पर्यटन उद्योग की उपलब्धियां

13.9 सारांश

13.10 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

13.11 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

13.12 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

13.0 प्रस्तावना

पर्यटन सर्किट एक पूर्वनिश्चित मार्ग या यात्रा कार्यक्रम है जो एक विशिष्ट विषय, भौगोलिक क्षेत्र या ऐतिहासिक महत्व पर आधारित कई पर्यटन—स्थलों को एक साथ जोड़ता है। यह एक गोलाकार या रैखिक मार्ग हो सकता है, जिसमें पर्यटक एक क्रम में विभिन्न गंतव्यों की यात्रा करते हैं और अंत में या तो शुरुआती बिंदु पर वापस आते हैं या किसी नए गंतव्य पर अपनी यात्रा समाप्त करते हैं। दूसरे शब्दों में कहा जा सकता है कि यह एक यात्रा पैकेज है जो पर्यटकों को एक ही यात्रा में कई संबंधित स्थानों को देखने का अवसर देता है, जिससे उनकी यात्रा अधिक सुविधाजनक, कुशल और यादगार बन जाती है। उदाहरण के लिए, अगर कोई पर्यटक भारत के षगोल्डन ट्रायंगल सर्किट पर जाता है, तो वह दिल्ली से आगरा और फिर जयपुर की यात्रा करता है, जो तीनों ऐतिहासिक और सांस्कृतिक रूप से महत्वपूर्ण शहर हैं।

13.1 उद्देश्य

पर्यटन प्राचीन काल से मानव जीवन की प्रवृत्ति रही है जिसमें वह अपनी विविध प्रकार की आवश्यकताओं की पूर्ति हेतु एक स्थान से दूसरे स्थान तक भ्रमण करता है। इसी प्रक्रिया का परिणाम था कि अलग —अलग भौगोलिक दशाओं में विविध प्रकार के पर्यटन—स्थलों का विकास हुआ। जब इन सभी पर्यटन—स्थलों एक विशेष रणनिति के तहत विकसित किया जाता है तब उसे पर्यटन सर्किट का नाम दिया जाता है। प्रस्तुत इकाई के उद्देश्य निम्नलिखित है —

1. पर्यटन सर्किट के अर्थ एवं परिभाषा को स्पष्ट करना।
2. बुद्ध सर्किट की विशेषताओं का वर्णन करना।
3. रामायण सर्किट के भौगोलिक विस्तार एवं सरकार की पहलों की व्याख्या करना।
4. तटीय सर्किट, हिमालय सर्किट एवं मरुस्थलीय सर्किट पर पर्यटकों को आकर्षित करने वाले स्थलों एवं कारकों का वर्णन कीजिए।

5. पर्यटन उद्योग की उपलब्धियों का वर्णन कीजिए।

13.2 पर्यटन सर्किट का अर्थ एवं परिभाषा

विभिन्न स्रोतों और पर्यटन विशेषज्ञों के अनुसार, पर्यटन सर्किट की परिभाषा को निम्नलिखित प्रमुख विशेषताओं के आधार पर समझा जा सकता है –

1. **कम से कम तीन प्रमुख गंतव्य** : एक सर्किट में कम से कम तीन बड़े पर्यटन स्थल होने चाहिए। ये स्थल एक ही शहर, गाँव या कस्बे में नहीं होने चाहिए।

2. **तार्किक सम्बद्धता** : सभी गंतव्य एक – दूसरे से बहुत दूर नहीं होने चाहिए, ताकि पर्यटक उन्हें एक क्रम में आसानी से घूम सकें। उनके बीच सड़क, रेल या हवाई मार्ग से अच्छी सम्बद्धता होनी चाहिए।

3. **सुपरिभाषित प्रवेश और निकास बिंद** : सर्किट का एक स्पष्ट शुरुआती (entry) और अंतिम (exit) बिंदु होना चाहिए। यह पर्यटक को अपनी यात्रा की योजना बनाने में मदद करता है।

4. **एक विशिष्ट विषय पर आधारित** : एक सर्किट प्रायः किसी एक प्रमुख विषय पर केंद्रित होता है। यह विषय धार्मिक, ऐतिहासिक, सांस्कृतिक, वन्यजीव, या प्राकृतिक हो सकता है। उदाहरण के लिए, बौद्ध सर्किट बौद्ध धर्म से जुड़े स्थलों को जोड़ता है

5. **बहु – राज्य या राज्य – विशिष्ट** : एक सर्किट एक ही राज्य तक सीमित हो सकता है (राजस्थान का डेजर्ट सर्किट) या कई राज्यों को कवर कर सकता है (रामायण सर्किट जो उत्तर प्रदेश, बिहार, मध्य प्रदेश और श्रीलंका तक फैला है)।

"एक पर्यटन सर्किट एक पूर्व – नियोजित मार्ग है जिसमें कम से कम तीन अलग – अलग लेकिन आपस में जुड़े हुए गंतव्य शामिल होते हैं। यह एक विशेष विषय या क्षेत्र पर केंद्रित होता है और इसका उद्देश्य पर्यटकों को एक सहज और व्यापक यात्रा अनुभव प्रदान करना होता है।"

13.2.1 भारत के पर्यटन सर्किट

भारत में पर्यटन एक प्रमुख आर्थिक गतिविधि है, जो देश की समृद्ध सांस्कृतिक विरासत, प्राकृतिक सुंदरता और विविधता का लाभ उठाती है। सरकार ने पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए विभिन्न नीतियों और योजनाओं को लागू किया है, जिनमें से पर्यटन सर्किट एक महत्वपूर्ण पहल है। भारत अपनी समृद्ध संस्कृति इतिहास और भौगोलिक विविधता के कारण पर्यटकों के लिए एक पसंदीदा स्थान है। देश में पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए पर्यटन मंत्रालय ने स्वदेश दर्शन योजना के तहत कई विषय आधारित पर्यटन सर्किट विकसित किए हैं, ये सर्किट पर्यटकों को एक विशिष्ट विषय या क्षेत्र पर केंद्रित स्थानों का भ्रमण करने का अवसर देते हैं।

प्रमुख पर्यटन सर्किट

यहाँ भारत के कुछ प्रमुख पर्यटन सर्किटों का विवरण दिया गया है –

13.3 बौद्ध सर्किट

बौद्ध सर्किट एक विशेष यात्रा मार्ग है जो उन सभी प्रमुख स्थानों को जोड़ता है जो गौतम बुद्ध के जीवन और शिक्षाओं से जुड़े हुए हैं। यह सर्किट न केवल बौद्ध अनुयायियों के लिए एक पवित्र तीर्थ यात्रा है, बल्कि इतिहास, संस्कृति और शांति में रुचि रखने वाले पर्यटकों के लिए भी एक अनूठा अनुभव प्रदान करता है। इस सर्किट में वे चार मुख्य स्थान सम्मिलित हैं जिन्हें स्वयं बुद्ध ने अपने अनुयायियों के लिए तीर्थ स्थल के रूप में नामित किया था –

1. **लुम्बिनी (जन्म)** : नेपाल में स्थित यह वह स्थान है जहाँ राजकुमार सिद्धार्थ गौतम का जन्म हुआ था।

2. **बोधगया (ज्ञान)** : बिहार राज्य में स्थित यह वह स्थान है जहाँ बुद्ध को बोधि वृक्ष के नीचे ज्ञान

(enlightenment) प्राप्त हुआ था।

3. **सारनाथ (पहला उपदेश)** : उत्तर प्रदेश में स्थित यह वह स्थान है जहाँ बुद्ध ने ज्ञान प्राप्त करने के बाद अपना पहला उपदेश दिया था।

4. **कुशीनगर (महापरिनिर्वाण)** : उत्तर प्रदेश में स्थित यह वह स्थान है जहाँ बुद्ध ने महापरिनिर्वाण (मोक्ष) प्राप्त किया था।

इन चार मुख्य स्थलों के अलावा इस सर्किट में कई अन्य महत्वपूर्ण स्थान भी शामिल हैं जहाँ बुद्ध ने अपने जीवनकाल में उपदेश दिए, समय बिताया या लोगों से संपर्क किए।

13.3.1 बौद्ध सर्किट के अन्य प्रमुख स्थल निम्नलिखित –

1. बिहार

- **बोधगया** : यह सर्किट का सबसे महत्वपूर्ण केंद्र है। यहाँ महाबोधि मंदिर परिसर है, जो यूनेस्को की विश्व धरोहर स्थल है। इसके भीतर प्रसिद्ध बोधि वृक्ष है।
- **राजगीर** : यह वह स्थान है जहाँ बुद्ध ने कई उपदेश दिए और वर्षा ऋतु का समय बिताया जिसे वर्षावास के नाम से जाना जाता है। यहाँ गृद्धकूट पहाड़ी (Vulture's Peak) और वेणु वन जैसे स्थल भी स्थित हैं।
- **नालंदा** :प्राचीन नालंदा विश्वविद्यालय के खंडहर यहाँ स्थित हैं, जो बौद्ध शिक्षा का एक महान केंद्र था।
- **वैशाली** : यह वह स्थान है जहाँ बुद्ध ने अपना अंतिम उपदेश दिया था।

2. उत्तर प्रदेश

- **सारनाथ (वाराणसी)** : यहाँ प्रसिद्ध धमेख स्तूप और चौखंडी स्तूप हैं, जो बुद्ध के पहले उपदेश को चिह्नित करते हैं। यहाँ एक पुरातात्विक संग्रहालय भी है जहाँ सम्राट अशोक का सिंह स्तंभ रखा हुआ है।
- **कुशीनगर** : यहाँ महापरिनिर्वाण मंदिर है, जिसमें बुद्ध की लेटी हुई मूर्ति है। पास में हीरामाभर स्तूप है जहाँ उनका अंतिम संस्कार किया गया था।
- **श्रावस्ती** : यह वह स्थान है जहाँ बुद्ध ने सबसे अधिक समय (24 वर्षा ऋतु) बिताया और कई चमत्कार युक्त प्रवचन दिए थे।
- **कौशाम्बी** : बुद्ध ने यहाँ अपने ज्ञान प्राप्ति के 6वें और 9वें वर्ष में उपदेश दिए थे।
- **कपिलवस्तु (पिपरहवा)** : यह वह स्थान है जहाँ सिद्धार्थ गौतम ने अपना बचपन और प्रारंभिक जीवन बिताया था।

3. मध्य प्रदेश

- **सांची** : यहाँप्रसिद्ध साँची स्तूप स्थित है, जो भारत के सबसे पुराने पत्थर के स्मारकों में से एक है। इसे सम्राट अशोक ने बनवाया था।

4. आंध्र प्रदेश

- **अमरावती और नागार्जुनकोंडा** : ये दोनों स्थल दक्षिण भारत में बौद्ध संस्कृति और शिक्षा के महत्वपूर्ण केंद्र हैं, बौद्ध धर्म की शिक्षा से लोगों को प्रशिक्षित किया जाता है।

13.3.2 सरकार की पहलें और सुविधाएँ

भारत सरकार ने 'स्वदेश दर्शन योजना' के तहत बौद्ध सर्किट को एक प्रमुख विषय आधारित सर्किट के रूप में

विकसित करने पर विशेष ध्यान दिया है। इसके लिए किए गए प्रमुख प्रयास निम्नलिखित हैं –

- **सम्बद्धता में सुधार** : इन स्थलों को जोड़ने के लिए सड़कों, रेलवे और हवाई अड्डों का विकास किया जा रहा है। कुशीनगर अंतर्राष्ट्रीय हवाई अड्डा इसका एक बड़ा उदाहरण है, जो सीधे विदेशी पर्यटकों को इस सर्किट से जोड़ता है।
- **आइ आर सी टी सी की विशेष रेल** : आई आर सी टी सी (I.R.C.T.C.) द्वारा चलाई जाने वाली 'बुद्धिस्ट सर्किट ट्रेन' पर्यटकों को इन सभी प्रमुख स्थलों की आरामदायक और सुविधाजनक यात्रा प्रदान करती है।
- **बुनियादी ढांचा** : आवास, सूचना केंद्र, स्वच्छता और अन्य पर्यटक सुविधाओं का विकास किया जा रहा है।
- **पर्यटन को बढ़ावा** : 'अतुल्य भारत' अभियान के तहत बौद्ध सर्किट का सक्रिय रूप से प्रचार किया जा रहा है।

बौद्ध सर्किट भारत की समृद्ध सांस्कृतिक और आध्यात्मिक विरासत का एक महत्वपूर्ण प्रतीक है। यह न केवल लाखों बौद्ध तीर्थयात्रियों के लिए श्रद्धा का केंद्र है, बल्कि दुनिया भर के पर्यटकों के लिए शांति, आत्म –खोज और ऐतिहासिक ज्ञान का एक महत्वपूर्ण स्रोत भी है।

13.4 रामायण सर्किट

रामायण सर्किट भारतीय पर्यटन में एक महत्वपूर्ण और आध्यात्मिक विषय आधारित सर्किट है, जिसे भारत सरकार की स्वदेश दर्शन योजना के तहत विकसित किया जा रहा है। इस सर्किट का उद्देश्य उन सभी प्रमुख स्थानों को आपस में जोड़ना है जो हिंदू महाकाव्य रामायण में भगवान राम के जीवन, यात्राओं और कार्यों से जुड़े हुए हैं। यह सर्किट केवल एक धार्मिक यात्रा नहीं है, बल्कि यह एक सांस्कृतिक और ऐतिहासिक अनुभव है जो पर्यटकों को भारत की समृद्ध विरासत और पौराणिक कथाओं से परिचित कराता है।

13.4.1 रामायण सर्किट के प्रमुख स्थल

रामायण सर्किट में भारत के विभिन्न राज्यों में फैले 15 प्रमुख स्थलों को चिन्हित किया गया है, जिन्हें भगवान राम से जुड़े महत्वपूर्ण पड़ावों के रूप में मान्यता प्राप्त है। भगवन राम ने अपने जीवन के महत्त्वपूर्ण पल इन्ही स्थानों पर व्यतीत किए थे, इन स्थलों को तीन खंडों में विभाजित किया जा सकता है

1. भगवान राम के जन्म और प्रारंभिक जीवन से जुड़े स्थल

- **अयोध्या (उत्तर प्रदेश)** : यह सर्किट का सबसे महत्वपूर्ण केंद्र है, जहाँ भगवान राम का जन्म हुआ था। यहाँप्रसिद्ध राम जन्मभूमि मंदिर है।
- **श्रृंगवेरपुर (उत्तर प्रदेश)** : यह वह स्थान है जहाँ भगवान राम ने वनवास के दौरान गंगा नदी को पार किया था। यहाँ निषादराज का आश्रम था। आज भी यहाँ पर स्नान का मेला लगता है, जिसमें सम्मिलित होने के लिए अधिकांश लोग आते हैं।
- **चित्रकूट (उत्तर प्रदेश एवं मध्य प्रदेश)** : यह वह स्थान है जहाँ भगवान राम, सीता और लक्ष्मण ने अपने वनवास के दौरान कुछ समय बिताया था। यहाँ पर कामदगिरि पर्वत, गुप्त गोदावरी और रामघाट जैसे प्रमुख स्थल हैं।

2. वनवास के दौरान के स्थल

- **नासिक (महाराष्ट)** : यहाँ पंचवटी नामक एक प्रमुख स्थान स्थित है, जहाँ भगवान राम, सीता और लक्ष्मण ने वनवास का एक बड़ा हिस्सा बिताया था। यहीं से रावण ने माता सीता का अपहरण किया था।
- **हम्पी (कर्नाटक)** : यह प्राचीन किष्किंधा है, जो बाली और सुग्रीव का साम्राज्य था। यहीं हनुमान

पहली बार भगवान राम से मिले थे।

- **भद्राचलम (तेलंगाना)** : यह स्थान गोदावरी नदी के तट पर स्थित है और भगवान राम के वनवास से जुड़ा एक प्रमुख स्थल है।
- **जगदलपुर (छत्तीसगढ़)** : यह दंडकारण्य वन का हिस्सा माना जाता है, जहाँ भगवान राम ने अपने वनवास का समय बिताया था।
- **रामेश्वरम (तमिलनाडु)** : यह भारत का अंतिम दक्षिणी छोर है, जहाँ से भगवान राम ने लंका जाने के लिए राम सेतु का निर्माण किया था। यहाँ प्रसिद्ध रामनाथस्वामी मंदिर स्थित है।

13.4.2 अन्य महत्वपूर्ण स्थल

- **बिहार** : सीतामढ़ी (माता सीता का जन्म स्थान), बक्सर (जहाँ विश्वामित्र का आश्रम था) और दरभंगा (जहाँ राम ने शिव धनुष तोड़ा था) जैसे स्थल जैसे प्रमुख स्थल।
- **झारखण्ड** : रामरेखा धाम भी भगवन राम के जीवन से जुड़ा प्रमुख स्थल है।
- **ओडिशा** : महेंद्रगिरि जहाँ हनुमान ने लंका जाने के लिए छलांग लगाई थी।
- **पश्चिम बंगाल** : नंदीग्राम राम के जीवन से जुड़ा प्रमुख स्थल है।
- **उत्तर प्रदेश** :प्रयागराज जहाँ भरत ने राम से भेंट की थी।
- **श्रीलंका** : रामायण सर्किट को अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर भी बढ़ाया गया है, जिसमें श्रीलंका के सीता एलिया और कैंडी जैसे स्थान शामिल हैं।

13.4.3 सरकार की पहलें और सुविधाएँ

भारत सरकार के पर्यटन मंत्रालय ने रामायण सर्किट को विकसित करने के लिए कई कदम उठाए हैं –

1. **बुनियादी ढांचे का विकास** : सर्किट के प्रमुख स्थलों पर सड़कों, रेलवे स्टेशनों और पर्यटक सुविधाओं (सूचना केंद्र, विश्राम गृह, पार्किंग और स्वच्छता) का विकास किया जा रहा है।
2. **विषय आधारित विकास** : इन स्थलों पर रामायण विषय वाले गेट, लाइट एंड साउंड शो और अन्य सांस्कृतिक कार्यक्रम आयोजित किए जा रहे हैं ताकि पर्यटकों को एक समग्र अनुभव मिल सके।
3. **विशेष ट्रेन** : भारतीय रेलवे (I.R.C.T.C.) द्वारा चलाई जाने वाली श्री रामायण यात्रा ट्रेन इस सर्किट के सभी महत्वपूर्ण स्थलों को जोड़ती है। यह एक आरामदायक और सुविधाजनक यात्रा पैकेज प्रदान करती है।
4. **सम्बद्धता** : अयोध्या में एक नया अंतर्राष्ट्रीय हवाई अड्डा (महर्षि वाल्मीकि अंतर्राष्ट्रीय हवाई अड्डा) बनाया गया है ताकि दुनिया भर के पर्यटक सीधे इस सर्किट से जुड़ सकें।
5. **विपणन** : अतुल्य भारत अभियान के तहत इस सर्किट का राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर प्रचार किया जा रहा है।

13.5 तटीय सर्किट

तटीय सर्किट (Coastal Circuit) : यह भारतीय पर्यटन में एक महत्वपूर्ण विषय आधारित सर्किट है, जिसे भारत सरकार की स्वदेश दर्शन योजना के तहत विकसित किया जा रहा है। भारत की लगभग 7500 किलोमीटर से अधिक लंबी तटरेखा (coastline) है, जिसमें अरब सागर, बंगाल की खाड़ी और हिंद महासागर के तट सम्मिलित हैं। यह सर्किट इसी विशाल तटरेखा की प्राकृतिक सुंदरता, समुद्र तटों, तटीय संस्कृति और समुद्री गतिविधियों को प्रदर्शित करने पर केंद्रित है। तटीय सर्किट का उद्देश्य पर्यटकों को भारत के विविध तटीय राज्यों और केंद्र शासित प्रदेशों में स्थित समुद्र तटों, बंदरगाहों, तटीय शहरों, समुद्री भोजन और जल – क्रीड़ाओं का एक एकीकृत और समृद्ध अनुभव प्रदान करना है।

13.5.1 तटीय सर्किट के प्रमुख क्षेत्र और स्थल

तटीय सर्किट को विभिन्न राज्यों और केंद्र शासित प्रदेशों में फैलाया गया है, जिनमें से कुछ प्रमुख केंद्र नीचे दिए गए हैं –

1. पश्चिमी तट (अरब सागर)

- **महाराष्ट**
- **मुंबई** : भारत का वित्तीय केंद्र और एक प्रमुख तटीय शहर।
- **अलीबाग, मुरुड और जंजीरा** : मुंबई के पास लोकप्रिय समुद्र तट गंतव्य।
- **कोंकण तट** : रत्नागिरी, सिंधुदुर्ग और गणपतिपुले जैसे सुरम्य समुद्र तटों और ऐतिहासिक किलों के लिए प्रसिद्ध।
- **गोवा**
- यह भारत का सबसे प्रसिद्ध समुद्र तट गंतव्य है, जो अपनी नाइटलाइफ, पुर्तगाली वस्तुकला और शानदार समुद्र तटों (कलंगुट, बागा, अंजुना) के लिए जाना जाता है। यह तटीय सर्किट का एक प्रमुख केंद्र है।
- **कर्नाटकः**
- **मैंगलोर, उडुपी (मंगलोर – उडुपी सर्किट)** : सुंदर समुद्र तटों और मंदिरों (श्री कृष्ण मठ) के लिए प्रसिद्ध है।
- **गोकर्ण** : ओम बीच और महाबलेश्वर मंदिर जैसे धार्मिक और शांत समुद्र तटों के लिए जाना जाता है।
- **केरल**
- **कोवलम** : एक अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर प्रसिद्ध समुद्र तट।
- **अलेप्पी (अलाप्पुझा)** : अपने शांत पश्च जल (Back waters) और हाउसबोट क्रूज के लिए जाना जाता है, जो एक अनूठा तटीय अनुभव प्रदान करता है।
- **कोच्चि** : एक ऐतिहासिक बंदरगाह शहर जो अपनी सांस्कृतिक विरासत और चीन के मछली पकड़ने के जालों के लिए प्रसिद्ध है।

2. पूर्वी तट (बंगाल की खाड़ी)

- **तमिलनाडु**
- **चेन्नई** : मरीना बीच अपने सुंदर तटीय स्थलाकृति के लिए प्रसिद्ध है जिससे प्रेरित होकर अधिक संख्या में पर्यटक यहाँ पहुंचते है।
- **महाबलीपुरम** : यूनेस्को विश्व धरोहर स्थल जो अपने तटीय मंदिरों और कला के लिए जाना जाता है।
- **कन्याकुमारी** : बंगाल की खाड़ी, अरब सागर और हिंद महासागर के संगम पर स्थित है, जहाँ सूर्यास्त और सूर्योदय का अद्भुत दृश्य देखा जा सकता है। यह भारतीय मुख्य भूमि का दक्षिणतम बिंदु भी है।
- **आंध्र प्रदेश**
- **विशाखापत्तनम (विजाग)** : सुंदर समुद्र तटों, पनडुब्बी संग्रहालय और कैलाशगिरि हिल स्टेशन के लिए जाना जाता है।

- **ओडिशा**
- **पुरी** : प्रसिद्ध जगन्नाथ मंदिर के साथ – साथ अपने गोल्डन बीच के लिए जाना जाता है।
- **कोणार्क** : यहाँ का सूर्य मंदिर और चंद्रभागा बीच पर्यटकों को आकर्षित करता है।
- **पश्चिम बंगाल**
- **दीघा** : बंगाल की खाड़ी के पास एक लोकप्रिय समुद्र तट है। यह अपने प्राकृतिक सौन्दर्य एवं मैंग्रोव वनों के लिए जाना जाता है।

13.5.2 सरकार की पहलें और सुविधाएँ

- **स्वदेश दर्शन योजना** : इस योजना के तहत, सरकार ने तटीय सर्किट के लिए बुनियादी ढांचे के विकास पर ध्यान केंद्रित किया है, जिसमें सड़कों, तटबंधों, प्रकाश व्यवस्था, शौचालय, सौंदर्य कक्ष और जल – क्रीड़ा सुविधाओं का निर्माण शामिल है।
- **ब्लू फ्लैग प्रमाणन** : सरकार ने कई समुद्र तटों को ब्लू फ्लैग प्रमाणन दिलवाया है, जो समुद्र तटों की स्वच्छता, सुरक्षा और पर्यावरणीय मानकों को दर्शाता है। इससे इन समुद्र तटों की वैश्विक पहचान बनी है।
- **सम्बद्धता** : तटीय क्षेत्रों में हवाई अड्डों और बंदरगाहों का विकास किया जा रहा है ताकि पर्यटकों की पहुँच आसान हो सके।
- **साहसिक पर्यटन को बढ़ावा** : सरकार स्कूबा डाइविंग, स्नॉर्कलिंग, सर्फिंग और अन्य जल – क्रीड़ाओं को बढ़ावा दे रही है।

13.6 हिमालय सर्किट

हिमालय सर्किट भारतीय पर्यटन में एक अत्यंत महत्वपूर्ण विषय आधारित सर्किट है, जिसे भारत सरकार की स्वदेश दर्शन योजना के तहत विकसित किया जा रहा है। यह सर्किट भारत के उत्तरी और उत्तर – पूर्वी राज्यों में फैले विशाल और राजसी हिमालय पर्वतमाला के प्राकृतिक सौंदर्य, साहसिक गतिविधियों, धार्मिक स्थलों और अनूठी संस्कृति को प्रदर्शित करता है। यह सर्किट साहसिक पर्यटकों, प्रकृति प्रेमियों, तीर्थयात्रियों और शांति चाहने वालों के लिए एक आदर्श गंतव्य स्थल है।

13.6.1 हिमालय सर्किट के प्रमुख राज्य और स्थल

हिमालय सर्किट कई राज्यों और केंद्र शासित प्रदेशों में फैला हुआ है, जिनमें से प्रत्येक की अपनी अनूठी विशेषताएँ हैं –

1. **जम्मू और कश्मीर**
   - **श्रीनगर, गुलमर्ग, पहलगाम** : ये स्थल अपनी शानदार घाटियों, झीलों (डल झील), स्कीइंग ढलानों और शांत वातावरण के लिए प्रसिद्ध हैं।
   - **लेह – लद्दाख** : अपनी बंजर सुंदरता, बौद्ध मठों (हेमिस, थिकसे) और साहसिक खेलों (मोटर साइकिलिंग और ट्रैकिंग) के लिए प्रसिद्ध है। यह क्षेत्र अब एक अलग सर्किट का हिस्सा भी बन चुका है।
   - **धार्मिक स्थल** : वैष्णो देवी और अमरनाथ गुफा जैसे प्रमुख तीर्थस्थल भी इस क्षेत्र में स्थित हैं।
2. **हिमाचल प्रदेश**
   - **शिमला, मनाली, डलहौजी** : ये भारत के सबसे लोकप्रिय हिल स्टेशन हैं, जो अपनी औपनिवेशिक वस्तुकला, मनोरम दृश्यों और साहसिक गतिविधियों के लिए जाने जाते हैं।
   - **धर्मशाला एवं मैक्लोडगंज** : दलाई लामा का निवास स्थान होने के कारण यह एक प्रमुख बौद्ध

और आध्यात्मिक केंद्र है।

- **स्पीति और लाहौल** : ये क्षेत्र अपनी बंजर घाटियों, बौद्ध मठों और साहसिक ट्रेकिंग मार्गों के लिए प्रसिद्ध हैं।

3. उत्तराखंड

- **चार धाम** : यह हिमालय सर्किट का एक प्रमुख हिस्सा है, जिसमें चार पवित्र तीर्थस्थल शामिल हैं जिनके नाम यमुनोत्री, गंगोत्री, केदारनाथ और बद्रीनाथ है। ये हिंदू धर्म के सबसे महत्वपूर्ण तीर्थों में से एक हैं।
- **मसूरी, नैनीताल** : लोकप्रिय हिल स्टेशन और पर्यटन स्थल के लिए प्रसिद्ध है।
- **ऋषिकेश और हरिद्वार** : योग, ध्यान और साहसिक गतिविधियों (रिवर राफ्टिंग) के लिए प्रसिद्ध आध्यात्मिक केंद्र है।
- **जिम कॉर्बेट नेशनल पार्क** : वन्यजीव प्रेमियों के लिए एक प्रमुख आकर्षण स्थल है।

4. सिक्किम

- **गंगटोक** : यह सिक्किम की राजधानी और एक लोकप्रिय हिल स्टेशन है।
- **त्सोमगो झील, नाथुला दर्रा** : ये स्थान अपनी प्राकृतिक सुंदरता और शांत वातावरण के लिए जाने जाते हैं।
- **बौद्ध मठ** : यह स्थान रुमटेक मठ जैसे कई बौद्ध मठों का घर है।

5. अरुणाचल प्रदेश, असम और नागालैंड (उत्तर – पूर्वी हिमालय)

- **अरुणाचल प्रदेश** : तवांग मठ (भारत का सबसे बड़ा बौद्ध मठ), सेला दर्रा और जीरो घाटी जैसे स्थानों के लिए लोकप्रिय है।
- **असम** : यह काजीरंगा राष्ट्रीय उद्यान (यह हिमालय सर्किट और वन्यजीव सर्किट दोनों का हिस्सा है) और ब्रह्मपुत्र नदी के किनारे की प्राकृतिक सुंदरता के लिए प्रसिद्ध है।
- **नागालैंड** : अपनी आदिवासी संस्कृति और परंपराओं के लिए जाना जाता है।

13.7 मरुस्थलीय सर्किट (राजस्थान)

डेजर्ट सर्किट (Desert Circuit) भारतीय पर्यटन में राजस्थानी संस्कृति का एक प्रमुख विषय आधारित सर्किट है, जिसे भारत सरकार की स्वदेश दर्शन योजना के तहत विकसित किया गया है। यह सर्किट विशेष रूप से राजस्थान राज्य के विशाल थार रेगिस्तान की अनूठी संस्कृति, शाही विरासत, लोक कला और साहसिक गतिविधियों पर केंद्रित है। यह सर्किट उन पर्यटकों को आकर्षित करता है जो इतिहास, रेगिस्तानी जीवनशैली, किलों, महलों, लोक संगीत और रोमांचक रेगिस्तानी सफारी का अनुभव करना चाहते हैं।

13.7.1 डेजर्ट सर्किट के प्रमुख शहर और स्थल

यह सर्किट राजस्थान के तीन प्रमुख रेगिस्तानी शहरों को एक तार्किक मार्ग में जोड़ता है, जिससे पर्यटकों को एक व्यापक अनुभव मिलता है। इन शहरों को अक्सर डेजर्ट ट्रायंगल भी कहा जाता है।

1. जोधपुर (Jodhpur)

- ब्लू सिटी के नाम से मशहूर जोधपुर इस सर्किट का एक महत्वपूर्ण प्रवेश द्वार है।
- **मेहरानगढ़ किला** : यह भारत के सबसे बड़े और सबसे शानदार किलों में से एक है, जो शहर के ऊपर एक पहाड़ी पर स्थित है।

- **उम्मेद भवन पैलेस** : दुनिया के सबसे बड़े निजी महलों में से एक, जिसका एक हिस्सा शाही परिवार के निवास के रूप में, एक हिस्सा कुलीन होटल के रूप में और एक हिस्सा संग्रहालय के रूप में उपयोग होता है।
- **मंडोर उपवन** : प्राचीन मंडोर शहर के अवशेष भाग पर स्थित है और शाही श्मशान घाट इसका एक प्रसिद्ध दर्शनीय स्थल है।
- **प्रमुख गतिविधियां** : यहाँ के बाजार (विशेष कर सरदार मार्केट) हस्तशिल्प और राजस्थानी वस्तुओं की खरीदारी के लिए प्रसिद्ध हैं।

2. जैसलमेर (Jaisalmer)

- गोल्डन सिटी के नाम से प्रसिद्ध जैसलमेर अपनी सुनहरी रेत और पीले बलुआ पत्थर से बनी इमारतों एवं वस्तुकला के लिए जाना जाता है। इसे देखने के लिए अधिक संख्या में भारतियों के साथ – साथ विदेशी पर्यटक भी आते है।
- **जैसलमेर किला (सोनार किला)** : यह दुनिया के सबसे पुराने जीवित किलों में से एक है, जहाँ आज भी अधिक संख्या में लोग रहते हैं।
- **पटवों की हवेली और सलीम सिंह की हवेली** : ये अपनी जटिल नक्काशी और स्थापत्य कला के लिए प्रसिद्ध हैं।
- **सम सैंड ड्यून्स (Sam Sand Dunes)** : यह डेजर्ट सर्किट का मुख्य आकर्षण है। पर्यटक यहाँ ऊंट सफारी (Camel Safari), जीप सफारी और रात में रेगिस्तानी कैंपिंग का आनंद लेते हैं, जहाँ लोक संगीत और नृत्य (कालबेलिया) के कार्यक्रम होते हैं।
- **गड़ीसर झील** : यह एक मानव निर्मित झील जो शहर की सुंदरता को बढ़ाती है।

3. बीकानेर (Bikaner)

- रेगिस्तान का शहर के रूप में जाना जाने वाला बीकानेर इस सर्किट का तीसरा महत्वपूर्ण पड़ाव है।
- **जूनागढ़ किला** : एक भव्य किला जिसमें कई महल और मंदिर एक साथ देखे जा सकते हैं।
- **करणी माता मंदिर (चूहों का मंदिर)** : देशनोक में स्थित एक अनूठा मंदिर जहाँ हजारों चूहे रहते हैं और पूजे जाते हैं। यह एक अद्वितीय सांस्कृतिक अनुभव वाला केंद्र है।
- **ऊंट अनुसंधान केंद्र** : यहाँ ऊंटों के पालन – पोषण के साथ – साथ संस्करण एवं प्रसंस्करण के लिए अध्ययन एवं शोध किया जाता है।
- **प्रमुख गतिविधियां** : बीकानेर अपने स्वादिष्ट नमकीन और भुजिया के लिए भी प्रसिद्ध है।

इन सर्किटों के अलावा कई अन्य सर्किट भी हैं जैसे पारिस्थितिक सर्किट, आदिवासी सर्किट और आध्यात्मिक सर्किट जो पर्यटकों को विभिन्न प्रकार के अनुभव प्रदान करते हैं। ये सर्किट न केवल यात्रा को आसान बनाते हैं बल्कि एक विशेष विषय पर भारत की विविधता को भी दिखाते हैं।

13.8 भारतीय पर्यटन उद्योग की उपलब्धियां

भारतीय पर्यटन उद्योग ने पिछले कुछ वर्षों में जबरदस्त वृद्धि और विकास दिखाया है। यह न केवल देश की अर्थव्यवस्था में महत्वपूर्ण योगदान दे रहा है, बल्कि रोजगार सृजन और सांस्कृतिक आदान – प्रदान को बढ़ावा देने में भी अग्रणी भूमिका निभा रहा है।

यहाँ भारतीय पर्यटन उद्योग की कुछ प्रमुख उपलब्धियां दी गई हैं, जिसने भारत को एक प्रमुख पर्यटन गंतव्य के रूप में स्थापित किया है –

1. **आर्थिक विकास में महत्वपूर्ण योगदान**

- **सकल घरेलू उत्पाद (GDP) में योगदान** : विश्व यात्रा और पर्यटन परिषद (W.T.T.C.) की 2024 की रिपोर्ट के अनुसार, वर्ष 2023 में पर्यटन क्षेत्र ने भारत की सकल घरेलू उत्पाद (GDP) में ₹ 19.13 लाख करोड़ से अधिक का योगदान दिया। यह यूग्दन 2019 के पूर्व – महामारी स्तर से 10% अधिक है। विश्व यात्रा और पर्यटन परिषद का अनुमान है कि वर्ष 2024 तक यह योगदान ₹ 21.15 लाख करोड़ तक पहुंच सकता है।
- **विदेशी मुद्रा आय (F.E.E.):** पर्यटन भारत के लिए विदेशी मुद्रा अर्जित करने का एक प्रमुख स्रोत है। वर्ष 2023 में विदेशी मुद्रा आय (FEE) बढ़कर ₹ 2.3 लाख करोड़ (लगभग 28.1 बिलियन अमेरिकी डॉलर) हो गई, जो वर्ष 2022 की तुलना में 65% की प्रभावशाली वृद्धि को दर्शाता है।

2. **रोजगार सृजन**

- पर्यटन एक श्रम गहन उद्योग है जो संगठित और असंगठित दोनों क्षेत्रों में बड़ी संख्या में रोजगार पैदा करता है।
- विभिन्न अनुमानों के अनुसार, यह क्षेत्र लाखों लोगों को प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रूप से रोजगार प्रदान करता है। आर्थिक सर्वेक्षण 2024 के अनुसार, पर्यटन क्षेत्र रोजगार पैदा करने के लिए एक अपेक्षाकृत आसान क्षेत्र है और सरकार ने कौशल विकास के लिए भी आवंटन बढ़ाया है।

3. **पर्यटक आगमन में वृद्धि**

- **घरेलू पर्यटन** : घरेलू पर्यटन में उल्लेखनीय वृद्धि हुई है। वर्ष 2023 में, भारत में 2509.63 मिलियन घरेलू पर्यटक दौरे (क्र्टे) दर्ज किए गए, जो वर्ष 2022 के 1731.01 मिलियन से काफी अधिक है। ष्देखो अपना देशष् जैसे अभियानों ने इसमें महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है।
- **विदेशी पर्यटक आगमन (FTAs)** : वर्ष 2023 में भारत में विदेशी पर्यटकों का आगमन 9.24 मिलियन रहा है, जो वर्ष 2022 (6.44 मिलियन) की तुलना में 43.5% की वृद्धि को दर्शाता है। यह आंकड़ा कोविड – 19 महामारी के बाद पर्यटन क्षेत्र के मजबूत पुनरुत्थान को दर्शाता है।

4. **सरकारी पहल और नीतियां**

- **स्वदेश दर्शन योजना** : इस योजना के तहत विषय आधारित पर्यटन सर्किट (रामायण, बुद्ध, तटीय और हिमालय सर्किट) का विकास किया गया है, जिससे पूरे देश में पर्यटन बुनियादी ढांचे का एकीकृत विकास हुआ है।
- **प्रसाद योजना (PRASAD Scheme)** : इस योजना ने तीर्थस्थलों और विरासत स्थलों के विकास पर ध्यान केंद्रित किया है, जिससे धार्मिक पर्यटन को बढ़ावा मिला है।
- **ई – वीजा सुविधा** : ई – वीजा सुविधा का विस्तार एक परिवर्तनकारी साबित हुआ है, जिसने 170 से अधिक देशों के पर्यटकों के लिए भारत की यात्रा को बहुत आसान बना दिया है।
- **देखो अपना देश** : यह अभियान घरेलू पर्यटन को बढ़ावा देने और भारतीयों को अपने देश के भीतर ही पर्यटन–स्थलों को खोजने के लिए प्रोत्साहित करने में सफल रहा है।
- **एक विरासत को अपनाएं (AdoptA Heritage)** : इस पहल ने विरासत स्थलों के रख – रखाव और संरक्षण में निजी क्षेत्र की भागीदारी को बढ़ावा दिया है।
- **24x7 बहुभाषी हेल्पलाइन** : पर्यटकों की मदद के लिए 12 भाषाओं में यह हेल्पलाइन शुरू की

गई है, जिससे सुरक्षा और सुविधा बढ़ी है तथा पर्यटकों का आत्म विश्वास बढ़ा है।

14. वैश्विक मान्यता और रैंकिंग में सुधार

- भारत की अतुल्य भारत (Incredible India) मार्केटिंग पहल ने वैश्विक स्तर पर देश की एक मजबूत पर्यटन छाप छोड़ी है।
- वर्ल्ड इकोनॉमिक फोरम (W.E.F.) के यात्रा और पर्यटन विकास सूचकांक (T.T.D.I.) 2024 में भारत ने 119 देशों में से 39वां स्थान हासिल किया है। यह सुरक्षा, स्वास्थ्य और स्वच्छता जैसे महत्वपूर्ण मानकों में सुधार को दर्शाता है।
- भारत ने वर्ष 2023 में देश के 50 से अधिक शहरों में G 20 शिखर सम्मेलन आयोजित किए, जिससे गुवाहाटी, इंदौर, जोधपुर और खजुराहो जैसे कम ज्ञात स्थलों को भी वैश्विक मंच पर पहचान मिली।

6. भविष्य के लिए महत्वाकांक्षी लक्ष्य

- सरकार ने वर्ष 2047 तक भारत में 100 मिलियन अंतर्राष्ट्रीय पर्यटकों को आकर्षित करने का महत्वाकांक्षी लक्ष्य रखा है।
- WTTC का अनुमान है कि वर्ष 2034 तक पर्यटन क्षेत्र का ळक्च में योगदान ₹ 43.25 लाख करोड़ तक पहुंच सकता है।

इन उपलब्धियों से यह स्पष्ट होता है कि भारतीय पर्यटन उद्योग लगातार विकास कर रहा है और यह देश की अर्थव्यवस्था के लिए एक प्रमुख स्तंभ बन चुका है। सरकारी नीतियों, डिजिटल क्रांति और बुनियादी ढांचे में निवेश के कारण यह क्षेत्र भविष्य में और भी अधिक उपलब्धियां हासिल करने की राह पर चल पड़ा है।

13.9 सारांश

आपने इस इकाई में भारत के पर्यटन सर्किट एवं पर्यटन उद्योग की उपलब्धियों का अध्ययन किया है। आप समझ गए होगें कि पर्यटन सर्किट के विकास को प्रभावित करने में किन घटकों को सम्मिलित किया जाता है। इनके बेहतर विकास से विश्व या देश के पर्यटन को गतिशीलता मिलती है तथा देश की अर्थव्यवस्था को प्रोत्साहन प्राप्त होता है। वास्तव में पर्यटन सर्किट लोगों, स्थानों और पर्यटन की घटना के बीच जटिल अंतःक्रियाओं को समझने के लिए एक व्यापक ढाँचा प्रदान करता है, जो पर्यटन उद्योग को जिम्मेदारी से प्रबंधित और विकसित करने में स्थानिक विश्लेषण के महत्व पर प्रकाश डालता है।

इस इकाई में पर्यटन सर्किट एवं पर्यटन उद्योग की उपलब्धियों की उपयोगिता, क्षेत्रीय विभिन्नता के विविध आयाम तथा वर्तमान समय में उसकी उपयोगिता को प्रस्तुत किया गया है। आपने देखा है कि पर्यटन सर्किट ने पर्यटन–स्थलों के विकास को त्वरण प्रदान किया है। किन्हीं देशों में इसके विकास को ज्यादा महत्त्व दिया गया है तो किन्हीं देशों में कम। समय में होने वाले परिवर्तन के साथ ही पर्यटन सर्किट के अध्ययन की प्रासंगिकता में वृद्धि हुई है, जिसने पर्यटन के विकास में महत्त्वपूर्ण योगदान दिया है। इस प्रकार आपने पर्यटन सर्किट एवं पर्यटन उद्योग की उपलब्धियों का विस्तृत एवं सारगर्भित अध्ययन किया है।

13.10 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

1. बुद्ध सर्किट किस व्यक्ति के जीवन से जुड़े स्थलों को जोड़ने के लिए बनाया गया है?

   (क) श्री कृष्ण (ख) श्रीराम (ग) गौतम बुद्ध (घ) महावीर

2. रामायण सर्किट से जुड़े स्थलों का अध्ययन के लिए कितने खंडो में विभाजित किया गया है?

   (क) 3 (ख) 7 (ग) 5 (घ) 9

3. भारत का सबसे लोकप्रिय हिल स्टेशन मनाली किस राज्य में स्थित है?

(क) उत्तराखण्ड (ख) हिमाचल प्रदेश (ग) अरुणाचल प्रदेश (घ) असम

4. सोनार का किला राजस्थान के किस शहर में स्थित है?

(क) जैसलमेर (ख) जयपुर (ग) बीकानेर (घ) अलवर

5. सामरिक दृष्टिकोण से महत्त्वपूर्ण नाथुला दर्रा किस राज्य में स्थित है?

(क) हिमाचल प्रदेश (ख) उत्तराखण्ड (ग) तमिलनाडु (घ) सिक्किम

13.11 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

- Baghia, Sunil, 2017, Tourism Geography, Book Enclave, New Delhi.
- Kaur, J., 1993, Himalayan PilgrimageAnd New Tourism, Himalayan Books, New Delhi.
- Khanduri, Harshi, 2021, Tourism Geography, J. T. S. Publications, Delhi.
- Mandal, Somdatta, 2010, Indian Travel Narratives, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- Nelson, Velvet, 2017, An Introduction to the Geography of Tourism, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- नीशावा, परवीन, 2022, पर्यटन भूगोल – एक अध्ययन, आर. के. बुक्स, नई दिल्ली।
- बंसल, सुरेश चन्द्र, 2006, पर्यटन एवं यात्रा प्रबन्धन, मीरा प्रकाशन, सहारनपुर (उ.प्र)।
- सदैव, शशिकांता, 2019, भारत के प्रसिद्ध मंदिर, यात्रा और धाम, प्रभाकर प्रकाशन, नई दिल्ली।
- मौर्य, एस. डी., 2023, पर्यटन भूगोल, शारदा पुस्तक भवन, प्रयागराज।
- यादव, बी., दुबे, पी. एवं यादव, आर. एस., 2016, काशी का एक सांस्कृतिक विरासत सारनाथ : पर्यटन के विशेष सन्दर्भ में, उत्तर भारत भूगोल परिषद, गोरखपुर (उ.प्र)।
- यादव, बी., एवं प्रजापति, ए. एल., 2024, काशी परिक्षेत्र में संपन्न होने वाली यात्राओं के महात्म्य का भौगोलिक विश्लेषण, ज्ञानसौर्यम साइंटिफिक रिफ्रिड शोध पत्रिका, प्रयागराज।

13.12 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

1. पर्यटन सर्किट के अध्ययन की आवश्यकता की व्याख्या कीजिए।
2. बुद्ध सर्किट एवं उससे जुड़े स्थलों को स्पष्ट कीजिए।
3. पर्यटन रामायण सर्किट एवं तटीय सर्किट के स्थलों और उनकी उपयोगिता का वर्णन कीजिए।
4. हिमालय सर्किट एवं मरुस्थलीय सर्किट की भौगोलिक विशेषताओं का विश्लेषण कीजिए।

इकाई–14 भारतीय पर्यटन की बाधाएं, चुनौतियाँ, समस्यायें एवं संभावनायें

इकाई की रूपरेखा

14.0 प्रस्तावना
14.1 उद्देश्य
14.2 भारतीय पर्यटन की बाधाएं
14.3 भारतीय पर्यटन की चुनौतियाँ
14.4 भारतीय पर्यटन की समस्याएँ
14.5 भारतीय पर्यटन की संभावनाएं
14.6 सारांश
14.7 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर
14.8 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची
14.9 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

14.0 प्रस्तावना

पर्यटन प्राचीन काल से अब तक अपनायी जाने वाली एक महत्त्वपूर्ण गतिविधि है, जिसमें मानव अकेले अथवा समूह में एक स्थान से दूसरे स्थान तक स्थानांतरण करता है। अपनी आवश्यकताओं की पूर्ति करने के पश्चात् वह या तो अपने मूल स्थान पर पुनः वापस आ जाता है या अन्यत्र किसी स्थान की ओर अग्रसर हो जाता है। इस प्रक्रिया में उसे अनेक बाधाओं, समस्याओं एवं चुनौतियों का सामना करना पड़ता है। इन बाधाओं, समस्याओं एवं चुनौतियों के बावजूद भी अनेक संभावनाएं विद्यमान हैं, जिनके बदौलत पर्यटन आज विश्व के सबसे बड़े उद्योग के रूप में स्थापित है। भारत में भी पर्यटन उद्योग का का विकास एवं विस्तार तेजी से हो रहा है।

14.1 उद्देश्य

पर्यटन स्वाभाविक रूप से स्थान परिवर्तन की एक प्रक्रिया है जिसे अनेक बाधाओं, समस्याओं एवं चुनौतियों का सामना करना पड़ता है। अगर इन्हें उचित प्रकार से प्रबंधित नहीं किया गया पर्यटन का विकास अवरुद्ध हो सकता है। इसके साथ ही साथ इस क्षेत्र में विद्यानं संभावनाओं ने पर्यटन को वैश्विक स्वरुप प्रदान किया है । प्रस्तुत इकाई के उद्देश्य निम्नलिखित है –

1. भारत में पर्यटन उद्योग की बाधाओं का अध्ययन करना।
2. भारत में पर्यटन उद्योग की चुनौतियों के आयाम को स्पष्ट करना।
3. भारत में पर्यटन उद्योग के सम्मुख उत्पन्न होने वाली समस्याओं का विश्लेषण करना।
4. भारत में पर्यटन उद्योग की संभावनाओं का वर्तमान परिप्रेक्ष्य में उल्लेख करना।

14.2 भारतीय पर्यटन की बाधाएं

1. अपर्याप्त आधारभूत संरचना (Inadequate Infrastructure)

- **परिवहन की कमी** : हवाई अड्डों, रेलवे स्टेशनों और सड़कों की अपर्याप्तता और खराब गुणवत्ता कई पर्यटन–स्थलों तक पहुंच को मुश्किल बनाती है, खासकर दूर – दराज के क्षेत्रों में। उड़ानों में देरी, रद्द होना और बुकिंग की समस्याएँ भी पर्यटकों को परेशानी में डालती हैं।

- **आवास की कमी** : देश के विभिन्न पर्यटन–स्थलों पर विशेषकर मध्यम और निम्न वर्ग के पर्यटकों के लिए स्वच्छ और किफायती होटलों और अतिथि गृहों की कमी है।
- **बुनियादी सुविधाओं का अभाव** : कई पर्यटन–स्थलों पर स्वच्छ पेयजल, उचित स्वच्छता (शौचालय), स्वास्थ्य सेवाएँ और विश्वसनीय बिजली और इंटरनेट जैसी बुनियादी सुविधाओं का अभाव है।
- **पर्यटक अनुकूल सुविधाओं की कमी** : अच्छी तरह से लगाए गए साइनबोर्ड, पर्यटक सूचना केंद्रों और बहुभाषी गाइडों की कमी पर्यटकों को घूमने और स्थलों को खोजने में चुनौती देती है।

2. सुरक्षा और संरक्षा संबंधी चिंताएँ (SafetyAnd Security Concerns)

- **महिला यात्रियों की सुरक्षा** : महिलाओं के प्रति अपराध और उत्पीड़न की घटनाएँ भारत की छवि को खराब करती हैं और महिला यात्रियों को हतोत्साहित करती हैं।
- **सामान्य अपराध** : पर्यटकों के साथ लूट – पाट और चोरी जैसी घटनाएँ भी होती हैं, जिससे देश की कानून व्यवस्था के प्रति नकारात्मक धारणा बनती है।
- **प्राकृतिक आपदाएं** : कुछ क्षेत्रों में प्राकृतिक आपदाओं (भूस्खलन, बादल फटना) का खतरा साहसिक पर्यटन की प्रतिष्ठा को प्रभावित करता है।
- **आतंकवाद** : यद्यपि इसकी पुनरावृत्ति व्यापक नहीं है, फिर भी आतंकवाद की चिंताएँ कुछ पर्यटकों को भारत आने से रोक सकती हैं।

3. खराब विपणन और प्रचार (Poor MarketingAnd Promotion)

- **असंगत ब्रांडिंग** : अतुल्य भारत जैसे अभियानों के बावजूद, कई कम ज्ञात पर्यटन–स्थलों का पर्याप्त प्रचार – प्रसार नहीं होता, जिससे भारत के पर्यटन क्षेत्र की वैश्विक दृश्यता में कमी आती है।
- **सीमित प्रचार अभियान** : सरकार के प्रचार अभियान अक्सर केवल सांस्कृतिक और विरासत पर्यटन तक सीमित रहते हैं और साहसिक पर्यटन, चिकित्सा पर्यटन और पारिस्थितिकीय पर्यटन जैसे अन्य संभावित आकर्षणों को अनदेखा करते हैं।
- **हितधारकों के बीच समन्वय की कमी** : पर्यटन उद्योग में विभिन्न हितधारकों (सरकार, निजी टूर ऑपरेटर) के बीच समन्वय की कमी के कारण विपणन प्रयास खंडित रहते हैं।

4. कुशल जनशक्ति का अभाव (Lack of Skilled Manpower)

- **प्रशिक्षित गाइडों की कमी** : बहुभाषी और प्रशिक्षित टूर गाइडों की संख्या बहुत सीमित है, जिससे अंतर्राष्ट्रीय पर्यटकों को परेशानी होती है।
- **आतिथ्य क्षेत्र में कमी** : आतिथ्य और यात्रा प्रबंधन में प्रशिक्षित पेशेवरों की कमी सेवाओं की गुणवत्ता को प्रभावित करती है।
- **स्थानीय लोगों में जागःकता की कमी** : स्थानीय लोगों में पर्यटन से जुड़े लाभों और जिम्मेदारियों की अपर्याप्त समझ भी इस क्षेत्र के विकास में बाधा डालती है।

5. शासन संबंधी चुनौतियाँ (Governance Challenges)

- **वीजा प्रक्रिया की जटिलता** : यद्यपि ई – वीजा सुविधा शुरू की गई है, फिर भी अधिकांश पर्यटकों को वीजा आवेदन प्रक्रिया जटिल लगती है।
- **पर्यटकों के लिए स्पष्ट दिशा – निर्देशों का अभाव** : स्पष्ट और आसानी से सुलभ पर्यटक दिशा – निर्देशों की कमी पर्यटकों को भ्रमित कर सकती है।
- **कमजोर निगरानी** : पर्यटन क्षेत्र में प्रभावी समन्वय और निगरानी के लिए मजबूत शासन

संरचनाओं की आवश्यकता है।

- **राज्यों की उदासीनता** : कई राज्य और केंद्र शासित प्रदेश अभी भी पर्यटन को उद्योग का दर्जा नहीं देते हैं, जिससे इस क्षेत्र के विकास के लिए प्रोत्साहन कम हो जाता है।

6. पर्यावरण संबंधी चिंताएँ (Environmental Concerns)

- **भीड़ – भाड़ और पर्यावरणीय नुकसान** : प्रसिद्ध पर्यटन–स्थलों पर अत्यधिक भीड़ – भाड़ से स्मारकों और आसपास के क्षेत्रों को नुकसान पहुंचता है।
- **प्रदूषण और अपशिष्ट प्रबंधन** : लोकप्रिय पर्यटन–स्थलों पर प्रदूषण और अपशिष्ट प्रबंधन की समस्याएँ पर्यावरण को नुकसान पहुँचाती हैं।
- **संसाधनों का अति – दोहन** : अनियंत्रित पर्यटन प्राकृतिक आवासों, जंगलों और वन्यजीवों को भी नुकसान पहुँचाता है।

15. मौसमी पर्यटन और उच्च लागत (Seasonal TourismAnd High Costs)

- **मौसमी निर्भरता** : भारत में पर्यटन उद्योग मुख्य रूप से अक्टूबर से मार्च तक के छह महीनों तक सीमित रहता है, जिससे ऑफ – सीजन में राजस्व कम होता है।
- **उच्च कर और सेवाएं** : पर्यटन संबंधी सेवाओं पर उच्च कर (जैसे 18% जीएसटी) भारत को एक महंगा गंतव्य बनाता है, जिससे भारतीय और विदेशी पर्यटक दोनों हतोत्साहित होते हैं।

16. सामाजिक और सांस्कृतिक मुद्दे (SocialAnd Cultural Issues)

- **संस्कृति का झटका** : भारत की विविध और जीवंत संस्कृति कुछ पर्यटकों के लिए भारी पड़ सकती है, और रीति – रिवाजों और सामाजिक मानदंडों में तीव्र विरोधाभास असुविधा पैदा कर सकते हैं।
- **भिखारी और फेरी वाले** : भीड़ – भाड़ वाले पर्यटन क्षेत्रों में लगातार भिखारी और फेरी वाले पर्यटकों के लिए असहज स्थिति पैदा कर सकते हैं।
- **स्थानीय लोगों का व्यवहार** : कुछ स्थानीय लोगों का शत्रुतापूर्ण व्यवहार भी पर्यटकों के अनुभव को खराब कर सकता है।

इन सभी बाधाओं का समाधान करके ही भारत अपने पर्यटन क्षेत्र की विशाल क्षमता का पूरी तरह से उपयोग कर सकता है और इसे वैश्विक मानचित्र पर एक प्रमुख गंतव्य के रूप में स्थापित कर सकता है।

14.3 भारतीय पर्यटन की चुनौतियाँ

1. आधारभूत संरचना का अभाव

भारतीय पर्यटन की सबसे बड़ी चुनौतियों में से एक अपर्याप्त और पुरानी आधारभूत संरचना है।

- **परिवहन** : हवाई अड्डे, रेलवे स्टेशन और सड़कों की गुणवत्ता अक्सर उतनी अच्छी नहीं होती जितनी होनी चाहिए, जिससे दूर – दराज के पर्यटन–स्थलों तक पहुँचना मुश्किल हो जाता है। उड़ानों में देरी, ट्रेनों का समय पर न चलना और सड़कों की खराब हालत पर्यटकों को परेशान करती है। शहरी क्षेत्रों में भी खासकर नगरीकरण की उच्च अवस्था में भीड़ – भाड़ वाली सड़कें और सार्वजनिक परिवहन की कमी एक समस्या है।
- **आवास** : हालाँकि कुलीन होटलों की कोई कमी नहीं है, लेकिन मध्यम और निम्न बजट वाले पर्यटकों के लिए स्वच्छ, सुरक्षित और किफायती आवास विकल्पों की कमी है। छोटे शहरों और ग्रामीण पर्यटन–स्थलों में यह समस्या और भी गंभीर है।
- **बुनियादी सुविधाएं** : कई पर्यटन–स्थलों पर साफ पानी, उचित शौचालय, चिकित्सा सुविधाएँ

और विश्वसनीय बिजली एवं इंटरनेट जैसी बुनियादी ज़रूरतों का अभाव है। यह विशेष रूप से उन विदेशी पर्यटकों के लिए एक बड़ी चुनौती है जो इन सुविधाओं के आदी हैं।

- **पर्यटक अनुकूल सुविधाएं** : स्पष्ट दिशा – निर्देशों, अच्छी तरह से लगाए गए साइनबोर्ड, पर्यटक सूचना केंद्रों और बहुभाषी गाइडों की कमी पर्यटकों को घूमने और स्थलों को समझने में मुश्किल पैदा करती है।

2. सुरक्षा और संरक्षा संबंधी चिंताएँ

पर्यटकों की सुरक्षा और संरक्षा भारतीय पर्यटन के लिए एक महत्वपूर्ण चुनौती बनी हुई है।

- **महिला सुरक्षा** : महिलाओं के प्रति अपराध, छेड़छाड़ और उत्पीड़न की घटनाएँ भारत की छवि को खराब करती हैं और अकेले यात्रा करने वाली महिला पर्यटकों को हतोत्साहित करती हैं।
- **सामान्य अपराध** : लूटपाट, चोरी और धोखा – धड़ी जैसी घटनाएँ पर्यटकों के साथ होती रहती हैं, जिससे देश की कानून – व्यवस्था के प्रति नकारात्मक धारणा बनती है।
- **प्राकृतिक आपदाएं और स्वास्थ्य जोखिम** : कुछ क्षेत्रों में भूस्खलन या बाढ़ जैसी प्राकृतिक आपदाओं का खतरा रहता है। साथ ही स्वास्थ्य संबंधी चिंताएँ जैसे दूषित भोजन या पानी से होने वाली बीमारियाँ भी पर्यटकों को प्रभावित करती हैं।

3. कमजोर विपणन और प्रचार

भारत के पास कई अद्वितीय पर्यटन स्थल हैं, लेकिन उनका विपणन और प्रचार प्रायः प्रभावी ढंग से नहीं किया जाता।

- **असंगठित ब्रांडिंग** : अतुल्य भारत जैसे अभियानों के बावजूद, कई खूबसूरत और कम ज्ञात पर्यटन–स्थलों का पर्याप्त प्रचार नहीं हो पाता, जिससे भारत की वैश्विक पर्यटन बाजार में दृश्यता कम रहती है।
- **सीमित विविधता** : अधिकांश प्रचार अभियान केवल सांस्कृतिक और विरासत पर्यटन पर केंद्रित होते हैं, जबकि साहसिक पर्यटन, वन्यजीव पर्यटन, चिकित्सा पर्यटन और ग्रामीण पर्यटन जैसे अन्य संभावित आकर्षक क्षेत्रों को अक्सर अनदेखा कर दिया जाता है।
- **हितधारकों में समन्वय की कमी** : सरकार, निजी टूर ऑपरेटरों और अन्य संबंधित पक्षों के बीच समन्वय की कमी के कारण विपणन प्रयास खंडित और अप्रभावी रहते हैं।

4. कुशल जनशक्ति का अभाव

पर्यटन और आतिथ्य क्षेत्र में प्रशिक्षित और कुशल कर्मचारियों की कमी एक बड़ी चुनौती है।

- **प्रशिक्षित गाइडों की कमी** : बहुभाषी और अच्छी तरह से प्रशिक्षित टूर गाइडों की कमी विदेशी पर्यटकों के अनुभव को प्रभावित करती है, खासकर उन स्थलों पर जहाँ ऐतिहासिक या सांस्कृतिक जानकारी महत्वपूर्ण होती है।
- **सेवा गुणवत्ता** : आतिथ्य क्षेत्र में सेवा की गुणवत्ता अक्सर अंतरर्राष्ट्रीय मानकों से कम होती है, खासकर छोटे होटलों और रेस्तरां में, जिसका कारण प्रशिक्षित कर्मचारियों की कमी है।

5. शासन और नीति संबंधी चुनौतियाँ

पर्यटन क्षेत्र के प्रभावी प्रबंधन और विकास के लिए मजबूत नीतियों और शासन की आवश्यकता है, जिसमें कुछ कमियाँ हैं।

- **वीजा प्रक्रिया** : यद्यपि ई – वीजा सुविधा ने प्रक्रिया को सरल बनाया है, फिर भी कुछ पर्यटकों को वीजा आवेदन और प्रवेश संबंधी नियम जटिल लग सकते हैं।
- **कर संरचना** : पर्यटन सेवाओं पर उच्च कर (जैसे जीएसटी) भारत को अन्य देशों की तुलना में

एक महंगा गंतव्य बनाता है, जिससे पर्यटक हतोत्साहित होते हैं।

- **असंतुलित विकास** : पर्यटन का विकास प्रायः कुछ ही प्रमुख स्थलों तक सीमित रहता है, जिससे अन्य क्षेत्रों में क्षमता का उपयोग नहीं हो पाता।

6. पर्यावरणीय और सामाजिक चिंताएँ

बढ़ता पर्यटन पर्यावरण और स्थानीय समुदायों पर दबाव डालता है।

- **पर्यावरणीय क्षरण** : प्रसिद्ध पर्यटन–स्थलों पर अत्यधिक भीड़ – भाड़, प्रदूषण और अनुचित अपशिष्ट प्रबंधन स्मारकों, प्राकृतिक स्थलों और पारिस्थितिकी तंत्र को नुकसान पहुँचा रहे हैं।
- **संसाधनों का अति – दोहन** : अनियंत्रित पर्यटन प्राकृतिक संसाधनों, जैसे पानी और वन क्षेत्रों पर दबाव डालता है।
- **स्थानीय समुदायों पर प्रभाव** : कुछ मामलों में पर्यटन स्थानीय समुदायों की जीवन शैली और संस्कृति को नकारात्मक :प से प्रभावित कर सकता है, अगर इसे स्थायी :प से प्रबंधित न किया जाए।

इन चुनौतियों का समाधान करने के लिए एक बहुआयामी दृष्टिकोण की आवश्यकता है जिसमें सरकार, निजी क्षेत्र और स्थानीय समुदायों का सहयोग शामिल हो। भारत अपनी समृद्ध विरासत और प्राकृतिक सौंदर्य के साथ विश्व पर्यटन में एक प्रमुख स्थान हासिल कर सकता है, बशर्ते इन चुनौतियों का प्रभावी ढंग से सामना किया जाए।

14.4 भारतीय पर्यटन की समस्याएँ

भारतीय पर्यटन में असीम क्षमता है, लेकिन कुछ ऐसी समस्याएँ हैं जो इसके पूर्ण विकास में बाधा डालती हैं। वे प्रमुख समस्याएँ निम्नलिखित हैं –

1. अपर्याप्त आधारभूत संरचना

भारतीय पर्यटन की सबसे बड़ी समस्याओं में से एक अपर्याप्त और पुरानी आधारभूत संरचना है।

- **परिवहन** : हवाई अड्डे, रेलवे स्टेशन और सड़कों की गुणवत्ता प्रायः उतनी अच्छी नहीं होती जितनी होनी चाहिए, जिससे दूर – दराज के पर्यटन–स्थलों तक पहुँचना मुश्किल हो जाता है। उड़ानों में देरी, ट्रेनों का समय पर न चलना और सड़कों की खराब हालत पर्यटकों को परेशान करती है। शहरी क्षेत्रों में भी खासकर व्यस्ततम समय में भीड़ – भाड़ वाली सड़कें और सार्वजनिक परिवहन की कमी एक समस्या है।
- **आवास** : वर्तमान समय में आधुनिक सुविधा से युक्त महंगे होटलों की कोई कमी नहीं है, लेकिन मध्यम और निम्न बजट वाले पर्यटकों के लिए स्वच्छ, सुरक्षित और किफायती आवास विकल्पों की कमी है। छोटे शहरों और ग्रामीण पर्यटन–स्थलों में यह समस्या और भी गंभीर है।
- **बुनियादी सुविधाएँ** : कई पर्यटन–स्थलों पर साफ पानी, उचित शौचालय, चिकित्सा सुविधाएँ और विश्वसनीय बिजली एवं इंटरनेट जैसी बुनियादी ज:रतों का अभाव है। यह विशेष :प से उन विदेशी पर्यटकों के लिए एक बड़ी समस्या है जो इन सुविधाओं के आदी हैं।
- **पर्यटक अनुकूल सुविधाएँ** : स्पष्ट दिशा – निर्देशों, अच्छी तरह से लगाए गए साइन बोर्ड, पर्यटक सूचना केंद्रों और बहुभाषी गाइडों की कमी पर्यटकों को घूमने और स्थलों को समझने में मुश्किल पैदा करती है।

2. सुरक्षा और संरक्षा संबंधी चिंताएँ

पर्यटकों की सुरक्षा और संरक्षा भारतीय पर्यटन के लिए एक महत्वपूर्ण समस्या बनी हुई है।

- **महिला सुरक्षा** : महिलाओं के प्रति अपराध, छेड़छाड़ और उत्पीड़न की घटनाएँ भारत की छवि को

खराब करती हैं और अकेले यात्रा करने वाली महिला पर्यटकों को हतोत्साहित करती हैं।

- **सामान्य अपराध** : लूटपाट, चोरी और धोखाधड़ी जैसी घटनाएँ पर्यटकों के साथ होती रहती हैं, जिससे देश की कानून व्यवस्था के प्रति नकारात्मक धारणा बनती है।
- **प्राकृतिक आपदाएं और स्वास्थ्य जोखिम** : कुछ क्षेत्रों में भूस्खलन या बाढ़ जैसी प्राकृतिक आपदाओं का खतरा रहता है। साथ ही स्वास्थ्य संबंधी चिंताएँ जैसे दूषित भोजन या पानी से होने वाली बीमारियाँ भी पर्यटकों को प्रभावित करती हैं।

3. खाराब विपणन और प्रचार

भारत के पास कई अद्वितीय पर्यटन स्थल हैं, लेकिन उनका विपणन और प्रचार प्रायः प्रभावी ढंग से नहीं किया जाता है।

- **असंगठित ब्रांडिंग** : ष्अतुल्य भारतष जैसे अभियानों के बावजूद कई खूबसूरत और कम ज्ञात पर्यटन–स्थलों का पर्याप्त प्रचार नहीं हो पाता, जिससे भारत की वैश्विक पर्यटन बाजार में दृश्यता कम रहती है।
- **सीमित विविधता** : अधिकांश प्रचार अभियान केवल सांस्कृतिक और विरासत पर्यटन पर केंद्रित होते हैं, जबकि साहसिक पर्यटन, वन्यजीव पर्यटन, चिकित्सा पर्यटन और ग्रामीण पर्यटन जैसे अन्य संभावित आकर्षक क्षेत्रों को अक्सर अनदेखा कर दिया जाता है।
- **हितधारकों में समन्वय की कमी** : सरकार, निजी टूर ऑपरेटरों और अन्य संबंधित पक्षों के बीच समन्वय की कमी के कारण विपणन प्रयास खंडित और अप्रभावी रहते हैं।

4. कुशल जनशक्ति का अभाव

पर्यटन और आतिथ्य क्षेत्र में प्रशिक्षित और कुशल कर्मचारियों की कमी एक बड़ी समस्या है।

- **प्रशिक्षित गाइडों की कमी** : बहुभाषी और अच्छी तरह से प्रशिक्षित टूर गाइडों की कमी विदेशी पर्यटकों के अनुभव को प्रभावित करती है, खासकर उन स्थलों पर जहाँ ऐतिहासिक या सांस्कृतिक जानकारी महत्वपूर्ण होती है।
- **सेवा गुणवत्ता** : आतिथ्य क्षेत्र में सेवा की गुणवत्ता अक्सर अंतरर्राष्ट्रीय मानकों से कम होती है, खासकर छोटे होटलों और रेस्तरां में, जिसका कारण प्रशिक्षित कर्मचारियों की कमी है।

5. शासन और नीति संबंधी समस्याएँ

पर्यटन क्षेत्र के प्रभावी प्रबंधन और विकास के लिए मजबूत नीतियों और शासन की आवश्यकता है, जिसमें कुछ कमियाँ निम्नलिखित हैं –

- **वीजा प्रक्रिया** : यद्यपि ई – वीजा सुविधा ने प्रक्रिया को सरल बनाया है, फिर भी कुछ पर्यटकों को वीजा आवेदन और प्रवेश संबंधी नियम जटिल लग सकते हैं।
- **कर संरचना** : पर्यटन सेवाओं पर उच्च कर (जैसे जीएसटी) भारत को अन्य देशों की तुलना में एक महंगा गंतव्य बनाता है, जिससे पर्यटक हतोत्साहित होते हैं।
- **असंतुलित विकास** : पर्यटन का विकास अक्सर कुछ ही प्रमुख स्थलों तक सीमित रहता है, जिससे अन्य क्षेत्रों में क्षमता का उपयोग नहीं हो पाता है।

6. पर्यावरणीय और सामाजिक चिंताएँ

बढ़ता पर्यटन पर्यावरण और स्थानीय समुदायों पर दबाव डालता है।

- **पर्यावरणीय क्षरण** : प्रसिद्ध पर्यटन–स्थलों पर अत्यधिक भीड़ – भाड़, प्रदूषण और अनुचित अपशिष्ट प्रबंधन स्मारकों, प्राकृतिक स्थलों और पारिस्थितिकी तंत्र को नुकसान पहुँचा रहे हैं।

- **संसाधनों का अति – दोहन** : अनियंत्रित पर्यटन प्राकृतिक संसाधनों, जैसे पानी और वन क्षेत्रों पर दबाव डालता है।
- **स्थानीय समुदायों पर प्रभाव** : कुछ मामलों में पर्यटन स्थानीय समुदायों की जीवन शैली और संस्कृति को नकारात्मक :प से प्रभावित कर सकता है, अगर इसे स्थायी :प से प्रबंधित न किया जाए।

इन समस्याओं का समाधान करके ही भारत अपने पर्यटन क्षेत्र की विशाल क्षमता का पूरी तरह से उपयोग कर सकता है और इसे वैश्विक मानचित्र पर एक प्रमुख गंतव्य के :प में स्थापित कर सकता है।

14.5 भारतीय पर्यटन की संभावनाएं

भारत में पर्यटन की अपार संभावनाएँ हैं, जो इसे वैश्विक स्तर पर एक प्रमुख पर्यटन स्थल बना सकती हैं। इसकी विविधता ही इसकी सबसे बड़ी ताकत है। इन संभावनाओं पर विस्तार से चर्चा निम्नलिखित रूप में की जाती है –

1. विविध भौगोलिक और सांस्कृतिक आकर्षण

भारत एक ऐसा देश है जहाँ हर तरह के पर्यटक के लिए कुछ न कुछ है –

- **ऐतिहासिक और सांस्कृतिक विरासत** : भारत स्मारकों, किलों, महलों और धार्मिक स्थलों का खजाना है। ताजमहल, लाल किला, कुतुब मीनार, राजस्थान के शाही महल, दक्षिण भारत के मंदिर और बौद्ध स्थल दुनिया भर के पर्यटकों को आकर्षित करते हैं। यूनेस्को विश्व धरोहर स्थलों की भरमार इसकी सांस्कृतिक समृद्धि का प्रमाण है।
- **प्राकृतिक सौंदर्य** : हिमालय की चोटियाँ, गोवा के समुद्र तट, केरल की शांत पश्च जल, राजस्थान के रेगिस्तान, पूर्वोत्तर के हरे – भरे जंगल और वन्यजीव अभयारण्य प्रकृति प्रेमियों और साहसिक पर्यटकों के लिए बेहतरीन विकल्प हैं।
- **धार्मिक पर्यटन** : चार धाम यात्रा, कुंभ मेला, वैष्णो देवी, अमृतसर का स्वर्ण मंदिर और विभिन्न सूफी दरगाहें आध्यात्मिक शांति की तलाश करने वालों को आकर्षित करती हैं। भारत को धार्मिक पर्यटन का केंद्र माना जाता है।
- **वन्यजीव और पारिस्थितिकीय पर्यटन** : भारत में कई राष्ट्रीय उद्यान और वन्यजीव अभयारण्य हैं, जहाँ बाघ (रणथंभौर, कॉर्बेट), हाथी और विभिन्न प्रकार के पक्षी देखे जा सकते हैं। यह पारिस्थितिकीय पर्यटन के लिए एक बड़ी संभावना प्रस्तुत करता है।

2. चिकित्सा और कल्याण पर्यटन

भारत चिकित्सा और कल्याण पर्यटन के लिए एक उभरता हुआ केंद्र है –

- **किफायती उपचार** : पश्चिमी देशों की तुलना में भारत में चिकित्सा उपचार (सर्जरी, अंग प्रत्यारोपण आदि) काफी किफायती है, लेकिन गुणवत्ता के साथ कोई समझौता नहीं किया जाता।
- **आयुर्वेद और योग** : भारत पारंपरिक चिकित्सा पद्धतियों जैसे आयुर्वेद, यूनानी और प्राकृतिक चिकित्सा का मूल स्थान है। योग और ध्यान केंद्र दुनिया भर से लोगों को शारीरिक और मानसिक कल्याण के लिए आकर्षित करते हैं।
- **विशेषज्ञ डॉक्टर और अस्पताल**: भारत में विश्व स्तरीय अस्पताल और उच्च कुशल डॉक्टर हैं जो अंतरर्राष्ट्रीय मानकों की स्वास्थ्य सेवाएँ प्रदान करते हैं।

3. साहसिक और खेल पर्यटन

भारत साहसिक गतिविधियों के लिए एक आदर्श स्थान बन सकता है

- **हिमालयी साहसिक कार्य** : ट्रेकिंग, पर्वतारोहण, रिवर राफ्टिंग, स्कीइंग और पैराग्लाइडिंग जैसी

गतिविधियाँ हिमालयी क्षेत्रों में लोकप्रिय हैं।

- **जल क्रोड़ाएँ** : गोवा, अंडमान और निकोबार द्वीप समूह में स्कूबा डाइविंग, स्नॉर्कलिंग और अन्य जल क्रीड़ाओं की अपार संभावनाएँ हैं।
- **जंगल सफारी** : राष्ट्रीय उद्यानों में जंगल सफारी एक रोमांचक अनुभव प्रदान करती है।

4. ग्रामीण और सामुदायिक पर्यटन

भारत के ग्रामीण क्षेत्रों में पर्यटन की बहुत संभावनाएँ हैं –

- **ग्रामीण जीवन का अनुभव** : पर्यटक ग्रामीण भारत की संस्कृति, हस्तशिल्प और जीवन शैली का अनुभव कर सकते हैं, जो शहरी भीड़ – भाड़ से दूर एक अनूठा अनुभव प्रदान करता है।
- **स्थानीय अर्थव्यवस्था को बढ़ावा** : ग्रामीण पर्यटन स्थानीय समुदायों के लिए आय के नए स्रोत पैदा कर सकता है और पलायन को रोकने में मदद कर सकता है।
- **पारंपरिक कला और शिल्प** : कई गाँव अपने पारंपरिक कला :पों और शिल्पों के लिए प्रसिद्ध हैं, जो पर्यटकों के लिए आकर्षण का केंद्र बनते हैं।

5. क्रूज पर्यटन और एमआईसीई पर्यटन (M.I.C.E.)

भारत इन क्षेत्रों में भी अपनी संभावनाएँ बढ़ा रहा है –

- **क्रज पर्यटन** : भारत के विशाल समुद्री तट और अंतर्देशीय जलमार्ग क्रूज पर्यटन के लिए बेहतरीन अवसर प्रदान करते हैं। मुंबई, गोवा, कोच्चि जैसे बंदरगाह शहर क्रूज हब के :प में विकसित हो रहे हैं।
- **एमआईसीई (मीटिंग्स, इंसेंटिव्स, कॉन्फ्रेंसेस, एग्जीबिशन)** : दिल्ली, मुंबई, बेंगलुरु, चेन्नई जैसे प्रमुख शहरों में विश्व स्तरीय कन्वेंशन सेंटर और होटल हैं जो व्यापारिक बैठकों, सम्मेलनों और प्रदर्शनियों के लिए आदर्श हैं। यह व्यापार और अवकाश पर्यटन को जोड़ता है।

6. नीतिगत समर्थन और डिजिटल सुविधाएँ

भारत सरकार पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए कई कदम उठा रही है –

- **ई – वीजा सुविधा** : ई – वीजा सुविधा ने कई देशों के पर्यटकों के लिए भारत आना आसान बना दिया है।
- **आधारभूत संरचना का विकास** : उड़ान योजना, भारतमाला परियोजना और नए हवाई अड्डों का निर्माण सम्बद्धता में सुधार कर रहा है।
- **देखो अपना देश पहल** : घरेलू पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए सरकार की यह पहल भारतीयों को देश के भीतर यात्रा करने के लिए प्रोत्साहित कर रही है।
- **डिजिटल भुगतान** : यूपीआई जैसे डिजिटल भुगतान प्रणालियों की व्यापक स्वीकृति पर्यटकों के लिए लेन देन को आसान बनाती है।

भारत में पर्यटन की अपार संभावनाएँ हैं। यदि बुनियादी ढाँचे में सुधार, सुरक्षा चिंताओं का समाधान, प्रभावी विपणन और एक स्थायी दृष्टिकोण अपनाया जाए, तो भारत निश्चित रूप से वैश्विक पर्यटन मानचित्र पर एक अग्रणी स्थान प्राप्त कर सकता है।

14.6 सारांश

आपने इस इकाई में भारतीय पर्यटन की बाधाएं, चुनौतियाँ, समस्यायें एवं संभावनाओं का अध्ययन किया है। आप समझ गए होगें कि पर्यटन को विकसित एवं प्रभावित करने में इन सभी की महात्त्वपूर्ण भूमिका है। इससे विश्व या देश के पर्यटन को गतिशीलता तथा विकास को प्रभावित किया है। वास्तव में पर्यटन के इन घटकों ने लोगों, स्थानों और पर्यटन की घटना के बीच जटिल अंतःक्रियाओं को समझने के लिए एक व्यापक

ढाँचा प्रदान करता है, जिसने इस उद्योग को जिम्मेदारी से प्रबंधित और विकसित करने में स्थानिक विश्लेषण में सहयोग दिया है।

इस इकाई में भारतीय पर्यटन की बाधाएं, चुनौतियाँ, समस्यायें एवं संभावनाओं के विविध आयाम तथा वर्तमान समय में उसकी उपयोगिता को प्रस्तुत किया गया है। आपने देखा है कि बाधाएं, चुनौतियाँ, समस्यायें जहाँ पर्यटन के विकास को अवरुद्ध करती हैं वहीं संभावनाओं ने इन परिस्थितियों के बीच अवसरों की खोज की है। संभावनाओं ने विश्व के सभी पर्यटन–स्थलों, विरासतों, वस्तुओं एवं सेवाओं को एक वैश्विक मंच प्रदान किया है, जहाँ सबकी पहुँच सुनिश्चित हो सके। समय में होने वाले परिवर्तन के साथ ही पर्यटन के अध्ययन की प्रासंगिकता में वृद्धि हुई है, जिसने पर्यटन के विकास में महत्त्वपूर्ण योगदान दिया है। इस प्रकार आपने भारतीय पर्यटन की बाधाएं, चुनौतियाँ, समस्यायें एवं संभावनाओं का विस्तृत एवं सारगर्भित अध्ययन किया है।

14.7 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

1. भारत में पर्यटन उद्योग को प्रोत्साहित करने वाले मुख्य करक कौन से है?

   (क) यहाँ की प्राकृतिक एवं सांस्कृतिक विविधता।

   (ख) यहाँ की अधिक जनसँख्या।

   (ग) गरीबी का उच्च स्तर।

   (घ) देश में बेरोजगारों की संख्या अधिक मात्रा में पाई जानी।

2. पर्यटन संबंधी सेवाओं पर उच्च दर का वस्तु एवं सेवा (G.S.T.) कर कितना लगाया जाता है?

   (क) 18% (ख) 15% (ग) 28% (घ) 42%

3. हिन्दुओं का पवित्र तीर्थ स्थल वैष्णो देवी किस राज्य अथवा केंद्र शासित प्रदेश में स्थित है?

   (क) उत्तर प्रदेश (ख) गुजरात (ग) जम्मू एवं कश्मीर (घ) हिमाचल प्रदेश

4. आयर्वेद चिकित्सा पद्धति का मूल स्थान क्या है?

   (क) अमेरिका (ख) भारत (ग) जापान (घ) चीन

5. जिम कार्बेट राष्ट्रीय उद्यान किस राज्य में स्थित है?

   (क) मध्य प्रदेश (ख) तमिलनाडू (ग) असम (घ) उत्तराखण्ड

14.8 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

- Baghia, Sunil, 2017, Tourism Geography, Book Enclave, New Delhi.
- Kaur, J., 1993, Himalayan PilgrimageAnd New Tourism, Himalayan Books, New Delhi.
- Khanduri, Harshi, 2021, Tourism Geography, J. T. S. Publications, Delhi.
- Mandal, Somdatta, 2010, Indian Travel Narratives, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- Nelson, Velvet, 2017, An Introduction to the Geography of Tourism, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- नीशावा, परवीन, 2022, पर्यटन भूगोल – एक अध्ययन, आर. के. बुक्स, नई दिल्ली।
- बंसल, सुरेश चन्द्र, 2006, पर्यटन एवं यात्रा प्रबन्धन, मीरा प्रकाशन, सहारनपुर (उ.प्र)।
- सदैव, शशिकांता, 2019, भारत के प्रसिद्ध मंदिर, यात्रा और धाम, प्रभाकर प्रकाशन, नई दिल्ली।

- मौर्य, एस. डी., 2023, पर्यटन भूगोल, शारदा पुस्तक भवन, प्रयागराज।
- यादव, बी., दुबे, पी. एवं यादव, आर. एस., 2016, काशी का एक सांस्कृतिक विरासत सारनाथ : पर्यटन के विशेष सन्दर्भ में, उत्तर भारत भूगोल परिषद, गोरखपुर (उ.प्र)।
- यादव, बी., एवं प्रजापति, ए. एल., 2024, काशी परिक्षेत्र में संपन्न होने वाली यात्राओं के महात्म्य का भौगोलिक विश्लेषण, ज्ञानसौर्यम साइंटिफिक रिफ्रिड शोध पत्रिका, प्रयागराज।

14.9 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

1. भारतीय पर्यटन उद्योग की बाधाओं एवं चुनौतियों की व्याख्या कीजिए।
2. भारतीय पर्यटन उद्योग की समस्याओं का वर्णन कीजिए।
3. वर्तमान समय की बदलती परिस्थितियों के सन्दर्भ में भारतीय पर्यटन उद्योग की संभावनाओं को स्पष्ट कीजिए।

इकाई–15 भारत के प्रमुख पर्यटक स्थल : शहर एवं राज्य

इकाई की रूपरेखा

15.0 प्रस्तावना

15.1 उद्देश्य

15.2 भारत के प्रमुख ऐतिहासिक–स्थल

15.3 भारत के प्रमुख तीर्थ–स्थल

15.4 सारांश

15.5 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

15.6 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

15.7 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

15.0 प्रस्तावना

भारत में कई पर्यटक स्थल हैं जो दुनिया भर में बहुत लोकप्रिय हैं और जिन्हें देखने के लिए बड़ी संख्या में देशी और विदेशी पर्यटक यहाँ आते हैं। भारत की भूमि पर ऐसी प्राचीन ऐतिहासिक संरचनाएँ एवं संरचनायें हैं जिन्हें देखकर पर्यटक कुछ समय के लिए अतीत में खो जाते हैं। भारत को एक महान सांस्कृतिक विरासत के रूप में पहचाना जाता है, जो हमारे देश की ऐतिहासिक प्राचीन गुफायें इमारतों, पारंपरिक भवनों, मस्जिदों, किलों, गिरजाघरों, चर्चों, गुरुद्वारों आदि के रूप में है। यदि हम भारत के इतिहास को देखें तो यह देश की ऐतिहासिक और प्राचीन भव्य कलाकृतियों और संरचनाओं को बनाने वाले महान राजाओं और तत्कालीन साम्राज्य की देन है।

15.1 उद्देश्य

पर्यटन स्वाभाविक रूप से स्थान परिवर्तन की एक प्रक्रिया है जिसे दो भागों में विभक्त किया जाता है। जब कोई स्थान परिवर्तन मनोरंजन, अन्वेषण एवं साहसिक कार्यों के उद्देश्य से किया जाता है तब उसे पर्यटन कहते हैं जबकि धार्मिक भावना के उद्देश्य से किया गया स्थान परिवर्तन तीर्थाटन कहलाता है। प्रस्तुत इकाई के उद्देश्य निम्नलिखित है –

1. भारत के प्रमुख पर्यटन–स्थलों का अध्ययन करना।
2. भारतीय तीर्थों के विविध आयाम को स्पष्ट करना।
3. भारतीय पर्यटन–स्थलों एवं तीर्थों के महत्त्व का करना।

15.2 भारत के प्रमुख ऐतिहासिक स्थल

भारत में ऐतिहासिक पर्यटक–स्थल के साथ – साथ तीर्थ–स्थल का भी बहुत महत्त्व है जहाँ पर भरत के नागरिक पर्यटन की दृष्टि से आवागमन करते रहते हैं, जो भारतीय अर्थव्यवस्था के लिए एक स्तम्भ के रूप में विद्यमान हैं।

भारत के कुछ प्रमुख ऐतिहासिक स्थलों की सूची इस प्रकार है –

- आगरा का ताजमहल और किला
- दिल्ली की ऐतिहासिक इमारतें (लाल किला, कुतुब मीनार, हुमायूँ का मकबरा)
- फतेहपुर सीकरी की ऐतिहासिक इमारतें

- खजुराहो के मंदिर
- साँची का स्तूप
- कोणार्क सूर्य मंदिर
- कोलकाता का विक्टोरिया मेमोरियल
- अमृतसर का स्वर्ण मंदिर
- अजमेर का किला
- अजंता और एलोरा की गुफाएँ
- कर्नाटक के ऐतिहासिक स्थल
- नालंदा विश्वविद्यालय के अवशेष
- हैदराबाद की चारमीनार
- हवामहल (जयपुर)

7. आगरा का ताजमहल और किला

आगरा में यमुना नदी के पश्चिमी किनारे पर स्थित ताजमहल एक अद्वितीय संगमरमर का मकबरा है, जिसे मुगल सम्राट शाहजहाँ ने अपनी बेगम मुमताज महल की याद में बनवाया था। इसका निर्माण कार्य उनके शासनकाल (1628 – 1658) के दौरान 1632 में शुरू हुआ था और यह परिसर 1653 में बनकर पूरा हुआ। ताजमहल को मुगल वस्तुकला का सबसे बेहतरीन उदाहरण माना जाता है। वर्ष 1983 में इसे यूनेस्को द्वारा विश्व धरोहर स्थल घोषित किया गया और इसे दुनिया के सात अजूबों में से एक माना जाता है। हर साल 70 से 80 लाख लोग इस अद्भुत स्मारक को देखने के लिए आते हैं।

आगरा का किला भी यूनेस्को का एक विश्व धरोहर स्थल है, जो ताजमहल से लगभग 2.5 किलोमीटर की दूरी पर है। यह भारत के महत्वपूर्ण मुस्लिम कालीन किलों में से एक है, जिसे कई इतिहासकार "चारदीवारी से घिरी महलनुमा नगरी" कहते हैं। यह किला पहले ईंटों से बना था, जिसका पहला जिक्र 1080 ई में मिलता है जब महमूद गजनवी की सेना ने इस पर कब्जा कर लिया था। पानीपत के दूसरे युद्ध (1556 ई) में मुगलों ने अफगानों को हराने के बाद इस पर नियंत्रण कर लिया। इस जगह की रणनीतिक स्थिति को देखते हुए, सम्राट अकबर ने पुराने किले की जगह पर लाल बलुआ पत्थर से एक नए और भव्य किले का निर्माण करवाया, जो आज भी मौजूद है।

8. दिल्ली की ऐतिहासिक इमारतें

दिल्ली की ऐतिहासिक इमारतों में लाल किला, कुतुबमीनार और हुमायूँ का मकबरा अधिक प्रसिद्ध और दर्शनीय है। लाल बलुआ पत्थर से निर्मित लाल किला दिल्ली के ऐतिहासिक किलाबन्द पुराणी दिल्ली में स्थित है। पुरानी दिल्ली में स्थित लाल किला जिसे 2007 में यूनेस्को द्वारा विश्व धरोहर स्थल घोषित किया गया था, भारत के सबसे महत्वपूर्ण पर्यटन–स्थलों में से एक है। यह भारत की शान और स्वतंत्रता का प्रतीक है, जहाँ हर साल स्वतंत्रता दिवस और गणतंत्र दिवस पर राष्ट्रीय ध्वज फहराया जाता है। दुनिया भर से पर्यटक इसकी भव्यता और सुंदरता को देखने के लिए आते हैं।

कुतुब मीनार

दक्षिण दिल्ली के मेहरौली क्षेत्र में स्थित कुतुबमीनार एक प्रसिद्ध दर्शनीय स्थल है। 73 मीटर ऊँची इस मीनार में कुल 379 सीढ़ियाँ हैं। इसका निर्माण 1192 में दिल्ली के पहले मुस्लिम शासक कुतुबुद्दीन ऐबक ने शुरू करवाया था, लेकिन वे केवल इसका आधार ही बनवा पाए। बाद में उनके उत्तराधिकारी इल्तुतमिश ने इसमें तीन और मंजिलें जोड़ीं, जबकि अंतिम यानी पाँचवीं मंजिल का निर्माण 1368 ई में फिरोजशाह तुगलक ने पूरा

करवाया। लाल बलुआ पत्थर से बनी यह मीनार कुरान की आयतों और फूलों की महीन नक्काशी से सजी है। यूनेस्को ने इसे भारत की सबसे ऊँची पत्थर की मीनार के रूप में विश्व धरोहर स्थल घोषित किया है। इसके परिसर में एक जंग रहित लोहे का स्तंभ भी मौजूद है।

हुमायूँ का मकबरा

दिल्ली में पुराना किला के पास स्थित हुमायूँ का मकबरा, मुगल वस्तुकला की एक प्रसिद्ध ऐतिहासिक इमारत है और इसे भारत में बना पहला मुगल मकबरा स्मारक माना जाता है। इस मकबरे में हुमायूँ के अलावा अन्य शाही लोगों की भी कब्रें हैं। यह मकबरा भी यूनेस्को द्वारा विश्व धरोहर घोषित है और इसे भारत में मुगल वस्तुकला का पहला उत्कृष्ट उदाहरण माना जाता है।

9. फतेहपुर सीकरी की ऐतिहासिक इमारतें

फतेहपुर सीकरी पश्चिमी उत्तर प्रदेश के आगरा जिले में स्थित एक नगर है, जिसे मुगल सम्राट अकबर ने 1571 ई में बसाया था। यह शहर 1571 से 1585 तक मुगल साम्राज्य की राजधानी रहा। फतेहपुर सीकरी मुस्लिम स्थापत्य कला का एक बेहतरीन उदाहरण है, जिसकी डिजाइन में हिंदू और फारसी शैलियों का मिश्रण देखने को मिलता है। यहाँ की मस्जिद का मुख्य प्रवेश द्वार बुलंद दरवाजा 54 मीटर ऊँचा है, जिसे 1573 ई में बनाया गया था। मस्जिद के उत्तर में प्रसिद्ध सूफी संत शेख सलीम चिश्ती की दरगाह है, जहाँ निःसंतान महिलाएं संतान प्राप्ति के लिए दुआ मांगने आती हैं। इस दरगाह में संगमरमर से बनी शेख सलीम की समाधि है, जिस पर पत्थर की बेहद बारीक और सुंदर जाली की नक्काशी की गई है। फतेहपुर सीकरी के प्रमुख स्मारकों में दीवान – ए – खास, पंच महल, जोधाबाई का महल और शाही मस्जिद शामिल हैं।

10. खजुराहो के मंदिर

मध्य प्रदेश के छतरपुर जिले में स्थित खजुराहो हिंदू और जैन धर्म के मंदिरों का एक समूह है, जिसे यूनेस्को द्वारा विश्व धरोहर स्थल घोषित किया गया है। यह प्राचीन और मध्यकालीन मंदिरों के लिए प्रसिद्ध है, और इसका प्राचीन नाम खजूरपुर या खजूर वाटिका था। खजुराहो के मंदिर अपनी उत्कृष्ट सजावटी वस्तुकला के लिए जाने जाते हैं और इन्हें भारत के मध्यकालीन स्मारकों में सबसे बेहतरीन माना जाता है। इन मंदिरों की दीवारों पर पत्थरों को बहुत ही खूबसूरती से तराशकर विभिन्न कामुक कलाकृतियों को उकेरा गया है।

खजुराहो के मंदिर, जिनका निर्माण 950 से 1050 ई के बीच चंदेल वंश के शासकों ने करवाया था, भारतीय कला की बेहतरीन कलाकृतियों में से एक हैं। मूल रूप से 85 मंदिरों का समूह होने के बावजूद, अब यहाँ केवल 25 मंदिर ही बचे हैं। यह पूरा मंदिर समूह यूनेस्को द्वारा विश्व धरोहर स्थल घोषित है और इसे तीन भागों पश्चिमी, पूर्वी और दक्षिणी समूहों में बांटा गया है। पश्चिमी समूह में सबसे अधिक मंदिर हैं, जबकि पूर्वी समूह में सुंदर नक्काशी वाले जैन मंदिर और दक्षिणी समूह में कुछ ही मंदिर हैं। पश्चिमी और दक्षिणी समूहों के मंदिर विभिन्न देवी – देवताओं जैसे शिव, गणेश, सूर्य और जैन तीर्थंकरों को समर्पित हैं। यहाँ का कंदरिया महादेव मंदिर सभी मंदिरों में सबसे बड़ा है। इसके अलावा लक्ष्मी, वराह, लक्ष्मण, सूर्य, विश्वनाथ, नंदी और पार्वती मंदिर जैसे कई अन्य मंदिर भी यहाँ विशेष रूप से उल्लेखनीय हैं।

5. साँची का स्तूप

साँची मध्य प्रदेश के रायसेन जिले में स्थित एक ऐतिहासिक स्थान है। यह बेतवा नदी के किनारे स्थित है और भोपाल से 46 किलोमीटर तथा विदिशा से 10 किलोमीटर उत्तर – पूर्व में है। साँची गाँव के पास ही एक पहाड़ी पर तीसरी शताब्दी ईसा पूर्व में बनाए गए कई बौद्ध स्मारक मौजूद हैं। जिनमें साँची का प्रसिद्ध स्तूप भी शामिल है। साँची का मुख्य स्तूप मूल रूप से तीसरी शताब्दी ईसा पूर्व में सम्राट अशोक महान ने बनवाया था। बाद में सम्राट अग्निमित्र शुंग ने इसका पुनर्निर्माण करवाकर इसे और भी बड़ा और भव्य बना दिया। इस स्तूप पर कई तोरण (द्वार) और छोटे – छोटे स्तूप बने हुए हैं और इसकी दीवारों पर भगवान गौतम बुद्ध के जीवन से जुड़ी घटनाओं को खूबसूरती से उकेरा गया है। भारत में बौद्ध धर्म के पतन के साथ ही यह स्तूप उपेक्षित हो गया और धीरे – धीरे खंडित हो गया।

वर्तमान में साँची की पहाड़ी पर तीन स्तूप और कई मंदिर मौजूद हैं। इस ऐतिहासिक स्थल को 1989 ई में यूनेस्को द्वारा विश्व धरोहर स्थल घोषित किया गया था। यह स्थान सड़क, रेल और हवाई मार्ग तीनों से अच्छी तरह से जुड़ा हुआ है और भोपाल तथा विदिशा से यहाँ पहुँचना बेहद आसान है।

11. कोणार्क सूर्य मंदिर

कोणार्क का सूर्य मंदिर ओडिशा के पुरी जिले में समुद्र तट पर स्थित है, जो पुरी शहर से लगभग 35 किलोमीटर दूर है। इस मंदिर का निर्माण पूर्वी गंग वंश के राजा नरसिंह देव प्रथम ने करवाया था। वर्ष 1984 में यूनेस्को ने इसे विश्व धरोहर स्थल घोषित किया। यह भारतीय सांस्कृतिक विरासत का एक महत्वपूर्ण प्रतीक है, जिसकी तस्वीर भारतीय 10 रुपये के नोट पर भी छपी है। यह मंदिर सूर्य देव को समर्पित है। पौराणिक कथा के अनुसार भगवान श्री कृष्ण के पुत्र साम्ब ने अपने कुष्ठ रोग से मुक्ति पाने के लिए यहीं सूर्य देव की तपस्या की थी। रोग मुक्त होने के बाद उन्होंने कृतज्ञता में यहाँ सूर्य देव का एक मंदिर बनवाया जिसके बाद से यह स्थान पवित्र माना जाने लगा।

कोणार्क का यह मंदिर लाल बलुआ पत्थर और काले ग्रेनाइट से बना है। इसका निर्माण 13वीं शताब्दी में गंग वंश के राजा नरसिंह देव ने करवाया था और यह कलिंग शैली की वस्तुकला का एक बेहतरीन उदाहरण है। वर्ष 1984 में इसे यूनेस्को द्वारा विश्व धरोहर स्थल घोषित किया गया। यह पूरा मंदिर सूर्य देव के रथ के रूप में बनाया गया है, जिसमें सात घोड़े इसे खींचते हुए और बारह जोड़ी पहिए लगे हुए हैं। मंदिर की दीवारों पर शानदार और बारीक नक्काशी की गई है। इस भव्य संरचना में तीन मुख्य मंडप थे, जिनमें से दो अब गिर चुके हैं।

7. कोलकाता का विक्टोरिया मेमोरियल

पश्चिम बंगाल के कोलकाता में स्थित विक्टोरिया मेमोरियल ब्रिटिश काल का एक प्रसिद्ध स्मारक है, जो महारानी विक्टोरिया को समर्पित है। इसका निर्माण महारानी की मृत्यु के बाद वर्ष 1906 में शुरू हुआ था और वर्ष 1921 में यह जनता के लिए खोला गया। यह स्मारक ब्रिटिश वस्तुकला का एक उत्कृष्ट नमूना है और आज कोलकाता की पहचान बन चुका है। इसके निर्माण में कुल एक करोड़ पाँच लाख रुपये की लागत आई थी जिसे पूरे भारत के लोगों के स्वैच्छिक चंदे से जुटाया गया था।

इसकी डिजाइन वस्तुकार विलियम एमर्सन ने तैयार की थी, जिसमें ब्रिटिश और मुगल शैलियों के साथ – साथ वेनिस, मिस्र और दक्षिण भारतीय वस्तुशिल्प का भी प्रभाव दिखता है। यह 103 मीटर लंबी, 69 मीटर चौड़ी और 56 मीटर ऊँची यह इमारत सफेद मकराना संगमरमर से बनी है। इसके सुंदर बगीचों की डिजाइन लॉर्ड रेड्सडेल और डेविड प्रैन ने तैयार की थी।

8. अमृतसर का स्वर्ण मंदिर

पंजाब के अमृतसर शहर में स्थित स्वर्ण मंदिर, जिसे हरमंदिर साहिब और दरबार साहिब भी कहते हैं। सिख धर्म का सबसे पवित्र और महत्वपूर्ण धार्मिक स्थल है। यह गुरुद्वारा एक पवित्र सरोवर के बीच में बना है। इस सरोवर का निर्माण सिखों के चौथे गुरु, गुरु रामदास जी ने स्वयं करवाया था और इसी के नाम पर अमृतसर शहर का नाम पड़ा। इस गुरुद्वारे की नींव भी गुरु रामदास जी ने रखी थी, जबकि इसका नक्शा गुरु अर्जुन देव जी ने तैयार किया था।

यह मंदिर कई बार आक्रमणों में ध्वस्त हुआ लेकिन भक्ति और आस्था के कारण इसे हर बार दोबारा बनाया गया। उन्नीसवीं शताब्दी में महाराजा रणजीत सिंह ने इसके बाहरी हिस्से को सोने की परतों से सजवाया था, जिससे इसे श्स्वर्ण मंदिरश के नाम से प्रसिद्धि मिली। यह गुरुद्वारा वस्तुकला और शिल्प का एक बेजोड़ नमूना है। इसकी एक अनोखी खासियत यह है कि इसमें चारों दिशाओं में चार प्रवेश द्वार हैं, जो सभी धर्मों के लोगों के लिए खुले रहते हैं। पूरा मंदिर सफेद संगमरमर से बना है और इसकी दीवारों पर सोने की पत्तियों से नक्काशी की गई है। इस पवित्र स्थान पर दिन भर गुरुवाणी का पाठ गूँजता रहता है।

9. अजमेर का किला

राजस्थान के अजमेर जिले में स्थित अजमेर का किला एक ऐतिहासिक इमारत है, जो पहाड़ी किलों (गिरी दुर्ग) का एक बेहतरीन उदाहरण है। इसे एक ऊँची पहाड़ी को समतल करके बनाया गया था और यहाँ पानी की भी अच्छी व्यवस्था थी। यह किला तारागढ़, गढ़ बिठली और अजयमेरु जैसे कई नामों से भी जाना जाता है। इस किले का निर्माण 1113 ई में चौहान शासक अजयपाल ने करवाया था। बाद में मेवाड़ के युवराज पृथ्वीराज चौहान ने इसके कुछ हिस्सों का पुनर्निर्माण कराया और अपनी वीरांगना पत्नी तारादेवी के नाम पर इसका नाम श्तारागढ़श रखा। यह किला चौहान शासकों की एक प्रमुख राजधानी हुआ करता था। किले में कई बड़े प्रवेश द्वार हैं, जैसे हाथी पोल और विजय पोल इसके साथ ही साथ यहाँ बड़े – बड़े तालाब (झालरा) भी हैं जो आकर्षण का केंद्र हैं। राजस्थान सरकार ने किले में पृथ्वीराज चौहान की घोड़े पर सवार एक प्रतिमा भी स्थापित की है।

10. अजंता एवं एलोरा की गुफाएँ (अजंता की ग,फाएँ)

अजंता की गुफाएँ महाराष्ट्र के औरंगाबाद जिले में अजंता गाँव के पास स्थित हैं। इन गुफाओं को दूसरी शताब्दी ईसा पूर्व में लगभग 29 विशाल चट्टानों को तराशकर बनाया गया था। ये गुफाएँ बौद्ध धर्म से संबंधित उत्कृष्ट चित्रकला और मूर्तिकला के लिए प्रसिद्ध हैं। ये गुफाएँ एक घने जंगल से घिरी हुई घोड़े की नाल के आकार वाली घाटी में स्थित हैं। अजंता गाँव से इनकी दूरी 3.5 किलोमीटर है और जलगाँव यहाँ का निकटतम कस्बा है जो लगभग 60 किलोमीटर दूर है।

अजंता की गुफाएँ बौद्ध मठों (विहारों) और चौत्य गृहों (स्तूप स्मारकों) का एक समूह हैं, जिन्हें दो अलग – अलग चरणों में चट्टानों को काटकर बनाया गया है। इन गुफाओं में बुद्ध को स्तूप या मठ के रूप में दर्शाया गया है। खुदाई में कई अलग – अलग नक्काशी वाले विहार मिले हैं, जिनमें सबसे बड़ा विहार 52 फीट का है जबकि अन्य विहार आमतौर पर चौकोर आकार के हैं।

एलोरा की गुफाएँ

एलोरा महाराष्ट्र के औरंगाबाद से 30 किलोमीटर दूर एक प्रसिद्ध पुरातात्विक स्थल है, जिसका निर्माण राष्ट्रकूट वंश के शासकों ने करवाया था। यह यूनेस्को द्वारा घोषित एक विश्व धरोहर स्थल है और भारतीय पत्थर की कारीगरी का एक बेहतरीन उदाहरण है। एलोरा में कुल 34 गुफाएँ हैं, जिनमें 12 बौद्ध, 17 हिंदू और 5 जैन गुफाएँ शामिल हैं। ये गुफाएँ एक ही स्थान पर तीनों धर्मों की एकता को दर्शाती हैं। इन्हें बेसाल्ट की खड़ी चट्टानों को काटकर बनाया गया है और इनकी दीवारों तथा छतों पर सजावटी मूर्तियां हैं। एलोरा का पूरा परिसर अपनी कला और तकनीकी कुशलता के लिए जाना जाता है।

11. कर्नाटक के ऐतिहासिक स्थल

कर्नाटक के प्रमुख ऐतिहासिक स्थलों में मैसूर पैलेस, बैंगलोर पैलेस, गोल गुम्बज, हम्पी, बेलगाम किला और बीदर किला विशेष रूप से उल्लेखनीय हैं। इनका वर्णन नीचे किया गया है –

- **मैसूर पैलेस** : मैसूर शहर में स्थित मैसूर पैलेस, जिसे अंबा विलास पैलेस भी कहते हैं, एक ऐतिहासिक इमारत है। यह मैसूर के शाही परिवार का निवास स्थान है। यह तीन मंजिला गुंबददार संरचना है, जिसमें 145 फीट ऊँची पाँच मंजिला मीनार है। इसकी वस्तुकला हिंदू, इस्लामी और गोथिक शैलियों का एक सुंदर मिश्रण है। यह महल एक विशाल बगीचे से घिरा हुआ है।
- **बंगलोर पैलेस** : बंगलोर पैलेस, बंगलोर महानगर में स्थित कर्नाटक के प्रमुख पर्यटन–स्थलों में से एक है। इस महल का निर्माण वर्ष 1944 में कोठयार महावंश द्वारा करवाया गया था। इस महल का उपयोग विभिन्न सांस्कृतिक कार्यक्रमों, राजसी तथा विवाह आदि समारोहों के आयोजन के लिए किया जाता है।
- **गोल गुम्बज** : गोल गुम्बज कर्नाटक का एक प्रसिद्ध ऐतिहासिक स्थल और स्मारक है। गोल गुम्बज मोहम्मद आदिल शाह, उनकी प्रेमिका रम्भा और उनके परिवार का अंतिम विश्राम स्थल है। इसे बीजापुर का सबसे महत्वपूर्ण ऐतिहासिक स्थल माना जाता है। यह दक्षिणी भारत का इस्लामी वस्तुकला का एक

उत्कृष्ट उदाहरण है। गोल गुम्बज का निर्माण वर्ष 1626 ई में आरम्भ हुआ था जो वर्ष 1656 ई में बनकर तैयार हो गया था। इसका सर्वाधिक प्रसिद्ध आकर्षण इसका केन्द्रीय गुम्बद है। स्मारक के काले पत्थर और असंगता के ताजमहल में संरचनात्मक समानता के कारण इसे काला या ब्लैक ताजमहल भी कहा जाता है।

- **हम्पी** : कर्नाटक में तुंगभद्रा नदी के दक्षिणी किनारे पर स्थित हम्पी एक ऐतिहासिक स्मारक शहर है, जो अपने खंडहरों के लिए जाना जाता है। इसे यूनेस्को ने विश्व धरोहर स्थल घोषित किया है। इस शहर की स्थापना वर्ष 1336 ई से 1570 ई के बीच हुई थी और इसका अधिकांश विकास राजा कृ ष्णदेव राय के शासनकाल में हुआ, जो उस राजवंश के सबसे महत्वपूर्ण शासकों में से एक थे। हालाँकि हम्पी आज खंडहर बन चुका है, लेकिन इसकी समृद्ध वस्तुकला आज भी देखने लायक है। यह अपने खूबसूरत और विशाल नक्काशीदार मंदिरों के लिए विश्व भर में प्रसिद्ध है। विजयनगर साम्राज्य के समय के 500 से ज्यादा प्राचीन स्मारक, मंदिर, बाजार और किले आज भी यहाँ मौजूद हैं।

12. नालंदा विश्वविद्यालय के अवशेष

नालंदा बिहार के एक जिले में स्थित है, जो पटना से लगभग 95 किमी दक्षिण – पूर्व में है। यह प्राचीन मगध साम्राज्य में शिक्षा का एक बहुत बड़ा केंद्र और बौद्ध मठ था। नालंदा को दुनिया के सबसे पुराने आवासीय विश्वविद्यालयों में से एक माना जाता है, जिसके खंडहर आज भी देखे जा सकते हैं। यहाँ विदेशों से भी छात्र पढ़ने आते थे और ऐसा माना जाता है कि यहाँ लगभग 10 लाख छात्र और 2000 शिक्षक थे। यह विश्वविद्यालय 12वीं शताब्दी तक अस्तित्व में था।

मौर्य अपनी पुस्तक पर्यटन भूगोल में लिखते है कि महात्मा बुद्ध पाँचवीं और छठी शताब्दी ईसा पूर्व में कई बार यहाँ आए थे, जिसके बाद पाँचवीं से बारहवीं शताब्दी तक यहाँ बौद्ध धर्म की शिक्षा दी जाती थी। श्नालंदाश शब्द का मतलब 'ज्ञान देने वाला' होता है। लाल ईंटों से बना यह महाविहार अपनी वस्तुकला का एक बेहतरीन उदाहरण था। इसमें आठ अलग – अलग परिसर और दस मंदिर थे। विश्वविद्यालय की मुख्य इमारत नौ मंजिला थी, जहाँ ग्रंथों की महत्वपूर्ण प्रतियां तैयार की जाती थीं। ज्ञान हासिल करने के लिए दुनिया भर से छात्र यहाँ आते थे। दुर्भाग्य से 1193 ई में मोहम्मद बिन बख्तियार खिलजी की मुस्लिम सेना ने नालंदा को लूटकर आग लगा दी और इसे पूरी तरह से नष्ट कर दिया।

13. हैदराबाद की चारमिनार

हैदराबाद का चारमीनार, तेलंगाना की राजधानी हैदराबाद में स्थित एक प्रसिद्ध ऐतिहासिक और धार्मिक स्थल है। इसे शहर के प्रतीक के रूप में भी जाना जाता है और यह लोगों के लिए एक महत्वपूर्ण पर्यटक स्थल है। चारमीनार मूसी नदी के पूर्वी तट पर स्थित है, जिसे कुतुब शाही वंश के पांचवें शासक मुहम्मद कुली कुतुबशाह ने 1591 ई में बनवाया था।

यह स्मारक एक मस्जिद भी है, जो दक्षिण – पश्चिम दिशा में स्थित है। चारमीनार की संरचना एक मेहराबदार इमारत है, जिसमें 20 मीटर चौड़े चार दरवाजे हैं, जो चार मुख्य सड़कों की ओर खुलते हैं। इसकी चारों मीनारें 56 मीटर ऊंची हैं और प्रत्येक मीनार में ऊपर की मंजिल तक पहुंचने के लिए 149 सीढ़ियां हैं। मस्जिद की ऊपरी मंजिल का उपयोग शुक्रवार को नमाज पढ़ने के लिए किया जाता है। भारतीय पुरातत्व सर्वेक्षण विभाग ने इसे अपने स्मारकों की सूची में शामिल किया है, जो इसे भारत की समृद्ध पुरातात्विक विरासत का एक महत्वपूर्ण हिस्सा बनाता है।

14. हवामहल (जयपुर)

हवा महल, जिसे श्पैलेस ऑफ विंड्सश भी कहा जाता है, राजस्थान की राजधानी जयपुर में स्थित एक खूबसूरत महल है। इसे वर्ष 1799 ई में महाराजा सवाई प्रताप सिंह ने बनवाया था और इसका डिजाइन वस्तुकार लाल चंद उस्ताद ने किया था। यह महल मधुमक्खी के छत्ते जैसा दिखता है और अपनी अनूठी वस्तुकला के लिए प्रसिद्ध है। इसमें 953 छोटी – छोटी जालीदार खिड़कियाँ (झरोखे) हैं। इन खिड़कियों के पीछे से शाही परिवार की महिलाएं बिना किसी को दिखे महल के बाहर होने वाले उत्सवों और गतिविधियों को

देख सकती थीं, जिससे वे पर्दे की प्रथा का पालन भी कर पाती थीं।

ये जालीदार खिड़कियाँ ठंडी हवा को महल के अंदर आने देती हैं, जिससे गर्मियों में भी महल ठंडा और हवादार बना रहता है। यह महल लाल और गुलाबी बलुआ पत्थर से बना है और जयपुर के सिटी पैलेस का एक हिस्सा है, जो महिला कक्ष (जनाना कक्ष) तक फैला हुआ है। सुबह के समय जब सूरज की सुनहरी किरणें इस पर पड़ती हैं, तो यह और भी सुंदर और आकर्षक लगता है।

15.3 भारत के प्रमुख तीर्थ स्थल

भारत को चार प्रमुख धर्मों हिंदू, बौद्ध, जैन और सिख – का जन्मस्थान माना जाता है। इसके अलावा इस्लाम, ईसाई और पारसी धर्म भी यहाँ विद्यमान हैं। भारत में प्राचीन काल से ही विभिन्न धर्मों के लोग एक–दूसरे के साथ सद्भाव से रहते आए हैं। विश्व में लगभग 80 प्रतिशत हिंदू, 14 प्रतिशत मुस्लिम, 2.3 प्रतिशत ईसाई और 1.7 प्रतिशत सिख भारत में निवास करते हैं (विश्व जनसँख्या योग, 2008)। भारत एक धर्मनिरपेक्ष (secular) देश है, जहाँ सभी धर्मों को समान सम्मान दिया जाता है। प्रत्येक धर्म के अपने पवित्र स्थान और तीर्थ स्थल हैं, जहाँ उनके अनुयायी पूजा और दर्शन के लिए जाते हैं। समय के साथ इन धर्मों में सुधार आंदोलन भी हुए हैं और नए धार्मिक नियम और प्रथाएं भी विकसित हुई हैं।

15.3.1 हिंदू तीर्थ स्थल

हिंदू धर्म के तीर्थ स्थल पूरे भारत में फैले हुए हैं। उत्तर में अमरनाथ, बद्रीनाथ, केदारनाथ, वैष्णोदेवी, हरिद्वार और उधम सिंह नगर जैसे स्थान हैं, जबकि दक्षिण में नासिक, द्वारका, तिरुचिरापल्ली, रामेश्वरम जैसे स्थान प्रमुख तीर्थस्थान हैं। भारत के चार धाम जगन्नाथपुरी, रामेश्वरम, द्वारका और बद्रीनाथ हिंदुओं के लिए बहुत महत्वपूर्ण हैं। प्रमुख हिन्दू तीर्थस्थलों का विवरण नीचे दिया गया है –

- **अमरनाथ गुफा**

एक प्रमुख तीर्थ स्थल अमरनाथ गुफा है, जो कश्मीर राज्य के श्रीनगर शहर से लगभग 135 किलोमीटर दूर 4080 मीटर की ऊंचाई पर स्थित है। यह गुफा प्राकृतिक रूप से बनी है और 19 मीटर लंबी, 16 मीटर चौड़ी और 11 मीटर ऊंची है। यह भगवान शिव के प्रमुख धार्मिक स्थलों में से एक है। ऐसा माना जाता है कि भगवान शिव ने इसी स्थान पर देवी पार्वती को जीवन का रहस्य बताया था। इस पवित्र गुफा में प्राकृतिक रूप से एक शिवलिंग बनता है। यह शिवलिंग बर्फ से बना है और अपने आप बनता है, जिसे देखने के लिए लाखों भक्त हर साल यहाँ आते हैं। यह शिवलिंग गर्मी के मौसम में बनता है और धीरे – धीरे पिघल जाता है।

- **केदारनाथ मंदिर (उत्तराखंड)**

केदारनाथ मंदिर भारत के उत्तराखंड राज्य के रुद्रप्रयाग जिले में स्थित है। यह हिंदू धर्म का एक बहुत ही प्रसिद्ध मंदिर है और इसे भगवान शिव के 12 ज्योतिर्लिंगों में से एक माना जाता है। यह चार धामों और पंच केदारों में से भी एक है। यह मंदिर अत्यधिक ठंड और बर्फबारी के कारण साल के छह महीने, आमतौर पर अप्रैल से नवंबर तक ही भक्तों के दर्शन के लिए खुलता है। बाकी समय यह बंद रहता है। यहाँ एक प्राचीन स्वयं–भू शिवलिंग स्थित है। उत्तराखंड में स्थित बद्रीनाथ और केदारनाथ दोनों ही हिंदू धर्म के प्रमुख तीर्थ स्थल हैं और इन दोनों के दर्शन का बहुत महत्व है। यह माना जाता है कि जो व्यक्ति केदारनाथ के दर्शन किए बिना बद्रीनाथ की यात्रा करता है, उसकी यात्रा पूरी नहीं मानी जाती। केदारनाथ और बद्रीनाथ दोनों के दर्शन करने से सभी पापों का नाश होता है।

- **बद्रीनाथ (उत्तराखंड)**

बद्रीनाथ या बद्रीनारायण मंदिर उत्तराखंड के चमोली जिले में अलकनंदा नदी के तट पर स्थित है। यह मंदिर भगवान विष्णु को समर्पित है। यह मंदिर हिमालय पर्वत के ऊँचे शिखरों के बीच गढ़वाल क्षेत्र में समुद्र तल से 3133 मीटर की ऊँचाई पर स्थित है। भारी बर्फबारी के कारण यह मंदिर नवंबर से अप्रैल तक बंद रहता है। यह जून से नवंबर तक ही भक्तों के लिए खुलता है। यह भारत के सबसे व्यस्त तीर्थ स्थलों में से एक है, जहाँ

हर साल औसतन 10 लाख से अधिक तीर्थयात्री दर्शन के लिए आते हैं।

- **वैष्णो देवी (जम्मू – कश्मीर)**

माता वैष्णो देवी मंदिर जम्मू और कश्मीर में त्रिकूट पर्वत पर स्थित है। यह मंदिर देवी वैष्णो को समर्पित एक पवित्र हिंदू मंदिर है। धार्मिक ग्रंथों के अनुसार, यहाँ आदि शक्ति स्वरूप में माँ लक्ष्मी, माँ काली और माँ सरस्वती पिंडी के रूप में विराजमान हैं। माता वैष्णो देवी को स्वयं अपने शाश्वत निराकार रूप में यहाँ विराजमान माना जाता है। यह कटरा रेलवे स्टेशन से लगभग 14 किलोमीटर की दूरी पर है। भक्त 14 किलोमीटर की खड़ी चढ़ाई करके मंदिर तक पहुँचते हैं। इस चढ़ाई के लिए घोड़े, पालकी, पिट्ठू, हेलीकॉप्टर और रोपवे जैसी सुविधाएँ उपलब्ध हैं।

यह स्थान एक प्रसिद्ध सिद्ध पीठ है। यह भी माना जाता है कि यहाँ भगवान शंकर के अवतार हनुमान और भैरव बाबा माँ वैष्णो देवी के पुजारी के रूप में विद्यमान हैं। वैष्णो देवी का स्थान हिंदुओं के प्रमुख तीर्थ स्थलों में से एक है, जहाँ भारत और दुनिया भर से लाखों श्रद्धालु दर्शन के लिए आते हैं।

15.3.2 बौद्ध धर्म क तीर्थस्थल

भारत बौद्ध धर्म का जन्म स्थान है। यह धर्म पांचवीं शताब्दी ईसा पूर्व में गौतम बुद्ध द्वारा स्थापित किया गया था। बाद में सम्राट अशोक और कनिष्क ने इसे राजधर्म और एक विश्वव्यापी धर्म बनाने में महत्वपूर्ण योगदान दिया। धीरे – धीरे बौद्ध धर्म का प्रसार श्रीलंका, तिब्बत, मध्य एशिया, चीन, कोरिया और जापान जैसे देशों में हुआ। बौद्ध धर्म के मुख्य तीर्थ स्थल भारत और नेपाल में स्थित हैं। इनमें लुंबिनी, बोधगया, सारनाथ, कुशीनगर, दीक्षा भूमि और राजगृह सबसे महत्वपूर्ण हैं। इनके अलावा साँची, पाटलिपुत्र, संकिशा, कौशाम्बी और नालंदा भी तीर्थयात्रियों के लिए महत्वपूर्ण स्थान हैं।

- **लुंबिनी (नेपाल)**

लुंबिनी नेपाल में स्थित है और यह वही स्थान है जहाँ भगवान बुद्ध का जन्म हुआ था। सम्राट अशोक ने यहाँ एक स्तंभ स्थापित करवाया था, जो आज भी मौजूद है। यह एक बहुत ही पवित्र और महत्वपूर्ण स्थान है, जहाँ दुनिया भर से लाखों बौद्ध और शांतिप्रिय लोग आते हैं। यह एक संरक्षित क्षेत्र है और लुंबिनी के पास एक बौद्ध अध्ययन संस्थान भी है।

- **बोधगया (बिहार)**

बोधगया बिहार में गया से लगभग 15 किलोमीटर की दूरी पर स्थित है। यह बौद्ध धर्म का सबसे प्रमुख तीर्थ स्थल है क्योंकि यहीं भगवान बुद्ध को बोधि वृक्ष के नीचे ज्ञान प्राप्त हुआ था। यह स्थान बौद्ध अनुयायियों के लिए बहुत महत्वपूर्ण केंद्र है। यूनेस्को ने वर्ष 2002 ई में इसे विश्व विरासत स्थल घोषित किया। यहाँ हर साल वैशाख पूर्णिमा को भगवान बुद्ध के ज्ञान प्राप्ति के दिन के रूप में मनाया जाता है। यहाँ महाबोधि मंदिर सहित कई प्रसिद्ध बौद्ध मंदिर और मठ हैं। वर्ष 1883 में सर अलेक्जेंडर कनिंघम ने इस स्थान की खुदाई करवाई और मठों को फिर से बनवाया।

- **सारनाथ (उत्तर प्रदेश)**

सारनाथ उत्तर प्रदेश के वाराणसी से लगभग 10 किलोमीटर की दूरी पर स्थित है। ज्ञान प्राप्त करने के बाद भगवान बुद्ध ने यहीं अपना पहला उपदेश दिया था, जिसे श्धर्म चक्र प्रवर्तनश कहा जाता है। सारनाथ बौद्ध धर्म का एक प्रमुख केंद्र बन गया। सारनाथ में अशोक स्तंभ, चौखंडी स्तूप, धमेख स्तूप और कई मंदिर तथा मठ हैं। भारतीय राष्ट्रीय चिह्न यहीं के अशोक स्तंभ से लिया गया है। सारनाथ एक प्रमुख पर्यटन स्थल के रूप में भी विकसित हुआ है।

- **कुशीनगर (उत्तर प्रदेश)**

कुशीनगर उत्तर प्रदेश के कुशीनगर जिले का मुख्यालय है। यह एक प्रसिद्ध ऐतिहासिक स्थल है जहाँ भगवान

बुद्ध का परिनिर्वाण (देहावसान) हुआ था। कुशीनगर राष्ट्रीय राजमार्ग 28 पर गोरखपुर से लगभग 53 किलोमीटर दूर स्थित है। यहाँ कई स्तूप और मंदिर हैं जो दुनिया भर से बौद्ध तीर्थयात्रियों को आकर्षित करते हैं। यहाँ हर साल पूर्णिमा के अवसर पर एक बड़ा मेला और समारोह का आयोजन होता है। यहाँ भगवान बुद्ध की एक बहुत बड़ी लेटी हुई मूर्ति भी है। यहाँ कई अन्य दर्शनीय स्थल भी हैं, जैसे महा परिनिर्वाण स्तूप, माथाकुंवर मंदिर, रामभर स्तूप और गोदम बुद्ध का स्तूप आदि।

15.3.4 जैन धर्म के तीर्थस्थल

जैन धर्म भारत के सबसे प्राचीन धर्मों में से एक है, जिसके प्रवर्तक महावीर स्वामी थे। जैन धर्म के अनुयायी भारत में लगभग 48 लाख हैं। भारत में जैन धर्म के प्रमुख तीर्थस्थल निम्नलिखित हैं –

- **श्री सम्मेद शिखरजी (गिरिडीह, झारखंड)**

यह झारखंड के गिरिडीह जिले में स्थित है और जैन धर्म का सबसे बड़ा तीर्थस्थल माना जाता है। यह छोटा नागपुर पठार पर स्थित पारसनाथ पर्वत पर है। मौर्य ने अपनी पुस्तक पर्यटन भूगोल में जैन ग्रंथों के आधार पर बताया है कि 24 में से 20 तीर्थंकरों को यहीं पर मोक्ष प्राप्त हुआ था, जिसमें 23वें तीर्थंकर भगवान पार्श्वनाथ भी शामिल हैं।

- **अयोध्या** : यह जैन धर्म के प्रमुख तीर्थस्थलों में से एक है क्योंकि यहाँ पहले तीर्थंकर भगवान आदिनाथ (ऋषभदेव) का जन्म हुआ था। इसके अलावा अजितनाथ, अभिनंदननाथ, सुमतिनाथ और अनंतनाथ जैसे अन्य तीर्थंकरों का भी जन्म अयोध्या में हुआ था।
- **कैलाश पर्वत** : कैलाश पर्वत को जैन धर्म में अष्टपद कहा जाता है। जैनों का मानना है कि पहले तीर्थंकर, भगवान ऋषभदेव ने यहाँ पर श्कैवल्य ज्ञानश प्राप्त किया था।
- **वाराणसी** : यह 23वें तीर्थंकर भगवान पार्श्वनाथ का जन्म स्थान है, जो एक प्रमुख जैन तीर्थ स्थल भी है।
- **तीथराज कुंडलपुर (वैशाली, बिहार)** : यह स्थान भगवान महावीर स्वामी के माता – पिता का जन्म स्थान है। महावीर स्वामी के माता – पिता, सिद्धार्थ और त्रिशला वर्धमान गणराज्य के क्षत्रिय राजा और रानी थे। इसी कारण इस स्थान को श्तीर्थराजश भी कहा जाता है।
- **पावापुरी (बिहार)** : भगवान महावीर स्वामी ने 72 वर्ष की आयु में 526 ईसा पूर्व में यहीं पर श्निर्वाणश (मोक्ष) प्राप्त किया था। यह स्थान राजगीर और बोधगया के पास स्थित है।
- **गिरनार पर्वत (गुजरात)** : यह गुजरात के जूनागढ़ जिले में स्थित है। 22वें तीर्थंकर भगवान नेमिनाथ को यहीं पर श्कैवल्य ज्ञानश प्राप्त हुआ था। कहा जाता है कि 7000 सीढ़ियां चढ़ने के बाद भगवान नेमिनाथ के दर्शन होते हैं।
- **चंपापुरी (बिहार)** : चंपापुरी में 12वें तीर्थंकर, भगवान वासुपूज्य स्वामी को मोक्ष प्राप्त हुआ था।
- **श्रवणबेलगोला (कर्नाटक)** : यह कर्नाटक में स्थित एक महत्वपूर्ण जैन तीर्थस्थल है, जहां भगवान बाहुबली की 57 फुट ऊंची विशाल प्रतिमा है। हर 12 साल में यहाँ महामस्तकाभिषेक होता है।

15.3.5 मुसलमानों के प्रमुख तीर्थस्थल

भारत में इस्लाम के कई महत्वपूर्ण तीर्थस्थल हैं जो न केवल मुस्लिम समुदाय के लिए बल्कि सभी धर्मों के लोगों के लिए भी श्रद्धा का केंद्र हैं। इन स्थलों पर लाखों पर्यटक हर साल आते हैं। यहाँ कुछ प्रमुख तीर्थस्थलों का संक्षिप्त विवरण दिया गया है –

- **हजरतबल (श्रीनगर)** : यह कश्मीर के श्रीनगर में डल झील के पश्चिमी किनारे पर स्थित है। इसे सबसे महत्वपूर्ण इस्लामी तीर्थस्थलों में से एक माना जाता है। यहाँ पैगंबर मोहम्मद साहब के बाल संरक्षित हैं, जिन्हें विशेष अवसरों पर आम जनता के दर्शन के लिए रखा जाता है।
- **अजमेर शरीफ (राजस्थान)** : यह अजमेर में स्थित ख्वाजा मोइनुद्दीन चिश्ती की मजार है। ख्वाजा

मोइनुद्दीन चिश्ती एक महान सूफी संत थे। लोग यहाँ मन्नत मांगने और चादर चढ़ाने आते हैं।

- **दरगाह कुतुब साहिब (दिल्ली)** : यह मेहरौली में गंधक की बावली के पास स्थित है। हजरत कुतुबुद्दीन बख्तियार काकी की मजार है, जो कुतुबुद्दीन ऐबक के गुरु थे। यहाँ आने वाले सभी धर्मों के लोग अपनी मुरादें लेकर आते हैं।
- **शेख सलीम चिश्ती का मकबरा (उत्तर प्रदेश)** : यह फतेहपुर सीकरी में स्थित है। यह मुगल सम्राट अकबर द्वारा बनवाया गया था। लोग यहाँ मुख्य रूप से संतान प्राप्ति की कामना लेकर आते हैं।
- **मोती मस्जिद (आगरा)** : आगरा किले में स्थित यह मस्जिद मुगल सम्राट शाहजहाँ के शासनकाल में बनाई गई थी।
- **चार मीनार (हैदराबाद)** : यह देश के मुसलमानों के लिए एक महत्वपूर्ण ऐतिहासिक स्थल है। इसे कुतुब शाही राजवंश द्वारा बनवाया गया था।
- **जामा मस्जिद (दिल्ली)** : यह भारत की सबसे बड़ी मस्जिदों में से एक है । इसका निर्माण भी सम्राट शाहजहाँ ने करवाया था। यह मस्जिद इतनी बड़ी है कि इसमें एक साथ 25,000 लोग नमाज पढ़ सकते हैं।

15.3.6 सिख धर्म के तीर्थस्थल (Pilgrimage Places of Sikhism)

सिख धर्म की स्थापना 15वीं शताब्दी में गुरु नानक देव ने की थी। भारत में 90 प्रतिशत से अधिक सिख पंजाब में रहते हैं। सिखों के प्रमुख तीर्थस्थल भारत के विभिन्न राज्यों जैसे अमृतसर, चंडीगढ़, आनंदपुर साहिब, दिल्ली, नांदेड़ (महाराष्ट्र), पटना (बिहार), मंडी (हिमाचल प्रदेश) आदि में स्थित हैं।

- **स्वर्ण मंदिर (अमृतसर)** : अमृतसर में स्थित श्री हरमंदिर साहिब को दरबार साहिब के नाम से भी जाना जाता है। यह सिखों का सबसे पवित्र गुरुद्वारा है। इसकी बाहरी दीवारें सोने की बनी हुई हैं, जिस कारण इसे श्गोल्डन टेम्पलश भी कहा जाता है। यह भारत के प्रमुख्य दर्शनीय स्थलों में से एक है और प्रतिदिन हजारों की संख्या में श्रद्धालु यहाँ दर्शन के लिए आते हैं। गुरु अर्जन देव जी ने वर्ष 1588 ई में इस मंदिर की नींव रखी थी और 1604 में श्आदि ग्रंथश को इसमें रखा था।
- **गुरुद्वारा श्री आनंदपुर साहिब (रूपनगर, पंजाब)** : यह सतलज नदी के किनारे स्थित है। गुरु गोविंद सिंह ने अपने जीवन के 25 साल यहाँ बिताए थे और अपने ज्ञान और शिक्षाओं को अपने शिष्यों के साथ साझा किया था।
- **आनंदपुर साहिब (पंजाब)** : आनंदपुर साहिब चंडीगढ़ के उत्तर में स्थित एक बड़ा परिसर है, जिसमें कई गुरुद्वारे हैं। यह एक प्रमुख सिख तीर्थस्थल है, जिसका स्वर्ण मंदिर के बाद दूसरा स्थान है।
- **बठिंडा (पंजाब)** : यहाँ स्थित तख्त श्री दरबार साहिब दमदमा साहिब सिखों के पाँच प्रमुख तख्तों में से एक है। यहाँ दसवें गुरु, गुरु गोविंद सिंह ने 18वीं शताब्दी में अपना समय बिताया था।

15.3.7 ईसाई तीर्थस्थल (Christian Pilgrimage Places)

भारत में ईसाई धर्म का प्रचार 15वीं शताब्दी से शुरू हुआ, खासकर ईस्ट इंडिया कंपनी और ब्रिटिश शासनकाल के दौरान भारतीय भूमि पर अधिक प्रसारित हुआ। भारत में ईसाइयों के प्रमुख तीर्थस्थल केरल और गोवा में स्थित हैं जहाँ पर बहुत से चर्च हैं।

- **बॉम् जीसस की बेसिलिका (गोवा)** : यह गोवा में स्थित है और यह भारत का पहला चर्च है जिसे माइनर बेसिलिका का दर्जा मिला है। यहाँ सेंट फ्रांसिस जेवियर का शव रखा है।
- **सेंट केजेटन चर्च (गोवा)** : यह गोवा में स्थित है और ईसाई वस्तुकला और नवचेतना के लिए प्रसिद्ध है।
- **सेंट फ्रांसिस असीसी (गोवा)** : यह एक पुराने आर्किटेक्चरल महल को चर्च में बदल दिया गया था।
- **सांता क्रूज बेसिलिका (केरल)** : यह चर्च मूल रूप से पुर्तगालियों द्वारा बनवाया गया था। पोप जॉन

पॉल ने वर्ष 1984 ई में इसे बेसिलिका का दर्जा दिया था।

- **सेंट्रल मेथोडिस्ट चर्च (चेन्नई)** : यह देश की सबसे पुरानी चर्चों में से एक है।
- **कैथेड्रल चर्च ऑफ सेंट थॉमस (पुनर्निर्माण)** : यह मुंबई महानगर की पहली पल्ली चर्च है। यह वर्ष 1718 ई में बनकर तैयार हुआ था।
- **सेक्रेड हार्ट कैथेड्रल (दिल्ली)** : यह एक रोमन कैथोलिक कैथेड्रल है जहाँ पूरे वर्ष धार्मिक कार्यक्रम और सेवाएँ आयोजित की जाती हैं।
- **अन्य लोकप्रिय चर्च** : भारत के अधिकतर लोकप्रिय चर्च गोवा और केरल में स्थित हैं। गोवा में सेंट पेड्यु चर्च, सेंट फ्रांसिस जेवियर चर्च, कैथेड्रल चर्च, सेंट मोनिका चर्च और कैथेड्रल चर्च हैं। केरल में सेंट फ्रांसिस चर्च और सांता क्रूज बेसिलिका भी हैं।

15.4 सारांश

आपने इस इकाई में भारत के प्रमुख पर्यटक स्थल और तीर्थ स्थल के साथ –

साथ उनसे जुड़े शहर एवं राज्यों का अध्ययन किया है। आप समझ गए होगें कि पर्यटन एवं तीर्थ स्थलों को विकसित एवं प्रभावित करने में किन घटकों की महात्वपूर्ण भूमिका है। इससे विश्व या देश के पर्यटन तथा तीर्थाटन को गतिशीलता मिलती है तथा उसके विकास को प्रोत्साहन प्राप्त होता है। वास्तव में पर्यटन तथा तीर्थाटन के इन घटकों ने लोगों, स्थानों और पर्यटन की घटना के बीच जटिल अंतःक्रियाओं को समझने के लिए एक व्यापक ढाँचा प्रदान करता है।

इस इकाई में पर्यटन भारत के प्रमुख पर्यटक स्थल और तीर्थ स्थल तथा उनसे जुड़े शहरों एवं राज्यों के विविध आयाम तथा वर्तमान समय में उसकी उपयोगिता को प्रस्तुत किया गया है। आपने देखा है कि पर्यटन एवं तीर्थाटन प्रक्रिया द्वारा वस्तुएँ एवं सेवाएँ एक स्थान से दूसरे स्थान तथा उत्पादक से उपभोक्ता तक आसानी से पहुँच जाती है। पर्यटन एक ऐसी क्रिया है जिसने सम्पूर्ण विश्व को एक गाँव में परिवर्तित कर दिया है। वैश्वीकरण ने विश्व के सभी पर्यटन–स्थलों, विरासतों, वस्तुओं एवं सेवाओं को एक वैश्विक मंच प्रदान किया है, जहाँ सबकी पहुँच सुनिश्चित हो सके। समय में होने वाले परिवर्तन के साथ ही पर्यटन के अध्ययन की प्रासंगिकता में वृद्धि हुई है, जिसने पर्यटन के विकास में महत्त्वपूर्ण योगदान दिया है। इस प्रकार आपने भारत के प्रमुख पर्यटक स्थल और तीर्थ स्थल का विस्तृत एवं सारगर्भित अध्ययन किया है।

15.5 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

1. दस रुपया की नोट पर किस भारतीय विरासत को मुद्रित किया गया है?

   (क) रानी का बाव (ख) कोणार्क का सूर्य मंदिर (ग) चंद्रयान (घ) लाल किला

2. चार धाम यात्रा का पवित्र स्थल बोध गया किस राज्य में है?

   (क) बिहार (ख) गुजरात (ग) उत्तर प्रदेश (घ) असम

3. प्रसिद्ध स्वर्ण मंदिर का संवंध किस धर्म से है?

   (क) ईसाई (ख) मुस्लिम (ग) सिख (घ) हिन्दू

4. ख्वाजा मोइनुद्दीन चिश्ती की मजार कहा स्थित है?

   (क) अजमेर (ख) अलीगढ (ग) हैदराबाद (घ) मुजफ्फरपुर

5. भारत के अधिकतर लोकप्रिय चर्च कहाँ स्थित हैं?

   (क) गोवा और पंजाब (ख) गोवा और केरल

   (ग) असम और मिजोरम (घ) गुजरात और राजस्थान

15.6 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

- Baghia, Sunil, 2017, Tourism Geography, Book Enclave, New Delhi.
- Kaur, J., 1993, Himalayan PilgrimageAnd New Tourism, Himalayan Books, New Delhi.
- Khanduri, Harshi, 2021, Tourism Geography, J. T. S. Publications, Delhi.
- Mandal, Somdatta, 2010, Indian Travel Narratives, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- Nelson, Velvet, 2017, An Introduction to the Geography of Tourism, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- नीशावा, परवीन, 2022, पर्यटन भूगोल – एक अध्ययन, आर. के. बुक्स, नई दिल्ली।
- बंसल, सुरेश चन्द्र, 2006, पर्यटन एवं यात्रा प्रबन्धन, मीरा प्रकाशन, सहारनपुर (उ.प्र)।
- सदैव, शशिकांता, 2019, भारत के प्रसिद्ध मंदिर, यात्रा और धाम, प्रभाकर प्रकाशन, नई दिल्ली।
- मौर्य, एस. डी., 2023, पर्यटन भूगोल, शारदा पुस्तक भवन, प्रयागराज।
- यादव, बी., दुबे, पी. एवं यादव, आर. एस., 2016, काशी का एक सांस्कृतिक विरासत सारनाथ : पर्यटन के विशेष सन्दर्भ में, उत्तर भारत भूगोल परिषद, गोरखपुर (उ.प्र)।
- यादव, बी., एवं प्रजापति, ए. एल., 2024, काशी परिक्षेत्र में संपन्न होने वाली यात्राओं के महात्म्य का भौगोलिक विश्लेषण, ज्ञानसौर्यम साइंटिफिक रिफ्रिड शोध पत्रिका, प्रयागराज।

15.7 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

1. भारत के प्रमुख ऐतिहासिक स्थलों व्याख्या कीजिए।
2. भारत में वितरित प्रमुख तीर्थ स्थलों का वर्णन कीजिए।
3. बौद्ध धर्म के प्रमुख तीर्थ स्थलों के धार्मिक एवं ऐतिहासिक महत्त्व का वर्णन कीजिए।

इकाई–16 भारतीय पर्यटन उद्योग की नीति, नियोजन एवं प्रबंधन

इकाई की रूपरेखा

16.0 प्रस्तावना
16.1 उद्देश्य
16.2 भारत में पर्यटन उद्योग की आधारशिला
16.3 राष्ट्रीय पर्यटन नीति, 1982
16.4 राष्ट्रीय पर्यटन नीति, 2002
16.5 राष्ट्रीय पर्यटन नीति, 2022
16.6 सारांश
16.7 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर
16.8 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची
16.9 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

16.0 प्रस्तावना

पर्यटन एक बहुत ही प्राचीन प्रक्रिया है, जिसका अनुशरण मनुष्य प्राचीन काल से करता आ रहा है। मानव का इतिहास भी बहुत प्राचीन है जो विभिन्न काल खण्डों में अनेकों चरणों से गुजरा है। जब मानव आदि मानव था तब उसकी जरुरत मात्र उदरपूर्ति ही हुआ करती थी। जैसे – जैसे उसका विकास होता गया एक स्थान से दूसरे स्थान पर जाने के उसके उद्देश्य में परिवर्तन होता गया। यही कारण है कि हर काल में उसकी नीति और नियोजन का स्वरुप बदलता गया है।

16.1 उद्देश्य

पर्यटन स्वाभाविक रूप से अत्यंत परिवर्तनशील स्वभाव को समाहित किए हुए है। यही कारण कि अलग – अलग समय में इसकी नीति, नियोजन की प्रवृत्ति अलग – अलग रही है। प्रस्तुत इकाई के उद्देश्य निम्नलिखित है –

1. भारतीय पर्यटन उद्योग की नीति की संकल्पना का अध्ययन करना।
2. भारतीय पर्यटन उद्योग के नियोजन के विविध आयाम को स्पष्ट करना।
3. भारतीय पर्यटन उद्योग के प्रबंधन को स्पष्ट एवं निर्धारित करना।

16.2 भारत में पर्यटन उद्योग की आधारशिला

विश्व के विभिन्न देशों के साथ ही भारत में भी पर्यटकों की संख्या में होने वाली निरन्तर वृद्धि को देखते हुए भारत सरकार ने यह अनुभव किया कि पर्यटन उद्योग का सुनियोजित विकास आवश्यक है। द्वितीय विश्वयुद्ध के समाप्ति पर भारत की ब्रिटिश सरकार ने पर्यटन के बढ़ते महत्व को स्वीकार किया। तत्कालीन ब्रिटिश सरकार ने वर्ष 1945 में अपने शिक्षा सलाहकार सर जॉन सार्जेंट (Sir John Sargent) की अध्यक्षता में एक समिति का गठन किया। इस समिति के सम्मुख विचार हेतु निम्नलिखित तत्व रखे गए –

(1) घरेलू और अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटन को प्रोत्साहित करना,

(2) पर्यटन–स्थलों पर पर्यटकों को पर्यटन सम्बन्धी सुविधाएँ प्रदान करना,

(3) विभिन्न स्तरीय पर्यटन संस्थाओं को आवश्यक सुविधाएँ प्रदान करना,

(4) भारत के विभिन्न प्रदेशों में पर्यटन क्षमता का पता लगाना और

(5) पर्यटन सम्बन्धी सभी पक्षों पर विचार करना।

सार्जेंट समिति ने अक्टूबर 1946 में अपनी संस्तुति और सुझाव दिया जिसके अनुसार पर्यटन का विकास और उसे प्रोत्साहित करना राष्ट्रीय महत्व का विषय है। समिति ने पर्यटन के विकास के लिए अलग से एक संगठन बनाने पर जोर दिया जो पर्यटन से सम्बन्धित समस्याओं को देखा करे। इस प्रकार पर्यटन को विकसित करने की दिशा में सभी तरफ कदम उठाने की आवश्यकता पर बल दिया गया।

स्वतंत्रता प्राप्ति के पश्चात् 1948 में बम्बई (मुंबई) और दिल्ली में तथा 1951 में मद्रास (चेन्नई) और कलकत्ता (कोलकाता) में पर्यटन ट्रैफिक कार्यालय स्थापित किये गये। पर्यटन ट्रैफिक समिति के बढ़े कार्यभार को हल्का करने के उद्देश्य से पर्यटन ट्रैफिक समिति को 1955 – 56 में चार शाखाओं में विभाजित किया गया और प्रत्येक शाखा को पृथक – पृथक दायित्व सौंपे गये। ये चार शाखाएँ हैं –

(1) पर्यटन ट्रैफिक विभाग (Tourist Traffic Section)

(2) पर्यटन प्रशासन विभाग (TouristAdministration Section)

(3) पर्यटन प्रचार विभाग (Tourist Publicity Section)

(4) प्रचार सामग्री वितरण विभाग (Distribution of Publicity Material Section)

प्रथम पंचवर्षीय योजना के तहत आगरा, मुंबई, दमन, पोरस, फैजफर्ट, कोलम्बो, मेलबोर्न, ऐन्ट्रेकोल्स आदि नगरों में भारत के पर्यटन ट्रैफिक विभाग के कार्यालय स्थापित किये गये। इन कार्यालयों का उद्देश्य भारत में आने वाले विदेशी पर्यटकों को मार्ग दर्शन देना, संभावित पर्यटन–स्थलों के विषय में जानकारी देना, भारतीय कार्यालयों द्वारा पर्यटकों के आगमन पर हर प्रकार की सहायता प्रदान करने आदि है। विदेशी कार्यालयों को उन्हीं देशों में स्थापित किया गया जहाँ से विदेशी पर्यटक अधिक संख्या में भारत आते हैं अथवा जिन देशों के लिए भारतीय पर्यटक अधिक संख्या में जाते हैं।

1 मार्च 1958 को भारत के परिवहन एवं संचार मंत्रालय के अधीन अलग से पर्यटन विभाग की स्थापना की गयी। इस विभाग का मुख्य कार्य देश में पर्यटन का विकास करना और उसे प्रोत्साहन देना था। सन् 1963 में भारत सरकार ने तत्कालीन वित्त सचिव एल.के.झा (L.K. Jha) की अध्यक्षता में एक तदर्थ समिति का गठन किया और तत्कालीन पर्यटन महानिदेशक एस.एन. चिब (S.N. Chib) को इस समिति का सचिव नियुक्त किया। इस समिति ने पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए कई महत्वपूर्ण सुझाव दिये। वर्ष 1965 में इस समिति की सिफारिशों को लागू करने हेतु एक उच्च अधिकार सम्पन्न समिति की स्थापना की गयी जिसके आधार पर निम्नांकित तीन निगमों की स्थापना की गयी।

(1) भारतीय पर्यटन परिवहन निगम (Indian Tourism Transport Corporation)

(2) भारतीय पर्यटन कार्पोरेशन (Indian Tourism Corporation Ltd.)

(3) होटल कार्पोरेशन आफ इंडिया (Hotel Corporation of India, Ltd.)

सन् 1966 में उपर्युक्त तीनों निगमों को मिलाकर भारतीय पर्यटन विकास निगम (Indian Tourism Development Corporation) नामक संस्था की स्थापना की गयी। यह निगम पर्यटन विभाग की योजनाओं का क्रियान्वयन करता है। यह निगम पर्यटकों के ठहरने, भोजन, बाजार तथा मनोरंजन आदि सुविधाओं की देख – रेख करता है। इस निगम के अपने 24 होटल हैं। पर्यटकों के वित्तीय सहायता प्रदान करने के साथ ही यह सरकारी तथा निजी पर्यटन संस्थाओं में सामन्जस्य स्थापित करता है।

मार्च 1967 में भारत सरकार ने श्पर्यटन एवं नागरिक उड्डयन मंत्रालयश (Ministry of Tourism ınd CivilAviation) की स्थापना किया जो देश में पर्यटन के विकास की दिशा में एक महत्वपूर्ण कदम सिद्ध हुआ। पर्यटन मंत्रालय के अधीन पर्यटन के विकास हेतु इस विभाग के कार्यों में योजनाएँ बनाना, प्रकाशन, प्रचार, होटल, विपणन, सर्वेक्षण, वन्य जीव संरक्षण, आवास आदि प्रमुख हैं।

16.3 राष्ट्रीय पर्यटन नीति, 1982 (National Tourism Policy, 1982)

भारत सरकार ने पर्यटन के आर्थिक महत्व को स्वीकार करते हुए और पर्यटन के विकास के उद्देश्य से 1982 में प्रथम राष्ट्रीय पर्यटन नीति तैयार की। इसमें यह स्वीकार किया गया कि देश में अनेक पर्यटन स्थल हैं जो विदेशी पर्यटकों के लिए अत्यंत महत्वपूर्ण आकर्षण स्थल हैं। अतः ऐसे महत्वपूर्ण पर्यटन–स्थलों के विकास से देश के पर्यटन उद्योग को एक नयी दिशा और गति प्राप्त होगी। इस पर्यटन नीति को निम्नांकित तत्वों को ध्यान में रखते हुए बनाया गया था –

(1) पर्यटन के विकास से राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय समुदाय में वृद्धि होती है। इससे अनेक देश एक सूत्र में बंध जाते हैं।

(2) पर्यटन से वैश्विक विचारधारा तथा जीवनशैली में परिवर्तन तथा परिष्करण होता है। पर्यटन के विकास से सामाजिक तथा सांस्कृतिक मूल्यों को सुरक्षित रखना आवश्यक है और उन्हें किसी प्रकार की क्षति नहीं होनी चाहिए। अतः भारत में पर्यटन का विकास अपने सामाजिक एवं सांस्कृतिक मूल्यों पर आधारित होना चाहिए, न कि विदेशी नकल पर।

(3) पर्यटन का विकास इस प्रकार होना चाहिए कि इससे पर्यटन से सम्बन्धित समाज तथा सरकार को सर्वाधिक आर्थिक लाभ हो। इसके विकास से रोजगार में वृद्धि, आय में सुधार, सरकारी आय में वृद्धि, विदेशी मुद्रा की प्राप्ति तथा मानव बसाव की दशाओं में सुधार होना चाहिए।

(4) पर्यटन, पर्यटन एकता तथा युवकों में परस्पर समझ बढ़ाने वाला होना चाहिए। अतः राष्ट्रीय एवं अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन को इस उद्देश्य से विकसित करने की आवश्यकता है।

(5) पर्यटन का विकास युवकों को रोजगार प्रदान करने के साथ ही राष्ट्रीय चरित्र निर्माण करने वाला होना चाहिए।

16.3.1 राष्ट्रीय पर्यटन नोति, 1982 की प्रमुख विशेषताएँ

(1) **घरेलू तथा अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन को बढ़ावा देना** : भारत में घरेलू पर्यटन का महत्व अधिक है अतः धार्मिक, ऐतिहासिक आदि पर्यटन के विकास पर अधिक ध्यान दिया जाना चाहिए। विदेशी मुद्रा कमाने, राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था को सुदृढ़ बनाने तथा अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर पारस्परिक सूझ– बूझ बढ़ाने के लिए अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन को अधिक प्रोत्साहित तथा विकसित किया जाना चाहिए। अतः घरेलू पर्यटन के विकास पर भावी रणनीति की आधारशिला के रूप में बल दिया गया।

(2) **सांस्कृतिक पर्यटन का विकास** : भारत में आने वाले पर्यटक यहाँ के ऐतिहासिक तथा वस्तुकला की दृष्टि से महत्वपूर्ण स्थानों तथा इमारतों में अधिक रुचि रखते हैं। अतः इन इमारतों की समुचित देखभाल, मरम्मत तथा इनके निकट ठहरने एवं भोजन के लिए होटल, रेस्तरा और मनोरंजन एवं विपणन की व्यवस्था होनी चाहिए।

(3) **यात्रा पथ का निर्माण** : कुछ पसंदीदा पर्यटन–स्थलों को चयन करके वहाँ तक पहुँचने के लिए एक ऐसा यात्रा पथ बनाया जाना चाहिए जिससे पर्यटकों को एक ट्रिप में मार्ग में स्थित विभिन्न पर्यटन–स्थलों को देखने का अवसर प्राप्त हो सके।

(4) **अधोसंरचना का विकास** : पर्यटन–स्थलों तक पहुँचने के लिए यातायात की समुचित सुविधा के साथ ही पर्यटन–स्थलों पर पर्यटकों की रुचि के अनुसार होटल, रेस्तराँ, मनोरंजन, बाजार आदि की व्यवस्था होनी चाहिए।

(5) **पर्यटन में प्राथमिकताएँ** : उन पर्यटन योजनाओं पर अधिक धनराशि व्यय की जानी चाहिए जिनसे अधिक आर्थिक लाभ प्राप्त होने की सम्भावना हो।

(6) **युवा पर्यटन को बढ़ावा** : पर्यटन के लिए युवाओं को विशेषरूप से आकर्षित किये जाने की आवश्यकता है। उससे पर्यटन देशों में आपसी समझ– बूझ बढ़ेगी और राष्ट्रीय एकता सुदृढ़ होगी।

(7) **कमजोर आयवर्ग के लोगों को विशेष सुविधाएँ देना** : निम्न तथा मध्यम आय वर्ग के लोगों के लिए पर्यटन–स्थलों पर विशेषरूप से अपने पसंदीदा स्थलों पर सस्ती आवासीय सुविधा प्रदान की जानी चाहिए। धर्मशालाओं तथा सराय का निर्माण इस योजना में महत्वपूर्ण कदम हो सकते हैं।

(8) **विपणन तथा मनोरंजन की व्यवस्था** : पर्यटकों की सुविधा के लिए पर्यटन–स्थलों पर स्थानीय स्तर के प्रसिद्ध वस्तुओं के विक्रय हेतु बाजार का विकास होना चाहिए और मनोरंजन के लिए सिनेमा, धर्मशाला, आकर्षक पार्कों आदि की व्यवस्था पर्यटकों को आकर्षित करती है।

(9) **निजी क्षेत्र को प्रोत्साहन देना** : पर्यटन के विकास में निजी क्षेत्र की भूमिका अधिक महत्वपूर्ण है अतः पर्यटन सम्बन्धी सुविधाओं को बढ़ाने तथा उनमें सुधार के लिए निजी क्षेत्र को सुविधाएँ प्रदान करके प्रोत्साहित किया जाना चाहिए। इसके लिए पर्यटन उद्योग से जुड़ी संस्थाओं को वित्तीय तथा शासन सम्बन्धी सहायता प्रदान करने की आवश्यकता है।

(10) **प्राकृतिक तथा सांस्कृतिक विरासत को संरक्षित रखना** : देश के अनेक पर्यटन स्थल प्राकृतिक सौंदर्य तथा ऐतिहासिक एवं सांस्कृतिक विरासत से सम्बन्धित है। पर्यटन विकास के लिए उनके वास्तविक स्वरूप को संरक्षित करने की आवश्यकता है। सांस्कृतिक विरासत के रूप में विद्यमान भवनों, इमारतों, किलों आदि की सुरक्षा के साथ ही उनके वास्तविक स्वरूप में होने वाली क्षति की मरम्मत भी आवश्यक होती है। ऐसे स्थलों को पर्यावरण प्रदूषण से होने वाली क्षति से बचाने का प्रयत्न आवश्यक है।

16.3.2 राष्ट्रीय कार्य योजना, 1992

आठवीं पंचवर्षीय योजना (1992 – 97) के आरंभ में 15 राज्यों और 3 केन्द्र शासित राज्यों में पर्यटन को उद्योग के रूप में घोषित किया गया और चार राज्यों में होटल को उद्योग का दर्जा प्रदान किया गया। राष्ट्रीय कार्य योजना, 1992 में इन विचारों को मूर्तरूप दिया जाना था। वास्तव में राष्ट्रीय कार्य योजना, 1992 तात्कालिक प्रयोजन के लिए मात्र एक कार्य योजना थी जिसमें विद्यमान ढांचे को बदलने तथा मूल समस्याओं के निराकरण के प्रयास नहीं किये गये थे। अतः इस कार्य योजना का मूल परिणाम प्राप्त करने के लिए एक आपात कार्य योजना माना गया। राष्ट्रीय कार्य योजना, 1992 के प्रमुख उद्देश्य निम्नांकित थे –

(1) विभिन्न क्षेत्रों के सामाजिक – आर्थिक विकास को प्रोत्साहित करना,

(2) रोजगार के नये अवसर उत्पन्न करना,

(3) निर्बल आय वर्ग के पर्यटकों के लिए घरेलू पर्यटन को विकसित करना,

(4) राष्ट्रीय विरासत तथा पर्यावरण को संरक्षित करना,

(5) अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन को विकसित करना,

(6) विभिन्न प्रकार के पर्यटन उत्पादों का विकास करना तथा

(7) विश्व पर्यटन में भारत की हिस्सेदारी में वृद्धि करना।

उपर्युक्त उद्देश्यों की प्राप्ति हेतु निर्मित रणनीति में जिन तथ्यों को सम्मिलित किया गया उनमें से प्रमुख निम्नांकित हैं –

(1) पर्यटन अवसंरचना में सुधार तथा विकास करना,

(2) विद्यमान अवसंरचना का अधिकतम उपयोग सुनिश्चित करने के लिए चयनत्मक आधार पर क्षेत्रों का विकास करना,

(3) मानव संसाधन के विकास के लिए संस्थाओं को पुनर्गठित तथा सुदृढ़ करना,

(4) विदेशी पर्यटकों के आगमन तथा विदेशी मुद्रा अर्जित करने हेतु समुचित नीति का विकास करना।

16.4 राष्ट्रीय पर्यटन नीति, 2002 (National Tourism Policy, 2002)

भारत में पहली राष्ट्रीय पर्यटन नीति 1982 में आई थी। इसके बीस साल बाद पर्यटन क्षेत्र में हो रहे बड़े बदलावों और इसकी क्षमता को देखते हुए, 2002 में एक नई राष्ट्रीय पर्यटन नीति लाई गई। इस नीति का मुख्य उद्देश्य पर्यटन को आर्थिक विकास, रोजगार सृजन और गरीबी उन्मूलन के एक प्रमुख इंजन के रूप में स्थापित करना था, जबकि यह सुनिश्चित करना था कि विकास पर्यावरण की दृष्टि से स्थायी हो।

इस नीति ने पर्यटन क्षेत्र को एक महत्वपूर्ण दर्जा दिया और इसे बढ़ावा देने के लिए कई नई पहलें शुरू कीं जो निम्नलिखित है –

16.4.1 प्रमुख लक्ष्य और उद्देश्य

- **आर्थिक विकास का इंजन** : पर्यटन को देश के आर्थिक विकास के प्रमुख चालक के रूप में स्थापित करना।
- **रोजगार और गरीबी उन्मूलन** : पर्यटन के माध्यम से प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रूप से रोजगार के अवसर पैदा करना और गरीबी को कम करना।
- **घरेलू पर्यटन पर जोर** : घरेलू पर्यटन को बढ़ावा देना, क्योंकि यह पर्यटन क्षेत्र की वृद्धि का एक प्रमुख आधार है।
- **भारत को एक वैश्विक ब्रांड बनाना** : वैश्विक पर्यटन व्यापार में भारत की अप्रयुक्त क्षमता का लाभ उठाने के लिए भारत को एक वैश्विक पर्यटन ब्रांड के रूप में स्थापित करना।
- **सार्वजनिक निजी भागीदारी (PPP)** : पर्यटन के विकास में निजी क्षेत्र की भागीदारी को बढ़ावा देना और सरकार को एकसक्रिय सुविधाकर्ताकी भूमिका में लाना।
- **सांस्कृतिक और प्राकृतिक विरासत का संरक्षण** : पर्यटन के विकास के साथ – साथ देश की समृद्ध सांस्कृतिक और प्राकृतिक विरासत को संरक्षित करना।

16.4.2 नीति के प्रमुख स्तंभ (7 – S Mantra)

राष्ट्रीय पर्यटन नीति, 2002 ने पर्यटन विकास के लिए एक व्यावहारिक दृष्टिकोण अपनाया, जिसे 7 – S Mantra के रूप में जाना जाता है। ये 7 स्तंभ पर्यटन अनुभव को बेहतर बनाने के लिए महत्वपूर्ण है –

- स्वागत (Swagat) : पर्यटकों के स्वागत को बेहतर बनाना और उन्हें एक अच्छा अनुभव प्रदान करना।
- सूचना (Soochan) : पर्यटकों को सही और समय पर जानकारी प्रदान करना।
- सुविधा (Suvidha) : पर्यटन–स्थलों पर बुनियादी सुविधाओं जैसे शौचालय, पेयजल, प्राथमिक चिकित्सा आदि की उपलब्धता सुनिश्चित करना।
- सुरक्षा (Surakshaa) : पर्यटकों की सुरक्षा सुनिश्चित करना, खासकर विदेशी पर्यटकों के लिए।
- सहयोग (Sahyog) : पर्यटन उद्योग से जुड़े विभिन्न हितधारकों, जैसे कि सरकार, निजी क्षेत्र, स्थानीय समुदाय और अन्य एजेंसियों के बीच सहयोग स्थापित करना।
- संरचना (Sanrachnaa) : पर्यटन से संबंधित बुनियादी ढांचे जैसे कि सड़कें, हवाई अड्डे, रेलवे और होटल का विकास करना।

- सफाई (Safai) : पर्यटन–स्थलों पर स्वच्छता बनाए रखना और उन्हें साफ – सुथरा रखना।

16.4.3 महत्वपूर्ण पहलें और उत्पाद विकास

इस नीति के तहत विभिन्न प्रकार के पर्यटन उत्पादों को विकसित करने पर जोर दिया गया –

- **सांस्कृतिक पर्यटन (Cultural Tourism)** : विरासत स्थलों, स्मारकों और ऐतिहासिक इमारतों को बढ़ावा देना।
- **समुद्र तटीय और क्रूज पर्यटन (BeachAnd Coastal Tourism)** : भारत की लंबी तटरेखा का उपयोग करते हुए समुद्र तटीय पर्यटन और क्रूज पर्यटन को बढ़ावा देना।
- **ग्रामीण पर्यटन (Rural Tourism)** : ग्रामीण क्षेत्रों में पर्यटन को बढ़ावा देकर स्थानीय समुदायों को सशक्त बनाना और उनकी आजीविका में सुधार करना।
- **साहसिक पर्यटन (Adventure Tourism)** : हिमालय, रेगिस्तान और जंगलों में रोमांचक गतिविधियों जैसे ट्रेकिंग, पर्वतारोहण और रिवर राफ्टिंग को बढ़ावा देना।
- **पारिस्थितिकी पर्यटन (Eco Tourism)** : पर्यावरण संवेदनशील क्षेत्रों में पर्यटन को बढ़ावा देना, जो प्रकृति के संरक्षण और स्थानीय लोगों के कल्याण पर केंद्रित हो।
- **चिकित्सा और कल्याण पर्यटन (MedicalAnd Wellness Tourism)** : भारत को चिकित्सा उपचार और कल्याण गतिविधियों के लिए एक गंतव्य के रूप में बढ़ावा देना।

16.4.4 नीति का प्रभाव

राष्ट्रीय पर्यटन नीति, 2002 ने भारतीय पर्यटन के विकास में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। इसने अतुल्य भारत अभियान (Incredible India Campaign) जैसे सफल विपणन अभियानों को लॉन्च करने में मदद की, जिसने भारत की छवि को एक वैश्विक पर्यटन गंतव्य के रूप में मजबूत किया। इस नीति के बाद, भारत में घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय पर्यटकों दोनों की संख्या में वृद्धि देखी गई। हालांकि, इस नीति में कुछ कमियां भी थीं, जैसे कि यह ग्रामीण पर्यटन को पूरी तरह से संबोधित नहीं कर पाई थी, जिसके चलते बाद में एक नई नीति (2022 का मसौदा) बनाने की आवश्यकता महसूस हुई।

राष्ट्रीय पर्यटन नीति, 2002 में प्रावधान है कि एक ऐसी रूपरेखा तैयार की जाएगी जो भारत सरकार के नेतृत्व में निजी क्षेत्र द्वारा संचालित और सामुदायिक कल्याण के रूप में प्रकट होगी। सरकार को पर्यटन व्यापार तथा उद्योग में जोड़ने के लिए एक विधायी ढांचे का प्रावधान किया जायेगा और पर्यटकों की सुरक्षा पर बल दिया जायेगा। निजी क्षेत्र को पर्यटन की गतिविधियों में मुख्य कारक के रूप में कार्य का संचालन करने पर जोर दिया जाएगा जिससे पर्यटन के विकास के साथ – साथ संरक्षण को भी गति प्राप्त होगी। पर्यटन तथा सांस्कृतिक सम्पदा के गहरे संबंधों को पूरी तरह मान्यता प्रदान की जायेगी।

संरक्षित विरासतों और स्मारकों तथा उनके निकटवर्ती क्षेत्रों में पर्यटन उद्योग में सुधार तथा पर्यावरणीय सुधार पर ध्यान देना आवश्यक होगा। पर्यटन के समन्वित विकास के लिए नागरिक उड्डयन, रेलवे, सड़क, पर्यावरण वन, आवास आदि के मध्य घनिष्ठ समन्वय स्थापित किए जाने की आवश्यकता है। घरेलू पर्यटन को विशेष रूप से तीर्थयात्रा संबंधी पर्यटन को समर्पित किया गया है तथा इसको इस तरह डिजाइन किया जाना चाहिए जिससे यह आगामी वर्षों में अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन के रीढ़ (आधार) के रूप में विकसित हो सके।

अल्पायु वर्ग के पर्यटकों को उच्च श्रेणी के होटलों की खोज नहीं होती है क्योंकि उनके पास इसके लिए धन नहीं होता। अतः ऐसे पर्यटकों को केवल सरल और साफ – सुथरी जगहों की मांग होती है और यह सरल होटलों, धर्मशालाओं, सराय आदि से पूरी हो सकती है। निजी और अन्य वर्गों के पर्यटकों की आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए पंचायतों, स्थानीय निकायों, सामाजिक संस्थाओं आदि को आगे आने हेतु प्रोत्साहित किए जाने की आवश्यकता है।

16.5 राष्ट्रीय पर्यटन नीति, 2022 (National Tourism Policy, 2022)

सन् 1982 में भारत की प्रथम राष्ट्रीय पर्यटन नीति की घोषणा की गयी थी। अगले 10 वर्ष पश्चात् 1992 में पर्यटन उद्योग के विकास हेतु राष्ट्रीय कार्य योजना बनायी गयी। राष्ट्रीय कार्य योजना 1992 तात्कालिक प्रयोजन के लिए निर्मित एक कार्य योजना थी, अतः इसे तुरन्त परिणाम प्राप्त करने के लिए एक आपात कार्य योजना माना गया। इस कार्य योजना में विद्यमान पर्यटन ढाँचे को बदलने तथा मूल समस्याओं के निराकरण के प्रयास नहीं किये गये थे । अगले 10 वर्ष पश्चात् 6 मई 2002 को भारत की नई पर्यटन नीति की घोषणा की गई, जिसका मुख्य उद्देश्य पर्यटन को अर्थव्यवस्था के विकास में एक प्रमुख कारक के रूप में विकसित करना और पर्यावरण की संपोषणीयता को ध्यान में रखते हुए देश में नए रोजगार उत्पन्न करना तथा निर्धनता को दूर करना था। राष्ट्रीय पर्यटन नीति, 2002 को देश की अभिलंबवत पर्यटन नीति माना जाता है। इस नीति के अंतर्गत भारत सरकार आधारभूत पर्यटन संरचना तथा पर्यटन के विकास के लिए वैधानिक ढाँचा तैयार करने के लिए प्रतिबद्ध है। इसमें पर्यटन को रोजगार सृजन, ग्रामीण पर्यटन, आर्थिक विकास तथा पर्यटन में निजी क्षेत्र की भूमिका में विस्तार की व्यवस्था है।

इस प्रकार परम्परागत रूप से देश में पर्यटन उद्योग के विकास की समीक्षा प्रति 10 वर्ष पश्चात् होती रही है। इसी क्रम में वर्ष 2022 में भारत की नई पर्यटन नीति का मसौदा (कतंजि) तैयार कर लिया गया है जिसे आगामी 10 वर्ष तक अर्थात् 2032 तक के लिए बनाया गया है। केंद्रीय समिति ने पर्यटन क्षेत्र तथा उससे संबद्ध पक्षों को समावेशित करने वाली विभिन्न मुद्दों पर केन्द्र तथा राज्य सरकारों को सीधे सिफारिशें भेजने के लिए एक राष्ट्रीय पर्यटन परिषद की स्थापना का प्रस्ताव किया है।

16.5.1 राष्ट्रीय पर्यटन नीति, 2022 के मसौदे की मुख्य विशेषताएँ

(1) **पर्यटन क्षेत्र को उद्योग का दर्जा प्रदान करना** : इस मसौदे के अंतर्गत पर्यटन क्षेत्र में निवेश को प्रोत्साहित करने तथा इसके तीव्र विकास हेतु इसे उद्योग का दर्जा दिया जाना आवश्यक है। इसके साथ ही होटलों की संख्या, क्षमता तथा गुणवत्ता में वृद्धि के लिए होटलों को औपचारिक रूप से आधारभूत अवसंरचना (Basic Infrastructure) में सम्मिलित करने का प्रस्ताव है।

(2) **वरीयता वाले पाँच प्रमुख क्षेत्र** : आगामी 10 वर्षों में घरेलू तथा अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन से संबंधित जिन पाँच क्षेत्रों के विकास पर विशेष ध्यान दिया जाएगा वे इस प्रकार हैं –

(1) हरित पर्यटन (green tourism),

(2) डिजिटल पर्यटन (digital tourism),

(3) गंतव्य प्रबंधन (destination management),

(4) कौशल तथा आतिथ्य क्षेत्र (skillingAnd hospitality sector) और

(5) सूक्ष्म, लघु तथा मध्यम उद्यम से सम्बंधित सहायक पर्यटन।

(3) **कराधान तथा सब्सिडी नीतियों का समर्थन** : इस मसौदे के अनुसार सतत पोषणीय या संपोषणीय (sustainable) पर्यटन की गतिविधियों में निवेश को प्रोत्साहित करने के लिए सहायिकी (सब्सिडी) नीतियों को प्रदान करने और पर्यटन को हतोत्साहित करने के लिए उपयुक्त कराधान करने पर बल दिया जाएगा।

(4) **अवसंरचनात्मक विकास** : पर्यटकों की सुविधा के लिए पर्यटक स्थलों पर बहुउपयोगी अवसंरचना के विकास पर विशेष ध्यान दिया जाएगा। इसके अंतर्गत सड़क, होटल, पीने का पानी, दूर संचार सेवा, वित्तीय संस्था या बैंक शाखाओं के विस्तार आदि की व्यवस्थाओं को सम्मिलित किया जाता है।

(5) **सुरक्षित एवं सतत विकास** : राष्ट्रीय पर्यटन नीति 2022 में पर्यटन क्षेत्र में सुरक्षित, कलात्मक, व्यवहार्य तथा सतत् या संपोषणीय विकास को प्राथमिकता दी जाएगी।

(6) **भारतीय संस्कृति का प्रसार** :देश की संस्कृति, विरासत, आतिथ्य, लोकाचार आदि के समुचित ढंग से प्रचार – प्रसार के लिए पर्यटन–स्थलों को अच्छी तरह से प्रस्तुत करने का प्रयास होगा।

(7) **विदेशी पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए** :पर्यटन–स्थलों को सुविधा सम्पन्न तथा संतोषजनक बनाया जाएगा। इसके लिए पर्यटकों की सुरक्षा पर विशेष ध्यान दिया जाएगा। इस संबंध में जीरो टॉलरेंस की नीति अपनाई जाएगी।

(8) प्रमुख पर्यटन–स्थलों तथा मार्गों में पुलिस तथा कानून व्यवस्था को दुरुस्त बनाने पर बल दिया जाना आवश्यक होगा। पर्यटन से सम्बद्ध सेवकों तथा पुलिस को अधिक प्रभावी बनाने के लिए उन्हें प्रमुख विदेशी भाषाएं सिखाने के अतिरिक्त गाइड को प्रशिक्षित करने, बहुभाषी ऐप तथा पर्यटक निगरानी की व्यवस्था की जायेगी।

16.6 सारांश

आपने इस इकाई में भारतीय पर्यटन उद्योग की नीति, नियोजन एवं प्रबंधन का अध्ययन किया है। आप समझ गए होगें कि पर्यटन को विकसित एवं प्रभावित करने में नीति, नियोजन एवं प्रबंधन की महात्त्वपूर्ण भूमिका होती है। इससे विश्व या देश के पर्यटन को गतिशीलता मिलती है तथा उसके विकास को प्रोत्साहन प्राप्त होता है। वास्तव में पर्यटन के इन घटकों ने लोगों, स्थानों और पर्यटन की घटना के बीच जटिल अंतःक्रियाओं को समझने के लिए एक व्यापक ढाँचा प्रदान करता है, जिसने इस उद्योग को जिम्मेदारी से प्रबंधित और विकसित करने में स्थानिक विश्लेषण के महत्व पर प्रकाश डाला जा सकता है।

इस इकाई में भारतीय पर्यटन उद्योग की नीति, नियोजन एवं प्रबंधन के विविध आयाम तथा वर्तमान समय में उसकी उपयोगिता को प्रस्तुत किया गया है। आपने देखा है कि बेहतर नीति, नियोजन एवं प्रबंधन द्वारा पर्यटन की वस्तुएँ एवं सेवाएँ एक स्थान से दूसरे स्थान तथा उत्पादक से उपभोक्ता तक आसानी से पहुँच जाती है। इनको प्रभावी रूप से लागू करने से निरंतर पर्यटन की गुणवत्ता और प्रभाविता में सुधार हो रहा है। नीति, नियोजन एवं प्रबंधन ने विश्व के सभी पर्यटन–स्थलों, विरासतों, वस्तुओं एवं सेवाओं को एक वैश्विक मंच प्रदान किया है, जहाँ सबकी पहुँच सुनिश्चित हो सके। समय में होने वाले परिवर्तन के साथ ही पर्यटन के अध्ययन की प्रासंगिकता में वृद्धि हुई है, जिसने पर्यटन के विकास में महत्त्वपूर्ण योगदान दिया है। इस प्रकार आपने भारतीय पर्यटन उद्योग की नीति, नियोजन एवं प्रबंधन का विस्तृत एवं सारगर्भित अध्ययन किया है।

16.7 स्वमूल्यांकन प्रश्न एवं आदर्श उत्तर

1. ब्रिटिश सरकार ने वर्ष 1945 ई. में भारत के अन्दर पर्यटन की गतिशीलता को समझाने के लिए किसकी अध्यक्षता में एक समिति का गठन किया था?

   (क) कार्ल मार्क्स (ख) सर जॉन सार्जेंट (ग) विलियम कार्लोस (घ) पिटर हैगेट्स

2. किसके अधीन 1 मार्च 1958 ईण को अलग से पर्यटन विभाग की स्थापना की गई थी?

   (क) राज्य सरकारों (ख) वित्त मंत्रालय

   (ग) परिवहन एवं संचार मंत्रालय (घ) विश्व बैंक

3. भारत की पहली पर्यटन नीति कब बनाई गई थी?

   (क) 1950 ई. (ख) 1972 ई. (ग) 1982 ई. (घ) 2002 ई.

4. भारत की पर्यटन नीति 2022 कब तक प्रभावी रहेगी?

   (क) 2028 ईण (ख) 2032 ई. (ग) 2036 ई. (घ) 2040 ई.

5. अतुल्य भारत अभियान का मुख्य उद्देश्य क्या है?

(क) पर्यटकों को अधिक संख्या में आकर्षित करना।

(ख) जन संख्या को नियन्त्रण करना।

(ग) रोजगार में वृद्धि।

(घ) पर्यटन उद्योग के विस्तार एवं एकीकरण की प्रक्रिया।

16.8 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

- Baghia, Sunil, 2017, Tourism Geography, Book Enclave, New Delhi.
- Kaur, J., 1993, Himalayan PilgrimageAnd New Tourism, Himalayan Books, New Delhi.
- Khanduri, Harshi, 2021, Tourism Geography, J. T. S. Publications, Delhi.
- Mandal, Somdatta, 2010, Indian Travel Narratives, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- Nelson, Velvet, 2017, An Introduction to the Geography of Tourism, Rawat Publications, JaipurAnd New Delhi.
- नीशावा, परवीन, 2022, पर्यटन भूगोल – एक अध्ययन, आर. के. बुक्स, नई दिल्ली।
- बंसल, सुरेश चन्द्र, 2006, पर्यटन एवं यात्रा प्रबन्धन, मीरा प्रकाशन, सहारनपुर (उ.प्र)।
- सदैव, शशिकांता, 2019, भारत के प्रसिद्ध मंदिर, यात्रा और धाम, प्रभाकर प्रकाशन, नई दिल्ली।
- मौर्य, एस. डी., 2023, पर्यटन भूगोल, शारदा पुस्तक भवन, प्रयागराज।
- यादव, बी., दुबे, पी. एवं यादव, आर. एस., 2016, काशी का एक सांस्कृतिक विरासत सारनाथ : पर्यटन के विशेष सन्दर्भ में, उत्तर भारत भूगोल परिषद, गोरखपुर (उ.प्र)।
- यादव, बी., एवं प्रजापति, ए. एल., 2024, काशी परिक्षेत्र में संपन्न होने वाली यात्राओं के महात्म्य का भौगोलिक विश्लेषण, ज्ञानसौर्यम साइंटिफिक रिफ्रिड शोध पत्रिका, प्रयागराज।

16.9 अभ्यास प्रश्न (सत्रांत परीक्षा की तैयारी)

1. भारत में पर्यटन के विकास पर सर जॉन सारजेंट एवं एल. के. झा समितियों के प्रस्तावों का क्या योगदान है? विवरण दीजिए।
2. भारत की प्रथम राष्ट्रीय पर्यटन नीति, 1982 की प्रमुख विशेषताओं तथा पर्यटन उद्योग पर उसके प्रभावों का विश्लेषण कीजिए।
3. राष्ट्रीय कार्य योजना, 1992 के प्रमुख उद्देश्यों तथा उसकी प्राप्ति के लिए अपनायी गयी रणनीतियों का वर्णन कीजिए।
4. राष्ट्रीय पर्यटन नीति, 2002 के लक्ष्यों तथा प्रावधानों का विवरण दीजिए। राष्ट्रीय पर्यटन नीति, 2022 के मसौदे की मुख्य विशेषताओं का वर्णन कीजिए।