

# पर्यटन और यात्रा प्रबन्धन



इतिहास विभाग  
उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय  
विश्वविद्यालय मार्ग, तीनपानी बाईपास  
हल्द्वानी-263139  
ई-मेल [info@uou.ac.in](mailto:info@uou.ac.in), <http://uou.ac.in>

## अध्ययन मण्डल

अध्यक्ष

कुलपति

अध्ययन मण्डल के सदस्यों के नाम

प्रोफेसर गिरिजा प्रसाद पाण्डे , प्रोफेसर इतिहास एवं निदेशक समाज विज्ञान विद्याशाखा, उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी  
 प्रोफेसर आर.पी. बहुगुणा, प्रोफेसर इतिहास एवं पूर्व निदेशक, दूरस्थ शिक्षा केन्द्र , जामिया मिल्लिया इस्लामिया विश्वविद्यालय, दिल्ली  
 प्रोफेसर शन्तन सिंह नेगी, पूर्व विभागाध्यक्ष इतिहास विभाग, एच.एन.बी. गढ़वाल केन्द्रीय विश्वविद्यालय, श्रीनगर (गढ़वाल)  
 प्रोफेसर वी.डी.एस.नेगी, विभागाध्यक्ष इतिहास, एस.एस.जीना विश्वविद्यालय, अल्मोड़ा  
 डॉ. एम.एम.जोशी, एसोसिएट प्रोफेसर, इतिहास एवं समन्वयक इतिहास, उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी  
 श्री विकास जोशी, असिस्टेंट प्रोफेसर(एसी), इतिहास विभाग, उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी

पाठ्यक्रम समन्वयक- डॉ. मदन मोहन जोशी

पाठ्यक्रम अनुवाद(मूल अंग्रेजी से हिन्दी) – डॉ. जीतेश कुमार जोशी ( इकाई 1 से 10)

- डॉ. सम्पत्ति नेगी (इकाई 11-12)

श्री विकास जोशी (इकाई 13-14)

### अंग्रेजी भाषा में मूल लेखन

ब्लॉक एक

इकाई एक- पर्यटन:अवधारणाएं एवं परिप्रेक्ष्य- डॉ. विनय चौहान, सीनियर लैक्चरर, सीएचटीम, जम्मू विश्वविद्यालय, जम्मू

इकाई दो- पर्यटन संयंत्र सुविधाएं – अवसंरचना एवं अधिसंरचना- डॉ. विनय चौहान, सीनियर लैक्चरर, सीएचटीम, जम्मू विश्वविद्यालय, जम्मू

इकाई तीन-पर्यटन के मूल घटक - डॉ. विनय चौहान, सीनियर लैक्चरर, सीएचटीम, जम्मू विश्वविद्यालय, जम्मू

ब्लॉक दो

इकाई चार-पर्यटन के सिद्धान्त और व्यवहार- डॉ. विनय चौहान, सीनियर लैक्चरर, सीएचटीम, जम्मू विश्वविद्यालय, जम्मू

इकाई पांच-विश्व में पर्यटन की संवृद्धि और विकास – डॉ. प्रशान्त गौतम, सीनियर लैक्चरर, होटेल मैनेजमेण्ट विभाग, लवली प्रोफेशनल विश्वविद्यालय, फगवाड़ा, पंजाब

इकाई छह-द्वितीय विश्व युद्ध के पश्चात भारत में पर्यटन का विकास– डॉ. प्रशान्त गौतम, सीनियर लैक्चरर, होटेल मैनेजमेण्ट विभाग, लवली प्रोफेशनल विश्वविद्यालय, फगवाड़ा, पंजाब

ब्लॉक तीन

इकाई सात-पारंपरिक से गैर-पारंपरिक संसाधनों के लिए पर्यटन उद्योग का विविधीकरण– डॉ. प्रशान्त गौतम, सीनियर लैक्चरर, होटेल मैनेजमेण्ट विभाग, लवली प्रोफेशनल विश्वविद्यालय, फगवाड़ा, पंजाब

इकाई आठ-वैकल्पिक पर्यटन– डॉ. प्रशान्त गौतम, सीनियर लैक्चरर, होटेल मैनेजमेण्ट विभाग, लवली प्रोफेशनल विश्वविद्यालय, फगवाड़ा, पंजाब

इकाई नौ-पर्यटन उद्योग की प्रकृति एवं विशेषताए- डॉ. आर.सी. परीदा, विभागाध्यक्ष, राजीव गांधी विश्वविद्यालय, अरूणाचल प्रदेश

ब्लॉक चार

इकाई दस-पर्यटन उद्योग- गतिशील एवं स्थिर प्रकृति - डॉ. आर.सी. परीदा, विभागाध्यक्ष, राजीव गांधी विश्वविद्यालय, अरूणाचल प्रदेश

इकाई ग्यारह-पर्यटन प्रणाली- बुनियादी टाइपोलॉजी एवं उनके उपयोग- डॉ. आर.सी. परीदा, विभागाध्यक्ष, राजीव गांधी विश्वविद्यालय, अरूणाचल प्रदेश

इकाई बारह-पर्यटन उद्योग की संरचना और गंतव्य उपयोग- डॉ. आर.सी. परीदा, विभागाध्यक्ष, राजीव गांधी विश्वविद्यालय, अरूणाचल प्रदेश

ब्लॉक पांच

इकाई तेरह-पर्यटन के विकास को प्रोत्साहित करने वाले निर्धारक और प्रेरक कारक- डॉ. पुनीत गौतम, सीनियर लैक्चरर, पर्यटन एवं होटेल प्रबन्ध विभाग, बुन्देलखण्ड विश्वविद्यालय, झांसी

इकाई चौदह-पर्यटन मांग एवं आपूर्ति मापन के तरीके - डॉ. पुनीत गौतम, सीनियर लैक्चरर, पर्यटन एवं होटेल प्रबन्ध विभाग, बुन्देलखण्ड विश्वविद्यालय, झांसी

आई.एस.बी.एन. :

कॉपीराइट : उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय  
प्रकाशन वर्ष :

---

Published by : उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय  
Printed at :

---

सर्वाधिकार सुरक्षित। इस प्रकाशन का कोई भी अंश उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय की लिखित अनुमति लिए बिना मिमियोग्राफ अथवा किसी अन्य साधन से पुनः प्रस्तुत करने की अनुमति नहीं है।

## इकाई-1 पर्यटन- अवधारणा एवं परिप्रेक्ष्य

- 1.0 प्रस्तावना
- 1.1 उद्देश्य
- 1.2 पर्यटन का बदलता चेहरा
- 1.3 पर्यटन के अध्ययन हेतु विभिन्न उपागम
  - 1.3.1 संस्थागत दृष्टिकोण
  - 1.3.2 उत्पाद दृष्टिकोण
  - 1.3.3 ऐतिहासिक दृष्टिकोण
  - 1.3.4 प्रबंधकीय दृष्टिकोण
  - 1.3.5 आर्थिक दृष्टिकोण
  - 1.3.6 समाजशास्त्रीय दृष्टिकोण
  - 1.3.7 भौगोलिक दृष्टिकोण
  - 1.3.8 अंतर-अनुशासनात्मक दृष्टिकोण
  - 1.3.9 प्रणाली दृष्टिकोण
- 1.4 पर्यटन के अध्ययन में प्रबंधकीय परिप्रेक्ष्य का महत्व
- 1.5 पर्यटन क्या है?
- 1.6 पर्यटक की परिभाषा
- 1.7 विभिन्न देशों द्वारा स्वीकृत पर्यटक की परिभाषा
- 1.8 यात्रा करने वालों का विस्तृत वर्गीकरण
  - 1.8.1 यात्री
  - 1.8.2 आगंतुक
  - 1.8.3 पर्यटक
  - 1.8.4 भ्रमण करने वाले
  - 1.8.5 पारगमन आगंतुक
- 1.9 यात्रा और पर्यटन के बीच अंतर
- 1.10 सारांश
- 1.11 शब्दावली
- 1.12 स्वमूल्यांकन प्रश्न
- 1.13 संदर्भ ग्रंथ

## 1.0 प्रस्तावना

स्वागत है आपका उन उद्योगों के गतिशील समूह के अध्ययन में जो दुनिया भर में यात्रियों की ज़रूरत पूरा करता है-पर्यटन! पर्यटन का मतलब है यात्रा का व्यवसाय। चाहे हम यात्री हों या हम यात्रियों की ज़रूरतों को पूरा कर रहे हों, आगंतुक सेवा उद्योगों का यह रोमांचक और मांगपूर्ण समूह हम सभी के जीवन को प्रभावित करता है। इस इकाई में आप पर्यटन के अध्ययन के विभिन्न दृष्टिकोणों को समझेंगे, 'पर्यटन', 'आगंतुक', 'पर्यटक', 'भ्रमणकर्ता', 'पारगमन यात्री' शब्दों का अर्थ जानेंगे और यात्रा और पर्यटन के बीच अंतर जानेंगे। आपको 'पर्यटक' शब्द पर विभिन्न देशों द्वारा अपनाई गई विभिन्न परिभाषाओं के बारे में भी पता चलेगा।

### 1.1 उद्देश्य

- पर्यटन प्रबंधन की बुनियादी अवधारणाओं को समझना।
- बदलते परिदृश्य को देखते हुए पर्यटन प्रबंधन का अध्ययन करने की आवश्यकता को समझना।
- शिक्षार्थियों को पर्यटन के विभिन्न दृष्टिकोणों से परिचित कराना।

### 1.2 पर्यटन के बदलता चेहरा

हम जिस दुनिया में रहते हैं उसके बारे में मनुष्य स्वाभाविक रूप से उत्सुक रहते हैं। हम यह जानने के लिए उत्सुक हैं कि अन्य स्थान कैसे दिखते हैं, वहां के लोग, उनकी संस्कृति, जानवर और पौधे का जीवन और भू-आकृतियाँ अन्यत्र कैसी हो सकती हैं। आज, शिक्षा के उच्च स्तर और टेलीविजन और अन्य संचार माध्यमों के प्रभाव ने मिलकर हमारे अंदर पूरी दुनिया के बारे में बहुत अधिक जागरूकता पैदा की है। अब हम वैश्विक अर्थव्यवस्था में हैं और हमारे उद्योगों को विश्व स्तर पर प्रतिस्पर्धी होना चाहिए। कई देशों में हुई भौतिक समृद्धि, और उच्च जीवन स्तर ने हम में से करोड़ों लोगों के लिए यात्रा करना सुलभ बना दिया है। हालाँकि यात्रा कई कारणों से की जा सकती है, लेकिन सबसे आम हैं आनंद, व्यवसाय और अध्ययन। इस खंड में हम उन सामाजिक और आर्थिक परिघटनाओं की बहुलता का अध्ययन करेंगे जो इस विश्वव्यापी उद्यम ने पैदा की हैं।

यात्रा का विषय रोमांचक और आकर्षक रहा है। मनुष्य लगभग एक मिलियन वर्षों से एक स्थान से दूसरे स्थान पर जा रहा है। हमारे प्रारंभिक पूर्वज, होमो इरेक्टस, पूर्वी और दक्षिणी अफ्रीका में उत्पन्न हुए थे। लेकिन इन प्रारंभिक मानव जाति के अवशेष चीन और जावा (इंडोनेशिया) में भी पाए गए हैं। यह अनुमान लगाया गया है कि इस तरह का प्रवास लगभग 15000 वर्ष पूर्व हुआ था, लेकिन मानवता के लम्बे इतिहास में यह बहुत छोटा सा काल-खंड रहा है। इन रोमांचक यात्राओं के पीछे क्या प्रेरणा रही होगी इसकी व्याख्या करने के लिए कई सिद्धांत प्रस्तावित किए गए हैं। इनमें सबसे पहला भोजन की तलाश में और खतरे से बचने के लिए भटकना था। एक अन्य सिद्धांत यह है कि लोग पक्षियों के प्रवास को देखते थे और जानना चाहते थे कि पक्षी कहाँ से आए हैं और कहाँ जा रहे हैं। हाल ही में, अपनी तरह की अब तक की सबसे नाटकीय खोज में, "हिममानव" कहे जाने वाले एक व्यक्ति का संरक्षित शरीर, जो 5,000 साल पहले मर गया था, उत्तरी इटली के पहाड़ी इलाके में बर्फ में पाया गया। उसके शरीर और साज-सज्जा का अध्ययन करने वाले वैज्ञानिकों ने निष्कर्ष निकाला है कि वह दक्षिण, जहां अब इटली है, से अपने घर अभी के स्विट्जरलैंड लौट रहा था।

प्राचीन लोगों के भ्रमण के समय से ही हम पृथ्वी के चारों ओर लगातार बढ़ते क्षेत्र में यात्रा कर रहे हैं। मार्को पोलो, इब्न बतूता, क्रिस्टोफ़र कोलंबस, फर्डिनेंड मैगलन और जेम्स कुक जैसे शुरुआती खोजकर्ताओं के समय से लेकर वर्तमान तक, हमारी इन यात्राओं में लगातार वृद्धि हुई है।

पर्यटन दुनिया के सबसे तेजी से बढ़ते उद्योगों में से एक है। इसके कारणों में उच्च प्रयोज्य आय, घूमने के लिए उपलब्ध अधिक खाली समय और यात्रा की गिरती लागत शामिल हैं। जैसे-जैसे हवाईअड्डे गुजरने के लिए अधिक आनंददायक स्थान बन जाते हैं, जैसे-जैसे ट्रेवल एजेंसी सेवाएं बेहतर ढंग से स्वचालित होती जाती हैं, और जैसे-जैसे पर्यटकों के लिए उन स्थानों के बारे में जानकारी प्राप्त करना आसान होता है, जहां वे जाना चाहते हैं, पर्यटन भी बढ़ता जाता है।

इंटरनेट ने ऑनलाइन आरक्षण की सुविधा प्रदान कर यात्रा उद्योगों के विकास को तेजी प्रदान की है। इसने लोगों को घर पर अपने निजी कम्प्यूटर के सामने बैठकर गंतव्यों और संस्कृतियों के बारे में जानने में भी सक्षम बनाया है, ताकि लोग यात्रा की योजना बनाने से पहले सोची-समझी पसंद तय कर सकें। जानकारी के इस अपार भंडार के माध्यम से इंटरनेट पर्यटकों को होटलों का पता लगाने, मौसम के पूर्वानुमानों को जानने, स्थानीय आहार के बारे में जानने में और दुनिया भर के यात्रियों से किसी स्थान के विषय में उनके यात्रा अनुभवों को जानने में सक्षम बनाता है।

इन नई प्रवृत्तियों ने पर्यटन के व्यवसाय को चुनौतीपूर्ण बना दिया है। छुट्टी बिताने के लिए जाने वाले अपने निवेश में अच्छा प्रतिफल चाहते हैं। उन्हें मूल्य-वर्धन और बेहतर ग्राहक सेवाओं के माध्यम से लुभाने की जरूरत होती है। इससे विभिन्न चरणों पर अलग-अलग तरह के कौशल रखने वाले कर्मचारियों की भी जरूरत भी सामने आती है, ताकि वैश्विक मानकों पर खरा उतरा जा सके। आतिथ्य उद्योग की सफलता गुणवत्तापूर्ण कमरे, भोजन, सेवा और माहौल के प्रावधान से आती है। इसमें कोई संदेह नहीं है कि फिटनेस तेजी से हर किसी के जीवन का एक बड़ा हिस्सा बन गया है। और व्यावसायिक और अवकाश पर जाने वाले यात्री समान रूप से घर से दूर रहते हुए भी अपने फिटनेस लक्ष्यों को बनाए रखना चाहते हैं, पर्यावरण और शिक्षा के बारे में जागरूकता पैदा की जानी चाहिए। जहां तक पर्यावरण संबंधी मुद्दों का सवाल है, लोगों को समाज के प्रहरी के रूप में कार्य करना चाहिए। इको-पर्यटक एक बढ़ता हुआ समूह है और पर्यटन को बढ़ावा देने वालों को ऐसी इको-प्रथाओं (पारिस्थितिकी हितैषी प्रथाओं) को अपनाना होगा जो इस बढ़ते समुदाय की जरूरत के मुताबिक हों।

पर्यटन परिदृश्य में एक और बढ़ती प्रवृत्ति प्रोत्साहन बाजार और सम्मेलनों और समारोहों हेतु यातायात को आकर्षित करने के लिए किसी गंतव्य-स्थल की सम्भावना है। यहां उन गंतव्यों के लिए संभावनाएँ बेहतर हैं जहां सुरक्षित और स्वच्छ छवि के साथ अत्याधुनिक बुनियादी ढांचा विकसित किया गया है।

आज पर्यटन सिर्फ उत्पाद विकसित करने से कहीं अधिक है। यह गुणवत्ता, व्यावहारिक सोच और प्रौद्योगिकी, भागीदारों, संपर्कों के बारे में वैश्विक जानकारी रखने और वैश्विक और क्षेत्रीय रुझानों पर त्वरित प्रतिक्रिया देने की क्षमता से अधिक सम्बंध रखता है। पर्यटन को बढ़ावा देने से पहले आधारभूत कार्य देश के सामाजिक और सांस्कृतिक जीवन में सक्रिय प्रतिभागियों के रूप में पर्यटन व्यापार के विभिन्न घटकों के एकीकरण को सुविधाजनक बनाना है। सभी को एक ऐसे समाज के लिए काम करना चाहिए जहां लोग समान रूप से भागीदारी कर सकें। पर्यटन को अंतर्राष्ट्रीय सहयोग और विभिन्न सभ्यताओं को समझने हेतु एक युक्ति और शांतिदूत के रूप में काम करना चाहिए।

उपर्युक्त चर्चा से हम समझ सकते हैं कि कितनी तेजी से पर्यटन का चेहरा बदल रहा है और यात्रा एजेंसियों का काम कितना चुनौतीपूर्ण बनता जा रहा है। अतः इस विषय के सम्पूर्ण और विस्तृत अध्ययन के माध्यम से इस उद्योग में

काम करने वाले लोगों को उचित प्रशिक्षण प्रदान करने की ज़रूरत है। इस विषय के प्रति एक एकीकृत दृष्टिकोण की भी ज़रूरत है क्योंकि विभिन्न क्षेत्रों के लोग विभिन्न परिप्रेक्ष्यों से इसका अध्ययन कर रहे हैं।

### 1.3 पर्यटन के अध्ययन हेतु विभिन्न उपागम

पर्यटन को आमतौर पर विभिन्न तरीकों से देखा जाता है। हालाँकि, इस बात पर बहुत कम या कोई सहमति नहीं है कि पर्यटन का अध्ययन कैसे किया जाना चाहिए। निम्नलिखित कई पद्धतियाँ हैं जिनका उपयोग किया जाता है:

#### 1.3.1 संस्थागत दृष्टिकोण:

पर्यटन के अध्ययन के लिए संस्थागत दृष्टिकोण विभिन्न मध्यस्थों और संस्थानों पर विचार करता है जो पर्यटन गतिविधियाँ करते हैं। यह ट्रेवल एजेंसी जैसे संस्थानों पर जोर देता है। इस दृष्टिकोण के लिए संगठन, संचालन के तरीकों, समस्याओं, लागतों और ट्रेवल एजेंटों के आर्थिक स्थिति की जांच की आवश्यकता होती है जो ग्राहक के लिए कार्य करते हैं, एयरलाइंस, किराये की कार कंपनियों, होटलों आदि से सेवाएं खरीदते हैं।

#### 1.3.2 उत्पाद दृष्टिकोण:

उत्पाद दृष्टिकोण में विभिन्न पर्यटन उत्पादों का अध्ययन और उनका उत्पादन, विपणन और उपभोग कैसे किया जाता है, शामिल है। उदाहरण के लिए, कोई एयरलाइन सीट का अध्ययन कर सकता है-यह कैसे बनाई जाती है, कौन लोग इसे खरीदने और बेचने में लगे हुए हैं, इसे कैसे वित्तपोषित किया जाता है, इसका विज्ञापन कैसे किया जाता है, इत्यादि। किराये की कारों, होटल के कमरों, भोजन और अन्य पर्यटक सेवाओं के लिए इस प्रक्रिया को दोहराने से क्षेत्र की पूरी तस्वीर मिलती है। दुर्भाग्य से, उत्पाद दृष्टिकोण में बहुत अधिक समय लगता है, यह छात्र को पर्यटन के मूल सिद्धांतों को जल्दी से समझने की अनुमति नहीं देता है।

#### 1.3.2 ऐतिहासिक दृष्टिकोण:

ऐतिहासिक दृष्टिकोण का व्यापक रूप से उपयोग नहीं किया जाता है। इसमें विकासवादी दृष्टि से पर्यटन गतिविधियों और संस्थानों का विश्लेषण शामिल है। यह नवाचारों के कारणों, उनकी वृद्धि या गिरावट और रुचि में बदलावों का अन्वेषण करता है।

#### 1.3.3 प्रबंधकीय दृष्टिकोण:

प्रबंधकीय दृष्टिकोण फर्म (उद्यम में लगी संस्था) उन्मुख (व्यष्टि-अर्थव्यवस्था के स्तर पर) है, जो एक पर्यटक उद्यम को संचालित करने के लिए आवश्यक प्रबंधन गतिविधियों, जैसे योजना, अनुसंधान, मूल्य निर्धारण, विज्ञापन, नियंत्रण, इत्यादि पर ध्यान केंद्रित करता है। यह एक लोकप्रिय दृष्टिकोण है, जिसमें अन्य दृष्टिकोणों और विषयों से प्राप्त अंतर्दृष्टि का उपयोग किया जाता है। भले ही पर्यटन का अध्ययन करने के लिए किस दृष्टिकोण का उपयोग किया जाए, प्रबंधकीय दृष्टिकोण को जानना महत्वपूर्ण है। उत्पाद बदलते हैं, संस्थाएँ बदलती हैं, समाज बदलता है, इसका मतलब है कि प्रबंधकीय उद्देश्य और प्रक्रियाओं को पर्यटन के बदलते माहौल के हिसाब से ढलने की ज़रूरत होती है। इस क्षेत्र के दो महत्वपूर्ण जर्नल जर्नल ऑफ़ ट्रेवल रीसर्च और टूरिज़्म मैनेजमेंट में यही उपागम अपनाया गया है।

#### आर्थिक दृष्टिकोण:

घरेलू और विश्व अर्थशास्त्र दोनों के लिए इसके महत्व के कारण, अर्थशास्त्रियों द्वारा पर्यटन का बारीकी से परीक्षण किया गया है, जो आपूर्ति, मांग, भुगतान संतुलन, विदेशी मुद्रा, रोजगार, व्यय, विकास, गुणक और अन्य आर्थिक कारकों पर ध्यान केंद्रित करते हैं। यह दृष्टिकोण पर्यटन और देश की अर्थव्यवस्था और आर्थिक विकास में इसके योगदान का

विश्लेषण करने के लिए एक रूपरेखा प्रदान करने में उपयोगी है। आर्थिक दृष्टिकोण की कमी यह है कि जहां पर्यटन एक महत्वपूर्ण आर्थिक घटना है, वहीं इसके गैर-आर्थिक प्रभाव भी होते हैं। आर्थिक दृष्टिकोण आमतौर पर पर्यावरण, सांस्कृतिक, मनोवैज्ञानिक, समाजशास्त्रीय और मानवशास्त्रीय दृष्टिकोण पर पर्याप्त ध्यान नहीं देता है।

---

### समाजशास्त्रीय दृष्टिकोण:

पर्यटन एक सामाजिक गतिविधि है। नतीजतन, इसने समाजशास्त्रियों का ध्यान आकर्षित किया है, जिन्होंने व्यक्तियों और लोगों के समूहों के पर्यटन व्यवहार और समाज पर पर्यटन के प्रभाव का अध्ययन किया है। यह दृष्टिकोण मेजबान और अतिथि दोनों के सामाजिक वर्गों, आदतों और रीति-रिवाजों का परीक्षण करता है। अवकाश का समाजशास्त्र अपेक्षाकृत अविकसित क्षेत्र है, लेकिन यह तेजी से प्रगति करने और अधिक व्यापक रूप से उपयोग किए जाने की सम्भावना दिखाता है। जैसे-जैसे पर्यटन समाज पर व्यापक प्रभाव डाल रहा है, इसका सामाजिक दृष्टिकोण से अधिक से अधिक अध्ययन किया जाएगा।

---

### भौगोलिक दृष्टिकोण:

भूगोल एक व्यापक विषय है, इसलिए यह स्वाभाविक है कि भूगोलवेत्ताओं की रुचि पर्यटन और इसके स्थानिक पहलुओं में होनी चाहिए। भूगोलवेत्ता स्थान, पर्यावरण, जलवायु, परिदृश्य और आर्थिक पहलुओं के अध्ययन में माहिर होता है। पर्यटन के प्रति भूगोलवेत्ता का दृष्टिकोण पर्यटन क्षेत्रों की स्थिति, पर्यटन स्थलों द्वारा सृजित लोगों की गतिविधियों, पर्यटन सुविधाओं के रूप में परिदृश्य में पर्यटन द्वारा लाए जाने वाले परिवर्तनों, पर्यटन विकास के फैलाव, भौतिक नियोजन और आर्थिक, सामाजिक और सांस्कृतिक समस्याओं पर प्रकाश डालता है। चूंकि पर्यटन कई बिंदुओं पर भूगोल को छूता है, इसलिए भूगोलवेत्ताओं ने कई अन्य विषयों के विद्वानों की तुलना में इस क्षेत्र की अधिक गहन पड़ताल की है। चूंकि भूगोलवेत्ताओं का भूमि उपयोग, आर्थिक पहलुओं, जनसांख्यिकीय प्रभावों और सांस्कृतिक समस्याओं से निपटने के लिए दृष्टिकोण इतना व्यापक है, उनके योगदान का अध्ययन अत्यधिक अनुशंसित है।

---

### अंतर-अनुशासनात्मक दृष्टिकोण:

पर्यटन हमारे समाज के लगभग सभी पहलुओं को शामिल करता है। इसमें सांस्कृतिक पर्यटन भी है, जिसके लिए मानवशास्त्रीय दृष्टिकोण की आवश्यकता होती है। क्योंकि लोग अलग-अलग तरीकों से व्यवहार करते हैं और अलग-अलग कारणों से यात्रा करते हैं, इसलिए पर्यटन उत्पादों को बढ़ावा देने और विपणन करने का सर्वोत्तम तरीका निर्धारित करने के लिए मनोवैज्ञानिक दृष्टिकोण का उपयोग करना आवश्यक है। चूंकि पर्यटक सीमाएं पार करते हैं और उन्हें सरकारी कार्यालयों से पासपोर्ट और वीजा की आवश्यकता होती है, और चूंकि अधिकांश देशों में सरकार द्वारा संचालित पर्यटन विकास विभाग हैं, हम पाते हैं कि राजनीतिक संस्थाएं इसमें शामिल हैं और राजनीतिक विज्ञान दृष्टिकोण के दृष्टिकोण की जरूरत पड़ती है। कोई भी उद्योग जो कई लोगों के जीवन को प्रभावित करने वाला एक विशाल आर्थिक संरचना बन जाता है, विधायी निकायों (समाजशास्त्रियों, भूगोलवेत्ताओं, अर्थशास्त्रियों और मानवविज्ञानी के साथ) का ध्यान आकर्षित करता है, जो ऐसे कानून, विनियम और कानूनी वातावरण बनाते हैं जिसमें पर्यटन उद्योग संचालित होना चाहिए, इसलिए हमें कानूनी दृष्टिकोण की भी आवश्यकता होती है। परिवहन का व्यापक महत्व यात्री परिवहन को एक अन्य दृष्टिकोण के रूप में सुझाता है। सच तो यह है कि पर्यटन इतना विशाल, इतना जटिल और इतना बहुआयामी है कि इस क्षेत्र का अध्ययन करने के लिए कई दृष्टिकोणों का होना आवश्यक है, जिनमें से प्रत्येक का उद्देश्य कुछ अलग कार्य या आयाम होता है।



## प्रणाली दृष्टिकोण:

पर्यटन का अध्ययन करने के लिए वास्तव में प्रणाली दृष्टिकोण की आवश्यकता है। कोई प्रणाली परस्पर संबंधित समूहों का एक समुच्चय है जो एक एकीकृत संपूर्ण संरचना बनाने के लिए समन्वित होते हैं और लक्ष्यों के एक समुच्चय को पूरा करने के लिए संगठित होते हैं। यह सूक्ष्म और स्थूल दोनों विषयों पर विचार करने के लिए अन्य दृष्टिकोणों को एक व्यापक पद्धति में एकीकृत करता है। यह पर्यटक फर्म के प्रतिस्पर्धी माहौल, उसके बाजार, उसके परिणामों, अन्य संस्थानों, उपभोक्ता के साथ उसके संबंधों और उपभोक्ता के साथ फर्म की बातचीत की अध्ययन कर सकता है। इसके अलावा, एक प्रणाली एक व्यापक दृष्टिकोण अपना सकती है और किसी देश, राज्य या क्षेत्र की संपूर्ण पर्यटन प्रणाली का अध्ययन कर सकती है और यह कैसे संचालित होती है और कानूनी, राजनीतिक, आर्थिक और सामाजिक प्रणालियों जैसी अन्य प्रणालियों से कैसे संबंधित है।

## पर्यटन का अध्ययन करने के लिए प्रबंधकीय परिप्रेक्ष्य का महत्व:

अभी उच्च प्रयोज्य आय, अतिरिक्त खाली समय और यात्रा की गिरती लागत के कारण, पर्यटन उद्योग ने बहुत अधिक तेजी दिखाई है। चूंकि पर्यटन एक सेवा उद्योग है, इसमें कई मूर्त और अमूर्त घटक शामिल हैं। मूर्त तत्वों में परिवहन प्रणाली-वायु, रेल, सड़क, पानी और आज के समय में अंतरिक्ष, आतिथ्य सेवाएं आवास, भोजन और पेय, पर्यटन, स्मृति चिन्ह- और बैंकिंग, बीमा और सुरक्षा और संरक्षा जैसी संबंधित सेवाएं शामिल हैं। अमूर्त तत्वों में शामिल हैं: आराम और विश्राम, संस्कृति, प्रवास, रोमांच, नए और अलग अनुभव।

चूंकि इसमें कई निकाय शामिल हैं, इसलिए इस उद्योग से संबंधित सेवाओं के प्रबंधन की आवश्यकता उत्पन्न होती है और इसलिए पर्यटन का अध्ययन एक बड़ी व्यावहारिक आवश्यकता और उपयोगिता लिए हुए है।

पर्यटन उद्योग बहुत तेजी से बढ़ रहा है और इसमें परिवहन उपक्रमों, पर्यटक स्थलों और आकर्षण केंद्रों के मालिकों, पर्यटन स्थलों पर विभिन्न पर्यटक सेवा प्रदाताओं और केंद्रीय और स्थानीय सरकार आदि के हित और गतिविधियाँ शामिल हैं। इनमें से प्रत्येक स्थानीय आबादी और पर्यटकों दोनों को सेवा उपलब्ध कराता है और उनके प्रबंधन को पर्यटकों की आवश्यकताओं को स्थानीय जनसंख्या की आवश्यकताओं के साथ सामंजस्य बिठाना चाहिए। इसलिए प्रबंधन के दृष्टिकोण से पर्यटन का अध्ययन करना महत्वपूर्ण हो जाता है, क्योंकि इस उद्योग में विभिन्न निकायों का प्रबंधन निहित रहता है।

## 1.5 पर्यटन क्या है?

जब हम पर्यटन के बारे में सोचते हैं, तो हम मुख्य रूप से उन लोगों के बारे में सोचते हैं जो दर्शनीय स्थलों की यात्रा के लिए किसी विशेष स्थान पर जा रहे हैं, दोस्तों और रिश्तेदारों से मिलने जा रहे हैं, छुट्टियां मना रहे हैं और अच्छा समय बिता रहे हैं। वे अपना खाली समय विभिन्न खेलों में संलग्न होकर, धूप सेंकने, बात करने और गाने, सवारी करने, भ्रमण करने, पढ़ने या मात्र पर्यावरण का आनंद लेने में बिता सकते हैं। यदि हम इस विषय पर आगे विचार करें, तो हम पर्यटन की अपनी परिभाषा में उन लोगों को शामिल कर सकते हैं जो किसी सम्मेलन, व्यावसायिक सम्मेलन, या किसी अन्य प्रकार की व्यावसायिक या पेशेवर गतिविधि में भाग ले रहे हैं, साथ ही वे लोग जो किसी विशेषज्ञ के अधीन अध्ययन यात्रा पर जा रहे हैं या किसी प्रकार का वैज्ञानिक अनुसंधान या अध्ययन करने जा रहे हैं।

ये आगंतुक परिवहन के सभी रूपों का उपयोग करते हैं, किसी वनीय उद्यान में लंबी पैदल यात्रा से लेकर एक रोमांचक शहर तक जेट में उड़ान भरने तक। परिवहन में कोलोराडो पर्वत के ऊपर चेरलिफ्ट से लेकर क्रूज जहाज की

रेलिंग पर खड़े होकर ब्लू कैरेबियन के पार देखना भी शामिल हो सकता है। चाहे लोग कार, मोटर, कोच, कैम्पर, ट्रेन, टैक्सी, मोटरसाइकिल या साइकिल इनमें से किसी से भी यात्रा करें, वे यात्रा कर रहे होते हैं और इस प्रकार पर्यटन में शामिल होते हैं। यह खंड इसी बारे में है - कुछ लोग यात्रा क्यों करते हैं (और कुछ अन्य क्यों नहीं) और उनकी उपस्थिति और व्यय का समाज पर क्या सामाजिक-आर्थिक प्रभाव पड़ता है।

पर्यटन को परिभाषित करने और इसके क्षेत्र का पूरी तरह से वर्णन करने के प्रयास में उन विभिन्न समूहों पर विचार करना चाहिए जो इस उद्योग में भाग लेते हैं और इससे प्रभावित होते हैं। व्यापक परिभाषा को गढ़ने के लिए उनके दृष्टिकोण महत्वपूर्ण हैं। पर्यटन के चार अलग-अलग परिप्रेक्ष्यों की पहचान की जा सकती है:

1. **पर्यटक:** पर्यटक विभिन्न मानसिक और शारीरिक अनुभव और संतुष्टि चाहता है। इनकी प्रकृति काफी हद तक चुने गए गंतव्यों और आनंद ली जाने वाली गतिविधियों को निर्धारित करेगी।
2. पर्यटक वस्तुओं और सेवाओं को प्रदान करने वाले व्यवसाय: व्यवसायी लोग पर्यटन को उन वस्तुओं और सेवाओं की आपूर्ति करके लाभ कमाने के अवसर के रूप में देखते हैं जिनकी पर्यटक बाजार मांग करता है।
3. मेजबान समुदाय या क्षेत्र की सरकार: राजनेता पर्यटन को अपने अधिकार क्षेत्र की अर्थव्यवस्था में एक कारक के रूप में देखते हैं। उनका दृष्टिकोण उस आय से संबंधित है जो उनके नागरिक इस व्यवसाय से अर्जित कर सकते हैं। राजनेता अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन से विदेशी मुद्रा प्राप्तियों के साथ-साथ प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से पर्यटक व्यय से एकत्रित कर प्राप्तियों पर भी विचार करते हैं।
4. मेजबान समुदाय: स्थानीय लोग आमतौर पर पर्यटन को सांस्कृतिक और रोजगार कारक के रूप में देखते हैं। उदाहरण के लिए, इस समूह के लिए बड़ी संख्या में अंतरराष्ट्रीय आगंतुकों और निवासियों के बीच बातचीत का प्रभाव महत्वपूर्ण है। ये असर लाभदायक या हानिकारक या दोनों हो सकता है।

### पर्यटन:

इस प्रकार, पर्यटन को इन पर्यटकों और अन्य आगंतुकों को आकर्षित करने और उनकी मेजबानी करने की प्रक्रिया में मेजबान समुदाय, पर्यटकों, व्यापार आपूर्तिकर्ताओं, मेजबान सरकारों की बातचीत से उत्पन्न होने वाली घटनाओं और संबंधों के योग के रूप में परिभाषित किया जा सकता है।

पर्यटन ऐसी गतिविधियों, सेवाओं और उद्योगों का संयोजन है जो यात्रा अनुभव प्रदान करता है: परिवहन, आवास, खाने और पीने के प्रतिष्ठान, दुकानें, मनोरंजन, गतिविधि सुविधाएं, और घर से दूर यात्रा करने वाले व्यक्तियों या समूहों के लिए उपलब्ध अन्य आतिथ्य सेवाएं इसमें शामिल हैं। आगंतुक और आगंतुक-संबंधित सेवाओं के सभी प्रदाता इसका हिस्सा हैं। पर्यटन यात्रा, होटल, परिवहन और प्रचार सहित अन्य सभी घटकों का संपूर्ण विश्व उद्योग है जो यात्रियों की जरूरतों और इच्छाओं को पूरा करता है। अंत में, पर्यटन किसी राष्ट्र की सीमा या राजनीतिक उपखंड या सन्निहित राज्यों या राष्ट्रों के परिवहन-केंद्रित आर्थिक क्षेत्र के भीतर पर्यटक व्यय का कुल योग है। यह आर्थिक अवधारणा इन पर्यटक व्ययों के आय गुणक पर भी विचार करती है।

किसी को केवल पर्यटन के बहुआयामी पहलुओं और अन्य गतिविधियों के साथ इसकी अंतःक्रिया पर विचार करना होगा, यह समझने के लिए कि एक सार्थक परिभाषा तय कर पाना मुश्किल क्यों है जो सार्वभौमिक रूप से स्वीकार्य हो। सामने आई कई परिभाषाओं में से प्रत्येक का उद्देश्य एक विशेष स्थिति को संतुष्ट करना और तत्काल समस्या को हल

करना है, और समान परिभाषाओं की कमी ने एक अनुशासन के रूप में पर्यटन के अध्ययन में बाधा उत्पन्न की है। किसी क्षेत्र का विकास इन पर निर्भर करता है:

- (1) समान परिभाषाएँ
- (2) विवरण
- (3) विश्लेषण
- (4) पूर्वानुमान और
- (5) नियंत्रण.

आधुनिक पर्यटन एक ऐसा अनुशासन है जिसने हाल ही में कई क्षेत्रों के विद्वानों का ध्यान आकर्षित किया है। अधिकांश अध्ययन विशेष उद्देश्यों के लिए आयोजित किए गए हैं और शोधकर्ताओं या सरकारी अधिकारियों की विशेष आवश्यकताओं के अनुरूप संकीर्ण कामचलाऊ परिभाषाओं का उपयोग किया गया है; इन अध्ययनों में प्रणाली दृष्टिकोण को शामिल नहीं किया गया है। नतीजतन, "पर्यटन" और "पर्यटक" की कई परिभाषाएँ यात्रा की गई दूरी, बिताए गए समय की लंबाई और यात्रा के उद्देश्यों पर आधारित हैं। इससे सांख्यिकीय जानकारी एकत्र करना कठिन हो जाता है जिसका उपयोग विद्वान डेटाबेस विकसित करने, पर्यटन परिघटना का वर्णन करने और विश्लेषण करने के लिए कर सकते हैं।

समस्या मामूली नहीं है। पिछले कुछ वर्षों में राष्ट्र संघ, संयुक्त राष्ट्र, विश्व पर्यटन संगठन (डब्ल्यूटीओ), आर्थिक सहयोग और विकास संगठन (ओईसीडी), राष्ट्रीय पर्यटन संसाधन समीक्षा आयोग और अमेरिकी सीनेट के राष्ट्रीय पर्यटन नीति अध्ययन सहित कई प्रतिष्ठित निकायों ने इस पर विचार किया है।

विभिन्न परिभाषाओं की निम्नलिखित समीक्षा आम सहमति पर पहुंचने की समस्याओं को दर्शाती है। हम लोगों की आवाजाही की अवधारणा और विश्व पर्यटन संगठन और संयुक्त राज्य अमेरिका, कनाडा, यूनाइटेड किंगडम और ऑस्ट्रेलिया द्वारा लागू शब्दावली और परिभाषाओं की पड़ताल करेंगे। बाद में, यात्रियों का एक व्यापक वर्गीकरण दिया जा रहा है जो वर्तमान विचार और व्यवहार पर आम सहमति को प्रतिबिंबित करने का प्रयास करता है।

### विश्व पर्यटन संगठन:

1991 में कनाडा के ओटावा में विश्व पर्यटन संगठन (डब्ल्यूटीओ) द्वारा आयोजित अंतर्राष्ट्रीय यात्रा और पर्यटन सांख्यिकी सम्मेलन में पहले के अंतरराष्ट्रीय समूहों के काम की समीक्षा, अद्यतन और विस्तार किया गया। ओटावा सम्मेलन ने पर्यटन, यात्रियों और पर्यटकों की परिभाषाओं पर कुछ मौलिक सिफारिशें कीं। संयुक्त राष्ट्र सांख्यिकी आयोग ने 4 मार्च, 1993 को पर्यटन सांख्यिकी पर डब्ल्यूटीओ की सिफारिशों को अपनाया।

पर्यटन: डब्ल्यूटीओ ने पर्यटन की अवधारणा को "छुट्टियां बिताने" की रूढ़िवादी छवि से परे लिया है। आधिकारिक तौर पर स्वीकृत परिभाषा यह है: "पर्यटन में अवकाश, व्यवसाय और अन्य उद्देश्यों के लिए लगातार एक वर्ष से अधिक समय तक अपने सामान्य वातावरण से बाहर स्थानों की यात्रा करने और रहने वाले व्यक्तियों की गतिविधियाँ शामिल हैं।" सामान्य वातावरण शब्द प्रयुक्त करने का उद्देश्य सामान्य निवास के क्षेत्र के भीतर यात्राओं और निवास और कार्यस्थल के बीच लगातार और नियमित यात्राओं और नियमित चरित्र की अन्य सामुदायिक यात्राओं को इससे बाहर रखना है।

### इस परिभाषा से पहचाने गए पर्यटन के मुख्य लक्षण:

1. पर्यटन विभिन्न स्थानों पर लोगों की आवाजाही और उनके ठहरने से उत्पन्न होता है
2. सभी पर्यटन में दो तत्व होते हैं: गंतव्य तक यात्रा और गंतव्य पर गतिविधियों सहित प्रवास।

3. यह यात्रा और प्रवास, निवास और कार्य के सामान्य स्थान के बाहर होता है, ताकि पर्यटन उन गतिविधियों को जन्म दे, जो उन स्थानों के निवासी और कामकाजी आबादी से भिन्न हों, जहां से पर्यटक यात्रा पर आया है और जहां वह रहता है।
4. कुछ दिनों, हफ्तों या महीनों के भीतर सामान्य वातावरण में लौटने के इरादे से गंतव्यों की ओर जाना अस्थायी, अल्पकालिक प्रकृति का होता है।
5. इन स्थानों का दौरा वहां स्थायी निवास या पारिश्रमिक वाला रोजगार लेने के अलावा अन्य उद्देश्यों के लिए किया जाता है।

### अपनी प्रगति जांचें- I

1. निम्नलिखित में से किस गतिविधि को पर्यटन शब्द के अंतर्गत रखा जा सकता है?

- क) सुश्री टीना किराने का सामान खरीदने के लिए पास के बाजार में जाती है।
- ख) श्री अजय जो फ़रीदाबाद में रहते हैं, अपने फ़ोन बिल का भुगतान करने के लिए नेहरू प्लेस जाते हैं।
- ग) दिल्ली के निवासी श्री राज मुंबई जाते हैं और वहां नौकरी करते हैं।
- घ) मुंबई की निवासी सुश्री सीता सप्ताहांत के लिए गोवा जाती हैं।

### 1.6 पर्यटक की विभिन्न परिभाषाएँ:

19वीं सदी की डिक्शनरी में 'पर्यटक' को ऐसे व्यक्ति के रूप में परिभाषित किया गया है, जो यात्रा के आनंद के लिए, जिज्ञासावश यात्रा करता है और क्योंकि उसके पास करने के लिए इससे बेहतर कुछ नहीं है। ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी हमें बताती है कि 'पर्यटक' शब्द का प्रयोग वर्ष 1800 की शुरुआत में किया गया था। डिक्शनेयर यूनिवर्सल के अनुसार, 'पर्यटक' वह व्यक्ति है जो जिज्ञासा के लिए, यात्रा के आनंद के लिए यात्रा करता है। या बस दूसरों को यह बताने के लिए कि उसने यात्रा की है।

हालाँकि, आनंददायक यात्रा के अर्थ में 'पर्यटक' शब्द की उत्पत्ति हाल ही में हुई है। जोस इग्नासियो डी एरिलिगा के शब्दों में, "अपने पहले काल में पर्यटन को एक खेल के रूप में या ऑटोमोबाइल, टूरिंग, साइकिलिंग कैम्पिंग, भ्रमण और नौकायन के मिश्रण के रूप में माना जाता था। उन्नीसवीं शताब्दी की शुरुआत में, 'पर्यटक' शब्द ने एक नया अर्थ ग्रहण किया "वह जो यात्रा या पर्यटन करता है, विशेष रूप से जो मनोरंजन के लिए ऐसा करता है या जो आनंद, रुचि की वस्तु, दृश्यों या इसी तरह की अनुभूति हेतु यात्रा करता है।"

### राष्ट्र संघ द्वारा परिभाषा:

'पर्यटक' शब्द की उपरोक्त सभी परिभाषाएँ सामान्य प्रकृति की हैं और इसलिए, मापन के उद्देश्य को पूरा नहीं कर सकती हैं। हालाँकि, लीग ऑफ नेशंस ने सांख्यिकीय माप के प्रयोजनों के लिए इस शब्द को परिभाषित करने में अग्रणी काम किया था। पर्यटक आँकड़े एकत्र करने और अंतर्राष्ट्रीय अनुकूलता सुनिश्चित करने के महत्व को समझते हुए, राष्ट्र संघ के सांख्यिकी विशेषज्ञों की समिति ने वर्ष 1937 में "पर्यटक" शब्द की परिभाषा स्थापित की। राष्ट्र संघ ने सदस्य देशों की सहमति से विदेशी पर्यटक शब्द को परिभाषित किया- "कोई भी व्यक्ति जो अपने निवास के अलावा किसी अन्य देश में कम से कम 24 घंटे की अवधि के लिए जाता है।"

उपरोक्त परिभाषा के अनुसार निम्नलिखित व्यक्तियों को पर्यटक माना जाता है:

- (i) ऐसे व्यक्ति जो आनंद, घरेलू कारणों या स्वास्थ्य आदि के लिए यात्रा कर रहे हैं।

(ii) बैठकों में या किसी भी प्रकार की प्रतिनिधि क्षमता में यात्रा करने वाले व्यक्ति (वैज्ञानिक, प्रशासनिक राजनयिक, धार्मिक, एथलेटिक, आदि)

(iii) व्यावसायिक उद्देश्यों के लिए यात्रा करने वाले व्यक्ति।

(iv) समुद्री यात्रा के दौरान आने वाले व्यक्ति, भले ही वे 24 घंटे से कम समय के लिए रुके हों (यदि आवश्यक हो तो उनके सामान्य निवास स्थान की उपेक्षा करते हुए, इन्हें एक अलग समूह के रूप में माना जाना चाहिए)।

निम्नलिखित श्रेणी के व्यक्तियों को पर्यटक नहीं माना जाता है:

(i) देश में व्यवसाय करने या किसी व्यावसायिक गतिविधि में शामिल होने के लिए काम के अनुबंध के साथ या उसके बिना आने वाले व्यक्ति।

(ii) देश में निवास करने के लिए आने वाले व्यक्ति।

(iii) बोर्डिंग प्रतिष्ठानों या स्कूलों में छात्र और युवा व्यक्ति।

(iv) सीमांत क्षेत्र के निवासी और किसी देश के निवासी और निकटवर्ती देश में काम करने वाले व्यक्ति।

(v) ऐसे यात्री जो बिना रुके किसी देश से गुजर रहे हैं, भले ही यात्रा में 24 घंटे से अधिक समय लगे। उपरोक्त परिभाषा की पुष्टि संयुक्त राष्ट्र द्वारा वर्ष 1945 में की गई थी और यह कहा गया था कि पर्यटक वह व्यक्ति है जो किसी गैर-आप्रवासी उद्देश्य के लिए 24 घंटे से अधिक और 6 महीने से कम समय के लिए विदेशी देश में रहा। यात्रा-आँकड़ों के संकलन के लिए कई देशों द्वारा इस परिभाषा को अपनाया गया था।

#### संयुक्त राष्ट्र-रोम सम्मेलन:

1963 में, रोम में आयोजित अंतर्राष्ट्रीय यात्रा और पर्यटन पर संयुक्त राष्ट्र सम्मेलन ने एक परिभाषा पर विचार किया और सिफारिश की कि इसका अध्ययन संयुक्त राष्ट्र सांख्यिकी आयोग द्वारा किया जाए। एक संशोधित परिभाषा तैयार की गई और उसे अपनाया गया। सम्मेलन में 'आगंतुक' शब्द की समग्र परिभाषा पर विचार किया गया, जो सांख्यिकीय उद्देश्यों के लिए तय करता है:

कोई भी व्यक्ति जो अपने सामान्य निवास स्थान वाले देश के अलावा किसी अन्य देश का दौरा करता है, उस देश के भीतर पारिश्रमिक पाने और व्यवसाय के अलावा किसी अन्य कारण से।

इस परिभाषा में शामिल है:

(i) पर्यटक, यानी ऐसा अस्थायी आगंतुक जो यात्रा के गंतव्य पर कम से कम चौबीस घंटे रुकते हैं और जिनकी यात्रा का उद्देश्य निम्नलिखित शीर्षकों में से एक के तहत वर्गीकृत किया जा सकता है:

(ए) अवकाश (मनोरंजन, छुट्टी, स्वास्थ्य, अध्ययन, धर्म और खेल);

(बी) व्यवसाय, परिवार, मिशन, बैठक।

(ii) भ्रमणकर्ता, यानी, अस्थायी आगंतुक, यात्रा के गंतव्य पर बीस घंटे से कम समय तक रुकते हैं (क्रूज पर यात्रियों सहित)।

उपरोक्त परिभाषा में उन यात्रियों को शामिल नहीं किया गया है, जो कानूनी अर्थ में, देश में प्रवेश नहीं करते हैं (उदाहरण के लिए, हवाई यात्री जो हवाई अड्डे के पारगमन क्षेत्र को नहीं छोड़ते हैं)। संयुक्त राष्ट्र सांख्यिकी आयोग द्वारा आयोजित अंतर्राष्ट्रीय यात्रा सांख्यिकी पर विशेषज्ञ सांख्यिकीय समूह ने 1967 में सिफारिश की थी कि देश 1963 में रोम में अंतर्राष्ट्रीय यात्रा और पर्यटन पर संयुक्त राष्ट्र सम्मेलन द्वारा प्रस्तावित 'आगंतुक' की परिभाषा का उपयोग करें। समूह ने

माना कि आगंतुक की परिभाषा के भीतर आगंतुकों के एक अलग वर्ग को पहचानना वांछनीय है, जिन्हें 'दिन के आगंतुक' या 'भ्रमणकर्ताओं' के रूप में वर्णित किया जा सकता है, जिन्हें दिन के आगंतुकों के रूप में परिभाषित किया गया है, रोजगार के अलावा अन्य उद्देश्यों के लिए सीमा पार करने वाले, क्रूज यात्री और पारगमन में आने वाले आगंतुक जो देश के भीतर प्रदान किए गए आवास में रात भर नहीं रुकते हैं। इस श्रेणी के आगंतुकों की एक विशेषता इन्हें आगंतुकों के मुख्य वर्ग से अलग करती है, यह है कि इसमें रात भर रुकने की शर्त नहीं है। 1968 में आयोग ने रोम की परिभाषा को मंजूरी दी।

ऊपर चर्चा की गई विभिन्न परिभाषाओं को धीरे-धीरे सामान्य स्वीकृति प्राप्त हुई है। हाल के अध्ययनों के अनुसार, विश्व पर्यटन संगठन द्वारा प्रकाशित, दुनिया भर के लगभग 75 प्रतिशत देश अंतरराष्ट्रीय यात्रा आंकड़ों के संग्रह में इन परिभाषाओं का उपयोग करते हैं।

उपरोक्त परिभाषा से पहचाने गए पर्यटकों के मुख्य लक्षण:

1. वह अपनी मर्जी से अपनी यात्रा करता है।
2. वह मुख्य रूप से आनंद की तलाश में यात्रा करता है।
3. यात्रा पर खर्च किया गया धन घर से प्राप्त धन है, भ्रमण स्थलों से अर्जित धन नहीं।
4. वह अंततः अपने मूल स्थान पर लौट आता है।

### अपनी प्रगति जांचें-II

नीचे दी गई सूची में से पर्यटक की परिभाषा में कौन-कौन शामिल हैं?

- a) दिल्ली के निवासी श्री चंद दो दिवसीय सम्मेलन के लिए हैदराबाद जाते हैं।
- b) मुंबई की निवासी सुश्री रीना हृदय प्रत्यारोपण के लिए अमेरिका जाती हैं।
- ग) दिल्ली की निवासी सुश्री मीना अमेरिका के लिए उड़ान लेती हैं और उड़ान का सिंगापुर में 36 घंटे का स्टॉपओवर है। क्या वह सिंगापुर में पर्यटक है?

---

### 1.7 विभिन्न देशों द्वारा अपनाई गई पर्यटक की परिभाषाएँ:

---

#### भारत:

अंतरराष्ट्रीय यात्रा और पर्यटन पर संयुक्त राष्ट्र सम्मेलन, रोम, 1963 की सिफारिशों के अनुसार भारत सरकार के पर्यटन विभाग द्वारा अपनाई गई 'विदेशी पर्यटक' की परिभाषा इस प्रकार है:

**"एक विदेशी पर्यटक वह व्यक्ति है जो विदेशी पासपोर्ट पर भारत का दौरा करता है, जिसकी यात्रा को निम्नलिखित शीर्षकों में से एक के तहत वर्गीकृत किया जा सकता है"**

1. अवकाश (मनोरंजन, छुट्टियाँ, स्वास्थ्य, अध्ययन, धर्म और खेल)।
2. व्यवसाय, परिवार, मिशन, बैठक।

हालाँकि, निम्नलिखित श्रेणी के व्यक्तियों को विदेशी पर्यटक नहीं माना जाता है:

1. देश के भीतर से पारिश्रमिक वाली गतिविधियों को अपनाने और व्यवसाय में संलग्न होने के लिए अनुबंध के साथ या उसके बिना आने वाले व्यक्ति,
2. देश में निवास स्थापित करने के लिए आने वाले व्यक्ति;
3. भ्रमणकर्ता, देश में चौबीस घंटे से कम रहने वाले अस्थायी आगंतुक (क्रूज पर यात्रियों सहित)।

निम्नलिखित आँकड़ों में शामिल नहीं हैं:

1. पाकिस्तान और बांग्लादेश के नागरिक;
2. नेपाल के नागरिक भारत-नेपाल सीमा के साथ भूमि मार्गों से भारत में प्रवेश करते हैं,
3. भूमि मार्ग से भूटान से भारत में प्रवेश करने वाले सभी विदेशी।

#### **भारत में घरेलू पर्यटक की परिभाषा:**

घरेलू पर्यटक - एक व्यक्ति जो देश के भीतर अपने सामान्य निवास स्थान के अलावा किसी अन्य स्थान की यात्रा करता है और व्यावसायिक आधार पर या धर्मशालाओं में चलने वाले होटलों या अन्य आवास प्रतिष्ठानों में रुकता है या दोस्तों और रिश्तेदारों के साथ रहता है और दर्शनीय स्थलों की सुविधाओं का उपयोग करता है, या चलता रहता है। निम्नलिखित में से किसी भी उद्देश्य के लिए एक समय में कम से कम 24 घंटे या एक रात और अधिक से अधिक 6 महीने की तीर्थयात्रा:

- आनंद (छुट्टियाँ, अवकाश, खेल वगैरह)
- तीर्थयात्रा, धार्मिक और सामाजिक कार्य।
- अध्ययन और स्वास्थ्य.

निम्नलिखित को घरेलू पर्यटक नहीं माना जाता है:

- राज्य केंद्र के भीतर से कोई व्यवसाय लेने या पारिश्रमिक वाली गतिविधियों में संलग्न होने के लिए अनुबंध के साथ या उसके बिना आने वाले व्यक्ति।
- जो व्यक्ति अपने रिश्तेदारों और दोस्तों से मिलने, सामाजिक और धार्मिक कार्यों में भाग लेने और अपने घरों में या रिश्तेदारों और दोस्तों के साथ रहने के लिए छुट्टी पर या छोटी यात्रा पर अपने गृह नगर या मूल स्थान पर जाते हैं और किसी भी दर्शनीय स्थलों की सुविधाओं का उपयोग नहीं करते हैं।
- भारतीय में रहने वाले विदेशी।

यहां हम देखते हैं कि भारत की परिभाषा के अनुसार, एक यात्री को अंतर्राष्ट्रीय आगंतुक की श्रेणी में शामिल होने के लिए एक विदेशी पासपोर्ट रखना होगा, इसका तात्पर्य यह है कि विदेशों में बसे भारतीयों और भारतीय पासपोर्ट रखने वाले भारतीयों को मनोरंजन, व्यवसाय या ऐसे अन्य उद्देश्यों के लिए भारत आने पर अंतर्राष्ट्रीय आगंतुकों के रूप में नहीं गिना जाएगा। हालाँकि, फिर भी उन्हें घरेलू आगंतुकों के रूप में गिना जाता है और इसलिए यहां हम देखते हैं कि वर्गीकरण निवास स्थान के बजाय राष्ट्रीयता पर आधारित है। लेकिन डब्ल्यूटीओ की परिभाषा के अनुसार उन्हें अंतर्राष्ट्रीय आगंतुकों की सूची में शामिल किया जाना चाहिए था। इससे हम भारतीय परिभाषा और WTO द्वारा दी गई परिभाषा में अंतर साफ़ देख सकते हैं।

#### **संयुक्त राज्य अमेरिका:**

1963 में वेस्टर्न काउंसिल फॉर ट्रेवल रिसर्च ने विजिटर/आगंतुक शब्द का इस्तेमाल किया और विजिट/आगमन को हर बार होने वाली यात्रा के रूप में परिभाषित किया, जब कोई आगंतुक अध्ययन के अधीन क्षेत्र में प्रवेश करता था। 1973 में राष्ट्रीय पर्यटन संसाधन समीक्षा आयोग द्वारा उपयोग की जाने वाली पर्यटक की परिभाषा थी: "एक पर्यटक वह है जो व्यवसाय, आनंद, व्यक्तिगत मामलों या किसी अन्य उद्देश्य के लिए घर से कम से कम 50 मील (एक तरफ) की दूरी की यात्रा करता है। काम पर जाने के अलावा, चाहे वह रात भर रुके या उसी दिन लौट आए" 1994 में यू.एस. ट्रेवल डेटा सेंटर

का राष्ट्रीय यात्रा सर्वेक्षण 100 मील या उससे अधिक के एक-तरफा मार्ग माइलेज के साथ सभी राउंड-ट्रिप पर रिपोर्ट करता है, और 1994 के बाद से दूरी को ध्यान में रखे बिना, घर से एक या अधिक रातें दूर होने वाली सभी यात्राओं को उद्देश्य की परवाह किए बिना शामिल किया जाता है, केवल चालक दल, छात्रों, सक्रिय ड्यूटी पर सैन्य कर्मियों और यात्रियों को छोड़कर।

#### **कनाडा:**

कनाडाई यात्रा सर्वेक्षण के रूप में जाने जाने वाले त्रैमासिक घरेलू नमूना सर्वेक्षणों की एक श्रृंखला में, जो 1978 में शुरू हुई थी, शामिल किए जाने योग्य यात्राएँ संयुक्त राज्य अमेरिका में राष्ट्रीय यात्रा सर्वेक्षण में शामिल की गई यात्राओं के समान हैं। मुख्य अंतर यह है कि कनाडाई सर्वेक्षण में, एक-तरफा दूरी की निचली सीमा 100 मील के बजाय 50 मील (80 किलोमीटर) है। 50 मील का आंकड़ा छोटी यात्राओं के लिए याद करने की सटीकता और टोरंटो जैसे बड़े महानगरीय क्षेत्र की सीमाओं के भीतर ही पूरी की गई यात्राओं को शामिल करने की संभावना के बारे में चिंताओं को संतुष्ट करने के लिए एक समझौता था।

घरेलू यात्रा के सर्वेक्षणों में यात्रा की कितनी दूरी को शामिल किया जाए इसका निर्धारण नियोजित सर्वेक्षण पद्धति के उद्देश्य के अनुसार अलग-अलग होता है। जबकि आम सहमति है कि आने-जाने वाली यात्राओं और एक-तरफा यात्राओं को बाहर रखा जाना चाहिए। ओन्टारियो प्रांत 25 मील को मान्यता प्रदान करता है। कनाडा के अंतर्राष्ट्रीय यात्रा सर्वेक्षणों में पहचाने गए यात्रियों के प्राथमिक समूह अनिवासी यात्री, निवासी यात्री और अन्य यात्री हैं। अनिवासी और निवासी दोनों यात्रियों में दिवसीय और व्यावसायिक यात्री दोनों शामिल हैं। आने-जाने वाले यात्रियों को भी इसमें शामिल किया गया है और उन्हें उसी दिन के अन्य व्यापारिक यात्रियों से अलग नहीं किया गया है। अन्य यात्रियों में अप्रवासी, पूर्व निवासी, सैन्य कर्मी और चालक दल शामिल हैं।

#### **यूनाइटेड किंगडम:**

इंग्लैंड, स्कॉटलैंड और उत्तरी आयरलैंड के राष्ट्रीय पर्यटक बोर्ड यूनाइटेड किंगडम टूरिज्म सर्वे (यूकेटीएस) के नाम से आंतरिक पर्यटन के निरंतर सर्वेक्षण को प्रायोजित करते हैं। यह घर से दूर एक रात या उससे अधिक समय तक चलने वाली सभी यात्राओं को मापता है, जो निवासियों द्वारा छुट्टियों, दोस्तों और रिश्तेदारों से मिलने (गैर-छुट्टियों), या व्यवसाय, सम्मेलनों और अधिकांशतः अन्य उद्देश्यों के लिए की जाती हैं। अपने निष्कर्षों में यूकेटीएस छोटी (1 से 3 रातें) और लंबी (4 रातें) अवधि वाली अवकाश यात्राओं के बीच अंतर करता है।

अंतर्राष्ट्रीय यात्री सर्वेक्षण यूनाइटेड किंगडम में आने वाले विदेशी आगंतुकों और यू.के. निवासियों द्वारा विदेश यात्रा दोनों के बारे में जानकारी एकत्र करता है। यह पांच अलग-अलग प्रकार की यात्राओं को दर्ज करता है, छुट्टी बिताने हेतु, व्यवसाय, रिश्तेदारों और मित्रों के पास जाना तथा विविधा।

#### **ऑस्ट्रेलिया:**

1979 में ऑस्ट्रेलियन ब्यूरो ऑफ इंडस्ट्री इकोनॉमिक्स ने पर्यटक की अपनी परिभाषा में ठहरने की अवधि और यात्रा की दूरी की सीमाएँ इस प्रकार रखीं: "एक व्यक्ति अपने सामान्य निवास स्थान से कम से कम 40 किमी दूर किसी स्थान पर कम से कम 24 घंटे की अवधि के लिए और बारह महीने से अधिक नहीं जाता है।"

डब्ल्यूटीओ परिभाषाओं के उपयोग का समर्थन करते हुए, ऑस्ट्रेलियाई सांख्यिकी ब्यूरो का कहना है कि "सामान्य वातावरण" शब्द कुछ हद तक अस्पष्ट है। इसमें कहा गया है कि "स्थानीय निवासियों द्वारा पर्यटक आकर्षणों का दौरा



शामिल नहीं किया जाना चाहिए" और अपने अन्य आवासों के दौरे में केवल "जहां वे स्पष्ट रूप से अस्थायी मनोरंजक उद्देश्यों के लिए हैं" शामिल किया जाना चाहिए।

### अपनी प्रगति जांचें-

1. श्री रोहित, एक भारतीय अमेरिका में काम करने जाते हैं और पांच महीने के बाद वह भारत आते हैं और उड़ीसा में स्थित जगन्नाथ मंदिर के दर्शन करते हैं। परिभाषा के अनुसार क्या वह अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक है?

### 1.8 यात्रियों का व्यापक वर्गीकरण:

#### अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन की यात्री शब्दावली

पर्यटन की उपरोक्त संकल्पना के पीछे यात्री की समग्र संकल्पना निहित है।

यात्री को "दो या दो से अधिक देशों के बीच या अपने सामान्य निवास वाले देश के भीतर दो या दो से अधिक इलाकों के बीच यात्रा पर जाने वाले किसी भी व्यक्ति" के रूप में परिभाषित किया गया है।

यात्रियों को पर्यटन आंकड़ों में शामिल किया जा सकता है या नहीं भी किया जा सकता है। पर्यटन में लगे सभी प्रकार के यात्रियों को आगंतुकों के रूप में वर्णित किया गया है, एक ऐसा शब्द जो पर्यटन सांख्यिकी की संपूर्ण प्रणाली की मूल अवधारणा का गठन करता है।

आगंतुक वे व्यक्ति होते हैं जो उस देश के अलावा किसी अन्य देश की यात्रा करते हैं जिसमें वे आम तौर पर 12 महीने से अधिक की अवधि के लिए नहीं रहते हैं, जिसका मुख्य उद्देश्य उस स्थान के भीतर पारिश्रमिक वाली गतिविधि अपनाने के अलावा अन्य होता है।

आगंतुकों को दो श्रेणियों में विभाजित किया गया है:

1. पर्यटक, यानी, देश में कम से कम चौबीस घंटे रहने वाले अस्थायी आगंतुक और जिनकी यात्रा का उद्देश्य निम्नलिखित शीर्षकों में से एक के तहत वर्गीकृत किया जा सकता है:

(ए) अवकाश (मनोरंजन, छुट्टी, स्वास्थ्य, अध्ययन, धर्म और खेल);

(बी) व्यवसाय, परिवार, मिशन, बैठक।

2. **भ्रमणकर्ता** यानी गंतव्य देश में 24 घंटे से कम रुकने वाले अस्थायी आगंतुक (क्रूज में बैठे यात्री भी इसमें शामिल हैं)।

उपर्युक्त परिभाषा में उन यात्रियों को शामिल नहीं किया गया है, जो कानूनी अर्थ में, देश में प्रवेश नहीं करते हैं (उदाहरण के लिए, **पारगमन आगंतुक**, ऐसे यात्री जो हवाई अड्डे के ट्रांजिट क्षेत्र को नहीं छोड़ते हैं)।

डब्ल्यूटीओ के अनुसार आगंतुक की परिभाषा का दोष यह है कि यह देश के भीतर की गई यात्राओं के बारे में बात नहीं करता है। इन उद्देश्यों के लिए घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय आगंतुक के बीच अंतर किया जाता है

**घरेलू आगंतुक** - एक व्यक्ति जो अपने देश के भीतर, अपने सामान्य वातावरण के बाहर, 12 महीने से अधिक की अवधि के लिए यात्रा करता है।

अंतर्राष्ट्रीय आगंतुक - एक व्यक्ति जो 12 महीने से अधिक की अवधि के लिए अपने सामान्य निवास स्थान के अलावा किसी अन्य देश की यात्रा करता है।

क्रूज यात्री - वह एक आगंतुक है जो क्रूज जहाजों पर सवार होकर देश में आता है और जो देश में किसी आवास प्रतिष्ठान में एक रात भी नहीं बिताता है।

अंतरराष्ट्रीय और घरेलू दोनों प्रकार के प्रवासियों के रूप में वर्गीकृत यात्रियों के व्यापक वर्ग को भी आमतौर पर पर्यटन या यात्रा अनुसंधान से बाहर रखा जाता है। उन्हें इस आधार पर बाहर रखा गया है कि उनका आवागमन अस्थायी नहीं है, हालांकि वे अन्य यात्रियों के समान सुविधाओं का उपयोग करते हैं, भले ही एक दिशा में हों, और अपने गंतव्य तक पहुंचने पर अक्सर अस्थायी आवास की आवश्यकता होती है। हालांकि, यात्रा और पर्यटन के लिए प्रवासन का वास्तविक महत्व अपने आप में एक-तरफ़ा यात्रा में नहीं है, बल्कि यात्रा की प्रत्यारोपित मांग और बिछड़े हुए दोस्तों और रिश्तेदारों के लिए नए यात्रा स्थलों के निर्माण के दीर्घकालिक निहितार्थ में है।

### अपनी प्रगति जाँचें-IV

1. दिल्ली की निवासी श्रीमती मीना अमेरिका के लिए एक फ़्लाइट लेती है और इस फ़्लाइट को सिंगापुर में 36 घंटे रुकना है, क्या वे सिंगापुर एक पर्यटक हैं?

### 1.9 यात्रा और पर्यटन में अंतर

हालांकि यात्रा और पर्यटन शब्द पर्यायवाची हैं और एक दूसरे के स्थान पर उपयोग किए जाते हैं, लेकिन पर्यटन एक व्यापक अवधारणा है और इसमें अकेले यात्रा के अलावा भी बहुत कुछ शामिल है। यात्रा का तात्पर्य किसी भी उद्देश्य से एक स्थान से दूसरे स्थान तक किया जाने वाला दौरा है, जिसमें काम पर जाने के लिए और रोजगार के एक हिस्से के रूप में, अवकाश के हिस्से के रूप में और निवास करने के लिए यात्राएँ भी शामिल हैं; जबकि पर्यटन में किसी गंतव्य की यात्रा और किसी के सामान्य निवास स्थान के बाहर किसी गंतव्य पर रुकना और अवकाश और मनोरंजन के लिए की गई गतिविधियाँ शामिल हैं। सभी पर्यटन में कुछ यात्राएँ शामिल होती हैं, लेकिन सभी यात्राएँ पर्यटन नहीं होती हैं। एक व्यक्ति अक्सर विभिन्न उद्देश्यों के लिए यात्रा कर सकता है जिनमें से पर्यटन केवल एक है। हालांकि, अगर ठीक से व्यवहार किया जाए, तो गैर-पर्यटन उद्देश्यों के लिए यात्रा के एक हिस्से को अतिरिक्त उद्देश्य के रूप में पर्यटन के लिए यात्रा के लिए प्रेरित किया जा सकता है। उदाहरण के लिए, एक व्यक्ति जो रोजगार के सिलसिले में एक या अधिक पर्यटक आकर्षण वाले स्थान जैसे प्राकृतिक सौंदर्य या ऐतिहासिक महत्व का स्थान, तीर्थयात्रा, झील आदि की यात्रा पर जा रहा है, उसे किसी छोटी यात्रा और या एकल पर्यटन प्रयोजनों के लिए रुकने हेतु कुछ समय और पैसा निकालने के लिए प्रेरित किया जा सकता है। इस अर्थ में प्रत्येक यात्री एक 'संभावित पर्यटक' है और यह उद्योग के प्रबंधकों पर निर्भर है कि वे इस 'क्षमता' का दोहन करें और यात्री को 'वास्तविक पर्यटक' में परिवर्तित करें।

### अपनी प्रगति जाँचें-V:

1. जब जिप्सी एक गंतव्य से दूसरे स्थान तक जाते हैं, क्या इसे पर्यटन माना जाएगा?
2. यदि दिल्ली में एक सॉफ्टवेयर कंपनी में कार्यरत श्री रवि का स्थानांतरण बेंगलुरु हो जाता है तो क्या यह यात्रा या पर्यटन के अंतर्गत आएगा?
3. यदि श्री रवि, जिन्हें दिल्ली से बेंगलुरु स्थानांतरित किया गया है, एक सप्ताह के लिए मैसूर जाने का निर्णय लेते हैं तो क्या यह यात्रा या पर्यटन होगा?

### 1.10 सारांश

इस पाठ में हमने देखा कि समय के साथ यात्रा और पर्यटन कैसे बदल गया है और विभिन्न सुविधाओं और बुनियादी ढांचे के विकास के साथ नए आयाम प्राप्त किए हैं। घरेलू और अंतरराष्ट्रीय स्तर पर लोगों की आवाजाही में तेजी

से वृद्धि ने व्यापक अनुपात और विविधता वाले उद्योग को जन्म दिया है। इसके अलावा, यह विश्व के सभी देशों में सार्वभौमिक रूप से पाया जाता है, लेकिन गुणों और अनुपातों में बहुत भिन्नता के साथ।

इसका आर्थिक महत्व और भविष्य की संभावनाएँ भी सावधानीपूर्वक अध्ययन के योग्य हैं। ये विमर्श उन तरीकों को सुझाते हैं जिनसे पर्यटन का अध्ययन किया जा सकता है। पर्यटन के अध्ययन के लिए कई बुनियादी दृष्टिकोण हैं, और इस पुस्तक में हम उन सभी को विभिन्न अध्यायों में शामिल करते हैं। जब तक आप ब्लॉक पूरा कर लेंगे, तब तक आप पर्यटन के पहलुओं और आर्थिक निहितार्थों के बारे में बहुत कुछ जान जाएंगे, और आप हमारी दुनिया और स्थानों, लोगों, संस्कृतियों, सौंदर्य और यात्रा द्वारा प्रदान की जाने वाली सीख के आकर्षक परिदृश्य में गहरी रुचि विकसित कर लेंगे।

### 1.11 शब्दावली:

**मनोरंजन** - खाली समय को रचनात्मक और व्यक्तिगत रूप से आनंददायक उपयोग में लाने हेतु लोगों की गतिविधियाँ। मनोरंजन में व्यक्तिगत या समूह खेलों, सांस्कृतिक कार्यों, प्राकृतिक और मानव इतिहास की सराहना, अनौपचारिक शिक्षा, आनंद हेतु यात्रा, दर्शनीय स्थलों की यात्रा और मनोरंजन में निष्क्रिय या सक्रिय भागीदारी शामिल हो सकती है।

**मूर्त**- भौतिक, जिसे आप छू कर देख सकें।

**अमूर्त**- अभौतिक, ऐसा जिसे आप केवल महसूस कर सकते हैं।

**परिप्रेक्ष्य**- दृष्टिकोण।

### 1.12 स्व-मूल्यांकन अभ्यास:

1. अपने घरेलू समुदाय के संदर्भ में पर्यटन की परिभाषा में शामिल चार परिप्रेक्ष्यों को पहचानें और उनका वर्णन करें।
2. संयुक्त राष्ट्र जैसे निकायों को विशिष्ट पर्यटन परिभाषाओं की आवश्यकता क्यों है? किसी राज्य या देश या किसी काउंटी या शहर को ऐसी आवश्यकता क्यों है?
3. यह पाठ्यक्रम पर्यटन अध्ययन के लिए क्या दृष्टिकोण अपनाता है? कौन से दृष्टिकोण में आपकी रुचि सबसे अधिक है?
4. क्या पिछले 20 वर्षों में यात्रा के पैटर्न में बहुत बदलाव आए हैं? कौन से तत्व समान बने हुए हैं?
5. भूगोलवेत्ता, समाजशास्त्री, मानवविज्ञानी और अर्थशास्त्री पर्यटन में रुचि क्यों रखते हैं?
6. पर्यटन की परिभाषा क्या है?
7. डब्ल्यूटीओ के अनुसार पर्यटक की परिभाषा में कौन-कौन शामिल हैं?
8. इनमें क्या अंतर है:

- यात्रा और पर्यटन।
- घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन।
- एक पर्यटक और एक भ्रमणकर्ता।

### 1113संदर्भ ग्रंथ

- Bhatia, A.K. Tourism Development Principles and Practices, Sterling Publishers, 2005.
- Kamre, K.K. Basics of Tourism: Theory, Operation and Practice, Kanishka Publishers, 2006.

- Rania, C.L. and Raina A.K. Fundamentals of Tourism Principles and Practices, Kanishka Publisher, 2005.
- Negi. J. Tourism and Travel Concepts and Principles, Gitanjali Publishing House, 1990.
- Mc Intosh. et. Tourism, Principles, Practices, Philosophies, Wiley, 1995.
- Cook R.A. et. Tourism the Business of Travel, Pearson, 2006.
- Walker. J.R, Introduction to Hospitality, Pearson, 2006.
- Basket A.J. and Medlik.S. Tourism past Present and Future, ELBS, 1988.
- Mill and Morrison, Tourism Systems, Practice Hall, 1992
- Law. A.A, A Companion to Tourism, Blackwell Publishing, 2004.

---

## इकाई-2: पर्यटन संयंत्र सुविधाएँ: अवसंरचना एवं अधिसंरचना

---

### 2.0 प्रस्तावना

### 2.0 परिचय

#### 2.1 उद्देश्य

#### 2.2 अवसंरचना के विकास की आवश्यकता

#### 2.3 पर्यटन अवसंरचना

#### 2.4 पर्यटन अधिसंरचना

#### 2.5 अवसंरचना और अधिसंरचना के विकास और रखरखाव में राज्य की भूमिका

#### 2.6 पर्यटन के प्रकार

##### 2.6.1 उत्पत्ति एवं गंतव्य के आधार पर

##### 2.6.2 आवागमन के पैटर्न के आधार पर

##### 2.6.3 पर्यटन के मौसमी चरित्र के आधार पर

##### 2.6.4 प्रेरण के आधार पर

##### 2.6.5 समाजशास्त्रीय पहलू के आधार पर

##### 2.6.6 मांग के सामाजिक-आर्थिक पहलू के आधार पर

##### 2.6.8 यात्रा के उद्देश्य के आधार पर

#### 2.7 पर्यटन के रूप

##### 2.7.1 यात्रियों की संख्या के अनुसार

##### 2.7.2 व्यवस्थानुसार

##### 2.7.3 अवधि के अनुसार

##### 2.7.4 प्रयुक्त परिवहन साधनों के अनुसार

##### 2.7.5 भुगतान संतुलन पर प्रभाव के अनुसार

##### 2.7.6 मात्रात्मक आधार के अनुसार

##### 2.7.7 गुणात्मक आधार के अनुसार.

#### 2.8 सारांश

#### 2.9 शब्दावली

#### 2.10 स्व-मूल्यांकन अभ्यास

#### 2.11 अतिरिक्त पाठ्य सामग्री

## 2.0 प्रस्तावना

इस इकाई में आप पर्यटन अवसंरचना और अधिसंरचना का अर्थ और किसी गंतव्य स्थल में पर्यटन के विकास और वृद्धि हेतु उसका महत्व समझेंगे. आप अवसंरचना और अधिसंरचना के विकास में निजी और सार्वजनिक क्षेत्र के द्वारा निभायी जाने वाली भूमिका के विषय में भी जान पाएंगे।

इस इकाई का दूसरा भाग पर्यटन के वर्गीकरण के विभिन्न आधारों की व्याख्या करता है, पर्यटन की परिघटना को बेहतर तरीके से समझने के लिए इसे कई प्रकारों और रूपों में बाँटा गया है।

### 2.1 उद्देश्य

- पर्यटन अवसंरचना और अधिसंरचना का अर्थ समझना।
- पर्यटन अवसंरचना में क्या शामिल है इसका अध्ययन करना।
- पर्यटन अधिसंरचना में क्या शामिल है इसका अध्ययन करना,
- पर्यटन के विभिन्न रूपों की व्याख्या करना।
- पर्यटन के विभिन्न प्रकारों की व्याख्या करना।

### 2.2 बुनियादी ढांचे के विकास की आवश्यकता

'पर्यटन अवसंरचना' शब्द उन सभी अंतर्निहित सेवाओं को दर्शाता है जो आधुनिक सामाजिक जीवन और आर्थिक विकास के लिए आवश्यक हैं। इसमें सभी परिवहन सुविधाएँ जैसे सड़क, रेलवे और हवाई अड्डे, जल आपूर्ति और सीवरेज प्रणाली, बिजली और गैस जैसी ऊर्जा की आपूर्ति और संचार सुविधाएँ शामिल हैं। ये सेवाएँ आमतौर पर सार्वजनिक प्राधिकरणों द्वारा प्रदान की जाती हैं।

पर्यटन अवसंरचना का अर्थ है आवास क्षेत्र, परिवहन प्रणाली, पर्यटक खेल, ट्रैवल एजेंसियां, टूर ऑपरेटर, मनोरंजन उद्योग, कला और शिल्प, स्मारिका उद्योग आदि का विकास। मूल रूप से, बुनियादी ढांचे में किसी भी निवास क्षेत्र के लिए बाहरी दुनिया के साथ गहन संचार और उसके भीतर व्यापक मानव गतिविधि के आधार के रूप में जमीन के ऊपर और नीचे के सभी प्रकार के आवश्यक निर्माण शामिल हैं। अर्थशास्त्री अक्सर पर्यटन के बुनियादी ढांचे के विकास पर जोर देते हैं क्योंकि यह इसके त्वरित आर्थिक विकास की पहली शर्त है। इसीलिए यह देखा गया है कि बुनियादी ढांचे के निर्माण में उच्च स्तर का पूंजी निवेश सभी विकासशील देशों की विशेषता है। भारत में मौजूदा बुनियादी ढांचा पर्यटन अर्थव्यवस्था की जरूरतों को पूरा करने में सक्षम नहीं है।

इस संबंध में भारत में पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए होटलों और अन्य पूरक आवास सुविधाओं के प्रावधान को महत्वपूर्ण माना जा सकता है। तीव्र वृद्धि और विकास के लिए पर्यटन अवसंरचना विकासशील अर्थव्यवस्था की एक अनिवार्य विशेषता है। पर्यटन बेरोजगारी को दूर करने, विदेशी मुद्रा अर्जित करने के महत्वपूर्ण कारकों में से एक है और यह राष्ट्र के क्षेत्रीय विकास में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। यदि रोजगार की वास्तविक योजना न बनाई जाए और इसे सुनिश्चित चरणों में नहीं किया जाए तो ग्रामीण क्षेत्रों में पर्यटन गतिविधि के विकास में सार्वजनिक और निजी निवेश पर प्रत्याशित प्रतिफल वास्तव में शून्य हो सकता है। इसलिए, इन क्षेत्रों में पर्यटन अवसंरचना की योजना बनाते समय सतर्क रहना चाहिए। पर्यटकों द्वारा इन क्षेत्रों का आर्थिक दोहन आम तौर पर ऐसे विस्तृत क्षेत्रों के प्राकृतिक और आर्थिक

संसाधनों पर निर्भर करता है, जहां पहुंचना अधिक कठिन होता है, जिसमें अक्सर सम्पर्क अवसंरचना के कार्य, उपभोक्ता वस्तुओं की आपूर्ति और कुशल श्रम आदि की समस्याएँ शामिल होती हैं।

पर्यटकों की आमद ने पर्यटन अवसंरचना की आवश्यकता को बढ़ा दिया है। नए पर्यटक रिसॉर्ट्स की खोज और विकास में कम विकसित क्षेत्रों में लोगों, वस्तुओं और सेवाओं की आवाजाही में वृद्धि निहित है। होटलों का निर्माण, वस्तुओं और सेवाओं का उत्पादन आदि काफी हद तक उपलब्ध पर्यटक अवसंरचना पर निर्भर करता है और इससे निर्धारित होता है।

मौजूदा अवसंरचना और अर्थव्यवस्था की बढ़ती आवश्यकता के बीच विसंगति पर्यटक अवसंरचना के निर्माण के महत्व को प्रकट करती है। पर्यटन के विकास में अवसंरचना और सेवाओं की प्रणाली का समुचित उपयोग शामिल हो सकता है और बदले में संबंधित निवेश की उत्पादकता में सुधार हो सकता है।

पर्यटन बुनियादी ढांचे के निर्माण का उद्देश्य अंतर-क्षेत्रीय आर्थिक संबंधों का विस्तार करना है जो घरेलू बाजार के गठन को बढ़ावा देता है। परिवहन व्यवस्था के विस्तार से ग्रामीण इलाकों का पर्यटन स्थलों से जुड़ाव बढ़ता है और प्राकृतिक अर्थव्यवस्था के विघटन को बढ़ावा मिलता है। कोई भी क्षेत्र एक संपत्ति है जिसका उपयोग पूरी अर्थव्यवस्था के लाभ के लिए किया जाना चाहिए। परिवहन सुविधाओं का महत्व किसी की सामाजिक-आर्थिक स्थितियों पर बहुत प्रभाव डालता है। विकासशील अर्थव्यवस्था में बाहरी इलाकों के विभिन्न पर्यटन स्थलों के बीच परिवहन संपर्क का अभाव अक्सर देखने को मिलता है जो उनकी आर्थिक कठिनाइयों के लिए जिम्मेदार कारकों में से एक है।

घरेलू और विदेशी पर्यटकों की दृष्टि से महत्वपूर्ण नए पर्यटन स्थलों को स्थापित करने के साथ-साथ परिवहन निर्माण की भी जरूरत है। पूंजी की कमी और आर्थिक पिछड़ेपन की स्थिति में योजना बनाने की कठिनाइयां पर्यटन के विकास के लिए उपयुक्त अवसंरचना के निर्माण की राह में बाधा बन रही है। इसके अतिरिक्त, यह भी देखा गया है कि अवसंरचना की मौजूदा क्षमताएँ परिवहन के साधनों की मांग के मौसमी उतार-चढ़ाव के अधीन हैं। यह देखा गया है कि बड़े होटलों और परिवहन सुविधाओं का उपयोग कुछ ही अवधि के लिए किया जाता है और शेष अवधि में उनका आंशिक रूप से ही उपयोग किया जाता है। इस प्रकार मौजूदा बुनियादी ढांचे के कुशल उपयोग का प्रश्न भी है। चूंकि उष्णकटिबंधीय जलवायु, मानसून और तापमान के उतार-चढ़ाव की स्थिति में पूरे बुनियादी ढांचे का रखरखाव महंगा है, इसलिए नए बुनियादी ढांचे के निर्माण में अधिकतम क्षमता तक इसका उपयोग बहुत जरूरी है।

यह महसूस किया गया है कि जहां कृषि विकास के लिए भूमि के जल संसाधनों का दोहन राष्ट्र के क्षेत्रीय विकास के लिए महत्वपूर्ण आधार है, वहीं देश की पर्यटन संपदा के आर्थिक विकास के लिए काफी महत्व का एक अतिरिक्त तत्व प्रदान करता है।

भारत को आर्थिक विकास को गति देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाने हेतु आवश्यक पर्यटन अवसंरचना के निर्माण में कई समस्याओं का सामना करना पड़ता है। राज्य को अच्छे होटल, परिवहन, बिजली और इस हेतु आवश्यक अन्य सभी सेवाओं को उपलब्ध कराने के लिए अर्थव्यवस्था पर अपना पूरा जोर डालना चाहिए। विद्युत ऊर्जा के उत्पादन में वृद्धि अर्थव्यवस्था की बुनियादी आवश्यकताओं को पूरा करती है और सबसे बढ़कर उद्योग के विकास को बढ़ावा देती है। जैसे-जैसे उद्योग विकसित होता है, विद्युत ऊर्जा की मांग बढ़ती है। पर्यटन के विकास के लिए पर्यटन क्षेत्रों के बड़े पैमाने पर अन्वेषण और मूल्यांकन के लिए वित्तीय संसाधनों और तकनीकी कर्मियों जैसे कारकों की आवश्यकता होती है। इससे निश्चित तौर पर आधुनिक पर्यटन की संभावना तय होगी।

तकनीकी कर्मियों की कमी भी इस अत्यधिक विशिष्ट उद्योग को सुचारू रूप से चलाने में सबसे बड़ी बाधाओं में से एक रही है। दिल्ली, मुंबई, कोलकाता और चेन्नई में क्षेत्रीय तकनीकी प्रशिक्षण केंद्र पहले से ही मौजूद हैं और कई फूड क्राफ्ट सेंटर भी चलाए जा रहे हैं, जो युवा पुरुषों और महिलाओं को मुख्य रूप से अतिथि-आवास क्षेत्र में कार्यभार सँभालने के लिए प्रशिक्षित कर रहे हैं। पर्यटन प्रबंधन के क्षेत्र में कर्मियों की आवश्यकता बढ़ रही है। पर्यटन शिक्षा को काफी हद तक उपेक्षित किया गया है, लेकिन पर्यटन उद्योग के उचित और कुशल कामकाज के लिए क्षेत्र में विकसित नवीनतम तकनीकों के बारे में पूरी जानकारी की आवश्यकता है। योजना के ढाँचे के अंतर्गत, पर्यटन केंद्रों में एकीकृत आर्थिक विकास, वहाँ के भूमि और जल संसाधनों के विकास के उपायों के साथ-साथ क्षेत्रीय रूप से पर्याप्त बुनियादी ढाँचे के निर्माण को प्राथमिकता देना अत्यंत महत्वपूर्ण है। पर्यटन उद्योग के भविष्य के विकास के लिए एक मजबूत आधार तैयार करने के लिए इसके विभिन्न पहलुओं से संबंधित विस्तृत शोध की भी तत्काल आवश्यकता है।

### 2.3 पर्यटन अवसंरचना

जल विद्युत, सड़क, वायु परिवहन, पर्यटक आकर्षण आदि बुनियादी सुविधाओं का एक एकीकृत पैकेज भारत के लिए अपने लक्ष्य को प्राप्त करने की बुनियादी तत्काल आवश्यकता है। इस देश और इस क्षेत्र के अन्य देशों में पर्यटक यातायात को बढ़ावा देना काफी हद तक इस बात पर निर्भर करता है कि पर्यटकों को ये न्यूनतम सुविधाएँ किस हद तक प्रदान की जाती हैं।

राष्ट्रीय योजना में पर्यटन का स्थान उसे दी गई प्राथमिकता के अनुसार बदलता रहता है। कई देश इसे विलासिता उद्योग मानते हैं और अपनी राष्ट्रीय योजनाओं में इसे कम प्राथमिकता देते हैं। राष्ट्र की योजनाएँ प्राथमिकताओं, बुनियादी ढाँचे, उपलब्ध इनपुट और संतुलित सामाजिक आर्थिक विकास के महत्व पर आधारित होती हैं। पर्यटन उद्योग की सफल स्थापना मूल रूप से राष्ट्र के सामान्य आर्थिक बुनियादी ढाँचे की वृद्धि और विकास पर निर्भर है।

राष्ट्रीय योजना में पर्यटन का स्थान उसे दी गई प्राथमिकता के अनुसार बदलता रहता है। कई देश इसे विलासिता उद्योग मानते हैं और अपनी राष्ट्रीय योजनाओं में इसे कम प्राथमिकता देते हैं। राष्ट्र की योजनाएँ प्राथमिकताओं, बुनियादी ढाँचे, उपलब्ध इनपुट और संतुलित सामाजिक आर्थिक विकास के महत्व पर आधारित होती हैं। पर्यटन उद्योग की सफल स्थापना मूल रूप से राष्ट्र के सामान्य आर्थिक बुनियादी ढाँचे की वृद्धि और विकास पर निर्भर है। अवसंरचना की आवश्यकताओं को निम्नलिखित समूहों में विभाजित किया जा सकता है:

- जो बाहरी दुनिया तक पहुंच और संचार के सूत्र प्रदान करते हैं।
- जो गंतव्य पर लोगों की आवाजाही को सक्षम बनाते हैं।
- जो विकास के लिए प्रकाश, तापन शक्ति, पानी, जल निकासी और सीवेज निपटान की आवश्यक सेवाएं प्रदान करते हैं।

पर्यटक सड़क, रेल या पानी या हवाई मार्ग या परिवहन के इन साधनों के संयोजन से किसी विशेष गंतव्य तक पहुंच सकता है। आवश्यक बुनियादी ढाँचा प्रदान करने के लिए तदनुसार सड़कों, रेलवे लाइनों, बंदरगाहों और हवाई अड्डों के निर्माण की आवश्यकता हो सकती है।

#### आधारभूत संरचना:

- पानी की आपूर्ति प्रणाली



- मल-जल निपटान प्रणाली
- प्राकृतिक या कृत्रिम गैस लाइनों
- विद्युत संयोजन प्रणाली
- जल निकासी व्यवस्था
- राजमार्ग
- सड़क ड्राइव
- पार्किंग स्थल
- पार्क
- रात की रोशनी
- हवाई अड्डे के रनवे
- ऐक्सेस ड्राइव
- हवाई अड्डे पर सुविधाएँ
- समुद्री एवं डॉक सुविधाएँ
- बस और ट्रेन स्टेशन सुविधाएँ
- रेलवे लाइन
- अन्य पर्यटन प्रतिष्ठान।

इन सभी की आवश्यकता पर्यटक क्षेत्रों से आवश्यक मात्रा में यातायात लाने-ले जाने के लिए होती है। दूरसंचार एवं संचार के अन्य साधनों की भी आवश्यकता है। ऐसे क्षेत्र के भीतर संचार और आवाजाही के साधन उपलब्ध कराने के लिए आसान पहुँच का विस्तार करना होगा। इसके अलावा, विकास हेतु पूरे क्षेत्र में उपयोगिता सेवाओं के नेटवर्क के तहत सार्वजनिक सुविधाएँ और रात की रोशनी आदि प्रदान करनी होती है।

छोटी-छोटी संकरी सड़कों के बजाय शुरुआत में ही पर्याप्त चौड़ाई वाली सड़कें बनाना सबसे अच्छा है, ताकि बाद में तोड़ कर उनके स्थान पर बेहतर और अधिक पर्याप्त सुविधाओं वाली सड़कें बनाने की आवश्यकता न पड़े। सड़कों के निर्माण में बहुत सावधानी बरतनी चाहिए। उन्हें कठोर होना चाहिए, हर मौसम में काम आने वाली होना चाहिए, उचित रूप से वर्गीकृत किया जाना चाहिए और निकासी युक्त होना चाहिए। उन्हें सुरक्षित और अंतरराष्ट्रीय मानक के अनुरूप बनाया जाना चाहिए। सड़क किनारे उपयोगी सुविधाओं में पार्क, पिकनिक सुविधाएँ, विश्राम पार्क जिसमें शौचालय सुविधाएँ हों, सुंदर टर्नआउट, ऑटो मरम्मत और सेवा की सुविधाएँ शामिल हैं, ये भी पर्यटन के लिए आवश्यक हैं।

एयरपोर्ट का रनवे अंतरराष्ट्रीय स्तर का बनाया जाए। रनवे का उपयोग नए सुपर-जेट्स के लिए किया जा सकता है और भविष्य में संशोधनों पर भारी खर्च नहीं करना पड़ेगा। सर्विस स्टेशनों को पर्याप्त मात्रा में उपलब्ध कराया जाना चाहिए। इन

स्टेशनों पर परिचारकों को विनम्र, मेहमाननवाज़ और मैत्रीपूर्ण होना चाहिए। उन्हें अपने आसपास के पर्यटन स्टेशनों की जानकारी होनी चाहिए और पर्यटकों को अपने समुदाय में आवास, खरीदारी और मनोरंजन के संबंध में सलाह देनी चाहिए।

## 2.4 पर्यटन अधिसंरचना

पर्यटन के विकास के लिए अधि संरचनागत सुविधा सेवाओं की भी आवश्यकता पड़ती है इसमें यातायात की सुविधा में एयरपोर्ट टर्मिनल रेल और कोच स्टेशन होटल और मोटल और ठहरने की अन्य व्यवस्थाएं कैफे बार खेल और मनोरंजन की सुविधाएँ शामिल हैं अधिकांश अधिसंरचना मर्क सुविधाएँ निजी क्षेत्र द्वारा उपलब्ध कराई जाती है या निजी उद्यमियों द्वारा

ऐसी सुविधाओं के लिए केंद्रीय राज्य और स्थानीय सरकारी वित्तीय तथा अन्य प्रकार की सहायता प्रदान करती है

### पर्यटन अधिसंरचना

- रेस्तराँ तथा भोजन व्यवस्था
- ठहरने की सुविधा
- मनोरंजन
- खरीदारी

अधिसंरचनात्मक व्यवस्थाओं को उपलब्ध कराना लागत पूर्ण होता है क्योंकि इसमें इमारतों का निर्माण शामिल होता है। ऐसी अधिकांश सुविधाएँ निजी निर्माणकर्ताओं और संचालकों द्वारा उपलब्ध कराई जाती है। इन्हें या तो व्यक्तिगत रूप से योजनाबद्ध किया जाता है यह ये किसी बड़ी योजना का ही घटक होती हैं। यात्री यातायात टर्मिनल, हवाईअड्डे की इमारतें और टर्मिनल, पत्तन सुविधा, रेलवे, बस तथा कोच टर्मिनल को संबंधित अवसंरचना के साथ जोड़ते हुए रूपाकार दिया जाता है। किसी गंतव्य स्थल की क्षमता वहाँ ठहरने हेतु कुल उपलब्ध इकाइयों की क्षमता पर निर्भर करती है। एक अभीष्टतम आवास क्षमता स्थापित करने की आवश्यकता है जो ऑपरेटरों के लिए आर्थिक रूप से व्यवहार्य हो और बदले में समुदाय की आर्थिक समृद्धि सुनिश्चित करे। खानपान, मनोरंजन और दुकानों जैसी अन्य सुविधाएँ योजना संबंधी समस्याओं का प्रतिनिधित्व नहीं करती हैं। ये वाणिज्यिक उद्यमियों द्वारा आसानी से उपलब्ध कराए जाते हैं। इन सुविधाओं की प्रकृति और विविधता बहुत मायने रखती है और पर्यटन स्थल की प्रकृति के मूल तक जाती है। लगभग सभी पर्यटन योजनाओं में इन सुविधाओं को विनियमित किया जा रहा है। भवन के वास्तुशिल्प का विशेष ध्यान रखना चाहिए। होटल की इमारत को स्थानीय परिवेश के अनुसार विशिष्ट रूप से डिजाइन किया जाना चाहिए। पर्यटक अपने आप को एक ऐसे वातावरण में डुबो देते हैं जो उस वातावरण से बिल्कुल अलग होता है जिसके वे अपने रोजमर्रा के जीवन में आदी होते हैं। होटल के निर्माण में सेंट्रल हीटिंग, एयर कंडीशनिंग, प्लंबिंग और अन्य आधुनिक आराम सुविधाओं का भी उपयोग किया जाना चाहिए।

आवास की मांग सामाजिक श्रेणी, वह कीमत जो मेहमान चुकाने को तैयार हैं, कीमतों का स्तर और इसी तरह के अन्य विचार के अनुसार भिन्न-भिन्न होती है। बाज़ार के सभी ग्राहकों के लिए उपयुक्त आवास उपलब्ध होना चाहिए। आवास की योजना बनाते समय, ध्यान देने योग्य बिंदु पर्यावरण एवं गंतव्य की प्रकृति, अपेक्षित बाज़ार, परिवहन का तरीका,

गंतव्य पर होने वाली गतिविधियाँ आदि हैं। होटल और इसी तरह की आवास सुविधा में कोई भी निवेश करने से पहले, संभावित मेहमानों की यात्रा और छुट्टियों की आदतों का सावधानीपूर्वक अध्ययन किया जाना चाहिए।

बड़े लक्जरी होटलों का निर्माण और अवकाश रिसॉर्ट्स का विकास एक व्यापक दृष्टिकोण के हिस्से के रूप में सामने आ सकता है। होटल आवासों की कमी भारत में पर्यटन के विकास में अवरोधक कारकों में से एक रही है, और जो भी आवास उपलब्ध है वह कुछ महानगरीय शहरों और हिल स्टेशनों में केंद्रित है। ऐसे कई पर्यटक आकर्षण केंद्र हैं, जहां उपयुक्त आवास सुविधाएँ नहीं हैं। हमें प्राथमिक और द्वितीयक दोनों प्रकार के आवासन की आवश्यकता है।

### अपनी प्रगति जांचें- I

निम्नलिखित में से कौन अवसंरचना के अंतर्गत आता है और कौन सा अधिसंरचना के अंतर्गत आता है?

- |                          |                         |
|--------------------------|-------------------------|
| • हवाई अड्डे का टर्मिनल  | रेलवे ट्रैक             |
| • अस्पताल                | स्टेडियम                |
| • पोस्ट ऑफिस।            | रेलवे स्टेशन            |
| • सड़क                   | विद्युत आपूर्ति लाइनें. |
| • पुलिस स्टेशन।          | जल आपूर्ति पाइपलाइनें   |
| • सीवरेज निपटान प्रणाली। | जल उपचार संयंत्र        |
| • मल्टीप्लेक्स           | हवाई अड्डे पर रनवे      |
| • बस स्टैंड              | रिजॉर्ट                 |

### 2.5 अवसंरचना और अधिसंरचना के विकास और रखरखाव में राज्य की भूमिका

राज्य ऐसी सेवाओं का सृजन करता है जो अप्रत्यक्ष रूप से पर्यटन के लिए उपयोगी होती हैं। यह निजी क्षेत्र को प्रोत्साहित करता है और सहारा देता है और कुछ पायलट योजनाओं का भी निर्माण करता है। राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था में पर्यटन का महत्व दुनिया के सभी देशों में अब अपना स्थान बनाता जा रहा है। यह एक विस्तृत होता हुआ उद्योग है। नई नौकरियों के सृजन के माध्यम से यह रोजगार के स्तर को भी बढ़ाता है।

पर्यटन जन उपयोगी अवसंरचना से संबंधित है। लोक प्राधिकारी पर्यटन के लिए आवश्यक अवसंरचनाओं के सृजन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। पर्यटन की अवसंरचनाओं में पर्यटन यातायात को सँभालने के लिए आवश्यक सभी प्रकार की इकाइयाँ शामिल हैं। पर्यटन की माँग यातायात, संचार सुविधाओं, नगरीकरण, सिंचाई इत्यादि के निर्माण को आवश्यक बनाती है जिससे ऐसे स्थल के सभी निवासियों की आर्थिक बेहतरी का रास्ता निकलकर आता है। पिछले कुछ वर्षों में राष्ट्रीय पर्यटन को बढ़ावा देने और समर्थन देने के लिए लोक प्राधिकारियों का हस्तक्षेप एक बिलकुल ही नए रूप में सामने आया है। राज्य का हस्तक्षेप हमें विभिन्न निकायों की स्थापना करने में दिखता है, जो पर्यटन की गतिविधियों को नियंत्रित करते हैं, इस क्षेत्र में काम करने वाले निजी संगठनों को वित्तीय सहायता प्रदान करते हैं ताकि वे विदेशों में स्वयं

का प्रचार कर सकें और पर्यटन अध्ययन केंद्र की स्थापना करते हैं और अनुसंधान तथा सर्वेक्षण हेतु धन प्रदान करते हैं ताकि आंतरिक और बाहरी बाजारों की बेहतर समझ प्राप्त की जा सके।

बुनियादी ढांचा आधुनिक जीवन के लिए आवश्यक सुविधाओं जैसे स्वास्थ्य, संचार, आपूर्ति, प्रशासन सुरक्षा आदि का संचालन सुनिश्चित करता है। पर्यटकों की जरूरतों को पूरा करने के लिए, यह देखना पर्याप्त नहीं है कि वे आराम से और जल्दी से अपने गंतव्य तक पहुंचें और उन्हें उचित रूप से रखा और खिलाया जाए। वे किसी विशेष उद्देश्य से यात्रा करते हैं। इसलिए, ऐसी सुविधाएं उन्हें वहन करने में सक्षम होनी चाहिए। परिवहन और आवास के साथ-साथ पर्यटक संसाधनों के उपयोग के लिए पूरक इकाइयों की एक पूरी श्रृंखला है। कुछ आयोजनों यानी अंतर्राष्ट्रीय खेलों, प्रदर्शनियों, सम्मेलनों से कई स्थायी संरचनाओं का निर्माण होता है। कार्यक्रम समाप्त होने के बाद, इमारतें बनी रहती हैं और अन्य उद्देश्यों के लिए उपयोग की जाती हैं।

पर्यटकों का स्वागत करने के इच्छुक देश को आवश्यक सार्वजनिक सेवाएँ उपलब्ध कराकर उनका सर्वोत्तम स्वागत करना चाहिए। यात्रा के लिए सड़कों की आवश्यकता होती है। कार पार्क, समुद्र तट, स्वास्थ्य सेवाएँ, सुरक्षा, सेवाएँ, बंदरगाह पोस्ट और टेलीफोन सुविधाओं की बहुत आवश्यकता है। किसी भी स्थान पर पर्यटकों को इन सभी सुविधाओं की आवश्यकता हो सकती है। ये सेवाएँ इस प्रकार प्रदान की जानी चाहिए कि पर्यटकों को कोई असुविधा न हो और गुणवत्ता कम से कम उस स्तर की हो जिसका आनंद पर्यटक अपने देश में लेते हैं।

पर्यटन में मदद करने वाले कुछ बुनियादी ढांचे भले ही पूरी तरह से पर्यटक उद्देश्य के लिए नहीं बनाए गए हों, लेकिन उनके सुचारू संचालन से पर्यटन के क्षेत्र में देश की प्रतिष्ठा में मदद मिलती है। पानी, गैस और बिजली सेवाएं प्रदान की जानी चाहिए। डाक कनेक्शन होने चाहिए और जगह-जगह पर चिकित्सा सुविधाएँ होनी चाहिए। उदाहरण के लिए, शीतकालीन रिसॉर्ट्स में क्लीनिक स्थापित किए जाने चाहिए, बच्चों की नर्सरी और गेम रूम बनाए जाने चाहिए। सही बुनियादी ढांचे के अस्तित्व से किसी देश की आर्थिक गतिविधि को लाभ होता है। यह विशेष रूप से उन देशों के लिए है जो विकासशील चरण में हैं।

उपरोक्त के अलावा, राज्य रिसॉर्ट्स में विशेष पर्यटक उपकरण भी प्रदान करता है, स्की-रिसॉर्ट्स में उपकरण, आनंद हेतु छोटे पत्तन और पर्यटक स्थलों में हवाई क्षेत्र। ये स्थापना निजी उद्यम के दायरे से परे हैं क्योंकि प्रारंभिक निवेश रिटर्न की तुलना में बहुत अधिक है। संग्रहालय, रेस्तराँ, कलाकृति की स्थापना और ग्रामीण इलाकों की सुरक्षा को केवल सार्वजनिक धन से ही वित्तपोषित किया जा सकता है।

इस प्रकार हम पाते हैं कि राज्य ऐसी गतिविधियाँ करता है जो किसी देश में पर्यटन विकास के लिए आवश्यक हैं। इनमें से कुछ गतिविधियाँ सामाजिक जिम्मेदारियाँ हैं और कुछ निजी क्षेत्र के दायरे से बाहर हैं। पर्यटन में राज्य की भूमिका की सीमा प्रत्येक देश की विशिष्ट स्थितियों और परिस्थितियों के अनुसार भिन्न होती है। राजनीतिक आर्थिक-संवैधानिक व्यवस्था, पर्यटन विकास की सामाजिक-आर्थिक विकास की डिग्री आदि राष्ट्र-दर-राष्ट्र अलग-अलग होती हैं। सामान्य तौर पर, लगभग सभी केंद्रीय नियोजित अर्थव्यवस्थाओं में, राज्य सभी पर्यटन कार्यक्रमों का एकमात्र आरंभकर्ता, निष्पादक और प्रशासक होता है।

## 2.6 पर्यटन के प्रकार:

पर्यटन मनुष्य की चाह को पूरा करने वाला एक आर्थिक उत्पाद है और इस प्रकार इसका बाजार आपूर्ति और मांग के उतार-चढ़ाव के अनुसार बनता है। पर्यटन की अधिकांश मांग उन उद्देश्यों को बताती है जो किसी व्यक्ति को पर्यटन

क्षेत्र की यात्रा करने के लिए प्रेरित कर सकते हैं। ये उद्देश्य विविध हैं और यात्रा के गंतव्य पर निर्णायक प्रभाव डालते हैं। इस प्रकार पर्यटन संबंधी प्रेरणाओं की विविधता विभिन्न प्रकार के पर्यटन को जन्म देती है। पर्यटन के प्रकारों को विभिन्न शीर्षकों के अंतर्गत वर्गीकृत किया जा सकता है।

### **उत्पत्ति और गंतव्य के आधार पर:**

पर्यटन किसी राष्ट्र की सीमाओं तक सीमित नहीं है। पर्यटक किसी विदेशी देश या अपनी सीमा के भीतर यात्रा कर सकते हैं। राष्ट्रीय सीमा के भीतर पर्यटक प्रवाह में निम्नलिखित प्रकार के पर्यटन पाए जाते हैं:

- **अंतर्गामी पर्यटन:**

इस श्रेणी में एक निश्चित देश द्वारा अन्य देशों से आने वाले पर्यटकों को शामिल किया जाता है, अन्य देश पर्यटक का मूल देश होता है।

- **बहिर्गामी पर्यटन:**

देश के कई लोग विदेश जाते हैं। आउटगोइंग पर्यटन में आम तौर पर देश में रहने वाले लेकिन विदेश जाने वाले पर्यटक शामिल होते हैं।

- **घरेलू पर्यटन:**

किसी देश के राष्ट्रीय निवासी कभी-कभी अपने राष्ट्रीय क्षेत्रों के भीतर अन्य स्थानों की यात्रा करते हैं। देश के भीतर पर्यटकों की आवाजाही को घरेलू पर्यटन के रूप में जाना जाता है।

### **आवाजाही के पैटर्न के आधार पर**

पर्यटक एक स्थान पर लंबे समय तक रहते हैं या वे लगातार यात्रा करते हैं और कुछ पर्यटन स्थलों पर बहुत कम समय के लिए रुकते हैं। पर्यटक अपना समय किस प्रकार व्यतीत करते हैं इसके आधार पर निम्नलिखित भेद किये जा सकते हैं।

- **आवासीय पर्यटन:**

आवासीय पर्यटन में वे पर्यटक शामिल होते हैं जिनकी एक महीने से अधिक की छुट्टियाँ होती हैं और वे इसे एक विशिष्ट पर्यटन स्थल पर बिताते हैं। ये पर्यटक हल्की जलवायु वाले शांत और एकांत स्थानों को चुनते हैं। आवासीय पर्यटन आमतौर पर पीक सीजन यानी कुल मांग के उच्चतम बिंदु पर होता है।

- **मौसमी पर्यटन:**

मौसमी पर्यटन में वे पर्यटक शामिल होते हैं जिनकी अवकाश अवधि एक महीने से अधिक नहीं होती है। ये पर्यटक भी एक महीने से अधिक समय तक एक विशिष्ट स्थान पर नहीं रहते हैं। आवासीय और मौसमी पर्यटन में अंतर का मुख्य बिंदु समय कारक है।

- **घुमंतू पर्यटन:**

पर्यटकों की कुछ श्रेणियाँ हैं जो अपनी छुट्टियों की पूरी अवधि के दौरान यात्रा करते हैं। वे एक स्थान से दूसरे स्थान की यात्रा करते हैं और कहीं भी 5 रातों से अधिक नहीं बिताते हैं। वे निरंतर गतिशील रहते हैं। उनकी यात्रा का उद्देश्य आवासीय और मौसमी पर्यटकों से भिन्न होता है। वे वसंत और शरद ऋतु में सबसे अधिक फैलते हैं:

### **पर्यटन के मौसमी चरित्र के आधार पर:**

किसी विशेष मौसम के दौरान बड़े पैमाने पर पर्यटकों के प्रवाह को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारक हैं। साहसिक प्रकृति की यात्रा के लिए कुछ प्रोत्साहन प्राकृतिक परिस्थितियों और शिकार, मछली पकड़ने, शीतकालीन खेल आदि के मौसमों पर निर्भर करते हैं। धार्मिक त्यौहार-मेले, कला और संगीत त्यौहार, व्यापार मेले मेले प्रदर्शनियां भी होती हैं, जो इस खास समय के दौरान पर्यटक को खींचते हैं। निम्नलिखित प्रकार के पर्यटन इस श्रेणी में आते हैं:

- शीतकालीन पर्यटन:

यूरोपीय देशों में यह पर्यटन दिसंबर से मार्च के महीने में होता है। विंटर टूरिज्म के दो प्रमुख प्रोत्साहन हैं- बर्फ की खोज और धूप की खोज।

- ग्रीष्मकालीन पर्यटन:

ग्रीष्मकालीन पर्यटन गर्मियों के महीनों के दौरान होता है। इस प्रकार के पर्यटन के लिए मुख्य प्रोत्साहन धूप और स्नान हैं, विशेषकर समुद्र में। यूरोपीय देशों में यह एक बहुत ही विविध प्रकार का सामूहिक पर्यटन है। इसकी औसत गुणवत्ता अन्य मौसमों की तुलना में कम है।

- परिस्थितिजन्य पर्यटन:

यह एक स्थानीय पर्यटन है क्योंकि यह धार्मिक, कलात्मक, खेल-कूद, लोकगीत प्रकृति के पारंपरिक त्योहारों से आकर्षित होता है।

प्रेरण के आधार पर:

ऐसे विभिन्न प्रेरण हैं जो पर्यटक प्रवाह पैटर्न उत्पन्न करते हैं। इस पर्यटन को निम्नानुसार वर्गीकृत किया जा सकता है।

- मनोरंजक पर्यटन:

जो पर्यटक अपनी छुट्टियों को आराम करने, शारीरिक और मानसिक रूप से स्वस्थ होने के लिए समर्पित करना चाहते हैं और जो थक जाने पर खुद को तरोताजा करना चाहते हैं, उन्हें मनोरंजक पर्यटन की श्रेणियों में शामिल किया जाता है। पर्यटक रिसॉर्ट्स में सबसे लंबे समय तक रहना होता है जो उन्हें समुद्र के किनारे, पहाड़ियों में, विश्राम केंद्रों में आराम प्रदान करता है जो उनके लिए वांछित आराम सुनिश्चित करता है। उनकी मुख्य प्राथमिकता जलवायु रिसॉर्ट्स हैं। जिन पर्यटकों में बौद्धिक प्रोत्साहन है, वे नई चीजें देखना चाहते हैं, नए लोगों को जानना चाहते हैं, उनके इतिहास, कला और स्थानीय रीति-रिवाजों और उनके प्राकृतिक परिवेश को जानना चाहते हैं, उन्हें मनोरंजक पर्यटन में भी शामिल किया जाता है।

- आनंद पर्यटन या आराम पर्यटन:

इसमें वे पर्यटक शामिल हैं जो जिज्ञासावश जलवायु में बदलाव, आराम करने, कुछ नया देखने, अच्छे दृश्यों, अपरिचित लोक कथाओं और शांत और शोर-शराबे वाले आधुनिक पर्यटन केंद्रों का आनंद लेने के लिए छुट्टियों पर निकलते हैं। इस श्रेणी के कुछ पर्यटकों को लगातार बदलते स्थानों और परिवेश के कारण यात्रा करने में आनंद आता है। औद्योगीकरण और स्वचालन के निरंतर विस्तार, गुमनामी और जीवन की व्यस्त गति, और अक्सर परेशान करने वाली नियमित नौकरी में अवकाश की बढ़ती कमी के कारण आज लोग दबावों और तनावों से बचने के लिए अवकाश और यात्रा की ओर रुख करते हैं। ये पर्यटक अपने आसपास शांति और आराम की तलाश में रहते हैं।

- खेल पर्यटन:

खेल की तरह, पर्यटन भी इस सदी की एक व्यापक परिघटना है। खेल की तरह, यह भी अपनी क्षमता में केवल प्राकृतिक है, न तो अच्छा है और न ही सार में बुरा है और इसका प्रभाव केवल तभी सकारात्मक हो सकता है जब इसे बुद्धिमान योजना और मार्गदर्शन के अधीन किया जाए। यह पर्यटन खेलों का अभ्यास करने की इच्छा से प्रेरित है। जल और शीतकालीन खेल, शिकार और मछली पकड़ने की अच्छी मांग है। इस मामले में फुटबॉल, हॉकी, बॉक्सिंग चैंपियनशिप आदि बड़े खेल हैं, जो देश को न केवल संबंधित खिलाड़ियों, बल्कि हजारों अनुयायियों और अन्य इच्छुक लोगों को भी आकर्षित करते हैं। इसमें शीतकालीन खेल, प्राकृतिक, पर्वतारोहण, ट्रैकिंग, लंबी पैदल यात्रा, नौकायन, गोल्फ, शिकार, मछली पकड़ना, खेल, कैनोइंग, वॉटर स्कीइंग, स्केटिंग, समुद्र के नीचे मछली पकड़ना, नृत्य, समुद्र तट खेल, मिनी-गोल्फ, हाइड्रो-साइक्लिंग और विभिन्न इनडोर खेल जो आनंद और मनोरंजन प्रदान करते हैं, शामिल हैं। जो देश खेलों के विकास के लिए अच्छी स्थिति में हैं, उनमें ऐसे पर्यटक प्रवाह की अच्छी गुंजाइश है।

भारत मौजूदा खेलों के लिए अच्छी जगह है। पोलो भारत के प्रमुख शहरों के महत्वपूर्ण क्लबों में खेला जाता है। हिमालय में स्कीइंग, गोल्फ कोर्स, यॉट क्लब, ट्रैकिंग, सन बाथिंग वॉटर स्पोर्ट्स खेल के क्षेत्र की कुछ खासियतें हैं।

- व्यवसाय या तकनीकी पर्यटन:

कुछ सिद्धांतकारों, समाजशास्त्रियों और अर्थशास्त्रियों के अनुसार एक व्यावसायिक यात्रा को पर्यटक यात्रा नहीं माना जा सकता क्योंकि इसमें स्वैच्छिक तत्व का अभाव होता है। उसकी यात्रा और इस प्रकार पर्यटन में व्यक्ति की स्वतंत्रता का मूल विचार अनुपस्थित है। दूसरी ओर, पर्यटन की सभी परिभाषाओं में पर्यटन के अंतर्गत व्यावसायिक यात्राएँ भी शामिल हैं।

व्यावसायिक पर्यटन का तात्पर्य न केवल उद्योगपति की व्यावसायिक यात्रा से है, बल्कि मेलों और प्रदर्शनियों या तकनीकी उपलब्धियों की अन्य ऐसी यात्राओं से भी है, जो उन लोगों के बीच रुचि जगाती है या पैदा करती है, जिनका संबंधित पेशे से कोई लेना-देना नहीं है। व्यावसायिक यात्रा को पर्यटन में शामिल करना इस तथ्य के कारण भी है कि व्यवसायी न केवल के रूप में व्यवहार करते हैं, बल्कि अक्सर अपने खाली समय के दौरान, देश द्वारा पेश किए गए आकर्षणों से लाभ उठाकर वास्तविक पर्यटकों के रूप में व्यवहार करते हैं।

### मांग के सामाजिक-आर्थिक पहलुओं के आधार पर:

पर्यटन को पुनः मांग के आर्थिक पहलू के आधार पर वर्गीकृत किया जा सकता है-

- स्व-वित्तपोषित पर्यटन:

इसमें वे पर्यटक शामिल हैं जो मांग को पूरा करने के लिए अपने स्वयं के दौरे का वित्तपोषण करते हैं। सभी इनकमिंग, आउटगोइंग और घरेलू पर्यटन इसी श्रेणी में आते हैं। स्व-वित्तपोषण पर्यटन निजी पर्यटन उद्यम और राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था दोनों के लिए लाभदायक है।

- किशोर पर्यटन

पर्यटन का यह वर्गीकरण पर्यटकों की जानकारीपरक एवं शिक्षाप्रद उद्देश्य पर आधारित है।

- सामाजिक पर्यटन

सामाजिक पर्यटन जनसंख्या के उस क्षेत्र में पाया जाता है जिसका आय स्तर उनकी मांगों को पूरा करने की अनुमति नहीं देता है। सामाजिक पर्यटन को राज्य और कुछ निजी उद्यमों द्वारा प्रदान की जाने वाली सभी प्रकार की सुविधाओं की मदद से और उनके माध्यम से संभव बनाया गया है। यह देखा गया है कि सामाजिक पर्यटन का लाभ राष्ट्रीय आबादी को मिलता है क्योंकि इस श्रेणी के अधिकांश पर्यटन घरेलू पर्यटन से संबंधित हैं और बहुत कम आउटगोइंग पर्यटन से संबंधित हैं।

यात्रा के उद्देश्य के आधार पर:

पर्यटकों की यात्रा के उद्देश्य के आधार पर भी पर्यटन का वर्गीकरण किया जा सकता है:-

#### अवकाश पर्यटन:

पर्यटन उद्योग द्वारा अब राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय दोनों तरह की सक्रिय छुट्टियों की उल्लेखनीय मांग दर्ज की गई है। कुछ गतिविधियों, यानी शिलारोहण और स्कीइंग में जोखिम का तत्व सबसे ऊपर है। पुराने रिसॉर्ट्स अपने आकर्षण को छुट्टियों और खेल पर आधारित करते थे। अवकाश शिविरों में, अधिकांश लोगों ने शारीरिक मनोरंजन की इच्छा दिखाई और अच्छे व्यवहार और खेल भागीदारी के बीच मजबूत संबंध था। यह देखा गया है कि वैकल्पिक अवकाश योजना से छुट्टियों के दौरान और घर लौटने पर, शारीरिक गतिविधियों के प्रति दृष्टिकोण में सुधार हुआ है। लोगों को शौकिया छुट्टियों में काफी रुचि होती है। पारिवारिक सैर और सामान्य अवकाश, साथ ही कैम्पिंग और कई पारिवारिक मनोरंजन मूल्यवान हैं।

#### • सामान्य रुचि पर्यटन

इसमें अपनी यात्रा के लिए अन्य विशिष्ट उद्देश्यों वाले पर्यटक शामिल होते हैं और कभी-कभी इन्हें निम्नलिखित में उप-विभाजित किया जाता है:

-दोस्तों और रिश्तेदारों से मुलाकात।

-अध्ययन हेतु पर्यटन।

-धार्मिक पर्यटन एवं

-विविध प्रयोजन पर्यटन.

#### समाजशास्त्रीय पहलुओं के आधार पर:

कुछ अन्य स्थितियाँ अक्सर पर्यटन के रूप में कमोबेश भेदभावपूर्ण ढंग से शामिल की गई हैं। विशेष रूप से, सामूहिक, लोकप्रिय और सामाजिक पर्यटन, जिसके लिए शुरुआत में अधिक मूल्यवान अर्थ जोड़ना वांछनीय है।

#### • सामूहिक पर्यटन:

जब बड़ी संख्या में लोग पर्यटन में भाग लेते हैं तो इसे सामूहिक पर्यटन कहा जाता है। यह अनिवार्य रूप से एक मात्रात्मक उद्देश्य है और यह पर्यटन में भाग लेने वाली जनसंख्या के अनुपात या पर्यटक गतिविधि की मात्रा पर आधारित है।

#### • लोकप्रिय पर्यटन:

यह गुणात्मक गति है और अपनी प्रकृति से यह बड़े पैमाने पर पर्यटन को बढ़ावा दे सकता है। यह उन गतिविधियों को दर्शाता है जिन्हें उनके आकर्षण और उपलब्धता के कारण लोगों द्वारा व्यापक स्वीकृति मिल रही है। लोगों द्वारा स्वीकार्यता इसलिए हो सकती है क्योंकि यह उनकी जरूरतों या स्वाद को पूरा करता है और कम कीमत पर उपलब्धता है।



- सामाजिक पर्यटन:

सामाजिक पर्यटन उन लोगों द्वारा सृजित पर्यटन का प्रकार है जो सामाजिक हस्तक्षेप के बिना अपनी लागत को पूरा करने में सक्षम नहीं हो सकते हैं, यानी उस संगठन की सहायता के बिना जिससे व्यक्ति संबंधित है, या राज्यों द्वारा उपलब्ध सहायता के बिना।

### सामाजिक पर्यटन के विकास में समस्याएँ:

दुनिया भर में श्रमिकों को या तो कानून द्वारा या सामूहिक समझौते द्वारा सवैतनिक छुट्टियों की अनुमति दी जा रही है। बड़ी संख्या में श्रमिक अपनी छुट्टियाँ घर पर बिताने के लिए बाध्य हैं, कुछ हद तक पर्यटक व्यय के लिए साधनों की कमी के कारण और कुछ हद तक जानकारी की कमी, परिवहन कठिनाइयों और और उपयुक्त आवास की कमी के कारण। संगठित सामाजिक पर्यटन के माध्यम से इन सभी समस्याओं का समाधान आसानी से किया जा सकता है। वित्तीय कठिनाइयों को सब्सिडी और बचत योजनाओं के माध्यम से दूर किया जा सकता है, अनुभव और जानकारी को पैकेज सौदों के माध्यम से हल किया जा सकता है और आवास की समस्या को रिसॉर्ट्स के साथ अनुबंध के माध्यम से हल किया जा सकता है। इस प्रकार संगठित सामाजिक पर्यटन कई लोगों की पहुंच में पर्यटन ला सकता है।

वित्तीय समस्या को बचत निधियों के माध्यम से हल किया जा सकता है। व्यापार संघ इसमें सक्रिय रूप से भाग ले सकते हैं, इन संगठनों के सदस्य इस तरह की निधियों में योगदान दे सकते हैं और अवकाश के समय इन्हें अपनी जमा से अधिक मात्रा में धन निकालने की सुविधा प्रदान की जा सकती है। नियोक्ताओं और इन संगठनों द्वारा संयुक्त रूप से अवकाश निधियों की स्थापना की जा सकती है जिसमें यातायात और होटल उद्यमों को भी शामिल किया जा सकता है। फ्रान्स में कामगारों की समितियां यात्रा हेतु सब्सिडी प्रदान करती हैं और कामगारों के लिए अवकाश आवासों की स्थापना करती हैं जिनका वार्षिक योगदान के माध्यम से वित्तपोषण किया जाता है। नीदरलैंड में कुछ नियोक्ता वार्षिक वेतन का लगभग 2% अवकाश अनुदान प्रदान करते हैं। यूनाइटेड किंगडम में भी कामगारों हेतु अवकाश बोनस प्रदान किए जाते हैं, इसे कामगारों की सेवाकाल के अनुपात में निश्चित किया जाता है। बेल्जियम में भी कामगारों को अवकाश वेतन प्रदान किए जाते हैं जिसे कानूनन सामान्य वेतन का दोगुना होना चाहिए और कभी कभी नियोक्ता यात्रा हेतु नगद परिलाभ भी प्रदान करते हैं। रूस में व्यापार संघ कामगारों की रहने की जगहों का आंशिक या पूर्ण रूप से खर्च उठाते हैं। इसी तरह पोलैंड में राज्य द्वारा यात्रा और ठहरने की व्यवस्था का आंशिक खर्च उठाए जाते हैं।

यातायात की समस्याओं के संबंध में बात करें तो यातायात कम्पनियाँ अक्सर कम किराए की योजनाओं के माध्यम से सहयोग करती हैं स्थित संयुक्त राज्य अमेरिका में तो यात्री वाहक विमान 'अभी यात्रा करें बाद में भुगतान करें' जैसी ऋण योजनाएँ भी चलाते हैं। जर्मनी में 25 या उससे अधिक के समूह में यात्रा करने वालों के विद्यार्थियों, युवा संगठनों के लिए भी 30 प्रतिशत तक छूट प्रदान की जाती है। बेल्जियम में कामगारों और उनके परिवार के लिए सस्ते रेल टिकट उपलब्ध कराए जाते हैं, छुट्टियों के मौसम में सामाजिक सुरक्षा कार्ड को दिखाने पर।

ठहरने हेतु आवास की समस्या सामाजिक पर्यटन के विकास में एक अन्य प्रमुख है मुश्किल है। निम्न आय समूह की पहुँच से अधिकांश होटल बाहर रहते हैं, अतः पूरक आवास उपलब्ध कराना इस तरह के पर्यटन के लिए आवश्यक है। कई व्यापार संघों ने कामगारों के लिए ही अवकाश आवास केंद्रों की स्थापना की है। अर्जेंटीना में समुद्र के किनारे ही खूबसूरत जगहों पर कई अवकाश केंद्र की स्थापना की गई है, जिनमें विशेष प्रकार की नौका-आवास, बंगले और अन्य

ठहरने की सुविधाएँ हैं। इसी तरह की सुविधाएँ स्विट्ज़रलैंड में भी हैं लेंजिन का प्रसिद्ध स्वास्थ्य रिजॉर्ट इस तरह का एक महत्वपूर्ण स्थल है।

कारवां कैंप और होटल युवा पर्यटकों के बीच लोकप्रिय हैं। कैम्पिंग करना छुट्टी बिताने का एक कम खर्चीला तरीका है। फ्रान्स तथा अन्य देशों में कैम्पिंग के लिए राज्य द्वारा वित्तीय सहायता प्रदान की जाती है। इसी तरह ग्रीस में कुछ बड़े औद्योगिक घराने अपने कर्मचारियों के लिए स्थित तरह के कैंपों का संचालन करते हैं। जहाँ तक जानकारी के अभाव की बात है लोक-अधिकारी, व्यापार संघ और राष्ट्रीय पर्यटन संगठन और अन्य निकाय विभिन्न प्रकार के पर्यटन स्थलों के विषय में विशेष जानकारी उपलब्ध करा सकते हैं। यूएसए के बड़े शहरों में इस तरह की सूचना हेतु कार्यालय स्थापित हैं जो समय-समय पर कामगारों को छुट्टी बिताने से सम्बंधित सामग्री का प्रकाशन करते रहते हैं। कनाडा में व्यापार संघ के ऑफिस और अन्य संगठन इस तरह के बुलेटिन प्रकाशित करते हैं।

लोक कल्याणकारी राज्य का उद्देश्य कामगारों को वैतनिक अवकाश उपलब्ध कराना भी है और उनके यातायात के संबंध में सुविधा प्रदान करना भी। एक लोक कल्याणकारी राज्य के रूप में देश की जनसंख्या का बड़ा हिस्सा तय करने वाले कामगारों और किसानों को उनकी सांस्कृतिक जरूरतों को पूरा करने में मदद करना भी राज्य का कर्तव्य है। इसलिए ही राजीव असमर्थ और असहाय लोगों को तीर्थ इत्यादि करने की सुविधा प्रदान करता ही है साथ ही अन्य यात्रा करने वाले लोगों के लिए पर्यटन स्थलों पर आसान और सुलभ सुविधा प्रदान करने की कोशिश भी करता है। शुरुआती दौर में ही भारत सरकार की यह नीति रही थी की योजनाबद्ध अर्थव्यवस्था में भारत की लोग अपने देश औद्योगिक रूपांतरण की झलकी देख सकें। इसलिए भाखड़ा नांगल बांध, इस्पात-संयंत्र, चितरंजन, बेंगलोर तथा अन्य स्थानों को देखने को प्रोत्साहित किया गया। 1958 में मानक और दर संरचना समिति ने अनुशंसा की थी कि:

- श्रमिकों के लिए वैतनिक छुट्टियों की प्रणाली प्रत्येक होटल प्रतिष्ठान में शुरू की जानी चाहिए और अन्यत्र भी विस्तारित की जानी चाहिए। यह एक अनिवार्य प्रावधान होना चाहिए।
- आम तौर पर छात्र समुदाय और युवा लोगों के लिए रेलवे द्वारा हर बड़े आधार पर सब्सिडी वाली यात्राएँ इस आयोजित की जानी चाहिए।
- तीर्थयात्रियों के लिए उनके घरों से पूरे भारत के तीर्थ स्थानों तक यात्रा करने के लिए बड़े पैमाने पर सब्सिडी वाली यात्राएँ आयोजित की जानी चाहिए।

### सांस्कृतिक पर्यटन:

सांस्कृतिक पर्यटन में यात्रा के वे सभी पहलू शामिल हैं जिनमें लोग परस्पर एक दूसरे के जीवन और विचारों के विषय में सीखते हैं। सांस्कृतिक संबंधों और अंतरराष्ट्रीय सहयोग को बढ़ावा देने के लिए पर्यटन हमेशा से एक महत्वपूर्ण माध्यम रहा है। सांस्कृतिक कारकों का विकास किसी राष्ट्र के पर्यटन संसाधनों को बढ़ाने के लिए हमेशा से एक साधन के रूप में देखा जाता रहा है। कोई देश पर्यटकों के सम्मुख किस तरह स्वयं के सांस्कृतिक स्वरूप को प्रस्तुत करता है यह महत्वपूर्ण है, उसका भोजन, पेय-पदार्थ आतिथ्य-सत्कार, विनिर्मित और दस्तकारी के उत्पाद राष्ट्रीय जीवन का अभिन्न हिस्सा होते हैं जो यात्रियों और आगंतुकों को लुभाते हैं।

सांस्कृतिक पर्यटन की विशेषता इसमें प्रेरक तत्व का शामिल होना है जैसे कि उच्च जीवन स्तर और शिक्षण के लिए प्रसिद्ध किसी केंद्र में सीखने और अध्ययन करने की इच्छा। संस्थानों की प्रथाओं और विदेशी लोगों के जीवन का

अध्ययन करना, ऐतिहासिक स्मारकों (अतीत की सभ्यता के निशान), महान आधुनिक उपलब्धि, कला दीर्घाओं, प्रख्यात धर्म केंद्रों का दौरा करना, कला उत्सवों और समारोहों में भाग लेना, और संगीत थिएटर, नृत्य, लोकगीत उत्सव आदि में भाग लेना और सहायता करना, इसमें शामिल हैं।

सांस्कृतिक पर्यटन पंचवर्षीय योजनाओं की महत्वपूर्ण विशेषताओं में से एक रहा था और कुछ चयनित पुरातात्विक केंद्रों के आसपास के क्षेत्रों की पर्यावरणीय और प्राकृतिक सेटिंग को संरक्षित करने के उद्देश्य से मास्टर प्लान विकसित किए गए। भारत ने इन योजनाओं की तैयारी में सहायता के लिए यूनेस्को के तत्वावधान में सांस्कृतिक पर्यटन में डॉ. एफ.आर. ऑलचिन की सहायता भी ली। एलीफेंटा के गुफा मंदिर, अजंता और एलोरा, सारनाथ, गया, नालंदा, राजगीर, कुशीनगर, राजगीर और सांची, बीजापुर, ऐहोल, बादामी, पट्टडकल हम्पी, खजुराहो, भुवनेश्वर, पुरी और कोणार्क में बौद्ध केंद्रों को योजना के तहत लिया गया था।

### सम्मेलन पर्यटन:

सम्मेलन पर्यटन अधिक से अधिक महत्व प्राप्त कर रहा है। कई अंतर्राष्ट्रीय सम्मेलन, वैधानिक निकायों की सम्मेलन बैठकें, अंतर्राष्ट्रीय संगठन और असंख्य सम्मेलन, सभाएँ और राष्ट्रीय संगोष्ठियाँ हैं, जो हर साल विभिन्न देशों में आयोजित की जाती हैं। स्थानीय, राज्य, राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय सम्मेलन लगातार आयोजित किए जा रहे हैं। वार्षिक बैठकें राष्ट्रीय संघ, संघ समूहों, बिरादरी और समाजों, शैक्षिक संघों, पेशेवर समूहों द्वारा आयोजित की जाती हैं और बैठकों में कभी-कभी सैकड़ों और हजारों प्रतिभागियों की संख्या होती है। ये प्रतिभागी सम्मेलनों के आर्थिक पहलू में कई दिनों तक रहते हैं। ऐसे सम्मेलनों के संतोषजनक संचालन को सुनिश्चित करने के लिए उपयुक्त परिसर तैयार करना होगा और सभी आवश्यक आधुनिक उपकरणों के साथ कॉन्फ्रेंस हॉल इत्यादि का निर्माण करना होगा।

### धार्मिक पर्यटन:

बहुत से लोग ऐसी यात्राओं में हिस्सा लेते हैं जो उन्हें उनकी पवित्र स्थल तक ले जाती है या उनकी देवता के निवास स्थान तक ले जाती है तीर्थ यात्राओं पर जाना बहुत लंबे समय से ही मानव सभ्यता का एक हिस्सा रहा है मिस्र के लोगों यहूदियों ग्रीक हो हिंदू हो या मुस्लिम सभी के बीच इस तरह की धार्मिक यात्राएं प्राचीन समय से ही प्रचलित रही है। उदाहरण के लिए हिन्दुओं के बीच चार धर्मों की यात्रा करना यहाँ मुस्लिम अनुयाइयों के लिए जीवन काल में एक बार मृतका की यात्रा करना काफ़ी महत्व रखता है स्थित है इसी तरह ईसाई अनुयाइयों के लिए बेरूत हलम और जेरूसलम की यात्रा का महत्व है न संतों की दरगाहों समाधि ह समाधियां पर जाना भी महज़ ढूँढ रहा है धार्मिक रूप से प्रमुख व्यक्तियों से संबंधित स्थलों पर जाना भी तीर्थ यात्रियों का हिस्सा रहा है कि तीर्थयात्रियों का एक अन्य विदेशी पवित्र इस सालों से कोई धार्मिक अवशेष प्राप्त करना भी है गोवा में एक संत की संरक्षित शरीर की तस्वीर से कैथोलिक अन्यायी के पवित्र मोम इकट्ठा करते हैं इसी तरह तिरुमला के प्रसाद को पाने के लिए हिंदू तीर्थ यात्री उस स्थल पर पहुँचते हैं, वहीं कई अन्य तीर्थयात्री अपने पापों का प्रायश्चित्त करने के लिए पवित्र स्थलों पर जाते हैं, तो अन्य अपनी मनोकामना पूर्ण होने पर ईश्वर को धन्यवाद देने के लिए तीर्थ पर जाते हैं।

भारत सबसे पुराने तीर्थस्थान वाले देशों में से एक है और बहुत से लोग धार्मिक और आध्यात्मिक उपलब्धियों के लिए यहाँ यात्रा करते रहे हैं। देश का कोई भी ऐसा कोना नहीं है जहाँ कोई पवित्र स्थल न हो। इसकी नदियाँ, झीलें, पर्वत, समुद्र तट, नगर और मंदिर घरेलू और विदेशी श्रद्धालुओं को आकर्षित करते रहते हैं। न केवल हिन्दू धर्म, बल्कि

बौद्ध, जैन और मुस्लिम, क्रिश्चियन, सिख, पारसी सभी प्रकार के धार्मिक अनुयायी यहाँ अपने तीर्थ पर जाते हैं। इस समूह में स्वाभाविक रूप से बहुत से तीर्थयात्री शामिल हैं। हम उन्हें उप-विभाजित कर सकते हैं:

- दुनिया के विभिन्न हिस्सों में नियमित रूप से आने वाले भारतीय अधिवासी और पर्यटक, वे लोग जो अपने पूर्वजों के धर्मों के सांस्कृतिक केंद्रों की खोज करने के लिए उत्सुक हैं;
- जापान, थाईलैंड, सीलोन आदि से बौद्धों की संख्या बढ़ रही है जो बुद्ध से जुड़े महान केंद्रों का दौरा करते हैं।
- अमेरिकी और यूरोपीय जो हिंदू धर्म, बौद्ध धर्म, इस्लाम धर्म और सिख धर्म के कुछ पहलुओं में रुचि रखते हैं।

भारत में धार्मिक पर्यटन का व्यापक स्वरूप है। जिसमें आगंतुक उड़ीसा में शानदार धार्मिक स्थानों, ईसाई चर्चों, दक्षिणी भारत के समृद्ध नक्काशीदार मंदिरों, दिल्ली और आगरा में विशाल मस्जिदों और अमृतसर में सुंदर स्वर्ण मंदिर, और और बनारस में महल, तीर्थ, मंदिरों की श्रृंखला देख सकते हैं। धार्मिक यात्राओं को सफल बनाने के लिए, गाइड को अलग-अलग धार्मिक सिद्धांतों के बारे में पर्याप्त जानकारी रखने वाला होना चाहिए।

### अपनी प्रगति जांचें-11

1. आवासीय और घुमंतू पर्यटन के बीच क्या अंतर है?
2. सामूहिक पर्यटन क्या है? क्या इसका कोई नकारात्मक या सकारात्मक प्रभाव है?
3. श्रीमान कार्तिक अपने रिश्तेदार से भेंट करने मुंबई जाते हैं, उनका पर्यटन किस श्रेणी में आएगा?

### 2.7 पर्यटन के रूप:

पर्यटन के विभिन्न रूप हैं। ये विभिन्न रूप अवधि, पर्यटकों की संख्या और पर्यटन के आर्थिक प्रभावों पर आधारित होते हैं। इन विविध रूपों को इस प्रकार वर्गीकृत किया जा सकता है:

#### ○ संख्या के अनुसार:

यह भेद इस बात पर आधारित है कि पर्यटकों द्वारा यात्रा के व्यक्तिगत तत्व कैसे खरीदे जाते हैं:

#### • व्यक्तिगत पर्यटन:

एफआईटी- मुक्त व्यक्तिगत यात्री- जब 1 से 10 लोग भ्रमण के लिए जाते हैं तो इसे एफआईटी में शामिल किया जाता है। वे अपनी आवश्यकता के अनुसार निर्मित और समायोजित विशेष यात्रा पैकेज खरीद सकते हैं।

#### • समूह पर्यटन:

जब 15 से अधिक लोग पर्यटन के उद्देश्य से यात्रा कर रहे हों तो यह समूह पर्यटन जीआईटी (समूह समावेशी टूर) है, वे आमतौर पर तैयार पैकेज टूर के लिए जाते हैं।

#### ○ व्यवस्था के अनुसार:

#### • स्वतंत्र:

पर्यटकों के लिए आवास और परिवहन की व्यवस्था अलग से की गई है। वैयक्तिक पर्यटन वह है, जब कोई व्यक्ति या व्यक्तियों का समूह ऐसी यात्रा पर निकलता है जिसके लिए वे स्वयं गंतव्य और कार्यक्रम निर्धारित करते हैं और जो किसी भी समय स्वतंत्र रूप से बदला जा सकता है। पर्यटक व्यक्तिगत रूप से या समूह के सदस्य के रूप में घूमते हैं, भले ही यात्रा और ठहरने की व्यवस्था किसी भी तरह से की गई हो। परिवहन, आवास और अन्य तत्वों की व्यवस्था अलग से या तो पर्यटक द्वारा सीधे वाहक, होटल या अन्य आपूर्तिकर्ताओं के साथ या किसी ट्रैवल एजेंट के माध्यम से की जाती है। व्यक्ति

या परिवार स्वयं ऐसे प्रावधान या सेवाओं को सुनिश्चित करने का ध्यान रखते हैं जिनकी उन्हें आवश्यकता हो। इसे स्वतंत्र यात्रा के रूप में जाना जाता है।

### • समावेशी या पैकेज टूर:

संगठित सामूहिक पर्यटन (संगठित पर्यटन) या समावेशी भ्रमण वह है जहां पर्यटक एक यात्रा खरीदता है, जिसके लिए वह अपने किराए की प्रीपेड लागत को आवास और अन्य तत्व की लागत से अलग करने में असमर्थ है। इसे पैकेज टूर के नाम से भी जाना जाता है। विशेष व्यवस्था के अनुसार, पर्यटक एक व्यक्ति या समूह के सदस्य के रूप में घूम सकता है। इस प्रकार, पर्यटन के इस रूप में, एक ट्रेवल एजेंसी किसी भी इच्छुक व्यक्ति को, एक समावेशी राशि के भुगतान के बदले, एक गंतव्य की यात्रा में भाग लेने और पूरे समूह के लिए पहले से तय कार्यक्रम और समय सारणी का पालन करने की पेशकश करती है। प्रतिभागियों को किसी भी चीज के बारे में चिंता करने की ज़रूरत नहीं है, आयोजक द्वारा सभी प्रावधानों और सेवाओं का आश्वासन दिया जाता है।

### ○ अवधि के अनुसार:

#### • लंबी दूरी का पर्यटन:

इसका तात्पर्य पर्यटक के लिए लंबी अवधि, मान लीजिए, कई सप्ताह या महीनों की यात्रा से है। आधुनिक पर्यटन, मुख्य रूप से मोटर चालित, की अत्यधिक गतिशीलता को देखते हुए, एक सामान्य नियम के रूप में लंबी यात्रा का मतलब कई देशों की यात्रा है, जिसके परिणामस्वरूप प्रत्येक पर्यटक स्थल पर अल्प प्रवास की यात्रा होती है। यात्रा या गंतव्य पर रुकना कम से कम 24 घंटे का होना चाहिए। इसे यात्रा या भ्रमण के नाम से भी जाना जाता है।

#### • छोटी दूरी का पर्यटन:

इसमें एक सप्ताह या दस दिनों की संक्षिप्त यात्राएँ शामिल होती हैं। अधिक संख्या में ऐसी यात्राओं का देश के लिए आर्थिक महत्व काफी होता है। सामाजिक रूप से, इस प्रकार का पर्यटन उन ग्राहकों के लिए उपयुक्त है जो लंबी छुट्टियों का लाभ उठाने में असमर्थ हैं।

#### • भ्रमणकारी पर्यटन:

इसमें रात्रि विश्राम शामिल नहीं है। इन्हें आमतौर पर घरेलू और अंतरराष्ट्रीय स्तर पर दिवसीय भ्रमण या दिवसीय यात्रा के रूप में वर्णित किया जाता है। भ्रमण पर्यटन को विश्व व्यापार संगठन की पर्यटन की परिभाषा में पुनः शामिल किया गया है। इस प्रकार यह एक ऐसी यात्रा है जो 24 घंटे से अधिक नहीं होनी चाहिए और इसमें आवास की व्यवस्था भी नहीं होनी चाहिए। भ्रमण पर्यटन उन क्षेत्रों में महत्वपूर्ण है जहां विनिमय की अनुकूल दर यात्रा के समय दिलचस्प खरीदारी करने की अनुमति देती है।

### ○ प्रयुक्त परिवहन के साधनों के अनुसार:

- पैदल यात्री पर्यटन (पैदल यात्री)
- सड़क पर्यटन (मोटर कोच)
- मोटर चालित (कार) पर्यटन.
- रेल पर्यटन

- समुद्री पर्यटन (परिभ्रमण)।

- हवाई पर्यटन.

#### ○ भुगतान संतुलन पर प्रभाव के आधार पर:

यह विदेशी पर्यटकों के आगमन या नागरिकों के विदेश जाने से संबंधित है जो किसी देश में विदेशी मुद्रा लाता है या उसे ले जाता है और इस प्रकार हमारे भुगतान संतुलन पर प्रभाव डालता है।

- आगमन पर्यटन

यह विदेशी पर्यटकों के आगमन से संबंधित है जो देश में विदेशी मुद्रा (धन) लाता है और इस प्रकार हमारे संतुलन पर अनुकूल प्रभाव डालता है।

- निष्क्रिय पर्यटन

यह विदेश जाने वाले किसी देश के निवासी हैं। वे मुद्रा निकाल लेते हैं और इस प्रकार भुगतान संतुलन पर नकारात्मक प्रभाव पड़ता है।

#### ○ मात्रात्मक पर्यटन:

- सामूहिक पर्यटन

जब बड़ी मात्रा में पर्यटक पर्यटन में भाग लेते हैं तो इसे सामूहिक पर्यटन कहा जाता है।

#### ○ गुणात्मक पर्यटन:

- लोकप्रिय पर्यटन

कोई भी पर्यटन जो लोकप्रिय हो और सकारात्मक प्रभाव डालता हो, उसे लोकप्रिय कहा जाता है। इको-टूरिज्म जो पर्यावरण के अनुकूल है और पर्यावरण का संरक्षण करता है, जो प्राकृतिक पर्यावरण को खराब नहीं करता है, उसे लोकप्रिय पर्यटन कहा जा सकता है।

- सामाजिक पर्यटन

जब सीमित साधनों वाले लोग पर्यटन में भाग लेते हैं या उन्हें भाग लेने के लिए प्रोत्साहित करने या इसे संभव बनाने के उपाय किए जाते हैं, तो इसे सामाजिक पर्यटन के रूप में जाना जाता है।

#### अपनी प्रगति जांचें-III:

1. FIT और GIT की शर्तों को विस्तार से समझाइए। वे पर्यटन के किस रूप के अंतर्गत आते हैं?

#### 2.8 सारांश:

अवसंरचना में किसी भी निवास क्षेत्र में बाहरी दुनिया के साथ संचार के लिए और क्षेत्र के भीतर व्यापक मानव गतिविधि के आधार के रूप में आवश्यक जमीन पर और उसके नीचे निर्मित सभी निर्माण शामिल हैं। सड़कें, पानी की आपूर्ति, बिजली की आपूर्ति, सीवरेज डिस्पोजेबल आदि का विकास। अर्थशास्त्र अक्सर पर्यटक अवसंरचना पर जोर देता है, क्योंकि यह इसके त्वरित आर्थिक विकास के लिए पूर्व-आवश्यकता है। अधिकांश अवसंरचना सार्वजनिक क्षेत्र द्वारा प्रदान की जाती है। अधिसंरचना में जमीन के ऊपर भवन के सभी प्रकार के निर्माण शामिल हैं। इसमें परिवहन के लिए पहुंच सुविधाएँ शामिल हैं- हवाई अड्डे के टर्मिनल, रेलवे स्टेशन और बस स्टेशन, होटल, मोटल और अन्य आवास

इकाइयाँ, कैफे, बार और खेल मनोरंजन सुविधाएँ। पर्यटन की बेहतर समझ के लिए पर्यटन के विभिन्न रूपों और प्रकारों की पहचान की गई है, जैसे इनबाउंड पर्यटन, आउटबाउंड पर्यटन, घरेलू पर्यटन, मौसमी पर्यटन, रोविंग पर्यटन, मनोरंजक पर्यटन, सामाजिक पर्यटन आदि।

## 2.9 शब्दावली:

- अवसंरचना - ज़मीन के ऊपर और नीचे बुनियादी सुविधाएँ जैसे, सड़क, रेल ट्रैक, जल आपूर्ति आदि।
- मनोरंजन- कोई भी स्फूर्तिदायक गतिविधि।
- इनबाउंड पर्यटन- दूसरे देश के नागरिक हमारे देश का दौरा करते हैं।
- आउटबाउंड पर्यटन- हमारे देश के नागरिकों का दूसरे देशों में जाना।
- घरेलू पर्यटन - हमारे देश के नागरिक देश के भीतर घूम रहे हैं।
- आवासीय पर्यटन- पर्यटकों का एक ही स्थान पर एक माह से अधिक समय तक रहना।
- मौसमी पर्यटन - मौसम के अनुसार और एक महीने से कम समय के लिए पर्यटन।
- घुमंतू पर्यटन - ऐसा पर्यटन जिसमें ठहरने से अधिक यात्रा करते रहने पर जोर होता है।
- शीतकालीन पर्यटन-सर्दियों के महीनों में पर्यटन।
- ग्रीष्मकालीन पर्यटन. - पर्यटन गर्मी का महीना है।
- मनोरंजक पर्यटन - मनोरंजक गतिविधियों को शामिल करना।
- अवकाश पर्यटन- पर्यटन का प्रमुख उद्देश्य अवकाश और आनंद है।
- व्यावसायिक पर्यटन-व्यावसायिक उद्देश्य के लिए पर्यटन।
- किशोर पर्यटन - युवा लोगों/बच्चों का पर्यटन।
- सामाजिक पर्यटन- सरकार द्वारा प्रायोजित गरीब लोगों की पर्यटन गतिविधियाँ।
- स्व-वित्तपोषण पर्यटन- अपनी पर्यटन गतिविधियों के लिए भुगतान।
- लंबी दूरी का पर्यटन - लंबी अवधि और लंबी दूरी तय करने वाला पर्यटन।
- फिट-मुक्त स्वतंत्र यात्रा।
- जीआईटी-समूह समावेशी दौरा।
- आगमन पर्यटन - ऐसा पर्यटन जिसके माध्यम से विदेशी मुद्रा अर्जित की जाती है।
- निष्क्रिय पर्यटन - ऐसा पर्यटन जिसके माध्यम से धन देश से बाहर जाता है।
- सामूहिक पर्यटन - बड़ी मात्रा में पर्यटन - बहुत सारे लोगों द्वारा।
- इको टूरिज्म-पारिस्थितिकी अनुकूल पर्यटन।

---

## 2.10 स्व-मूल्यांकन अभ्यास:

---

1. अवसंरचना शब्द से आप क्या समझते हैं? पर्यटन अवसंरचना में क्या-क्या शामिल है?
  2. अधिसंरचना शब्द से आप क्या समझते हैं? पर्यटन अधिसंरचना में कौन-कौन सी चीजें शामिल होती हैं?
  3. अवसंरचना और अधिसंरचना में क्या अंतर है. अपने उत्तर के पक्ष में उदाहरण प्रस्तुत करें
  4. पर्यटन के विभिन्न प्रकारों की गणना करें।
  5. पर्यटन के विभिन्न रूप कौन-कौन से हैं? उनमें से प्रत्येक को विस्तार से समझाइये।
  6. पर्यटन की परिघटना को पर्यटन के विभिन्न प्रकारों और स्वरूपों में वर्गीकृत करने की क्या आवश्यकता है?
  7. पर्यटन की वृद्धि और विकास में सार्वजनिक और निजी क्षेत्र की क्या भूमिका है?
  8. सामूहिक पर्यटन क्या है?
  9. इनबाउंड, आउटबाउंड और घरेलू पर्यटन के बीच अंतर बताएं।
  10. किशोर और सामाजिक पर्यटन के बीच अंतर बताएं।
- 

## 2.11 Further Readings:

---

- Bhatia, A.K. Tourism Development Principles and Practices, Sterling Publishers, 2005.
- Kamre, K.K. Basics of Tourism: Theory, Operation and Practice, Kanishka Publishers, 2006.
- Rania, C.L. and Raina A.K. Fundamentals of Tourism Principles and Practices, Kanishka Publisher, 2005.
- Negi. J. Tourism and Travel Concepts and Principles, Gitanjali Publishing House, 1990.
- Mc Intosh. et. Tourism, Principles, Practices, Philosophies, Wiley, 1995.
- Cook R.A. et. Tourism the Business of Travel, Pearson, 2006.
- Walker. J.R, Introduction to Hospitality, Pearson, 2006.
- Basket A.J. and Medlik.S. Tourism past Present and Future, ELBS, 1988.
- Mill and Morrison, Tourism Systems, Practice Hall, 1992
- Law. A.A, A Companion to Tourism, Blackwell Publishing, 2004



---

## इकाई तीन: पर्यटन के घटक

---

- 3.0 प्रस्तावना
- 3.1 उद्देश्य
- 3.2 सेवाएँ और पर्यटन
- 3.3 पर्यटन की विशेषताएँ
- 3.4 यात्रा के आधारभूत प्रेरक
- 3.5 पर्यटन की वृद्धि को प्रभावित करने वाले कारक
- 3.6 पर्यटन के घटक
- 3.7 पर्यटन के तत्व
- 3.8 पर्यटन के भौगोलिक तत्व
- 3.9 पर्यटन के लाभ तथा लागत
- 3.10 सारांश
- 3.11 शब्दावली
- 3.12 स्वमूल्यांकन हेतु अभ्यास
- 3.13 अतिरिक्त पाठ्य सामग्री

### 3.0 प्रस्तावना

पर्यटन वास्तव में एक विश्वव्यापी गतिविधि के रूप में विकसित हो चुका है, जो किसी भी प्रकार की राजनीतिक, भौगोलिक तथा सांस्कृतिक सीमाओं से नहीं बंधा हुआ है। पर्यटन कई घटकों से मिलकर बनने वाली एक सम्पूर्ण इकाई है। इस इकाई में आप पर्यटन की विशेषताओं, पर्यटन के आधारभूत प्रेरक तत्वों और पर्यटन को प्रभावित करने वाले कारकों के बारे में अध्ययन करेंगे।

इकाई के बाद वाले खंड में आप पर्यटन के मुख्य घटकों और तत्वों के बारे में पढ़ेंगे। यदि इनमें से किसी तत्व या घटक का लोप हो जाए तो पर्यटन की सम्पूर्ण एकीकृत संघटना पर प्रभाव पड़ता है।

### 3.1 उद्देश्य

- पर्यटन की विशेषताओं को समझना
- पर्यटन की वृद्धि को प्रभावित करने वाले कारकों को पहचानना
- पर्यटन के घटकों को चिह्नित करना और समझना।
- पर्यटन के तत्वों को चिह्नित करना और समझना।
- पर्यटन की लागत और लाभों को रेखांकित करना।

### 3.2 सेवाएँ तथा पर्यटन

सेवाएँ तथा पर्यटन साथ-साथ चलते हैं। बहरहाल, जब हम अपने पर्यटन के इस अध्ययन की शुरुआत करते हैं, तो यह जानना महत्वपूर्ण हो जाता है कि ये गतिविधियाँ दुनिया के लगभग सभी देशों में गम्भीर आर्थिक प्रभाव डालती हैं ! सेवा क्षेत्र कृषि तथा विनिर्माण क्षेत्र की कुल संयुक्त वृद्धि से भी तेज गति से बढ़ रहा है। वस्तुतः पर्यटन सम्बंधी व्यवसाय दुनियाभर में सबसे अधिक नई नौकरियों को पैदा करते हैं।

लम्बे समय तक पर्यटन का क्षेत्र काफ़ी बिखरा और पिछड़ा हुआ था, लेकिन परिपक्व होने के साथ-साथ इसने एक पेशेवर पहचान हासिल की है। इसने विश्व यात्रा और पर्यटन परिषद जैसे लॉबीइंग समूहों का निर्माण किया है, जिनमें वायुसेवाएँ, होटेल- सेवाएँ तथा यात्रा-एजेंट इसके सदस्यों के रूप में शामिल हैं और जो मेज़बान देशों के लिए पर्यटन को आर्थिक रूप से मूल्यवान बनाने पर अपना ध्यान केंद्रित करते हैं। पहले के मुक़ाबले पर्यटन के भविष्य की सम्भावनाएँ काफ़ी उजली नज़र आती हैं, जैसा कि लोग आनंद या काम के उद्देश्य से यात्रा करना जारी रखे हुए हैं। “विस्तार के काल में अवकाश का आनंद लेने तथा मंदी के समय आवश्यकता के रूप में यात्रा और पर्यटन का ऐतिहासिक प्रदर्शन से इसके भविष्य की संभावनाएँ काफ़ी बेहतर नज़र आती हैं। पर्यटन गतिविधियों की लोकप्रियता और संवृद्धि कोई संयोगवश नहीं हुई है।

पर्यटन मात्र एक अन्य उद्यम से ज़्यादा कुछ बन चुका है; यह कई देशों के आर्थिक आधार का महत्वपूर्ण हिस्सा है। आर्थिक ठहराव या गिरावट के समय पर्यटन गतिविधियों के सकारात्मक लाभ हमारी नज़रों से दूर नहीं हैं। पर्यटन गतिविधियों ने ऐतिहासिक रूप से भागीदारों और राजस्व के आँकड़ों में ऊपर की ओर जाने की प्रवृत्ति दिखाई है। यहाँ तक कि मंदी के दौर में भी यात्रा और पर्यटन पर खर्चा बढ़ता जारी रखता है।

पर्यटन एक ऐसी आर्थिक गतिविधि है जिसमें पर्यटक एक उपभोक्ता है। पर्यटन का सरोकार लोगों के द्वारा किए जाने वाले उपभोग से है, इस प्रकार पर्यटन में किसी पर्यटक द्वारा किया जाने वाला वह उपभोग शामिल है जो वह अपने निवास स्थान से अन्यत्र करता है। अवकाश पर निकले यात्री का उद्देश्य गंतव्य पर जाकर आय अर्जन करना नहीं है बल्कि गंतव्य पर जाकर पैसा खर्च करना है। पर्यटन व्यय का प्रभाव निवासी जनसंख्या के व्यय के प्रभाव के समान ही होता है। केवल अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन में ही पर्यटन वाले देश के लिए विदेशी मुद्रा की कमाई महत्वपूर्ण होती है।

### 3.3 पर्यटन की विशेषताएँ:

पर्यटक उत्पाद का तात्पर्य पर्यटक द्वारा उपभोग की जाने वाली सेवाओं और उत्पादों के योग से है। अंतर्राष्ट्रीय परिवहन पर्यटक उत्पाद का एक अभिन्न अंग है। प्रबंधन स्तर पर पर्यटन आर्थिक गतिविधियों की ऐसी संरचना है जो यात्रियों की जरूरतों को पूरा करने के लिए तैयार की जाती है। पर्यटन में शामिल कई अलग-अलग उत्पादों, सेवाओं के अस्तित्व के कारण, कोई भी एक अलग पर्यटन उद्योग को निर्दिष्ट और परिभाषित नहीं कर सकता है। बल्कि यात्रियों की जरूरतों को पूरा करने वाले उद्योग, क्षेत्र और सेवाएँ इसमें शामिल हैं।

पर्यटन की कुछ विशेषताएँ हैं जो इसे अन्य आर्थिक गतिविधियों से अलग करती हैं। ये हैं:

- **पर्यटन एक अदृश्य निर्यात गतिविधि है:**

पर्यटन को आंकड़ों में “अदृश्य” मद के रूप में दर्ज किया गया है। पर्यटक अपने देश में जो उपभोग करते हैं उसका गंतव्य में भी उपभोग करते हैं, मनोरंजन और अवकाश की सेवाओं और वस्तुओं पर जोर देते हुए।

- **उत्पाद और सेवाएँ पूरक हैं:**

पर्यटन में मांग किसी विशिष्ट उत्पाद के लिए नहीं बल्कि सेवाओं और उपभोग वस्तुओं के समूह के लिए है। अंतिम पर्यटक उत्पाद में शामिल सेवाएँ एक-दूसरे से भिन्न हैं और पहली नजर में वे एक-दूसरे से स्वतंत्र प्रतीत होती हैं। इसीलिए पर्यटन स्थल यह में पर्यटन की मांग और अंतर्राष्ट्रीय बाजारों में पेश किए जाने वाले पर्यटक उत्पादों की कीमतों को नियंत्रित करने की क्षमता होती है। विभिन्न पर्यटक सेवाएँ एक-दूसरे की पूरक और निकटता से संबंधित हैं जो पर्यटकों के लिए अंतिम पर्यटन उत्पाद बनाती हैं। किसी गंतव्य पर ठहरने की व्यवस्था गंतव्य तक जाने और वहां से आने के लिए उपयुक्त परिवहन की उपलब्धता पर निर्भर करती है। खानपान अधिकतर आवास की सुविधा पर निर्भर होता है।

- **केवल पर्यटन के लिए उत्पादन करने वाला कोई विशिष्ट उद्योग नहीं है:**

ऐसी कोई उत्पादन गतिविधि नहीं है जिसे पर्यटन उद्योग या क्षेत्र कहा जाए (पर्यटन उद्योग शब्द का उपयोग अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर पर्यटन क्षेत्र की तुलना में अधिक पसंद किया जाता है)। पर्यटन के लिए उत्पादित और पर्यटकों को दी जाने वाली सेवाओं, वस्तुओं और उत्पादों की विशिष्ट विशेषताएँ होती हैं। पर्यटन में उत्पादन, बिक्री और उपभोग एक साथ होता है।

- **पर्यटन उत्पाद खराब होने वाले हैं:**

पर्यटन सेवा और पर्यटन उत्पाद को भविष्य के लिए संग्रहीत नहीं किया जा सकता है और जब यह उपलब्ध हो तो इसका उपभोग किया जाना चाहिए अन्यथा यह हमेशा के लिए नष्ट हो जाता है। उत्पाद की कोई सूची नहीं है। जैसे, किसी होटल का बिस्तर या विमान की सीट जो किसी निश्चित तिथि पर नहीं बेची जाती वह हमेशा के लिए खो जाती है। इसलिए पर्यटन उत्पाद नाशवान हैं।

- **लेन-देन की दिशा विपरीत है:**

पर्यटन में पर्यटन सृजन केंद्रों और गंतव्यों के बीच वस्तुओं और सेवाओं का आदान-प्रदान होता है। पर्यटन में प्रवाह की दिशा व्यापारी हित के विपरीत है। पर्यटन में उपभोक्ताओं को उस स्थान पर भेजा जाता है जहाँ सेवाएँ, वस्तुएँ और वस्तुएँ स्थित हैं।

- **उपभोग में मध्यस्थ:**

बिचौलियों के माध्यम से पर्यटकों की माँगों और पर्यटन उत्पादों और सेवाओं की खपत को पूरा किया जाता है। उत्पादों को बिचौलियों के हाथों खपाया जा सकता है। फर्म स्तर पर बिचौलियों के उदाहरण टूर ऑपरेटर और ट्रेवल एजेंसी हैं, तो व्यक्तिगत स्तर पर गाइड और होटल और रेस्तराँ की सेवा प्रदान करने वाले कर्मचारी हैं।

- पर्यटन उत्पाद बिखरा हुआ होता है:

पर्यटन उत्पाद को एक पैकेज टूर के रूप में परिभाषित किया जाता है किसी टूर पैकेज के उत्पाद घटकों में शामिल होते हैं; अंतरराष्ट्रीय यातायात, पर्यटक स्थल पर मौजूद ज़मीनी सुविधाएँ, स्थानीय यातायात/परिवहन, आवास की सुविधा, भोजन की व्यवस्था, मनोरंजन, गाइड की व्यवस्था इत्यादि। इस प्रकार इसका प्रभाव अर्थव्यवस्था के कई क्षेत्रों में होता है।

- **यात्रा एक अनुभव है :**

यात्रा एक अनुभव है, पर्यटन में कोई ठोस उत्पाद नहीं है। पर्यटक एक अमूर्त सेवा खरीदता है जिसका वास्तविक उपभोग शुरू होने से पहले परीक्षण नहीं किया जा सकता है। यह एक कल्पना-स्वप्न है जो बेचा जाता है और अनुभव किया जाता है। कल्पना और अनुभव के कारण उपभोग प्रक्रिया में मध्यस्थों की भागीदारी आवश्यक हो जाती है; या तो फर्म या व्यक्ति के रूप में। यह महत्वपूर्ण है कि एक मध्यस्थ पर्यटक को कल्पना और उपभोग का अनुभव कराने में मदद करे। पर्यटन में एकमात्र मूर्त संपत्ति स्मृति चिन्ह हैं।

- **इसकी मांग उतार-चढ़ाव भरी/अस्थिर और मौसमी है:**

पर्यटन एक अस्थिर निर्यात है। यह आर्थिक और राजनीतिक स्थितियों - युद्ध, हड़ताल, राजनीतिक संकट, और टूर ऑपरेटरों और ट्रेवल एजेंसियों के व्यवहार, पर्यटकों की प्राथमिकताओं; प्राकृतिक आपदाओं, महामारी आदि से प्रभावित होता है। पर्यटन की मांग गर्मियों के महीनों में बड़े पैमाने पर पर्यटन और सांस्कृतिक पर्यटन दोनों में केंद्रित है। मौसमी सघनता किसी देश के प्राकृतिक पर्यटन संसाधनों के उपयोग से जुड़ी होती है और भूमध्यसागरीय स्थलों में गहन होती है। ऑस्ट्रिया, स्विट्जरलैंड जैसे कुछ देशों में सर्दियों में भी मौसमी बदलाव देखे जाते हैं। भारतीय पर्यटन स्थलों में भी लीन सीजन और पीक सीजन होता है, जो गंतव्य पर अनुकूल जलवायु परिस्थितियों पर निर्भर करता है। पीक सीजन का अर्थ है कुछ विशिष्ट महीनों में अधिक पर्यटक आना और लीन सीजन का अर्थ है कुछ विशिष्ट महीनों में कम संख्या में पर्यटक आना।

- पर्यटन उद्योग में उद्यम:

पर्यटन अधिकतर छोटे और मध्यम आकार के उद्यमों से बना है। उद्योग में कुछ विशाल कंपनियाँ, समूह हैं जो पर्यटन उद्योग की संरचना को प्रभावित करते हैं। वे अंतरराष्ट्रीय पर्यटन उद्योग और अंतरराष्ट्रीय पर्यटन बाजार पर हावी हैं। बहुत ही कम संख्या में उद्यम सभी पर्यटकों की सभी जरूरतों को पूरा करने में सक्षम हैं। अधिकतर उद्योग कई छोटे-छोटे उद्योगों और मध्यम आकार के उद्यमों से मिलकर बना है।

---

**अपनी प्रगति जांचें-II**


---

1. पर्यटन उत्पाद को नाशवान क्यों माना जाता है? अपने उत्तर को एक होटल के कमरे और विमान में एक सीट का उदाहरण देते हुए पुष्ट करें।
  2. यह क्यों कहा जाता है कि पर्यटन ने लेन-देन की दिशा विपरीत होती है?
  3. क्या भारत के पर्यटन पर मौसम का प्रभाव पड़ता है?
- 

**3.4 यात्रा के आधारभूत प्रेरक:**


---

यात्रा की प्रेरणाएँ अलग-अलग होती हैं। यात्रा प्रेरणाएँ विषम हैं। यात्री कई अलग-अलग कारणों से यात्रा करते हैं। ये प्रेरणाएँ अतार्किक व्यक्तिपरक कारकों से भी प्रभावित हो सकती हैं। यात्रा सेवा के आपूर्तिकर्ता बहुत ही विषम यात्रा मांगों की जरूरतों को पूरा करने का प्रयास करते हैं और व्यापक अपील के लिए उत्पाद तैयार करने का प्रयास करते हैं। यह अध्ययन करने के लिए कई प्रयास किए गए हैं कि लोग क्यों यात्रा करना चाहते हैं या पर्यटक बनना चाहते हैं। मैकिंटोश ने कहा है कि बुनियादी यात्रा प्रेरकों को निम्नलिखित चार व्यापक श्रेणियों में बांटा जा सकता है:

- (I) **शारीरिक प्रेरक:** जो शारीरिक विश्राम और आराम, खेल गतिविधियों और विशिष्ट चिकित्सा उपचार से संबंधित हैं, सभी व्यक्ति के शारीरिक स्वास्थ्य और कल्याण से जुड़े हैं।
  - (ii) **अंतर्वैयक्तिक प्रेरक:** जो रिश्तेदारों, दोस्तों से मिलने या नए लोगों से मिलने या बस रोजमर्रा की जिंदगी की दिनचर्या से बचने की इच्छा से संबंधित हैं।
  - (iii) **रुतबे और प्रतिष्ठा के प्रेरक:** जिन्हें व्यक्तिगत सम्मान और व्यक्तिगत उन्नयन की जरूरतों से पहचाना जाता है, ये व्यवसाय या व्यावसायिक हितों के लिए, शिक्षा के उद्देश्य से या शौक की पूर्ति के लिए यात्रा से संबंधित हैं।
- 

अपना ज्ञान उपयोग में लाएँ

---

1. अपने परिवार और दोस्तों की हाल की या आगामी यात्रा योजनाओं का विश्लेषण करें और उनकी तुलना इकाई में दिए गए उदाहरणों से करें।
- 

**3.5 पर्यटन के विकास को प्रभावित करने वाले कारक:**


---

आय, गतिशीलता, आयु, शिक्षा और लागत जैसे सामाजिक-आर्थिक कारक इसकी मांग के विकास में महत्वपूर्ण हैं। अवकाश के साथ-साथ ये अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन के विकास को निर्धारित करने के लिए जिम्मेदार हैं। हालाँकि, पर्यटन के विकास को प्रभावित करने वाले कारकों की सबसे व्यापक सूची स्विस फेडरल यूनिवर्सिटी के लुई एडी (1970) ने प्रस्तुत की है। सूची में शामिल हैं:

- (i) विशेष रूप से विकसित देशों में जनसंख्या के बड़े हिस्से की समृद्धि और उन्हें उपलब्ध अधिक अवकाश।
- (ii) युवाओं की मुक्ति, और उनके पास अपेक्षाकृत उच्च वेतन (जब उनके पास कोई पारिवारिक जिम्मेदारी नहीं है), उन्हें यात्रा करने में सक्षम बनाती है।
- (ii) परिवहन सुविधाएँ, विशेष रूप से हवाई, बहुत बेहतर और सस्ती हैं, और कार स्वामित्व की दर भी उच्च है।
- (iv) अंतर्राष्ट्रीय व्यापार में भारी वृद्धि, यात्रा की आवश्यकता को जन्म देती है।
- (V) पैकेज टूर उन लोगों को, जो अपनी व्यवस्था स्वयं करने के आदी नहीं हैं, सहज मन से यात्रा करने की अनुमति देते हैं, और परिवहन और होटल आवास की थोक खरीद के कारण अच्छे मूल्य के होते हैं।

- (vi) स्वदेश की प्रतिकूल जलवायु परिस्थितियों से विदेश में राहत मिल सकती है
- (vii) यात्रा एक स्टेटस सिंबल बन गई है।
- (viii) सम्मेलन और व्यावसायिक बैठकें बढ़ रही हैं।
- (ix) बेहतर शिक्षा ने जनता के एक बड़े वर्ग की सांस्कृतिक पर्यटन में रुचि जगाई है।
- (x) विश्व प्रदर्शनियाँ और व्यापार मेले बहुत लोकप्रिय हो गए हैं।
- (xi) प्रचार अधिक से अधिक आक्रामक हो गया है, जिससे सबसे अनिच्छुक व्यक्ति की भी यात्रा करने की इच्छा बढ़ गई है।
- (xii) वैचारिक दबाव समूह (राजनीतिक, सांस्कृतिक, वैज्ञानिक आदि) अधिक से अधिक वार्षिक सम्मेलन आदि आयोजित करते हैं।

### 3.6 पर्यटन के घटक:

पर्यटन उद्योग में ठहरने हेतु आवास में सभी प्रकार के आवास, यहां तक कि शिविर और कारवां, और सभी प्रकार की भोजन और पेय सेवाएं शामिल हैं। खरीदारी में किसी भी प्रकार की खुदरा खरीदारी शामिल है, जैसे स्मृति चिन्ह, कला और शिल्प, कपड़े, किराने का सामान और अन्य गतिविधियों में मनोरंजन, खेल, दर्शनीय स्थल, स्थानीय पर्यटन, सांस्कृतिक कार्यक्रम, त्यौहार और जुआ जैसी सेवाएँ शामिल हैं। परिवहन में स्थल, वायु या जल द्वारा सभी प्रकार के परिवहन शामिल हैं। संपूर्ण पर्यटन उद्योग प्राकृतिक संसाधनों के आधार पर टिका है, जो संपूर्ण और आकर्षक होना चाहिए। बल्कि, असामान्य प्राकृतिक सुंदरता वाला होना चाहिए और पर्यटकों को आकर्षित करने वाला होना चाहिए। भीड़ से बचने के लिए इन प्राकृतिक संसाधनों का आयाम पर्याप्त होना चाहिए, और वे प्रदूषण, खतरनाक या जहरीले पौधों, जानवरों या कीड़ों जैसे खतरों से मुक्त होने चाहिए। इसी प्रकार, पर्यटन का विकास बाढ़, सूखा या भूकंप जैसी प्राकृतिक आपदाओं से मुक्त स्थलों पर होना चाहिए। इस प्रकार पर्यटन के चार प्रमुख घटक हैं, जो नीचे सूचीबद्ध हैं:

- आवास
- परिवहन
- आकर्षण (प्राकृतिक, निर्मित और सांस्कृतिक संसाधन)
- सहायक सेवाएँ (खरीदारी और अन्य गतिविधियों को सक्षम करने वाली सेवाएँ)

ठोस रूप से कहें तो, पर्यटन को आम तौर पर एक उद्योग के रूप में परिभाषित नहीं किया जाता है। यद्यपि पर्यटन के लिए कोई मानक औद्योगिक वर्गीकरण (एसआईसी) कोड नहीं है, फिर भी यह एक प्रमुख आर्थिक गतिविधि है। यात्रा, आवास, भोजन, दुकानें, मनोरंजन और अन्य पर्यटन सेवाओं की मांग का बाजार है। इस मांग ने टूर ऑपरेटर्स, ट्रेवल एजेंटों एयरलाइंस, क्रूज जहाजों, बसों, आवास, भोजन और पेय सुविधाओं और अन्य पर्यटक आपूर्तिकर्ताओं और गतिविधियों की आवश्यकता पैदा की है।

सर्वोत्तम पर्यटन उत्पाद स्वयं नहीं बिक जाते, बल्कि जोरदार प्रयासों के माध्यम से उनका विपणन किया जाना चाहिए। उत्पाद उपलब्ध कराने वाले ही यहाँ प्रमुख विपणक हैं। लेकिन ट्रेवल एजेंट, टूर कंपनियां, एसोसिएशन और अन्य मध्यस्थ विपणन और वितरण प्रणाली, माल और सेवाओं में महत्वपूर्ण घटक हैं जो पर्यटकों की जरूरतों को पूरा करते हैं। इस तरह की आर्थिक गतिविधियाँ ही पर्यटन उद्योग है, या अधिक सटीक रूप से, केवल पर्यटन है।

पर्यटन कई स्तरों और विविध गतिविधियों वाला खंडित उद्योग है। एक युवा उद्योग के रूप में, इसने अभी तक सभी घटकों के लिए सामान्य लाभ के लिए एक साथ काम करने के लिए आवश्यक एकजुटता हासिल नहीं की है। प्रत्येक स्तर सम्पूर्ण पर्यटन परिवेश में अपना योगदान देता है, फिर भी खंड आपस में जुड़े हुए हैं और एक-दूसरे पर निर्भर हैं। उदाहरण के लिए, कोलोराडो स्की रिसॉर्ट की सफलता स्कीयरों को ढलानों तक लाने के लिए परिवहन, उन्हें ठहराने के लिए आवास, उन्हें खिलाने के लिए रेस्तराँ पर निर्भर करती है। और उनकी जरूरतों का ख्याल रखने के लिए अन्य सेवाएं (चिकित्सा सुविधाएं, एग्ज-स्की लाउंज और खुदरा दुकानें)। स्कीइंग से जुड़े अधिकतर उद्यम छोटे हैं। यद्यपि वे स्वतंत्र व्यवसायों के रूप में संचालित होते हैं, वास्तव में वे एक-दूसरे पर निर्भर होते हैं और कुल तस्वीर के छोटे हिस्से के रूप में काम करते हैं। यह निर्भरता सहयोगात्मक प्रयास और समान नीतियों की मांग करती है; हालाँकि यह तथ्य कि व्यवसाय अक्सर उपभोक्ताओं के डॉलर के लिए एक-दूसरे से प्रतिस्पर्धा करते हैं, सहयोग को कठिन बनाते हैं। उनमें से कई लोग अत्यंत स्वतंत्र हैं और उन पर उनका अपना स्वार्थ हावी है। जैसे-जैसे पर्यटन बढ़ेगा और परिपक्व होगा, उद्योग अधिक एकजुट हो जाएगा और प्रमुख मुद्दों पर एकमत में बात करेगा। कंपनियां बड़ी हो जाएंगी और पर्यटन सेवाओं की श्रृंखला की कमजोर कड़ियाँ समाप्त हो जाएंगी। इस प्रकार पर्यटन का भविष्य उज्ज्वल, गतिशील और रोमांचक होने का वादा करता है।

### पर्यटकों के आकर्षण की पीटर की सूची:

1. सांस्कृतिक: पुरातात्विक रुचि के स्थल और क्षेत्र, ऐतिहासिक इमारतें और स्मारक, ऐतिहासिक महत्व के स्थान: संग्रहालय, आधुनिक संस्कृति, राजनीतिक और शैक्षणिक संस्थान, धार्मिक संस्थान।
2. परंपराएँ: राष्ट्रीय त्यौहार कला और हस्तशिल्प, संगीत; लोकगीत, मूलनिवासियों का जीवन और रीति-रिवाज।
3. दर्शनीय स्थल: राष्ट्रीय उद्यान, वन्यजीव, वनस्पति और जीव, समुद्रतटीय सैरगाह, पर्वतीय सैरगाह।
4. मनोरंजन: भागीदारी और खेल देखना मनोरंजन और मनोरंजन पार्क, जोन और महासागर, सिनेमा और थिएटर; रात्रि जीवन, भोजन।
5. अन्य आकर्षण: जलवायु; स्वास्थ्य रिसॉर्ट्स या स्पा, अद्वितीय आकर्षण अन्यत्र उपलब्ध नहीं हैं।

रॉबिन्सन के अनुसार, पर्यटन के आकर्षण बहुत हद तक अपने चरित्र में भौगोलिक होते हैं। स्थान और पहुंच (चाहे किसी स्थान की तटीय या अंतर्देशीय स्थिति हो, और किसी दिए गए स्थान तक आसानी से पहुंचा जा सके) महत्वपूर्ण हैं। भौतिक स्थान को एक घटक के रूप में माना जा सकता है क्योंकि ऐसे लोग हैं जो जंगल और एकांत की तलाश करते हैं, दृश्य या परिदृश्य भू-आकृतियों, पानी और वनस्पति का एक संयोजन है और इसका धूप, तापमान और वर्षा (बर्फ भी) की मात्रा से संबंध है। पशु जीवन एक महत्वपूर्ण आकर्षण हो सकता है, सबसे पहले, पक्षियों को देखने या उन्हें उनके प्राकृतिक आवास में देखने के संबंध में और दूसरा, खेल के लिए। बस्तियों, ऐतिहासिक स्मारक, सांस्कृतिक विशेषताओं की विविधता, जीवन के तरीके, लोकगीत, कलात्मक अभिव्यक्ति, आदि परिदृश्य के रूप में बहुत से लोगों के लिए आकर्षण पैदा करते हैं।

### 3.7 पर्यटन के तत्व:

पर्यटन के चार बुनियादी घटक, अर्थात् परिवहन, आकर्षण, आवास और सहायता सेवाएँ बहुत महत्वपूर्ण घटक हैं। हालाँकि, बुनियादी घटकों के अलावा, कुछ ऐसे तत्व या सामग्री भी हैं जो पर्यटन के लिए महत्वपूर्ण हैं। ये तत्व पर्यटन के मूलभूत आकर्षण हैं इनमें शामिल हैं:

- (ए) सुहावना मौसम
- (बी) दर्शनीय आकर्षण
- (सी) ऐतिहासिक और सांस्कृतिक कारक
- (डी) सुगमता
- (ई) सुविधाएँ

#### **सुहावना मौसम:**

किसी भी पर्यटक स्थल का सबसे महत्वपूर्ण और निर्णायक आकर्षण गर्म धूप के साथ अच्छा मौसम है। छुट्टियों के लिए, अच्छा मौसम एक विशेष रूप से महत्वपूर्ण घटक है क्योंकि यह छुट्टियों को सुखद या अप्रिय अनुभव बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। चरम मौसम वाले देशों से लाखों पर्यटक अच्छे मौसम और धूप की तलाश में समुद्री तटों पर जाते हैं। समुद्र तटों पर धूप और साफ समुद्री हवा बहुत लंबे समय से कई लोगों को आकर्षित करती रही है। वास्तव में, कई देशों में समुद्री तटों के किनारे स्पा और रिसॉर्ट्स का विकास यात्रियों की अच्छे मौसम और धूप का आनंद लेने की इच्छा का परिणाम था। यूरोप में फ्रांस, इटली और स्पेन जैसे देश हैं। इटली ने तेज धूप का लाभ उठाते हुए एड्रियाटिक और भूमध्यसागरीय तटों पर सार्डिनिया का निर्माण किया है। संयुक्त राज्य अमेरिका में कई मैक्सिकन रिसॉर्ट्स, प्रशांत और कैलिफ़ोर्निया, फ्लोरिडा और हवाई द्वीप समूह के रिसॉर्ट्स इस बात के अन्य उदाहरण हैं कि अच्छा मौसम क्या कर सकता है। ये सभी क्षेत्र वास्तव में अच्छे मौसम का लाभ उठाते हुए महत्वपूर्ण पर्यटन स्थल बन गए हैं।

आकर्षक शीतकालीन जलवायु, शीतकालीन गर्मी और धूप वाले क्षेत्र भी पर्यटकों के आकर्षण के महत्वपूर्ण केंद्र हैं। कई क्षेत्र बड़ी संख्या में पर्यटकों को आकर्षित करने वाले महत्वपूर्ण शीतकालीन अवकाश स्थल बन गए हैं। इन शीतकालीन रिसॉर्ट्स के आसपास, पर्यटकों की बढ़ती जरूरतों को पूरा करने के लिए विभिन्न प्रकार की शीतकालीन खेल सुविधाएँ स्थापित की गई हैं। उष्णकटिबंधीय जलवायु वाले देशों में, कई ऊंचे ठंडे क्षेत्रों को हिल स्टेशन रिसॉर्ट्स के रूप में विकसित किया गया है, इसलिए पर्यटन के लिए जलवायु का विशेष महत्व है क्योंकि अच्छी जलवायु परिस्थितियों वाले क्षेत्र संभावित पर्यटन क्षेत्र हो सकते हैं।

#### **दर्शनीय आकर्षण:**

अच्छे मौसम की तरह ही दर्शनीय आकर्षण पर्यटन में बहुत महत्वपूर्ण कारक हैं। पहाड़ों, झीलों, झरनों, ग्लेशियरों, जंगलों, रेगिस्तानों आदि से युक्त दृश्य या परिदृश्य लोगों को उनकी यात्रा के लिए आकर्षित करने वाली मजबूत ताकतें हैं। लुभावने पहाड़ी दृश्य और तट के दृश्य पर्यटकों के लिए एक मजबूत आकर्षण पैदा करते हैं। शानदार पर्वत श्रृंखलाएँ शांति और सुकून का माहौल प्रदान करती हैं। स्विट्जरलैंड और ऑस्ट्रिया में आल्प्स के उत्तरी ढलानों और इटली में दक्षिणी ढलानों और भारत और नेपाल के हिमालय पर्वत ढलानों का पहली बार दौरा करने वाले पर्यटक उनकी भौतिक भव्यता से मंत्रमुग्ध हुए बिना नहीं रह सकते। संयुक्त राज्य अमेरिका में ग्रांड कैनियन, उत्तरी आयरलैंड के जायंट्स कॉजवे, नियाग्रा फॉल्स, आइसलैंड के गीजर, आल्प्स के ग्लेशियर, अफ्रीका के जंगल, अदम्य नदियाँ, झीलें और



रेगिस्तान जैसे महान प्राकृतिक आश्चर्य हैं। कई पर्यटकों के लिए ये अत्यधिक दिलचस्पी का स्रोत और एक विस्तारित पर्यटन उद्योग का आधार बन गया है।

### ऐतिहासिक और सांस्कृतिक कारक:

ऐतिहासिक और सांस्कृतिक रुचि के स्थल कई लोगों के लिए एक शक्तिशाली आकर्षण हैं। कई सदियों से इनका यात्रियों पर गहरा प्रभाव रहा है। इंग्लैंड में स्टैनफोर्ड-ऑन-एवन की महान आकर्षण शक्ति के कारण हर साल बड़ी संख्या में पर्यटक आकर्षित होते हैं क्योंकि इसका संबंध शेक्सपियर से है, या भारत में आगरा शहर अपने प्रसिद्ध ताज महल के कारण या इटली में पीसा अपनी प्रसिद्ध झुकी हुई मीनार के कारण आकर्षित करता है। दीर्घकालिक ऐतिहासिक विरासत के कारण हजारों अमेरिकी और कनाडाई यूरोप की यात्रा करते हैं; इसके अलावा, कई लोग यूरोप को अपनी मूल मातृभूमि मानते हैं और उससे भावनात्मक लगाव रखते हैं। इंग्लैंड आने वाले किसी भी विदेशी पर्यटक को लंदन अवश्य जाना चाहिए, इसलिए नहीं कि यह देश का सबसे बड़ा शहर और राजधानी है, बल्कि इसके ऐतिहासिक जुड़ावों और परंपराओं और इसके कई सांस्कृतिक आकर्षणों के कारण। उसी प्रकार फ्रांस में आगंतुक अपने यात्रा कार्यक्रम में पेरिस को शामिल करता है जैसे वह इटली और रूस की यात्रा में क्रमशः रोम और मॉस्को को शामिल करता है। कई देश जो पर्यटन उद्योग विकसित कर रहे हैं वे अपने ऐतिहासिक अतीत की विरासत का उपयोग कर रहे हैं। भारत में अजंता और एलोरा की विश्व प्रसिद्ध गुफाएँ इसका उदाहरण हैं। ये गुफाएँ भारत की धार्मिक वास्तुकला और चित्रकला का सबसे पुराना और सबसे सुंदर प्रमाण हैं, और लगभग 2000 साल पहले चट्टानी पहाड़ों को काटकर बनाई गई मानव निर्मित गुफाएँ हैं।

### सुगमता:

पहुंच एक बहुत ही महत्वपूर्ण कारक है क्योंकि यह एक ऐसा साधन है जिसके द्वारा पर्यटक जहाँ आकर्षण स्थित है वहाँ आसानी से पहुंच सकता है। किसी भी प्रकार के पर्यटक आकर्षण का महत्व कम ही होगा, यदि उन तक पहुंचना मुश्किल हो। ऐसे पर्यटक आकर्षण जो ऐसे स्थानों पर स्थित हैं जहां कोई परिवहन नहीं पहुंच सकता है या जहां अपर्याप्त परिवहन सुविधाएँ हैं, वहां इनका महत्व कम हो जाता है। पर्यटक आकर्षण जो पर्यटक उत्पन्न करने वाले बाजारों के निकट स्थित हैं और बेहतर सड़कों के नेटवर्क से जुड़ा हुआ है और हवाई मार्ग से आसानी से पहुंचा जा सकता है, पर्यटकों की अधिकतम संख्या को आकर्षित करता है। दूरी का कारक भी इसमें महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है, किसी गंतव्य के लिए पर्यटक की पसंद का निर्धारण करना में। छोटी दूरी की तुलना में लंबी दूरी के रास्ते में बहुत अधिक यात्रा लागत आती है। इसका एक उदाहरण यह हो सकता है कि भारत जैसे आकार के देश में 3.9 मिलियन पर्यटकों का ही आना, जो कि बहुत कम है। हालाँकि, यदि यूरोप, कनाडा, जापान और ऑस्ट्रेलिया से हमारे देश की दूरी जैसे कुछ कारकों को देखें तो यह निष्कर्ष निकाल सकता है कि लंबी दूरी कम आगमन के लिए जिम्मेदार कारकों में से एक है। इसमें आगंतुक का खर्च अधिक होता है। यूरोप और उत्तरी अमेरिका में कुल अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक आवाजाही का कम से कम 80 प्रतिशत अंतर-क्षेत्रीय है। अमेरिका में अकेले संयुक्त राज्य अमेरिका और कनाडा का कुल अंतरराष्ट्रीय पर्यटक यातायात का लगभग 50 प्रतिशत हिस्सा है। इसलिए अंतर-क्षेत्रीय अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक आवाजाही भी प्रमुख हैं। यूरोप में 80 प्रतिशत से अधिक अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक अंतर-क्षेत्रीय पर्यटन में आते हैं। इस प्रकार आसान पहुंच पर्यटन की वृद्धि और विकास के लिए एक महत्वपूर्ण कारक है

### आराम सुविधाएँ:

पर्यटन केंद्र के लिए सुविधाएँ एक आवश्यक आधार हैं। समुद्र तटीय सैरगाह के लिए, तैराकी, नौकायन, नौकायन, सर्फ-सवारी और नृत्य जैसी अन्य सुविधाएँ आवश्यक हैं। मनोरंजन और आमोद-प्रमोद प्रत्येक पर्यटन केंद्र के लिए महत्वपूर्ण हैं। सुविधाएँ दो प्रकार की हो सकती हैं: प्राकृतिक, उदाहरण के लिए, समुद्र तट, समुद्री स्नान, मछली पकड़ने की संभावनाएँ, और आरोहण, ट्रेकिंग, देखने आदि के अवसर, और मानव निर्मित, जैसे विभिन्न प्रकार के मनोरंजन और सुविधाएँ जो विशेष जरूरतों को पूरा करती हैं। उत्कृष्ट रेतीले समुद्र तट, ताड़ और नारियल के पेड़ों से युक्त धूप का आश्रय और अच्छे स्नान की सुविधा बहुत अच्छे पर्यटक आकर्षण हैं। कुछ अन्य प्राकृतिक सुविधाएँ जैसे नौकायन के उद्देश्य से विशाल जल-आश्रय, या मछली पकड़ने और शूटिंग के अवसर भी बहुत महत्वपूर्ण हैं।

### आवास:

किसी भी पर्यटन स्थल के लिए आवास बहुत बुनियादी है। किसी के घर से दूर आवास की मांग विभिन्न प्रकार की सुविधाओं से पूरी होती है। इस शब्द का प्रयोग आम तौर पर भोजन और आवास को कवर करने के लिए किया जाता है। पिछले 25 वर्षों से आवास के प्रकारों में काफी बदलाव आया है। बोर्डिंग हाउस और छोटे निजी होटलों के उपयोग में गिरावट आई है। बड़े होटल, विशेष रूप से बड़े महानगरीय क्षेत्रों और लोकप्रिय पर्यटन क्षेत्रों में, अवकाश व्यापार में अपनी हिस्सेदारी बनाए रखने के लिए कमोबेश प्रबंधन कर रहे हैं। अन्यत्र, विशेष रूप से अधिक पारंपरिक अवकाश रिसॉर्ट्स में और यूरोप के कुछ समुद्र तटीय रिसॉर्ट्स में, ये समय मंदा चल रहा है। हाल के वर्षों में आवास के प्रकार में कुछ बदलाव परिलक्षित हुए हैं और अधिक अनौपचारिक प्रकार के आवास की मांग बढ़ रही है। नए प्रकार के आवास, विशेष रूप से अवकाश (लग्जरी) गांव, अपार्टमेंट हाउस, कैम्पिंग और कारवां स्थल और पर्यटक गांव आदि हाल के वर्षों में बहुत लोकप्रिय हो गए हैं।

आवास अपने आप में एक महत्वपूर्ण पर्यटक आकर्षण हो सकता है। वास्तव में, बड़ी संख्या में पर्यटक किसी विशेष पर्यटन क्षेत्र या कस्बे में सिर्फ इसलिए जाते हैं क्योंकि वहां एक प्रथम श्रेणी लक्जरी होटल या रिसॉर्ट है जो उत्कृष्ट सेवाएं और सुविधाएँ प्रदान करता है। स्विट्जरलैंड, हॉलैंड, ऑस्ट्रिया, फ्रांस और बेल्जियम जैसे कुछ देशों ने अच्छे भोजन के साथ उत्कृष्ट आवास प्रदान करने के लिए प्रतिष्ठा हासिल की है। कई होटलों ने अपने उत्कृष्ट भोजन, सेवाओं और सुविधाओं के लिए प्रतिष्ठा अर्जित की है।

उदाहरण के लिए, फ्रांसीसी सरकार ने एक बड़ा होटल निर्माण कार्यक्रम शुरू करके कोर्सिका के पर्यटन विकास का मार्ग प्रशस्त किया था।

### 3.8 भौगोलिक घटक:

एच. रॉबिन्सन ने वर्ष 1979 में प्रकाशित अपनी पुस्तक ए ज्योग्राफी ऑफ टूरिज्म में पर्यटन के उन घटकों की एक सूची प्रस्तुत की है जिन्हें पर्यटन का भौगोलिक घटक कहा गया है। इन्हें निम्नलिखित तालिका में प्रस्तुत किया गया है:

#### पर्यटन के भौगोलिक घटक

1. पहुंच और स्थान
2. अंतरिक्ष
3. दृश्यावली:

(ए) भू-आकृतियाँ, जैसे, पहाड़, घाटी, मूंगा चट्टानें, चट्टानें, आदि।

(बी) जलीय जैसे, नदियाँ, झीलें, झरने, गीजर, ग्लेशियर, समुद्र

- (सी) वनस्पति जैसे, जंगल, घास के मैदान, दलदल, रेगिस्तान, आदि।
4. जलवायु: धूप, बादल, तापमान की स्थिति, बारिश और बर्फ।
5. पशु जीवन:  
 (ए) वन्यजीव, जैसे, पक्षियों के आरक्षित क्षेत्र, चिड़ियाघर।  
 (बी) शिकार और मछली पकड़ना।
6. आबाद सुविधाएँ:  
 (ए) कस्बे, शहर, गाँव  
 (बी) ऐतिहासिक अवशेष और स्मारक  
 (सी) पुरातात्विक अवशेष।
7. संस्कृति: जीवन के तरीके, परंपराएँ, लोकगीत, कला और शिल्प आदि।

### 3.9 पर्यटन के लाभ और लागत:

पर्यटन मेज़बान समुदायों को आर्थिक और गैर-आर्थिक लाभ और लागत दोनों दिलाता है। यात्री को होने वाले लाभ, जैसे आराम और विश्राम के लिए आनंद यात्रा का योगदान, शैक्षिक लाभ, अन्य लोगों और संस्कृतियों की समझ, और यात्री की शारीरिक और मानसिक सुकून। इसमें कोई संदेह नहीं है कि पर्यटन लाभ पहुंचाता है, लेकिन पर्यटन संपूर्ण नहीं है। इसकी लागत और लाभ हैं, और वे समान रूप से वितरित नहीं होते हैं। कई सामाजिक लागत व्यय को मापना कठिन या असंभव है। द गोल्डन होर्ड्स, टूरिज्म: ब्लेसिंग ऑर ब्लाइट और द हॉलिडे मेकर्स जैसी किताबें पर्यटन के कुछ अप्रिय पहलुओं की ओर इशारा करती हैं।

अनुचित ढंग से नियोजित और विकसित पर्यटन समस्याएँ पैदा कर सकता है। पर्यटन की माँगें स्थानीय निवासियों की आवश्यकताओं और इच्छाओं के साथ टकराव में आ सकती हैं। बिना सोचे-समझे विकास, अनुचित विकास, अति विकास या अधूरा विकास आसानी से पर्यावरण को नुकसान पहुंचा सकता है।

पर्यटन को समुद्र तटों को प्रदूषित करने, श्रम, भूमि, सामान आदि की कीमतें बढ़ाने, ग्रामीण इलाकों को खराब करने के लिए दोषी ठहराया गया है; मूलनिवासियों के मूल्यों को दूषित करना; भीड़भाड़; शोर; कूड़ा फैलाना; अपराध; गोपनीयता की हानि: सामाजिक तनाव पैदा करना, पर्यावरणीय गिरावट, गंतव्य के भविष्य पर नियंत्रण की कमी और कम वेतन वाले मौसमी रोजगार इत्यादि समस्याओं से जोड़ा गया है। ये समस्याएँ विकास के कई रूपों में आम हैं और कई मामलों में यथास्थिति या अति विकास में बदलाव के प्रति असंतोष का प्रतिनिधित्व करती हैं। ये एक समन्वित समग्र आर्थिक विकास योजना की आवश्यकता पर बल देती हैं जिसका पर्यटन एक हिस्सा है।

हमें यह स्वीकार करना चाहिए कि पर्यटन न तो वरदान है, न ही अभिशाप, न ही ज़हर और न ही रामबाण। पर्यटन बहुत लाभ पहुंचा सकता है लेकिन यह सामाजिक समस्याएँ भी ला सकता है। दुनिया के पास पर्यटन के लाभों को कैसे बढ़ाया जाए इसका अनुभव है, और कम से कम कुछ अनुभव यह है कि सामाजिक समस्याओं से कैसे निपटा जाए। सर्वोत्तम लागत/लाभ परिणाम प्राप्त करने के लिए लाभ और लागत को संतुलित करना होगा।

पर्यटन के छात्रों और अधिकारियों को किसी राष्ट्र, प्रांत या राज्य या समुदाय के जीवन की गुणवत्ता पर पर्यटन के सकारात्मक और नकारात्मक दोनों प्रभावों की स्पष्ट समझ होनी चाहिए। सकारात्मक पहलू क्या हैं? नकारात्मक पहलू? हमें इसका हिसाब रखने की जरूरत है।

सबसे पहले हम इसके सकारात्मक पहलुओं को देखते हैं:

- कुशल और अकुशल दोनों प्रकार के रोजगार के अवसर प्रदान करता है, क्योंकि यह एक श्रम प्रधान उद्योग है।
  - आवश्यक विदेशी मुद्रा की आपूर्ति उत्पन्न करता है।
  - आय बढ़ाता है।
  - सकल राष्ट्रीय उत्पाद में वृद्धि करता है।
  - मौजूदा बुनियादी ढांचे पर बनाया जा सकता है।
  - एक ऐसा बुनियादी ढांचा विकसित करता है जो स्थानीय वाणिज्य और उद्योग को प्रोत्साहित करने में भी मदद करेगा।
  - स्थानीय उत्पादों और संसाधनों से विकसित किया जा सकता है।
  - अर्थव्यवस्था में विविधता लाने में मदद करता है।
  - यह किसी क्षेत्र के लिए उपलब्ध सबसे अनुकूल आर्थिक विकास गतिविधियों में से एक है, जो अन्य आर्थिक गतिविधियों का पूरक है।
  - इसका उच्च गुणक प्रभाव होता है
  - सरकारी राजस्व बढ़ता है
  - शैक्षिक और सांस्कृतिक क्षितिज का विस्तार करता है और आत्म-मूल्य में गिरावट में सुधार करता है।
  - आय के उच्च स्तर और जीवन स्तर में सुधार से संबंधित जीवन की गुणवत्ता में सुधार होता है।
  - विरासत और परंपरा के संरक्षण को सुदृढ़ करता है।
  - पर्यावरण संरक्षण एवं सुधार को उचित ठहराता है।
  - स्थानीय संस्कृति में आगंतुकों की रुचि कलाकारों, संगीतकारों और अन्य प्रदर्शन करने वाले कलाकारों को रोजगार प्रदान करती है, जिससे सांस्कृतिक विरासत बढ़ती है।
  - पर्यटक और मनोरंजक सुविधाएँ प्रदान करता है जिनका उपयोग स्थानीय आबादी द्वारा किया जा सकता है
  - भाषा संबंधी बाधाओं, सामाजिक-सांस्कृतिक बाधाओं, वर्ग बाधाओं, नस्लीय बाधाओं, राजनीतिक बाधाओं और धार्मिक बाधाओं को तोड़ता है।
  - किसी गंतव्य के लिए विश्वव्यापी अनुकूल छवि बनाता है
  - एक वैश्विक समुदाय को बढ़ावा देता है
  - अंतर्राष्ट्रीय समझ और शांति को बढ़ावा देता है
- इसके नकारात्मक पक्ष में हमें कई समस्याएँ मिलती हैं :
- संसाधनों की अतिरिक्त मांग विकसित होती है।
  - मौसमी की कठिनाइयाँ पैदा करता है।

- मुद्रास्फीति का कारण बनता है।
- असंतुलित आर्थिक विकास हो सकता है।
- सामाजिक समस्याएँ पैदा करता है।
- प्राकृतिक भौतिक पर्यावरण को खराब करता है और प्रदूषण पैदा करता है।
- सांस्कृतिक वातावरण को खराब करता है।
- अपराध, वेश्यावृत्ति और जुए की घटनाओं में वृद्धि।
- आर्थिक और राजनीतिक परिवर्तनों के प्रति संवेदनशीलता बढ़ जाती है।
- पारिवारिक संरचना को खतरा।
- संस्कृति, धर्म और कला का व्यावसायीकरण करता है।
- गलतफहमी पैदा करता है।
- मेज़बान समाज में टकराव पैदा करता है।
- बीमारी, आर्थिक उतार-चढ़ाव और परिवहन समस्याओं में योगदान देता है, सभी परिवर्तनों की तरह, पर्यटन भी एक कीमत तय करता है। इस प्रकार इसे योजनाबद्ध और प्रबंधित करने की आवश्यकता होती है।

---

### 3.10 सारांश:

इस इकाई में हमने पर्यटन के विषय, इसकी विशेषताओं और बुनियादी यात्रा प्रेरणाओं की चर्चा की है। घरेलू और अंतरराष्ट्रीय स्तर पर लोगों की आवाजाही में तेजी से वृद्धि ने व्यापक और विविधता वाले उद्योग को जन्म दिया है, साथ ही यह दुनिया के सभी देशों में सार्वभौमिक रूप से पाया जाता है, लेकिन बहुत विविध गुणों और अनुपात में भिन्नता के साथ। पर्यटन आवास, परिवहन, आकर्षण और सहायता सेवाएँ इसके चार प्रमुख घटक हैं। इन घटकों के अलावा मनभावन मौसम, प्राकृतिक आकर्षण, ऐतिहासिक और सांस्कृतिक कारक, पहुंच और सुविधाएँ जैसे कुछ तत्व भी हैं जो पर्यटन के लिए महत्वपूर्ण हैं।

---

### 3.11 शब्दावली:

- आवास - वह स्थान जहाँ पर्यटक ठहरते हैं। होटल, मोटल, रिसॉर्ट, कारवां, शिविर आदि।
- परिवहन - एक स्थान से दूसरे स्थान तक यात्रा करने का साधन। यह हवाई जहाज, कार, कोच, रेल, जहाज, होवरक्राफ्ट आदि हो सकता है।
- आकर्षण- किसी गंतव्य के प्राकृतिक, निर्मित या सांस्कृतिक संसाधनों का आधार।
- सहायता सेवाएँ: कोई भी चीज़ जो पर्यटकों को सहायक सुविधाएँ और सेवा प्रदान करती है। मल्टीप्लेक्स, मॉल, उपहार और स्मारिका दुकानें, कला और शिल्प की दुकान, रेस्तराँ, थीम पार्क आदि।

- यात्रा प्रेरक - कुछ भी जो किसी व्यक्ति को पर्यटन के लिए जाने के लिए प्रेरित (प्रोत्साहित) करता है।
- अदृश्य: जो देखा न जा सके।
- बिचौलिए : मध्यस्थ व्यक्ति जैसे यात्रा एजेंट।
- खंडित - विभक्त
- सुगमता - किसी स्थान तक पहुंचने की आसानी।

---

### 3.12 स्व-मूल्यांकन अभ्यास

---

1. पर्यटन की विशेषताएं क्या हैं?
2. मैकिंटोश के अनुसार मूल यात्रा प्रेरक कौन से हैं?
3. पर्यटन के विकास को प्रभावित करने वाले कारक कौन से हैं?
4. पर्यटन के प्रत्येक घटक पर विस्तार से चर्चा करें।
5. पर्यटन के प्रमुख तत्व कौन से हैं?
6. पर्यटन के भौगोलिक घटक क्या हैं?
7. पर्यटन के क्या लाभ हैं?
8. पर्यटन के कुछ नकारात्मक पहलू क्या हैं?

---

### 3.13 Further Readings:

---

- Bhatia, A.K. Tourism Development Principles and Practices, Sterling Publishers, 2005.
- Kamre, K.K. Basics of Tourism: Theory, Operation and Practice, Kanishka Publishers, 2006.
- Rania, C.L.. and Raina A.K. Fundamentals of Tourism Principles and Practices, Kanishka Publisher, 2005.
- Negi. J. Tourism and Travel Concepts and Principles, Gitanjali Publishing House, 1990.
- Mc Intosh. et. Tourism, Principles, Practices, Philosophies, Wiley, 1995.
- Cook R.A. et. Tourism the Business of Travel, Pearson, 2006.
- Walker. J.R, Introduction to Hospitality, Pearson, 2006.
- Basket A.J. and Medlik.S. Tourism past Present and Future, ELBS, 1988.
- Mill and Morrison, Tourism Systems, Practice Hall, 1992
- Law. A.A, A Companion to Tourism, Blackwell Publishing, 2004.

---

## इकाई- 4: पर्यटन के सिद्धांत और व्यवहार

---

### 4.0 प्रस्तावना

### 4.1 उद्देश्य

### 4.2 सतत पर्यटन को बढ़ावा देने में विश्व व्यापार संगठन की भूमिका

### 4.3 समृद्धि और शांति के लिए पर्यटन

### 4.4 दीर्घकालिक संभावनाएँ: पर्यटन 2020 दृष्टिकोण

### 4.5 पर्यटन मॉडल

### 4.6 पर्यटन के विकास में मील के पत्थर

### 4.7 पर्यटन की पाँच कालावधियाँ

### 4.8 पर्यटन की चुनौतियाँ और अवसर

### 4.9 पर्यटन और यात्रा में रुझान

### 4.10 सारांश

### 4.11 शब्दावली

### 4.12 स्व-मूल्यांकन अभ्यास

### 4.13 अतिरिक्त सामग्री

#### 4.0 प्रस्तावना :

अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन दुनिया का सबसे बड़ा निर्यात अर्जक है और अधिकांश देशों के भुगतान संतुलन में एक महत्वपूर्ण कारक है। पर्यटन के माध्यम से विकसित अंतर-सांस्कृतिक जागरूकता और व्यक्तिगत मित्रता दुनिया के सभी देशों के बीच अंतरराष्ट्रीय समझ में सुधार और शांति में योगदान के लिए एक शक्तिशाली कारक है।

इस इकाई में आप पर्यटन के मॉडल का अध्ययन करेंगे कि मध्यस्थ किस प्रकार पर्यटकों को पर्यटन आपूर्ति से लेकर सेवाएँ एवं सुविधाएँ उपलब्ध कराने में सहायता करते हैं। आप पर्यटन के विकास की राह के मील के पत्थर, पर्यटन की पांच काल, पर्यटन की चुनौतियों और पर्यटन और यात्रा में अवसरों और रुझानों से भी रु-ब-रु होंगे।

#### 4.1 उद्देश्य:

- सतत पर्यटन को बढ़ावा देने में विश्व व्यापार संगठन की भूमिका का अध्ययन करना।
- शांति और विकास के पासपोर्ट के रूप में पर्यटन का अध्ययन करना।
- यात्रा और पर्यटन के रुझान को समझना।
- पर्यटन की दीर्घकालिक संभावनाओं को समझना।
- प्रमुख पर्यटन चुनौतियों और अवसरों की पहचान करना।
- पर्यटन के विकास में विभिन्न मील के पत्थरों का अध्ययन करना।
- पर्यटन के ऐतिहासिक विकास में परिवहन के विभिन्न युगों का अध्ययन करना।
- पर्यटन में वृद्धि के कारणों की पहचान करना।
- पर्यटन उद्योग को आकार देने वाले प्रमुख प्रतिभागियों और ताकतों की पहचान करना।

#### 4.2 सतत (धारणीय) पर्यटन को बढ़ावा देने में विश्व पर्यटन संगठन की भूमिका:

पर्यटन एक गतिशील, उभरता हुई, उपभोक्ता-संचालित शक्ति है और यदि इसके सभी परस्पर संबंधित घटकों को एक छतरी के नीचे रखा जाए तो यह दुनिया का सबसे बड़ा उद्योग है; यात्रा करना; आवास; सम्मेलन, प्रदर्शनियाँ, बैठकें, कार्यक्रम, रेस्तराँ, प्रबंधित सेवाएँ और मनोरंजन।

यात्रा और पर्यटन के क्षेत्र में अग्रणी अंतरराष्ट्रीय संगठन, विश्व पर्यटन संगठन [डब्ल्यूटीओ] को संयुक्त राष्ट्र द्वारा जिम्मेदार धारणीय और सार्वभौमिक रूप से सुलभ पर्यटन के विकास को बढ़ावा देने में एक केंद्रीय और निर्णायक भूमिका सौंपी गई है, जिसका उद्देश्य आर्थिक विकास, अंतर्राष्ट्रीय समझ, शांति, समृद्धि, और मानव अधिकारों और मौलिक स्वतंत्रता के लिए सार्वभौमिक सम्मान और पालन में योगदान देना है। इस लक्ष्य को आगे बढ़ाने में यह संगठन पर्यटन के क्षेत्र में विकासशील देशों के हितों पर विशेष ध्यान देता है।

विश्व पर्यटन के लिए एक सर्वव्यापी संगठन के रूप में कार्य करते हुए, डब्ल्यूटीओ प्रौद्योगिकी हस्तांतरण और अंतर्राष्ट्रीय सहयोग को बढ़ावा देने, सार्वजनिक-निजी क्षेत्र की भागीदारी को प्रोत्साहित और विकसित करने और पर्यटन के लिए वैश्विक आचार संहिता के कार्यान्वयन को प्रोत्साहित करने में एक उत्प्रेरक भूमिका निभाता है और यह सुनिश्चित करने का प्रयास करता है कि सदस्य देश, पर्यटन स्थल और व्यवसाय सकारात्मकता को अधिकतम करते हैं पर्यटन के



आर्थिक, सामाजिक और सांस्कृतिक प्रभाव और इसके लाभों को पूरी तरह से प्राप्त करते हैं, साथ ही वे इसके नकारात्मक सामाजिक और पर्यावरणीय प्रभावों को कम करते हैं।

पर्यटन के माध्यम से, डब्ल्यूटीओ का लक्ष्य आर्थिक विकास और रोजगार सृजन को प्रोत्साहित करना, पर्यावरण और सांस्कृतिक विरासत की रक्षा के लिए प्रोत्साहन प्रदान करना और शांति, समृद्धि और मानव अधिकार के सम्मान को बढ़ावा देना है।

इसकी सदस्यता में 143 देश, 7 अधिक्षेत्र और निजी क्षेत्र के शैक्षणिक संस्थान, पर्यटन संघों और स्थानीय पर्यटन प्राधिकरणों का प्रतिनिधित्व करने वाले लगभग 350 संबद्ध सदस्य शामिल हैं। दुर्भाग्य से संयुक्त राज्य अमेरिका इसका सदस्य नहीं है, लेकिन जल्द ही सदस्य बन सकता है।

डब्ल्यूटीओ और विश्व यात्रा और पर्यटन परिषद यात्रा और पर्यटन उद्योग की निम्नलिखित विशेषताओं की घोषित करते हैं:

- साल में 24 घंटे, सप्ताह के 7 दिन का आर्थिक चालका।
- विश्व सकल घरेलू उत्पाद का 10.2 प्रतिशत हिस्सा है।
- 200 मिलियन लोगों का नियोक्ता या वैश्विक कार्यबल का 7.8 प्रतिशत।
- यात्रा और पर्यटन ने 2000 के दशक के दौरान प्रति वर्ष 505 मिलियन से अधिक नौकरियों के सृजन में सहायता की।
- कर राजस्व का अग्रणी उत्पादक।

---

#### 4.3 समृद्धि और शांति के लिए पर्यटन:

---

नई सहस्राब्दी की शुरुआत में, पर्यटन कई देशों में नंबर एक उद्योग और विदेशी मुद्रा आय और रोजगार सृजन के मामले में सबसे तेजी से बढ़ते आर्थिक क्षेत्र के रूप में मजबूती से स्थापित हो गया है। अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन दुनिया का सबसे बड़ा निर्यात अर्जक है और अधिकांश देशों के भुगतान संतुलन में एक महत्वपूर्ण कारक है।

पर्यटन दुनिया में रोजगार के सबसे महत्वपूर्ण स्रोतों में से एक बन गया है। यह बुनियादी ढांचे में भारी निवेश को प्रोत्साहित करता है, जिसमें से अधिकांश स्थानीय लोगों के साथ-साथ पर्यटकों की जीवन स्थितियों को बेहतर बनाने में मदद करता है। यह सरकारों को पर्याप्त कर राजस्व प्रदान करता है। अधिकांश नई पर्यटन नौकरियाँ और व्यवसाय विकासशील देशों में सृजित होते हैं, जिससे आर्थिक अवसरों को बराबर करने और ग्रामीण निवासियों को भीड़भाड़ वाले शहरों में जाने से रोकने में मदद मिलती है।

पर्यटन के माध्यम से विकसित अंतर-सांस्कृतिक जागरूकता और व्यक्तिगत मित्रता अंतरराष्ट्रीय समझ को बेहतर बनाने और दुनिया के सभी देशों के बीच शांति में योगदान देने के लिए एक शक्तिशाली कारक है।

विश्व पर्यटन संगठन निजी क्षेत्र, स्थानीय अधिकारियों और गैर-सरकारी संगठनों के साथ साझेदारी में सरकारों को पर्यटन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाने के लिए प्रोत्साहित करता है। डब्ल्यूटीओ दुनिया भर के देशों को पर्यावरण और समाज पर इसके संभावित नकारात्मक परिणामों को कम करते हुए पर्यटन के सकारात्मक प्रभावों को अधिकतम करने में मदद करता है।

**विश्व का सबसे बड़ा उद्योग-पर्यटन-** सबसे बड़ी वैश्विक रोजगार संभावनाएँ पैदा करता है। यह प्रवृत्ति निम्नलिखित कारकों के कारण पैदा हुई है:

1. **सीमाओं का खुलना;** सुरक्षा चिंताओं के बावजूद, हम 10 साल पहले की तुलना में अब अधिक देशों की यात्रा कर सकते हैं। अमेरिका का 28 यूरोपीय देशों के साथ वीजा छूट कार्यक्रम है।
2. प्रयोज्य आय और छुट्टियों में वृद्धि।
3. सस्ती और अधिक विशिष्ट उड़ानें
4. अधिक समय और धन वाले लोगों की संख्या में वृद्धि।
5. यात्रा करने की इच्छा रखने वाले अधिक लोग।

विश्व यात्रा और पर्यटन परिषद के अनुसार उद्योग व्यापार जगत के अग्रणी फोरम-पर्यटन और यात्रा प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रूप से वैश्विक सकल घरेलू उत्पाद [जीडीपी] का 10.2 प्रतिशत, निवेश और रोजगार उत्पन्न करते हैं। अगले 10 वर्षों के दौरान इस उद्योग के वास्तविक रूप से मजबूती से बढ़ने का अनुमान है।

---

#### 4.4 दीर्घकालिक संभावनाएँ पर्यटन 2020 विजन:

---

आने वाले वर्षों में यात्राओं की संख्या बढ़ने की संभावना है, जिसका पर्यटन पर महत्वपूर्ण प्रभाव पड़ेगा। प्रत्याशित वृद्धि के कुछ कारण इस प्रकार हैं:

- लंबा जीवन काल, अब औसत व्यक्ति की जीवन प्रत्याशा लगभग पचहत्तर वर्ष है। सुविधाजनक काम के घंटे। आज, बहुत से लोग प्रतिदिन चार से दस घंटे काम करते हैं और उनका सप्ताहांत लंबा होता है। निस्संदेह, विशेष रूप से आतिथ्य और पर्यटन उद्योगों में कई अन्य लोग सप्ताहांत पर काम करते हैं और सप्ताह के दौरान उनके पास खाली समय होता है।
- समय से पहले सेवानिवृत्ति, तेजी से, लोगों को पचपन की उम्र में सेवानिवृत्त होने का अवसर दिया जा रहा है। यह प्रारंभिक सेवानिवृत्ति आम तौर पर उनकी कंपनी या सरकारी एजेंसी में तीस साल की सेवा वाले कर्मचारियों को दी जाती है।
- यात्रा में अधिक आसानी, आज, व्यावसायिक और अवकाश दोनों उद्देश्यों के लिए छुट्टियों और सप्ताहांत पर यात्रा करना आसान हो गया है। यात्रा का प्रत्येक तरीका अतिरिक्त खाली समय का लाभ उठाने के बढ़ते अवसर प्रदान करता है।
- छोटी, अधिक बार यात्राएँ करने की प्रवृत्ति, लोग अब अपनी सारी छुट्टियाँ एक ही बार में बिताने के बजाय कम लेकिन बार-बार छोटी छुट्टियाँ लेना पसंद करते हैं। यूरोपीय लोग आम तौर पर उत्तरी अमेरिकियों की तुलना में अधिक लंबी छुट्टियाँ लेते हैं। वहाँ चार सप्ताह का नए कर्मचारियों के लिए सामान्य अवकाश लाभ है, और कुछ वर्षों की सेवा के बाद छह सप्ताह सामान्य अवकाश लाभ है।
- जीवन स्तर में वृद्धि, कई विकासशील देशों में अधिकतर लोगों की आय बढ़ी है और वे यात्रा करना चाहते हैं। चीन, अपने नए उद्यम क्षेत्रों के साथ सैकड़ों-हजारों उद्यमियों को तैयार कर रहा है जो जल्द ही विदेशों की यात्रा करेंगे। पूर्व

सोवियत ब्लॉक देशों के लाखों पूर्वी यूरोपीय निवासियों के पास अब यात्रा करने की क्षमता और अधिकार है। कुल मिलाकर, अतिरिक्त तीन सौ मिलियन लोगों के पास जल्द ही पासपोर्ट होंगे।

आतंकवादी हमलों और कमजोर आर्थिक सुधार के बावजूद, पर्यटन के लिए दीर्घकालिक संभावनाएँ अच्छी प्रतीत होती हैं। पर्यटन 2020 विज्ञान विश्व पर्यटन संगठन का नई सहस्राब्दी के पहले 20 वर्षों के लिए पर्यटन के विकास का दीर्घकालिक पूर्वानुमान और मूल्यांकन है। पर्यटन 2020 विज्ञान का एक अनिवार्य परिणाम 25 साल की अवधि को कवर करने वाला मात्रात्मक पूर्वानुमान है, जिसमें 1995 को आधार वर्ष और 2000, 2010 और 2020 के लिए पूर्वानुमान है डब्ल्यूटीओ के पर्यटन 2020 विज्ञान का अनुमान है कि वर्ष 2020 तक अंतर्राष्ट्रीय आगमन 1.56 बिलियन से अधिक तक पहुंचने की उम्मीद है। इनमें से 1.2 बिलियन अंतर्राष्ट्रीय होंगे और 0.4 बिलियन लंबी दूरी के यात्री होंगे।

तथ्य यह है कि पर्यटन के तेजी से बढ़ने की उम्मीद है, यह जबरदस्त अवसर और चुनौतियाँ दोनों प्रस्तुत करता है। अच्छी खबर यह है कि आज के आतिथ्य और पर्यटन स्नातकों के लिए विभिन्न प्रकार की रोमांचक करियर संभावनाएँ हैं। पर्यटन परिपक्व उद्योग होते हुए भी एक युवा पेशा है। "परेशान" पर्यटकों के प्रति नतीजों और नकारात्मकता से बचने के लिए पर्यटन और यात्रा का सावधानीपूर्वक प्रबंधन आवश्यक होगा, जो पहले से ही कुछ हद तक यूरोप में हो रहा है, जहां पर्यटकों की भारी संख्या आकर्षण और सुविधाओं पर भारी पड़ती है।

पर्यटन, यात्रा, आवास, खाद्य सेवा और मनोरंजन के विभिन्न क्षेत्रों के बीच अन्योन्याश्रयता है। होटल के मेहमानों को होटल तक पहुंचने के लिए यात्रा करनी होगी। वे पास के रेस्तराँ में खाना खाते हैं और आकर्षक स्थलों का भ्रमण करते हैं। प्रत्येक स्तर एक हद तक व्यवसाय के लिए दूसरे स्तर पर निर्भर है।

---

अपनी प्रगति जांचें-I:

1. डब्ल्यूटीओ के पूर्वानुमान के अनुसार, 2020 तक अपेक्षित अंतरराष्ट्रीय पर्यटक आगमन क्या होगा, इनमें से क्रमशः अंतरक्षेत्रीय और लंबी दूरी के यात्रियों की संख्या कितनी होगी।

---

#### 4.5 पर्यटन मॉडल:

जैसे ही आप पर्यटन मॉडल का अध्ययन करते हैं, आपको जानना होता है कि प्रत्येक खंड दूसरे से कैसे संबंधित है। आइए यात्रियों (पर्यटकों) से पर्यटन का अपना अध्ययन शुरू करें, जो सभी पर्यटन गतिविधियों के लिए केंद्र बिंदु के रूप में कार्य करते हैं। इस केंद्र बिंदु से निकलने वाले तीन बड़े समूह हैं जिनमें पर्यटन प्रतिभागियों और संगठनों के कई अन्योन्याश्रित समूह शामिल हैं। व्यक्तिगत पर्यटक इनमें से किसी भी पर्यटन सेवा आपूर्तिकर्ता के साथ सीधे सौदा कर सकते हैं, लेकिन वे अक्सर पहले समूह के पर्यटन प्रमोटरों द्वारा प्रदान की जाने वाली पेशेवर सेवाओं पर भरोसा करते हैं। पर्यटन प्रमोटर, जैसे ट्रेवल एजेंसियां और पर्यटक बोर्ड जानकारी और अन्य विपणन सेवाएँ प्रदान करते हैं। मॉडल के अगले समूह में हम प्रमुख पर्यटन आपूर्तिकर्ताओं को देखते हैं जो यात्रियों को परिवहन, आवास और अन्य आवश्यक सेवाएँ प्रदान करते हैं।

पर्यटन आपूर्तिकर्ता ये सेवाएँ स्वतंत्र रूप से प्रदान कर सकते हैं, वे एक-दूसरे के साथ प्रतिस्पर्धा कर सकते हैं, और कभी-कभी वे एक साथ काम कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, एयरलाइन, बस रेलमार्ग, क्रूज जहाज और कार किराए पर लेने वाली कंपनियां यात्री व्यवसाय के लिए व्यक्तिगत रूप से प्रतिस्पर्धा कर सकती हैं। हालाँकि, वे फ्लाई-राइड फ्लाई-क्रूज और फ्लाई-ड्राइव विकल्प जैसे सहकारी पैकेज प्रदान करने के लिए भी टीम बना सकते हैं। या जैसा कि एयरलाइंस ने पाया है, उन्हें राज्यों, राष्ट्रों और महाद्वीपों में निर्बाध यात्रा प्रदान करने के लिए कई अन्य वाहकों के साथ रणनीतिक

गठबंधन स्थापित करना होगा। होटल और रिसॉर्ट्स भी एक ही यात्री के संरक्षण के लिए एक-दूसरे के खिलाफ प्रतिस्पर्धा कर सकते हैं, फिर भी पर्यटकों को एक विशिष्ट स्थान पर आकर्षित करने के लिए परिवहन प्रदाताओं के साथ सहयोग करते हैं। पर्यटन उद्योग के सभी क्षेत्रों का प्रतिनिधित्व करने वाले सेवा प्रदाता अक्सर पर्यटकों या गंतव्यों को आकर्षित करने के लिए डिज़ाइन किए गए प्रचार पैकेज विकसित करने के लिए मिलकर काम कर सकते हैं।

ये व्यक्ति और संगठन कितनी निकटता से मिलकर काम करते हैं, यह अंततः पर्यटन गतिविधियों के चेहरे को आकार देने वाली ताकतों से प्रभावित होता है। जैसा कि हमारे मॉडल से पता चलता है, पर्यटन उद्योग शून्य में काम नहीं करता है। सभी प्रतिभागी, या तो व्यक्तिगत रूप से या एक समूह के रूप में, विभिन्न प्रकार की सामाजिक/सांस्कृतिक, राजनीतिक, पर्यावरणीय, आर्थिक और तकनीकी ताकतों पर लगातार प्रतिक्रिया दे रहे हैं। इन बलों के उदाहरण सूक्ष्म परिवर्तनों, जो कई वर्षों के बाद ही ध्यान देने में आते हैं, से लेकर अधिक नाटकीय झटकों तक, जो कि तत्काल और दृश्यमान प्रभाव पैदा करते हैं, देखने को मिल सकते हैं।

उन पर्यटन गंतव्यों में धीरे-धीरे बदलाव देखे जा सकते हैं जो कभी फैशन में थे लेकिन अंततः लोकप्रियता में फीके पड़ गए, जैसे कि कनाडा/यू.एस. में नियाग्रा फॉल्स, इंग्लैंड में ब्राइटन। इसी तरह के बदलाव परिवहन में भी देखे जा सकते हैं। उत्तरी अटलांटिक में स्टीमशिप मार्ग की जगह तेज और अधिक कुशल हवाई जहाज द्वारा ले ली गई है, जिसने यात्रियों के लिए नए क्षितिज खोले। मुद्रा अवमूल्यन, युद्ध, ईंधन की कमी और प्राकृतिक आपदाओं द्वारा लाए गए अचानक बदलावों में तत्काल प्रभाव देखा जा सकता है। इंटरनेट जैसी नई तकनीकों को तेजी से अपनाने से पर्यटन गतिविधियों पर तत्काल और दूरगामी प्रभाव पड़ सकता है। जिस देश को पहले अनदेखा किया गया था वह अचानक एक लोकप्रिय पर्यटन स्थल बन सकता है क्योंकि यह अधिक किफायती या सुलभ है। इसके विपरीत, हाल की प्राकृतिक आपदा या राजनीतिक उथल-पुथल के कारण पहले लोकप्रिय रहा गंतव्य नज़रंदाज़ किया जा सकता है।

राजनीतिक और आर्थिक परिवर्तनों के कारण देशों से आने वाले यात्रियों की संख्या में भी नाटकीय रूप से भिन्नता होती है। अब जबकि चीन ने अपने आर्थिक विकास के कारण एक बड़ा मध्यम वर्ग विकसित कर लिया है, चीन अब बाहर जाने वाले यात्रियों के मामले में सबसे बड़ा एशियाई देश है।

आइए देखें कि यह मॉडल कैसे काम कर सकता है। मान लीजिए आप (एक पर्यटक) एक धूप वाले समुद्र तट या बर्फ से ढके पहाड़ पर जाना चाहते हैं। आप विभिन्न एयरलाइंस, कॉन्डोमिनियम, होटल और/या रिसॉर्ट्स (पर्यटन सेवा आपूर्तिकर्ता) की वेबसाइटों पर जाकर संभावित उड़ान कार्यक्रम और आवास विकल्पों की खोज करके अपनी यात्रा की योजना बनाना शुरू कर सकते हैं। आप बस एक ट्रेवल एजेंट (पर्यटन प्रमोटर) को बुला सकते हैं जो आपके विकल्प को पूरा करने के लिए सर्वोत्तम विकल्पों की खोज करेगा, इंटरनेट पर सर्फिंग की पेशकश के माध्यम से आपके इच्छित गंतव्य के लिए "आभासी यात्रा" करेगा। अंत में, आप अपने पसंदीदा गंतव्यों के बारे में अधिक जानने के लिए स्थानीय वाणिज्य मंडलों या आगंतुक ब्यूरो से संपर्क कर सकते हैं।

---

## अपनी प्रगति जांचें- II

---

कौन से बाहरी कारक पर्यटन की वृद्धि और विकास को प्रभावित करते हैं?

---

### 4.6 पर्यटन के विकास में मील के पत्थर:

---

दर्ज इतिहास से पूर्व की यात्राएँ रोमांच और जिज्ञासा की भावना से शुरू होती हैं।

- 4850 ई.पू.-715 ई.पू. मिस्रवासी केंद्रीकृत सरकारी स्थानों की यात्रा करते हैं।

- 1760 ई.पू.-1027 ई.पू. शैंक राजवंशों ने सुदूर पूर्व के सुदूर स्थानों तक व्यापार मार्ग स्थापित किए।
- 1100 ई.पू.-800 ई.पू. फोनीशियन अपने पूरे साम्राज्य में व्यापार और यात्रा के लिए बड़े नौकायन बेड़े विकसित किए।
- 900 ई.पू.-200 ई.पू. यूनानियों ने आम भाषा और मुद्रा विकसित की और शहर-राज्यों के गंतव्य बनने के साथ ही यात्री सेवाएं उभर कर सामने आईं।
- 500 ई.पू.-300 ई.पू. रोमनों ने वाणिज्य, रोमांच और आनंद के लिए यात्रा के लिए सड़कों, कानूनी व्यवस्था और सरायों में सुधार किया।
- 300 ई.-900 ई. मायाओं ने मध्य और उत्तरी अमेरिका के कुछ हिस्सों में व्यापार और यात्रा मार्ग स्थापित किए।
- 1096 ई.- 1295 पवित्र-स्थल को पुनः प्राप्त करने के लिए असफल धर्मयुद्ध हेतु यूरोपीय यात्राएँ
- मुस्लिम कब्जे से प्राप्त भूमि ने इन सैन्य बलों को नए स्थानों और संस्कृतियों से परिचित कराया।
- 1275 ई. - ई. 1295 मार्को पोलो की सुदूर पूर्व की यात्रा से यात्रा और व्यापार में रुचि बढ़ने लगी।
- 14वीं-16वीं शताब्दी में व्यापारिक गतिविधियों के बढ़ने और व्यापारियों के नए क्षेत्रों में प्रवेश करने से व्यापार मार्ग विकसित हुए।
- 1616 ई.-ई. 1785 ग्रैंड टूर एरा ने सभ्य दुनिया की संस्कृतियों का अनुभव करने के इच्छुक धनी व्यक्तियों के लिए यात्रा को एक स्टेटस सिंबल बनाया।
- 18वीं-19वीं शताब्दी, औद्योगिक क्रांति ने तकनीकी प्रगति को जन्म दिया, यात्रा और व्यापार को अधिक कुशल बनाया और बाजारों का विस्तार किया; बढ़ती व्यक्तिगत आय ने यात्रा को व्यावसायिक आवश्यकता और अवकाश गतिविधि दोनों बना दिया।
- 1841 थॉमस कुक ने इंग्लैंड में पहला समूह भ्रमण शुरू किया।
- 1903 राइट ब्रदर्स ने पहली सफल विमान उड़ान के साथ उड़ान के युग की शुरुआत की।
- 1913 वेस्टिंगहाउस कॉरपोरेशन संस्थानों ने अपने कर्मचारियों को छुट्टियों का भुगतान किया।
- 1914 हेनरी फोर्ड ने मॉडल टी का बड़े पैमाने पर उत्पादन शुरू किया।
- 1919 लंदन और पेरिस के बीच पहली अनुसूचित एयरलाइन यात्री उड़ान की शुरुआत।
- 1945 द्वितीय विश्व युद्ध समाप्त हुआ और संपत्ति के नए युग की शुरुआत हुई, जिससे लाखों लोगों को आनंद के लिए यात्रा करने के लिए समय, धन और रुचि मिली।
- 1950 डायनर्स क्लब ने पहला क्रेडिट कार्ड पेश किया।
- 1952 में लंदन और जोहान्सबर्ग, दक्षिण अफ्रीका के बीच जेट यात्री सेवा का उद्घाटन हुआ।

- 1978 एयरलाइन विनियमन अधिनियम पर हस्ताक्षर के साथ मार्गों और किरायों पर प्रतिस्पर्धा शुरू हुई
- 2001 सितंबर 11 को न्यू यॉर्क सिटी में वर्ल्ड ट्रेड सेंटर और वाशिंगटन डी.सी. में पेंटागन पर आतंकवादी हमलों के बाद पूरे अमेरिका में यात्रा के लिए सुरक्षा प्रशासन (टीएसए) बनाया गया।
- 2002 यूरो मुद्रा की शुरुआत यूरोपीय संघ के सदस्य देशों के बीच यात्रा के उदारीकरण का संकेत देती है।

#### 4.7 पर्यटन की पाँच कालावधियाँ:

पर्यटन के ऐतिहासिक विकास को पाँच अलग-अलग युगों (या अवधियों) में विभाजित किया गया है, जिनमें से चार परिवहन के नए साधनों के आगमन के समानांतर हैं।

- औद्योगिक क्रांति से पहले (1840 से पहले)
- रेलवे युग
- जेट विमान की उम्र
- क्रूज जहाज की उम्र

#### पूर्व औद्योगिक क्रांति:

300 ईसा पूर्व में, प्राचीन मिस्रवासी अपने नेताओं के लिए कब्रों के रूप में पिरामिड बनाने के लिए विशाल चट्टानें लेकर नील नदी में ऊपर और नीचे नौकायन करते थे। फोनीशियन किसी भी आधुनिक अर्थ में पहले वास्तविक यात्रियों में से थे। भूमध्यसागरीय बेसिन और ओरिएंट दोनों में यात्रा व्यापार से प्रेरित थी। हालाँकि, इन समयों में यात्रा के लिए व्यापार ही एकमात्र प्रेरणा नहीं था; वाणिज्य और अधिक प्रचुर खाद्य आपूर्ति की खोज ने भी यात्रा को प्रेरित किया।

रोमन साम्राज्य ने मिस्र से ब्रिटेन तक फैली एक विशाल सड़क प्रणाली के माध्यम से यात्रियों को सुरक्षित मार्ग प्रदान किया। अमीर रोमनों ने मिस्र और ग्रीस, स्नान तीर्थस्थलों और समुद्र तटीय सैरगाहों की यात्रा की। रोमन लोग आधुनिक पर्यटकों की तरह ही उत्सुक थे। उन्होंने अपने समय के आकर्षणों का दौरा किया, ग्रीक मंदिरों और उन स्थानों पर ट्रेकिंग की जहाँ सिकंदर महान सोते थे, सुकरात रहते थे, अजाक्स ने आत्महत्या कर ली थी, और अचिलिज विसुवियस ज्वालामुखी के विस्फोट से दब गया था। कई रेस्तराँ, शराबखाने और सराय बनाए गए जहाँ पर्यटक आज भी आते हैं।

मध्ययुगीन यात्रा ज्यादातर धार्मिक यात्रा तक ही सीमित थी, विशेष रूप से विभिन्न तीर्थस्थलों की तीर्थयात्रा: मुस्लिमों को मक्का और ईसाइयों की यरूशलेम और रोम तक। धर्मयुद्ध 1095 में शुरू हुआ और अगले दो सौ वर्षों तक चला, जिससे सांस्कृतिक आदान-प्रदान को बढ़ावा मिला, जो कुछ हद तक पुनर्जागरण के लिए जिम्मेदार था।

पूरे यूरोप में यात्रा और व्यापार फला-फूला। जीवन स्तर में वृद्धि के साथ सांस्कृतिक गतिविधियों के प्रति जागरूकता बढ़ी। बाद में, अभिजात वर्ग ने यूरोप की भव्य यात्राएँ कीं और एक समय में प्रमुख शहरों में हफ्तों या महीनों के लिए रुके। इसे "युवा महिलाओं या सज्जनों की शिक्षा को पूरा करने का एक आवश्यक हिस्सा माना जाता था, सौभाग्य से, यात्रा अब लगभग हर किसी के लिए संभव हो गई है।

#### रेलवे युग :

संयुक्त राज्य अमेरिका, कनाडा और कई अन्य देशों में रेलमार्गों ने प्रमुख भूमिका निभाई। रेलमार्गों द्वारा लाई गई अग्रणी भावना ने महान अमेरिकी पश्चिमी तट के द्वार खोल दिए। रेल यात्रा के आगमन से पहले, पर्यटकों को ट्रेन और गाड़ी से यात्रा करनी पड़ती थी। तुलनात्मक रूप से, रेलवे अधिक कुशल, कम खर्चीला और अधिक आरामदायक था। रिजॉर्ट केंद्रित समुदाय उत्तरी अमेरिका और यूरोप में आबादी के एक बड़े हिस्से की पहुंच में आ गए। रेलमार्गों ने आवास उद्योग में बदलाव लाए, क्योंकि टर्नपाइक के किनारे स्थित शराबखानों ने रेलवे स्टेशनों के पास होटलों के निर्माण को सम्भव बना दिया।

संयुक्त राज्य अमेरिका में पहला रेलमार्ग 1830 में बनाया गया था, लेकिन उस वर्ष के अंत तक केवल 23 मील रेल बिछाई गई थी। इसके विपरीत, 1860 तक, 30,626 मील ट्रैक थे। 1869 में, ट्रांसकॉन्टिनेंटल कनेक्शन के कारण पूरे अमेरिका में रेल यात्रा संभव हो गई, जिससे ट्रांसकॉन्टिनेंटल कनेक्शन के कारण पूरे अमेरिका में रेल यात्रा संभव हो गई, जिससे यात्रा छह दिनों में पूरी हो सकती थी। इससे पहले, इस तरह की यात्रा में वैगन द्वारा कई महीने या क्लिपर जहाजों द्वारा केप हॉर्न, दक्षिण अमेरिका का चक्कर लगाने में कई सप्ताह लगते थे।

यात्रियों की सुविधा सुनिश्चित करने के लिए, रेलमार्गों में उत्कृष्ट डाइनिंग कार और शयन बर्थ थे। 1930 के दशक की मंदी और द्वितीय विश्व युद्ध तक रेलमार्गों ने बीसवीं सदी में अपनी लाइनों का विस्तार जारी रखा। इन घटनाओं के साथ रेलमार्ग के उपयोग में गिरावट शुरू हुई जो ऑटोमोबाइल के आविष्कार से तेज हो गई। खुली सड़क की स्वतंत्रता ने ऑटोमोबाइल यात्रा को ट्रेन यात्रा की तुलना में प्रतिस्पर्धात्मक लाभ दिया।

यात्री रेल प्रणाली के पूर्ण पतन को रोकने के लिए, संयुक्त राज्य सरकार ने 1971 में AMTRAK बनाया, AMTRAK एक अर्ध-सार्वजनिक संगठन है; इसके बोर्ड के पंद्रह सदस्यों में से आठ को संयुक्त राज्य अमेरिका के राष्ट्रपति द्वारा, तीन को रेलमार्ग द्वारा, और चार को पसंदीदा निजी शेयरधारक द्वारा चुना जाता है, AMTRAK को संयुक्त राज्य कांग्रेस द्वारा प्रति वर्ष \$500 मिलियन से \$800 मिलियन तक की राशि में सब्सिडी दी जाती है।, यह सब्सिडी उसके कुल राजस्व का 35 से 50 प्रतिशत के बीच प्रतिनिधित्व करती है। AMTRAK ने बहुत सी अलाभकारी लाइनों को समाप्त कर दिया है, ताकि दक्षता और गुणवत्ता को बढ़ाया जा सके। हवाई यातायात से मिल रही चुनौती से निपटने के लिए कई प्रकार के रेलवे टूर पैकेज दिए जाते हैं, विशेषकर उम्रदराज लोगों को जो यात्रा का सुकून-भरा आनंद लेना पसंद करते हैं।

हालाँकि संयुक्त राज्य अमेरिका में रेल यात्रा में गिरावट आई है, यूरोप और एशिया में रेलमार्ग यात्री और माल परिवहन में कहीं अधिक महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। घनी आबादी वाले क्षेत्रों में रेलमार्ग परिवहन का अधिक लागत प्रभावी और अधिक कुशल साधन हैं। यूरोपीय लोगों ने ऐसी रेलगाड़ियाँ विकसित की हैं जो 250 मील प्रति घंटे तक की रफ्तार पकड़ सकती हैं। फ्रेंच ट्रेस ग्रांडे विटेस (टीजीवी, बहुत तेज गति) पेरिस और मार्सिले के बीच तीन घंटे में चलती है। चैनल सुरंग इंग्लैंड को फ्रांस से जोड़ती है और ट्रेनों और ऑटोमोबाइल दोनों को इंग्लिश चैनल की 23 मील की यात्रा करने में सक्षम बनाती है।

जापान में बुलेट ट्रेन 250 मील प्रति घंटे तक चल सकती है। सभी रेलगाड़ियाँ इतनी तेज नहीं चलतीं, लेकिन यात्रा उल्लेखनीय रूप से सहज होती है, एक पेय का गिलास टेबल पर आराम कर सकता है और गिरता नहीं है। संयुक्त राज्य अमेरिका की तरह, जापानी और यूरोपीय रेल प्रणालियों को उनकी संबंधित सरकारों द्वारा भारी सब्सिडी दी जाती है। यूरोप जाने वाले कई अमेरिकी यूरेल पास का लाभ उठाते हैं। यूरेल पास, जिसे यूरोप के बाहर के ट्रेवल एजेंटों से खरीदा

जाना चाहिए, आगंतुकों को यूनाइटेड किंगडम के अपवाद के साथ, पूरे यूरोप में यात्रा करने की अनुमति देता है। पर्यटक सैकड़ों शहरों में ट्रेन से चढ़ और उतर सकते हैं और स्थानीय आकर्षणों का आनंद ले सकते हैं।

### ऑटोमोबाइल यात्रा:

1800 के दशक के अंत में भाप इंजन से ऑटोमोबाइल का विकास हुआ, जब कार्ल बेंज और गोटलिब डेमलर ने आंतरिक दहन इंजन के लिए एक कारखाना बनाया, जो अब मर्सिडीज़ बेंज है। 1891 में ऑटोमोबाइल का उत्पादन बड़ी संख्या में शुरू हुआ। बहुत पहले, हेनरी फ़ोर्ड ने अपना पहला वाहन बनाया और असेंबली लाइन पर ऑटोमोबाइल बनाने की तकनीक का आविष्कार किया। 1914 तक, हेनरी फ़ोर्ड हर चौबीस सेकंड में एक मॉडल टी फ़ोर्ड का उत्पादन कर रहे थे। रोबोट की अतिरिक्त मदद से असेंबली-लाइन उत्पादन आज भी जारी है। संयुक्त राज्य अमेरिका में लगभग 150 मिलियन ऑटो पंजीकृत हैं। अगली सबसे बड़ी राशि वाला देश जापान है, जिसमें लगभग 33 मिलियन पंजीकृत हैं।

बड़े और चौड़े राजमार्गों के निर्माण और ऑटोमोबाइल खरीदने के लिए अधिकतर परिवारों की बढ़ती वित्तीय क्षमता के कारण यात्रा और पर्यटन में जबरदस्त वृद्धि हुई, मोटल और रेस्तराँ राजमार्गों के किनारे उभरे।

### हवाई यात्रा:

राइट बंधुओं, जिन्हें ग्लाइडिंग का शौक था, ने अपने एक ग्लाइडर में चल पंखों और विंगटिप नियंत्रण के साथ एक इंजन लगाने का फैसला किया। पर्याप्त हल्का इंजन ढूंढने के लिए, उन्हें अपना खुद का इंजन बनाना पड़ा। 1903 में, उन्होंने अपने 13-हॉर्सपावर के इंजन का परीक्षण किया। पहली बार में इसने यान को बारह सेकंड के लिए हवा में उठाया और 120 फीट की दूरी तय की।

1909 में एक हवाई जहाज ने इंग्लिश चैनल को पार किया और 1919 तक लंदन और पेरिस के बीच एक निर्धारित यात्री सेवा शुरू हुई। यह महसूस करते हुए कि अन्य लोग अटलांटिक को पार करने का प्रयास करने वाले थे, चार्ल्स लिंडबर्ग ने सेंट लुइस में निवेशकों के एक समूह को सैन डिएगो में एक नए हवाई जहाज के निर्माण के लिए धन देने के लिए राजी किया। "स्प्रीट ऑफ़ सेंट लुइस" साठ दिनों में बनाया गया था। लिंडबर्ग ने 1927 में अटलांटिक महासागर को पहली बार अकेले पार किया। अट्टाईस घंटे की उड़ान का यह इतिहास विमानन इतिहास में प्रमुख मोड़ था। यह स्मारकीय उपलब्धि एयरलाइन उद्योग में बड़े पैमाने पर निवेश के लिए उत्प्रेरक थी। संयुक्त राज्य अमेरिका में पहली अनुसूचित हवाई सेवा 1915 में सैन डिएगो और लॉस एंजिल्स के बीच शुरू हुई। बाद में, 1930 में कैलिफोर्निया में डगलस कंपनी ने DC-2 पेश किया, जो चौदह यात्रियों को ले जा सकता था और 213 मील प्रति घंटे की गति से उड़ सकता था। सबसे प्रसिद्ध हवाई जहाज, डीसी-3, 1936 में सेवा में आया। आज तक, उनमें से दो हजार से अधिक अभी भी उड़ान भर रहे हैं।

1944 में, अंतर्राष्ट्रीय हवाई मार्गों और सेवाओं की स्थापना के लिए शिकागो में एक अंतर्राष्ट्रीय सम्मेलन आयोजित किया गया था। अमेरिकी और यूरोपीय प्रतिनिधि इस बात पर असहमत थे कि प्रतिस्पर्धा को कितना प्रतिबंधित किया जाए, अमेरिकियों ने प्रतिबंधित के बिना प्रतिस्पर्धा पर जोर दिया। हालाँकि, चालीस देशों की सत्तर एयरलाइनों ने परिवहन दरों के एक महत्वपूर्ण समझौते की पुष्टि की और अंतर्राष्ट्रीय एयर ट्रांसपोर्टेशन एसोसिएशन (आईएटीए) बनाया। आईएटीए दुनिया की एयरलाइंस का प्रमुख व्यापार संघ है। वित्तीय, कानूनी, तकनीकी और यातायात मामलों पर अंतर्राष्ट्रीय समझौतों के माध्यम से, हवाई यात्रा की विश्वव्यापी व्यवस्था संभव हुई है।



एक समझौता करने के लिए अमेरिकी और यूरोपीय प्रतिनिधि 1946 में बरमूडा में फिर से मिले। बरमूडा समझौता, जिसके द्वारा देशों ने लाभों का आदान-प्रदान किया, बाद में द्विपक्षीय वार्ता के लिए एक मॉडल बन गया। बरमूडा में छह वायु सेवा की स्वतंत्रताओं पर सहमति इस प्रकार थी:

- दूसरे देश के क्षेत्र में उड़ान भरने का अधिकार
- गैर-व्यावसायिक उद्देश्यों के लिए दूसरे देश में उतरने का अधिकार।
- वाहक के गृह देश से यात्रियों और माल को किसी विदेशी देश में उतारने का अधिकार।
- किसी विदेशी देश से वाहक के गृह देश के लिए जाने वाले यात्रियों और कार्गो को लेने का अधिकार।
- एक विदेशी देश से दूसरे विदेशी देश तक यात्रियों और माल के परिवहन का अधिकार।
- किसी हवाई जहाज को किसी विदेशी देश से उस एयरलाइन के गृह राष्ट्र तक और उससे आगे किसी अन्य विदेशी देश तक यातायात ले जाने का अधिकार।

1954 में पहला बोइंग 707 सेवा में आया। 1958 तक, पैन अमेरिकन एयरवेज़ ने न्यूयॉर्क से पेरिस तक ट्रान्साटलांटिक उड़ान का उद्घाटन किया। एक बोइंग-707 111 यात्रियों को 600 मील प्रति घंटे की गति से लगभग 6,000 मील की दूरी तक ले जा सकता है। इसके अलावा 1958 में, मैक डोनेल डगलस ने DC-8 पेश किया जिसने समान रूप से प्रभावशाली प्रदर्शन का दावा किया।

मध्यम और छोटी दूरी के मार्गों को संभालने के लिए अन्य विमान पेश किए गए। बोइंग 727 को 1964 में पेश किया गया था। यह अमेरिकी घरेलू बाजार का वर्कहॉर्स बन गया, जिसमें 145 यात्रियों को 600 मील प्रति घंटे की गति से ले जाया गया। 1968 में, बोइंग 737 ने खुद को मैकडॉनेल के डगलस डीसी-9 के सामने छोटी दूरी की चुनौती के रूप में स्थापित किया। यह 600 मील प्रति घंटा की गति से 70000 मील तक 500 से यात्रियों तक ले जा सकता है। यूरोपीय देशों के समूह ने एयरबस को विकसित किया। एयरबस ए-340 का विकास लम्बी दूरी के लिए और एयरबस ए-320 का विकास छोटी दूरी के लिए बाजारों के लिए किया गया था।

कॉनकॉर्ड पहला सुपरसोनिक विमान था, जिसे 3 बिलियन डॉलर की लागत से विकसित किया गया था। ब्रिटिश और फ्रांसीसी सरकारों द्वारा। हालाँकि यह एक वित्तीय सफेद हाथी रहा है। कॉनकॉर्ड की परिभ्रमण गति 1,450 मील प्रति घंटा है, जिससे लंदन से न्यूयॉर्क तक उड़ान भरने के लिए आवश्यक समय काफी कम हो जाता है। लंदन समयानुसार सुबह 11 बजे रवाना होने वाली 747 उड़ान दोपहर 1:40 बजे उतरेगी। न्यूयॉर्क का समय। कॉनकॉर्ड पर, लंदन समयानुसार सुबह 11:00 बजे रवाना होने वाली उड़ान सुबह 9:50 बजे उतरेगी। एयर फ्रांस पेरिस, डकार और रियो डी जनेरियो से कॉनकॉर्ड का संचालन करती है। ब्रिटिश एयरवेज़ (बी.ए.) लंदन और बहरीन के बीच और लंदन से वाशिंगटन, डी.सी., या न्यूयॉर्क तक कॉनकॉर्ड्स संचालित करती है।

वायु परिवर्तन ने यात्रा की प्रति मील लागत को और कम कर दिया है, जिससे लाखों लोग पर्यटक बन सके हैं। परिणामस्वरूप, होटल, रेस्तराँ और आकर्षण मांग के साथ तालमेल बिठाने के लिए बढ़े हैं। हवाई परिवहन की गति छुट्टियों को अंतर-महाद्वीपीय यात्राएँ करने में सक्षम बनाती है। यूरोप और एशिया उत्तर और लैटिन अमेरिका के सभी शहरों की तरह केवल कुछ ही घंटों की दूरी पर हैं।

**क्रूज शिप:**

दो सौ से अधिक क्रूज लाइनें "लव बोट" से लेकर केवल कुछ यात्रियों को ले जाने वाले मालवाहक जहाजों तक, विभिन्न प्रकार की अद्भुत अवकाश पैकेजों की पेशकश करती हैं। यात्री विदेशी स्थानों की यात्रा करने और पूरे दिन प्यार भरा व्यवहार पाकर एक खास तरह का रोमांस जोड़ते हैं। एक क्रूज जहाज पर होना एक तैरते रिसॉर्ट पर होने जैसा है। आवासों में शानदार सुइट्स से लेकर केबिन तक शामिल हैं जो अधिकांश होटल के कमरों से भी छोटे हैं। आकर्षण और ध्यान भटकाने वाली चीजें सुबह की कसरत से लेकर शानदार भोजन तक होती हैं, जिसमें रात्रि जीवन में नृत्य, कैबरे और संभवतः जुआ भी शामिल होता है। दिन के जीवन में विश्राम, ब्यूटी पार्लर जाना, संगठित खेल, या बस पूल के किनारे डेक कुर्सी पर बैठकर उपन्यास पढ़ना शामिल हो सकता है। निरंतर मनोरंजन में भाषा का पाठ, आकर्षण कक्षाएँ, पोर्ट-ऑफ-कॉल ब्रीफिंग, खाना पकाना, नृत्य, ब्रिज, टेबल टेनिस, शफलबोर्ड, और बहुत कुछ शामिल हैं।

रैडिसन होटल्स इंटरनेशनल ने एक नाटकीय कैटामरैन के साथ 4.6 बिलियन डॉलर के क्रूज व्यवसाय में प्रवेश किया है, यह एक जुड़वां पतवार वाला जहाज है जिसे समुद्री बीमारी का कारण बनने वाली अधिकांश पिचिंग और रोलिंग को रोकने के लिए डिजाइन किया गया है। नया जहाज, रैडिसन डायमंड, 354 यात्रियों को ले जा सकता है। 1992 में लगभग \$125 मिलियन में पूरा हुआ, इसकी लागत एक तुलनीय एकल-पतवार जहाज की तुलना में लगभग 10 से 15 प्रतिशत अधिक थी। लगभग \$600 प्रति दिन की दरों के साथ, यह जहाज क्रूज बाजार के शीर्ष स्तर में शामिल हो गया है।

1970 और 1990 के बीच क्रूज बाजार में 500 प्रतिशत से अधिक की वृद्धि हुई। हालाँकि, केवल 6 प्रतिशत अमेरिकी ही क्रूज पर रहे हैं। दरें कार्निवल क्रूज लाइन्स पर प्रति व्यक्ति प्रति दिन \$195 के शुरुआती बिंदु से लेकर रैडिसन डायमंड पर \$600 तक भिन्न होती हैं। दरें आम तौर पर प्रति डायम (प्रति दिन) उद्धृत की जाती हैं और ये दुगुने आरक्षण के आधार पर केवल क्रूज के आंकड़े हैं।

कोई भी दो जहाज एक जैसे नहीं होते, प्रत्येक का अपना व्यक्तित्व और चरित्र होता है। जहाज के अधिकारियों और कर्मचारियों की राष्ट्रीयता जहाज के माहौल में बहुत योगदान देती है। उदाहरण के लिए, हॉलैंड अमेरिका ध्वज के तहत आने वाले जहाजों में डच अधिकारी और इंडोनेशियाई/फिलिपिनो चालक दल होते हैं, और एपिरोटिकी ध्वज के तहत आने वाले जहाजों में ग्रीक अधिकारी और चालक दल होते हैं।

कैजुअल जहाज युवा जोड़ों, एकल और बच्चों वाले परिवारों की सेवा करते हैं। इस स्पेक्ट्रम के दूसरे छोर पर, ऊंचे स्तर की भीड़ को आकर्षित करने वाले जहाज एक अभिजात्य ग्राहक को आकर्षित करते हैं जो अधिक शांत वातावरण, कम महत्वपूर्ण मनोरंजन और रात के खाने के लिए ड्रेसिंग पसंद करते हैं।

#### 4.8 पर्यटन की चुनौतियाँ और अवसर

पर्यटन से संबंधित वस्तुएँ और सेवाएँ प्रदान करके यात्रियों की जरूरतों को पूरा करना आर्थिक विकास का एक आकर्षक रूप साबित हुआ है। पर्यटन गतिविधियों के विकास और वृद्धि को प्रोत्साहित करने के प्रयास अक्सर वांछनीय होते हैं क्योंकि पर्यटन रोजगार पैदा करता है और किसी समुदाय या देश में पैसा लाता है। हालाँकि अनियोजित पर्यटन विकास समस्याएँ पैदा कर सकता है।

यद्यपि पर्यटन अधिक सांस्कृतिक समझ पैदा कर सकता है और आर्थिक अवसरों को बढ़ा सकता है, यह सामाजिक संरचना को भी बदल सकता है; परिवहन प्रणालियों, सार्वजनिक सेवाओं और उपयोगिताओं पर बढ़ती माँग हो सकती है; और इससे पर्यावरण का क्षरण हो सकता है। चाहे हम (सकारात्मक और नकारात्मक दोनों) पर्यटन गतिविधियों में भागीदार हों या लाभार्थी हों, हम सभी किसी न किसी तरह से पर्यटन से प्रभावित हैं।

एक पल के लिए रुकें और निम्नलिखित उदाहरणों पर विचार करें कि पर्यटन कैसे हो सकता है:

उदाहरण के लिए, पर्यटन आर्थिक सुरक्षा की तलाश में तटीय शहर तैयार कर सकता है। हालाँकि, जैसे-जैसे वह शहर एक अधिक लोकप्रिय गंतव्य के रूप में विकसित होता है, यह अत्यधिक भीड़भाड़ वाला हो सकता है और मूल निवासी जो बढ़े हुए पर्यटन व्यय की मांग करते हैं, उन्हें बढ़ती आवास लागत, उच्च किराए और/या बदलती व्यावसायिक मांगों के कारण बाहर निकाला जा सकता है। दक्षिण अमेरिका के वर्षावनों में एक पृथक मूल जनजाति के जीवन को बेहतर बनाने के लिए पर्यटन आवश्यक धन उत्पन्न कर सकता है। फिर भी, यह इन लोगों के जीवन को हमेशा के लिए बदल सकता है क्योंकि वे उन पर्यटकों की संस्कृतियों और आदतों से अवगत होते जो यात्रा के सर्वोत्तम अनुभव की तलाश में वहाँ आते हैं।

पर्यटन का आगे बढ़ना कई चुनौतियों और अवसरों के साथ-साथ कई अनुत्तरित प्रश्न भी प्रदान करता है:

- क्या पर्यावरणीय समस्याएँ पैदा किए बिना पर्यटन वृद्धि और विकास जारी रह सकता है?
- प्रौद्योगिकी में प्रगति पर्यटन के अनुभव को कैसे बदल देगी और पर्यटक और सेवा प्रदाता एक-दूसरे के साथ कैसे व्यवहार करेंगे?
- क्या पर्यटन आपूर्तिकर्ताओं द्वारा प्रौद्योगिकी के उपयोग के विस्तार से "लो-टच" सेवा को बढ़ावा मिलेगा जो मेहमानों के लिए कम आकर्षक है?
- जैसे-जैसे पर्यटन सेवा गतिविधियाँ बढ़ती रहेंगी, क्या आवश्यक कौशल के साथ पर्याप्त कार्यबल उपलब्ध होगा?
- क्या पर्यटन उन देशों और समुदायों की सामाजिक संरचना को बदल देगा जहाँ पर्यटन गतिविधियों में वृद्धि का अनुभव किया जाएगा?
- क्या आतंकवाद का खतरा जारी रहेगा और दुनिया भर में फैल जाएगा, जिससे संभावित यात्रियों की सुरक्षा की भावना कम हो जाएगी और इस प्रकार अंतरराष्ट्रीय यात्रा का स्तर कम हो जाएगा?

ये केवल कुछ प्रश्न हैं जो पर्यटन विकास की मांगों का जवाब देने के लिए योजनाएँ बनाते समय उठ सकते हैं। इस खंड में प्रस्तुत जानकारी आपको अपनी राय बनाने के लिए आवश्यक मूलभूत ज्ञान और कई प्रश्नों और मुद्दों के संभावित उत्तर प्रदान करेगी जिनका सामना आप कल के निर्णय निर्माताओं के रूप में करेंगे।

जैसे ही आप पर्यटन के भविष्य के उत्तर खोजते हैं, अपने विचारों और कार्यों को नैतिक सिद्धांतों द्वारा निर्देशित होने दें। हालाँकि अधिकांश लोग अपने व्यक्तिगत अनुभवों के आधार पर आसानी से सही और गलत के बीच अंतर कर सकते हैं, लेकिन उन्हें अक्सर ऐसे निर्णयों का सामना करना पड़ता है जहाँ ये स्पष्ट अंतर करना मुश्किल होता है। नैतिक व्यवहार को बढ़ावा देने के प्रयास में, संगठन अक्सर व्यक्तियों को उनकी दैनिक गतिविधियों और निर्णयों में मार्गदर्शन करने में मदद करने के लिए नैतिकता संहिता प्रकाशित करते हैं। आचार संहिता की सहायता के बिना भी, कुछ बहुत ही सरल प्रश्न हैं जिन्हें आप नैतिक और अनैतिक व्यवहार की पहचान करने के लिए किसी भी स्थिति या समस्या के बारे में स्वयं से पूछ सकते हैं:

- क्या इस स्थिति में किसी को चोट पहुंचेगी?

- क्या किसी को मजबूर किया जा रहा है, चालाकी की जा रही है या धोखा दिया जा रहा है?
- क्या किसी स्थिति में कुछ भी अवैध है?
- क्या स्थिति आपको ग़लत लगती है?
- क्या कोई और आपको बता रहा है कि कोई नैतिक समस्या है?
- क्या आपको अपने कामों और विचारों के बारे में अपने सबसे अच्छे दोस्त, आपके जीवनसाथी, या आपके माता-पिता बताने में शर्म आएगी?
- क्या परिणाम सकारात्मक या नकारात्मक प्रतीत होते हैं?

अंततः और संभवतः सबसे सरल, फिर भी सबसे गहन नैतिक दिशानिर्देश स्वर्णिम नियम है: दूसरों के साथ वैसा ही व्यवहार करें जैसा आप चाहते हैं कि वे आपके साथ करें।

---

### अपनी प्रगति जांचें-III

---

1. यात्री पर्यटन गतिविधियों में भाग लेने के लिए ऑस्ट्रेलिया, कनाडा, इंग्लैंड, फ्रांस और संयुक्त राज्य अमेरिका जैसे देशों की ओर आकर्षित होते हैं, हालांकि, वे आमतौर पर अफगानिस्तान, क्यूबा और इराक जैसे देशों से बचते हैं। पर्यटक कुछ देशों की ओर क्यों आकर्षित होते हैं जबकि वे दूसरों से बचते हैं?

---

### 4.9 पर्यटन और यात्रा में नए रुझान:

---

- इको-पर्यटन, सतत पर्यटन और विरासत पर्यटन का महत्व बढ़ता रहेगा। वैश्विक स्तर पर, पर्यटकों के आगमन की संख्या प्रति वर्ष 4 प्रतिशत तक जारी रहेगी।
- सरकारें न केवल एक आर्थिक शक्ति के रूप में, बल्कि बढ़ते महत्व वाली सामाजिक-सांस्कृतिक शक्ति के रूप में भी पर्यटन के महत्व को तेजी से पहचानेंगी।
- द्विपक्षीय संधियों पर हस्ताक्षर किए जा रहे हैं, जिससे पर्यटकों के लिए दूसरे देशों की यात्रा के लिए वीजा प्राप्त करना आसान हो जाएगा।
- पर्यटन का प्रचार और विकास सार्वजनिक क्षेत्र [सरकारी] से निजी क्षेत्र [उद्योग क्षेत्रों से जुड़े] की ओर बढ़ रहा है।
- इंटरनेट बुकिंग बढ़ेगी। ट्रेवल एजेंसियों और घर-आधारित ट्रेवल एजेंटों की प्रेचेंसिबिलिटी बढ़ेगी।
- प्रौद्योगिकी आगे बढ़ती रहेगी, जिससे दुनिया भर में और अधिक स्थानों पर और भी अधिक जानकारी तेजी से उपलब्ध हो सकेगी।
- मार्केटिंग साझेदारी और कॉर्पोरेट गठजोड़ बढ़ते रहेंगे।
- रोजगार की संभावनाएँ बेहतर बनी रहेंगी।
- टिकट रहित हवाई यात्रा आम बात हो जाएगी।

- इंटरनेट के माध्यम से यात्रा और पर्यटन बुकिंग तेजी से बढ़ रही है।
- जैसे-जैसे पर्यटकों की संख्या बढ़ती जा रही है, प्रबंधन चुनौती बढ़ती जाएंगी।
- "बुटीक" एयरलाइनों की संख्या में वृद्धि होगी।
- कम लागत वाली नो फ्रिल एयरलाइंस, जैसे जेट ब्लू, एटीए, टेड (यूनाइटेड में), और निश्चित रूप से साउथवेस्ट, छह मुख्य अमेरिकी एयरलाइंस की कीमत पर बाजार हिस्सेदारी में वृद्धि हासिल कर रही हैं। भारत में कम लागत वाली एयरलाइनों में स्पाइस जेट, इंडिगो, एयर डेक्कन की बाजार हिस्सेदारी बढ़ी है।
- टिकट रहित यात्रा का बढ़ता उपयोग।
- एयरलाइंस यात्रियों को एक्सपीडिया और इसी तरह की साइटों के बजाय अपनी वेब साइटों के माध्यम से अपनी यात्रा बुक करने के लिए लुभाने की कोशिश करेगी।
- स्वचालित हवाईअड्डे चेक-इन का उपयोग बढ़ रहा है।
- क्रूज उद्योग में निरंतर विस्तार।
- अधिक वैकल्पिक परिभ्रमण।
- यात्रा और पर्यटन के दौरान स्वास्थ्य और सुरक्षा के लिए बढ़ती चिंता।

---

#### 4.10 सारांश:

पर्यटन दुनिया का सबसे तेजी से बढ़ने वाला उद्योग है और अंतरराष्ट्रीय समझ को बेहतर बनाने और दुनिया के सभी देशों के बीच योगदान देने में महत्वपूर्ण है। जैसा कि पर्यटन मॉडल में दिखाया गया है, पर्यटन एक बहुआयामी सेवा उद्योग है जिसका एक समृद्ध इतिहास और कई चुनौतीपूर्ण अवसरों से भरा रोमांचक भविष्य है।

पर्यटन के अध्ययन में हमारी यात्रा इतिहास पर एक संक्षिप्त नज़र डालने के साथ शुरू हुई। इतिहास कई महत्वपूर्ण सबक प्रदान करता है जो विश्व अर्थव्यवस्थाओं में यात्रा के विकास और महत्व को समझाने में मदद करता है। वास्तव में, इतिहास से सीखे गए सबक का उपयोग आज और भविष्य में यात्रियों की जरूरतों को पूरा करने में मदद के लिए किया जा सकता है। यात्रा समय, धन, गतिशीलता और सुरक्षा की सापेक्ष भावना जैसे कारकों से प्रभावित होती रहती है।

---

#### 4.11 शब्दावली:

- **मॉडल** - एक सरल निरूपण जो दर्शाता है कि किसी प्रणाली की महत्वपूर्ण विशेषताएँ एक साथ कैसे सम्बंधित होती हैं।
- **सतत पर्यटन**- किसी भी प्रकार की पर्यटन गतिविधि जो किसी गंतव्य को खराब या प्रदूषित नहीं करती बल्कि उसके पर्यावरण और आकर्षण को बनाए रखती है।
- **इको-पर्यटन**- पारिस्थितिकी हितैषी पर्यटन।
- **डब्ल्यूटीओ**-विश्व पर्यटन संगठन।

- पर्यटन आपूर्तिकर्ता - यात्रियों के लिए आवश्यक परिवहन, आवास और अन्य सेवाएँ प्रदान करने वाले।
- पर्यटन प्रवर्तक - ट्रेवल एजेंट, टूर ऑपरेटर, पर्यटक बोर्ड जैसे मध्यस्थ।

---

#### 4.12 स्व-मूल्यांकन प्रश्न:

---

1. इतिहास ने हमें सिखाया है कि जब कई बुनियादी शर्तें पूरी हो जाती हैं तो लोग अधिक मात्रा में यात्रा करते हैं और पर्यटन गतिविधियों में शामिल होते हैं। उन स्थितियों को पहचानें और उनका वर्णन करें और वे यात्रा और पर्यटन गतिविधियों को सुविधाजनक बनाने में क्यों मदद करते हैं?
2. पर्यटन उद्योग के सामने आने वाले कुछ भविष्य के अवसर और चुनौतियाँ क्या हैं?
3. पर्यटन: 2020 का दृष्टिकोण क्या भविष्यवाणी करता है?
4. पर्यटन मॉडल की कार्यप्रणाली की व्याख्या करें।
5. परिवहन विकास के विभिन्न युगों की विस्तार से चर्चा करें।
6. पर्यटन के ऐतिहासिक विकास के मील के पत्थर गिनाइए।
7. यात्रा और पर्यटन में उभरते रुझानों पर चर्चा करें।

---

#### 4.13 अतिरिक्त पाठ्य सामग्री:

---

- Bhatia, A.K. Tourism Development Principles and Practices, Sterling Publishers, 2005.
- Kamre, K.K. Basics of Tourism: Theory, Operation and Practice, Kanishka Publishers, 2006.
- Rania, C.L. and Raina A.K. Fundamentals of Tourism Principles and Practices, Kanishka Publisher, 2005.
- Negi. J. Tourism and Travel Concepts and Principles, Gitanjali Publishing House, 1990.
- Mc Intosh. et. Tourism, Principles, Practices, Philosophies, Wiley, 1995.
- Cook R.A. et. Tourism the Business of Travel, Pearson, 2006.
- Walker. J.R, Introduction to Hospitality, Pearson, 2006.
- Basket A.J. and Medlik.S. Tourism past Present and Future, ELBS, 1988. Mill and Morrison, Tourism Systems, Practice Hall, 1992
- Law. A.A, A Companion to Tourism, Blackwell Publishing, 2004.

## इकाई-5 विश्व में पर्यटन की संवृद्धि और विकास

- 5.0 उद्देश्य
- 5.1 प्रस्तावना
- 5.2 यात्रा का युग-युगीन स्वरूप
  - 5.2.1 व्यापार और वाणिज्य के लिए यात्रा
  - 5.2.2 ज्ञान की खोज के लिए यात्रा
  - 5.2.3 धार्मिक प्रयोजन के लिए यात्रा
  - 5.2.4 रोमन साम्राज्य और आनंद यात्रा
  - 5.2.5 पुनर्जागरण और भव्य यात्रा
  - 5.2.6 वार्षिक अवकाश की अवधारणा
  - 5.2.7 उन्नीसवीं सदी में यात्रा
  - 5.2.8 रेलवे का उद्भव
  - 5.2.9 संगठित यात्रा का उद्भव
  - 5.2.10 रेल यात्रा में विलासिता
  - 5.2.11 समुद्री परिवहन
  - 5.2.12 समाज के स्वरूप में परिवर्तन
  - 5.2.13 20वीं सदी में यात्रा
  - 5.2.14 मोटर चालित सड़क परिवहन
  - 5.2.15 हवाई यात्रा का विकास
- 5.3 वैश्विक पर्यटन उद्योग का सांख्यिकीय अवलोकन
- 5.4 सारांश

## 5.0 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के बाद आप सक्षम होंगे:

- पर्यटन के इतिहास की चर्चा करने में;
- पर्यटन के विकास के पीछे निहित विभिन्न कारकों की व्याख्या करने में;
- पर्यटन की प्रगति की विवेचना करने में, और
- दुनिया भर में पर्यटकों के आगमन से सम्बंधित आँकड़ों का विश्लेषण करने में।

### 5.1 प्रस्तावना

पर्यटन ने कई चुनौतियों का सामना करते हुए विश्व अर्थव्यवस्था में निरंतर अभिव्यक्ति और अधिक महत्व की संभावना के साथ इस सहस्राब्दी में प्रवेश किया है। पर्यटन का महत्व विकसित और विकासशील दोनों हीके सम्बंध में पहचाना जाता है तथा यह आर्थिक और सामाजिक परिवर्तन हेतु लाभकारी कारक भी है। दरअसल, पर्यटन ने रोजगार और निवेश को प्रोत्साहित किया है, भूमि उपयोग और आर्थिक संरचना को संशोधित किया है, और दुनिया भर के कई देशों में भुगतान संतुलन में सकारात्मक योगदान दिया है।

यात्रा की यह निरंतर बढ़ती भावना सदियों से कायम है। दर्ज इतिहास में ऐसे उदाहरण हैं जिनसे कोई यह जान सकता है कि मनुष्य सदियों से यात्रा करता रहा है। आरंभिक ऐतिहासिक काल से ही मनुष्य के लिए यात्रा का आकर्षण रहा है। शुरुआत में अधिकांश यात्राएँ उत्सुकता से अचेतन और बल्कि एक साधारण मामला थीं। यह इकाई विभिन्न युगों के दौरान यात्रा पैटर्न का विवरण देगी।

### 5.2 यात्रा का युग-युगीन स्वरूप

दस लाख वर्षों के दौरान, जलवायु में परिवर्तन, घटती खाद्य आपूर्ति या शत्रुतापूर्ण आक्रमणकारियों ने ही लोगों को अपना घर छोड़कर अन्यत्र शरण लेने के लिए मजबूर किया है। शायद, यह लगभग पाँच हजार साल पहले पहिए का आविष्कार था, जिसने यात्रा को संभव बनाया और उसके बाद सुमेरियन (बेबीलोनिया) ने पैसे का आविष्कार किया, जिससे व्यापार का विकास हुआ और एक नए युग की शुरुआत हुई। फोनीशियन संभवतः आधुनिक अर्थों में पहले वास्तविक यात्री थे क्योंकि वे यात्रियों और व्यापारियों के रूप में एक स्थान से दूसरे स्थान पर जाते थे। लगभग उसी समय, भारत में व्यापार और यात्रा का विकास हुआ, जहाँ पहिया और मुद्रा सिंधु घाटी सभ्यता (3000-1500 ईसा पूर्व) के समय से ही ज्ञात थी। भारत में यात्रा की परंपराएँ, शायद, दुनिया में सबसे पुरानी हैं, जिसका उद्देश्य मुख्य रूप से धर्म या व्यापार है। अतीत के महान ऋषि ध्यान करने या अपने आश्रम स्थापित करने के लिए उत्तर में हिमालय या दक्षिण के घने जंगलों में चले जाते थे, जो वास्तव में अध्ययन के पीठ या विश्वविद्यालय थे।

ईसा पूर्व तीसरी सहस्राब्दी की शुरुआत में, मिस्र तत्कालीन ज्ञात दुनिया के लोगों के लिए एक लोकप्रिय स्थान था। कहा जाता है कि 4,000 साल पहले मिस्र पर शासन करने वाले बेबीलोन के राजा शुल्गी ने दावा किया था कि उन्होंने सम्मानित यात्रियों के लिए सड़कों की रक्षा की, बगीचे और विश्राम गृह बनवाए। बाइबल इन विचारों का वर्णन निम्नलिखित शब्दों में करती है: "बहुत से लोग इधर-उधर दौड़ेंगे और ज्ञान बढ़ेगा"। प्राचीन यूनानियों ने छोटी नावों में छोटी दूरी की यात्रा की। जेसन और प्रसिद्ध अर्गोनाट्स ने होमर के ओडिसी में वर्णित खतरों से निडर होकर गोल्डन फ्लीस



की खोज के लिए एक बड़ा जहाज बनाया। 5वीं शताब्दी ईसा पूर्व में हेरोडोटस ने फोनीशिया, मिस्र, साइरेनिका, ग्रीस और काला सागर का दौरा किया और इन क्षेत्रों में रहने वाले लोगों के इतिहास, रीति-रिवाजों, परंपराओं और प्रथाओं को दर्ज किया। दार्शनिक - थेल्स, पाइथागोरस और प्लेटो - सभी ने मिस्र की यात्रा की। घुमंतू छात्रों के लिए अपना पेरिपेटेटिक स्कूल शुरू करने से पहले अरस्तू ने एशिया माइनर का दौरा किया। यूनानियों ने स्पा, त्योहारों, एथलेटिक बैठकों और डेलफी में ओरेकल और एपिडॉरस में एस्क्लेपियाड्स से परामर्श करने के लिए यात्रा की। वे खच्चरों और गाड़ियों से यात्रा करते थे और सड़क के किनारे बनी सरायों में ठहरते थे। उस समय की एक कृति में एक में एक पात्र "खाने वाले घरों और छात्रावासों के बारे में पूछता है जहां सबसे कम कीड़े हों।"

### 5.2.1 व्यापार और वाणिज्य के लिए यात्रा:

अतीत में यात्राएँ आनंद के उद्देश्य से नहीं की जाती थीं बल्कि व्यापार से संबंधित होती थीं। बाहर जाने के पीछे वाणिज्य और भाग्य की तलाश सबसे मजबूत ताकत थी। पूरे इतिहास में, व्यापारियों और व्यापारियों ने अन्य देशों के साथ व्यापार करने के लिए दूर-दूर के स्थानों की यात्रा की है। यहां तक कि मार्को पोलो और क्रिस्टोफर कोलंबस जैसे यात्री भी मुख्य रूप से समृद्ध भूमि की तलाश में बाहर जा रहे थे, जो उन्हें अतिरिक्त संसाधन प्रदान कर सके। व्यापार मार्गों के धीरे-धीरे खुलने से यात्रा आसान होने के साथ-साथ विनियमित भी हो गई। समय के साथ, व्यापार संबंध सांस्कृतिक संबंधों में परिपक्व हो गए और बेहतर समझ में मदद मिली। सांस्कृतिक वस्तु विनिमय प्रणाली का एक साथ उभरना इस अवधि के दौरान यात्रा गतिविधि में वृद्धि की दिशा में एक अनुकूल विकास था।

फोनीशियन आधुनिक अर्थों में सबसे शुरुआती यात्रियों में से थे। ये वही लोग थे जिन्हें पैसे के आविष्कार का श्रेय दिया गया था। का माध्यमविभिन्न व्यावसायिक और व्यावसायिक सौदों में धन का उपयोग तेजी से किया जा रहा था। विभिन्न केंद्रों की यात्रा के साथ-साथ आवास के लिए भुगतान अब अधिक आसानी से किया जा सकता था। इसी कारण से यात्रा के आयोजन का तत्व प्रकाश में आया।

यह उल्लेखनीय है कि पूर्व या 'ओरिएंट' जैसा कि इसे कहा जाता है, की प्रारंभिक यात्रा भी काफी हद तक वाणिज्य पर आधारित थी। भारत और चीन जैसे देशों की यात्राएँ, जो बहुत पुरानी सभ्यताएँ हैं, को शानदार धन वाले देश होने की प्रतिष्ठा प्राप्त थी। इस प्रतिष्ठा को तब और भी अधिक बल मिला जब यूरोपीय लोगों ने व्यापार और वाणिज्य के उद्देश्य से भारतीय तटों का रुख किया।

### 5.2.2 ज्ञान की खोज के लिए यात्रा

बाद के समय में, नई जमीनों का पता लगाने और दूर के स्थानों के बारे में नया ज्ञान प्राप्त करने की ललक, एक और मकसद थी। होमर का साक्षरता कार्य 'ओडिसी' प्राचीन यूनानी और रोमन लोगों द्वारा की गई यात्रा को दर्ज करता है। मैगलन जैसे महान खोजकर्ताओं के कई उदाहरण हैं। बार्थोलोम्यू डियाज़ और कई अन्य, जिन्होंने ज्ञान की खोज में अपने जीवन के कई कठिन वर्ष बिताए। शायद, इन महान खोजकर्ताओं को आधुनिक यात्रा के अग्रदूत होने का श्रेय दिया जा सकता है।

### 5.2.3 धार्मिक उद्देश्य के लिए यात्रा:

मध्य युग के दौरान, धार्मिक उद्देश्य के लिए यात्रा ने एक महत्वपूर्ण आयाम ले लिया। यह दुनिया के कई हिस्सों में एक अच्छी तरह से स्थापित प्रथा या प्रेरणा बन गई। बड़ी संख्या में तीर्थयात्री यूरोप और अन्य जगहों के प्रमुख तीर्थस्थलों की यात्रा कर रहे थे। ईसाई धर्म को अपनाने और फैलाने से कई तीर्थयात्री पवित्र भूमि पर आए। धर्म एकजुट करने वाली

शक्ति बन गया और तीर्थयात्राओं ने धार्मिक सीमाओं को मजबूत किया। यह व्यापक रूप से विभिन्न क्षेत्रों के लोगों के बीच एकता और समझ कायम करने का एक साधन था। भारत में भी, प्राचीन काल से तीर्थयात्री सांत्वना और मोक्ष के लिए देश भर में यात्रा करते रहे हैं। सम्राट अशोक (तीसरी शताब्दी ईसा पूर्व) महान ने बुद्ध के सिद्धांतों को फैलाने की उत्सुकता में बहुत यात्रा की। उनके दल ने पहले पाटलिपुत्र से शुरू होकर नेपाल की यात्रा की और फिर लुंबिनी से कपिलवस्तु होते हुए बोधगया में समाप्त हुए, जहां बुद्ध को ज्ञान प्राप्त हुआ। हर्ष वर्धन (7वीं शताब्दी ई.) ऐसे ही एक अन्य सम्राट थे। बौद्ध धर्मग्रंथों से प्रभावित। उनके समय में तीर्थयात्रियों के लिए धर्मशालाएँ, विश्राम गृह, मठ और मंदिर बनवाए गए।

#### 5.2.4 रोमन साम्राज्य और आनंद यात्रा:

प्लेजर (आनंद हेतु) ट्रेवल का रोमन साम्राज्य से गहरा संबंध है। रोमन संभवतः पहले आनंद यात्री थे। रोमन साम्राज्य की अच्छी संचार व्यवस्था और सुरक्षा से यात्रा को बहुत प्रोत्साहन मिला। रोमनों ने सड़कों का एक अच्छा नेटवर्क विकसित किया और वे जहां भी गए, नई सड़कें विकसित कीं। उन्होंने मार्गों, प्रमुख सड़कों के नाम, दूरियों आदि के बारे में जानकारी देते हुए जानकारी दर्ज की और इसे यात्रा साहित्य के रूप में प्रकाशित किया। रोमन रिले या घोड़ों का उपयोग करके एक दिन में सौ या अधिक मील की यात्रा करने में सक्षम थे। उन्होंने मिस्र के प्रसिद्ध मंदिरों, स्मारकों और प्रसिद्ध पिरामिडों को देखने के लिए यात्रा की। वे छुट्टियों के अवसरों पर भी यात्रा में शामिल होते थे, विशेषकर ग्रीस में प्रसिद्ध ओलंपिक के दौरान।

आनंददायक यात्रा का दूसरा पहलू 16वीं और 17वीं शताब्दी ईस्वी के दौरान स्पा और समुद्र तटीय रिसॉर्ट्स का विकास था। औषधीय स्नान (जिसे बाद में स्पा नाम दिया गया) रोमनों के बीच बहुत लोकप्रिय थे। यह सोचा गया था कि स्पा का उपयोग करने वाले रोगियों को भी कुछ विविधताओं की आवश्यकता होगी, इसलिए रिसॉर्ट्स ने अपनी चिकित्सा सुविधाओं में आनंद और मनोरंजन की सुविधाएँ जोड़ीं। मनोरंजन और मनोरंजन जैसे थिएटर, प्रतियोगिताएँ और त्यौहार अक्सर स्पा स्थलों पर प्रदान किए जाते थे। ये स्पा बाहरी तौर पर यात्रियों के बीच लोकप्रिय हो गए हैं।

समुद्र तटीय सैरगाहों का विकास स्पा के विकास के साथ जुड़ा हुआ है। अठारहवीं शताब्दी के उत्तरार्ध में, लोगों को सूरज, रेत और समुद्री जल के आकर्षण के साथ-साथ समुद्री जल के उपचारात्मक प्रभावों का एहसास होने लगा। वर्ष 1865 तक ब्रिटेन, फ्रांस, इटली और मध्य यूरोप के कुछ अन्य देशों में प्रमुख समुद्र तटीय सैरगाह खुल गये। हर साल लाखों लोग इन समुद्र तटीय सैरगाहों में आते थे।

#### 5.2.5 पुनर्जागरण और भव्य यात्रा:

यात्रा के इतिहास में एक और कम महत्वपूर्ण चरण पुनर्जागरण द्वारा चिह्नित किया गया है। इटली शायद सबसे महत्वपूर्ण देश था जहाँ पुनर्जागरण एक विशाल लहर के रूप में आया। शहरी व्यवस्था और सड़कों के जाल का पूर्ण पैमाने पर विकास हुआ। 15वीं शताब्दी के अंत में, इटली स्वयं आकर्षण का विषय बन गया और उसने यूरोप के आर्थिक और सांस्कृतिक अग्रदूत का दर्जा प्राप्त कर लिया। लेकिन राजनीतिक युद्धों और फूट ने पुनर्जागरण के प्रसार और भव्य दौर के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई, हालांकि इटली यूरोप की बौद्धिक राजधानी बना रहा। फ्रांस और इटली में शिक्षा पूरी करने के लिए बड़ी संख्या में युवा महानुभावों को विदेश भेजा जा रहा था।

सांस्कृतिक और आर्थिक एवं राजनीतिक शक्ति के फोकस में बदलाव के बाद भव्य पर्यटन का विकास हुआ। धनी और शिक्षित लोगों ने उन देशों का दौरा किया जो अपनी प्रतिष्ठा के चरम पर पहुँच चुके थे लेकिन सांस्कृतिक और

ऐतिहासिक कारणों से अभी भी सम्मानित थे। रोमनों ने ग्रीस और पूर्वी भूमध्य सागर का दौरा किया; अंग्रेजों ने इटली का दौरा किया। ग्रैंड टूरिस्ट दुनिया की शैक्षणिक महत्व की प्राचीन वस्तुओं और सामाजिक परिष्कार का सम्मान करते थे। 18वीं शताब्दी को हमारे महान युग का स्वर्ण युग माना जाता है, विशेष रूप से 1763 और 1793 के बीच के वर्षों को। इस अवधि के दौरान, बड़ी संख्या में कवि, लेखक और बुद्धिजीवी अपने ज्ञान का विस्तार करना चाहते थे और नई कला और शिल्प सीखना चाहते थे। भव्य पर्यटकों ने उन्नीसवीं और बीसवीं सदी के लोकप्रिय पर्यटन का मार्ग प्रशस्त किया। आम तौर पर स्वीकृत एक यात्रा कार्यक्रम भी निर्धारित किया गया था जिसमें फ्रांस और वेनिस में लंबे समय तक रहना और फिर स्विट्जरलैंड के रास्ते जर्मनी और निचले देशों से वापसी शामिल थी। बेशक, इस यात्रा कार्यक्रम में भिन्नताएं थीं लेकिन यह सबसे लोकप्रिय पर्यटन मार्ग था।

### 5.2.6 वार्षिक अवकाश की अवधारणा:

यूरोप में वार्षिक अवकाश की शुरुआत एक और महत्वपूर्ण मील का पत्थर थी, जिसने 18वीं शताब्दी के दौरान कई लोगों को बड़ी संख्या में यात्रा करने में सक्षम बनाया। यह अवधारणा सवैतनिक अवकाश की अग्रदूत थी, जो बाद में 18वीं शताब्दी के दौरान पर्यटन की असाधारण वृद्धि के लिए जिम्मेदार थी। अवकाश शब्द का तात्पर्य धार्मिक अनुष्ठानों से जुड़े 'पवित्र दिनों' से है। प्राचीन रोम की एक विशेषता, सार्वजनिक छुट्टियाँ उस काल की सबसे आनंददायक घटनाओं में से एक थीं। सबसे महत्वपूर्ण और आनंददायक सार्वजनिक छुट्टियों को 'सैटर्नलिया' के नाम से जाना जाता था जिसका शाब्दिक अर्थ शनि का पर्व है। यूरोप में भी, धार्मिक त्योहारों और संत दिवस के उपलक्ष्य में कुछ दिन पवित्र दिन बन गए, जिन पर काम से छुट्टी मिलती थी।

वर्ष 1552 में, इंग्लैंड में एडवर्ड षष्ठम् के काल के दौरान, "छुट्टियों और उपवास के दिनों का" का एक सेट प्रतिपादित किया गया था, इसके बाद, इंग्लैंड में सार्वजनिक और अर्ध-सरकारी अधिकारी अक्सर कुछ संत दिवसों पर बंद कर देते थे। हालाँकि, औद्योगिक क्रांति के समय तक कोई सामान्य सार्वजनिक छुट्टियाँ नहीं थीं। आधुनिक वार्षिक वैतनिक छुट्टियों की अवधारणा काफी हद तक पिछली औद्योगिक क्रांति का परिणाम है। आजकल की बोलचाल में 'अवकाश' शब्द का प्रयोग आम तौर पर एक धर्मनिरपेक्ष अर्थ में किया जाता है जिसका अर्थ है दैनिक कामकाजी जीवन की दिनचर्या से राहत और अवकाश, मनोरंजन और आराम के लिए समय। इस बात में कोई दो राय नहीं है कि इन्हीं विकासक्रमों ने बाद के समय में यात्रा के विकास का मार्ग प्रशस्त किया।

### 5.2.7 उन्नीसवीं सदी में यात्रा:

19वीं शताब्दी के आरंभ में इंग्लैंड और बाद में यूरोप और अमेरिका में तकनीकी विकास में वृद्धि देखी गई। तकनीकी प्रगति का परिवहन क्षेत्र पर भी गहरा प्रभाव पड़ा है जिसका सीधा असर लोगों की आवाजाही पर पड़ता है। परिवहन के नए साधनों के आगमन ने दूर-दराज के स्थानों की यात्रा को अधिक व्यावहारिक और आनंददायक बना दिया।

### 5.2.8 रेलवे का उद्भव:

रेलवे आज शायद परिवहन का सबसे अधिक इस्तेमाल किया जाने वाला साधन है। हालाँकि, लिवरपूल और मैनचेस्टर के बीच पहला रेल लिंक वर्ष 1830 में शुरू किया गया था। इंग्लैंड में नए बने रेलवे ट्रैक में माल ढुलाई के अलावा लोगों को ले जाने के लिए विशेष प्रावधान थे। शुरुआत में रेल नेटवर्क औद्योगिक केंद्रों से व्यापार और वाणिज्य केंद्रों तक माल ले जाने के लिए जिम्मेदार था, लेकिन इसने यात्रियों को ले जाने की प्रक्रिया शुरू की, जो बाद में एक जन आंदोलन बन गया। यह पहली बार था कि समुद्र तटीय सैरगाहें कई लोगों की पहुंच में थीं, जो अन्यथा इन स्थानों तक

पहुंचने में सक्षम नहीं थे। प्रारंभ में, इंग्लैंड में नवगठित कंपनियाँ यात्रियों की बजाय व्यापार और वाणिज्य की माँगों को पूरा करने पर ध्यान केंद्रित कर रही थीं। धीरे-धीरे, रेलवे कंपनियों ने अधिक यात्रियों को ले जाने पर ध्यान केंद्रित करना शुरू कर दिया, जिससे छोटी दिन की यात्राओं का चलन बढ़ गया। इस प्रवृत्ति ने बाद में जनता के लिए विशेष किराये पर आयोजित भ्रमण का मार्ग प्रशस्त किया।

### 5.2.9 संगठित यात्रा का उद्भव:

वर्ष 1841 में संगठित रेल यात्रा का जन्म हुआ। डर्बीशायर के एक बैपटिस्ट उपदेशक थॉमस कुक को लीसेस्टर से लॉफबोरो तक टेंप्रेस समाज के दोस्तों को ले जाने के लिए एक विशेष ट्रेन लगाने के विचार से प्रेरित किया गया था। कुछ सप्ताह बाद, यह विचार लगभग 570 यात्रियों को एकत्रित करने में परिणत हुआ, जिन्होंने प्रति यात्री एक शिलिंग के विशेष रूप से कम वापसी किराये पर यात्रा की। इस सफलता से उत्साहित होकर, थॉमस कुक ने कुछ स्थानों के लिए ट्रेनों को किराए पर लेकर इसी तरह के उद्यम की व्यवस्था की, जो अब लोकप्रिय हो रहे थे। इसी अवधारणा के कारण कुक को बाद में सबसे महान यात्रा आयोजकों के रूप में जाना जाने लगा। दरअसल, उन्हें 'आधुनिक पर्यटन का जनक' माना जाता है। वर्ष 1843 में लगभग 3000 स्कूली बच्चों को लीसेस्टर से डर्बी की यात्रा पर ले जाया गया था। वर्ष 1843 से 1863 तक, कुक ने एक सीजन में लगभग 5,000 यात्रियों के साथ स्कॉटलैंड की गोलाकार यात्राएँ कीं। लिवरपूल और मैनचेस्टर रेलवे की सफलता की कहानी यूरोप के पड़ोसी देशों तक पहुँच गई। फ्रांस, ऑस्ट्रिया और स्विट्जरलैंड में रेलवे ट्रैक बिछाए गए। अटलांटिक के पार, अमेरिका में पटरियाँ बिछाई गईं, जिससे उन स्थानों तक यात्रा में तेजी आई, जहाँ पटरियाँ बिछाई गई थीं। यह अनुमान लगाया गया था कि वर्ष 1881 में, रेलवे ने एक सौ से अधिक कंपनियों द्वारा संचालित लाइनों पर 600 मिलियन से अधिक यात्रियों को ले जाया था। प्रतिस्पर्धा का तत्व भी बढ़ गया क्योंकि कंपनियों ने यात्रा को यथासंभव आरामदायक बनाने की कोशिश की।

### 5.2.10 रेल यात्रा में विलासिता:

1870 के दशक की शुरुआत में लंबी दूरी की यात्रा में आराम और आनंद की शुरुआत करके यात्रा को और बढ़ावा दिया गया। प्रथम श्रेणी रेलवे यात्रा की शुरुआत एक अमेरिकी, जी.एम. द्वारा की गई थी। पुलमैन, जिन्होंने अपनी लकजरी साज-सज्जा और भोजन सुविधाओं के साथ पुलमैन कोच विकसित किए। इन कोचों का निर्माण अमेरिका में किया गया था और इंग्लैंड और अन्य यूरोपीय देशों में कुछ रेलवे कंपनियों द्वारा आयात किया गया था। पूर्वी देश इस वृद्धि को पकड़ने में पीछे नहीं थे।

### 5.2.11 समुद्री परिवहन:

जहाँ रेलवे अंतर्देशीय यात्रा को प्रोत्साहित करने के लिए जिम्मेदार था, स्टीमशिप ने सीमाओं को पार किया और अंतर-महाद्वीपीय यात्राओं में प्रगति की। 19वीं शताब्दी के दौरान जहाजरानी ने यात्रा में महत्वपूर्ण योगदान दिया। अमेरिका और इंग्लैंड में अनेक नौकायन जहाज बनाये गये। अटलांटिक पार अमेरिका के साथ संचार में सुधार हुआ जिससे गहरे समुद्र में शिपिंग का विकास हुआ। इंग्लैंड में कैनार्ड स्टीमशिप कंपनी का इतिहास उत्तरी अटलांटिक शिपिंग के विकास में महत्वपूर्ण विशेषताओं को प्रदर्शित करता है। चार्टर के लिए परिभ्रमण शैली में जहाजों का उपयोग और सीमित पैमाने पर परिभ्रमण का संचालन 19वीं सदी के मध्य से होता है। वर्ष 1869 में स्वेज नहर के निर्माण के परिणामस्वरूप पश्चिम और पूर्व के बीच एक बहुत छोटे मार्ग की संभावना सामने आई, जो लाल सागर को भूमध्य सागर से जोड़ती थी।

### 5.2.12 समाज के स्वरूप में परिवर्तन:

उन्नीसवीं सदी के उत्तरार्ध में, औद्योगिक समाजों के विकास के परिणामस्वरूप यात्रा में वृद्धि देखी गई, पश्चिमी यूरोप और उत्तरी अमेरिका में ऐसे समाजों ने पूरी तरह से आराम और विश्राम के उद्देश्य से यात्रा करने की इच्छा महसूस की। इस प्रवृत्ति ने निश्चित रूप से सदी के उत्तरार्ध और 20वीं सदी में पर्यटन परिघटना के मार्ग को प्रशस्त किया। आधुनिक पर्यटन की अवधारणा पश्चिम के औद्योगिक समाजों के विकास से उभरी। वास्तव में, आंकड़े औद्योगिक समाजों के विकास और पर्यटन यातायात के विस्तार के बीच सीधे संबंध की ओर इशारा करते हैं। विभिन्न आधिकारिक बयान, यात्रा लेखकों की टिप्पणियाँ और अन्य साहित्य भी इस संबंध की ओर इशारा करते हैं।

औद्योगिक क्रांति के कारण समाज की अवधारणा में आमूल-चूल परिवर्तन आया। उस समय प्रचलित आर्थिक तथा सामाजिक दोनों व्यवस्थाओं में परिवर्तन आया। श्रमिक वर्ग का उदय हुआ और आबादी के अचानक संकेन्द्रण से कस्बों और शहरों में अस्वास्थ्यकर स्थितियाँ पैदा हो गईं। धीरे-धीरे, औद्योगीकरण से बड़ी संख्या में श्रमिकों के लिए बेहतर कामकाजी परिस्थितियाँ और भौतिक संपदा में वृद्धि हुई। अब, ये कर्मचारी भी आराम, विश्राम और आनंद के लिए छुट्टियों का लाभ उठा सकते हैं और अधिक छुट्टियाँ हासिल करने की तत्काल आवश्यकता महसूस की गई। क्रय शक्ति और प्रयोज्य आय में पर्याप्त वृद्धि हुई जिससे आनंद क्षेत्रों का विकास हुआ। उन लोगों की, बढ़ती ज़रूरतों को पूरा करने के लिए कई पर्यटक रिसॉर्ट विकसित किए गए, जो छुट्टियाँ बिताने में सक्षम थे। 19वीं सदी के उत्तरार्ध में, अंग्रेजी और फ्रेंच के साथ-साथ इटालियन रिवेरा ने भी लोकप्रियता हासिल की।

### 5.2.13 20वीं सदी में यात्रा:

20वीं सदी में भी आनंद-यात्रा का विस्तार जारी रहा। आधुनिक पर्यटन की मुख्य विशेषताएँ इस प्रकार सूचीबद्ध की जा सकती हैं:

आनंद की तलाश के प्रति मानसिक दृष्टिकोण में परिवर्तन।

शिक्षा के लिए यात्रा का मान्यता प्राप्त मूल्य।

भौतिक संपदा में वृद्धि।

यात्रा से जुड़ी सामाजिक प्रतिष्ठा।

कामकाजी दिनचर्या से राहत पाने की ज़रूरत हा।

यात्री परिवहन व्यवस्था में सुधार।

20वीं सदी की पहली तिमाही तक, आनंद-यात्रा अनिवार्य रूप से एक विलासिता की वस्तु थी, जिसका उद्देश्य समाज के विशेषाधिकार प्राप्त वर्गों के लिए था, जिनके पास समय के साथ ही क्रय शक्ति भी थी। इसे देखते हुए यात्रा और आतिथ्य से संबंधित कई संघ भी बने, जिन्होंने समान विचारधारा वाले लोगों के लिए भ्रमण, अवकाश शिविर, पारिवारिक विश्राम और अवकाश गृहों का आयोजन किया।

प्रथम विश्व युद्ध के अचानक शुरू होने के कारण 20वीं सदी के शुरुआती काल के दौरान पर्यटकों की आवाजाही में अस्थायी रुकावट आ गई। इस प्रकार युद्ध के कारण न केवल यूरोप के भीतर बल्कि पूरे विश्व में पर्यटक यात्राओं में काफी गिरावट देखी गई। लेकिन यह गिरावट जल्द ही पार हो गई क्योंकि यात्रा गतिविधि जल्द ही युद्ध-पूर्व चरम स्तर पर पहुंच गई। युद्ध के बाद की शुरुआती अवधि में बड़े पैमाने पर प्रवासन और अंतरराष्ट्रीय यात्रा की मांग में वृद्धि के साथ समृद्धि भी आई। टेलीविजन, रेडियो और प्रेस जैसी जनसंचार प्रणाली के विकास ने इसमें महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। इसने अन्य देशों के बारे में बड़ी संख्या में लोगों के ज्ञान और रुचि को बढ़ाकर यात्रा बढ़ाने का मार्ग प्रशस्त किया। युद्ध के बाद की

अवधि में व्यवहार में भी परिवर्तन देखा गया जिसने पर्यटन की मात्रा और मूल्य को प्रभावित किया। यह अंतर्राष्ट्रीय बाधाओं को तोड़ने के लिए जिम्मेदार था, जिसके परिणामस्वरूप एक आदर्श, आशावादी, शांतिपूर्ण अंतर्राष्ट्रीयतावाद को बढ़ावा मिला - ठीक ऐसा माहौल जिसमें पर्यटन के सबसे अधिक फलने-फूलने की संभावना है। कामकाजी और मध्यम वर्ग के जीवन स्तर में भी वृद्धि हुई। पर्यटक उन देशों में आने लगे जहां कुछ साल पहले पर्यटन लगभग अज्ञात था।

#### 5.2.14 मोटर चालित सड़क परिवहन:

मोटर चालित निजी और सार्वजनिक सड़क परिवहन और बेहतर सड़क स्थितियों के कारण यात्रा में जबरदस्त वृद्धि हुई। प्रथम विश्व युद्ध के दस वर्षों के बाद निजी मोटर कार और कोच के आविष्कार में पहली बड़ी प्रेरणा देखी गई। मोटर कार ने यूरोपीय और अमेरिकियों की छुट्टियों की आदतों में क्रांति ला दी। इसके अलावा, अच्छी मोटर सड़कों का प्रावधान किया गया जिससे घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन दोनों का विकास हुआ। यह उन्नीसवीं सदी की आखिरी तिमाही में था, जब वेतन के साथ छुट्टियों की ज़रूरत पर अधिक ध्यान दिया गया था, इसलिए वेतन के साथ छुट्टियों की शुरुआत के साथ-साथ बड़े पैमाने पर पर्यटन की अवधारणा उभरी। वार्षिक भुगतान वाली छुट्टियों की शुरुआत काफी हद तक अंग्रेजी मूल की है। वर्ष 1939 तक, लगभग 11 मिलियन लोगों को वेतन सहित छुट्टियाँ अधिनियम के अंतर्गत कवर किया गया था। सवैतनिक छुट्टियों की अवधारणा ने निम्नलिखित को जन्म दिया:

जनसंख्या की अत्यधिक गतिशीलता, नए उद्योगों की स्थापना, जनसंख्या का क्षेत्रीय विस्तार, विशिष्ट कार्यों वाले कई शहरों का विकास।

सवैतनिक छुट्टियों पर अंतर्राष्ट्रीय श्रम संगठन का सम्मेलन समय से पहले का नवाचार था क्योंकि तब तक केवल कुछ ही यूरोपीय देशों में सवैतनिक छुट्टियों का प्रावधान था। सवैतनिक छुट्टियाँ अब पूरी दुनिया में स्थापित हो गई हैं और यात्रा वृद्धि के लिए एक सक्रिय उत्प्रेरक के रूप में कार्य करती हैं। हालाँकि, 1939 से 1945 के दौरान द्वितीय विश्व युद्ध के कारण समृद्धि और पर्यटन केंद्रों की यह लहर आर्थिक विनाश और राजनीतिक अस्थिरता से परेशान हुई। लेकिन फिर से घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर गतिविधि में तेजी से विकास देखा गया। 1955-65 के दौरान इसमें तीन गुना वृद्धि हुई। इसके अलावा, वर्ष 1976 में 1965 की तुलना में 90% से अधिक की वृद्धि देखी गई और विश्व में 220 मिलियन अंतर्राष्ट्रीय पर्यटकों का आगमन हुआ। लेकिन 1973-74 के आर्थिक संकट के कारण फिर से इस उछाल में हस्तक्षेप हुआ।

#### 5.2.15 हवाई यात्रा का विकास:

द्वितीय विश्व युद्ध के बाद की एक अन्य घटना जनता के लिए हवाई परिवहन की शुरुआत थी। नए नागरिक विमानों द्वारा प्रदान की गई गति, सुरक्षा और आराम में जबरदस्त वृद्धि हुई, जिसके कारण लंबी दूरी की यात्रा में उल्लेखनीय वृद्धि हुई। वर्ष 1952 में, दो-श्रेणी की यात्रा शुरू की गई और विमान क्षमता में भी वृद्धि हुई, जिसका अर्थ था अर्थव्यवस्था में सुधार। लेकिन सबसे नाटकीय घटना 1958 में जेट यात्रा का आगमन था जिसने गति, आराम और दक्षता के आयाम जोड़े। 1960 के बाद हवाई यात्रा में अभूतपूर्व वृद्धि हुई। परिष्कार और विलासिता के तत्वों को जोड़कर तब से लगातार प्रगति की जा रही है। इसके अलावा, कॉनकॉर्ड जैसे सुपरसोनिक विमानों ने इस उद्योग में ग्लैमर जोड़ दिया है। इस अवधि के दौरान एक और विकास समावेशी पर्यटन और चार्टर उड़ानों की अवधारणा थी। पर्यटन के तीव्र विकास के मुख्य कारणों को निम्नलिखित रूप में संक्षेपित किया जा सकता है:

अर्थशास्त्रीय कारण

सामाजिक परिस्थिति

तकनीकी उन्नति

### 5.3 वैश्विक पर्यटन उद्योग का सांख्यिकीय अवलोकन:

डब्ल्यूटीओ की परिभाषा के अनुसार, एक अंतरराष्ट्रीय पर्यटक वह व्यक्ति है जो अपने देश के अलावा किसी अन्य देश में छुट्टी या या व्यवसाय और किसी अन्य उद्देश्य के लिए 24 घंटे से अधिक समय बिताता है। इस परिभाषा के आधार पर, 2004 में दुनिया भर में अंतरराष्ट्रीय आगमन की संख्या 762 मिलियन थी - जबकि 1983 में यह केवल 287 मिलियन थी। 1950 में, केवल 25 मिलियन पर्यटक थे। बीस साल बाद, यह संख्या 160 मिलियन तक पहुँच गई। वर्ष 2005 में विश्व पर्यटक आगमन 800 मिलियन का आंकड़ा पार कर गया। यात्राओं से जुड़े कुछ अन्य महत्वपूर्ण तथ्य इस प्रकार हैं: पर्यटन दुनिया का सबसे बड़ा उद्योग है, जिसका वार्षिक राजस्व करीब \$500 बिलियन आता है। अनुमान है कि सभी अंतरराष्ट्रीय यात्राओं में अवकाश का योगदान 75% है। घरेलू पर्यटन आम तौर पर अंतरराष्ट्रीय पर्यटकों के आगमन से 4-5 गुना अधिक होने का अनुमान है। सेवाओं के निर्यात में पर्यटन का हिस्सा लगभग 35% और 8% से अधिक है। वैश्विक कार्यबल का लगभग 12-13% प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से पर्यटन और संबंधित प्रतिष्ठानों में कार्यरत है। दुनिया के 83% देशों के लिए पर्यटन विदेशी मुद्रा के शीर्ष पांच स्रोतों में से एक है।

हवाई यात्रा की वास्तविक लागत के बाद बढ़ते खाली समय और खर्च करने योग्य आय, 'पैकेज टूर' जैसी नई मार्केटिंग पद्धतियाँ और नए यात्रा स्थलों का खुलना, ये सभी कारक पर्यटन विकास को बढ़ा रहे हैं। वास्तव में, "अंतरराष्ट्रीय पर्यटन अब बड़े उतार-चढ़ाव के बिना निरंतर मांग के अधिक स्थिर चरण में प्रवेश कर चुका है। हालांकि विकास की दर धीरे-धीरे धीमी हो रही है, अंतरराष्ट्रीय पर्यटन अप्रत्याशित सामाजिक-आर्थिक को छोड़कर औसतन 4% की दर से बढ़ने की राह पर है। और राजनीतिक घटनाएँ।"

### निबंधात्मक प्रश्न:

1. प्राचीन काल में लोग कैसे यात्रा करते थे?
2. रेलवे ने कैसे बदला यात्रा का पैटर्न?
3. उन्नीसवीं सदी की शुरुआत में सबसे क्रांतिकारी परिवर्तन कौन से थे जिन्होंने यात्रा को बदल दिया?
4. दुनिया भर में अंतरराष्ट्रीय पर्यटन का आकार और परिमाण क्या है?

### 5.6 संदर्भ ग्रंथ:

A.K. Bhatia - Tourism Development - Principles and Practices

K.K Sharma-Tourism and Development

P.C. Sinha - Tourism Transport and Travel Management

William C. Gartner - Tourism Development - Principles, Processes and Policies

---

## इकाई-6 : द्वितीय विश्वयुद्ध के बाद भारत में पर्यटन का विकास

---

- 6.0 उद्देश्य
- 6.1 परिचय
- 6.2 पर्यटन विकास समितियों का गठन
  - 6.2.1 पर्यटन पर तदर्थ समिति
  - 6.2.2 पंचवर्षीय योजनाओं में पर्यटन संवर्धन
  - 6.2.3 पाँचवीं पंचवर्षीय योजना (1974-79)
  - 6.2.4 छठी पंचवर्षीय योजना (1980-85)
  - 6.2.5 सातवीं पंचवर्षीय योजना (1985-90)
  - 6.2.6 आठवीं पंचवर्षीय योजना (1992-97)
  - 6.2.7 नौवीं पंचवर्षीय योजना (1997-2002)
  - 6.2.8 दसवीं पंचवर्षीय योजना (2002-2007)
- 6.3 पर्यटन सूचना कार्यालय
- 6.4 भारतीय पर्यटन का सांख्यिकीय अवलोकन
- 6.5 सारांश



## 6.0 उद्देश्य:

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप सक्षम होंगे:

- भारत में पर्यटन उद्योग के विकास पर चर्चा करने में;
- भारत में पर्यटन के विकास के लिए गठित विभिन्न समितियों की पहचान करने में;
- विभिन्न पंचवर्षीय योजनाओं में विकास के लिए शामिल पर्यटन के स्थिति की पहचान करने में, और
- भारत में पर्यटकों से संबंधित आंकड़ों का विश्लेषण करने में।

## 6.1 प्रस्तावना

द्वितीय विश्वयुद्ध के बाद ही भारत ने पर्यटन के विकास को रूपाकार दिया। यद्यपि भारतीय पर्यटन उस गति से नहीं बढ़ रहा था जिस गति से इसके बढ़ने की आवश्यकता थी। लेकिन नई सहस्राब्दी में पर्यटन काफ़ी बेहतर गति से आगे बढ़ रहा है। इसका आर्थिक महत्व ही है कि नई सदी में इन्क्रेडिबल इंडिया अभियान जैसी मार्केटिंग संकल्पनाओं का प्रयोग किया जा रहा है। इस इकाई में हम विभिन्न समितियों और योजनाओं का पर्यटन में योगदान का अध्ययन करेंगे। भारत मिथकों और परंपराओं का देश रहा है। जिसकी एक समृद्ध विरासत रही है। पुराने समय से ही धर्म और व्यापार, वाणिज्य के उद्देश के साथ ही अपनी ज्ञान-पिपासा को शांत करने के लिए बहुत से लोग देश की सभी दिशाओं में लंबी यात्राएँ करते रहे हैं। मध्य युग से हमें आनंद की प्राप्ति के लिए यात्रा पर निकलने के संदर्भ भी मिलते हैं, लेकिन आधुनिक अर्थों में पर्यटन की शुरुआत बीसवीं सदी के मध्य से ही हुई।

दुनिया भर में दूसरे विश्व युद्ध के बाद ही पर्यटन का तीव्र विकास हुआ है। घरेलू और अंतरराष्ट्रीय पर्यटन दोनों में ही हमें अच्छी खासी वृद्धि देखने को मिलती है। यूरोप के देशों की तरह भारत में भी पर्यटन की शुरुआत रेलवे के साथ हुई थी तो और 1931 में पहली बार यात्रा मैनुअल का प्रकाशन भी किया गया, जिसमें आकर्षक वित्तीय पर्यटक स्थलों, रहने की सुविधाओं और यात्रा के अन्य पहलुओं के बारे में महत्वपूर्ण जानकारी दर्ज की गई थी और बहुत से रेखाचित्र एवं चित्रों को भी इसमें शामिल किया गया था।

## 6.2 पर्यटन विकास समितियों का गठन

### 1945 की सार्जेंट समिति:

1945 में ही संसार जॉन सार्जेंट की अध्यक्षता में एक समिति की स्थापना की गई, जो उस समय भारत सरकार के शिक्षा विभाग में सचिव थे, इन्हें सरकार को पर्यटन के विकास पर सलाह देनी थी। 1947 की मई में इन्होंने अपनी अपनी समिति की रिपोर्ट सरकार के पास जमा कि इसका मुख्य उद्देश्य भारत में पर्यटन के विकास की संभावनाओं का निम्नलिखित माध्यमों से परीक्षण करना था:

- विदेशी और घरेलू पर्यटक यातायात दोनों के विकास की गुंजाइश की जांच करना।
- ऐसे यातायात को विभिन्न आकर्षणों की ओर प्रेरित करने के तरीके और साधन सुझाना।
- ऐसे स्थानों पर परिवहन और आवास जैसी सुविधाओं का प्रस्ताव रखना।
- सूचनाप्रद एवं प्रचारात्मक साहित्य की आपूर्ति।

- सार्जेंट समिति इस निष्कर्ष पर पहुंची कि बाहरी और आंतरिक पर्यटन दोनों को प्रोत्साहित करना और विकसित करना भारत के हित में होगा। इसने एक अलग संगठन की स्थापना की सिफारिश की जिसे निम्नलिखित कार्य सौंपे जा सकते हैं:
  - प्रचार।
  - पर्यटक साहित्य का उत्पादन।
  - सरकारी विभागों, ट्रेवल एजेंसियों और होटलों के साथ संपर्क।
  - गाइड और विभिन्न एजेंसियों के बीच समन्वय का प्रावधान।
- इसने लंदन और न्यूयॉर्क जैसी दुनिया की प्रमुख राजधानियों में प्रचार कार्यालय स्थापित करने का भी सुझाव दिया। परिणामस्वरूप, वर्ष 1949 में जहाजरानी और परिवहन मंत्रालय के अधीन एक छोटी पर्यटक यातायात शाखा ने काम करना शुरू कर दिया। महानगरों में चार पर्यटक कार्यालय भी स्थापित किए गए। हालाँकि, वर्ष 1957 में संसद की प्राक्कलन समिति की सिफारिशों पर एक अलग पर्यटन विभाग की स्थापना करके एक बड़ा कदम उठाया गया था। भारत की। इस विभाग की स्थापना के पीछे दो उद्देश्य थे:
- बड़े पैमाने पर विदेशी पर्यटकों द्वारा देखे जाने वाले कुछ चयनित स्थानों पर सुविधाओं का विकास।
  - स्थानीय एवं क्षेत्रीय महत्व के स्थानों पर घरेलू पर्यटकों के लिए सुविधाएँ।

---

### अपनी प्रगति जांचें - 1:

---

निम्नलिखित प्रश्न का उत्तर दें;

1। सार्जेंट समिति की कुछ सिफारिशों पर प्रकाश डालिए, जो वर्तमान समय में भी लागू हैं।

---

#### 6.2.1 पर्यटन पर तदर्थ समिति

---

1957 तक पर्यटकों के आगमन में अच्छी खासी वृद्धि होने के बाद, 1960-61 के समय में भारत में पर्यटकों के आगमन में गिरावट आई। इसलिए 1963 में सरकार ने एक तदर्थ समिति की नियुक्ति की ताकि यह पता लगाया जा सके कि इस गिरावट के क्या कारण हैं और पर्यटकों की आवाजाही को बढ़ाने के लिए साधनों का सुझाव दिया जा सके। इस समिति को सौंपे गए प्रमुख कार्य इस प्रकार थे:

- होटल और यातायात के संदर्भ में पर्यटन की आवश्यकताओं को आकलन करना।
- इन सुविधाओं की तीव्र उपलब्धता और सुधार के लिए आवश्यक सुझाव देना।
- पर्यटकों की आवाजाही को बढ़ावा देने की दृष्टि से देश में प्रचलित सामान्य परिस्थितियों का पता लगाना और इनमें सुधार के सुझाव देना।
- प्रचार कार्यक्रमों के लिए आवश्यक पुनर्संगठन का सुझाव देना।
- विदेशी विनिमय के क्षरण को रोकने के लिए सुझाव देना।

इस समिति की स्थापना एल. के. झा की अध्यक्षता में, जो आर्थिक मामलों के विभाग के सचिव थे, और एस. एन. चिब जो पर्यटन विभाग में महानिदेशक थे और अन्य चार सदस्य भी इसमें शामिल थे। इन सदस्यों ने होटल, ट्रेवल एजेंसी, व्यवसाय, रेलवे, नागरिक उड्डयन के क्षेत्र में काम करने वाले विभिन्न अग्रणी लोगों के साथ बातचीत की और साथ ही नई दिल्ली में उपस्थित विभिन्न दूतावासों के साथ वार्ताएँ आयोजित की। इसके द्वारा तैयार की गई रिपोर्ट को भारत सरकार को सौंपा गया जिसमें बहुत व्यापक अनुशंसाएँ और सुझाव दिए थे जिनमें से कुछ प्रमुख इस प्रकार हैं:

- वीजा अनुमति और लाइसेंसों के मामले में औपचारिकताओं का उदारीकरण।
- विमान पत्तनों के निर्माण में सुधार करना और हवाईअड्डों पर काम करने वाले व्यक्तियों को प्रशिक्षण प्रदान करना।
- वायु, रेलवे और भूमि पर आधारित यातायात के संबंध में बेहतर यातायात सुविधाओं को बढ़ावा देना।
- किरायायती क्रीम पर ठहरने की व्यवस्था उपलब्ध कराना और इस क्षेत्र को सब्सिडी तथा कम ब्याज पर ऋण उपलब्ध कराना।
- कुछ चुनिंदा क्षेत्रों में संकेंद्रित विकास को बढ़ावा देना बजाय की सीमित संसाधनों को व्यापक क्षेत्र में फैलाने के।
- हस्तशिल्प और सांस्कृतिक गतिविधियों का विकास करना।
- मनोरंजन की भारतीय शैलियों को बढ़ावा देना और भारतीय खानपान को लोकप्रिय बनाना।
- होटल, ट्रेवल एजेंसियों और पर्यटन कार्यालय में काम करने वाले कर्मचारियों को प्रशिक्षण देना।

भारत में पर्यटन के विकास में इस रिपोर्ट का अत्यंत महत्वपूर्ण योगदान रहा है। इसकी अधिकांश अनुशंसाओं को भारत सरकार ने स्वीकार लिया था। 1965 में सार्वजनिक क्षेत्र के निगमों का गठन किया गया, जिसका बाद में भारतीय पर्यटन विकास कॉरपोरेशन (ITDC) में विलय कर दिया गया जो 1966 से नियमित रूप से कार्य कर रहा है।

### 6.2.2 पंचवर्षीय योजनाओं में पर्यटन संवर्धन:

भारत में योजना काल की शुरुआत 1951 में हुई। पंचवर्षीय योजनाएँ संसाधनों और वित्त के उपयोग को व्यवस्थित करने की दृष्टि से तैयार की गई थीं।

#### • प्रथम पंचवर्षीय योजना (1951)

पर्यटन प्रभाग परिवहन मंत्रालय के अधीन कार्य कर रहा था और इसके परिव्यय में पर्यटन गतिविधियों के लिए कुछ प्रावधान शामिल थे। ऐसे में इस योजना में पर्यटन के लिए कोई आवंटन नहीं था।

#### • दूसरी और तीसरी योजना (1956-66)

इस समय पर्यटक सुविधाओं को योजनाबद्ध तरीके से शुरू किया गया। केंद्र और राज्य दोनों स्तरों पर बुनियादी ढांचे के विकास के लिए 336.38 लाख रुपये आवंटित किए गए।

#### • चतुर्थ पंचवर्षीय योजना (1969-74)

चौथी पंचवर्षीय योजना शायद भारत के पर्यटन विकास में सबसे महत्वपूर्ण अध्याय थी क्योंकि इसमें तीन महत्वपूर्ण विकास हुए थे।

- A) भाग-2 योजनाओं का उन्मूलन
- B) भारत में पर्यटक यातायात का बदला हुआ स्वरूप
- C) डॉ. कर्ण सिंह का मंत्री के रूप में कार्यकाल

यह महसूस किया गया कि संभावित रूप से, भारत एक पर्यटन स्थल के रूप में बेजोड़ होने के बावजूद देश में दुनिया भर से आगमन का प्रतिशत बहुत कम था। डॉ. कर्ण सिंह इस निराशाजनक रिकॉर्ड के प्रति सचेत थे और अपने कार्य के प्रति स्पष्ट थे - बढ़ते पर्यटन बाजार में बढ़ती हिस्सेदारी हासिल करने के लिए भारत की जबरदस्त क्षमता को सक्रिय करना।

उन्होंने कुछ बुनियादी अध्ययन कराये जिसके परिणामस्वरूप भारत में सांस्कृतिक पर्यटन पर यूनेस्को रिपोर्ट (1969) सामने आई। इस रिपोर्ट का उद्देश्य देश में सांस्कृतिक पर्यटन के विभिन्न पहलुओं को परिभाषित करना और वर्तमान परिस्थितियों के आलोक में उनकी समीक्षा करना था। स्मारकीय विरासत को चार प्रमुख समूहों में विभाजित किया गया था।

- भारतीय बौद्ध धर्म के स्मारक
- हिंदू स्मारक
- इंडो-इस्लामिक स्मारक
- यूरोपीय और ब्रिटिश एसोसिएशन के स्मारक।

इसके अलावा, रिपोर्ट में 66 'सर्वोच्च प्राथमिकता' वाले स्थलों और 'द्वितीय प्राथमिकता' वाले 22 स्थलों की सूची दी गई है। इन केन्द्रों के संरक्षण, सौन्दर्यीकरण एवं यहाँ सुविधाएँ उपलब्ध कराने के संबंध में अनुशंसाएँ दी गईं। आईआईपीए द्वारा पर्यटन विभाग के संगठन और प्रबंधन सर्वेक्षण पर रिपोर्ट (1970)

इस रिपोर्ट में सिफारिश की गई है कि पर्यटन विभाग की संगठनात्मक संरचना में पर्यटन उद्योग को विनियमित करने और अन्य केंद्रीय विभागों, राज्य और स्थानीय प्रशासन के सहयोग को सुनिश्चित करने के लिए सरकार के कानूनी अधिकार के साथ वाणिज्यिक संगठन के लचीलेपन को जोड़ना चाहिए। यह भी सिफारिश की गई कि राष्ट्रीय पर्यटन संगठन का नाम भारत पर्यटन प्राधिकरण के नाम पर रखा जाए, जिसका एक व्यक्ति की अध्यक्षता में जो अध्यक्ष-सह-मुख्य कार्यकारी हो, गठन किया जाए। सरकार ने इसकी सिफारिशों को स्वीकार नहीं किया, लेकिन पर्यटन और नागरिक उड्डयन मंत्री की अध्यक्षता में एक राष्ट्रीय पर्यटन बोर्ड बनाया गया।

### **पर्यटन पर यूएनडीपी (संयुक्त राष्ट्र विकास कार्यक्रम) रिपोर्ट (1971)**

यूएनडीपी, जिसमें अंतरराष्ट्रीय स्तर पर प्रसिद्ध पर्यटन पेशेवर शामिल थे, ने निम्नलिखित सुझावों की सिफारिश की:

- कल्पनाशील प्रचार एवं प्रसार।
- ट्रेवल एजेंसियों की भूमिका को मजबूत करना।
- होटल में सुधार और प्रशिक्षण कार्यक्रमों के विकास के लिए प्रभावी उपायों का प्रचार करना।
- अनुसंधान और सांख्यिकीय तरीकों को सुव्यवस्थित करना।

भारत में समुद्र तट रिसॉर्ट्स पर संयुक्त राष्ट्र अध्ययन (1974)

बीच रिसॉर्ट्स पर संयुक्त राष्ट्र के अध्ययन के मुख्य उद्देश्य निम्नलिखित से संबंधित थे:

- कोवलम, गोवा और महाबलीपुरम के समुद्री तटों का विकास, और एक आधार प्रदान करना जिस पर उनकी पर्यटक क्षमता विकसित की जा सके;
- निवेश के लिए प्राथमिकताएं स्थापित करना और देश के सामाजिक, सांस्कृतिक और आर्थिक लोकाचार के अनुरूप एक कार्यक्रम की सिफारिश करना;
- संभावित आगंतुक मांग और इस मांग को पूरा करने के लिए आवश्यक सुविधाओं का अनुमान लगाना।

उपरोक्त तीन क्षेत्रों का मूल्यांकन इन विशेषताओं के आधार पर किया गया:

1. समुद्रतट की गुणवत्ता
2. पर्यावरण सेटिंग
3. जलवायु
4. आकर्षण और गतिविधियाँ
5. सुगम्यता
6. बुनियादी ढांचा और भूमि की उपलब्धता

#### पर्यटन संस्थान पर संयुक्त राष्ट्र रिपोर्ट (1974):

इसने भारत में पर्यटन के विकास के लिए पर्यटन प्रशिक्षण के महत्व और आवश्यकता पर बल दिया और एक राष्ट्रीय पर्यटन प्रशिक्षण, अनुसंधान और प्रचार संस्थान की स्थापना की सिफारिश की। रिपोर्ट का एक महत्वपूर्ण परिणाम था: 1983 में भारतीय पर्यटन और यात्रा प्रबंधन संस्थान (IITM) की स्थापना। जिसका उद्देश्य दीर्घकालिक और अल्पकालिक पाठ्यक्रमों के माध्यम से यात्रा और पर्यटन और सामान्य प्रबंधन में शिक्षा और प्रशिक्षण प्रदान करना था।

अपनी प्रगति जांचें - II:

निम्नलिखित प्रश्न का उत्तर दें:

1. भारत में सांस्कृतिक पर्यटन पर यूनेस्को की रिपोर्ट (1969) पर एक संक्षिप्त टिप्पणी लिखें।

---

#### 6.2.3 पाँचवीं पंचवर्षीय योजना (1974-79):

---

पाँचवीं योजना में पर्यटन विकास का विस्तार देखा गया जिसकी शुरुआत चौथी योजना में हुई थी। केन्द्रीय कार्यक्रम में कोवलम, गुलमर्ग, गोवा, कुल्लू और मनाली के अलावा पर्यटक महत्व के दस वास्तुशिल्प परिसरों का विकास; चयनित वन्य जीव अभ्यारण्यों में आवास और परिवहन सुविधाओं का प्रावधान और विदेशों में गहन प्रचार करना। चयनित पर्यटन केंद्रों के लिए कुछ मास्टर प्लान भी शुरू किए गए। इसके अलावा, राष्ट्रीय डिजाइन संस्थान, अहमदाबाद के सहयोग से केंद्रीय समन्वय समिति द्वारा तीन उप-समितियां नियुक्त की गईं।

इस योजना में निम्नलिखित दो प्रमुख अध्ययन शुरू किये गए:

- भारत में पर्यटन का लागत-लाभ अध्ययन नैशनल काउंसिल फॉर एप्लाइड इकोनॉमिक रिसर्च (एनसीआईआर), नई दिल्ली द्वारा किया गया।

- गुलमर्ग परियोजना के लिए वैकल्पिक यात्री परिवहन प्रणाली हेतु यूएनडीपी का वित्तीय सहायता प्रावधान का अध्ययन।

#### 6.2.4 छठी पंचवर्षीय योजना (1980-85):

पिछली योजनाओं में अपनाए गए एकीकृत विकास का चरण इस समय भी जारी रहा और इस पर और जोर दिया गया:

- चयनित समुद्र तट और पर्वत रिसॉर्ट्स का एकीकृत विभाग।
- सांस्कृतिक, वन्य जीवन और खेल पर्यटन के स्थानों का विकास।
- पर्यटक गांवों और नए युवा छात्रावासों की स्थापना का प्रावधान।

पर्यटन को बढ़ावा देने में छठी योजना की भूमिका को चिह्नित करने वाले दो महत्वपूर्ण विकास सबसे उल्लेखनीय थे:

यात्रा सर्किट की अवधारणा की शुरुआत; यात्रा सर्किट को "पूर्व निर्धारित मार्गों के रूप में परिभाषित किया गया था जिसके साथ पर्यटक यातायात के प्रवाह को चैनलाइज किया जा सकता था"। ऐसे सर्किट के फायदे थे:

- क) पर्यटक यातायात के प्रवाह का क्षेत्रीयकरण करना जिससे इसका व्यापक फैलाव होता।
- ख) उन स्थानों का अधिक यथार्थवादी मूल्यांकन सम्भव था, जहां बुनियादी ढांचा उपलब्ध कराया जाना था।
- ग) सुविधाओं का तीव्र विकास।
- घ) विदेशों में पर्यटन उत्पादों का प्रभावी प्रचार प्रसार।

#### पर्यटन नीति (1982)

निम्नलिखित उद्देश्य के साथ इसे 3 नवंबर, 1982 को संसद के दोनों सदनों में प्रस्तुत किया गया था:

1. यात्रा के माध्यम से बेहतर समझ को बढ़ावा देना।
2. देश की विश्वदृष्टि और जीवन-शैली, इसकी सांस्कृतिक अभिव्यक्ति और विरासत को उनकी सभी अभिव्यक्तियों में संरक्षित रखना और समृद्ध करना।
3. समुदाय को सामाजिक-आर्थिक लाभ पहुंचाना।
4. युवाओं को एक दिशा और अवसर देना।

- न केवल रोजगार के लिए, बल्कि राष्ट्र निर्माण की गतिविधियों को अपनाने के लिए भी अवसर प्रदान करना।

नीति वक्तव्य में कहा गया है कि अंतरराष्ट्रीय पर्यटन के विकास को उच्च प्राथमिकता दी जाएगी और क्षेत्रीय पर्यटन को बढ़ावा देने पर ध्यान दिया जाएगा। पर्यटन नीति के प्रमुख क्षेत्र थे:

- सस्ते आवास उपलब्ध कराना
- सांस्कृतिक पर्यटन का विकास
- निवेश प्राथमिकताओं के निर्धारण के लिए चयनात्मक दृष्टिकोण अपनाना।
- पड़ोसी देशों और पश्चिम एशिया और उत्तरी अफ्रीकी देशों जैसे नए बाजारों से पर्यटक यातायात का विकास करना।
- संरक्षण और विकास के बीच विवेकपूर्ण संतुलन बनाए रखें।

#### अपनी प्रगति जांचें -III

निम्नलिखित प्रश्न का उत्तर दें:

## 1. पर्यटन नीति 1982 की कुछ मुख्य विशेषताओं पर प्रकाश डालिए?

### 6.2.4 सातवीं पंचवर्षीय योजना (1985-90):

योजना आयोग द्वारा 7वीं योजना के दृष्टिकोण पत्र में देश में पर्यटन की व्यापक संभावनाओं को मान्यता दी गई थी। आयोग पर्यटन को एक उद्योग का दर्जा देने पर सहमत हुआ और पर्यटन के विकास में निजी क्षेत्र के निवेश को प्रोत्साहित करने पर जोर दिया। उद्योग की स्थिति का मतलब है कि पर्यटन से संबंधित व्यावसायिक गतिविधियाँ उसी प्रोत्साहन और रियायतों के लिए पात्र होंगी जो अन्य निर्यात उद्योगों के लिए उपलब्ध थीं। इसके बाद, 15 राज्यों और 3 केंद्र शासित प्रदेशों ने पर्यटन को एक उद्योग घोषित किया और चार राज्यों ने होटल को एक उद्योग घोषित किया।

इस पंचवर्षीय योजना में यात्रा सर्किट की अवधारणा के उद्भव के कारण अवकाश और छुट्टियों के पर्यटन पर विशेष जोर दिया गया था। मुख्य जोर "घरेलू पर्यटन को सख्ती से बढ़ावा देने और भारत में विदेशी पर्यटन के विविधीकरण की ओर बढ़ने पर था। 6वीं योजना में 21 करोड़ रुपये की तुलना में आवंटन 68.68 करोड़ रुपये था। इस योजना अवधि में पर्यटन पर एक राष्ट्रीय समिति की स्थापना की गई थी- पर्यटन क्षेत्र के लिए दीर्घकालिक परिप्रेक्ष्य योजना तैयार करने की दृष्टि से 1986 में योजना आयोग द्वारा गठित किया गया था। समिति का गठन भारतीय व्यापार मेला प्राधिकरण के अध्यक्ष प्रोफेसर मोहम्मद यूनस द्वारा किया गया था, जिसमें पर्यटन के 12 अन्य प्रतिष्ठित व्यक्ति शामिल थे। और संबंधित क्षेत्र। रिपोर्ट की सिफारिशें थीं:

- देश के आर्थिक विकास के लिए पर्यटन का भरपूर दोहन किया जाना चाहिए।
- चूंकि सार्वजनिक क्षेत्र के लिए बड़े निवेश जारी रखना संभव नहीं था, इसलिए निजी क्षेत्र को इस क्षेत्र में निवेश शुरू करना चाहिए।
- विकास रणनीति के निम्नलिखित सिद्धांतों पर आधारित होना चाहिए:

ए) कम लागत वाली अर्थव्यवस्था

बी) उत्पादकता का उच्च स्तर

ग) बुनियादी ढांचे की दक्षता में सुधार

घ) प्रतिस्पर्धा को बढ़ावा देना

ई) प्रसार दृष्टिकोण के बजाय चयनात्मक दृष्टिकोण

संतुलित पर्यटन विकास के लिए निम्नलिखित कदमों पर ध्यान दिया जाना चाहिए:

क) चयनित पर्यटन सर्किट का विकास

ख) पर्यटन में विविधता लाना

ग) राष्ट्रीय विरासत परियोजनाओं को पुनर्स्थापित और विकसित करना

घ) नए पर्यटक पैदा करने वाले बाजारों का अन्वेषण करें

समिति द्वारा 1988 में रिपोर्ट प्रस्तुत की गई थी और इसकी सिफारिशों पर सभी संबंधित संगठनों द्वारा कार्यान्वयन के लिए विचार किया गया था।

### 6.2.6 आठवीं पंचवर्षीय योजना (1992-97):

इस योजना अवधि में यह देखा गया कि भविष्य में पर्यटन का विस्तार मुख्यतः निजी क्षेत्र के माध्यम से किया जाना चाहिए। पर्यटन बुनियादी ढाँचा निजी तौर पर उपलब्ध कराया जाना था और आवश्यक बुनियादी ढाँचा सार्वजनिक क्षेत्र

द्वारा बनाया जाना था। पर्यटन विभाग की विशिष्ट परियोजनाओं में बौद्ध सर्किट का विकास, पर्यटन परिसरों का निर्माण, पेयजल और सार्वजनिक सुविधा का प्रावधान और पर्यटक केंद्रों पर सड़क के किनारे सुविधाएँ और समुद्र तट और साहसिक पर्यटन का विकास शामिल है। एकीकृत पर्यटन विकास करने के लिए मई 1992 में प्रकाशित राष्ट्रीय कार्य योजना भी शुरू की गई थी, जिसमें पर्यटन मंत्रालय की केंद्रीय चिंताओं के रूप में सात उद्देश्य शामिल थे:

1. क्षेत्रों का सामाजिक-आर्थिक विकास।
2. रोजगार के अवसर बढ़ रहे हैं।
3. बजट श्रेणी के लिए घरेलू पर्यटन का विकास।
4. राष्ट्रीय विरासत एवं पर्यावरण का संरक्षण।
5. अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन का विकास।
6. पर्यटन उत्पादों का विविधीकरण।
7. विश्व पर्यटन में भारत की बढ़ती हिस्सेदारी।

आठवीं योजना का उद्देश्य यूरोप और संयुक्त राज्य अमेरिका से अधिक खर्च करने वाले पर्यटकों पर पकड़ बनाना था। इसमें पर्यटन के विकास के साथ क्षेत्र की योजनाओं को एकीकृत करने के लिए एक 'मास्टर प्लान' की भी परिकल्पना की गई है। इसके अलावा, ऐसी रणनीति के बारे में सोचा गया कि स्थान-विशिष्ट के लिए उपयुक्त समाधान तैयार किए जाएं, ताकि प्राकृतिक संसाधनों के क्षरण की प्रक्रिया को उलटा किया जा सके और सतत विकास सुनिश्चित किया जा सके। इस योजना अवधि के दौरान होटल प्रबंधन और खाद्य शिल्प संस्थानों के चौदह संस्थान खोले गए। विदेशी सहायता और विशेषज्ञता से पाककला संस्थानों की स्थापना से संबंधित एक प्रमुख योजना खोली गई। इस अवधि में एक और दिलचस्प विकास वर्ष 1991 में उदारीकरण, निजीकरण और वैश्वीकरण नीति (नई आर्थिक नीति) को अपनाना था। इससे पर्यटन में विदेशी निवेश को और बढ़ावा मिला।

### 6.2.7 9वीं पंचवर्षीय योजना (1997-2002):

इस योजना अवधि के दौरान विभिन्न प्रारंभिक योजनाओं के कार्यान्वयन के लिए कुल 595 करोड़ रुपये स्वीकृत किए गए, पर्यटन विकास के लिए प्रमुख क्षेत्र थे:

- स्वदेशी पर्यटन (स्थानीय संस्कृति) का विकास
- प्राकृतिक, स्वास्थ्य एवं तीर्थ पर्यटन का विकास
- उत्तर-पूर्व में पर्यटन को बढ़ावा
- पर्यावरण एवं इको सिस्टम का संवर्धन
- राष्ट्रीय एवं अंतर्राष्ट्रीय समझ का विकास
- समन्वित विकास के लिए प्रासंगिक एजेंसियों के साथ समन्वय

पर्यटन को आर्थिक विकास प्रक्रिया के लिए एक केंद्रीय इनपुट के रूप में मान्यता दी गई और पर्यटन नीति की समीक्षा पर जोर दिया गया। वर्ष 1997 में एक नई पर्यटन नीति बनाई गई। इस नीति के कार्य बिंदु निम्नलिखित से संबंधित थे:

सुविधा

सूचना (सूचना)

सुरक्षा सुरक्षा



संरक्षण  
उत्पाद विकास एवं संवर्धन  
विपणन  
विदेशी निवेश और प्रोत्साहन  
विकास के लिए संसाधन  
अंतरराष्ट्रीय सहयोग  
विशेष रुचि के क्षेत्र  
आर्थिक एवं सामाजिक लाभ  
व्यावसायिक उत्कृष्टता

• निजी क्षेत्र - सार्वजनिक क्षेत्र की भागीदारी

### 6.2.8 10वीं पंचवर्षीय योजना (2002-2007):

पर्यटन मंत्रालय को बजट आवंटन में काफी वृद्धि हुई और पर्यटन विकास के लिए निर्धारित राशि रु. 2900 करोड़। इस योजना में द्विपक्षीय हवाई समझौते, खुली आकाश नीतियां जैसे विकास देखे गए हैं; कम लागत वाली एयरलाइनों का उद्भव, ग्राहकों और मध्यस्थों दोनों द्वारा सीआरएस का लगातार उपयोग। भारत को एक वैश्विक पर्यटन ब्रांड के रूप में बढ़ावा देने पर विशेष जोर दिया गया जिसके लिए 'अतुल्य भारत' अभियान शुरू किया गया जो काफी उपयोगी साबित हुआ।

### 6.3 पर्यटन सूचना कार्यालय:

1955-56 के दौरान उठाए गए प्रमुख कदमों में से एक भारत और विदेश दोनों में पर्यटन कार्यालय खोलना था। पर्यटकों के प्रवेश के महत्वपूर्ण बंदरगाहों पर क्षेत्रीय कार्यालय भी स्थापित करने के लिए कदम उठाए गए। प्रारंभ में चार पर्यटक कार्यालय दिल्ली, बंबई, कलकत्ता और मद्रास में खोले गए। इसके बाद पूरे देश में सूचना कार्यालयों की श्रृंखला की स्थापना हुई।

इन्होंने पर्यटकों के आगमन पर उनकी रुचि के स्थानों के बारे में अद्यतन जानकारी प्रदान की। हालाँकि, भारत में अधिक विदेशी पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए सरकार ने पर्यटक कार्यालयों की एक श्रृंखला खोलने का निर्णय लिया। इस दिशा में पहला कदम दिसंबर 1953 में संयुक्त राज्य अमेरिका के न्यूयॉर्क में भारत सरकार के टूर कार्यालय की स्थापना थी। यूरोपीय लोगों में भारत आने की रुचि बढ़ाने के लिए, जुलाई 1955 में लंदन में एक पर्यटक कार्यालय भी खोला गया। और अधिक कार्यालय खोले गए, एक फरवरी 1956 में पेरिस में और दूसरा उसी वर्ष सितंबर में फ्रैंकफर्ट में। ऑस्ट्रेलिया और न्यूजीलैंड से पर्यटक यातायात उत्पन्न करने के लिए, सितंबर 1956 में मेलबोर्न में एक पर्यटक कार्यालय खोला गया था। इसके अलावा 1956 में गौतम बुद्ध की 2500वीं वर्षगांठ पर कोलंबो में एक कार्यालय खोला गया था। कोलंबो स्थित कार्यालय श्रीलंका से बौद्ध पर्यटकों को लाने के लिए जिम्मेदार था।

### 6.4 भारतीय पर्यटन का सांख्यिकीय अवलोकन:

आइए अब एक नजर डालते हैं भारतीय पर्यटन के आंकड़ों पर: भारत में आधुनिक पर्यटन दिन-ब-दिन बढ़ता जा रहा है। पिछले रूझानों से यह स्पष्ट है कि भारतीय पर्यटन की समग्र वृद्धि संतोषजनक है। 1950 से जहां भारत में 15000 विदेशी पर्यटक आते थे वहीं 2006 में यह संख्या लगभग 4.43 मिलियन और 2022 में 6.9 मिलियन हो गई है। भारत में

6.9 मिलियन विदेशी पर्यटकों के अलावा लगभग 1731 मिलियन घरेलू पर्यटक भी हैं, जो भारत को एक पर्यटक देश बनाते हैं। भारत में पर्यटकों के ठहरने की औसत अवधि काफी अधिक है। यह लगभग 27 दिनों का है। वर्ष 2021 भारत के पर्यटन के लिए अत्यंत सफल वर्ष रहा। विदेशी आगंतुकों की संख्या में 305% की वृद्धि हुई। विदेशी मुद्रा आय में भी 134543 करोड़ रुपए की विदेशी मुद्रा की प्राप्तियों के साथ लगभग 106% की अभूतपूर्व वृद्धि दर्ज की गई।

---

### 6.5 सारांश:

21वीं सदी में पर्यटन उद्योग और इसका विकास अभूतपूर्व है। इसमें कोई संदेह नहीं कि भारतीय पर्यटन संसाधनों को बढ़ावा देने में काफी समय लगा। विशाल भौगोलिक क्षेत्र, सांस्कृतिक विविधता, धार्मिक केंद्र, 1700 से अधिक स्मारक, 26 विश्व धरोहर स्थल, वन्यजीव अनुसंधान, चरम मौसम की स्थिति, नायाब सांस्कृतिक विरासत स्थल आदि भारतीय पर्यटन चेकलिस्ट के कुछ आकर्षण हैं। पर्यटक प्रवाह उतना नहीं रहा, जितनी कोई उम्मीद कर सकता था। पर्यटन एक अत्यधिक जटिल घटना है और पर्यटन का परिमाण हमेशा बढ़ता रहता है। अपने प्रदर्शन को विश्व पर्यटन के ट्रैक के करीब बनाए रखने के लिए, हमें कहीं अधिक व्यापक दृष्टिकोण अपनाकर पर्यटन की नीति बनानी होगी और इसका दोहन करने के लिए नई रणनीतियाँ विकसित करनी होंगी। देश में पर्यटन की अपार संभावनाएँ हैं, हमें ढांचागत बदलावों के साथ जगह बनानी होगी और विदेशी पर्यटकों के प्रवास को यादगार बनाने के लिए आवश्यक कदम उठाने होंगे।

---

### 6.6 निबंधात्मक प्रश्न:

1. सार्जेंट समिति द्वारा दी गई सिफ़ारिशें क्या हैं?
2. क्या आपको लगता है कि पर्यटन विकास के लिए विदेशों में पर्यटक कार्यालयों की आवश्यकता है?
3. पर्यटन संवर्धन पर तदर्थ समिति की भूमिका पर चर्चा करें।
4. भारतीय पर्यटन उद्योग का एक सांख्यिकीय सिंहावलोकन प्रस्तुत करें?
5. भारतीय पर्यटन उद्योग की योजना का अपना मूल्यांकन दीजिए

---

### 6.7 Suggested Readings:

A.K. Bhatia - Tourism Development - Principles and Practices

K.K Sharma - Tourism and Development

P.C. Sinha - Tourism Transport and Travel Management

• William C. Gartner - Tourism Development - Principles, Processes and Policies

---

## इकाई -7 पर्यटन उद्योग का पारंपरिक से गैर-पारंपरिक संसाधनों तक विविधीकरण

---

- 7.0 उद्देश्य
- 7.1 परिचय
- 7.2 पर्यटन का विकास
- 7.3 पारंपरिक पर्यटन संसाधन
- 7.4 गैर पारंपरिक संसाधन
- 7.5 पर्यटन उद्योग में आदर्श परिवर्तन
- 7.7 पर्यटन उद्योग के विविधीकरण के कारक
- 7.7 सारांश

## 7.0 उद्देश्य:

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप सक्षम हो जाएँगे:

- पर्यटन के पारंपरिक संसाधनों पर चर्चा करने में;
- पर्यटन के गैर-पारंपरिक संसाधनों पर चर्चा करने में;
- पर्यटन उद्योग में आमूल-चूल बदलाव की व्याख्या करने में, और
- पर्यटन संसाधनों के विविधीकरण के लिए उत्तरदायी कारकों का वर्णन करने में।

## 7.1 प्रस्तावना:

पर्यटन कई चुनौतियों का सामना करते हुए विश्व अर्थव्यवस्था में नई अभिव्यक्ति और अधिक महत्व की संभावना के साथ नई सहस्राब्दी में प्रवेश कर रहा है। पर्यटन के महत्व को विकसित और विकासशील दोनों देशों में मान्यता दी गई है। एक व्यापक आशावाद है कि पर्यटन आर्थिक और सामाजिक परिवर्तन का एक शक्तिशाली और लाभकारी एजेंट हो सकता है। वास्तव में पर्यटन ने रोजगार और निवेश को उत्प्रेरित किया है, भूमि उपयोग और आर्थिक संरचना में सुधार किया है और दुनिया के बहुत से देशों में भुगतान संतुलन में सकारात्मक रूप से योगदान दिया है। और सबसे पहली बात यह है कि ये न केवल संख्या में बढ़ रहा है (1950 में 50 मिलियन से बढ़कर 2007 में 842 मिलियन) बल्कि पर्यटन के आयामों में भी व्यापक बदलाव हुए हैं। पर्यटन परंपरागत संसाधनों से गैर परंपरागत संसाधनों की ओर उन्मुख हुआ है। वर्तमान परिदृश्य में पर्यटन के क्षेत्र में 'विविधीकरण' एक सु-प्रचलित शब्द है। पर्यटन बहुत सी गतिविधियों पर फोकस करते हुए जैसे खरीदारी, मनोरंजन, आनंद, शिक्षा, संस्कृति, व्यवसाय का एकीकरण करता है।

यात्राओं के नए पैटर्न उपभोक्ता के व्यवहार, स्रोत बाजारों की आर्थिक मजबूती, नए पर्यटन स्थलों और राजनीतिक पुनर्गठन को प्रतिबिंबित करते हैं। उभरती हुई एशियाई अर्थव्यवस्थाओं से एक नई पर्यटन की लहर उठती दिखती है, जहाँ अब यात्रा के संबंध में प्रतिबंधों को कम कर दिया गया है। रोजमर्रा की जिंदगी से लघु अवकाश लेना अब एक प्रवृत्ति बनती जा रही है, इसके साथ ही सार्थक ढंग से समय बिताने व शिक्षा, स्वास्थ्य और अन्य प्रकार के प्रेरक उद्देश्यों के साथ लंबी छुट्टियों पर जाना भी एक नया रुझान बनकर सामने आए हैं। विलासिता-पूर्ण पर्यटक स्थल व्यक्तिगत उपभोक्ता और परिवारों की बदलती हुई और व्यापक होती हुई दिलचस्पियों के अनुसार विभिन्न प्रकार की गतिविधियों को उपलब्ध कराने में उतने सक्षम नहीं हैं। पर्यटन स्थल और उत्पाद मौसम की जकड़ से आज़ाद हुये हैं, वहीं बाज़ार भी मौसम पर निर्भर नहीं रह गए हैं। अगर हम मानव व्यवहार के इतिहास से गुज़रें तो यात्राएँ सबसे पुरानी मानव गतिविधियों में नज़र आती है। लिखित इतिहास से पहले भी इनका अस्तित्व था जब मनुष्य भोजन और शरण की खोज में प्रागैतिहासिक काल में यहाँ से वहाँ घूमता रहता था। शुरुआती ऐतिहासिक चरण से ही यात्राओं ने मानव सभ्यता को कई प्रकार से आकर्षित किया है। और सुदूर अतीत में की जाने वाली अधिकांश यात्राएँ आनंद की खोज से संबंध नहीं रखती है जैसा कि वर्तमान समय में है। प्राचीन समय में अधिकतर यात्री व्यापारी, तीर्थयात्री, विद्वान और दुनिया में अपनी जिज्ञासाओं को शांत करने के लिए घूमने वाले लोग थे। व्यापार और वाणिज्य ही प्राचीन अतीत में मुख्य प्रेरक तत्व रहे हैं जिन्होंने यात्रियों को प्रोत्साहित किया है। नए यात्रा मार्गों की खोज की साथ साथ व्यापारियों को नए बाज़ार उपलब्ध हुए और ये व्यापारिक संबंध सांस्कृतिक संबंधों में परिणत हुए, और परस्पर एक दूसरे के जीवन के प्रति इन यात्राओं के माध्यम से

जाना गया। विभिन्न प्रकार की कलाएँ, संस्कृति और व्यवहार का आदान प्रदान हुआ और विज्ञान, प्रौद्योगिकी, धार्मिक विश्वासों ने भी एक दूसरे के अनुभव को प्रभावित किया है।

## 7.2 पर्यटन का विकास:

पर्यटन उद्योग के महत्व को अच्छी तरह से समझा जा सकता है क्योंकि यह राष्ट्रीय एकता को बढ़ावा देता है, रोजगार के व्यापक अवसर पैदा करने के अलावा बेहतर अंतरराष्ट्रीय समझ बनाता है। सिंगापुर, थाईलैंड और फ्रांस आदि कई देशों की अर्थव्यवस्था पूरी तरह से पर्यटन पर आधारित है। आधुनिक समाज की प्रमुख विशेषताओं में से एक बड़े पैमाने पर यात्रा और पर्यटन की घटना का उद्भव है। दुनिया में लगभग सभी आविष्कारों और नवाचारों ने किसी न किसी तरह से लोगों की यात्रा करने की क्षमता बढ़ाने में योगदान दिया है। आज, लोग दुनिया भर की राजधानियों और विदेशी स्थानों की यात्रा के बारे में लगभग रोजमर्रा की बात मानते हैं। हमारी दुनिया एक ऐसी दुनिया बन गई है जहां देश और समुदाय एक-दूसरे के साथ संपर्क में हैं। आज पर्यटन उभार पर है। यह पहले से कहीं अधिक विकसित है।

लोग हमेशा यात्रा करते रहे हैं, लेकिन समय के साथ राजमार्गों पर सुख-सुविधाओं का सृजन होता गया। लेकिन इससे पहले लोग जीवनयापन के दैनिक कार्य से चिंतित थे, उनकी यात्रा का विचार अपने पड़ोसी के खेत, या स्थानीय शहर के बाजार तक था। ग्रामीण समाज से औद्योगिक समाज में परिवर्तन अपने साथ पर्यटन की परिघटना लेकर आया। वास्तव में, औद्योगिक और उत्तर-औद्योगिक समाज की एक विशेषता यात्रा के लिए खाली समय की शुरुआत है। आधुनिक इतिहास में पहला बड़ा परिवर्तन औद्योगिक क्रांति के साथ आया। आधुनिक मशीनें और तकनीकें लोगों को शहरों में ले आईं जैसे-जैसे हम शहरी समाज में आए, धार्मिक संगठनों और ग्रामीण रिश्तेदारी प्रणाली में बदलाव के कारण मनोरंजक समूहों का निर्माण हुआ। अवकाश गतिविधियाँ हमारे समाज का एक नया पहलू बन गईं। इस अवधारणा में बदलाव आया कि "निष्क्रिय दिमाग शैतान का घर है", इस अहसास के साथ कि अवकाश ईश्वर प्रदत्त नहीं तो एक मानवीय अधिकार है।

हाल के वर्षों में कंप्यूटर के उपयोग का परिणाम दूसरी औद्योगिक क्रांति में निकला है। कंप्यूटर ने न केवल तेजी से काम करने और अधिक उत्पादन करने की हमारी क्षमता को बढ़ाया है, बल्कि हमें और भी अधिक खाली समय और बेहतर आय प्रदान की है जिसके साथ हम अन्य रुचियों पर ध्यान दे सकते हैं। यद्यपि हमारी कार्य नीति और हमारे खाली समय के प्रति दृष्टिकोण बदल रहा है, अधिकांश लोगों को अभी भी लगता है कि उन्हें कड़ी मेहनत करनी चाहिए और पूरी मेहनत करनी चाहिए, कि उनकी अवकाश गतिविधियों को भी स्वस्थ और आरामदायक होना चाहिए, उन्हें व्यस्त भी रखना चाहिए।

## 7.3 पारंपरिक पर्यटन संसाधन:

आइए अब उन पारंपरिक संसाधनों पर एक नजर डालें जो अतीत में पर्यटकों की आवाजाही के लिए मुख्य रूप से जिम्मेदार थे।

इन संसाधनों को इस प्रकार की श्रेणियों में रखा जा जा सकता है:

### • धार्मिक पर्यटन:

धार्मिक पर्यटन उतना ही पुराना है जितनी "मानव सभ्यता" पुरानी है। यह बौद्ध धर्म के युग के दौरान भी था जब लोगों ने उन स्थानों की यात्रा करना शुरू कर दिया, जो गौतम बुद्ध के जीवन काल से संबंधित थे। मठों और नालंदा विश्वविद्यालय जैसे शिक्षा केंद्रों की ओर लोगों की यात्रा धार्मिक पर्यटन को आकार देती थी। धार्मिक पर्यटन का एक अलग तरीका होता

है, जमीनी स्तर पर समुदाय, जातीय समूह एक-दूसरे से भिन्न होते हैं। उनकी पूजा-अर्चना और अनुष्ठान का अपना-अपना तरीका है।

धार्मिक गतिविधियाँ हिंदू, मुस्लिम, ईसाई, सिख, बौद्ध, जाम और यहूदियों सहित विभिन्न धर्मों और विश्वासों के तीर्थयात्रियों द्वारा की जाती हैं। वे सांत्वना, मोक्ष और त्याग की तलाश में बड़ी संख्या में धार्मिक स्थानों का दौरा करते हैं। कुछ स्थान जो हिंदू और बौद्ध तीर्थयात्रियों के बीच प्रसिद्ध थे, आधुनिक भारत में बड़े पैमाने पर आगंतुकों के उल्लेखनीय आकर्षण केंद्र बन गए हैं।

### • आनंद और छुट्टियाँ

रोमन संभवतः दुनिया के पहले आनंद-खोजी यात्री थे। ईसा मसीह के जन्म के समय तक यात्रा काफी परिष्कृत हो गई थी। यह मानने के कई कारण हैं कि चीन, भारत और जापान में आनंद-यात्रा का विकास भी इसी समय में हुआ। रोमन लोग पाँच से छह मील की दूरी पर बने विश्राम स्थलों से होते हुए घोड़ों की रिले का उपयोग करके एक दिन में सौ मील की यात्रा करते थे। उन्होंने भूमध्यसागरीय क्षेत्र के मंदिरों और मिस्र के पिरामिडों को देखने के लिए यात्रा की। उन्होंने औषधीय स्नानघरों, जिन्हें "स्पा" कहा जाता है, और समुद्र तटीय सैरगाहों की भी यात्रा की। रोमन साम्राज्य में यात्रा हेतु उत्कृष्ट सड़कों का जाल मौजूद था। प्लूटार्क ने "ग्लोब ट्रॉटर्स के बारे में बात की, जिन्होंने अपने जीवन का सबसे अच्छा हिस्सा सराय और नावों में बिताया था।" साधन संपन्न व्यक्ति छोटे (लिटिगा) चार-पहिया वैगनों या रथों में यात्रा करते थे। अन्य लोग गाड़ियों या सार्वजनिक डिब्बों का उपयोग करते थे। कुछ रोमन मालवाहक जहाजों में कुछ यात्री भी सवार रहते थे। निजी जहाज अद्भुत रूप से विलासितापूर्ण हो सकते थे। जिस जहाज में खूबसूरत रानी क्लियोपेट्रा मार्क एंटनी से मिलने गई थी, उसमें कथित तौर पर लाल रंग के रेशम के पाल थे, जहाज पर चाँदी लगी हुई थी, डेक शाही बैंगनी कपड़े से लिपटे हुए थे। प्राचीन काल में अवकाश पर्यटन भी प्रचलन में था लेकिन उन्नीसवीं शताब्दी में थॉमस कुक ने इसे एक नया आकार दिया जब उन्होंने 'संगठित यात्रा' की अवधारणा पेश की।

### • दोस्तों और रिश्तेदारों से मुलाकात:

यह पर्यटन की पुरानी अवधारणाओं में से एक थी, जिसमें लोग अपने दोस्तों और रिश्तेदारों से मिलने के लिए एक स्थान से दूसरे स्थान पर जाते हैं, इसका कारण कुछ विशेष समारोहों में भाग लेना आदि हो सकता है।

### • सूरज, रेत और समुद्र

अतीत में यात्रा मुख्य रूप से समुद्र तट या समुद्र तटीय रिसॉर्ट्स या हिल स्टेशनों पर जाने पर निर्भर थी। ऐसे रिसॉर्ट्स पर्यटकों को जीवन के दैनिक कार्यों से आराम और राहत प्रदान करते हैं। ऐसे रिसॉर्ट्स मनोरंजन और मनोरंजक सुविधाएँ जैसे हेल्थ क्लब, कैरियस, अन्य खेल, बच्चों के खेल आदि की सुविधा भी प्रदान करते हैं। इसलिए, यहाँ परिवारों को अच्छा समय प्रदान करने के लिए विभिन्न गतिविधियों को एक ही स्थान पर संयोजित किया गया।

### • मूलनिवासियों के स्थल

अतीत में लोग विशेष रूप से अपने मूल से संबंधित स्थानों का दौरा करते थे।

विद्यापीठों की यात्रा:

प्राचीन और मध्ययुगीन काल में लोग आश्रमों, संस्थानों और गुरुकुलों जैसे प्रसिद्ध ज्ञान के केंद्रों की यात्रा करते थे, जो मानव कल्याण के लिए ज्ञान और जानकारी का प्रसार करते थे।

अपनी प्रगति जांचें - 1

निम्नलिखित प्रश्न का उत्तर दें :

1. भारत में कुछ पारंपरिक पर्यटन संसाधनों की सूची बनाएं।

#### 7.4 गैर पारंपरिक संसाधन:

हालाँकि, समय बीतने के साथ, पारंपरिक से गैर-पारंपरिक पर्यटन संसाधनों में एक बदलाव देखा गया है जिसके परिणामस्वरूप पर्यटन उत्पादों का विविधीकरण हुआ है। पिछले दशक के दौरान, विशेष रूप से नई सहस्राब्दी में, पर्यटन उत्पाद में कई आयाम जोड़े गए हैं।

1. पर्यटन के वैकल्पिक रूप:

- चिकित्सा पर्यटन
- स्वास्थ्य पर्यटन
- पर्यावरण पर्यटन
- नृजातीय पर्यटन
- ग्रामीण/खेत/ग्राम पर्यटन
- गोल्फ पर्यटन
- थीम पार्क पर्यटन
- आध्यात्मिक पर्यटन
- साहसिक पर्यटन
- कैम्पिंग पर्यटन

#### अपनी प्रगति जांचें - II

निम्नलिखित प्रश्न का उत्तर दें:

1. पर्यटक यातायात द्वारा पसंद किए जाने वाले कुछ गैर-पारंपरिक पर्यटन रूपों पर प्रकाश डालें।

#### 7.5 पर्यटन उद्योग के प्रतिमानों में बदलाव:

पर्यटन उद्योग के प्रतिमान में बदलाव के प्रमुख कारक निम्नलिखित हैं।

##### • यात्रा पैटर्न में विविधता:

पुराने और आधुनिक यात्रा पैटर्न में स्पष्ट बदलाव दिख रहा है। पहले पूर्व से पश्चिम की ओर पर्यटकों का प्रवाह था, अब उत्तर-दक्षिण का प्रवाह है। लोग अब अपने क्षेत्र के भीतर यात्राएँ कर रहे हैं, जिससे अटलांटिक क्षेत्र का प्रभुत्व समाप्त हो रहा है। यह प्रतिमान बदलाव एशिया-प्रशांत प्रभुत्व का संकेत करता है। यात्रा की अवधि में भी लंबे दौरे से छोटे प्रवास की ओर बदलाव हुआ है; इसका कारण समय की कमी और परिवहन सुविधाओं में विकास हो सकता है। अब यात्रा को मुक्त व्यापार माना जाता है।

- **गंतव्यों में विविधता:**

यात्रा अब स्थापित पर्यटन स्थलों से अज्ञात पर्यटन स्थलों में बदल गई है। वैश्विक पर्यटन मानचित्र पर चीन, अफ्रीकी देशों और भारत का उभरना गंतव्य चयन में इस बदलाव का सबसे अच्छा उदाहरण है।

- **उद्योग की प्रकृति में विविधता:**

पर्यटन उद्योग का स्वरूप बहुत बदल गया है। पहले देश आगंतुकों की संख्या को लेकर चिंतित थे लेकिन अब वे पर्यटन के आर्थिक और सामाजिक लाभों के बारे में सोच रहे हैं। पहले देशों के बीच बहुत प्रतिस्पर्धा थी लेकिन अब वे बुद्धिमतापूर्ण सहयोग का विकल्प चुन रहे हैं। पुराने पर्यटन में उत्पाद प्रमुख कारक था, जो अब ग्राहक की अभिरूचि पर आधारित है।

- **उत्पादों में विविधता:**

पहले यात्रा प्राकृतिक वातावरण तक ही सीमित थी और लोग एकल गतिविधि में रुचि रखते थे और पर्यटन की सबसे बड़ी बाधा मौसम की सीमा थी। अब उत्पाद कृत्रिम वातावरण में बदल गया है और लोग एकाधिक गतिविधि आधारित पर्यटन का विकल्प चुन रहे हैं। आधुनिक पर्यटन अब हर मौके के पर्यटन का रूप ले चुका है।

- **डेवलपर नियंत्रण में विविधीकरण:**

समय के साथ पर्यटन पर डेवलपर्स का नियंत्रण भी बदल गया है। एक समय राजनीतिक लॉबिंग महत्वपूर्ण थी, अब अधिकांश जनता की राय और हितों को ध्यान में रखा जा रहा है। इन दिनों के डेवलपर्स पर्यटन के अधिक से अधिक आर्थिक प्रभावों के बजाय नौकरियों और छोटे व्यवसायों को अधिक महत्व दे रहे हैं। हमने अपना ध्यान पर्यावरण संरक्षण से पर्यावरण सुधार पर केंद्रित कर दिया है। पहले पर्यटकों के आगमन को सांस्कृतिक घुसपैठ माना जाता था, वहीं अब इसे विरासत संरक्षण की एक बड़ी ताकत माना जाता है।

- **प्रमोटरों की नई चिंता:**

वर्तमान में चिंता अब फ्रैंचाइजी अवसरों को विकसित करने, आर्थिक उत्प्रेरण के माध्यम से निवेशकों की जरूरतों को पूरा करने पर है। पर्यटन अब राज्यों के बजट और अन्य संबंधित हितधारकों की सर्वोच्च प्राथमिकता सूची में है।

- **उपभोक्ता मनोवृत्ति में परिवर्तन:**

पर्यटक भी बहुत बदल गया है। वह अब एक मूल्य के प्रति जागरूक यात्री है, जो ज्वलंत अनुभवों के माध्यम से आत्म-सुधार के लिए यात्रा कर रहा है।

- **अवलोकन प्रौद्योगिकियों में बदलाव:**

अवलोकन प्रौद्योगिकियाँ भी साधारण प्रिंट मीडिया से इंटरैक्टिव मीडिया में बदल गई हैं और मानचित्रों का स्थान जीआईएस और जीपीएस तकनीक ने ले लिया है।

- **व्यावहारिक विपणन शैली:**

यह पर्यटन के क्षेत्र में हुई सबसे अच्छी चीजों में से एक है। अब लक्षित ग्राहकों को सामाजिक-आर्थिक समूहों के बजाय डेटा बेस माना जाता है। एकतरफा संचार का स्थान ग्राहक प्रबंधन तकनीकों के माध्यम से बने रिश्तों ने ले लिया है।

---

### अपनी प्रगति जांचें - III



निम्नलिखित प्रश्न का उत्तर दें:

1. पर्यटन उद्योग में आमूल परिवर्तन की व्याख्या करें?

### 7.7 पर्यटन उद्योग के विविधीकरण के कारक:

पर्यटन उद्योग में इस विस्तार के प्रमुख कारकों को इस प्रकार सूचीबद्ध किया जा सकता है:

- शहरीकरण में वृद्धि।
- दैनिक दिनचर्या से भागने की इच्छा।
- सूचना एवं प्रौद्योगिकी का विकास।
- परिवहन सुविधा के विकास से गतिशीलता और पहुंच में वृद्धि हुई है।
- प्रयोज्य आय में वृद्धि।
- 18-50 आयु समूहों के प्रभुत्व के साथ पर्यटकों की आयु-आधारित संरचना में परिवर्तन।
- पारिवारिक व्यवस्था में बदलाव जैसे देर से विवाह, DINKS (डबल इनकम नो किड्स) का प्रचलन, और एकल परिवारों का उद्भव आदि।

यह कहना गलत नहीं होगा कि, उपरोक्त सूचीबद्ध कारक और पर्यटन की विविधीकरण प्रक्रिया एक दूसरे के पूरक हैं। एक ओर, पर्यटन के नए रूपों की मांग उपरोक्त कारकों और लोगों की कुछ नया आजमाने की तत्परता के कारण उत्पन्न होती है और दूसरी ओर, (डेवलपर्स) संभावित यात्रियों को कुछ अनोखा और नया पेश करना चाहते हैं। इसलिए, वर्तमान परिदृश्य में, एक संभावित यात्री के पास मौज-मस्ती और मनोरंजन के लिए कई प्रकार के विकल्प हैं।

### 7.7 सारांश:

यात्रा उस समय से अस्तित्व में है जब आदिम मनुष्य भोजन और आश्रय की तलाश में अक्सर लंबी दूरी तय करता था, जिससे उसे जीवित रहने के लिए कपड़े, भोजन और अन्य आवश्यक सहायता मिलती थी। ऐतिहासिक कालखंड में, लोगों ने व्यापार, धार्मिक विश्वास, आर्थिक लाभ, युद्ध, प्रवासन और अन्य समान रूप से सम्मोहक प्रेरणाओं के उद्देश्यों के लिए यात्रा की है। रोमन युग में, धनी अभिजात और उच्च सरकारी अधिकारी आनंद और मनोरंजन के लिए यूरोप और एशिया भर में यात्रा करते थे। पोम्पेई और हरकुलेनियम में स्थित समुद्र तटीय रिसॉर्ट्स ने नागरिकों को रोम की गर्मी से बचने के लिए अपने अवकाश आश्रय की ओर निकल जाने का अवसर दिया। अंधकार युग को छोड़कर, यात्राएँ लगातार बढ़ती रही हैं और सम्पूर्ण दर्ज इतिहास में इसने सभ्यताओं के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है।

पर्यटन, जैसा कि हम आज जानते हैं, स्पष्ट रूप से बीसवीं सदी की घटना है। इतिहासकारों का सुझाव है कि बड़े पैमाने पर पर्यटन का आगमन इंग्लैंड में औद्योगिक क्रांति के दौरान मध्यम वर्ग के उदय और अपेक्षाकृत सस्ते परिवहन के साथ शुरू हुआ। द्वितीय विश्व युद्ध के बाद वाणिज्यिक एयरलाइन उद्योग का निर्माण और 1950 के दशक में जेट विमान के विकास ने अंतरराष्ट्रीय यात्रा के तेजी से विकास और विस्तार का संकेत दिया। इस वृद्धि से पर्यटन उद्योग का विकास हुआ। आज पर्यटन कई देशों की चिंता का विषय बन गया है क्योंकि यह न केवल नए रोजगार के अवसर प्रदान करता है, बल्कि विदेशी मुद्रा भी पैदा करता है।

पर्यटन आज आर्थिक और सामाजिक दोनों मोर्चों पर काफी बढ़ गया है। पिछले कई वर्षों में अधिकांश औद्योगिक देशों का सबसे तेजी से बढ़ने वाला आर्थिक क्षेत्र सेवाओं का क्षेत्र रहा है। सेवा उद्योग के सबसे बड़े क्षेत्रों में से एक यात्रा और पर्यटन है। लोगों की बदलती जीवन शैली और अर्थव्यवस्था के खुलेपन ने पर्यटन उद्योग के विकास में योगदान दिया है। वैश्वीकरण के आगमन के साथ यात्रा बाधाएँ टूट गई हैं और मुक्त व्यापार का प्रवाह हुआ है। पर्यटकों का ध्यान यूरोपीय देशों जैसे स्थापित स्थलों से हटकर एशिया-प्रशांत देशों जैसे उभरते स्थलों की ओर जा रहा है। खरीदारी और मनोरंजन, मनोरंजन और शिक्षा के एकीकरण के साथ पर्यटन बहु-केंद्रित हो गया है। नए यात्रा पैटर्न उपभोक्ता व्यवहार में बदलाव, स्रोत बाजारों की आर्थिक ताकत, नए गंतव्यों और राजनीतिक पुनर्गठन को दर्शाते हैं। आधुनिक पर्यटन उद्योग में पारंपरिक पर्यटन संसाधनों (सूर्य, रेत, समुद्र, धर्म, अवकाश, अवकाश आदि) से लेकर वैकल्पिक पर्यटन रूपों और व्यावसायिक पर्यटन जैसे गैर-पारंपरिक संसाधनों तक विविधता है।

---

### 7.9 निबंधात्मक प्रश्न:

---

1. पारंपरिक पर्यटन संसाधनों से आप क्या समझते हैं?
2. पर्यटन उद्योग में विविधीकरण के कुछ क्षेत्रों की सूची बनाएं?
3. वे कौन से कारक हैं जो पर्यटन की प्रकृति एवं व्यवसाय शैली को बदलते हैं।
4. विभिन्न गैर-पारंपरिक पर्यटन रूप क्या हैं?
5. अपने आसपास के कुछ अनछुए स्थानों की पहचान करें और इन स्थानों पर पर्यटन का विकास कैसे किया जा सकता है

---

### 7.5 उपयोगी पाठ्य सामग्री

---

A.K. Bhatia - Tourism Development - Principles and Practices

K.K Sharma - Tourism and Development

P.C. Sinha - Tourism Transport and Travel Management

William C. Gartner - Tourism Development - Principles, Processes and Policies

---

## इकाई- 8 वैकल्पिक पर्यटन - पर्यटन संवर्धन संरचना के लिए एक नया दृष्टिकोण

---

- 8.0 उद्देश्य
- 8.1 प्रस्तावना
- 8.2 व्यापक पर्यटन
- 8.3 वैकल्पिक पर्यटन
  - 8.3.1 चिकित्सा पर्यटन और स्वास्थ्य पर्यटन
  - 8.3.2 पारिस्थितिक पर्यटन
  - 8.3.3 गोल्फ पर्यटन
  - 8.3.4 आध्यात्मिक पर्यटन
  - 8.3.5 साहसिक पर्यटन
  - 8.3.6 ग्रामीण/खेत/ग्राम पर्यटन
  - 8.3.7 थीम पार्क पर्यटन
  - 8.3.8 कैम्पिंग पर्यटन
- 8.4 वैकल्पिक पर्यटन - पर्यटन संवर्धन के लिए एक नया दृष्टिकोण
- 8.5 सारांश
- 8.6 निबंधात्मक प्रश्न
- 8.7 उपयोगी पाठ्य सामग्री

## 8.0 उद्देश्य:

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप यह जान सकेंगे:

सामूहिक पर्यटन क्या है?

वैकल्पिक पर्यटन क्या है?

स्पष्ट कर पाएँगे कि विभिन्न वैकल्पिक पर्यटन रूप क्या हैं; और

विवेचना कर पाएँगे कि ये वैकल्पिक रूप पर्यटन को बढ़ावा देने में कैसे सहायक हो सकते हैं।

## 8.1 प्रस्तावना :

पर्यटन की दुनिया में हाल ही में कुछ न कुछ परिवर्तनकारी घटित हुआ है। ऐसी राय है कि पारंपरिक छुट्टियों के पैकेज या "सामूहिक पर्यटन" का युग समाप्त हो गया है। नए पर्यटन रूपों को आधुनिक पर्यटन प्रथाओं के संदर्भ में पूरी तरह से नई अवधारणाओं और दृष्टिकोणों को प्रतिबिम्बित करने वाला माना जा सकता है। इस इकाई का उद्देश्य यह समझना है कि 'वैकल्पिक पर्यटन' क्या है। इस अवधारणा को समझने के लिए हमें यह पता लगाना चाहिए कि पर्यटन क्या है और किस तरह से पर्यटन के विभिन्न प्रकारों को वर्गीकृत करना चाहिए। पर्यटन के विविध प्रकार उन अनुभवों से निर्मित होते हैं जिन्हें पर्यटक अनुभव करना चाहते हैं; प्रकृति पर्यटन, सांस्कृतिक पर्यटन और साहसिक पर्यटन के मामले में ऐसा ही है। प्रत्येक प्रकार का पर्यटन एक अलग अनुभव के लिए एक नए बाजार क्षेत्र को एक नाम देने का एक तरीका है। इसे मोटे तौर पर इन दो प्रकारों में वर्गीकृत किया जा सकता है: (1) व्यापक पर्यटन, और (2) वैकल्पिक पर्यटन।

## 8.2 व्यापक पर्यटन:

व्यापक पर्यटन एक ऐसी अवधारणा है जिसका उपयोग आमतौर पर ऐसे पर्यटन के लिए किया जाता है जहां पर्यटन उत्पादों और सेवाओं का बड़े पैमाने पर पर्यटकों द्वारा उपभोग किया जाता है। व्यापक पर्यटन की बुनियादी विशेषताएँ हैं:

इसमें शामिल बड़ी संख्या का मतलब है कि पर्यटन उत्पादों को बड़े पैमाने पर उत्पादन के तहत पेश किया जाना चाहिए।

पर्यटन से जुड़ी उपभोक्ता वस्तुओं पर खर्च का स्तर बढ़ रहा है।

- कुछ उत्पादक विशेष बाजारों पर हावी हैं।

उत्पादक नए पर्यटन स्थल विकसित करने में अग्रणी भूमिका निभाते हैं।

कुल मिलाकर, बड़े पैमाने पर पर्यटन उत्पादों में थोड़ा अंतर होता है।

बड़े पैमाने पर पर्यटन से तात्पर्य पर्यटन में बड़ी संख्या में लोगों की भागीदारी से है। इस अर्थ में इस शब्द का प्रयोग पर्यटक गतिविधि के कुछ विशेषज्ञ रूपों में लोगों की सीमित भागीदारी के विपरीत किया जाता है। व्यापक पर्यटन अनिवार्य रूप से एक मात्रात्मक धारणा है, जो पर्यटन में भाग लेने वाली जनसंख्या के अनुपात या पर्यटक गतिविधियों की मात्रा पर आधारित है। कहा जाता है कि बड़े पैमाने पर पर्यटन के पीछे की प्रेरक शक्ति दैनिक दिनचर्या से दूर जाने और आम तौर पर उस आनंद की तलाश है, जिसे चार S (एस) के रूप में जाना जाता है: 'सूरज, समुद्र, रेत और सेक्स'। इससे इनकार नहीं किया जा सकता कि पर्यटक व्यय, रोजगार सृजन, विदेशी मुद्रा आय, कर प्राप्तियाँ, सामाजिक लाभ, पर्यटन गुणक, लेनदेन गुणक और कई अन्य माध्यमों से आय सृजन के रूप में पर्यटन से आर्थिक लाभ पैदा होते हैं। अर्थव्यवस्था में

पर्यटन के अच्छे प्रभावों के बावजूद, बड़े पैमाने पर पर्यटन-विकास के प्रतिकूल परिणामों को नजरअंदाज नहीं किया जा सकता है।

---

अपनी प्रगति जांचें-I:

निम्नलिखित प्रश्न का उत्तर दें :

1. व्यापक पर्यटन को परिभाषित करें:

---

### 8.3 वैकल्पिक पर्यटन:

बड़े पैमाने पर पर्यटन को पर्यटन के विकास के अधिक पारंपरिक रूप के रूप में देखा जाता है जहां अल्पकालिक, मुक्त बाजार सिद्धांत हावी होते हैं और अधिकतम आय सर्वोपरि होती है। बड़े पैमाने पर यानी व्यापक पर्यटन ने समस्याएँ पैदा की हैं। यह बिल्कुल उचित है कि पर्यटन विकास के लिए एक वैकल्पिक दृष्टिकोण की पहचान करने की आवश्यकता है जो व्यापक पर्यटन के दृष्टिकोण के नकारात्मक परिणामों को कम करे। इस प्रकार वैकल्पिक पर्यटन लोकप्रिय प्रतिमान बन गया है।

वैकल्पिक पर्यटन की अवधारणा के अंतर्गत हम पर्यटन के बहुत से वर्गीकरण और प्रकार देख सकते हैं। 'वैकल्पिक' अवधारणा की विशेषता है, परिवारों या दोस्तों द्वारा मिलकर बनाई गई छोटी या मध्यम कंपनी, जिसके माध्यम से समुदायों के साथ अधिक संपर्क की संभावना है और जहां ज्यादातर पर्यावरण के प्रति सम्मान निहित होता है। विभिन्न वैकल्पिक पर्यटन के रूपों को अगले खंड में समझाया जा रहा है:

---

अपनी प्रगति जांचें-II

निम्नलिखित प्रश्न का उत्तर दें :

1. वैकल्पिक पर्यटन, सामूहिक पर्यटन से किस प्रकार भिन्न है?

---

#### 8.3.1 चिकित्सा पर्यटन और स्वास्थ्य पर्यटन:

स्वास्थ्य पर्यटन की अवधारणा रामायण और महाभारत के समय से चली आ रही है। आधुनिक युग में आर्थिक रूप से संपन्न लोग स्वस्थ और तनाव मुक्त रहने के लिए प्रतिबद्ध हैं और कॉर्नेल यूनिवर्सिटी के स्कूल ऑफ होटल एडमिनिस्ट्रेशन की मैरी ताबाची के अनुसार यह क्षेत्र एक विस्तारित और लाभदायक बाजार है, "स्वास्थ्य पर्यटन स्वयं के लिए या अपने परिवार के सदस्य के लिए स्वस्थ होने या रहने के इरादे से की गई यात्रा है। स्वास्थ्य पर्यटन आज मुख्य रूप से दो क्षेत्रों पर केंद्रित है:

परिपोषण

स्वास्थ्य-संवर्धन

परिपोषण में लोगों को एक ऐसा अनुभव प्रदान करना शामिल है जो उन्हें अच्छा महसूस कराता है - मालिश, हर्बल रैप और एक्सफ़ोलीएटिंग स्क्रब जैसी सेवाएँ। स्वास्थ्य संवर्धन में स्वस्थ लोगों को समस्याओं को रोकने में मदद करना शामिल है ताकि वे शारीरिक और मानसिक रूप से स्वस्थ रहें। कभी-कभी इसका मतलब संभावित समस्याओं की पहचान करने के लिए नैदानिक परीक्षण की पेशकश करना भी होता है। अक्सर, जो मेहमानों स्वयं के प्रति चिंतित होते हैं उन्हें सिखाया जाता है कि तनाव कैसे दूर करें, खाने की आदतें कैसे बदलें, खेल में चोटों की संभावना कैसे कम करें या अपने यौन जीवन में सुधार कैसे करें।

केरल की भूमि में स्वास्थ्य पर्यटन का एक आशाजनक भविष्य है जहां लगभग 2000 साल पहले सुश्रुत द्वारा पहली प्लास्टिक सर्जरी की गई थी। केरल स्वास्थ्य चाहने वालों के लिए स्वर्ग है क्योंकि यह प्रामाणिक आयुर्वेदिक उपचार प्रदान करता है। वास्तव में, इसने भारत में स्वास्थ्य और चिकित्सा पर्यटन को बढ़ावा दिया है। राज्य ने इसे बड़े पैमाने पर बढ़ावा देने के लिए ठोस प्रयास किए हैं, जिसके परिणामस्वरूप राज्य में पर्यटकों के आगमन में काफी वृद्धि हुई है। केरल और आयुर्वेद वस्तुतः एक-दूसरे के पर्याय बन गए हैं। केरल में स्वास्थ्य पर्यटन के प्रति पूर्वाग्रह इतना प्रबल है कि विभिन्न महानगरों में कई स्थानों पर केरल आयुर्वेद केंद्र स्थापित किए गए हैं। केरल विभिन्न व्यापार शो और एक्सपो में भाग लेता है जहां चिकित्सा के इस पारंपरिक रूप के फायदों का प्रदर्शन किया जाता है। राज्य की सम जलवायु, जड़ी-बूटियों और औषधीय पौधों की प्राकृतिक प्रचुरता और ठंडा मानसून मौसम आयुर्वेद के उपचारात्मक और पुनर्स्थापनात्मक पैकेजों के लिए सबसे उपयुक्त हैं। विश्व स्तर पर थाईलैंड स्पा उपचार के लिए प्रसिद्ध है। भारत में स्वास्थ्य पर्यटन का एक अन्य पहलू दुनिया भर में योग का लोकप्रिय होना है। स्वामी रामदेव और बी.के.एस. अयंगर जैसे प्रतिपादकों के कारण योग को और अधिक महत्व मिला है। योग का अभ्यास हर मौसम में किया जा सकता है:

फिट रहने के लिए

स्वस्थ रहने के लिए, अपने स्वास्थ्य में सुधार लाने के लिए।

तंत्रिका तंत्र को संतुलित करने के लिए।

अपने व्यस्त मन को शांत करने के लिए।

- सार्थक तरीके से जीने के लिए।

ऐसा माना जाता है कि योग व्यक्ति को सुख और दुख से परे खुशी का स्रोत खोजने में मदद करता है। यह 'आत्म-बोध' की ओर ले जाता है और व्यक्ति की पूरी क्षमता को पुनः प्राप्त करने का प्रयास करता है। हर साल मार्च के महीने में, ऋषिकेश में गंगा नदी के तट पर इंटरनेशनल योग महोत्सव आयोजित किया जाता है जो दूर-दूर से लोगों को आकर्षित करता है। दरअसल, ऋषिकेश को दुनिया की 'योग राजधानी' कहा जाता है क्योंकि यह उन लोगों को आकर्षित करता है जो आधुनिक जीवन की आपाधापी के बीच मानसिक शांति की तलाश में हैं। ऋषिकेश में कई आश्रम हैं जो ध्यान, योग और हिंदू दर्शन पर पाठ्यक्रम प्रदान करते हैं, हिमालय में एक और लक्जरी रिसॉर्ट आनंद स्पा है, जो दुनिया के शीर्ष 5 स्पा में सूचीबद्ध है। हालांकि स्वास्थ्य और चिकित्सा पर्यटन का उपयोग कई बार एक दूसरे के स्थान पर किया जाता है, लेकिन दोनों के बीच एक स्पष्ट अंतर है। चिकित्सा पर्यटन अनिवार्य रूप से इलाज के सर्जिकल भाग से संबंधित है, भारत में चिकित्सा सुविधाएं बहुत सस्ती दर पर अंतरराष्ट्रीय मानकों की हैं, जो मध्य पूर्व, ब्रिटेन और यहां तक कि पड़ोसी देशों के रोगियों को यहाँ आने के लिए प्रोत्साहित कर रही हैं। सर्जरी पर अमेरिका की तुलना में यहाँ पांचवां हिस्सा खर्च होता है। अस्पताल और निदान से संबंधित उत्तम सुविधाओं की उपलब्धता को देखते हुए, यह एक आभासी विकास क्षेत्र बन गया है। सीआईआई के अनुसार, भारत में प्रति वर्ष 1 मिलियन स्वास्थ्य पर्यटकों को आकर्षित करने की क्षमता है, जो अर्थव्यवस्था में 5 बिलियन डॉलर का योगदान दे सकता है। सरकार द्वारा हाल ही में अधिनियमित राजकोषीय और गैर-राजकोषीय प्रोत्साहन स्वास्थ्य क्षेत्र के विकास को और अधिक प्रोत्साहित करेंगे। भारत में बहु-विशेषज्ञ अस्पतालों द्वारा दी जाने वाली विभिन्न सर्जरी इस प्रकार हैं:

अस्थि मज्जा प्रत्यारोपण

कॉस्मेटिक सर्जरी

स्त्री रोग एवं प्रसूति विज्ञान  
जोड़ प्रतिस्थापन सर्जरी  
न्यूरोसर्जरी  
ऑस्टियोपोरोसिस  
अपवर्तक सर्जरी  
संवहनी सर्जरी

- हृदय संबंधी देखभाल

उपचार की लागत में काफी अंतर के कारण, काया स्कन क्लिनिक जैसे कुछ क्लीनिकों में पिछले छह महीनों (कॉस्मेटिक सर्जरी) में विदेशी ग्राहकों में 200% की वृद्धि देखी गई है। डेंटो पर्यटन की अवधारणा भी पीछे नहीं है, बढ़ती संख्या में पर्यटक भारत भ्रमण के दौरान अपने दांतों का इलाज करा रहे हैं। यहाँ, फोकस है, मुख्य रूप से 45-60 आयु वर्ग पर, क्योंकि इसी उम्र में दांतों की समस्याएँ शुरू होती हैं और रोगियों के पास यात्रा और अवकाश पर खर्च करने के लिए पर्याप्त बचत भी होती है।

### 8.3.2 पारिस्थितिक पर्यटन:

पारिस्थितिकी पर्यटन प्रकृति पर्यटन का सबसे आकर्षक और नवीनतम रूप है। इसमें ऐसी गतिविधियाँ शामिल हैं जो किसी गंतव्य को एकीकृत, पर्यावरण के अनुकूल टिकाऊ और आगंतुकों और स्थानीय निवासियों के लिए उपयोगी बनाती हैं। यह कोई प्रकृति-आधारित पर्यटन आकर्षण नहीं है जहाँ पर्यटक जाकर प्रकृति और उसके परिवेश का आनंद लेते हैं। लेकिन यह प्रकृति के एकांत में होता है और आगंतुक और पर्यटन स्थल के संचालक पारस्परिक रूप से स्वीकृत तरीके से मेजबान और मेहमानों दोनों को प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष लाभ देने के लिए उचित तरीकों और उपायों की परिकल्पना करने का प्रयास करते हैं।

जहाँ बड़े पैमाने पर पर्यटक पारंपरिक धूप, रेत और समुद्र, ड्राइविंग शॉपिंग, रात्रि जीवन आदि में अधिक रुचि रखते हैं, वहीं इको-पर्यटकों के लिए सबसे महत्वपूर्ण अनुभव निम्नलिखित हैं:

कम भीड़भाड़ वाले गंतव्य  
सुदूर जंगल  
वन्य जीवन और प्रकृति के बारे में सीखना  
मूल निवासियों और उनकी संस्कृतियों के बारे में सीखना  
सामुदायिक लाभ  
पौधों और जानवरों को देखना

- शारीरिक चुनौती

दूसरे शब्दों में, इकोटूरिज्म में प्रकृति के प्रति ठोस प्रतिबद्धता और जिम्मेदारी की भावना दोनों शामिल हैं। सौभाग्य से, पिछले दशक में इकोटूरिज्म ने जिस जिम्मेदारी की भावना को अपनाया है, वह जिम्मेदार पर्यटन और संरक्षण के लिए एक बढ़ती ताकत बन गई है। इकोटूरिज्म न केवल पर्यटन उद्योग का सबसे तेजी से बढ़ने वाला क्षेत्र है, बल्कि इसे संवेदनशील

भूमि और संकटग्रस्त वन क्षेत्रों को संरक्षित करने और समुदाय-आधारित परियोजनाओं के लिए अवसर प्रदान करने के लिए एक आशावादी नए दृष्टिकोण के रूप में भी स्वीकार किया गया है। हालाँकि, इको-पर्यटक भी कई पहलुओं में बहुत भिन्नता रखते हैं, जैसे:

- यात्रा का गंतव्य
- ठहरने की अवधि
- शारीरिक प्रयास और आराम का वांछित स्तर
- यात्रा हेतु प्रेरणा में प्रकृति का महत्व
- क्या सीखना है, इसका स्तर
- खर्च की रकम
- अपेक्षित गतिविधियाँ
- व्यक्तिगत जनसांख्यिकी
- इकोटूरिज्म-संसाधन

भारत में प्रमुख इकोटूरिज्म संसाधन इस प्रकार हैं:

- बायोस्फीयर रिजर्व
- कच्छ वनस्पति
- प्रवाल भित्तियाँ
- रेगिस्तान
- पहाड़ और जंगल
- वनस्पति और जीव

#### • आर्द्रभूमियाँ

भारत ने इको-टूरिज्म संचालन में महत्वपूर्ण स्थान हासिल नहीं किया है। ऐसे बहुत कम पर्यटन आकर्षण हैं, जहाँ कार्यक्रमों के निर्माण, कार्यान्वयन और मूल्यांकन सहित पर्यटन से संबंधित सभी गतिविधियाँ स्थानीय लोगों की भागीदारी और परामर्श के बाद की जाती हैं। केवल केरल, तमिलनाडु और राजस्थान में कुछ स्थानों ने ही इस अवधारणा को पर्याप्त रूप से अपनाया गया है। विश्व स्तर पर, ब्राजील, केन्या, नेपाल और ऑस्ट्रेलिया सहित कई देशों ने इको-टूरिज्म प्रबंधन में महत्वपूर्ण स्थान हासिल किए हैं, भारत ने 1997 में पहली बार इको-पर्यटन नीति पेश की और गंतव्य प्रबंधन के सभी भागीदारों के लिए परिचालन दिशानिर्देश तैयार किए। यदि सभी स्तरों पर ठीक से योजना बनाई और व्यवस्थित की जाए तो इको-टूरिज्म निश्चित रूप से एक उभरता क्षेत्र है। स्थानीय लोगों के सहयोग को प्रोत्साहित करने का प्रयास किया जाना चाहिए और उनके सुझावों को शामिल किया जाना चाहिए।

#### 8.3.3 गोल्फ पर्यटन:

पर्यटन विकास के लिए गोल्फ को एक प्रमुख क्षेत्र के रूप में चुना गया है। एक गोल्फ पर्यटक विभिन्न गोल्फ-मैदानों में खेलना पसंद करता है। एशिया और यूरोप में गोल्फ कोर्स बेहद महंगे होते जा रहे हैं, भारत के सस्ते विकल्प दुनिया भर से अनुमानित 60 मिलियन गोल्फ प्रेमियों को आकर्षित कर सकते हैं। देश में विशिष्ट कोर्स की प्रचुरता एक



निश्चित लाभ बन का बिंदु है। फिर परिवारों को व्यस्त रखने के लिए कोर्स के आसपास क्लब हाउस और विभिन्न खेल सुविधाओं जैसे कई अन्य आकर्षण भी हैं।

जो बात गोल्फ को विशेष रूप से आकर्षक बनाती है वह यह है कि यह हर मौसम का जुनून है। यह खासतौर पर हिमाचल और उत्तराखंड जैसे राज्यों के लिए फायदेमंद हो सकता है जो मौसमी समस्या से बाहर निकलने की कोशिश कर रहे हैं। गोल्फ खिलाड़ी साल में कम से कम दो या तीन बार अज्ञात इलाकों में अपने कौशल का परीक्षण करने के लिए निकलते हैं। भारत में 70% सशस्त्र बलों के हैं, हालांकि आईटीसी क्लासिक, जेपी ग्रीन्स, डीएलएफ, सहारा की एम्बी वैली कुछ शीर्ष गुणवत्ता वाले गोल्फ कोर्स हैं। इसके अलावा, हवाई अड्डों और होटल बुनियादी ढांचे दोनों की सुविधाओं के साथ, गोवा और केरल जैसे राज्य आदर्श लक्ष्य हैं। गोल्फ कोर्स पूरे भारत में उभर रहे हैं।

इसके अलावा, गोल्फ पर्यटन एक आकर्षक बाजार की उपलब्ध करता है, क्योंकि: 46% गोल्फ खिलाड़ी पेशेवर/प्रबंधक हैं, 27% ब्लू कॉलर वर्कर, 18% कार्यालय कर्मचारी, 9% सेवानिवृत्त पेशेवर हैं।

गोल्फ पर्यटन से संबंधित मुख्य चिंताएँ हैं:

जल और पारिस्थितिकी

भूमि का बड़ा भूभाग

विभिन्न कोर्स के भीतर स्थानांतर

आधारभूत संरचना

बड़ा निवेश

हाल ही में, सरकार तेजी से आगे बढ़ी है और इस क्षेत्र को बढ़ावा देने के लिए अपनी नीति की रूपरेखा तैयार करते हुए एक ब्रोशर जारी किया है, जो वास्तव में सम्भव हो सकता है क्योंकि भारत में कुछ उत्कृष्ट स्टैंड-अलोन गोल्फ कोर्स हैं।

#### 8.3.4 आध्यात्मिक पर्यटन:

यह मूल रूप से दुनिया की पुरानी सभ्यताओं का एक उत्पाद है, उदाहरण के लिए भारत आध्यात्मिकता का एक समृद्ध खजाना है। भारत हमेशा से अध्यात्म की भूमि रहा है क्योंकि यह दुनिया के महत्वपूर्ण धर्मों की जन्मस्थली है: हिंदू धर्म, बौद्ध धर्म और जैन धर्म। यह ईसाई धर्म और इस्लाम की कुछ घटनाओं और व्यक्तित्वों से भी निकटता से जुड़ा हुआ है। यह 'ऋषियों' और 'मुनियों' (संतों) की भूमि है। वर्तमान समय में भी, कई भारतीय आध्यात्मिक नेता दुनिया भर में ऐसे लोगों को प्रेरित कर रहे हैं जो सांत्वना पाने और आत्म-साक्षात्कार की ओर बढ़ने के लिए उत्सुक हैं। भारत के कुछ प्रसिद्ध आध्यात्मिक नेता (गुरु) हैं:

श्री श्री रविशंकर (जीवन जीने की कला)

माता अमृतानंदमयी

आचार्य रजनीश (ओशो)

- चिन्मय मिशन
- इस्कॉन

बहुत से पर्यटक, विशेषकर विदेशी पर्यटक, भारत में अध्यात्म की समृद्धि से प्रेरित होते हैं और आध्यात्मिकता के केंद्रों में बसने का निर्णय लेते हैं। कई विदेशी अब भारत में बस गए हैं और भारतीय संस्कृति और भारतीय लोकाचार के बारे में सीख रहे हैं। स्वाभाविक रूप से, ऐसे लोग दूसरों को भारत आने के लिए प्रेरित कर सकते हैं। लेकिन चुनौती हमारे

आध्यात्मिक नेताओं से भारत में रहने का अनुरोध करके इस प्रकार के पर्यटन को बढ़ावा देने की है क्योंकि उनमें से अधिकांश विदेशी तटों पर बस गए हैं।

### 8.3.5 साहसिक पर्यटन:

भारत की विशाल भौगोलिक विविधता आउटडोर रोमांच का भंडार प्रस्तुत करती है। साहसिक पर्यटन को तीन भागों में विभाजित किया जा सकता है:

#### भूमि आधारित:

- क) पर्वतारोहण
- बी) ट्रेकिंग
- ग) स्कीइंग
- घ) शिलारोहण
- ई) जीप और ऊंट सफारी

#### पानी में:

- क) रोइंग
- बी) व्हाइट वाटर राफ्टिंग
- ई) कयाकिंग
- घ) कैनोइंग
- ई) वाटर स्कीइंग
- च) नौकायन
- छ) नौकायन
- ज) स्कूबा डाइविंग
- झ) स्नॉर्कलिंग
- ञ) विंड सर्फिंग

#### • हवाई

- क) हैंग ग्लाइडिंग
- ख) गुब्बारा (गर्म हवा)
- ग) स्काई डाइविंग
- घ) पैरा ग्लाइडिंग
- ई) सूक्ष्म उड़ान विमान
- च) पैराशूटिंग
- छ) ग्लाइडिंग और सोरिंग

#### • मिश्रित खेल

- क) बंजी जंपिंग
- बी) हेलिस्कीइंग

ई) पैरा-सेलिंग आदि।

इनमें से अधिकांश खेल युवा और बूढ़े दोनों ही कर सकते हैं, सिवाय उन खेलों के जिनमें मजबूत शारीरिक दमखम की आवश्यकता होती है। साहसिक पर्यटन को विकसित करने के लिए सुरक्षित उपकरण और लाइसेंस प्राप्त ऑपरेटर आवश्यक हैं।

---

### 8.3.6 ग्रामीण/खेत/ग्राम पर्यटन:

---

इसका इको-टूरिज्म की अवधारणा से गहरा संबंध है। उन लोगों के लिए ग्राम पर्यटन शुरू करने पर जोर दिया गया जो ग्रामीण क्षेत्रों में लोकाचार और संस्कृति का अनुभव करने के इच्छुक हैं। यह न केवल ग्रामीण विरासत को बढ़ावा देता है बल्कि पारिस्थितिकी को भी संरक्षित करता है। इससे मिलती-जुलती अवधारणा जनजातीय पर्यटन की है। एथनो या जनजातीय पर्यटन क्षेत्र की संवेदनशील पारिस्थितिकी और संस्कृति को बनाए रखता है। इस तरह का पर्यटन छत्तीसगढ़ जैसे राज्यों में विकसित किया गया है - जो विश्व प्रसिद्ध अमेज़न के बाद सबसे बड़े वन क्षेत्र और आदिवासी आबादी का दावा करता है और इसके अलावा अंडमान और निकोबार है। बड़े पैमाने पर पर्यटन का गंभीर प्रतिकूल प्रभाव पड़ सकता है। इसलिए कृषि पर्यटन से पर्यटकों को इस बात की सच्ची जानकारी मिलती है कि गाँव के माहौल में चीजें कैसे की जाती हैं और उन्हें वास्तव में इन गतिविधियों में भाग लेने का मौका मिलता है। ग्रामीण पर्यटन उद्यम संभवतः सामान्य रूप के पर्यटन उद्यमों से बहुत भिन्न नहीं हैं। ग्रामीण पर्यटन का बाजार पर्याप्त है, लेकिन यह मजबूत विकास की माँग भी करता है। अल्प-विराम अवकाश वाले बाजार की वृद्धि, अधिक गतिविधि आधारित छुट्टियों की माँग और व्यापक पर्यटन के प्रति आलोचक दृष्टि रखने वाले पर्यटकों ने इसको बढ़ावा दिया है।

---

### 8.3.7 थीम पार्क पर्यटन:

---

थीम पार्क ऐसी सेटिंग्स हैं जिनमें सभी मनोरंजन और सुविधाएँ एक विशेष विषय या विचार के आसपास डिजाइन की जाती हैं। इन्हें पर्यटक हेतु आकर्षक बनाने के लिए इन सेटिंग्स को एक मनोरंजन पार्क का आकार दिया गया है। दुनिया का सबसे बड़ा थीम/मनोरंजन पार्क डिज्नी वर्ल्ड ऑरलैंडो (फ्लोरिडा यूएसए) है, जो सालाना 40 मिलियन से अधिक आगंतुकों को आकर्षित करता है। 1950 और 1960 के दशक में वॉल्ट डिज्नी प्रोडक्शंस लिमिटेड थिएटर और टेलीविजन के लिए फिल्मों के प्रमुख निर्माताओं में से एक था। जैसे-जैसे उनके उद्यमों का दायरा बढ़ता गया, डिज्नी ने यथासंभव कलात्मक नियंत्रण बनाए रखा। कंपनी बच्चों के लिए पुस्तकों के प्रकाशन और कॉमिक स्ट्रिप्स के सिंडिकेशन में शामिल थी, जिनमें से अधिकांश में डोनाल्ड डक और प्लूटो, कुत्ते जैसे चरित्र शामिल थे। 1955 में वॉल्ट डिज्नी प्रोडक्शंस लिमिटेड ने एक बड़ी शुरुआत की अनाहेम, कैलिफ़ोर्निया में डिज्नीलैंड नामक मनोरंजन पार्क की स्थापना की, यह एक प्रसिद्ध पर्यटक आकर्षण बन गया। डिज्नी वर्ल्ड 1971 में ऑरलैंडो, फ्लोरिडा के पास खोला गया।

भारत में थीम पार्क एक बहुत ही नई अवधारणा है, जिसकी शुरुआत दिल्ली में अप्पू घर ने की थी। मुंबई में एस्सेलवर्ल्ड में वॉटर किंगडम मनोरंजन पार्क को भारत का सबसे बड़ा जल मनोरंजन पार्क माना जाता है। इसके बाद भारत में इस प्रकार के मनोरंजन के कई साधन खुल रहे हैं, जैसे स्नेक पार्क, डॉल्फिन पार्क (चेन्नई) और आदि। एक्वा पार्क और फन सिटी भी बन चुके हैं।

---

### 8.3.8 कैम्पिंग पर्यटन:

---

कैम्ब्रिज डिक्शनरी ऑफ अमेरिकन इंग्लिश के अनुसार, कैंप एक ऐसी जगह है जहां लोग टेंट या अन्य अस्थायी ढांचे में रहते हैं। यह ग्रामीण इलाके में कोई जगह हो सकती है जहां लोगों के लिए, प्रकृति का आनंद लेने के लिए, घूमने या कुछ समय रहने के लिए प्रबंध किया जाता है। हेडली एस. डिमॉक ने संगठित शिविर के उन विशिष्ट तत्वों को सूचीबद्ध किया है जिनको सही अनुपात में एक साथ मिश्रित करके शिविर का निर्माण और आयोजन किया जाता है उनमें 1) व्यक्ति, 2) बाहर (आउटडोर) रहना 3) समूहों में रहना, 4) एक शिविर समुदाय, 5) व्यक्तिगत आवश्यकताओं और हितों को संतुष्ट करने और संपूर्ण व्यक्तिगत, सामाजिक आध्यात्मिक विकास को प्रोत्साहित करने के लिए डिज़ाइन किया गया नेतृत्व और स्थितियाँ शामिल हैं।

अमेरिकन कैम्पिंग एसोसिएशन कैम्पिंग की सामान्य परिभाषा इस प्रकार देता है:

संगठित कैम्पिंग प्राकृतिक वातावरण में समूह में रहने का एक अनुभव है। प्रशिक्षित नेतृत्व की देखरेख में यह एक निरंतर किया जाने वाला अनुभव है। कैम्पिंग आउटडोर में रहने वाले सहकारी समूह में एक रचनात्मक, शैक्षिक अनुभव प्रदान करती है। यह व्यक्तिगत शिविरार्थियों के मानसिक, शारीरिक, सामाजिक, आध्यात्मिक विकास में महत्वपूर्ण योगदान देने के लिए प्राकृतिक परिवेश के संसाधनों का उपयोग करती है। यदि हम शिविरों और शिविरों के शुरुआती विवरणों पर वापस जाएँ, तो यह देखा गया है कि शिविर के पर्यावरण में निहित प्राकृतिक गतिविधियाँ ही शिविर का निर्माण करती हैं। निम्नलिखित कारकों से दुनिया भर में कैम्पिंग पर्यटन में वृद्धि हुई है

- विरासत और इतिहास, जिसने बाहरी जीवन में एक रूमानी आभा बिखेर दी है।

दैनिक दिनचर्या से छुट्टी लेना।

स्कूल कैलेंडर में कैम्पिंग।

- आय में वृद्धि।
- खूबसूरत परिदृश्य लोगों को कुछ समय वहां रहने के लिए आकर्षित करते हैं।

#### 8.4 वैकल्पिक पर्यटन-पर्यटन संवर्धन के लिए एक नया दृष्टिकोण:

वैकल्पिक पर्यटन के इन रूपों ने पर्यटन उद्योग में बदलाव लाया है और पर्यटन को अधिक जिम्मेदार पर्यटन बना दिया है। यात्रा अब स्थापित पर्यटन स्थलों से अज्ञात पर्यटन स्थलों में बदल गई है। पहले देश आगंतुकों की संख्या को लेकर चिंतित थे लेकिन अब वे पर्यटन के आर्थिक और सामाजिक लाभों के बारे में सोच रहे हैं। वैकल्पिक पर्यटन के कारण पर्यटन उद्योग ने हर मौसम के लिए उपयुक्त पर्यटन का आकार ले लिया है। पर्यटक भी बहुत बदल गया है। वह अब एक मूल्य जागरूक यात्री है, जो ज्वलंत अनुभवों के माध्यम से आत्म-सुधार के लिए यात्रा कर रहा है।

हालाँकि, वैकल्पिक पर्यटन रूपों के कारण लक्षित ग्राहकों को सामाजिक-आर्थिक समूहों के बजाय डेटा बेस माना जाता है। वैकल्पिक पर्यटन के प्रचार के साथ उपभोक्ता व्यवहार को देखने के पारंपरिक तरीके पुराने होते जा रहे हैं। वैकल्पिक पर्यटन को उन पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए एक नई विपणन तकनीक के रूप में देखा जा सकता है, जो जिम्मेदार वर्ग से संबंधित हैं और अनुभव प्राप्त करने पर अधिक ध्यान केंद्रित करते हैं। इस प्रकार यह कहा जा सकता है कि वैकल्पिक पर्यटन को पर्यटन-उद्यम को बढ़ावा देने में एक नया दृष्टिकोण कहा जा सकता है क्योंकि इससे स्थानीय समुदाय को लाभ होता है, पर्यटन का अधिक से अधिक विविधीकरण होता है, पारंपरिक स्थानों से पर्यटन का प्रसार होता है और पर्यटन को सभी मौसमों में व्यापार का हिस्सा बनाया जा सकता है।

#### 8.5 सारांश:

पर्यटन के पारंपरिक रूप उन विविध दिलचस्पियों और विविध प्रेरणाओं को संतुष्ट करने में उपयुक्त नहीं थे जो लोगों की यात्रा के पीछे मंतव्य होते हैं। हालाँकि, पहले लोग पारंपरिक "सूरज, रेत और समुद्र" से ही संतुष्ट रहते थे क्योंकि उनके पास अनछुए अवसरों के बारे में बहुत कम जानकारी थी और यहाँ तक कि टूर ऑपरेशन गतिविधियाँ भी बहुत व्यवस्थित नहीं थीं। लेकिन हर क्षेत्र में सूचना प्रौद्योगिकी के आगमन के साथ हमारे जीवन और भावी यात्रियों के जागरूकता स्तर में वृद्धि के कारण, पर्यटन का विविधीकरण ग्राहकों की अपेक्षाओं का उत्तर है। ये विविध रूप एक पर्यटक के यात्रा अनुभव को अधिकतम बना पाने में एक कदम आगे हैं। व्यापक पर्यटन को स्थानीय लोगों के लिए अधिक लाभदायक विकल्प नहीं माना जाता है। जबकि वैकल्पिक पर्यटन को लाभकारी कहा जाता है, इसके अतिरिक्त यह एक नई विपणन अवधारणा के रूप में कार्य कर सकता है, जिसमें स्थानीय समुदाय के लिए अवसर मौजूद हों।

---

### 8.6 निबंधात्मक प्रश्न:

---

1. व्यापक पर्यटन का वैचारिक अर्थ क्या है?
  2. वैकल्पिक पर्यटन की अवधारणा पर चर्चा करें।
  3. भारत में कुछ लोकप्रिय वैकल्पिक पर्यटन रूपों पर प्रकाश डालिए।
  4. पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए वैकल्पिक पर्यटन एक नए दृष्टिकोण के रूप में कैसे कार्य कर सकता है?
  5. पर्यटन के कुछ वैकल्पिक रूपों की पहचान करें जिन्हें भारत में बढ़ावा दिया जा सकता है।
- 

### 8.7 उपयोगी पाठ्य सामग्री

---

A.K. Bhatia - Tourism Development - Principles and Practices

K.K. Sharma - Tourism and Development

P.C. Sinha - Tourism Transport and Travel Management

• William C. Gartner - Tourism Development - Principles, Processes and Policies

---

## इकाई -9 पर्यटन उद्योग की प्रकृति एवं विशेषताएँ

---

- 9.0 उद्देश्य
- 9.1 प्रस्तावना
  - 9.1.1 पर्यटन की सामान्य अवधारणाएँ
- 9.2 पर्यटन: परिभाषाएँ
  - 9.2.1 पर्यटन की पुनर्परिभाषा
  - 9.2.2 'अवकाश', 'मनोरंजन' और 'पर्यटन' के बीच संबंध
- 9.3 पर्यटन का वर्गीकरण
- 9.4 पर्यटन के तत्व
- 9.5 अवधारणात्मक विवेचना
- 9.6 वैश्विक पर्यटन परिदृश्य
- 9.7 पर्यटन उद्योग का भविष्य
- 9.8 सारांश

---

## 9.0 उद्देश्य:

---

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप:

- पर्यटन की प्रकृति की व्याख्या कर सकेंगे;
  - पर्यटन उद्योग के तत्वों, वर्गीकरण पर चर्चा कर सकेंगे;
  - पर्यटन, मनोरंजन और अवकाश के बीच संबंधों पर चर्चा कर सकेंगे;
  - यात्रा और पर्यटन के बीच अंतर का वर्णन कर सकेंगे; और
  - पर्यटन की प्रवृत्तियों और संभावनाओं की व्याख्या कर पाएँगे।
- 

## 9.1 प्रस्तावना

---

यात्रा मानव की प्राचीनतम गतिविधियों में से एक है। प्राचीन समय से ही मनुष्य भोजन और शरण की तलाश में घूमता रहा है। सुदूर अतीत में अधिकांश यात्री व्यापारी, तीर्थ पर निकलने वाले या ज्ञान और शांति की खोज में निकलने वाले जिज्ञासु रहे हैं। बाद के समय में नए व्यापारिक मार्गों की खोज के साथ नए-नए स्थानों के लिए यात्रा करना संभव हो पाया और इसके फलस्वरूप सांस्कृतिक आदान प्रदान भी संभव हुआ। विभिन्न कला व संस्कृति रीति-रिवाजों के साथ ही विज्ञान, प्रौद्योगिकी, धर्म भी इन यात्राओं के साथ साथ दुनिया भर में एक स्थान से दूसरे स्थान की ओर प्रवाहित होते रहे। आधुनिक ज़माना उन्नत आर्थिक प्रगति का दौर है और आर्थिक उपलब्धि ही किसी देश को स्वतंत्रता का उपभोग करने में सक्षम बनाती है। औद्योगीकरण के बाद होने वाले बेतरतीब विकास के कारण पर्यावरण की समस्याएँ पैदा हुई हैं, हाल के समय में पर्यटन को ऐसे उद्योग के तौर पर देखा जाता है जो कम से कम प्रदूषण पैदा कर सकता है। इसके साथ ही यह दुनिया का सबसे बड़ा उद्यम है इसे एक स्मोकलेस इंडस्ट्री के तौर पर भी जाना जाता है। इसके माध्यम से राष्ट्रीय एकीकरण, अंतरराष्ट्रीय समझ और रोज़गार सृजन संभव होता है। अगर हम देखें तो सिंगापुर, थाईलैंड और फ्रान्स जैसे कई देशों की अर्थव्यवस्था काफ़ी हद तक पर्यटन पर निर्भर है।

आधुनिक समय में होने वाली प्रौद्योगिकी के विस्तार और नवाचारों ने पर्यटन की संभावनाओं को और व्यापक बनाया है। आज के दिन लोग बड़ी आसानी से ही दुनिया भर की राजधानियों और सुरम्य स्थलों में पहुँच जाते हैं। जहाँ पुराने समय में इस तरह की यात्रा करना केवल कुछ ही लोगों के लिए संभव था, वर्तमान में यह व्यापक जन समाज के लिए संभव है। इसके साथ-साथ औद्योगिक और उत्तर औद्योगिक समाजों में अवकाश के समय की उपलब्धता ने भी यात्रा को बढ़ावा दिया है। आधुनिक समय के साथ-साथ बदलते धार्मिक परिवेश, बढ़ते नगरीकरण और टूटते ग्रामीण नातेदारी के संबंधों ने इस मनोरंजन की खोज में निकलने वाले समुदाय को जन्म दिया है। वर्तमान समय में ख़ाली समय को किसी बुराई के तौर पर देखने के बजाएँ एक मानव अधिकार के तौर पर देखा जाता है। इसलिए हमारे समय में अवकाश और छुट्टी बेहतर और रचनात्मक ढंग से गुज़ारने की अवधारणा को बल मिला है।

---

### 9.1.1 पर्यटन की सामान्य अवधारणाएँ:

---

क्रिपेनडॉर्फ ने औद्योगिक समाज के प्रमुख प्रभावों में से एक के रूप में अवकाश की पहचान की है। उन्होंने संकेत दिया कि एक औद्योगिक समाज में मनुष्य तीन प्राथमिक चीजों से चिंतित है: काम, आवास और अवकाश। औद्योगिक समाज को चार उप-प्रणालियों के रूप में समझा जा सकता है जो इन चिंताओं से संबंधित हैं: (1) इसके मूल्य, (2) इसकी अर्थव्यवस्था, (3) इसकी सरकार और (4) इसका पर्यावरण या संसाधन। इस समाज के मूल्य धन और उपभोग पर जोर देते हैं। अर्थव्यवस्था सुपर कंपनियों और धन के संकेंद्रण में विकसित हो सकती है। पर्यावरण को सीमित या असीमित संसाधनों वाला माना जा सकता है। सरकार की नीतियों का लोगों के जीवन पर सीधा प्रभाव पड़ता है। क्रिपेनडॉर्फ के विश्लेषण के अनुसार, लोग यात्रा करते हैं ताकि वे अपने काम और घरेलू जीवन को बेहतर ढंग से समायोजित कर सकें। क्रिपेनडॉर्फ ने लोगों के बीच इस बढ़ती भावना को दर्ज किया है कि समाज इतने गहरे बदलावों से गुजर रहा है कि यह अब अपने काम के लिए जाना जाने वाला समाज नहीं रहेगा। उन्होंने कहा कि उत्तर-औद्योगिक समाज वह होगा जो: जीवन की कला और गुणवत्ता को जीवन स्तर से पहले रखेगा। स्वतंत्रता, भागीदारी, स्वायत्तता और आत्म-संतुष्टि की इच्छा जैसे मूल्य आवश्यकताओं के पदानुक्रम में प्राथमिकता रखेंगे। पेशेवर करियर, सुरक्षा और वेतन का महत्व कम हो रहा है। व्यक्ति को यह एहसास होने लगता है कि मनुष्य के पास धन और संपत्ति तो प्रचुर मात्रा में है, लेकिन उसके पास पर्याप्त समय नहीं है। लोग समय का अर्थ फिर से खोज रहे हैं। उन्होंने यह निष्कर्ष निकाला कि, हालांकि समाज में बदलाव के साथ यात्रा का चरित्र बदल जाएगा, पर्यटन बेहतर जीवन की इच्छा में योगदान देगा और एक बेहतर समाज के निर्माण में मदद करेगा।

पर्यटन का अध्ययन बहुत जटिल हो गया है। इसे बेहतर ढंग से समझने के लिए, पर्यटकों, व्यवसायों, पर्यटक पैदा करने वाले देशों की सरकारों (बाद में पर्यटक सरकारों के रूप में संदर्भित), मेजबान सरकारों और मेजबान समुदायों सहित क्षेत्र में कई प्रतिभागियों के विभिन्न दृष्टिकोणों पर विचार करने की आवश्यकता है।

**पर्यटक:** पर्यटकों की कुछ आवश्यकताएँ और इच्छाएँ होती हैं जो यात्रा से पूरी होती हैं। ये ज़रूरतें और इच्छाएँ पर्यटक के समय, धन, सांस्कृतिक पृष्ठभूमि और सामाजिक पृष्ठभूमि पर निर्भर करती हैं। पर्यटकों की ज़रूरतें और विशेषताएँ चुने गए गंतव्यों और गतिविधियों को निर्धारित करने में मदद करती हैं।

**व्यवसाय:** पर्यटकों की इच्छा, आवश्यकताओं को पूरा करने वाली सेवाएँ और ऐसे उत्पाद प्रदान करने का अवसर जो या तो परिवहन में या गंतव्य पर उनकी सहायता करते हैं, इस बाज़ार प्रकार्य को ही पर्यटन उद्योग कहा जाता है। पर्यटन उद्योग को परिवहन, आवास, खरीदारी और गतिविधियों के घटकों में विभाजित किया गया है। अंतरराष्ट्रीय हवाई अड्डे पर ड्यूटी-फ्री पत्थर से लेकर त्योहारों, सुपर बाउल्स, होटलों या घोड़ा गाड़ियों में सवारी तक ये सभी घटक अत्यधिक व्यवस्थित हैं।

**पर्यटक सरकारें:** आर्थिक और राजनीतिक रूप से सरकारें पर्यटन को अपने देश या क्षेत्र से दूसरे देश में प्रतिस्पर्धी निर्यात-धन प्रवाह के रूप में देखती हैं। कुछ सरकारों, विशेष रूप से समाजवादी देशों के लिए, धन का प्रवाह उनकी अर्थव्यवस्था और स्थिरता के लिए बहुत महत्वपूर्ण है, और इसे सावधानीपूर्वक नियंत्रित किया जाना चाहिए।

**मेजबान सरकारें:** मेजबान सरकारें पर्यटन आय, नौकरियों और कर राजस्व का लाभ उठाती हैं।



**मेज़बान समुदाय:** स्थानीय समुदाय के स्तर पर पर्यटन का सकारात्मक और नकारात्मक दोनों तरह से सबसे बड़ा प्रभाव पड़ता है। पर्यटक न केवल आय, नौकरियाँ और सांस्कृतिक मेलजोल लाते हैं, बल्कि वे पर्यावरण संबंधी चिंताएँ भी लाते हैं।

जहां इन पाँच समूहों में से प्रत्येक के पास अलग-अलग जटिल दृष्टिकोण हैं जिन्हें समझने के लिए काफी प्रयास की आवश्यकता होती है, इनकी अंतर्क्रिया पर्यटन की जटिलता को बढ़ाती है, और साथ में वे दुनिया को अधिक करीब लाते हैं और अधिक अनुकूल बनाते हैं।

पर्यटन के अवधारणात्मक ढांचे को चार भागों में विभाजित किया जा सकता है:

गतिशील तत्व

सेवा तत्व

कार्यात्मक तत्व

परिणामी तत्व

### 1. गतिशील तत्व - पर्यटन की परिघटना

पर्यटन परिघटना एक असाधारण घटना है, जो ऐतिहासिक रूप से विशेषाधिकार प्राप्त कुछ लोगों की गतिविधि से एक सामूहिक सांस्कृतिक जीवन शैली तक विकसित हुई, जिसे हमारी आधुनिक दुनिया की बुनियादी जरूरत के रूप में स्वीकार किया गया है। यह निरंतर परिवर्तन, व्यक्तिगत, सामाजिक और भौतिक लाभ उत्पन्न करने की विशेषता रखती है, जो समाज में मानवीय वृद्धि और विकास के लिए बहुत बड़ी सम्भावना पैदा करती है।

### 2. सेवा तत्व - पर्यटन प्रणाली:

पर्यटन प्रणाली तार्किक रूप से संबंधित या व्यावहारिक रूप से जुड़े घटकों की एक खुली व्यवस्था है ताकि लोगों को पर्यटन संसाधनों का उपयोग करने में सक्षम बनाया जा सके। ये घटक ऐसे परिणाम या अवसर उत्पन्न करते हैं जो पर्यटकों की विशेषताओं और व्यवहार का प्रतिबिंब होते हैं, जिन्हें अन्यथा मांग घटक कहा जाता है। दूसरी ओर आपूर्ति घटक है, जिसमें गंतव्य वातावरण और पर्यटन सेवाएँ शामिल हैं। पर्यटन के इन दो घटकों को जोड़ना लिंकिंग घटक है, जिसमें प्रचार, परिवहन/दौरा संचालन, वितरण चैनल और मूल्य निर्धारण रणनीतियाँ शामिल हैं।

### 3. कार्यात्मक तत्व - पर्यटन प्रबंधन:

पर्यटन प्रबंधन एक लक्ष्य को पूरा करने के लिए आवश्यक सभी कार्यों को सफलतापूर्वक पूरा करने की कला है, जिसमें पर्यटन प्रणाली को संचालित करने और नियंत्रित करने के लिए आवश्यक प्रमुख कार्य शामिल हैं, लेकिन इन्हीं तक सीमित नहीं हैं, जिसमें पर्यटक, मेज़बान, व्यावसायिक संस्थाएँ, गैर-लाभकारी संगठन और सरकारें शामिल हैं।

### 4. परिणामी तत्व - पर्यटन प्रभाव:

पर्यटन प्रणाली का लक्ष्य ऐसे परिणाम प्राप्त करना है जो सभी पर्यटन घटकों के संयुक्त होने पर लाभ और लागत का सबसे अच्छा और सबसे अनुकूल संतुलन प्राप्त करते हैं। पूरी प्रक्रिया के दौरान आतिथ्य के आवश्यक तत्वों को यथासंभव सांस्कृतिक प्रामाणिक तरीके से संरक्षित और बनाए रखने की आवश्यकता है। आतिथ्य को उनके स्वास्थ्य, आराम, सुरक्षा और समग्र खुशी के लिए उचित चिंता के साथ, मेहमानों के अनुकूल, दयालु और मिलनसार होने के कार्य, अभ्यास या कला के रूप में परिभाषित किया गया है। पर्यटन के माध्यम से सांस्कृतिक और मानवीय अनुभव का आदान-प्रदान सबसे सामंजस्यपूर्ण तरीके से प्रदान किया जाना चाहिए, ताकि पर्यटन और मेजबान दोनों की जरूरतों को समान देखभाल के साथ पूरा किया जा सके। जब पर्यटन परिघटना में शामिल सभी लोग "वैश्विक स्तर पर सोचते हैं और स्थानीय स्तर पर जिम्मेदार तरीके से कार्य करते हैं," तो अभीष्ट लक्ष्य प्राप्त हो जाता है।

## 9.2 पर्यटन: परिभाषाएँ:

जिसे हम पर्यटन कहते हैं, उसके लिए विभिन्न प्रकार की परिभाषाएँ मौजूद हैं। इस प्रकार, यह जानना महत्वपूर्ण है कि जब हम "पर्यटन" कहते हैं तो हमारा वास्तव में तात्पर्य क्या है। पर्यटन स्थलों और सुविधाओं के विकास के लिए बड़ी मात्रा में धन की आवश्यकता होती है। निर्माण करने या न करने का निर्णय संभावित उपयोगकर्ताओं की संख्या पर निर्भर करता है क्या ऐसी परियोजना का समर्थन करने के लिए पर्याप्त बड़ा बाजार है, चाहे वह होटल, रेस्तरां या थीम पार्क हो? यदि हम पर्यटन, यात्रा और पर्यटक की एक आम परिभाषा पर पहुंच सकते हैं तो हम यह निर्धारित करने के लिए डेटा की संख्या का उपयोग करने में बेहतर सक्षम होंगे कि क्या करना है या नहीं, कहां विज्ञापन करना है, कौन से गंतव्य बढ़ रहे हैं या लुप्त हो रहे हैं। संक्षेप में, हमारे व्यावसायिक निर्णय बेहतर होंगे यदि बात की पूरी समझ रखी जाए कि हम वास्तव में किस बारे में बात कर रहे हैं।

पर्यटन केवल एक उद्योग नहीं है, हालाँकि पर्यटन विभिन्न प्रकार के उद्योगों को जन्म देता है। पर्यटन एक ऐसी गतिविधि है जिसमें यात्रा करने वाले लोग शामिल होते हैं।

### अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक

1. राष्ट्र संघ: आम तौर पर यह माना जाता है कि पर्यटक की परिभाषाएँ अपूर्ण हैं। 1937 में राष्ट्र संघ के अनुसार, एक "विदेशी पर्यटक" वह व्यक्ति है जो अपने देश के अलावा किसी अन्य देश का दौरा करता है जिसमें वह आमतौर पर कम से कम 24 घंटे की अवधि के लिए रहता है।

निम्नलिखित व्यक्तियों को पर्यटक माना जाता है: आनंद के लिए, पारिवारिक कारणों से, स्वास्थ्य आदि के लिए यात्रा करने वाले व्यक्ति; बैठकों के लिए यात्रा करने वाले व्यक्ति, या किसी भी प्रकार की प्रतिनिधि क्षमता (वैज्ञानिक, प्रशासनिक, राजनयिक, धार्मिक, एथलेटिक, आदि) में यात्रा करने वाले व्यक्ति, व्यावसायिक कारणों से यात्रा करने वाले व्यक्ति; सेस क्रूज के दौरान आने वाले व्यक्ति, भले ही वे 24 घंटे से कम समय तक रहें।

निम्नलिखित व्यक्तियों को पर्यटक नहीं माना जाता है: काम के अनुबंध के साथ या उसके बिना, उस देश के भीतर कोई व्यवसाय करने या किसी व्यावसायिक गतिविधि में शामिल होने के लिए आने वाले व्यक्ति, उस देश में निवास स्थापित करने के लिए आने वाले अन्य व्यक्ति, छात्र और बोर्डिंग प्रतिष्ठानों या स्कूलों में रहने वाले अन्य

व्यक्ति; एक विदेशी क्षेत्र के निवासी और किसी देश में रहने वाले और आसपास के क्षेत्र में काम करने वाले व्यक्ति; जो यात्री बिना रुके किसी देश से होकर गुजरते हैं, भले ही यात्रा में 24 घंटे से अधिक समय लगे।

**2. IUOTO:** 1950 में अंतर्राष्ट्रीय आधिकारिक यात्रा संगठनों (IUOTO), जो बाद में विश्व पर्यटन संगठन बन गया, ने उपरोक्त परिभाषा में दो बदलावों का सुझाव दिया। संगठन ने सिफारिश की कि बोर्डिंग प्रतिष्ठानों या स्कूलों में छात्रों और युवाओं को पर्यटक माना जाए। इसने यह भी सुझाव दिया कि भ्रमणकर्ताओं और पारगमन यात्रियों को पर्यटक के रूप में परिभाषित नहीं किया जाना चाहिए। आईयूओटीओ का मानना था कि 'भ्रमणकर्ता' शब्द उस देश में आनंद के लिए यात्रा करने वाले किसी व्यक्ति को दिया जाना चाहिए जिसमें वह आम तौर पर 24 घंटे से कम की अवधि के लिए नहीं रहता है जब तक कि वह व्यक्ति काम करने के लिए वहां नहीं गया होता है। एक "पारगमन यात्री" वास्तव में 24 घंटे से अधिक समय तक देश में रह सकता है। IUOTO के अनुसार इस शब्द का अर्थ है "कोई भी व्यक्ति बिना रुके 24 घंटे से अधिक की अवधि के लिए किसी देश की यात्रा कर रहा है, या 24 घंटे से कम की अवधि के दौरान किसी देश की यात्रा कर रहा है, बशर्ते कि किए गए स्टॉप कम हों।

**3. संयुक्त राष्ट्र का रोम सम्मेलन:** 1963 में रोम में अंतर्राष्ट्रीय यात्रा और पर्यटन पर संयुक्त राष्ट्र सम्मेलन ने "आगंतुक" शब्द की परिभाषा की सिफारिश की जिसमें किसी भी व्यक्ति को शामिल किया जाए जो किसी भी उद्देश्य के लिए उस देश के अलावा किसी अन्य देश का दौरा करता है जहां वह रहता है। विशेष रूप से, सम्मेलन के सदस्यों ने नोट किया कि यात्राएँ निम्नलिखित कारणों से हो सकती हैं: (1) अवकाश, मनोरंजन, छुट्टियाँ, खेल, स्वास्थ्य, अध्ययन, धर्म; (2) व्यवसाय, परिवार, मित्र, मिशन, मुलाकात।

**4. संयुक्त राष्ट्र के आर्थिक और सामाजिक मामलों के विभाग:** 1978 में संयुक्त राष्ट्र के आर्थिक और सामाजिक मामलों के विभाग ने दिशानिर्देश प्रकाशित किए जिनमें "अंतर्राष्ट्रीय आगंतुक" शब्द की परिभाषा शामिल थी। एजेंसी ने माना कि अंतर्राष्ट्रीय आगंतुक वे थे जो विदेश से किसी दिए गए देश का दौरा करते थे (जिसे हम इन्बाउंड पर्यटक बुला सकते हैं) और वे जो किसी दिए गए देश से विदेश यात्रा पर गए थे (आउटबाउंड पर्यटक)। इससे संकेत मिलता है कि कोई व्यक्ति किसी देश में अधिकतम अवधि बिता सकता है और फिर भी उसे आगंतुक कहा जा सकता है, यदि यह अवधि एक वर्ष हो।

#### **घरेलू पर्यटक:**

विश्व पर्यटन संगठन: विश्व पर्यटन संगठन ने "घरेलू पर्यटक" की एक परिभाषा भी प्रस्तावित की है जो ठहरने की अवधि पर आधारित है:

किसी देश के भीतर रहने वाला कोई भी व्यक्ति, चाहे वह किसी भी राष्ट्रीयता का हो, अपने सामान्य निवास के अलावा किसी अन्य स्थान पर कम से कम 24 घंटे या एक रात की अवधि के लिए उस स्थान पर पारिश्रमिक अर्जन के कार्य के अलावा किसी अन्य उद्देश्य के लिए यात्रा करता है। ऐसी यात्रा के उद्देश्य हो सकते हैं: (1) अवकाश (मनोरंजन, छुट्टियाँ, स्वास्थ्य, अध्ययन)। 2) व्यवसाय, पारिवारिक या मुलाकात का कारण

**राष्ट्रीय पर्यटन संसाधन समीक्षा आयोग:** 1973 में राष्ट्रीय पर्यटन संसाधन समीक्षा आयोग ने संयुक्त राज्य अमेरिका में पर्यटन का अपना ऐतिहासिक अध्ययन प्रकाशित किया। इसमें आयोग ने प्रस्तावित किया कि घरेलू पर्यटक वह है जो घर से किसी दिशा में कम से कम 50 मील की यात्रा करता है। यात्रा काम पर जाने के अलावा किसी भी कारण से हो सकती है। कनाडाई सरकार ने निर्दिष्ट किया कि एक पर्यटक वह है जो अपने समुदाय के बाहर कम से कम 25 मील की यात्रा करता है।

### पर्यटन की परिभाषाएँ:

विश्व में पर्यटन की जटिलता और महत्व के कारण इसे परिभाषित करने की आवश्यकता है ताकि इसे बेहतर ढंग से समझा जा सके। एक परिभाषा यह होगी कि पर्यटन पर्यटकों, व्यवसायों, पर्यटक सरकारों और मेजबान सरकार और समुदायों की अंतर्क्रिया से उत्पन्न होने वाले सभी सम्बन्धों का योग है।

एच. रॉबिन्सन (1976) ने एक पर्यटक का वर्णन उस व्यक्ति के रूप में किया है जो एक दिन से अधिक समय के लिए उस स्थान की यात्रा करता है जहां वह सामान्य रूप से नहीं रहता है। जॉर्ज यंग (1973) एक व्यापक परिभाषा का उपयोग करते हुए कहते हैं कि पर्यटक वह है जो घर से दूर यात्रा करता है। डब्लू. हन्ज़िकर ने 1942 में पर्यटन को इस प्रकार परिभाषित किया था, "अनिवासियों की यात्रा और प्रवास से उत्पन्न होने वाली घटनाओं और संबंधों का योग, जहां तक कि वे स्थायी निवास की ओर नहीं ले जाते हैं और किसी भी कमाई की गतिविधि से जुड़े नहीं हैं।" (1975) में, इंग्लैंड में सरे विश्वविद्यालय के होटल, खानपान और पर्यटन प्रबंधन विभाग ने एक व्यापक दृष्टिकोण अपनाया; "पर्यटन अपने निवास और कार्य-स्थलों के बाहर लोगों के अस्थायी, अल्पकालिक गमन और इन गंतव्यों पर रहने के दौरान उनकी गतिविधियों को दर्शाता है। इस आवाजाही का अधिकांश हिस्सा अंतरराष्ट्रीय चरित्र का है और इसमें से अधिकांश अवकाश गतिविधि है" (हडमैन और हॉकिन्स, 1989)। ए.जे. बुर्कर्ट और एस मेडलिक (1981) का सुझाव है कि निवास और कार्य के सामान्य स्थान के बाहर यात्रा और प्रवास दोनों, यदि यह अस्थायी है, को पर्यटन के रूप में परिभाषित किया जा सकता है।

पर्यटन की सभी विभिन्न परिभाषाएँ इस बात का प्रमाण हैं कि यह विषय कितना जटिल है। 1937 में, राष्ट्र संघ को पर्यटन डेटा एकत्र करने के महत्व का एहसास हुआ। इसमें सुझाव दिया गया कि पर्यटकों को उन लोगों के रूप में माना जाए जो आमतौर पर जिस देश में रहते हैं, उसके अलावा किसी अन्य देश में चौबीस घंटे या उससे अधिक की अवधि के लिए यात्रा करते हैं। राष्ट्र संघ द्वारा सौंपी गई रिपोर्ट ने पर्यटकों को आनंद, स्वास्थ्य और घरेलू कारणों से यात्रा करने वाला, अंतरराष्ट्रीय बैठकों के लिए यात्रा करने वाले; व्यवसाय के उद्देश्य से यात्रा करने वाले; और वे लोग जो ठहरने की अवधि की परवाह किए बिना समुद्री जहाज़ से किसी देश में पहुँचते हैं, को पर्यटक माना है।

आगंतुकों को दो श्रेणियों में बांटा गया था। एक तो पर्यटक जो अस्थायी रूप से देश में चौबीस घंटे या अधिक रहने वाले आगंतुक होते हैं, जिनकी यात्रा निम्नलिखित श्रेणियों में से एक में होती है; अवकाश, मनोरंजन, अवकाश, खेल, स्वास्थ्य, अध्ययन, धर्म, व्यवसाय, परिवार, मित्र, मिशन, बैठकों। दूसरे भ्रमणकर्ता में यात्रा किए गए देश में चौबीस घंटे से कम रहने वाले अस्थायी आगंतुक हैं, जिनमें क्रूज यात्री भी शामिल हैं। दोनों प्रकार के आगंतुकों के

बीच यह अंतर महत्वपूर्ण है, क्योंकि भ्रमणकर्ताओं को आवास के लिए कम योजना की आवश्यकता होती है, लेकिन परिवहन और खरीदारी सुविधाओं के संबंध में अधिका।

अधिकांश मामलों में यात्रा और पर्यटन शब्द समानार्थक शब्द के रूप में उपयोग किए जाते हैं, हालांकि कुछ लेखकों ने दोनों के बीच एक स्पष्ट सीमा खींचने की कोशिश की है। यू.एस. ट्रेवल डेटा सेंटर के पूर्व निदेशक डगलस फ्रेचटलिंग ने, दोनों शब्दों से असहज होकर, "यात्री" शब्द की एक परिभाषा तैयार की, जो घर से कम से कम एक सौ मील दूर की यात्रा करता है और वापस लौटता है। पर्यटन शब्द सरकारी एजेंसियों के लिए अधिक लोकप्रिय हो गया है। संयुक्त राज्य अमेरिका के कई राज्य, कनाडा के प्रांत और क्षेत्र, साथ ही विभिन्न देश, अपनी एजेंसी के शीर्षकों में "पर्यटन" शब्द का उपयोग कर रहे हैं। उदाहरण के लिए, ब्रिटिश पर्यटक प्राधिकरण, अमेरिकी यात्रा और पर्यटन प्रशासन, कनाडा का पर्यटन उद्योग संघ और विश्व पर्यटन संगठन (डब्ल्यूटीओ) हैं। "पर्यटक" का रोजमर्रा का उपयोग आमतौर पर किसी प्रकार की आनंद यात्रा से जुड़ा होता है, जबकि "यात्री" का आमतौर पर व्यापक अर्थ होता है जिसमें आनंद और व्यवसाय दोनों के लिए यात्राएँ शामिल होती हैं। सभी परिभाषाओं में घरेलू या अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर तीन सामान्य तत्व हैं। वे हैं:

दो या दो से अधिक स्थानों (उत्पत्ति और गंतव्य) के बीच आवाजाही;

उद्देश्य; और

समय (अस्थायी)।

अधिकांश संगठनों ने पर्यटन के रूप में अर्हता प्राप्त करने के लिए दो स्थानों के बीच न्यूनतम दूरी तय की है। पर्यटक शब्द की व्याख्या कुछ प्रकार की यात्राओं से होती है। यू.एस. ट्रेवल डेटा सेंटर किसी ऑपरेशन क्रू के हिस्से के रूप में हवाई जहाज या ट्रेन जैसे सार्वजनिक परिवहन में काम पर जाने की यात्रा को शामिल नहीं करता है। सामान्य तौर पर, अधिकांश माप और परिभाषाएँ प्रवासी श्रमिकों और अन्य अस्थायी श्रमिकों, छात्रों, अनिल आप्रवासियों को पर्यटक की श्रेणी से बाहर रखती हैं।

---

### 9.2.1 पर्यटन की पुनर्परिभाषा

---

4 मार्च 1993 को, संयुक्त राष्ट्र सांख्यिकी आयोग ने पर्यटन सांख्यिकी पर डब्ल्यूटीओ की सिफारिशों को अपनाया। मानक परिभाषाएँ और वर्गीकरण निर्णय निर्माताओं को पर्यटन के आर्थिक प्रभाव को सटीक रूप से मापने के लिए एक सामान्य आधार प्रदान करते हैं। मूलतः, डब्ल्यूटीओ ने पर्यटन की अवधारणा को 'छुट्टियाँ मनाने' की एक रूढ़िवादी छवि से परे ले लिया है। रिपोर्ट में आधिकारिक तौर पर स्वीकृत परिभाषा यह है कि "पर्यटन में अवकाश, व्यवसाय और अन्य उद्देश्यों के लिए लगातार एक वर्ष से अधिक समय तक अपने सामान्य वातावरण के बाहर स्थानों की यात्रा करने और रहने वाले व्यक्तियों की गतिविधियाँ शामिल हैं"

रिपोर्ट निम्नलिखित प्रकार के पर्यटन को अलग करती है:

घरेलू पर्यटन, जिसमें किसी देश के निवासियों का अपने ही देश में भ्रमण शामिल होता है।

इनबाउंड पर्यटन, जिसमें गैर-निवासियों को अपने देश के अलावा किसी अन्य देश का दौरा करना शामिल है।

आउटबाउंड पर्यटन, जिसमें एक देश के निवासी दूसरे देशों का दौरा करते हैं।

पर्यटन के इन तीन बुनियादी रूपों को पर्यटन की निम्नलिखित श्रेणियां प्राप्त करने के लिए जोड़ा जा सकता है:

आंतरिक पर्यटन, जिसमें घरेलू पर्यटन और इनबाउंड पर्यटन शामिल है।

राष्ट्रीय पर्यटन, जिसमें घरेलू पर्यटन और आउटबाउंड पर्यटन शामिल है।

अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन, जिसमें इनबाउंड और आउटबाउंड पर्यटन शामिल है।

पर्यटन की उपरोक्त अवधारणा के पीछे "यात्री" की समग्र अवधारणा है, जिसे "दो या दो से अधिक देशों के बीच या अपने सामान्य निवास वाले देश के भीतर दो या दो से अधिक इलाकों के बीच यात्रा पर जाने वाले किसी भी व्यक्ति" के रूप में परिभाषित किया गया है। पर्यटन में शामिल सभी प्रकार के यात्री 'आगंतुकों' के रूप में वर्णित किए जा सकते हैं - यह शब्द पर्यटन सांख्यिकी की संपूर्ण प्रणाली के लिए मूल अवधारणा का गठन करता है।

'आगंतुक' को ऐसे व्यक्ति के रूप में परिभाषित किया जाता है जो अपने सामान्य निवास स्थान के अलावा किसी अन्य देश की यात्रा करता है लेकिन अपने सामान्य वातावरण से बाहर बारह महीने से अधिक की अवधि के लिए नहीं जाता है और जिसकी यात्रा का मुख्य उद्देश्य नौकरी के अलावा कोई अन्य गतिविधि है। आगंतुकों को दो श्रेणियों में उप-विभाजित किया गया है:

दिवसीय आगंतुक: वे आगंतुक जो यात्रा वाले देश में सामूहिक या निजी तौर पर रात नहीं बिताते।

पर्यटक: वे पर्यटक जो उस देश में किसी सामूहिक या निजी आवास में कम से कम एक रात रुकते हैं।

---

### 9.2.2 'अवकाश', 'मनोरंजन' और 'पर्यटन' के बीच संबंध:

---

"अवकाश", "मनोरंजन" और 'पर्यटन' शब्द अक्सर समान अर्थ व्यक्त करने के लिए उपयोग किए जाते हैं। इन शब्दों के बीच वास्तव में क्या संबंध है? अवकाश काम, आराम, नींद और घर के कामों के बाद बचे हुए समय का एक माप है। अवकाश वह समय है जिसे कोई व्यक्ति अपनी आत्मा को तरोताजा करने के लिए प्रयुक्त कर सकता है या अपने पसंद के काम को। मनोरंजन का अर्थ है विभिन्न प्रकार की आत्म-संतुष्टि की गतिविधियाँ, जिसमें गोल्फ का खेल, टेलीविजन देखना जैसी विविध गतिविधियाँ शामिल हो सकती हैं। इसलिए, पर्यटन उन गतिविधियों में से एक है, जिसे कोई व्यक्ति अपने तन-मन को खुश करने के लिए कर सकता है। यह पर्यटन को व्यक्ति की मनोरंजन गतिविधियों के एक भाग के रूप में मजबूती से स्थापित करता है।

मनोरंजन की घर-आधारित गतिविधियाँ - टीवी देखना, पढ़ना, बागवानी, आदि। दैनिक अवकाश के लिए सिनेमा, थिएटर, रेस्तराँ जाना या दोस्तों से मिलना। सप्ताहांत अवकाश-दिवस यात्राएँ, पर्यटन, आसपास के पर्यटक आकर्षणों का भ्रमण, सप्ताहांत यात्राएँ आदि। पर्यटन अस्थायी आवाजाही: घर और कार्यस्थलके अलावा अन्यत्र जाना और वहां उपलब्ध गतिविधियों में शामिल होना।

---

### 9.3 पर्यटन का वर्गीकरण:

---

यात्रा के उद्देश्य के अनुसार पर्यटन को छह अलग-अलग श्रेणियों में वर्गीकृत किया जा सकता है।

**मनोरंजक:** मनोरंजक या अवकाश पर्यटन व्यक्ति को रोजमर्रा की जिंदगी की नीरसता से दूर ले जाता है। ऐसे में लोग अपना खाली समय पहाड़ों, समुद्री तटों आदि पर बिताते हैं।

**सांस्कृतिक:** सांस्कृतिक पर्यटन सांस्कृतिक और बौद्धिक जिज्ञासा को संतुष्ट करता है और इसमें प्राचीन स्मारकों, ऐतिहासिक या धार्मिक महत्व के स्थानों आदि का दौरा शामिल होता है।

**खेल/साहसिक कार्य:** गोल्फ खेलने, स्कीइंग करने के उद्देश्य से लोगों द्वारा की गई यात्राएँ, पहाड़ या पैदल यात्रा, इस श्रेणी में आते हैं।

**स्वास्थ्य:** इस श्रेणी के अंतर्गत, लोग चिकित्सा उपचार के लिए यात्रा करते हैं या उन स्थानों पर जाते हैं जहाँ उपचारात्मक संभावनाएँ हैं, उदाहरण के लिए, हॉट स्प्रिंग्स, स्पा, योग, आदि।

**कन्वेंशन टूरिज्म:** यह यात्रा का एक महत्वपूर्ण घटक बनता जा रहा है। लोग अपने व्यवसाय, पेशे या रुचि से संबंधित सम्मेलनों में भाग लेने के लिए देश या विदेश की यात्रा करते हैं।

• **प्रोत्साहन पर्यटन:** प्रमुख कंपनियाँ बिक्री में उच्च लक्ष्य हासिल करने वाले डीलरों और सेल्समैन को प्रोत्साहन के रूप में अवकाश यात्राएँ प्रदान करती हैं। पर्यटन के क्षेत्र में यह एक नई और विस्तारित घटना है। ये नकद प्रोत्साहन या उपहार के बदले में हैं। आज, प्रोत्साहन पर्यटन अकेले संयुक्त राज्य अमेरिका में 3 बिलियन डॉलर का व्यवसाय है (सेठ, 1997)

#### 9.4 पर्यटन के तत्व:

पर्यटन विविध तत्वों का एक मिश्रण है जो अंतिम उपभोक्ता यानी पर्यटक को एक यादगार समृद्ध अनुभव प्रदान करने के लिए आवश्यक हैं। इसके 5 मूल घटक/तत्व इस प्रकार हैं:-

1. **सुगमता:** किसी पर्यटक की मूल स्थान से किसी गंतव्य तक पहुंचने की क्षमता को सुगमता कहा जाता है। दूसरे शब्दों में, सुगमता का तात्पर्य परिवहन के साधन के माध्यम से एक स्थान से दूसरे स्थान तक जुड़ना है। यह एक ऐसा साधन है जिसके द्वारा पर्यटक उस क्षेत्र तक पहुंच सकता है जहां आकर्षण स्थित हैं। यदि पर्यटक आकर्षण ऐसे स्थानों पर स्थित हैं जहां परिवहन का कोई साधन नहीं पहुंच सकता है, या जहां अपर्याप्त सुविधाएँ हैं, तो उस स्थान का महत्व कम हो जाता है। परिवहन के आसान और सुविधाजनक साधन के उपयोग से किसी स्थान तक पहुंचा जा सकता है। मोटे तौर पर, परिवहन के 4 तरीके हैं: -वायु, भूमि, पानी और रेल।

परिवहन के इन साधनों का उपयोग आंतरिक और बाह्य परिवहन दोनों के लिए किया जा सकता है। बाह्य परिवहन का अर्थ है उद्गम स्थल से अंतिम गंतव्य तक जाना। जैसे एक पर्यटक हवाई मार्ग से दिल्ली से सिंगापुर जाता है या हवाई, सड़क या रेल द्वारा अंतिम गंतव्य के रूप में दिल्ली से गोवा जाता है, इसे बाहरी परिवहन कहा जाएगा।

आंतरिक परिवहन का अर्थ है किसी पर्यटक स्थल के भीतर यात्रा करना। जैसे सिंगापुर या गोवा में दर्शनीय स्थलों की यात्रा के लिए परिवहन के किसी भी साधन का उपयोग करना, हवाई अड्डे से होटल तक स्थानांतरण और भ्रमण।

2. आवास: पर्यटकों को रात भर रुकने का प्रावधान आवास के रूप में जाना जाता है। इसमें सभी प्रकार की आवास इकाइयाँ शामिल हैं जैसे होटल, मोटल, रिसॉर्ट, गेस्टहाउस, कैम्पिंग साइट आदि।

3. आकर्षण: किसी विशेष गंतव्य के आकर्षण किसी भी पर्यटक के लिए अवकाश यात्रा का प्रमुख कारण बनते हैं। यदि किसी गंतव्य पर कोई रुचिकर स्थान न हो तो पर्यटक उस स्थान पर कभी नहीं जाएँगे। आकर्षण प्राकृतिक या मानव निर्मित हो सकते हैं, उदाहरण के लिए श्रीनगर में डल झील प्राकृतिक आकर्षण का एक उदाहरण है जबकि आगरा में ताज महल मानव निर्मित आकर्षण का एक उदाहरण है।

4. गतिविधियाँ: कोई भी चीज़ जो एक पर्यटक गंतव्य पर खुद को शामिल करता है, उसे गतिविधि कहा जाता है, उदाहरण के लिए, नौकायन, साहसिक खेल, मछली पकड़ना, तैराकी आदि गतिविधियाँ एक पर्यटक को तरोताजा कर देती हैं और उसके समग्र अनुभव में चार चांद लगा देती हैं।

5. सुविधाएँ: सेवाएँ/सुविधाएँ जो आगंतुक को गंतव्य पर विभिन्न आकर्षणों/गतिविधियों का आनंद लेने में सक्षम बनाती हैं और जो उसे उस स्थान तक खींचती हैं और जिसके उपयोग के लिए उसे सामान्य रूप से भुगतान करना पड़ता है। सुविधाएँ पर्यटक उत्पाद के वे तत्व हैं, जो पर्यटन केंद्र के लिए आवश्यक सहायता हैं।

---

### 9.5 अवधारणात्मक विवेचना:

---

यात्रा बनाम पर्यटन:

एक आम आदमी के लिए, यात्रा और पर्यटन शब्द पर्यायवाची प्रतीत हो सकते हैं, लेकिन वास्तव में ऐसा नहीं है। यात्रा का अर्थ है एक स्थान से दूसरे स्थान तक जाना, जबकि पर्यटन का अर्थ है किसी निश्चित उद्देश्य के साथ यात्रा करना। पर्यटन एक मुख्य गतिविधि है जिसमें यात्रा (परिवहन), आवास (होटल), और स्थानीय दर्शनीय स्थलों की यात्रा आदि जैसी अन्य गतिविधियाँ शामिल हैं। "प्रत्येक यात्री पर्यटक नहीं है, लेकिन प्रत्येक पर्यटक एक यात्री है" यह कथन दर्शाता है कि पर्यटन में सभी प्रकार की यात्रा शामिल हैं जबकि यात्रा विविध पर्यटन उद्योग का सिर्फ एक हिस्सा है। पर्यटन में वे सभी उद्योग शामिल हैं जो प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से किसी पर्यटक को किसी गंतव्य पर उसकी मांगों को पूरा करने में मदद करते हैं। इसलिए, किसी भी रूप की यात्रा चाहे वह हवाई, जमीन या पानी हो, सरल शब्दों में व्यवसाय, अवकाश या छुट्टी के उद्देश्य से किसी व्यक्ति का एक स्थान से दूसरे स्थान पर विस्थापन या आवाजाही है, यह पर्यटन में तभी परिवर्तित होगा जब पर्यटक यात्रा किए गए गंतव्य पर रात भर रुकेगा और इस प्रकार वहाँ की अर्थव्यवस्था में इससे वृद्धि होगी।

उदाहरण के लिए, यदि कोई व्यक्ति शिमला जाने के लिए चंडीगढ़ से अपनी यात्रा शुरू करता है और उसके परिवहन का साधन सड़क है, और उसके मूल स्थान से उसके दौरे को यात्रा माना जाएगा, हालाँकि, यात्रा की तुलना में पर्यटन अधिक व्यापक अवधारणा है। उस व्यक्ति की सभी गतिविधियाँ, जब वह चंडीगढ़ से शिमला जाने के लिए



अपने निवास स्थान को छोड़ता है, उसके बाद के घंटों में उसका प्रवास, उसके द्वारा वहाँ किए गए दर्शनीय स्थलों की यात्रा और अन्य परस्पर संबंधित गतिविधियों को पर्यटन का हिस्सा माना जाता है। इसके अलावा, यात्रा सीमाओं को बढ़ाती है, दिमाग को खोलती है और पूर्वाग्रहों को दूर करती है। पर्यटन पिछड़े क्षेत्रों में रोजगार लाभ प्रदान करता है, और अधिक लोगों के लिए बेहतर सड़कें, पानी, बिजली और संचार उपलब्ध कराने में मदद करता है, जिससे जीवन स्तर में सुधार होता है।

## 9.6 वैश्विक पर्यटन परिदृश्य:

यात्रा और पर्यटन दुनिया का सबसे बड़ा उद्योग है और राष्ट्रीय और क्षेत्रीय अर्थव्यवस्थाओं में नौकरियों का सृजक है। 83 प्रतिशत देशों में पर्यटन शीर्ष पांच निर्यात श्रेणियों में है, विशेष रूप से यूरोप, मध्य पूर्व और अमेरिका में, और कम से कम तीन विकासशील देशों में से एक में विदेशी मुद्रा का प्रमुख स्रोत है। जीएनपी के मुकाबले पर्यटन प्राप्तियों के उच्चतम अनुपात वाले देश आमतौर पर छोटे द्वीप राष्ट्र हैं। हालाँकि आयातित पर्यटन इनपुट के भुगतान के लिए अधिकांश सकल पर्यटन प्राप्तियाँ (अर्थात् 50-70 प्रतिशत) इन देशों से "रिसाव" करती हैं, लेकिन जीएनपी के मुकाबले शुद्ध प्राप्तियों का अनुपात बड़े देशों की तुलना में बहुत अधिक रहता है। तथ्य यह है कि पर्यटन सिर्फ एक उद्योग नहीं है, यह एक साथ कई उद्योग हैं। दुनिया भर में यात्रा और पर्यटन हर 10 सेकंड में एक नई नौकरी पैदा करता है। प्रत्येक नौ व्यक्तियों में से एक व्यक्ति पर्यटन से जीविकोपार्जन करता है, इस ग्रह के प्रत्येक दस निवासियों में से एक पर्यटक है और इस प्रकार, भविष्यवाणियां कहती हैं कि विश्व रोजगार के किसी भी अन्य क्षेत्र की तुलना में यात्रा 50 प्रतिशत तेजी से बढ़ने की उम्मीद है।

### पर्यटन विकास के चालक:

विश्व समृद्धि को जारी रखना स्पष्ट रूप से एक प्रमुख चालक रहा है। उभरते बाजारों और सामान्य तौर पर विकासशील अर्थव्यवस्थाओं, और विशेष रूप से एशिया की, ने अपनी असाधारण ताकत बनाए रखी है। इस बीच, महाद्वीपीय यूरोप और विशेष रूप से जर्मनी में, आर्थिक विकास में उत्साहजनक वृद्धि हुई है। बढ़ती प्रयोज्य आय और जनसंख्या के बड़े हिस्से के लिए यात्रा उपलब्ध कराने वाली कम लागत वाली एयरलाइनों के निरंतर विकास जैसे कारकों के साथ, अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन औसत वृद्धि के उचित दिशा में गति करता प्रतीत होता है।

### भारतीय पर्यटन उद्योग में वर्तमान रुझान:

आने वाले वर्षों में दुनिया बढ़ती प्रौद्योगिकी के साथ इसका गवाह बनेगी

विश्व भर में तीव्र परिवहन प्रणाली का उदय।

आधुनिक सूचना प्रौद्योगिकी ने पर्यटन की अधिक माँग पैदा की है।

- पिछले दशक के दौरान बजट होटलों के बाजार का विस्तार जारी रहा है।
- विशेष रुचि पर्यटन तेजी से बढ़ रहा है। थीम पार्क, साहसिक पर्यटन और कैसीनो जैसी गतिविधियाँ अधिक से अधिक पर्यटकों को आकर्षित कर रही हैं।

बार-बार आने वाले आगंतुकों को आकर्षित करने के लिए, होटल उद्योग अपने ग्राहकों पर व्यक्तिगत ध्यान देने पर विशेष जोर दे रहा है।

सहस्राब्दी के शुरुआती वर्षों में प्रमुख सामाजिक और आर्थिक बदलाव हुए हैं, जिन्होंने ग्राहकों के व्यवहार के तरीके को बदल दिया है। बढ़े हुए ज्ञान, सूचना और क्रय शक्ति से प्रेरित होकर, ये बदलाव आकांक्षाएँ या बेहतर जीवन शैली पैदा कर रहे हैं।

वैश्विक पर्यटन में हो रहे नवीनतम रुझानों में से एक एकल अवकाश पर्यटक है। समूह यात्रा की तुलना में, लोग अकेले यात्रा करना पसंद करते हैं। एकल महिला यात्रियों द्वारा भारत की यात्रा में हर साल 6 से 8 प्रतिशत की वृद्धि हो रही है।

एक सामान्य गंतव्य पर आगंतुकों की बढ़ती संख्या के साथ, निकट भविष्य में सेवा संगठनों के लिए आगंतुकों की आवश्यकताओं को प्रबंधित करना कठिन होता जा रहा है। परिणामस्वरूप विलय, अधिग्रहण, गठबंधन और सहकारी समझौतों की संख्या में वृद्धि हुई।

- घरेलू और अंतरराष्ट्रीय स्वास्थ्य पर्यटन बाजार का दोहन करने के लिए, होटल संपत्तियाँ आयुर्वेदिक और अन्य कायाकल्प अवधारणाओं पर अपने होटलो को स्पा रिसॉर्ट में विकसित या परिवर्तित करेंगी।
- भारत में विदेशी होटल शृंखलाएँ फ्रेंचाइजिंग की अवधारणा पर फल-फूल रही हैं। सभी अंतरराष्ट्रीय खिलाड़ी भारत में संपत्ति की तलाश कर रहे हैं।
- अंतरराष्ट्रीय स्तर के ब्रांडेड होटल भारत में आ रहे हैं। देश ने अग्रणी अंतरराष्ट्रीय समूहों का ध्यान अपनी ओर खींचा है।

---

### 9.7 पर्यटन उद्योग का भविष्य:

---

दुनिया भर में पर्यटन एक ट्रिलियन डॉलर का उद्योग है और अभी भी बढ़ रहा है। यह किसी भी अन्य औद्योगिक क्षेत्र की तुलना में अधिक लोगों को रोजगार देता है और, यात्रा के प्रति जागरूक समाज द्वारा छोटी बनाई गई दुनिया में, यह दुनिया के लगभग हर देश की अर्थव्यवस्था में महत्वपूर्ण योगदान देता है। पर्यटन क्षेत्र का भविष्य पृथ्वी के प्राकृतिक और सांस्कृतिक वातावरण की सुरक्षा पर निर्भर करता है। नतीजतन, उचित योजना के साथ पर्यटन पर्यावरण का एक प्रभावी संरक्षक हो सकता है। यह तीव्र वृद्धि समृद्धि के लिए कई अवसर प्रदान करेगी, यह पर्यटन स्थलों पर भी भारी दबाव डालेगी: समुद्र तटों और पर्वत रिसॉर्ट्स पर; छोटे द्वीपों पर; ऐतिहासिक शहर केंद्रों पर; और सुरम्य गांवों पर। इन संसाधनों की गिरावट को सक्रिय रूप से रोकना स्व-हित में है।

डब्ल्यूटीओ के पर्यटन 2020 विजन का अनुमान था कि वर्ष 2020 तक अंतरराष्ट्रीय आगमन 1.56 बिलियन से अधिक तक पहुंच जाएगा। 2020 में इन विश्वव्यापी आगमनों में से 1.2 बिलियन अंतरराष्ट्रीय होंगे और 0.4 बिलियन लंबी दूरी के यात्री होंगे। क्षेत्र के अनुसार कुल पर्यटक आगमन से पता चलता है कि 2020 तक शीर्ष तीन पर्यटक शीर्ष तीन पर्यटक आने वाले क्षेत्र यूरोप (717 मिलियन पर्यटक), पूर्वी एशिया और प्रशांत (397 मिलियन) और अमेरिका (282 मिलियन) होंगे, इसके बाद अफ्रीका, मध्य पूर्व और दक्षिण एशिया होंगे। पूर्वी एशिया और

प्रशांत, दक्षिण एशिया, मध्य पूर्व और अफ्रीका में प्रति वर्ष 5 प्रतिशत से अधिक की दर से वृद्धि दर्ज करने का अनुमान है, जबकि विश्व का औसत 4.1 प्रतिशत है। अधिक परिपक्व क्षेत्रों यूरोप और अमेरिका में औसत से कम विकास दर दिखाने का अनुमान है।

---

### 9.8 सारांश:

यात्रा और पर्यटन उद्योग अपने अंतरराष्ट्रीय ग्लैमर, उत्साह और रोमांस के आकर्षण से आकर्षक बना हुआ है, क्योंकि इसका दायरा वैश्विक है, इसे कई अलग-अलग सामाजिक, राजनीतिक, आर्थिक और कानूनी वातावरणों पर प्रतिक्रिया देनी होगी। यात्रा एक व्यवसाय के समान है और एक व्यवसाय के रूप में यह अपने कर्मियों से कुछ कौशल और दुनिया के परिष्कृत ज्ञान की मांग करता है। किसी भी व्यवसाय की तरह यात्रा और पर्यटन उद्योग को भी संभावित खरीदारों के लिए अपनी पेशकश के अनुरूप होना चाहिए। पर्यटकों को सेवाएँ प्रदान करने की इस आर्थिक गतिविधि में बहुत सी गतिविधियों का पूरा दायरा शामिल है। दूसरे तरीके से कहें तो, पर्यटन का अर्थ है आनंद या मनोरंजन के लिए भ्रमण या यात्रा करना और एक व्यवसाय के रूप में पर्यटकों का मार्गदर्शन या प्रबंधन करना। अवकाश, व्यवसाय और अन्य उद्देश्यों के लिए अपने सामान्य वातावरण से बाहर किसी स्थान पर यात्रा करने और 24 घंटे से अधिक और लगातार 01 वर्ष से कम समय तक रहने वाले व्यक्तियों की गतिविधियों का कुल योग पर्यटन कहलाता है। इस प्रकार कोई कह सकता है कि "पर्यटन कल्पना और गंतव्य के बीच एक संवाद है"।

---

### सूची ग्रन्थ संदर्भ 9.9

1. Bagri S.C. (2003). Trends in Tourism Promotion – Emerging Issues, Himalayan Ecotourism Society and Bishen Singh Mahendra Pal Singh: Dehradun.
2. Bukart, A.J, and S. Medlik, (1981). Tourism Past, Present and Future, London: Heinemann.
3. Hudman Lloyd E. and Donald E. Hawkins, (1989). Tourism in Contemporary Society, New Jersey: National Publishers. pp. 3-23.
4. MacCannel, D., (1976), The Tourist, New York: Schocken.
5. McIntosh, Robert W. and Charles R. Goeldner, (1990). Tourism Principles, Practices, Philosophies, Sixth edition. NY: John Wiley and Sons.
6. Mill, R.C. and A.M. Morrison, (1992). The Tourism System, New Jersey: Prentice Hall. pp. 3-11.
7. Poon, A, (1993). Tourism, Technologies and Competitive strategies, Wallingford: CAB International.
8. Robinson, H., (1976). A Geography of Tourism. London: MacDonald and Evans, P.54.
9. Seth P.N., (1997). Successful Tourism Management, Delhi: Sterling.
10. Urry, J., (1990). The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Society, London: Sage.

11. Young George, (1973). Tourism: Blessing or Blight? Middlesex: Penguin.

---

**9.10 निबंधात्मक प्रश्न:**

---

1. यात्रा और पर्यटन के संबंध में क्रिपेनडॉर्फ का विश्लेषण क्या है?
2. हम पर्यटन के अवधारणात्मक ढांचे को कैसे विभाजित कर सकते हैं?
3. पर्यटन के विभिन्न तत्व क्या हैं?
4. पर्यटन की विभिन्न परिभाषाएँ सूचीबद्ध करें?

---

## इकाई-10 पर्यटन उद्योग: गतिशील एवं स्थिर प्रकृति

---

### 10.0 उद्देश्य

### 10.1 प्रस्तावना

### 10.2 पर्यटन उद्योग की गतिशील और स्थिर प्रकृति

#### 10.2.1 पर्यटक स्थल

#### 10.2.2 अन्य गतिशील वाणिज्यिक क्षेत्र

### 10.3 पर्यटन उद्योग के आर्थिक एवं परिचालन विशेषताएँ

#### 10.3.1 आर्थिक विशेषताएँ

#### 10.3.2 परिचालन विशेषताएँ

### 10.4 सारांश

---

## 10.0 उद्देश्य:

---

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप:

- पर्यटन उद्योग (स्थिर और गतिशील प्रकृति दोनों) में शामिल प्रमुख घटकों पर चर्चा कर पाएँगे, और समग्र रूप से पर्यटन में व्यक्तिगत क्षेत्रों (गतिशील प्रकृति) की भूमिका की सराहना कर पाएँगे;
  - आवास क्षेत्र, पर्यटन के लिए परिवहन, यात्रा वितरण और आकर्षण और अन्य की मुख्य आर्थिक और परिचालन विशेषताओं की व्याख्या कर पाएँगे।
- 

## 10.1 प्रस्तावना :

---

वर्तमान शताब्दी में पर्यटन उद्योग को दुनिया भर में एक प्रमुख और परिष्कृत उद्योग के रूप में स्वीकार किया गया है। इसके प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष भागीदारों की परिघटना और दायरे को अभी भी सही से समझा नहीं जा सका है और इसे परिभाषित करने की आवश्यकता है।

जैसा कि कई देशों के पर्यटन आँकड़े डेटा संग्रह और अनुमान के सम्बंध में पर्यटन की परिभाषा को सुनिश्चित नहीं करते हैं, इसके परिणामस्वरूप पर्यटन को इन देशों में एक अलग उद्योग के रूप में शामिल करने में संदेह पैदा होता है। पर्यटन की परिभाषा और डेटा संग्रह के बीच कोई तालमेल नहीं है। इसमें कोई आश्चर्य की बात नहीं होनी चाहिए क्योंकि पर्यटन कोई आरंभिक उद्योग नहीं है, बल्कि यह विभिन्न उद्योगों या क्षेत्रों का एक मिश्रण है जो प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से पर्यटकों की जरूरतों को पूरा करता है। यह विविधता ही है जो पिछले कुछ वर्षों में आम जनता और सरकारों (केंद्रीय, राज्य और स्थानीय) की नजर में खुद को वैध बनाने की पर्यटन उद्योग की लड़ाई में सबसे बड़ी बाधा साबित हुई है, विविधता और भौगोलिक प्रसार जैसे कारक पर्यटन उत्पाद, साथ ही पर्यटन क्षेत्रों के बीच प्रतिस्पर्धी हितों की मान्यता के लिए इस निरंतर संघर्ष का मुख्य कारण हैं

पर्यटन व्यक्तिपरक अनुभव और उत्पादों और सेवाओं का एक संयोजन है - न कि कोई एक उत्पाद। यह एक बहुआयामी परिघटना है। पर्यटन उत्पाद, सभी सेवाओं की तरह, प्रकृति में अमूर्त हैं। खरीद से पहले उन्हें देखा, छुआ और महसूस नहीं किया जा सकता या उनका नमूना नहीं लिया जा सकता। पर्यटन की बिक्री कल्पनाओं की बिक्री है। पर्यटन उत्पाद एक समरूप उत्पाद नहीं है बल्कि वे चरित्र में विषम हैं। इसके अलावा, सेवाओं को मानकीकृत नहीं किया जा सकता है। बाहरी कारक भी पर्यटक अनुभव को प्रभावित कर सकते हैं। पर्यटन उत्पाद खराब होते हैं। एक बिना बिका होटल का कमरा, एक विमान की सीट और एक खाली ओपेरा हाउस कॉन्सर्ट सीट हमेशा के लिए राजस्व की हानि है। अधिकांश मूर्त उत्पादों की तरह, इन्हें बाद में उपयोग के लिए संग्रहीत नहीं किया जा सकता है। इससे पर्यटन ऑपरेटर्स को कुछ प्रमुख समस्याओं का सामना करना पड़ता है: अर्थात्, मांग में उतार-चढ़ाव, मौसमी उतार-चढ़ाव, आदि। मांग में मौसमी उतार-चढ़ाव के मामले में पर्यटन शायद किसी भी अन्य उद्योग की तुलना में अधिक असुरक्षित है। मांग में उतार-चढ़ाव अदृश्य हो सकता है, कभी-कभी यह प्राकृतिक आपदा और मानव निर्मित समस्याओं जैसे दंगे, युद्ध, हड़ताल आदि के कारण होता है। कुदरती कारकों में प्रतिकूल जलवायु स्थितियां और

प्राकृतिक आपदाएँ भी इसमें शामिल हैं। मनुष्य के कृत्यों में आक्रमण और अंतर्राष्ट्रीय घटनाएँ (इराक युद्ध) और हत्याएँ (बाली इंडोनेशिया में पर्यटकों की हत्याएँ) शामिल हैं।

पर्यटन के आर्थिक प्रभाव वास्तव में उल्लेखनीय हैं। अद्भुत आकर्षणों वाला एक आदर्श पर्यटन स्थल मुख्य रूप से आर्थिक प्रभावों के कारण तीव्र गति से प्रगति करता है। पर्यटन स्थल पर प्रत्यक्ष विदेशी निवेश (एफडीआई) सहित कई प्रकार के निवेश होते हैं। डेस्टिनेशन प्लानर डेवलपर्स भी राजस्व संभावनाओं के कारण पर्यटन स्थल में गहरी रुचि लेते हैं। निवेशकों को बड़े, मध्यम और छोटे-सीट वाले उद्यम स्थापित करने के लिए लुभाया जाता है, मनोरंजन पार्क और थीम पार्क सहित मनोरंजन पार्क, ट्रैवल एजेंसियों और टूर ऑपरेटर कंपनियों, इवेंट मैनेजमेंट फर्मों, हेरिटेज होटल जैसे उद्यमों सहित होटलों को उचित लाइसेंस, प्रतिबंध, सब्सिडी, रियायतें आदि के साथ स्थापित किया जाता है। सार्वजनिक निजी भागीदारी प्रणाली कई राज्यों में बहुत प्रचलन में है और इसे पर्यटन क्षेत्र में निजी निवेश को प्रोत्साहित करने के लिए प्रयोग किया जाता है। उद्यमियों को BOOT (बिल्ड ऑपरेट ओन एंड ट्रांसफर) आधार पर प्रोजेक्ट स्थापित करने के लिए सरकारी जमीन लीज पर दी जाती है। जहां तक किसी गंतव्य में सार्वजनिक और निजी क्षेत्र की गतिविधियों का सम्बंध है, पर्यटन का अर्थशास्त्र एक प्रेरक शक्ति रहा है।

---

## 10.2 पर्यटन उद्योग की गतिशील और स्थिर प्रकृति:

---

### 10.2.1 पर्यटक स्थल:

पर्यटक स्थल ऐसा रुचिकर स्थान है जहाँ पर्यटक आते हैं। कुछ उदाहरणों में ऐतिहासिक स्थान, स्मारक, चिड़ियाघर, संग्रहालय और कला दीर्घाएँ, वनस्पति उद्यान, इमारतें और संरचनाएँ (जैसे, महल, पुस्तकालय, पूर्व जेल, गगनचुंबी इमारतें, पुल), राष्ट्रीय उद्यान और वन, थीम पार्क और कार्निवल, नृजातीय एन्क्लेव, समुदाय, ऐतिहासिक रेलगाड़ी और सांस्कृतिक कार्यक्रम शामिल हैं। पर्यटक स्थलों पर दो अलग-अलग कोणों से चर्चा की जा सकती है। सबसे पहले, ऐसे स्थल या तो साइट या घटना आधारित हो सकते हैं। साइट के आकर्षण स्वाभाविक रूप से स्थायी होते हैं जबकि कार्यक्रम के आकर्षण अस्थायी होते हैं और अक्सर किसी विशेष गंतव्य पर पर्यटकों की संख्या बढ़ाने के लिए आयोजित किए जाते हैं। आगंतुकों को अधिक आकर्षित करने के लिए एक गंतव्य में मुख्य स्थैतिक आकर्षण में कुछ गतिशील वृद्धि होनी चाहिए।

पर्यटक स्थलों की स्थिर और गतिशील प्रकृति का उल्लेख यहां नीचे किया गया है।

**स्थिर प्रकृति:** पर्यटक स्थल की संरचना और जगह को पर्यटन आकर्षण का एक स्थिर पहलू कहा जा सकता है।

आकर्षण बिंदु की स्थिति और वहाँ पर मौजूद सुविधाएँ स्थिर हैं क्योंकि वे समय के साथ नहीं बदलती हैं। पर्यटक स्थलों (आकर्षणों) को कई तरीकों से वर्गीकृत किया जा सकता है:

**सांस्कृतिक आकर्षण:** संस्कृति को किसी आबादी के व्यवहार, कला, विश्वासों और संस्थानों के समुच्चयके रूप में परिभाषित किया जा सकता है जो पीढ़ी-दर-पीढ़ी हस्तांतरित होते हैं। संस्कृति को संपूर्ण समाज की जीवन पद्धति कहा जा सकता है। संस्कृति की मूर्त और अमूर्त विशेषताएँ शिष्टाचार, पोशाक, भाषा, धर्म, अनुष्ठान, कानून और नैतिकता जैसे व्यवहार के मानदंड, और विश्वास की प्रणालियों के साथ-साथ कला और खानपान के नियम हैं।

जब संस्कृति की चर्चा पर्यटक स्थल के रूप में की जाती है तो इसे संगीत, साहित्य, वास्तुकला, चित्रकला और मूर्तिकला, व्यंजन, थिएटर और फिल्म, संग्रहालय, हस्तशिल्प और हस्तशिल्प विनिर्माण स्थलों, प्रौद्योगिकी, कला, विज्ञान और साथ ही नैतिक प्रणालियों के रूप में भी वर्णित किया जा सकता है।

हालाँकि संस्कृति एक ही क्षेत्र, इलाके या देश के लोगों के जीवन के तरीके तक सीमित होती है। ये वे विश्वास, परंपराएँ और अन्य अभिव्यक्तियाँ हैं जो लोगों को अपने पूर्वजों से विरासत में मिलती हैं। पर्यटक आकर्षण के भाग के रूप में संस्कृति में निर्मित स्मारक और मानवीय गतिविधियाँ शामिल हैं, जो पर्यटन की दृष्टि से संसाधन माने जाते हैं।

**प्राकृतिक आकर्षण:** प्रकृति पर्यटकों के लिए एक आकर्षण कारक की तरह काम करती है। परिदृश्य, राष्ट्रीय उद्यान, वन्य जीवन अभयारण्य, जीवमंडल आरक्षी क्षेत्र, जलवायु, वनस्पति जीव और तट और द्वीप जैसी विभिन्न प्राकृतिक विशेषताएँ पर्यटकों को इन अनूठी विशेषताओं वाले गंतव्य की यात्रा के लिए प्रेरित करती हैं। प्राकृतिक आकर्षण को भौतिक पहलुओं (जलवायु और परिदृश्य) और जैविक पहलुओं (वनस्पति, जीव) के संदर्भ में विभाजित किया जा सकता है। ये मूल या मुख्य आकर्षण हैं जिन पर सेवा-प्रदाता अतिरिक्त लाभ जोड़ते हैं।

• **आकर्षण की गतिशील प्रकृति:** पर्यटकों को समान मुख्य आकर्षण प्रदान करने के लिए, प्रबंधक मूल्य वर्धित सेवाओं, ऑफ-सीजन कला उत्सव या रियायती पैकेज के संदर्भ में अलग-अलग तरीके अपनाते हैं। गंतव्य या तो नोडल हो सकते हैं या रैखिक। एक नोडल गंतव्य वह है जिसमें क्षेत्र के आकर्षणों को भौगोलिक रूप से बारीकी से समूहीकृत किया जाता है, जो उन्हें टूर ऑपरेटरों द्वारा पैकेजिंग के लिए आदर्श बनाता है, दूसरी ओर रैखिक पर्यटन वह है जिसमें आकर्षण बिना किसी विशेष फोकस के एक विस्तृत भौगोलिक क्षेत्र में फैला हुआ है। इस प्रकार नोडल आकर्षण स्थिर होते हैं क्योंकि वे किसी दिए गए स्थान पर मुख्य आकर्षण होते हैं, वहीं एक रैखिक आकर्षण यात्रा कार्यक्रम के लिए स्थानों को चुनने के टूर ऑपरेटर के निर्णय पर पर बहुत अधिक निर्भर करता है, जहां कुछ नोडल पर्यटक आकर्षण आगंतुकों को उचित प्रवेश शुल्क या यहां तक कि मुफ्त में भी एक यादगार अनुभव प्रदान करते हैं, वहीं दूसरे आकर्षण स्थलों में पैकेज की पेशकश करके पर्यटकों से लाभ कमाने के लिए अपने सामान और सेवाओं (जैसे प्रवेश, भोजन और स्मृति चिन्ह) को अधिक कीमत पर बेचने की प्रवृत्ति हो सकती है। इस प्रकार नोडल आकर्षण को अक्सर आवास, भोजन और मनोरंजन आदि जैसी अतिरिक्त मूल्य वर्धित सेवाओं के साथ बढ़ाया जाता है, जिससे पर्यटक स्थल की गतिशील विशेषताएँ बन जाती हैं। अन्य आकर्षण जो स्थान-आधारित आकर्षणों के विपरीत कार्यक्रम आधारित होते हैं, वे स्वभाव से स्थायी नहीं होते, बल्कि स्वभाव से अस्थायी होते हैं। हालाँकि किसी भी जगह साइट या कार्यक्रम आधारित आकर्षण का पूर्ण अभाव व्यावहारिक रूप से संभव नहीं है। जैसा कि पहले चर्चा की गई है, प्रत्येक साइट आधारित आकर्षण में कुछ संवर्धन होता है। इसी प्रकार कार्यक्रमों, मनोरंजन और मनोरंजन गतिविधियों में कुछ ऐसी विशेषताएँ होती हैं, जो साइट विशिष्ट हैं। साइट देखने, गोल्फ, तैराकी, टेनिस, लंबी पैदल यात्रा जैसी मनोरंजन गतिविधियों के मामले में सुविधाएँ आमतौर पर निश्चित स्थान पर उपलब्ध होती हैं, जो हमेशा मैनुअल रूप से नहीं बनाई जा सकती हैं। थीम पार्क, मनोरंजन पार्क, कैसिनो, सिनेमा, शॉपिंग सुविधाएँ, प्रदर्शन कला केंद्र, खेल परिसर जैसे मनोरंजन आकर्षण, हालाँकि मानव निर्मित हैं, उन्हें भी एक से दूसरे स्थान पर नहीं ले जाया जा



सकता है या कभी-कभी व्यक्तिगत मांग के प्रति ये असंवेदनशील होते हैं। मेगा इवेंट, सामुदायिक कार्यक्रम, खेल आयोजन, त्यौहार, व्यापार कार्यक्रम जैसे आयोजन भी न्यूनतम बुनियादी ढांचे के प्रावधान पर निर्भर करते हैं, इसलिए गतिशील नहीं होते हैं।

### 10.2.2 अन्य गतिशील वाणिज्यिक क्षेत्र:

पर्यटन की छतरी के अंतर्गत प्रमुख प्रत्यक्ष वाणिज्यिक क्षेत्रों में: आवास, परिवहन वाहक, पर्यटक स्थल, टूर ऑपरेटर और थोक व्यापारी, प्रचार और वितरण, और खुदरा सेवाएँ शामिल हैं।

ट्रैवल एजेंसी/टूर ऑपरेटर/थोक विक्रेता: इन व्यक्तिगत मध्यस्थों की परिभाषा इस अध्याय के दायरे में नहीं आती है। तथापि ये मध्यस्थ एयरलाइंस, होटल और क्रूज लाइनों जैसे तीसरे पक्ष के यात्रा आपूर्तिकर्ताओं की ओर से अंतिम-उपयोगकर्ता ग्राहकों को यात्रा संबंधी उत्पाद और सेवाएँ, विशेष रूप से पैकेज टूर बेचते हैं।

अन्य खुदरा व्यवसायों के विपरीत, वे हाथ में स्टॉक नहीं रखते हैं। किसी आपूर्तिकर्ता से पैकेज हॉलिडे या टिकट तब तक नहीं खरीदा जाता जब तक कि कोई ग्राहक उस खरीदारी के लिए अनुरोध न करे। उन्हें छुट्टियाँ या टिकटें छूट पर प्रदान की जाती हैं। इसलिए उनका लाभ विज्ञापित मूल्य, जो ग्राहक भुगतान करता है, और रियायती मूल्य जिस पर एजेंट को आपूर्ति की जाती है, के बीच का अंतर है। इस प्रकार इन मध्यस्थों की सेवाएँ गतिशील हैं और व्यक्तिगत मांगों के प्रति बहुत संवेदनशील हैं।

पर्यटक-आवास: आवास क्षेत्र में शयन और आतिथ्य सुविधाओं के विभिन्न रूप शामिल हैं, जिन्हें आसानी से वाणिज्यिक और गैर/अर्ध वाणिज्यिक क्षेत्रों के रूप में वर्गीकृत किया जा सकता है। वाणिज्यिक क्षेत्रों और गैर-वाणिज्यिक आवास इकाइयों दोनों को सेवा और स्व-खानपान प्रतिष्ठानों के आधार पर वर्गीकृत किया जा सकता है। आम तौर पर होटल रात्रि आवास का सबसे महत्वपूर्ण और व्यापक रूप से मान्यता प्राप्त रूप हैं। हालाँकि, होटलों को अन्य प्रकार की आवास इकाइयों से अलग करना मुश्किल हो सकता है। भारत में, भारत सरकार की पर्यटन नीति के अनुसार अवकाश गृहों और किराए के गेस्टहाउसों के अलावा अन्य प्रतिष्ठान होटल हैं जो आगंतुकों को उद्भूत टैरिफ़ के लिए आवास और आतिथ्य सुविधाएँ प्रदान करते हैं। देश भर में 2004 तक पंजीकृत 1,800 होटलों में लगभग 100,000 होटल कमरे हैं। हालाँकि होटल की इमारत स्थिर साधन है, लेकिन वहाँ प्रदान की जाने वाली सेवाएँ लचीली हैं। कमरे और कमरे की सेवाओं का स्वरूप चुकाए गए मूल्य पर निर्भर होता है। इसके अलावा सेवा और कीमत मांग के आधार पर हर मौसम में अलग-अलग होती है। ऑफ-सीजन में बिक्री बढ़ाने के लिए मौसमी छूट होटल व्यवसायियों के लिए विपणन की सामान्य युक्ति है। इस प्रकार समग्र पर्यटक अनुभवों के हिस्से के रूप में उद्योग में होटलों की भूमिका गतिशील हो जाती है। होटल कर्मचारियों के प्रशिक्षण और गुणवत्ता नियंत्रण के माध्यम से अपने कमरे और सेवा वितरण को यथासंभव कुशलतापूर्वक मानकीकृत करने का प्रयास करते हैं, लेकिन मानवीय घटक इस समीकरण को जटिल बना देता है। चूंकि अधिकांश सेवाओं के लिए प्रदाता और उपभोक्ता के बीच बातचीत की आवश्यकता होती है, प्रत्येक की अपनी-अपनी अपेक्षाएँ होती हैं,

इसलिए यह इसकी बहुत संभावना नहीं है कि किसी भी उत्पाद को सभी ग्राहकों द्वारा समान रूप से ग्रहण किया जाए।

• **पर्यटन गंतव्य:** एक पर्यटन स्थल को विशेष रिसॉर्ट या शहर, किसी देश के भीतर कोई क्षेत्र, एक पूरे देश या यहां तक कि दुनिया के एक क्षेत्र के रूप में परिभाषित किया जा सकता है जिसमें कई देश या कोई अन्य क्षेत्र शामिल है, जो काफी हद पर्यटन से होने वाले राजस्व पर तक निर्भर है। किसी गंतव्य में एक या अधिक पर्यटन-आकर्षण और संभवतः कुछ पर्यटक नेटवर्क शामिल हो सकते हैं। कभी-कभी पर्यटन गंतव्य अत्यधिक निश्चित होते हैं जैसे कि रिसॉर्ट या होटल के मामले में, जो साइट पर कई प्रकार की अवकाश सुविधाएँ प्रदान करता है। इन मामलों में पर्यटक बस इन होटलों द्वारा प्रदान की जाने वाली सुविधाओं का लाभ उठाने के लिए होटल में आते हैं। इसलिए पूरा प्रवास अकेले ही इन सुविधाओं का आनंद लेने में बीत जाता है। इस प्रकार इन पर्यटन स्थानों में व्यक्तिगत पर्यटकों की आवश्यकता के अनुरूप विशेष सेवाएं उपलब्ध हैं।

गंतव्य दो प्रकार के होते हैं: वे या तो प्राकृतिक हो सकते हैं या निर्मिता। प्राकृतिक आकर्षण कई लोगों को यात्रा करने के लिए प्रेरित करने वाले मुख्य स्रोत हैं। संयुक्त राज्य अमेरिका, भारत, कनाडा, अफ्रीका, जापान और ऑस्ट्रेलिया के महान राष्ट्रीय उद्यान इसके उदाहरण हैं। अधिकांश गंतव्यों को कुछ हद तक निरंतर रखरखाव की ज़रूरत होती है, चाहे वे प्राकृतिक हों या निर्मिता। इसलिए दोनों के बीच अंतर मुख्य आकर्षण को बढ़ाने में मानवीय भागीदारी की सीमा में निहित है। किसी निर्मित गंतव्य में सांस्कृतिक आकर्षण जैसे ऐतिहासिक स्थल, वास्तुशिल्प स्थल, स्मारक औद्योगिक स्थल हो सकते हैं और थीम पार्क, मनोरंजन पार्क, कैसीनो, सिनेमा, खरीदारी सुविधाएँ, प्रदर्शन कला केंद्र और खेल परिसर आदि जैसे मनोरंजन आकर्षण भी हो सकते हैं, जहां मुख्य आकर्षण मानव, उसकी संस्कृति या उसके द्वारा निर्मित ढाँचे हैं। इस प्रकार, प्राकृतिक गंतव्यों में अधिक मात्रा में स्थिर विशेषताएँ शामिल होती हैं, जबकि मानव निर्मित गंतव्यों के मामले में गतिशील विशेषताएँ प्रमुख होती हैं।

**पर्यटक-परिवहन:** पर्यटक परिवहन प्रणाली में पर्यटक गतिविधियों को चलाने और वैकल्पिक साधनों को बढ़ावा देने के लिए विभिन्न प्रकार के विशिष्ट परिवहन विकल्प शामिल हो सकते हैं। इनमें शामिल हो सकते हैं:

शटल सेवाएँ

टैक्सी सेवा

साइकिल चलाना और पैदल चलना

पार्किंग प्रबंध

यातायात में कमी, गति में कम

आगंतुकों को कार के बिना आने के लिए प्रोत्साहित करने के लिए मार्केटिंग

ट्रक यातायात को कम करने के लिए माल ढुलाई प्रबंधन

विमानन परिवहन प्रबंधन

वैकल्पिक साधनों से गंतव्य तक पहुंचने के निर्देश

किराये के साधन (बाइक, स्कूटर, स्काई, आदि)

पर्यटक परिवहन प्रबंधन में मनोरंजक यात्रा के लिए परिवहन विकल्पों में सुधार करना और गंतव्यों में ऑटोमोबाइल यातायात को कम करना शामिल है। पर्यटक परिवहन प्रबंधन उन सुविधाओं को संरक्षित कर सकता है जो किसी क्षेत्र में आगंतुकों को आकर्षित करती हैं, चाहे वह एक ऐतिहासिक शहरी केंद्र हो या प्राचीन प्राकृतिक वातावरण हो। रिसॉर्ट क्षेत्रों में यातायात अक्सर विशेष मौसम और सप्ताह के समय में चरम पर होता है। आगंतुकों की विशेष गतिशील आवश्यकताएँ होती हैं (उदाहरण के लिए, परिवहन टर्मिनलों, यात्री-आवास, रेस्तराँ और दुकानों, पर्यटकों के आकर्षण-स्थलों आदि के बीच यात्रा) और वस्तु की आवश्यकताएँ (स्की, सर्फ बोर्ड, घर ले जाने के लिए उपहार)। पर्यटक परिवहन प्रबंधन को इन यात्रा पैटर्न और जरूरतों को ध्यान में रखना चाहिए। परिवहन के पारंपरिक तरीकों के विपरीत पर्यटक परिवहन को आगंतुकों की गतिशीलता आवश्यकताओं, वस्तुओं की आवश्यकताओं और पर्यावरणीय मांगों जैसी विभिन्न गतिशील विशेषताओं का ध्यान रखना पड़ता है।

#### **खाद्य सेवाएं:**

खाद्य सेवा उद्योग में रेस्तराँ, यात्रा खाद्य सेवा और वेंडिंग और संस्थागत खाद्य सेवा शामिल हैं। स्थानीय रेस्तराँ ऐसे प्रतिष्ठानों से बने होते हैं जिनमें फास्ट-फूड इकाइयां, कॉफी शॉप, विशेष रेस्तराँ, पारिवारिक रेस्तराँ, कैफेटेरिया और सावधानीपूर्वक व्यवस्थित माहौल वाले पूर्ण सेवा प्रदाता रेस्तराँ शामिल होते हैं।

यात्रा भोजन सेवा में होटल और मोटल में भोजन परोसना, ऑटोमोबाइल यात्रियों के लिए सड़क किनारे सेवा और हवाई जहाज, ट्रेनों और जहाजों पर भोजन सेवा शामिल हैं। कंपनियों, अस्पतालों, नर्सिंग होम आदि में संस्थागत भोजन सेवा को पर्यटन उद्योग का हिस्सा नहीं माना जाता है।

एक ही फूड आउटलेट वहां भोजन करने वाले सभी आगंतुकों को समान गुणवत्ता वाला भोजन प्रदान नहीं करता है। यह सेवा कीमत, समय और ग्राहक की पसंद के अलावा और भी बहुत कुछ पर निर्भर करती है। इनका मेनू भी महाद्वीपीय, भारतीय या किसी क्षेत्रीय आधार पर होता है।

---

### **10.3 पर्यटन उद्योग की आर्थिक और परिचालन विशेषताएँ:**

---

हाल ही में पर्यटन एक प्रमुख उद्योग बन गया है। एक आर्थिक गतिविधि के रूप में, यह अपनी व्यापकता के कारण अर्थव्यवस्था और समाज पर कई सकारात्मक और नकारात्मक प्रभाव डालती है। एक अलग उद्योग के रूप में यह पूरे देश में फैला हुआ है। इसकी आर्थिक और परिचालन विशेषताओं का वर्णन इस प्रकार किया गया है।

पर्यटन उद्योग के परिचालन क्षेत्र

कार्यक्रम क्षेत्र

आकर्षण क्षेत्र

मनोरंजन क्षेत्र

साहसिक और आउटडोर मनोरंजन

परिवहन क्षेत्र

पर्यटन सेवाएँ

खाद्य सेवाएँ

यात्रा व्यापार क्षेत्र

यात्री-आवास क्षेत्र

---

### 10.3.1 आर्थिक विशेषताएँ:

---

पर्यटन मूलतः सामाजिक-सांस्कृतिक निहितार्थ वाली एक आर्थिक गतिविधि है। सभी देश आर्थिक विकास के साधन के रूप में इसकी नीति बनाते हैं।

#### सामान्य आर्थिक स्थितियाँ और पर्यटन उद्योग:

इसे हमारे देश में पर्यटन उद्योग के हालिया प्रदर्शन से समझा जा सकता है। भारतीय पर्यटन उद्योग में उछाल के कई कारण हो सकते हैं, पहला, भारतीय अर्थव्यवस्था की विकास दर में देखी गई ऊपर की ओर प्रवृत्ति ने मध्यम वर्ग की आय में वृद्धि की है, जिससे अधिक लोग विदेश में या घर पर छुट्टियों पर पैसा खर्च करने के लिए प्रेरित हुए हैं। इसके अलावा, भारत सूचना प्रौद्योगिकी उद्योग में तेजी से बढ़ रहा है और आईटी केंद्र बन गया है। सरकार द्वारा आक्रामक विज्ञापन अभियान ने भी विदेशी यात्रियों के बीच नई रुचि जगाने में भी योगदान दिया है।

#### अर्थव्यवस्था में पर्यटन का योगदान:

यह छिपा नहीं है कि पर्यटन भारत के साथ-साथ दुनिया भर में महत्वपूर्ण निर्यात उद्योगों में से एक है। भारत में अंतरराष्ट्रीय पर्यटक यातायात के तुलनात्मक रूप से कम स्तर के बावजूद, पर्यटन पहले से ही भारतीय अर्थव्यवस्था का एक महत्वपूर्ण खंड बनकर उभरा है। पर्यटन ने बागवानी, कृषि, मुर्गीपालन, हस्तशिल्प और निर्माण जैसे अन्य क्षेत्रों के साथ अपने संबंधों के माध्यम से अप्रत्यक्ष रूप से अर्थव्यवस्था में योगदान दिया। 2003-04 के दौरान पर्यटन से विदेशी मुद्रा आय 3,533 मिलियन अमेरिकी डॉलर (16,429 करोड़ रुपये) थी। एक महत्वपूर्ण विदेशी मुद्रा वाहक होने के अलावा, पर्यटन उद्योग भारत में लाखों लोगों को रोजगार भी प्रदान करता है।

प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रूप से (अर्थव्यवस्था के अन्य क्षेत्रों के साथ इसके जुड़ाव के माध्यम से) यह अनुमान लगाया गया है कि पर्यटन क्षेत्र में कुल प्रत्यक्ष रोजगार लगभग 20 मिलियन है। पर्यटन उत्पाद कर, मनोरंजन कर, बिक्री कर आयकर, हवाई अड्डा कर, कॉर्पोरेट कर और वैंट जैसे विभिन्न कराधान के संदर्भ में राज्य के खजाने में सीधे योगदान देता है। इसके अलावा पर्यटन निजी और सार्वजनिक भागीदारी के माध्यम से बुनियादी ढांचे के विकास में मदद करता है जो अन्यथा पूरी तरह से सरकारी क्षेत्र होता।

#### • क्षेत्रीय विकास:

प्राकृतिक पर्यटन स्थल अपने विकास के प्रारंभिक चरण में सामान्यतः आर्थिक रूप से पिछड़े क्षेत्रों में स्थित होते हैं। इसके बाद पर्यटन उद्योग के माध्यम से जुड़ी आर्थिक गतिविधियाँ कम विकसित और आर्थिक रूप से पिछड़े क्षेत्रों के लिए एक आदर्श मंच प्रदान करती हैं। इस प्रकार पर्यटन देश के संतुलित विकास में मदद कर सकता है।

### **रोजगार लाभ:**

पर्यटन उद्योग में रोजगार को तीन अलग-अलग कोणों से व्यक्त किया जा सकता है। पर्यटकों की सीधी सेवा की आवश्यकता से प्रत्यक्ष रोजगार उत्पन्न होता है। पर्यटन उद्योग की क्षेत्रीय मांग से अन्य क्षेत्रों में अप्रत्यक्ष रोजगार उत्पन्न होता है। प्रेरित रोजगार समग्र अर्थव्यवस्था की जरूरतों को पूरा करने के लिए जनशक्ति की अतिरिक्त मांग है।

### **• अधिक उपभोग की समस्या:**

पर्यटन उन कुछ उद्योगों में से एक है जिसमें बहुत अधिक ग्राहक हानिकारक साबित हो सकते हैं। यह स्थानीय समुदायों पर सामाजिक और पर्यावरणीय प्रभाव पर लागू होता है। जितने अधिक पर्यटक किसी विशेष स्थान पर जाते हैं, उनके लिए उतना ही महंगा बुनियादी ढांचा उपलब्ध कराना पड़ता है। वास्तव में यह गंतव्य स्थल के जीवन चक्र में एक निश्चित बिंदु के बाद पर्यावरण की शांति और सुकून को कम कर सकता है। इस तर्क को होटल और रिसॉर्ट्स के अन्य क्षेत्रों में दोहराया जा सकता है।

### **• पर्यटन और लाभप्रदता:**

पर्यटन के क्षेत्र में एक विडंबना यह है कि पर्यटन के अंतर्गत आने वाले कई क्षेत्र कम मुनाफा मिलने की शिकायत करते हैं। ट्रेवल एजेंसियां, होटल, टूर ऑपरेटर और टैक्सी ऑपरेटर लंबे समय से कम रिटर्न की शिकायत करते रहे हैं। इसके अलावा इंटरनेट क्रांति और फिर एयरलाइंस द्वारा एजेंसियों को कमीशन देने में कमी और अनिच्छा के बाद कई एजेंसियां कारोबार से बाहर हो गई हैं। पर्यटन उद्योग अभी भी उन तीन मुद्दों से नहीं निपट पाया है जो लाभप्रदता को सबसे अधिक प्रभावित करते हैं। ये हैं: सबसे पहले, उच्च भवन लागत, जैसे कि प्रति कमरा या बिस्तर पर पूंजीगत परिव्यय बहुत अधिक है; दूसरा, होटल और रिसॉर्ट्स की परिचालन लागत बहुत अधिक है; तीसरा, होटल और रिसॉर्ट्स में बहुत मौसमी और अत्यधिक अप्रत्याशित बुकिंग और नकदी प्रवाह होता है।

### **• विक्रेता के बाज़ार का क्रेता के बाज़ार में स्थानांतरण:**

पर्यटन उन उद्योगों में से एक है, जो विक्रेता से खरीदार के बाजार में रूपांतरण का अनुभव कर रहा है। सूचना में क्रांति के कारण ग्राहक अधिक जागरूक हो गए हैं, जिसके परिणामस्वरूप ग्राहक अपने दरवाजे पर सही कीमत पर गुणवत्तापूर्ण उत्पादों की मांग में वृद्धि कर रहे हैं। बाज़ार में कड़ी सेवा प्रदाताओं का प्रतिस्पर्धा से अस्तित्व ही खतरे में है। परिणामस्वरूप, मार्केटिंग तकनीकें पहले की तुलना में उन्नत हो गई हैं, जहां प्रबंधक वर्षों से एक नकचढ़े और भेदभाव करने वाले ग्राहक के आदी हो गए थे। स्पष्ट रूप से, आउटबाउंड बाजार में, विक्रेता से खरीदार के बाजार में बदलाव अभी हो रहा है। यात्रियों की रुचियाँ और ज़रूरतें तेजी से बदल रही हैं और प्रमुख थोक विक्रेता प्रभावी ढंग से प्रतिक्रिया देने के लिए संघर्ष कर रहे हैं। आज का यात्री तेजी से पर्यटक गतिविधियों के बारे में अपना निर्णय लेना

चाहता है, अधिक खाली समय और कम खर्चीला यात्री-आवास चाहता है। परिणामस्वरूप, थोक विक्रेताओं को उभरती डिस्काउंट ट्रेवल कंपनियों से अपनी बाजार हिस्सेदारी खतरे में दिख रही है।

### 10.3.2 परिचालन विशेषताएँ:

#### सेवा उद्योग के रूप में पर्यटन:

पर्यटन उद्योग वस्तुओं का व्यापार नहीं करता है। पर्यटन उत्पाद को अपनी प्रकृति में अमूर्त, अदृश्य, नाशवान, अविभाज्य के रूप में वर्गीकृत किया जा सकता है। इसकी सेवाओं में आवास, परिवहन, सुविधा और मार्गदर्शन और अनुरक्षण सेवाएं शामिल हैं।

#### • निर्यात उद्योग के रूप में पर्यटन:

पर्यटन को निर्यात उद्योग माना जाता है। विदेशी पर्यटकों के रूप में, देश का दौरा करते समय, वे अपने साथ विदेशी मुद्राएँ लाते हैं और देश में उपभोग की जाने वाली वस्तुओं और सेवाओं के बदले इनका आदान-प्रदान करते हैं। जहां इनबाउंड पर्यटन विदेशी मुद्रा अपने साथ लाता है, आउटबाउंड पर्यटन राष्ट्रीय मुद्रा को देश से बाहर ले जाता है।

#### • विषम उद्योग:

पर्यटन उद्योग में कोई एक सेवा शामिल नहीं है, बल्कि यह आवास, परिवहन, गंतव्य प्रबंधन कंपनियों, वीजा और पासपोर्ट सेवाओं, मनोरंजन सुविधाओं आदि जैसी कई सेवाओं का एक समामेलन है। देश में पर्यटन नीति के निर्माण में मुख्य पर्यटन मंत्रालय के अलावा नागरिक विमानन, पर्यावरण और वन, श्रम, विदेश मामले, रक्षा, भूतल और रेल परिवहन, ग्रामीण विकास इत्यादि जैसे देश के विभिन्न मंत्रालय शामिल हैं।

#### अत्यधिक पूंजी गहन उद्योग:

पर्यटन अत्यधिक पूंजी-सघन उद्योग है, जिसके लिए उच्च प्रारंभिक पूंजी आवंटन की आवश्यकता होती है। एक ट्रेवल एजेंसी के पास प्रमाणन और अनुमोदन लागत के अलावा टैक्सियों और कोचों का बेड़ा होना भी आवश्यक है। एक होटल के निर्माण के लिए भारी-भरकम प्रारंभिक पूंजी की आवश्यकता होती है।

#### मूल्य संवर्धन और ग्राहक संतुष्टि:

एक निर्यात उद्योग के रूप में, पर्यटन क्षेत्र अपनी उत्पादन प्रक्रिया के हर चरण में मुख्य उत्पाद में मूल्य वर्धन करता है। पर्यटन व्यवसाय में उत्पाद और सेवा मानकों में सुधार एक निरंतर चलने वाली प्रक्रिया है। पर्यटन बाजार में जिन उत्पादों की ग्राहक को आवश्यकताएँ होती हैं, उन्हें उत्पादन के हर चरण में विकसित और संवर्धित किया जाता है। ग्राहकों की अपेक्षाएँ बढ़ने से ग्राहक मानकों को पूरा करने की क्षमता बढ़ती है।

#### लघु-स्तरीय उद्यमों की प्रमुख भूमिका:

पर्यटन को क्लासिक लघु-व्यवसाय उद्योग के रूप में वर्णित किया गया है। आतिथ्य क्षेत्र में अधिकांश पर्यटन व्यवसाय दस से कम व्यक्तियों को रोजगार देते हैं। छोटे व्यवसाय की सघनता का एक कारण उद्योग में प्रवेश की

आसानी है। चौपहिया वाहन, खेत, या नौका या गंतव्य के प्रमुख स्थान पर जगह होने पर कोई भी व्यक्ति पर्यटकों को लक्षित करके व्यवसाय स्थापित कर सकता है।

#### • विकेंद्रीकृत उद्योग संरचना:

पर्यटन एक विविधीकृत और विकेंद्रीकृत उद्योग है। विभिन्न पर्यटन उत्पादों में विभिन्न सेवा प्रदाताओं जैसे होटल, एयरलाइंस, गंतव्य प्रबंधन कंपनियां, समुद्री पार्क या इनबाउंड ऑपरेटर और व्यापार संघ आदि का संयोजन होता है। टूर पैकेज की सफलता सभी संबद्ध सेवाओं की सफल डिलीवरी पर निर्भर करती है। इसके अलावा व्यापार संघों में क्षेत्रीय, राष्ट्रीय और साथ ही शहरी संघ भी हैं जैसे होटल एंड रेस्तरां एसोसिएशन ऑफ इंडिया (एचआरएआई), ट्रैवल एजेंसी एसोसिएशन ऑफ इंडिया (टीएआई) आदि। पर्यटन में शामिल पेशेवर संघ, जैसे टूर ऑपरेटर एसोसिएशन इन इंडिया (आईएटीओ), एक अन्य हित समूह का प्रतिनिधित्व करता है और इस तरह से सूची बढ़ती जाती है।

#### निजी क्षेत्र संचालित और सार्वजनिक क्षेत्र नियंत्रित:

सरकार उस वातावरण को आकार देती है जिसमें पर्यटन उद्योग संचालित होता है। वे पर्यटकों द्वारा उपयोग की जाने वाली अधिकांश बुनियादी संरचना और सेवाएँ प्रदान करते हैं, इनमें प्रचार और सूचना सेवाएँ, सड़कों, हवाई अड्डों, रेलवे और बंदरगाहों का प्रावधान, राष्ट्रीय उद्यानों का प्रबंधन, वीजा और सीमा शुल्क सेवाएँ, अनुसंधान और सांख्यिकीय डेटा, शिक्षा और प्रशिक्षण कार्यक्रम और विभिन्न सार्वजनिक सुविधाएँ शामिल हैं। इस प्रकार सरकार उस उद्योग के कामकाज में एक उत्प्रेरक के रूप में कार्य करती है जहां वास्तविक प्रबंधन निजी खिलाड़ियों के पास होता है, चाहे वह ट्रैवल एजेंसी, होटल या परिवहन ऑपरेटर हो। आमतौर पर सरकार पर्यटन उद्योग के कामकाज में अपेक्षाकृत कम सहायता प्रदान करती है। उदाहरण के लिए, भारत में होटल उद्योग ने एक सेवा निर्यातक के रूप में मान्यता प्राप्त करने के लिए एक लंबी, कठिन लड़ाई लड़ी है ताकि वह निर्यात अनुदान के योग्य हो सके।

#### मांग प्रेरित उद्योग:

यह उद्योग बाजार में भारी मांग से पहचाना जाता है। मांग से उद्योग में कीमत तय होती है। उदाहरण के लिए, कम लागत वाले वाहक, ऑफ-सीजन छूट आदि की शुरुआत। उद्योग प्रतिस्पर्धात्मकता बढ़ाता है क्योंकि बाजार में पूर्ण प्रतिस्पर्धा है। उपभोक्ता की उत्पाद या सेवा आवश्यकताओं को पूरा करने के अलावा, निर्माता को एचएसीसीपी जैसे अंतरराष्ट्रीय गुणवत्ता मानकों को लागू करना पड़ सकता है। इसके अलावा, खरीदारों के पास आपूर्ति की गुणवत्ता और मात्रा में स्थिरता से संबंधित फर्म-विशिष्ट आवश्यकताएँ हो सकती हैं, जो कंपनियों को दक्षता और लाभप्रदता में सुधार के लिए प्रबंधन और उत्पादन मानकों को अपनाने के लिए मजबूर करती हैं। इनके परिणामस्वरूप अक्सर फर्मों की प्रतिस्पर्धात्मकता में सुधार होता है।

#### श्रम सघन:

सेवा उद्योग के रूप में पर्यटन काफी हद तक मानवीय कारक पर निर्भर करता है। यह कुशल, अर्धकुशल और अकुशल कर्मचारियों को नौकरी के अवसर प्रदान करता है। जब अन्य विनिर्माण या सेवा उद्योग की तुलना में पूंजी

निवेश की तुलना की जाती है तो पर्यटन उद्योग में रोजगार की दर अधिक होती है। यह उद्योग महिलाओं के लिए रोजगार के अधिक अवसर उपलब्ध कराता है।

#### • प्रौद्योगिकी संचालित:

पर्यटन उद्योग परिष्कृत उद्योग और तकनीकी रूप से उन्नत उद्योग है। इंटरनेट की शुरुआत से बहुत पहले भी, वैश्विक वितरण प्रणाली (जीडीएस) का उपयोग यात्रा उद्योग में लोकप्रिय रूप से किया जाता था। प्रौद्योगिकी में प्रगति और विशेष रूप से इंटरनेट के विकास के साथ, इसमें भारी बदलाव आया है पर्यटन उद्योग की कार्यप्रणाली, यात्रा पोर्टल, ऑनलाइन बुकिंग, ई-टिकटिंग, ऑनलाइन बिलिंग और निपटान योजना आदि, उद्योग में प्रौद्योगिकी के उपयोग में प्रगति के उदाहरण हैं।

#### मध्यस्थों की प्रमुख भूमिका:

उद्योग में वितरण चैनल को बिल्कुल भी अनदेखा नहीं किया जा सकता। एक ट्रेवल एजेंट ऐसे ग्राहक की यात्रा की सुविधा प्रदान करता है जो परिवहन के वैकल्पिक तरीकों के बारे में नहीं जानते होंगे। एक टूर ऑपरेटर विभिन्न सेवाओं को इकट्ठा करने के बाद एक पैकेज टूर बनाता है जिसमें एक पर्यटक के लिए आवश्यक सभी संबंधित सेवाएं शामिल होती हैं। इस उद्योग में आपूर्तिकर्ताओं को ग्राहकों तक पहुंचने के लिए मध्यस्थों की आवश्यकता होती है।

#### क्षेत्रों के बीच उच्च अंतरनिर्भरता:

पर्यटन की एक विशेषता इसकी उच्च स्तर की अंतर्संबंधता है। उदाहरण के लिए, पर्यटकों को उन ठहरने के स्थानों तक लाने के लिए पर्याप्त हवाई अड्डों और सड़कों के बिना रिसॉर्ट या होटल का विकास शुरू नहीं हो सकता है। भारत में, पर्यटन काफी हद तक अन्य उद्योगों जैसे सॉफ्टवेयर उद्योग, फार्मास्यूटिकल्स उद्योग आदि की सफलता पर निर्भर करता है।

#### विपणन पर्यटन:

उपभोक्ता प्राथमिकताओं में बदलाव के बारे में उपर्युक्त चर्चा पर्यटन उत्पादों के मार्केटिंग की रणनीतियों की समस्या को जन्म देती है। पर्यटन एक अपेक्षाकृत युवा उद्योग है और इस क्षेत्र में काम करने वालों के लिए सीखने की अवस्था स्पष्ट रूप से कठिन है। भारत में केवल मुट्ठी भर पर्यटन पेशेवर हैं जिनके पास बाजार में कुछ ही वर्षों का अनुभव है। इन पुरुषों और महिलाओं के व्यापक संपर्क हैं, जहां वे नियमित रूप से आते हैं; वे अपने ग्राहकों, उपभोक्ता और थोक व्यापारी दोनों की जरूरतों के प्रति संवेदनशील हैं, और वे बदलाव और नए विचारों के प्रति खुले विचारों वाले हैं। हालांकि, नए काम करने वाले के लिए चीजें अधिक कठिन हैं। उद्योग के सामने चुनौती पर्यटन प्रमोटरों और आपूर्तिकर्ताओं द्वारा विपणन अभिरुचि की कमी है। सबसे पहले, आउटबाउंड पर्यटन में वितरण प्रणालियों की गहन समझ को छोड़कर बिक्री और प्रचार पर जोर दिया जाता है। दूसरा, व्यक्तिगत आपूर्तिकर्ताओं के बीच, विशेष रूप से होटल क्षेत्र में, भयंकर मूल्य प्रतिस्पर्धा है। तीसरा, बाजार अनुसंधान का कम उपयोग हो रहा है। चौथा, जनसांख्यिकीय विभाजन के सरलीकृत रूप पर निर्भरता है, जैसे कि हनीमून पर जाने वाले, सेवानिवृत्त और बेबी बूमर्स बाजार। पर्यटन



प्रबंधकों को बाजार विभाजन के लिए और अधिक परिष्कृत दृष्टिकोण अपनाने की आवश्यकता है जो यात्रियों के हितों और प्रेरणाओं को एक साथ जोड़ते हैं, इसके अलावा एक बार यात्रा का निर्णय लेने के बाद यात्रियों की जरूरतों को पूरा करना व्यक्तिगत आपूर्तिकर्ताओं का कार्य रहता है। चूंकि पर्यटन एक छोटा व्यवसाय उद्योग है, इसलिए अधिकांश पर्यटन ऑपरेटरों के पास तेजी से विविधतापूर्ण हो रहे यात्रा बाजार में अवसरों का पूरा लाभ उठाने की वित्तीय या प्रबंधकीय क्षमता नहीं है। इस प्रकार प्रत्येक देश में एक मध्यस्थ प्रचार निकाय की आवश्यकता है जिस पर सभी अंतरराष्ट्रीय यात्रियों के लिए गुणवत्तापूर्ण पर्यटन उत्पाद की पेशकश और वितरण सुनिश्चित करने की जिम्मेदारी होगी।

#### **स्थानीय लोगों और पर्यटकों के बीच संबंध:**

पर्यटन की कुछ सामान्य विशेषताएँ हैं जो किसी न किसी रूप में सभी पर्यटन स्थल के समुदायों को प्रभावित करती हैं। इनमें पर्यटन की क्षणिक प्रकृति और पर्यटकों और स्थानीय लोगों के बीच संबंध शामिल हैं। हालाँकि, स्थानीय लोगों और पर्यटकों के बीच संबंधों को प्रभावित करने वाला एक प्रमुख कारक उनकी जीवन स्थिति में अस्थायी बदलाव की इच्छा है। वे स्थापित दिनचर्या, समय और स्थान की बाधाओं और उनके दैनिक जीवन को नियंत्रित करने वाले व्यवहार संबंधी नियमों से बचना चाहते हैं। उनका मानना है कि यह बदलाव उनकी मानसिक और शारीरिक बैटरी को रिचार्ज करेगा जिससे वे अपनी दैनिक प्रतिबद्धताओं के दबाव से बेहतर ढंग से निपटने में सक्षम होंगे। इस प्रकार, पर्यटक बनने का, संक्षेप में, मतलब अपनी पुरानी पहचान और सामान्य व्यवहार का एक हिस्सा त्यागना है। इसमें एक नई, अस्थायी पहचान को अपनाना शामिल है जिसमें आवश्यक रूप से कुछ ऐसे तत्व शामिल होते हैं जो आदतन व्यक्तित्व और व्यवहार के विपरीत होते हैं। कई पर्यटक, विभिन्न कारणों से, कभी-कभी सबसे अप्रिय मेहमान होते हैं। फिर भी जिनकी आजीविका उनकी उपस्थिति पर निर्भर करती है, उन्हें किसी तरह उनके कठिन व्यवहार के साथ समझौता करना होगा और उनकी अजीब जरूरतों को पूरा करना होगा।

#### **• निर्यात उत्पादों के लिए मांग का निर्माण:**

मेजबान देश में पर्यटकों को नए उत्पादों से परिचित कराया जाता है, जिससे यात्री के गंतव्य देश छोड़ने के बाद उत्पादों की इच्छा जागृत हो सकती है। इससे अक्सर विदेशों में उत्पाद की मांग पैदा होती है - जिसके परिणामस्वरूप निर्यात के नए अवसर पैदा होते हैं। एक गंतव्य के रूप में पर्यटन की ब्रांड पहचान भी मजबूत है, जो संयुक्त ब्रांडिंग/विपणन के माध्यम से निर्यात को बढ़ावा दे सकती है।

---

#### **10.4 सारांश:**

पर्यटन उद्योग में कई मुख्य क्षेत्र शामिल हैं, जैसे परिवहन, आवास, यात्रा वितरण, पर्यटक आकर्षण, पर्यटन संगठन आदि। यह मॉड्यूल प्रत्येक क्षेत्र की परिचालन विशेषताओं और उन तरीकों पर ध्यान केंद्रित करता है जिनसे वे पर्यटन उत्पादों और सेवाओं के उत्पादन के बीच अंतर्क्रिया करते हैं। मुख्य यात्रा और पर्यटन क्षेत्र और यात्रा संबंधी सेवाओं के बीच आर्थिक जुड़ाव पर भी चर्चा की गई है।

यह मॉड्यूल पर्यटन उद्योग की संरचना और घटकों, इसके स्थिर पहलुओं और इसके परिचालन पहलुओं की पड़ताल करता है, जो, संगठन और पर्यटन उद्योग में व्यक्तिगत क्षेत्रों के कार्यों के साथ-साथ इसके गतिशील पहलुओं

के रुझानों की विशेषता रखते हैं। इस अध्ययन के तहत प्रत्येक क्षेत्र का उसकी व्यावसायिक विशेषताओं के संदर्भ में विश्लेषण किया गया है, फिर भी मॉड्यूल का समग्र उद्देश्य पर्यटन के व्यवसाय के स्थिर और गतिशील पहलुओं का व्यापक परिचय देना है कि विभिन्न क्षेत्र कैसे काम करते हैं और पर्यटन प्रणाली के भीतर कैसे अंतर्क्रिया करते हैं। इसके अलावा दूसरा भाग आर्थिक और परिचालन विशेषताओं के लिए समर्पित है, जहां उद्योग की आर्थिक और परिचालन गतिशीलता पर चर्चा की गई है।

---

### 10.5 निबंधात्मक प्रश्न:

1. आवास, परिवहन और यात्रा वितरण की मुख्य आर्थिक और परिचालन विशेषताओं और अन्य प्रासंगिक पहलुओं और प्रमुख आकर्षणों की व्याख्या करें।
2. प्रमुख ऑपरेटरों की पहचान करें और स्वामित्व और संगठन के पैटर्न और रुझानों की व्याख्या करें।
3. पर्यटन में यात्री-आवास, परिवहन, यात्रा वितरण और आकर्षण की भूमिका बताएं।

---

### 10.6 उपयोगी पाठ्य सामग्री

Bagri S.C. (2003). Trends in Tourism Promotion - Emerging Issues, Himalayan Ecotourism Society and Bishen Singh Mahendra Pal Singh: Dehradun.

Bukart, A.J, and S. Medlik, (1981), Tourism Past, Present and Future, London, Heinemann

Mill, R.C. and A.M. Morrison, (1992). The Tourism System, New Jersey: Prentice Hall. pp. 3-11.

Seth P.N.. (1997). Successful Tourism Management, Delhi: Sterling.

---

## इकाई - 11 पर्यटन प्रणाली - बुनियादी टाइपोलॉजी और उनके उपयोग

---

- 11.0 उद्देश्य
- 11.1 प्रस्तावना
- 11.2 पर्यटन उद्योग की संरचना
  - 11.2.1 पर्यटन का अर्थ
  - 11.2.2 प्रणाली का अर्थ
  - 11.2.3 पर्यटन गतिविधि के आवश्यक तत्व
- 11.3 पर्यटन एक गतिशील प्रणाली के रूप में
  - 11.3.1 लीपर की पर्यटन प्रणाली
  - 11.3.2 मर्फी के मनोवैज्ञानिक कारक
  - 11.3.3 गन का बाहरी पर्यावरण के प्रभाव का मॉडल
  - 11.3.4 मिल और मॉरिसन का उपभोक्ता व्यवहार
  - 11.3.5 वेस्टलेक का परिवहन, संचार और योजना
- 11.4 पर्यटन प्रणाली के मॉडलों का संश्लेषण
  - 11.4.1 विज़िटर जनरेटिंग क्षेत्र (मांग)
  - 11.4.2 पारगमन क्षेत्र (आपूर्ति)
  - 11.4.3 गंतव्य (आपूर्ति)
  - 11.4.4 सहायता सेवा क्षेत्र
  - 11.4.5 सरकार की भूमिकाएँ
  - 11.4.6 पर्यावरण
  - 11.4.7 स्थानीय समुदाय की भूमिका
- 11.5 सारांश

---

## 11.0 उद्देश्य

---

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप समझ पाएंगे :

- पर्यटन उद्योग की भूमिका और इसकी गतिशील प्रणाली,
  - पर्यटन उद्योग में विभिन्न पर्यटन प्रणाली मॉडल और उनकी व्याख्या,
  - पर्यटन प्रणाली में घनिष्ठ तालमेल और एकीकरण,
  - पर्यटन उद्योग में विभिन्न खिलाड़ियों की बुनियादी टाइपोलॉजी का वर्णन, और
  - पर्यटन उद्योग प्रणाली के विभिन्न प्रभागों के सामान्य और विशिष्ट उपयोगों की व्याख्या |
- 

## 11.1 प्रस्तावना

---

पर्यटन एक गतिशील और जटिल उत्पाद है जिसे परस्पर संबंधित सेवा प्रदाताओं के हस्तक्षेप से संसाधित और वितरित किया जाता है। यह एक विशाल व्यापारिक घटना बन गई है जिसे मेजबान देशों के लिए उभरता हुआ आर्थिक इंजन माना जाता है। कई देशों में पर्यटन को एक उद्योग के रूप में मान्यता दी गई है। विभिन्न प्रकार के विविध उत्पाद और सेवाएँ हैं, जो एक-दूसरे से जुड़े हुए हैं और एक-दूसरे के पूरक हैं। पर्यटन उत्पादों और सेवाओं का एक मिश्रण है। पर्यटन उत्पाद प्रकृति में अमूर्त, नाशवान और विषम हैं। एक अकेली एजेंसी पर्यटकों की जरूरतों और इच्छाओं को बिल्कुल भी पूरा नहीं कर सकती है। यह पूरे मेजबान समुदाय के लाभ के लिए पर्याप्त राजस्व सृजन की क्षमता वाला एक जीवंत क्षेत्र है। संक्षेप में कहें तो पर्यटन की व्यावसायिक गतिविधियाँ असीमित हैं। पर्यटन प्रणाली की व्यवस्थित कार्यप्रणाली पर्यटन के स्थूल और सूक्ष्म दोनों व्यावसायिक वातावरण को प्रभावित करती है। यह इकाई पर्यटकों को गुणवत्तापूर्ण सेवाएँ प्रदान करने के विशिष्ट उद्देश्यों के साथ पर्यटन प्रणालियों के विभिन्न प्रकारों और उनके सामान्य और विशिष्ट उपयोगों पर प्रकाश डालेगी।

---

## 11.2 पर्यटन उद्योग की संरचना

---

पर्यटन की व्याख्या अक्सर एक अदृश्य और सेवा उन्मुख उद्योग के रूप में की जाती है। हालाँकि, पारंपरिक दृष्टिकोण से पर्यटन कोई एकल उद्योग नहीं है। पर्यटन में उत्पादों और सेवाओं की एक विस्तृत श्रृंखला शामिल है जिनके समावेशन की सीमाएँ बहुत विशाल और व्यापक हैं। आर्थिक और व्यावसायिक दृष्टिकोण से, एक उद्योग को स्वतंत्र फर्मों के समूह के रूप में परिभाषित किया जाता है, जो सभी एक ही उत्पाद बनाते हैं। यह स्पष्ट है कि उद्योग के फोकस में व्यक्तिगत व्यावसायिक प्रतिष्ठान शामिल हैं, जिन्हें एक सामान्य उत्पाद के उत्पादन और बिक्री के माध्यम से सभी आर्थिक इकाइयों द्वारा प्राप्त राजस्व उत्पन्न करने के लिए एक नेटवर्क में एक साथ समूहीकृत किया जाता है।

---

### 11.2.1 पर्यटन का अर्थ

---

विश्व पर्यटन संगठन की 1995 में पर्यटन की परिभाषा में कहा गया है कि अवकाश, व्यवसाय और अन्य उद्देश्यों के लिए लगातार एक वर्ष से अधिक समय तक अपने सामान्य वातावरण से बाहर स्थानों की यात्रा करने और रहने वाले व्यक्तियों की गतिविधियाँ। टूरिज्म सोसाइटी ने भी 1976 में पर्यटन को परिभाषित किया है, क्योंकि पर्यटन लोगों का उन स्थानों के बाहर अस्थायी अल्पकालिक आवाजाही है, जहां वे आम तौर पर रहते हैं और काम करते हैं,

और इन गंतव्यों पर रहने के दौरान उनकी गतिविधियां भी इसमें शामिल हैं; इसमें सभी उद्देश्यों के लिए आवाजाही के साथ-साथ दिन के दौरे या भ्रमण भी शामिल हैं। सबसे सहज रूप से तार्किक परिभाषा वह है जो मैथिसन और वॉल (1982) द्वारा उद्धृत की गई है कि पर्यटन में ये गतिविधि शामिल है: सामान्य निवास और कार्यस्थल के बाहर गंतव्यों के लिए अस्थायी आवाजाही, प्रवास के दौरान की जाने वाली गतिविधियां और जरूरतों को पूरा करने के लिए बनाई गई सुविधाएँ। पर्यटकों व्यापार और वाणिज्य के वैश्वीकरण, तेजी से बदलते ग्राहक व्यवहार, परिवहन और आवास के विकास, गंतव्यों पर बुनियादी स्वच्छता और स्वच्छता और सूचना प्रौद्योगिकी के कारण पर्यटन एक अत्यंत गतिशील प्रणाली बन गया है, जो उद्योग को बड़े पैमाने पर प्रभावित करता है।

### 11.2.2 प्रणाली का अर्थ

सिस्टम/प्रणाली परिप्रेक्ष्य इस बात पर केंद्रित है कि किसी एक समूह या व्यक्ति द्वारा अपने विचार थोपे बिना जटिल नवाचार स्थितियों में प्राथमिक, माध्यमिक और तृतीयक अभिनेताओं के बीच समन्वय कैसे स्थापित किया जा सकता है। सिस्टम के दृष्टिकोण का उद्देश्य जटिल वास्तविक दुनिया की स्थितियों का आकलन करना और उनसे निपटना है। इसका उद्देश्य प्रत्येक कर्ता या हितधारक के कार्यों को समग्र रूप से पूरा करना और एक सामान्य लक्ष्य प्राप्त करने में मदद करना है। यह दृष्टिकोण सेवा प्रदाताओं के अंतर्संबंध और मौजूदा संबंधों का अध्ययन करने और समग्र अंतर-संबंधित मुद्दों और घटनाओं को समग्र दृष्टिकोण से देखने का एक व्यवहारिक साधन है। यह समग्र दृष्टिकोण सामान्य हित के क्षेत्र में अंतर-संबंधित कर्ताओं की व्यक्तिगत क्षमता की सहक्रियात्मक अंतर्क्रिया के लिए अवसर प्रदान करता है।

पर्यटन के प्रणालीगत दृष्टिकोण का अध्ययन करने के लिए वास्तव में क्या आवश्यक है? कोई प्रणाली एक संयुक्त उद्देश्य तय करने और उपलब्धि की दिशा में प्रयास करने के लिए सामंजस्यपूर्ण परस्पर जुड़े समूहों का एक समुच्चय है। यह पर्यटन उद्योग प्रणाली में सूक्ष्म और स्थूल दोनों मुद्दों से निपटने के लिए एक और दृष्टिकोण को व्यापक पद्धति में एकीकृत करता है। यह पर्यटक फर्म के प्रतिस्पर्धी माहौल, उसके बाजार और मूल्य निर्धारण की संरचना, उसके परिणाम और अन्य संस्थानों के साथ उसके संबंधों की पड़ताल कर सकता है। यह पर्यटकों और पर्यटकों के साथ पर्यटन मध्यस्थों की अंतर्क्रिया पर भी जोर देता है। इसके अलावा, पर्यटन प्रणाली व्यापक दृष्टिकोण अपनाती है और किसी देश, राज्य या क्षेत्र की संपूर्ण पर्यटन प्रणाली की बारीकी से अन्वेषण करती है। यह इस व्यवहार्यता का पता लगाने का प्रयास करता है कि यह कानूनी, राजनीतिक, आर्थिक और सामाजिक प्रणालियों जैसी अन्य प्रणालियों से कैसे संबंधित है।

संरचनात्मक दृष्टिकोण से, एक गंतव्य को कई तत्वों से बनी एक प्रणाली के रूप में देखा जा सकता है, जो सामान्य उद्देश्यों को प्राप्त करने के लिए कुछ प्रकार के संबंध साझा करते हैं। यह सिस्टम किसी प्रक्रिया में बाहरी और आंतरिक इनपुट लेकर विकसित होता है। इसे एक जटिल अनुकूलन करने वाली प्रणाली माना जा सकता है। एक पर्यटन स्थल में कई तत्व शामिल होते हैं, जैसे पर्यटन संचालक, सहायता संरचनाएँ, सार्वजनिक और निजी संगठन और संघ आदि। मैककेचर (1999) मॉडल घटकों के निम्नलिखित समूहों का वर्णन करता है:

- पर्यटकों को गंतव्य से जोड़ने वाले पर्यटक और संचार क्षेत्र (वास्तविक और आभासी दोनों)
- स्थानीय गंतव्य के हितधारक; और पर्यटन-संबंधी और गैर-पर्यटन-संबंधी बाह्यताएँ
- बाहरी पर्यटन एजेंसियां और सिस्टम से प्राप्त आउटपुट।

### 11.2.3 पर्यटन गतिविधियों के आवश्यक तत्व

पर्यटन लोगों की विभिन्न स्थानों पर आवाजाही और उनके ठहरने से उत्पन्न होता है। पर्यटन में दो तत्व होते हैं एक गंतव्य तक की यात्रा और दूसरा गंतव्य पर रुकना। जिसमें पर्यटकों द्वारा वहां की जाने वाली विविध गतिविधियां भी शामिल होती हैं। यह यात्रा और प्रवास, निवास और कार्य के सामान्य स्थान से बाहर होता है, इस प्रकार यह उन गतिविधियों को जन्म देता है, जो उन स्थानों की निवासी और कामकाजी आबादी से भिन्न होती हैं, जहां से यात्रा और प्रवास हुआ होता है। गंतव्यों तक आवाजाही अस्थायी और अल्पावधि प्रकृति की होती है। अंततः इरादा कुछ दिनों, हफ्तों या महीनों के भीतर घर लौटना होता है। ठहरने की अवधि सीमित हो और वापसी निश्चित सुनिश्चित हो। इसमें स्थायी निवास या रोजगार गतिविधियों में शामिल होने के अलावा अन्य उद्देश्यों के लिए गंतव्यों का दौरा किया जाता है।

पर्यटन की ये परिभाषाएँ आपूर्ति पक्ष के बजाय पर्यटन गतिविधि के मांग पक्ष पर ध्यान केंद्रित करने का इरादा रखती हैं। यह अनुमान लगाया जा सकता है कि निश्चित रूप से यह अंतर करना मुश्किल है कि किस प्रकार के पर्यटन से संबंधित उद्योग केवल पर्यटकों की सेवा कर रहे हैं और कौन से पर्यटकों के साथ-साथ स्थानीय निवासियों और अन्य बाजारों की भी सेवा कर रहे हैं। इससे सिस्टम के आपूर्ति पक्ष को परिभाषित करना अपेक्षाकृत कठिन हो जाता है। वहाँ मांग पक्ष पर विचार करना बहुत आसान है जहां पर्यटन में भाग लेने वाले सेवा प्रदाताओं को अधिक आसानी से पहचाना जा सकता है। इन मॉडलों में मांग और आपूर्ति के तत्व शामिल होते हैं जिन्हें बिचौलियों द्वारा एक साथ लाने पर पर्यटन गतिविधि सम्पूर्ण होती है। कई शोधकर्ताओं ने पर्यटन प्रणाली के मॉडल बनाने का प्रयास किया है। आइए इनमें से कुछ प्रणालियों पर एक नजर डालें।

### 11.3 पर्यटन एक गतिशील प्रणाली के रूप में

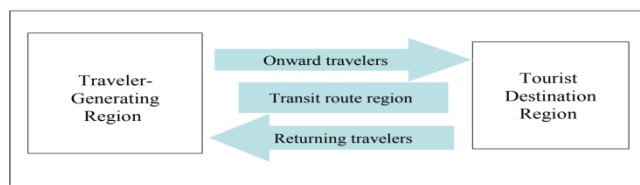
पर्यटन को न केवल संकीर्ण अर्थ में एक उद्योग या विभिन्न व्यावसायिक क्षेत्रों का समूह कहा जा सकता है, बल्कि व्यापक अर्थ में एक पूर्ण प्रणाली भी कहा जा सकता है जिसका प्रबंधन सार्वजनिक और निजी क्षेत्र के उद्यमों दोनों द्वारा किया जाता है। यह एक सेवा उद्योग है जो अर्थव्यवस्था के अधिकांश अन्य क्षेत्रों से जुड़ा हुआ है जैसे व्यापक और स्थानीय दोनों स्तरों पर मेजबान समुदाय, नीति, योजना, बुनियादी ढांचे के विकास और जैव-भौतिकीय वातावरण के माध्यम से सरकार। पर्यटन उद्योग कार्यबल के रूप में मेजबान समुदाय, नियामक निकाय के रूप में सरकार और सेवा प्रदाताओं के रूप में पर्यटन मध्यस्थों के समर्थन से चल रहा है। पर्यटन के पिछड़े और आगे के संबंधों की बहुलता का पता लगाना आवश्यक है जो आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक, राजनीतिक या सरकारी जैसे क्षेत्रों में स्थानीय, क्षेत्रीय, राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर अत्यधिक स्थानीयकृत से लेकर व्यापक पृष्ठभूमि तक फैली हुई है। और पर्यावरण, जैसा कि गन और वार (2002) ने अपने शोध कार्यों में बताया है कि पर्यटन का हर हिस्सा

प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रूप से हर दूसरे हिस्से से संबंधित है और कुछ हिस्से अक्सर सिस्टम की परिधि के भीतर दूसरों के लिए अदृश्य होते हैं।

### 11.3.1 लीपर की पर्यटन प्रणाली

आइए चित्र-1 में दिए गए पर्यटन प्रणाली के लीपर (1981) मॉडल से शुरुआत करें। मॉडल एक सरल तीन गुना दृष्टिकोण का सुझाव देता है जिसमें उत्पादन क्षेत्र, पारगमन क्षेत्र और गंतव्य क्षेत्र शामिल हैं। यह एक आकर्षक और समझदार मॉडल है, जिसे संबंधित क्षेत्रों में मांग की पहचान के लिए एक व्यावहारिक मॉडल के रूप में अपनाया जा सकता है। किसी पर्यटन स्थल का अध्ययन करने के लिए, इसे लीपर द्वारा प्रस्तावित पर्यटन प्रणाली के हिस्से के रूप में देखना महत्वपूर्ण है। सिस्टम के घटकों जैसे ट्रेवलर जेनरेशन रीजन (टीजीआर), ट्रांजिट रूट (टीआर) और टूरिस्ट डेस्टिनेशन रीजन (टीडीआर) का वर्णन करते समय विविध वातावरणों के प्रभाव के तहत उनका विश्लेषण करना चाहिए। किसी विशिष्ट गंतव्य में पर्यटन वृद्धि को तब तक व्यापक रूप से नहीं मापा जा सकता जब तक कि अन्य क्षेत्रों, टीजीआर और टीआर, साथ ही प्रत्येक क्षेत्र में प्रभावित करने वाले वातावरण को विश्लेषण में नहीं लिया जाता।

Figure- 1 : Leiper's Basic Tourism System



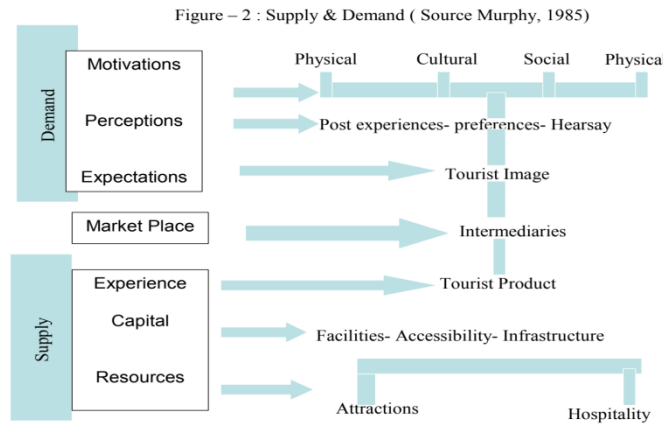
Environments: Human, socio-cultural, economical, technological, physical, political, legal, etc  
Location of travelers, tourists and of the travel and tourism industry

पर्यटन प्रणाली को तीन भौगोलिक घटकों में विभाजित किया गया है, सामान्य ध्यान प्रणाली के वातावरण पर और ये पर्यटन को कैसे प्रभावित करते हैं, और साथ ही पर्यटन प्रत्येक भौगोलिक घटक पर पर्यावरण को कैसे प्रभावित करता है, इस पर रहता है। इस मॉडल में कुछ विशिष्ट कार्य हैं जिनके कारण इन सभी क्षेत्रों को प्रभावों के विश्लेषण में शामिल किया जाता है। किसी पर्यटन गंतव्य के विकास को मापने के लिए न केवल पर्यावरणीय प्रभावों पर विचार किया जाना चाहिए, बल्कि गंतव्य के विकास का पूरी तरह से आकलन करने के लिए प्रत्येक क्षेत्र के लिए पर्यावरण का व्यापक विश्लेषण भी किया जाना चाहिए।

### 11.3.2 मर्फी के मनोवैज्ञानिक कारक

1985 में मर्फी द्वारा प्रस्तुत किए गए सबसे व्यावहारिक पर्यटन प्रणाली मॉडल में से एक को चित्र-2 में प्रस्तुत किया गया है, आप देखेंगे कि मांग को प्रभावित करने वाले मनोवैज्ञानिक कारकों (प्रेरणाओं, धारणाओं और अपेक्षाओं) पर ध्यान केंद्रित किया गया है और मांग के ये निर्धारक कैसे जुड़े हुए हैं पर्यटक सुविधाओं की आपूर्ति के लिए बाजार में यात्रा मध्यस्थों (अर्थात् ट्रेवल एजेंसियों और टूर ऑपरेटर्स) द्वारा। मर्फी के पर्यटन प्रणाली मॉडल का

उपयोग आम तौर पर यात्रा उत्पाद की मांग और आपूर्ति का विश्लेषण करने और प्रमुख आपूर्तिकर्ताओं के रूप में मांग को पूरा करने में ट्रेवल एजेंसियों और टूर ऑपरेटर्स की भागीदारी के लिए किया जा सकता है। मर्फी के मॉडल का उपयोग पर्यटन उत्पादों की मांग और आपूर्ति का विश्लेषण करने के लिए किया जा सकता है और विशेष रूप से आपूर्तिकर्ताओं की भूमिका बहुत महत्वपूर्ण है क्योंकि वे मांगों को पूरा करने के लिए पूंजी और संसाधन बनाते हैं। वे पर्यटकों को अद्वितीय अनुभव प्रदान करने के उद्देश्य से संगठित टूर पैकेज भी संचालित करते हैं। यह मॉडल पर्यटन मध्यस्थों के लिए मांग की तीव्रता को मापने के लिए बहुत उपयोगी होगा और तदनुसार वे मांगों को पूरा करने के लिए रणनीति तैयार करेंगे।



इस मॉडल का उपयोग विशिष्ट उद्देश्यों के लिए किया जा सकता है, उदाहरण के लिए गंतव्य विपणन संगठन (डीएमओ), सरकारें और पर्यटन मध्यस्थ प्रेरणाओं, धारणाओं और अपेक्षाओं के संदर्भ में मांगों का आकलन करते हैं और गंतव्य में प्रतिस्पर्धात्मक लाभ को बढ़ाने के लिए सुविधाएँ, पहुंच और बुनियादी ढांचे के निर्माण और पर्यटन उत्पाद के विकास के लिए इस मॉडल का लाभ उठा सकते हैं। यह मॉडल यात्रा मध्यस्थों के लिए बहुत स्पष्ट उपयोग का है क्योंकि वे बाजार की मांग और आपूर्ति के आकार का बेहतर विश्लेषण कर सकता है।

### 11.3.3 गन का बाहरी पर्यावरण के प्रभाव का मॉडल

गन (1979) ने एक मॉडल विकसित किया है जो बाहरी वातावरण के प्रभाव और सिस्टम के विभिन्न तत्वों के बीच दोतरफा संबंधों को दर्शाता है। गन का पर्यटन प्रणाली मॉडल चित्र-3 में प्रस्तुत किया गया है। कुछ तत्वों के एक-दूसरे पर पड़ने वाले पारस्परिक प्रभाव को स्वीकार करके, गन पर्यटन प्रणाली के विभिन्न पहलुओं की परस्पर निर्भरता और महत्व पर जोर दे रहे हैं। गन का पर्यटन प्रणाली मॉडल जो पर्यटन प्रणाली के कामकाज पर बाहरी वातावरण के अधिक प्रभाव के बारे में बताता है। मॉडल में आकर्षण, परिवहन, सूचना और सेवाएँ शामिल हैं जो पर्यटकों की प्रेरणा को प्रभावित करती हैं। जबकि बाहरी वातावरण जो राजनीतिक, आर्थिक, भौतिक, प्राकृतिक और सांस्कृतिक कारकों को शामिल करता है, पर्यटन प्रणाली के कुल कामकाज पर सीधे तौर पर बहुत अधिक प्रभाव डालता है। बाहरी पर्यावरणीय कारकों का पर्यटन प्रणाली पर बहुत अधिक नियंत्रण होता है और वे पर्यटन प्रणाली को गतिशील बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। बदले में, गंतव्यों पर पर्यटकों पर नकारात्मक प्रभाव पड़ सकता है।



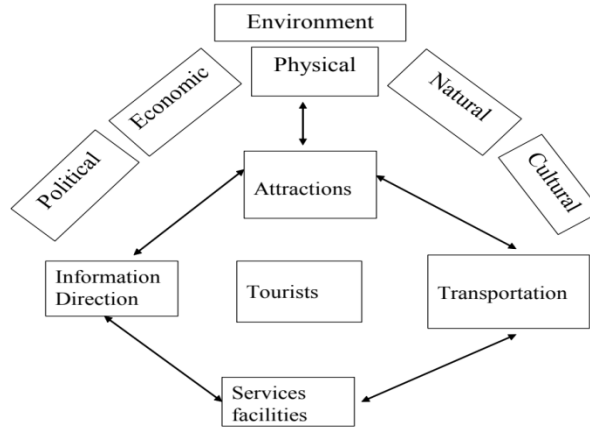


Figure-3: Tourism System by Gunn, 1979

संक्षेप में, इस प्रणाली के कुछ सामान्य उपयोग हैं जैसे कि यह मॉडल पर्यटन मध्यस्थों और सरकारों को विभिन्न बाहरी पर्यावरणीय कारकों के बारे में उचित मार्गदर्शन देता और बताता है कि वे पर्यटन प्रणाली को चलाने का निर्धारण कैसे करेंगे। दूसरी ओर, इस मॉडल का उपयोग विशिष्ट उद्देश्यों के लिए किया जा सकता है जैसे कि प्रत्येक सेवा प्रदाता बाहरी वातावरण द्वारा निर्देशित हो सकता है और बाहरी वातावरण के प्रभाव से निपटने के लिए उपयुक्त योजना और कार्यक्रम विकसित कर सकता है। आम तौर पर पर्यटक इस मॉडल से बहुत सारी जानकारी प्राप्त कर सकते हैं जो उन्हें छुट्टियों की योजना बनाने के लिए बेहतर मार्गदर्शन दे सकता है।

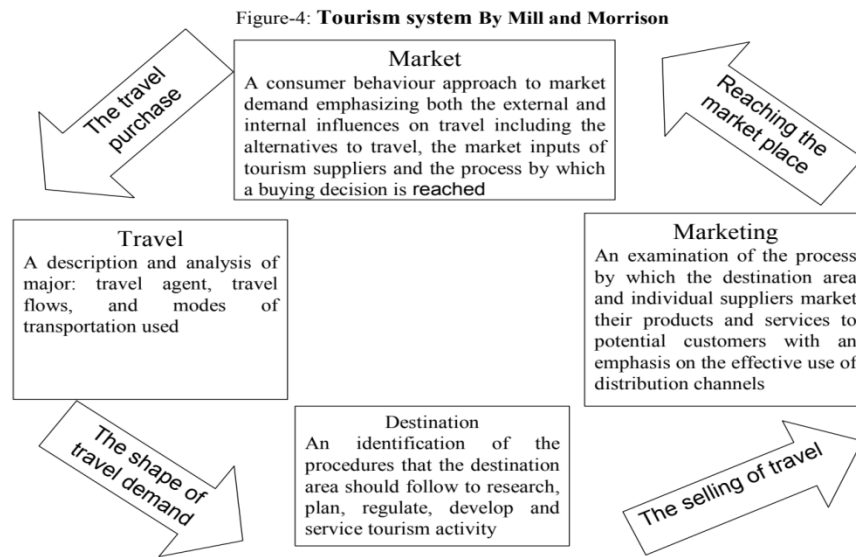
### 11.3.4 मिल और मॉरिसन का उपभोक्ता व्यवहार

1992 में मिल और मॉरिसन द्वारा सुझाया गया मॉडल चित्र-4 में दिया गया है। यह मॉडल प्रकृति में चक्रीय है। मॉडल बताता है कि पर्यटन प्रणाली का प्रत्येक तत्व अगले को सुदृढ़ और प्रभावित करता है। मिल और मॉरिसन के अनुसार, प्रणाली के प्रमुख घटक बाजार, यात्रा, गंतव्य और विपणन हैं। इसे और अधिक विस्तार से देखने के लिए, बाजार की मांग कई आंतरिक और बाहरी प्रभावों से निर्धारित होती है जो यात्रा की खरीदारी को प्रभावित करती है। यह, बदले में, पर्यटन प्रणाली के यात्रा तत्व को प्रभावित करता है क्योंकि किसी उत्पाद की मांग, इस मांग को पूरा करने के लिए परिवहन नेटवर्क के विकास को प्रोत्साहित करती है। यह बदले में किसी गंतव्य पर पर्यटन के बुनियादी ढांचे और सुविधाओं की आपूर्ति के प्रकार, प्रकृति और स्तर को प्रभावित करता है। यह किसी गंतव्य और बाजार खंड के लिए विपणन रणनीति को क्रमिक रूप से प्रभावित करता है। जिस तरह से एक गंतव्य स्वयं की मार्केटिंग करता है और अपने उत्पाद की पेशकश को अपने बाजार में संप्रेषित करता है, वह उपभोक्ता मांग के स्तर और प्रकार को उत्तेजित कर सकता है, जो कई आंतरिक और बाहरी कारकों से प्रभावित होता है।

इस मॉडल के कुछ सामान्य उपयोग हो सकते हैं जैसे बाहरी और आंतरिक कारकों को ध्यान में रखकर बाजार की कुल मांग का अध्ययन किया जा सकता है। मॉडल का उपयोग विशेष रूप से पर्यटन प्रचार एजेंसियों और ट्रेवल मध्यस्थों (टूर ऑपरेटर और ट्रेवल एजेंट) द्वारा पर्यटकों के खरीद व्यवहार के विभिन्न स्तरों का मूल्यांकन करने के लिए

किया जा सकता है। विशेष रूप से, यह मॉडल पर्यटन उद्योग के लिए अनुसंधान और विकास करने के लिए गंतव्य विकास और संवर्धन एजेंसियों का मार्गदर्शन कर सकता है।

इस मॉडल को टूर ऑपरेटर्स, ट्रेवल एजेंटों, होटलों, रिसॉर्ट कंपनियों, परिवहन ऑपरेटर्स, मनोरंजन एजेंसियों आदि द्वारा पर्यटकों की यात्रा खरीद का मूल्यांकन करने के लिए एक ढांचे के रूप में बेहतर ढंग से अपनाया जा सकता है। तदनुसार, वे उत्पाद को बाजार में स्थापित करने के लिए विपणन रणनीतियों को लागू कर सकते हैं। यह मॉडल संक्षेप में उन चरणों के बारे में बताता है जिनके माध्यम से पर्यटन मध्यस्थ बाजार तक आसानी से पहुंच सकते हैं। संक्षेप में, यह दृष्टिकोण पर्यटन प्रणाली के बाजार-उन्मुख दृष्टिकोण को दर्शाता है जहां निर्धारक कारक उपभोक्ता का व्यवहार है।

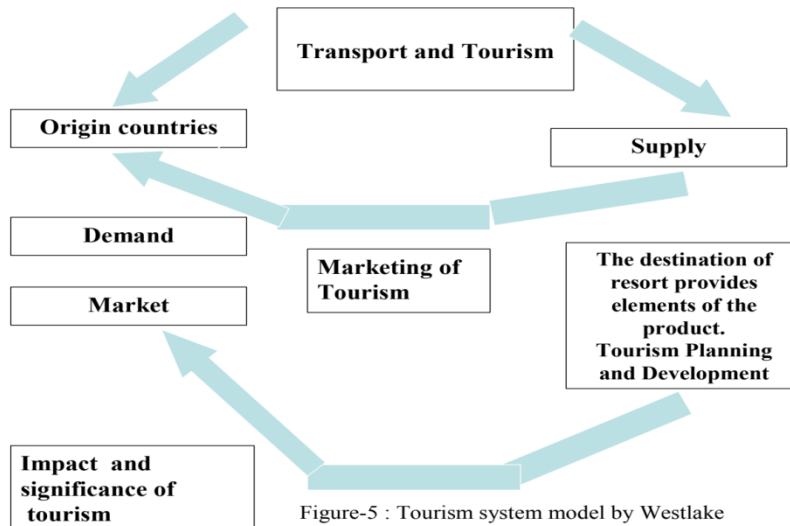


### 11.3.5 वेस्टलेक की परिवहन, संचार और योजना

1985 में वेस्टलेक द्वारा प्रस्तावित मॉडल पर्यटन सेवाओं की मांग और आपूर्ति के बीच संबंध स्थापित करने में परिवहन की प्रमुख भूमिकाओं के बारे में बताता है। वेस्टलेक बाजार और गंतव्य के बीच संचार प्रक्रिया के महत्व पर भी ध्यान केंद्रित करता है। इसके अलावा, यह मॉडल इस बात पर प्रकाश डालता है कि गंतव्य पर योजना और विकास रणनीतियों का महत्व पर्यटन के नकारात्मक प्रभाव को कम करना और पर्यटन गतिविधि के सकारात्मक महत्व को अधिकतम करना है। वेस्टलेक योजना और विकास सम्बंधी नीतियों की प्रभावशीलता को बाजार से भी जोड़ता है। जो गंतव्य पर्यटन के लिए प्रभावी ढंग से योजना बनाते हैं, उनकी मांग बनाए रखने और बाजार हिस्सेदारी बनाए रखने की संभावना उन लोगों की तुलना में अधिक होगी जो गंतव्यों की स्थायी योजना और विकास की उपेक्षा करते हैं।

मॉडल ने मूल देशों और गंतव्य देशों के बीच मध्यस्थ के रूप में परिवहन और संचार की महत्वपूर्ण भूमिकाओं को प्रतिबिंबित किया है। इस मॉडल का उपयोग गंतव्य क्षेत्र में परिवहन और संचार सुविधाओं की मांग

और आपूर्ति की पहचान करके पर्यटन उत्पाद के विपणन के सामान्य उद्देश्य के लिए किया जा सकता है। इस प्रभाव का उपयोग पर्यटन विकास के सकारात्मक और नकारात्मक प्रभाव के मूल्यांकन के विशेष उद्देश्य के लिए भी किया जा सकता है। मॉडल का उपयोग विशेष रूप से पर्यटन योजना और विकास के लिए किया जा सकता है क्योंकि यह बताता है कि परिवहन सबसे महत्वपूर्ण कारक है जो पर्यटकों के मूल देशों और गंतव्य देशों के बीच संबंध स्थापित करता है।



अंत में, मैथिसन और वॉल (1982) ने एक जटिल पर्यटन प्रणाली का सुझाव दिया है जो उद्योग की संरचना का एक सरल अवलोकन है। उन्होंने पर्यटन प्रणाली के गतिशील, स्थिर और परिणामी तत्वों की पहचान की है। गतिशील तत्व सभी प्रकार के पर्यटन की मांग है। स्थिर तत्वों में गंतव्य और पर्यटक की विशेषताएँ (राजनीतिक, पर्यावरणीय और आर्थिक प्रभावों सहित) और सामाजिक-आर्थिक विशेषताएँ (गतिविधि के प्रकार और ठहरने की अवधि की विशेषताओं सहित) जो गंतव्य का निर्माण करते हैं, गंतव्य पर दबाव ( ठहरने की अवधि, गतिविधि के प्रकार और गतिविधि के स्तर) और वहन क्षमता शामिल है। पर्यटन के प्रभावों को पर्यटन प्रणाली के परिणामी तत्व के रूप में देखा जाता है और यह पर्यटन के भौतिक, सामाजिक और आर्थिक प्रभावों का संकेत करता है जिन्हें व्यापक प्रबंधन और योजना नीतियों द्वारा नियंत्रित करने की आवश्यकता है।

सभी मॉडल इस बात पर थोड़ा अलग दृष्टिकोण प्रस्तुत करते हैं कि पर्यटन प्रणाली में क्या शामिल है और तत्व कैसे परस्पर संबंधित और एक दूसरे पर निर्भर हैं। हालाँकि, जैसा कि आमतौर पर होता है, किसी एक मॉडल को निश्चित या निरपेक्ष के रूप में वर्गीकृत नहीं किया जा सकता है और इसलिए, उन पर एक साथ विचार करना आवश्यक है। यह आप पर निर्भर है कि आप अपना स्वयं का अवलोकन और निष्कर्ष विकसित करें कि पर्यटन प्रणाली कैसी दिखती है और विभिन्न नीतियां एक साथ कैसे फिट बैठती हैं।

#### 11.4 पर्यटन प्रणाली के मॉडलों का संश्लेषण

इस इकाई में पर्यटन प्रणाली मॉडलों के बीच संश्लेषण स्थापित करने और पर्यटन व्यवसाय के कामकाज को चलाने के लिए उनके दृष्टिकोण में बुनियादी अंतर का पता लगाने का प्रयास किया गया है। पर्यटन प्रणाली की जटिलताओं को विभिन्न रेखाचित्रों की सहायता से समझाया गया है। पर्यटन प्रणालियों के बारे में समझाने के लिए कई उपमाओं का उपयोग किया गया है। पर्यटन वास्तव में संबंधों की एक विशाल श्रृंखला के साथ हजारों स्वतंत्र घटकों का प्रतिनिधित्व करता है जो मात्रात्मक और गुणात्मक दोनों रूप से भिन्न होते हैं और प्रत्येक व्यक्तिगत घटक दूसरों को प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष तरीकों से प्रभावित करता है। लीपर (1989) द्वारा प्रतिपादित पर्यटन प्रणाली की भू-भौतिक परिभाषा को गन की मांग और आपूर्ति प्रणाली (1972), वेस्टलेक के परिवहन और संचार मॉडल (1985) और मिल और मॉरिसन (1992) की विपणन-उन्मुख प्रणाली के सामाजिक-सांस्कृतिक तत्व के साथ संश्लेषित किया जा सकता है। संपूर्ण पर्यटन प्रणाली के लिए प्रमुख तत्व तय करने के लिए इन सभी को जोड़ा जा सकता है, जो निम्नलिखित सात संरचनात्मक घटकों में विभाजित है:

- आगंतुक उत्पन्न करने वाला क्षेत्र
- पारगमन क्षेत्र
- गंतव्य क्षेत्र
- सहायता सेवा क्षेत्र
- सरकारी क्षेत्र
- पर्यावरण (जैव-भू-भौतिक क्षेत्र)
- समुदाय

---

#### 11.4.1 विज़िटर जनरेटिंग क्षेत्र (मांग)

---

आगंतुक उत्पन्न करने वाले क्षेत्र की जनसंख्या में दो मूलभूत विशेषताएँ होती हैं, पहली है आय का स्तर इतना अधिक हो कि यात्रा जैसी गैर-आवश्यक वस्तुओं पर विवेकाधीन व्यय की अनुमति मिल सके और दूसरी, व्यवहार के स्वीकार्य और वांछित रूप के रूप में मनोरंजक यात्रा की प्रवृत्ति हो। सामान्यतया, ऐसे क्षेत्रों के आगंतुकों को घरेलू पर्यटकों या अंतर्राष्ट्रीय आगंतुकों के रूप में वर्गीकृत किया जा सकता है। आगमन पंजीकरण प्रवेश के बिंदु पर पूरा किया जाता है और इसमें समान श्रेणियां होती हैं जिनमें छुट्टियां, व्यवसाय, शिक्षा, धर्म (तीर्थयात्रा), खेल, सम्मेलन, मित्रों और रिश्तेदारों का दौरा शामिल होता है।

---

#### 11.4.2 पारगमन क्षेत्र (आपूर्ति)

---

परिवहन के प्रमुख साधन आगंतुकों को पारगमन क्षेत्र के माध्यम से उनके गंतव्य तक स्थानांतरित करते हैं। पारगमन क्षेत्र हवाई अड्डों, रेलवे स्टेशनों, सड़क नेटवर्क, बंदरगाहों, यात्री टर्मिनलों, ईंधन डिपो, इंजीनियरिंग और मरम्मत सुविधाओं जैसी कई परिवहन-विशिष्ट सुविधाओं और रेस्तराँ, बैंक, आवास, संचार, खुदरा दुकानें, शुल्क मुक्त दुकानें, किताबों की दुकानें और बार जैसी सहायक सेवाओं और सुविधाओं की एक श्रृंखला के साथ यात्रा के इन

तरीकों को सहयोग करता है। हीथ्रो हवाई अड्डा अपनी सुविधाओं और सेवाओं की जटिल प्रणाली के साथ पारगमन क्षेत्र का ऐसा उदाहरण है जो केवल विमान में ईंधन भरने से कहीं आगे तक फैला हुआ है।

### 11.4.3 गंतव्य (आपूर्ति)

फ्रंटलाइन उद्योगों या प्राथमिक सेवा प्रदान करने वाले क्षेत्र में वे व्यवसाय शामिल हैं जो सीधे आगंतुकों के साथ संचालित होते हैं। पर्यटन संरचना के इस हिस्से के बारे में हमारी समझ को व्यवस्थित करने का एक सामान्य तरीका उन्हें निम्नानुसार पांच 'ए' में विभाजित करना है:

**आवास (अकोमोडेशन)** - होटल, मोटल, रिसॉर्ट, बैकपैकर हॉस्टल, B&B, कारवां पार्क, आदि।

**सुविधाएँ (अमिनिटीज़)** - रेस्तरां, खेल सुविधाएँ, थिएटर, कैसीनो, आदि।

**आकर्षण (अट्रैक्शन)** - प्राकृतिक और सांस्कृतिक स्थल, ऐतिहासिक, महानगरीय और विरासत शहर, परितुष्ट, थीम पार्क, संग्रहालय, कार्यक्रम और त्यौहार, आदि।

**सुगम्यता (एक्सेसिबिलिटी)** - ट्रेवल एजेंसियां, टूर ऑपरेटर, कोच, टैक्सी, किराये की कारें, केबल कार, आदि।

**गतिविधियाँ (एक्टिविटीज़)** - टूर ऑपरेटर, स्की क्षेत्र व्यवसाय कंपनियाँ, नौका चार्टर, साइकिल किराया, कयाकिंग साहसिक कंपनियाँ, एक्सलिंग, हिमालयन ट्रेकिंग कंपनियाँ, आदि।

### 11.4.4 सहायता सेवा क्षेत्र

यह क्षेत्र हजारों अदृश्य परिचालनों को सिस्टम में लाता है जो उन परिचालनों को सामान और सेवाएं प्रदान करते हैं जो सीधे पर्यटकों से निपटते हैं। लेकिन वे आगंतुकों से सीधे तौर पर व्यवहार नहीं करते हैं। फ्रंटलाइन ऑपरेटर वस्तुओं और सेवाओं के आपूर्तिकर्ताओं की एक विस्तृत श्रृंखला के इनपुट पर निर्भर करते हैं। जबकि इनमें से कई माध्यमिक या सहायता सेवा व्यवसाय पर्यटन पर बहुत अधिक निर्भर हैं। हालाँकि उन्हें इस बात का बहुत कम या कोई एहसास नहीं है कि वे सीधे तौर पर पर्यटन के व्यवसाय से जुड़े हुए हैं। उदाहरण के लिए, एक हस्तशिल्प विनिर्माण इकाई पर्यटकों को उत्पाद बेच सकती है। सभी हस्तशिल्प वस्तुओं का उपभोग पर्यटन उद्योग के फ्रंट लाइन सेक्टर (टूर ऑपरेटर, ट्रेवल एजेंट, होटल, रिसॉर्ट कंपनियां, क्रूज़ लाइनर, कार रेंटल कंपनियों और रेलवे कंपनियों) द्वारा किया जा सकता है। एक छोटे रिसॉर्ट के एक विशिष्ट फ्रंट लाइन ऑपरेटर के पास 200 से अधिक वस्तुओं और सेवाओं की एक विस्तृत श्रृंखला के आपूर्तिकर्ता होंगे। फ्रंट लाइन ऑपरेटर और सहायक सेवा व्यवसाय दोनों पर्यटन प्रणाली के सभी तीन प्रमुख भौगोलिक क्षेत्रों में स्थित हो सकते हैं। पर्यटन प्रणाली में निम्नलिखित विशेषज्ञ ऑपरेटर होते हैं:

- आगंतुक के मूल स्थान में (फ्रंटलाइन ऑपरेटर जैसे ट्रेवल एजेंसियां, टूर ऑपरेटर, एयरलाइन कार्यालय, और समर्थन सेवा क्षेत्र जैसे बैंक, बीमा कंपनियां, सूटकेस निर्माता, आदि)।
- पारगमन क्षेत्र में (परिवहन साधनों से जुड़े फ्रंटलाइन व्यवसाय, हवाई अड्डों जैसी सुविधाओं और ईंधन डिपो और इंजीनियरिंग मरम्मत व्यवसायों जैसी सहायक सेवाओं के साथ)।
- गंतव्य पर (आकर्षण, आवास, गतिविधियाँ, आदि), सहायक सेवा क्षेत्र से वस्तुओं और सेवाओं की एक विशाल श्रृंखला उपलब्ध रहती है।

### 11.4.5 सरकार की भूमिकाएँ

चूँकि पर्यटन को एक निजी क्षेत्र की गतिविधि माना जाता है और सरकार की भूमिका को बार-बार अनदेखा या कम महत्व दिया जाता है। वास्तव में, सरकारें विभिन्न प्रकार के कार्यों के माध्यम से पर्यटन प्रणाली में अधिक महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं

- व्यवसायों, वाहनों, कंपनियों और नावों के लिए कठोर कानून जैसे विनियामक नियंत्रण; व्यवसाय पंजीकरण, कराधान, विदेशी निवेश और बिल्डिंग कोड।
- सीमा शुल्क, आत्रजन और संगरोध नियंत्रण, कानून और व्यवस्था के लिए राष्ट्रीय सेवाओं का प्रावधान - जिसमें आतंकवाद विरोधी उपाय भी शामिल हैं।
- आर्थिक, पर्यटन, परिवहन, विदेशी मामले, खेल और मनोरंजन, दूरसंचार आदि के लिए नीति निर्माण।
- क्षेत्रीय विकास के लिए योजना बनाना और भूमि उपयोग के लिए ज़ोनिंग प्रणाली का निर्माण।
- राष्ट्रीय मुद्दे, उदाहरण के लिए पर्यावरणीय मुद्दे: लुप्तप्राय प्रजातियों, संकटग्रस्त आवासों, नाजुक पारिस्थितिकी तंत्र, तटीय कटाव, लवणता के संरक्षण, सुरक्षा और संरक्षण के लिए कानून; राष्ट्रीय उद्यानों और बायोस्फीयर रिजर्व, विश्व धरोहर स्थलों आदि की स्थापना और सार्स, प्लेग डेंगू, एंथ्रेक्स, बर्ड फ्लू महामारी जैसे स्वास्थ्य मुद्दे।
- सड़क, रेलवे, हवाई अड्डे, बंदरगाह, संचार प्रणाली, बिजली, पानी, सार्वजनिक परिवहन इत्यादि जैसे बुनियादी ढांचे।
- राष्ट्रीय उद्यानों, विश्व धरोहर स्थलों, शहर के चौराहों, राष्ट्रीय स्मारकों, संग्रहालयों, दोहरे प्रयोजन वाले कई सार्वजनिक स्थानों जैसे संसद, विधायिका के रूप में और एक पर्यटक आकर्षण के रूप में, प्रमुख संसाधनों का स्वामित्व, आदि। त्यौहार और कार्यक्रम जैसे गणतंत्र दिवस और स्वतंत्रता दिवस समारोह, नए साल की आतिशबाजी, इत्यादि।
- वीजा, द्विपक्षीय हवाई सेवाओं, आतंकवाद विरोधी संधियों आदि के लिए अंतर्राष्ट्रीय समझौते।
- प्राथमिक कार्य के रूप में अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन विपणन और पर्यटन योजना और विकास में मजबूत भागीदारी।
- सूचना सेवाओं का प्रसार

सरकारें नीतिगत ढाँचा प्रदान करती हैं जिसके अंतर्गत पर्यटन कार्य करता है। नीतियों में आर्थिक, सामाजिक और पर्यावरणीय उद्देश्य शामिल होते हैं। इसलिए सरकारें राष्ट्रीय और क्षेत्रीय पर्यटन योजना बनाती हैं। इस संबंध में एक प्रमुख कार्य राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था में पर्यटन के योगदान के कई पहलुओं को मापने के लिए डिज़ाइन किए गए राष्ट्रीय सांख्यिकीय डेटाबेस का विकास और रखरखाव है।

### 11.4.6 पर्यावरण

पर्यावरण में वायु, भूमि और जल शामिल हैं। लैंडस्केप की विशेषताएँ अपने आप में प्रमुख पर्यटक आकर्षण हैं, और समुद्री और स्थलीय जीवों के लिए आवास और पारिस्थितिकी तंत्र भी प्रदान करती हैं जो अन्य आकर्षणों का आधार प्रस्तुत करते हैं। प्राकृतिक पर्यावरण का क्षरण पर्यटन में स्थिरता के लिए सबसे गंभीर जोखिमों में से एक है; यह

तथ्य पर्यटन उद्योग द्वारा स्वीकार किया गया है, जिसने विशेष रूप से पिछले दशक में, यह सुनिश्चित करने के लिए जिम्मेदारी लेनी शुरू कर दी है कि उसकी गतिविधियों का पर्यावरणीय प्रभाव न्यूनतम हो।

### 11.4.7 स्थानीय समुदाय की भूमिका

पर्यटन में निवासियों और आगंतुकों के द्विआधारी विभाजन में समुदायों को मेजबान माना जाता है। समुदायों में निवासी, मूल्य-भुगतानकर्ता, परिवार, व्यक्ति, सामुदायिक संगठन, नृजातीय रूप से अलग समूह, और स्वदेशी अल्पसंख्यकों के साथ-साथ समान पहचान वाले समूह (जैसे धार्मिक संबद्धता, खेल संघ, लिंग संरक्षण इत्यादि के आधार पर अन्य प्रकार के सामाजिक समूह) शामिल होते हैं। पर्यटन के अध्ययन में, हम सामाजिक प्रभावों, सांस्कृतिक प्रभावों, सामुदायिक बुनियादी ढांचे, सांस्कृतिक परिदृश्य और सामुदायिक स्थान की पहचान से सबसे अधिक सरोकार रखते हैं। समुदाय-आधारित संस्कृति अक्सर आगंतुकों द्वारा उपभोग के लिए एक उत्पाद या वस्तु की तरह होती है, और पर्यटन के सामाजिक-सांस्कृतिक प्रभाव समुदायों के लिए बड़ी समस्याएँ पैदा कर सकते हैं। समुदाय बड़ी संख्या में स्थानीय संगठनों और गैर-लाभकारी संगठनों से जुड़े हुए हैं, जिनके पास ऐतिहासिक स्थलों, त्योहारों, उद्यानों, संग्रहालयों, प्रकृति भंडार जैसे संसाधनों पर स्वामित्व की अलग-अलग धारिता है, और जो आगंतुकों को विशेष रूप से सेवाओं की एक श्रृंखला प्रदान कर सकते हैं, विशेषकर व्याख्या और मार्गदर्शन के क्षेत्र में।

पर्यटन कई उद्योगों को कवर करता है जैसे कि परिवहन, आवास, भोजन और पेय सेवाएँ, मनोरंजन और मनोरंजन और ट्रेवल एजेंसियाँ, और कार्य करने के लिए अन्य क्षेत्रों से वस्तुओं और सेवाओं की एक बहुत विस्तृत श्रृंखला के आपूर्तिकर्ता। किसी देश की अर्थव्यवस्था में अन्य उद्योगों के साथ विश्वसनीय और तुलनीय होने के लिए पर्यटन माप को राष्ट्रीय लेखा प्रणाली जैसे अंतरराष्ट्रीय स्तर पर स्वीकृत व्यापक आर्थिक दिशानिर्देशों के अनुरूप अवधारणाओं और परिभाषाओं के अनुसार होना चाहिए। डब्ल्यूटीओ (2002) के अनुसार पर्यटन सैटेलाइट अकाउंटिंग (टीएसए) की मूलभूत संरचना एक तरफ अर्थव्यवस्था के भीतर मौजूद संतुलन पर निर्भर करती है, और आगंतुकों और अन्य उपभोक्ताओं द्वारा उत्पन्न वस्तुओं और सेवाओं की मांग और दूसरी तरफ, इन वस्तुओं और सेवाओं की समग्र आपूर्ति पर। इस पहल का उद्देश्य उन वस्तुओं और सेवाओं की मांग के सभी पहलुओं की विस्तार से जांच करना है जो अर्थव्यवस्था के भीतर पर्यटन से जुड़े हैं और उसी अर्थव्यवस्था के भीतर ऐसी वस्तुओं और सेवाओं की आपूर्ति के साथ इनके संबंध का आकलन करना है।

### 11.5 सारांश

पर्यटन तेजी से यह स्वीकार कर रहा है कि आबादी के सबसे गरीब वर्ग के साथ अपनी गतिविधियों के लाभों को साझा करना उसकी जिम्मेदारी है। एक प्रणाली के रूप में पर्यटन की समझ से मुख्य सबक यह है कि यह उस तरीके को उजागर करता है जिसमें पिछड़े और इसके लिकेज समुदायों के गरीब वर्गों के लिए और उन उद्यमों में हस्तक्षेप के लिए अवसर प्रदान कर सकते हैं जिन्हें हमेशा पर्यटन के हिस्से के रूप में मान्यता नहीं दी जाती है, लेकिन जो अपनी स्थिरता और आर्थिक व्यवहार्यता के लिए पूर्णतः या आंशिक रूप से फिर भी पर्यटन पर निर्भर हैं। विकास हेतु हस्तक्षेप के लिए कारक के रूप में पर्यटन का उपयोग करते समय, खाँचे के बाहर देखना और पर्यटन से जुड़े ऐसे अवसरों की



पहचान करना आवश्यक है, जो जरूरी नहीं कि पर्यटन व्यवसाय ही हों। जब हम पर्यटन को एक प्रणाली के रूप में समझना शुरू करते हैं, तो हम एक सेवा क्षेत्र के रूप में पर्यटन की इस व्यापक आलोचना को भी चुनौती दे सकते हैं कि यह कुछ भी उत्पादित नहीं करता है। इस प्रकार, जब हम पर्यटन को गरीबी उन्मूलन के एक उपकरण के रूप में देखते हैं, तो आवश्यकता है कि हम उचित पहल करने के लिए फ्रंटलाइन से परे बहुत से अन्य अवसरों की ओर देख सकते हैं। विकास सहायता के लिए प्रयास के एक नए क्षेत्र के रूप में, ऐसा कोई व्यवस्थित विश्लेषण नहीं है जिस के आधार सहायता देने वाले अपनी नीति विकसित कर सकें। यद्यपि, टिकाऊ, निर्धन हितैषी पर्यटन के लिए समर्थन दिया जाना कई सहायता दाताओं के मार्गदर्शी दर्शन के साथ सहजता से फिट बैठता है, और गरीबी में कमी, सुशासन, पर्यावरणीय स्थिरता, लैंगिक समानता, ग्रामीण विकास, स्वास्थ्य और शिक्षा, बुनियादी ढांचे और निजी क्षेत्र में योगदान दे सकता है।

---

### 11.6 उपयोगी पाठ्य सामग्री

---

1. अलेस्टर एम. मॉरिसन एंड रॉबर्ट क्रिस्टी मिल (1998), द टूरिज्म सिस्टम : एन इंट्रोडक्टरी टेक्स्ट, केंडल/ हंट.
  2. चार्ल्स आर. गोएल्डनेर, ब्रेंट रितची, जे. आर., टूरिज्म : प्रिंसिपल्स, प्रैक्टिसेज, फिलोसोफिस.
  3. जी., वाई., चॉय, डी. जे. एल. एंड मर्केस, जे. सी., द ट्रेवल इंडस्ट्री- AVI, वेस्टपोर्ट, 1984, पृष्ठ- 269-273.
  4. होल्लोवे, जे. सी., द बिज़नेस ऑफ़ टूरिज्म, फाइनेंसियल टाइम्स, प्रेन्टिस हॉल, 2002.
- 

### 11.7 निबंधात्मक प्रश्न

---

1. पर्यटन उद्योग की संरचना पर विस्तार से चर्चा करें।
2. 'पर्यटन एक गतिशील प्रणाली के रूप में' पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखें।
3. पर्यटन गतिविधि के आवश्यक तत्व क्या हैं?
4. पर्यटन उद्योग में विभिन्न खिलाड़ियों की बुनियादी टाइपोलॉजी की व्याख्या करें।



---

## इकाई - 12 पर्यटन उद्योग की संरचना और गंतव्य उपयोग

---

- 12.0 उद्देश्य
- 12.1 परिचय
- 12.2 पर्यटन उद्योग
  - 12.2.1 पर्यटन में 'पुश' और 'पुल' कारक
- 12.3 पर्यटन उद्योग के घटक
- 12.4 गंतव्य
  - 12.4.1 गंतव्य: अवधारणाएं और मॉडल
  - 12.4.2 गंतव्य चयन
  - 12.4.3 पर्यटन स्थल की सामान्य विशेषताएँ
- 12.5 गंतव्य जीवन काल
  - 12.5.1 गंतव्य तत्व और पर्यटक प्रवाह
  - 12.5.2 पर्यटकों द्वारा गंतव्य उपयोग और प्रभाव
- 12.6 पर्यटक भ्रमण और प्रभाव
  - 12.6.1 आर्थिक प्रभाव-लाभ
  - 12.6.2 नकारात्मक आर्थिक प्रभाव
- 12.7 पर्यटक व्यय और आर्थिक लाभ का सृजन
- 12.8 पर्यटक व्यय पैटर्न
- 12.9 गुणक प्रभाव और पर्यटन
  - 12.9.1 विभिन्न प्रकार के गुणक
- 12.10 सारांश

## 12.0 उद्देश्य

इकाई को पढ़ने के बाद आप निम्न बिन्दुओं को समझ सकेंगे :

- पर्यटन उद्योग की प्रकृति, संरचना और विशेषताएँ ,
- किसी गंतव्य पर पर्यटक यात्रा से जुड़े लाभ और समस्याएँ,
- पर्यटकों द्वारा गंतव्य के उपयोग और उसके कारण होने वाले लाभों का विकास,
- पर्यटक व्यय और आर्थिक लाभ सृजना।

## 12.1 प्रस्तावना

पर्यटन दुनिया के सबसे बड़े उद्योगों में से एक है। यह उद्योग कई मायनों में अद्वितीय है और इसमें विभिन्न घटकों के बीच एक जटिल संरचना और अंतर्संबंध है। पर्यटक किसी स्थान पर जाते हैं, जो पर्यटन उद्योग का एक महत्वपूर्ण घटक है और यह दौरा विभिन्न प्रकार के प्रभाव उत्पन्न करता है। इसलिए, पर्यटकों द्वारा गंतव्य का उपयोग किसी क्षेत्र के सामाजिक-आर्थिक संदर्भ में बहुत महत्व और प्रासंगिकता रखता है। इसलिए, पर्यटन उद्योग की संरचना, इसके घटकों, उद्योगों के बीच अंतर्संबंध की प्रकृति, पर्यटकों द्वारा गंतव्य का उपयोग और इसके परिणामस्वरूप गंतव्य और उसके आसपास की अर्थव्यवस्था पर प्रभाव आदि के बारे में एक समझ प्राप्त करना महत्वपूर्ण है। पर्यटन अध्ययन की शुरुआत करने वाले के लिए इस इकाई को इसी उद्देश्य से डिज़ाइन किया गया है।

## 12.2 पर्यटन उद्योग

पर्यटन उद्योग कई उद्योगों का मिश्रण है। पर्यटन उद्योग को "पर्यटन उत्पाद वितरित करने में शामिल व्यवसायों और संगठनों की श्रृंखला" के रूप में परिभाषित किया गया है और व्यवसाय और संगठन पर्यटन प्रणाली में एक प्रमुख तत्व का प्रतिनिधित्व करते हैं। पर्यटन उद्योग के विभिन्न व्यक्तिगत क्षेत्रों के बीच जटिल संबंध और अंतर्संबंध मौजूद हैं। पर्यटन की परिघटना को पैदा करने के लिए, उद्योग के सभी घटकों को एक साथ काम करना होगा और प्रत्येक की अपनी भूमिका और प्रासंगिकता है। इस उद्योग की कई विशेषताएँ हैं और उनमें से कुछ निम्नलिखित हैं।

1. मौसम के अनुरूप पर्यटन
2. निश्चित लागत और परिवर्तनीय लागत का उच्च अनुपात
3. मूल्य निर्धारण लचीलापन
4. अस्थिर मांग
5. उत्पादों की खराब होने वाली प्रकृति
6. उद्योग का विखंडन, जो इसके भौगोलिक फैलाव से संबद्ध है, उद्योग संघों के गठन को हतोत्साहित करता है।
7. मध्यस्थ निर्णायक भूमिका निभाते हैं।

पर्यटन उद्योग की प्रकृति को समझने के लिए पर्यटन प्रणाली की अवधारणा पर एक नजर डालना उपयोगी होगा। पर्यटन को एक गतिविधि के साथ-साथ एक प्रक्रिया भी माना जा सकता है। पर्यटन प्रणाली के संबंध में विभिन्न दृष्टिकोणों में से लीपर द्वारा सुझाया गया दृष्टिकोण पर्यटन को समझने के लिए सरल और उपयुक्त है। उन्होंने पर्यटन को

एक ऐसी प्रणाली के रूप में माना, जो विभिन्न वातावरणों (जैसे मानव, सामाजिक-सांस्कृतिक, आर्थिक, तकनीकी, भौतिक, राजनीतिक कानूनी आदि) में कार्य करती है। जैसा कि ऊपर बताया गया है, इस प्रणाली में विभिन्न भाग/तत्व भी हैं, जो पर्यटन की परिघटना को पैदा करने में एक दूसरे के साथ अंतर्क्रिया कर रहे हैं। इस मॉडल के अनुसार, तीन प्रमुख तत्व हैं।

**1. पर्यटक:-** पर्यटक को इस व्यवस्था का मुख्य एवं सबसे महत्वपूर्ण तत्व माना जाता है। पर्यटकों की उपस्थिति के बिना पर्यटन की संरचना बिल्कुल भी कार्य नहीं कर सकती है।

**2. भौगोलिक तत्व:-** भूगोल से संबंधित विभिन्न तत्वों को इस श्रेणी के अंतर्गत वर्गीकृत किया गया है। अग्रिम पंक्ति के भौगोलिक तत्वों को आगे तीन समूहों में विभाजित किया गया है, जो इस प्रकार हैं:

- **यात्री उत्पन्न करने वाला क्षेत्र (स्रोत)-** यह वह क्षेत्र है जहां से पर्यटक उभर रहे हैं और इसे पर्यटन के उभरते बाजारों के रूप में दर्शाया जाता है। उदाहरण के लिए, यदि कोई विदेशी यूके से विभिन्न स्थानों का दौरा करने के लिए भारत आ रहा है, तो यूके भारत के संबंध में उस विशेष यात्रा का उत्पादक क्षेत्र है, इस क्षेत्र में मौजूद विभिन्न अमूर्त कारक यात्रा को प्रोत्साहित और प्रेरित करने के लिए 'पुश' करते हैं।

- **पर्यटन गंतव्य क्षेत्र:** यह पर्यटन के 'साध्य' का प्रतिनिधित्व करता है, जिसे पर्यटक अंततः देखने का इरादा रखता है। यह क्षेत्र वास्तव में पर्यटकों को पर्यटन से जुड़ने के लिए आकर्षित करता है। लीपर का कहना है कि गंतव्यों का आकर्षण 'पूरे पर्यटन तंत्र को सक्रिय करता है और उत्पादक क्षेत्र में यात्रा की मांग को बढ़ाता है।

- **पारगमन मार्ग क्षेत्र:** पर्यटक उत्पन्न करने वाले क्षेत्र और गंतव्य क्षेत्र के बीच के क्षेत्र को पारगमन मार्ग क्षेत्र कहा जाता है। इसमें न केवल गंतव्य तक पहुंचने के लिए यात्रा की छोटी अवधि शामिल है, बल्कि इसमें रुकने के स्थान, मध्यवर्ती स्थान भी शामिल हैं, जहां पर्यटक रास्ते में जा सकता है।

**3. पर्यटन उद्योग:-** यह लीपर मॉडल का अंतिम तत्व है। जैसा कि पहले उल्लेख किया गया है, पर्यटन एक बहु-क्षेत्रीय उद्योग है जिसमें विभिन्न प्रकार के उप-उद्योग शामिल हैं, जिसका अर्थ है कि पर्यटन उद्योग विभिन्न उद्योगों का एक मिश्रण है। ये विभिन्न प्रकार के उत्पाद प्रदान करते हैं, जो पर्यटन प्रक्रिया के लिए आवश्यक हैं। होटल, रेस्तराँ, एयरलाइंस, ट्रेवल एजेंसियां, आदि कुछ महत्वपूर्ण घटक हैं। ऐसे घटक सिस्टम के विभिन्न भागों में स्थित हो सकते हैं। आतिथ्य उद्योग गंतव्य क्षेत्र में पाया जाता है। पारगमन मार्ग क्षेत्र में परिवहन क्षेत्र का प्रतिनिधित्व बड़े पैमाने पर होता है।

सिस्टम के सभी तत्व विभिन्न संदर्भों में एक-दूसरे से अंतर्क्रिया करते हैं, जैसे पर्यटन उत्पादों को वितरित करना, उत्पादों का लेनदेन करना आदि।

### 12.2.1 पर्यटन में 'पुश' और 'पुल' कारक

बड़ी संख्या में कुछ कारक किसी व्यक्ति को पर्यटन में शामिल होने के लिए प्रेरित कर सकते हैं और ऐसे कारकों को विभिन्न आधारों पर वर्गीकृत किया जा सकता है। जब हम उन्हें स्थान के आधार पर वर्गीकृत करते हैं, तो उनमें से कुछ पर्यटन उत्पन्न करने वाले क्षेत्र में स्थित हो सकते हैं और कुछ पर्यटन गंतव्य क्षेत्र में पाए जा सकते हैं।

पर्यटन उत्पन्न करने वाले क्षेत्र में मौजूद कारक किसी व्यक्ति को पर्यटन में संलग्न होने के लिए बाध्य करने की क्षमता रखते हैं अर्थात् व्यक्ति का आय स्तर। यदि किसी व्यक्ति के पास विवेकाधीन आय अधिक है, तो यह उसे पर्यटन गतिविधियों में भाग लेने के लिए प्रोत्साहित कर सकती है। ऐसे कारक, जो पर्यटक सृजन क्षेत्र में स्थित हो सकते हैं, जो किसी व्यक्ति को पर्यटन में संलग्न होने के लिए मजबूर कर सकते हैं, उन्हें 'पुश' कारक कहा जाता है। ऊपर उल्लिखित कारकों के अलावा, गतिशीलता, शैक्षिक उपलब्धि, सवैतनिक अवकाश पात्रता, परिवार का आकार, काम से संबंधित तनाव आदि को भी इस शीर्षक के तहत वर्गीकृत किया जा सकता है।

इसके विपरीत, कुछ कारक गंतव्य क्षेत्र में देखे जाते हैं। उदाहरण के लिए, किसी गंतव्य के सांस्कृतिक आकर्षण किसी व्यक्ति को वहां जाने के लिए आकर्षित कर सकते हैं। ऐसे कारकों को 'पुल' कारक कहा जाता है। इस श्रेणी के कुछ उदाहरण हैं, जलवायु, बुनियादी सुविधाएँ और प्राकृतिक सुंदरता।

---

### 12.3 पर्यटन उद्योग के घटक

---

पर्यटन उद्योग के प्रमुख उपक्षेत्र निम्नलिखित हैं।

1. गंतव्य और आकर्षण
2. सरकारी संगठन
3. मध्यस्थ
4. परिवहन
  - a. सड़क परिवहन
  - b. रेलवे
  - c. वायु आधारित परिवहन
  - d. जल आधारित परिवहन
5. आवास
6. मनोरंजन और मनोरंजन
7. खरीदारी
8. आतिथ्य
9. बुनियादी ढांचा

---

### 12.4 गंतव्य

---

जैसा कि यात्रा उद्योग में परिभाषित किया गया है, गंतव्य वे विशिष्ट क्षेत्र हैं जिन्हें यात्री देखना चुनते हैं और जहां वे महत्वपूर्ण मात्रा में समय बिता सकते हैं। पर्यटन प्रणाली की अवधारणा में, गंतव्य पर्यटन का अंत है। गंतव्य केवल पारगमन या रुकने के स्थान नहीं हैं। किसी पर्यटक द्वारा गंतव्य का चयन यात्रा के उद्देश्य और प्रेरणा पर निर्भर करता है। मूल स्थान या बाजार से भिन्न गंतव्य का तात्पर्य उस स्थान से है जहाँ पर्यटक घर से दूर अपना समय बिताने का इरादा रखते हैं। पर्यटकों द्वारा देखी जाने वाली यह भौगोलिक इकाई एक स्व-निहित केंद्र, कोई गाँव या कोई शहर

या कोई क़स्बा, एक क्षेत्र या एक द्वीप या एक देश हो सकती है। इसके अलावा, एक गंतव्य कोई एकल स्थान, किसी यात्रा के हिस्से के रूप में बहु-गंतव्यों का एक समुच्चय, या यहां तक कि एक क्रूज जैसा एक चलता-फिरता गंतव्य भी हो सकता है।

भौगोलिक दृष्टि से, गंतव्य छोटे क्षेत्र से लेकर बड़े महाद्वीप तक हो सकते हैं। उदाहरण के लिए, मध्य प्रदेश में खजुराहो एक सीमित क्षेत्र वाला एक गंतव्य है, साथ ही, संपूर्ण भारत को भी एक गंतव्य माना जाता है। यह वह क्षेत्र है जहां पर्यटन प्रणाली के अधिकांश घटक स्थित हो सकते हैं। उदाहरण के लिए, आवास और खाद्य उद्योग यहां देखा जा सकता है। आकर्षण स्थल भी इस प्रणाली के घटक हैं।

एक गंतव्य और वहां के आकर्षणों में आगंतुकों को आने के लिए प्रेरित करने की 'खींचने' की क्षमता होनी चाहिए। यह क्षेत्र पर्यटन के सकारात्मक और नकारात्मक दोनों प्रभावों से अत्यधिक प्रभावित है। इसलिए, विकास के समय लाभ को अधिकतम करने और नकारात्मक प्रभावों को कम करने का ध्यान रखना होगा। पर्यटन को सफल बनाने में किसी गंतव्य के आसपास रहने वाले लोगों की भी भूमिका होती है। एक उत्पाद के रूप में गंतव्य को 'तीन मुख्य घटकों के मिश्रण के रूप में परिभाषित किया गया है: गंतव्य के आकर्षण, वहां की सुविधाएँ और उस तक पहुंच। हाल के वर्षों में, किसी गंतव्य को विकसित करने में पर्यावरणीय, सांस्कृतिक और सामाजिक पहलू महत्वपूर्ण आयाम के रूप में उभरे हैं।

---

#### 12.4.1 गंतव्य: अवधारणाएँ और मॉडल

---

पर्यटन भौगोलिक रूप से जटिल है, और इसके विभिन्न उत्पादों की उत्पत्ति से गंतव्य तक विभिन्न चरणों में मांग और आपूर्ति की जाती है। इसे वर्गीकृत करना आसान नहीं है कि चूंकि गंतव्यों के बीच स्थानिक और विशेषताओं की विविधता इतनी अधिक हो गई है। ऐसे कई मॉडल हैं जो गंतव्य के लिए प्रासंगिक पर्यटन प्रणाली का वर्णन करना चाहते हैं। पहले प्रस्तुत किया गया पर्यटन प्रणाली मॉडल स्रोत और गंतव्यों के निर्माण और प्राप्ति के कार्य की मूल विशेषता को समझाने का काम कर सकता है। मार्ग और संपर्क पर्यटकों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक और फिर वापस या किसी तीसरे स्थान पर ले जा सकते हैं। और एक गंतव्य में कई गंतव्य हो सकते हैं।

संरचनात्मक जैसे कुछ अन्य मॉडल मूल-परिधि के संदर्भ में विशेष रूप से तीसरी दुनिया के पर्यटन में स्रोत और गंतव्यों के बीच संबंधों पर जोर देते हैं। यह बाजार स्थानीय, क्षेत्रीय और राष्ट्रीय पदानुक्रम के माध्यम से ऊपर की ओर केंद्रित है, जिसमें ऐसे मॉडलों में मूल या गंतव्य के रूप में राष्ट्रीय शहरी केंद्रों के बीच अंतरराष्ट्रीय स्थानांतरण होता है। विकासवादी मॉडल गतिशील, परिवर्तनशील और विकासशील आवाजाही या गंतव्यों के विकास पर जोर देते हैं। ऐसे मॉडलों की एक श्रृंखला मौजूद है, जैसे आनंद परिधि से लेकर, समय और स्थान के माध्यम से गंतव्य के संरचनात्मक विकास पर जोर देने के साथ ही गंतव्यों की मनोवैज्ञानिक ग्राफिक स्थिति तक।

---

#### 12.4.2 गंतव्य का चयन

---

एक पर्यटक किसी गंतव्य का चयन कैसे करता है? इसके पीछे कई कारक हैं।

“गंतव्य चयन की समग्र प्रक्रिया की संरचना पर सामान्य सहमति है, जिसमें निम्नलिखित में से कुछ या सभी शामिल हैं: मौजूद सूचना प्राप्त करके गंतव्य स्थल की विशेषताओं के संबंध में धारणाएँ (विश्वास निर्माण); एक आनंददायक यात्रा करने का निर्णय (समस्या पहचान/सूत्रीकरण); जानकारी के सक्रिय आग्रह (विकल्पों की पहचान) के माध्यम से प्राप्त विकल्पों में से प्रत्येक विकल्प के गंतव्य गुणों की धारणाओं (विश्वास निर्माण) बारे में जागरूकता (विकल्पों की खोज) से एक अंतिम विकल्प समुच्चय का निर्माण; किसी गंतव्य का चयन; और खरीद के बाद का उसका मूल्यांकन।”

आकर्षण स्थल, कारकों के महत्वपूर्ण समूह, ऐसे तत्व हैं जो एक पर्यटक को किसी विशेष गंतव्य की ओर आकर्षित करते हैं। आकर्षणों को मुख्यतः प्राकृतिक या मानव निर्मित के रूप में देखा जाता है। दृश्य, जलवायु या समुद्र तट प्राकृतिक आकर्षण के उदाहरण हैं। रिसॉर्ट्स या थीम पार्क आदि मानव निर्मित आकर्षणों के उदाहरण हैं। गंतव्य पर सुविधाओं को गंतव्य के भीतर के तत्वों के रूप में देखा जा सकता है या उससे जोड़ा जा सकता है जो पर्यटकों के लिए वहां रहना और आकर्षणों का आनंद लेना और उनमें भाग लेना संभव बनाता है। इनमें बुनियादी ढांचा, आवास, परिवहन खानपान सेवाएँ, मनोरंजन खरीदारी सुविधाएँ और गंतव्य पर आगंतुक हेतु जानकारी शामिल हैं। सुविधाएँ आमतौर पर अपने आप में पर्यटकों को आकर्षित नहीं करती हैं, लेकिन सुविधाओं की कमी के कारण पर्यटक किसी विशेष गंतव्य से दूर रह सकते हैं क्योंकि बुनियादी सुविधाओं को गंतव्य की गुणवत्ता में योगदान देने वाला माना जाता है। किसी गंतव्य तक पहुंच भी एक कारक है जो गंतव्य के चुनाव में योगदान देता है। इस संदर्भ में किसी गंतव्य की छवि की भी भूमिका होती है। छवियों को "उन विचारों और विश्वासों के रूप में माना जा सकता है, जो पर्यटक स्थलों के बारे में रखते हैं"। एक बार जब सभी ज्ञात विकल्पों की सूची अधिक ठोस विचारों (जैसे समय और धन) का उपयोग करके एक विनोद प्रक्रिया के अधीन हो जाती है, तो ये छवियां संभावित विकल्प के रूप में किसी विशेष गंतव्य को बनाए रखने या समाप्त करने के लिए मुख्य निर्धारक बन जाती हैं। मूल्य, यात्रा आवास और वहां चयनित सेवाओं की एक श्रृंखला में भागीदारी के लिए आने वाली लागत का योग, गंतव्य चयन में एक और महत्वपूर्ण कारक है। प्रमुख कारकों को बाद में विस्तार से समझाया गया है।

### 12.4.3 पर्यटन स्थल की सामान्य विशेषताएँ

अधिकांश पर्यटन गंतव्यों की निम्नलिखित सामान्य विशेषताओं की पहचान की जा सकती है:

- गंतव्य कई आयामों का मिश्रण हैं
- गंतव्य सांस्कृतिक मूल्यांकन हैं
- गंतव्य अविभाज्य हैं अर्थात् पर्यटन वहीं उत्पन्न होता है जहां इसका उपभोग किया जाता है
- गंतव्यों का उपयोग न केवल पर्यटकों द्वारा, बल्कि कई अन्य समूहों द्वारा भी किया जाता है।

गंतव्य के मिश्रित आयामों में आकर्षण शामिल होते हैं - चाहे उनमें कृत्रिम विशेषताएँ हों, प्राकृतिक विशेषताएँ हों या कार्यक्रम हों - जो यात्रा के लिए आकर्षित करते हैं। किसी गंतव्य पर एक पर्यटक को कई प्रकार की सुविधाओं, सहायता सुविधाओं और सेवाओं की आवश्यकता होती है। गंतव्य में यात्री-आवास, भोजन और पेय क्षेत्र

न केवल भौतिक आश्रय और जीविका प्रदान करता है, बल्कि स्वागत की सामान्य भावना और स्थानीय व्यंजनों और उपज की स्थायी छाप भी पैदा करता है। इनके अलावा, एक गंतव्य में कई प्रकार के खुदरा व्यवसाय होते हैं। बुनियादी ढाँचा और रात्रि भोजन की संरचना गंतव्य के घटकों को देखने के वैकल्पिक तरीके हैं। बुनियादी ढाँचा किसी बसे हुए क्षेत्र के लिए आवश्यक जमीन के ऊपर या नीचे निर्मित सभी प्रकार के निर्माण का प्रतिनिधित्व करता है। यह मुख्य रूप से परिवहन, उपयोगी सेवाओं और अन्य सेवाओं के रूप में है। पर्यटक और आगंतुक आम तौर पर इसे साझा करते हैं। जबकि अधिसंरचना आम तौर पर एक निजी क्षेत्र की गतिविधि है और इसमें आवास, निर्मित आकर्षण स्थल, खुदरा बिक्री और अन्य संरचनाएँ शामिल हैं। गंतव्य वन्य जीवन अभयारण्य की तरह प्राकृतिक रूप से आकर्षक हो सकते हैं या उन्हें मनोरंजन पार्क, ऐतिहासिक परिसरों या अवकाश ग्राम जैसे मानव निर्मित या कृत्रिम आकर्षण केंद्रों के साथ डिजाइन किया जा सकता है। मेलों, त्योहारों, संगीत, नृत्य और अलंकरण सहित लोगों और उनके रीति-रिवाजों और जीवन शैली को भी आकर्षण के रूप में प्रस्तुत किया जा सकता है। गंतव्य और आकर्षण केंद्र कभी-कभी एक विशाल क्षेत्र को कवर करते हैं। वे रैखिक पर्यटन को प्रोत्साहित करते हैं, जो मोटर चालकों और कोच टूर के बीच लोकप्रिय है। किसी स्थल या कार्यक्रम से अधिक, किसी गंतव्य का आकर्षण उस छवि में निहित होता है जो संभावित पर्यटक के मन में किसी विशेष स्थान के बारे में होती है। वास्तव में, किसी गंतव्य की छवि मेजबान आबादी के रवैये, नागरिक सुविधाओं, प्राकृतिक परिवेश, पहुंच, भोजन आदि जैसे कई कारकों पर निर्भर करती है। छवि न तो रातों रात बनाई जा सकती है और न ही तोड़ी जा सकती है। यह समय के साथ आकार लेती है। कोई भी गंतव्य तब तक लोकप्रिय नहीं हो सकता जब तक कि वह सुलभ न हो और पर्यटकों की मांग के अनुसार सेवाएं और सुविधाएँ प्रदान न करता हो। आवश्यक सेवाएँ यात्री -आवास और भोजन हैं, जिनको स्थानीय परिवहन, गतिविधियों और मनोरंजन का साथ मिलता है।

किसी पर्यटन स्थल का विकास एक स्वतंत्र उत्पाद नहीं है, बल्कि घटकों के रूप में कार्य करने वाले कई उत्पादों का एक मिश्रण है। अमूर्तता का तत्व गंतव्य के लिए महत्वपूर्ण है। पर्यटन उत्पादों की नाशवान होना, मौसमी सीमा, अविभाज्यता और विविधता विशेषताएँ पर्यटन स्थल के मूल में भी बहुत प्रासंगिक हैं। जैसा कि पहले बताया गया है, पर्यटन स्थल केवल एक स्थान से अधिक विभिन्न घटकों या तत्वों से युक्त होता है। ऐसे सभी तत्वों को चार समूहों में संक्षेपित किया जा सकता है, जिन्हें आमतौर पर चार As के रूप में दर्शाया जाता है। ये आकर्षण, पहुंच, सुविधाएँ और सहायक सेवाओं का प्रतिनिधित्व करते हैं, आइए प्रत्येक तत्व के बारे में जानें।

### 1. आकर्षण केंद्र (अट्रैक्शन)

आकर्षण की व्याख्या पहले दी जा चुकी है। आकर्षण पर्यटन उद्योग का हृदय है। वे प्रेरक के रूप में कार्य कर रहे हैं जो लोगों को यात्राएं करने के लिए प्रेरित करते हैं। आम तौर पर आकर्षणों को प्राकृतिक या मानव निर्मित के रूप में वर्गीकृत किया जाता है। आगे वर्गीकरण भी संभव हो सकता है जैसे, मानव निर्मित आकर्षण जो पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए डिजाइन नहीं किए गए हैं (जैसे: कैथेड्रल, पुरातत्व स्थल), पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए डिजाइन किए गए मानव निर्मित आकर्षण (जैसे थीम पार्क, चिड़ियाघर), विशेष कार्यक्रम और त्यौहार, पूर्ण

प्राकृतिक वातावरण आकर्षण (जैसे समुद्र तट, समुद्र, नदियाँ), आदि आकर्षण में 'खींचने' की क्षमता होती है जिसके द्वारा पर्यटकों को पर्यटन में शामिल होने और विशेष स्थान पर जाने के लिए प्रेरित किया जाएगा।

## 2. सुगमता (एक्सेसेबिलिटी)

सुगमता का तात्पर्य किसी गंतव्य तक पहुंचने में आसानी से है। यदि पर्यटकों की यात्राओं को सुविधाजनक बनाना है तो किसी गंतव्य तक पहुंच सुलभ होनी चाहिए। अधिकांश पर्यटक किसी गंतव्य की ओर तब तक आकर्षित नहीं होंगे जब तक उस तक पहुंचना अपेक्षाकृत आसान न हो। इसका मतलब है कि मंजिल तक आसानी से पहुंचा जा सकता है। इसका तात्पर्य यह है कि गंतव्य पर या गंतव्य के निकट विभिन्न परिवहन सुविधाएँ होनी चाहिए। गंतव्य के नजदीक हवाई अड्डा, रेलवे स्टेशन, बस स्टैंड आदि होने से पहुंच बढ़ेगी। ऐसे परिवहन केंद्रों से गंतव्य तक पहुंचने के लिए परिवहन सुविधाओं की भी आवश्यकता होती है। विभिन्न परिवहन सेवाओं की आवृत्ति भी किसी गंतव्य तक पहुंच में भूमिका निभाने वाला एक कारक है। लेकिन साहसिक पर्यटन जैसे कुछ मामलों में, पहुंच का न होना एक आकर्षण हो सकता है।

## 3. सुविधाएँ (अमिनिटीस)

सुविधाएँ वे आवश्यक सेवाएँ हैं जो पर्यटकों की आवश्यकताओं को पूरा करती हैं। कुछ मामलों में, सुविधाओं को पर्यटन के लिए आवश्यक बुनियादी ढांचे के रूप में दर्शाया जाता है। पर्यटन के लिए आवश्यक सुविधाओं में आवास और भोजन, स्थानीय परिवहन, सूचना केंद्र और पर्यटन को सहारा देने के लिए आवश्यक बुनियादी ढांचे जैसे सड़कें, सार्वजनिक उपयोगिता सेवाएँ और पार्किंग सुविधाएँ शामिल हैं। आवश्यक सुविधाएँ गंतव्य की प्रकृति के अनुसार अलग-अलग होंगी। साहसिक पर्यटन में आवश्यक सुविधाओं की संख्या बहुत कम होती है। यदि यह अधिक है, तो गंतव्य अपना आकर्षण खो देगा। कुछ मामलों में सुविधाएँ स्वयं ही आकर्षण बन जाएंगी। उदाहरण के लिए, फ्रांस जैसे गंतव्य, जो अपने क्षेत्रीय खाद्य पदार्थों के लिए प्रसिद्ध है, उन पर्यटकों को प्रोत्साहित करते हैं जिनकी यात्रा का उद्देश्य बड़े पैमाने पर भोजन का आनंद लेना हो सकता है।

## 4. सहायक सेवाएँ (एसिलियरी सर्विसेज़)

सहायक सेवाएँ गंतव्य पर दी जाने वाली सहायक या पूरक सेवाओं को संदर्भित करती हैं। स्थानीय संगठन इसका सबसे अच्छा उदाहरण हैं, जो आमतौर पर पर्यटकों को विभिन्न सेवाएँ प्रदान करते हैं। आमतौर पर स्थानीय संगठनों द्वारा प्रदान की जाने वाली मुख्य सेवाएँ नीचे सूचीबद्ध हैं।

- गंतव्य का प्रचार
- विकास का समन्वय एवं नियंत्रण
- सूचना और आरक्षण सेवाओं का प्रावधान
- स्थानीय व्यवसायों को सलाह देना
- कुछ सुविधाओं का प्रावधान (जैसे खानपान, खेल आदि)
- गंतव्य नेतृत्व का प्रावधान.



## 12.5 पर्यटन-गंतव्य का जीवन चक्र

यह बताया गया है कि प्रत्येक गंतव्य का एक जीवन काल होता है और वह विभिन्न चरणों से होकर गुजरता है। इस क्षेत्र में अलग-अलग तर्क हैं और कुछ इसके विरोध में भी हैं। बटलर ने एक गंतव्य के जीवन काल का प्रतिनिधित्व करने वाला एक मॉडल सुझाया है और इसे पर्यटन क्षेत्र की जीवन चक्र अवधारणा (टीएएलसी) नाम दिया गया है। उन्होंने बताया है कि किसी गंतव्य के जीवन चक्र में छह से सात अलग-अलग चरण होते हैं और इन चरणों का विवरण नीचे दिया गया है।

### 1. अन्वेषण

यहां खोजी क्रिस्म के पर्यटकों की एक छोटी सी संख्या, जो संस्थागत यात्रा से बचते हैं, रिसॉर्ट/पर्यटन स्थल का दौरा करेंगे। इस स्तर पर गंतव्य तक अधिक पहुंच और सुविधाएँ नहीं हो सकती हैं।

### 2. भागीदारी

इस स्तर पर, आगंतुकों के लिए सुविधाएँ और सेवाएं प्रदान करने के लिए स्थानीय पहल शुरू हो जाएगी। गंतव्य धीरे-धीरे विकसित होने लगेगा। बाहरी लोगों का आगमन शुरू हो जाएगा और पर्यटकों की संख्या में तेजी आएगी।

### 3. विकास

विकास के चरण तक पहुँचकर बड़ी संख्या में पर्यटक आकर्षित होंगे और गंतव्य पर पर्यटन का नियंत्रण स्थानीय लोगों के हाथ से निकल जाएगा। सरकार बड़े पैमाने पर प्रमोशन शुरू करेगी और निजी उद्यम अपने प्रतिष्ठान शुरू करने के लिए दौड़ पड़ेंगे। पर्यटकों के आगमन में वृद्धि की दर ऊंची होगी।

### 4. समेकन

चक्र के बाद के चरणों में, आगंतुकों की वृद्धि दर में गिरावट आती है, हालांकि कुल संख्या अभी भी बढ़ रही होती है। रिसॉर्ट अब तक पूर्ण विकसित हो जाएगा।

### 5. स्थिरता

ठहराव के इस चरण तक, पर्यटक आगमन चरम पर पहुँच चुका होता है और गंतव्य अब फैशनेबल नहीं रह गया है। अब यह अधिक रूढ़िवादी यात्रियों की बार-बार यात्रा पर निर्भर रहेगा। इस स्तर पर गंतव्य आमतौर पर पर्यावरणीय, सामाजिक और सांस्कृतिक समस्याएँ दिखाना शुरू कर देंगे।

### 6. गिरावट

इस स्तर तक पर्यटक नए रिसॉर्ट्स की ओर मुड़ जाएँगे और नकारात्मक प्रभाव बढ़ जाएगा।

### 7. कायाकल्प

इस स्तर पर गंतव्य के अधिकारियों को नए बाजारों/उत्पाद विविधीकरण को देखकर गंतव्य को फिर से जीवंत/पुनः लॉन्च करने का निर्णय लेना होगा। सैटेलाइट गंतव्यों को भी विकसित किया जा सकता है। यह पाया गया है कि कायाकल्प रणनीतियों को लागू करना मुश्किल है।

### 12.5.1 गंतव्य के तत्व और पर्यटक प्रवाह

किसी गंतव्य के ऊपर चर्चा किए गए तत्वों का पर्यटक प्रवाह पर बहुत अधिक प्रभाव पड़ता है। जैसा कि पहले बताया गया है, पर्यटन प्रणाली के लीपर मॉडल के अनुसार पर्यटन स्थल भौगोलिक तत्व का सबसे महत्वपूर्ण उप-तत्व है। जहां तक पर्यटन का संबंध है, इस क्षेत्र (गंतव्य) में विभिन्न 'पुल' कारक शामिल हैं। इसके अलावा, पर्यटन के कुछ औद्योगिक घटकों को गंतव्य में वितरित किया जाता है। प्रत्येक घटक, किसी न किसी रूप में, पर्यटन स्थल के प्रत्येक तत्व से संबंधित है।

किसी गंतव्य के तत्वों में से, आकर्षण केंद्र सबसे महत्वपूर्ण श्रेणी है जो पर्यटकों को आकर्षित करती है। किसी गंतव्य के अधिकांश आकर्षण प्रकृति में अमूर्त होते हैं, और उस छवि पर निर्भर करते हैं, जो संभावित पर्यटकों के मन में होती है। यात्रियों के एक समूह द्वारा भारत को विदेशी और आकर्षक क्षेत्र के रूप में देखा जाएगा, वहीं अन्य कई कारणों या इसकी विदेशी संस्कृति के कारण नकारात्मक छवि के कारण इसे गंतव्य के रूप में अस्वीकार कर देंगे। अलग-अलग गंतव्यों के अलग-अलग आकर्षण होंगे और इनका आकर्षण और इनका प्रभाव भी अलग-अलग होगा। किसी भी तरह, जैसा कि पहले कहा गया है, आकर्षण स्थल किसी गंतव्य के कुल 'आकर्षण' कारकों में अधिकतम योगदान साझा करते हैं। गंतव्य के बारे में ग्राहकों/पर्यटकों का दृष्टिकोण बनाने में आकर्षण प्रमुख कारक हैं। केरल हाल ही में भारत में एक महत्वपूर्ण गंतव्य के रूप में उभरा है और इस परिदृश्य में केरल के आकर्षणों की हिस्सेदारी बहुत अधिक है। केरल विविध आकर्षणों वाले कई स्थलों को अपने में समेटे हुए है। प्राकृतिक सुंदरता, सांस्कृतिक विविधता, हरियाली आदि केरल के आकर्षणों के बहुत महत्वपूर्ण घटक हैं और समुद्र तट, बैकवाटर आदि जैसे प्राकृतिक आकर्षण वास्तव में दुनिया के किसी भी व्यक्ति को प्रभावित करने में सक्षम हैं। केरल के बारे में अच्छी छवि और पर्यटकों का सकारात्मक नजरिया बनाने में वाकई ऐसी खासियतों की बड़ी भूमिका है।

सुगमता किसी पर्यटन स्थल का एक अन्य महत्वपूर्ण तत्व है और साथ ही एक ऐसा कारक है जिसकी ग्राहक को प्रभावित करने में बड़ी भूमिका होती है। सामान्य मामलों में, पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए पहुंच एक महत्वपूर्ण कारक है। लेकिन कुछ असाधारण मामलों में, पहुंच की कमी भी एक आकर्षण हो सकती है। उदाहरण के लिए, अगस्त्यरकूडम (केरल में एक पहाड़ी बिंदु) की साहसिक पर्यटक ट्रेकिंग यात्रा के लिए परिवहन सुविधाओं की आवश्यकता नहीं होती है। यदि पहुंच बहुत अधिक है, तो कुछ मामलों में, इससे भीड़-भाड़ हो सकती है जिससे आकर्षण और माहौल का नुकसान हो सकता है। यह ध्यान दिया जाना चाहिए कि यात्रियों की पहुंच के सम्बंध में 'धारणा' अक्सर गंतव्य तक वास्तविक पहुंच जितनी ही महत्वपूर्ण होती है। उदाहरण के लिए, ब्रिटेन में कई लोग यात्रा के मामले में कोर्फू को कॉर्नवाल की तुलना में अधिक सुलभ मानते हैं। जब पर्यटक अपनी यात्रा की योजना बना रहे हों तो ऐसी धारणाएँ निस्संदेह निर्णय लेने को प्रभावित करेंगी।

सुविधाएँ किसी गंतव्य पर पर्यटकों की आवश्यकताओं को पूरा करने वाली आवश्यक सेवाएँ हैं। प्रवास, स्थानीय परिवहन, खरीदारी आदि पर्यटन प्रक्रिया के महत्वपूर्ण घटक हैं। उसी का आनंद लेने के लिए सुविधाओं की आवश्यकता होती है। सुविधाएँ किसी गंतव्य की छवि में योगदान करती हैं। इस प्रकार पर्यटकों को आकर्षित करने

और प्रभावित करने में इसकी भूमिका है। कभी-कभी सुविधाएं ही आकर्षण बन जाती हैं। यूरोप के कुछ शहरों में टॉपलेस, डबल डेकर बस सेवाएं, फ्रांस में पारंपरिक भोजन की दुकानों, केरल के बैकवाटर में हाउस बोट परिवहन आदि को इसके उदाहरण के रूप में उद्धृत किया जा सकता है। अंततः, यह कहा जा सकता है कि, जहां तक पर्यटन का सवाल है, सुविधाएं अत्यधिक आवश्यक हैं और ये पर्यटकों को निर्णय लेने में भी प्रभावित कर सकती हैं। सुविधाओं के अलावा, गंतव्य पर प्रदान की जाने वाली सहायक सेवाएँ भी निर्णय लेने में प्रभाव डाल सकती हैं। ऐसी सेवाएं पर्यटकों के बीच अधिक सकारात्मक छवि बनाएंगी और पर्यटन प्रवाह और गंतव्यों पर पर्यटकों के दृष्टिकोण में बड़ी भूमिका निभाएंगी।

### 12.5.2 पर्यटकों द्वारा गंतव्य उपयोग और इसका प्रभाव

पर्यटन एक बहुआयामी गतिविधि है जिसका किसी देश या क्षेत्र के समाज, संस्कृति, पर्यावरण और आर्थिक स्थितियों पर बड़ा प्रभाव पड़ता है। पिछली शताब्दी के उत्तरार्ध में पर्यटन क्षेत्र में जबरदस्त विकास हुआ है और शुरू में इसे धुआँ रहित, गैर-प्रदूषणकारी उद्योग माना जाता था। लेकिन बाद में, जैसे-जैसे साल बीतते गए, पर्यटन क्षेत्र ने जीवन के विभिन्न क्षेत्रों में अलग-अलग समस्या पैदा करना शुरू कर दिया। आर्थिक और क्षेत्रीय विकास में पर्यटन का योगदान काफी महत्वपूर्ण है। इस प्रकार, पर्यटन ने सकारात्मक और नकारात्मक दोनों प्रभाव पैदा किए। परंपरागत रूप से पर्यटन को राष्ट्रों के बीच और राष्ट्रीय सीमाओं के भीतर समझ को बढ़ावा देने, राष्ट्रीय एकीकरण को सुविधाजनक बनाने में एक बड़ी ताकत के रूप में देखा गया है। हाल ही में पर्यटन को आर्थिक विकास के लिए एक महत्वपूर्ण उत्प्रेरक के रूप में स्वीकार किया गया है। आर्थिक योगदान को रोजगार सृजन, विदेशी मुद्रा अर्जन, आय सृजन और उत्पादन वृद्धि जैसे विभिन्न आयामों में मापा जाता है।

विभिन्न संस्कृतियों, जीवन शैली या सामाजिक परिवेश से जुड़े लोगों के लिए अंतर्क्रिया करना और एक-दूसरे पर प्रभाव छोड़ना स्वाभाविक है। पर्यटन में यह बड़े स्तर पर होता है। पर्यटक आमतौर पर गंतव्यों में सामाजिक जीवन का पता लगाने का प्रयास कर सकते हैं, जबकि स्थानीय समुदाय पर्यटकों की जीवन-शैली की नकल करने का प्रयास कर सकता है। दोस्ती बनाना, एक-दूसरे से सीखना, लोगों के बीच बेहतर समझ आदि को पर्यटन के सकारात्मक प्रभाव माना जाता है। वहीं, कुछ प्रभाव ऐसे भी हैं, जिन्हें नकारात्मक प्रभाव की संज्ञा दी गई है। मानव जीवन के सामाजिक और सांस्कृतिक क्षेत्रों में पर्यटन के नकारात्मक प्रभावों के लिए दुनिया भर में कई उदाहरण दिए जा सकते हैं। छद्म व्यवहार अपनाना, नशीली दवाओं और माफिया की सक्रियता में शामिल होना, वेश्यावृत्ति की प्रवृत्ति को बढ़ावा देना, स्थानीय और पारंपरिक संस्कृति की हानि आदि को पर्यटन के कारण होने वाले खतरे के रूप में माना जाता है। कला और कला रूपों का व्यावसायीकरण एक और है, जिसे पर्यटन के नकारात्मक प्रभाव से जोड़ा जा सकता है। लेकिन, इसके विपरीत, संस्कृति और सांस्कृतिक विशेषताओं के संरक्षण और रखरखाव को पर्यटन के बहुत मजबूत सकारात्मक प्रभावों के रूप में उजागर किया जाता है।

मेजबान आबादी की अर्थव्यवस्था, समाज और संस्कृति पर प्रभाव के अलावा, पर्यावरण और पारिस्थितिकी एक अन्य महत्वपूर्ण क्षेत्र है जहां पर्यटन प्रभाव उत्पन्न करता है। विभिन्न प्रकार की पर्यटन गतिविधियाँ प्राकृतिक एवं

निर्मित पर्यावरण को प्रभावित करती हैं। पर्यटन और पर्यावरण के बीच एक जटिल संबंध है। पर्यावरणीय प्रभाव स्वाभाविक रूप से और अपरिवर्तनीय रूप से बहुआयामी हैं। पर्यटन के पर्यावरणीय प्रभाव पर ओईसीडी की रिपोर्ट में कहा गया है: "पर्यटन के लिए पर्यावरण की उच्च गुणवत्ता आवश्यक है जबकि पर्यावरण की गुणवत्ता को पर्यटक विकास से ही खतरा है, जिसे इसके आर्थिक महत्व के कारण बढ़ावा दिया जाता है"। दूसरे शब्दों में, पर्यटन ही पर्यटन को ही नष्ट कर देता है। लेकिन साथ ही, पर्यटन उद्योग के विपरीत आयाम - राष्ट्रीय उद्यान और संरक्षण क्षेत्र में मनोरंजन - को पर्यटन और पर्यावरण संबंधी चर्चाओं में उजागर किया गया है।

पर्यटन का प्रभाव कुछ हद तक किसी क्षेत्र में आकर्षित होने वाले पर्यटकों के प्रकार और गंतव्य पर रहने के दौरान उनकी गतिविधियों के अनुसार भिन्न होता है। किसी भी गंतव्य पर पर्यटन का प्रभाव विभिन्न प्रकार के कारकों से निर्धारित होगा और उनमें से प्रमुख हैं: -

पर्यटकों के आगमन की मात्रा

मेज़बान समुदाय की संरचना

पर्यटन गतिविधि के प्रकार

स्थानीय पर्यावरण की नाजुकता

4. मेज़बानों और मेहमानों (स्थानीय समुदाय और पर्यटकों) के बीच सामाजिक-सांस्कृतिक विशेषताओं में अंतर इसके अलावा, स्थानीय पर्यावरण और संस्कृति के संरक्षण और रखरखाव में विभिन्न हितधारकों के हित प्रभाव उत्पन्न करने में एक महत्वपूर्ण निर्धारक हैं। नीतियों सहित राजनीतिक कारक भी पर्यटन के प्रभावों को प्रभावित करने की क्षमता रखते हैं। पर्यटन विभिन्न वातावरणों में कार्य कर रहा है और प्रभावों को निर्धारित करने में इन सभी की भूमिका होती है। गंतव्य की आर्थिक और सामाजिक विविधता जितनी अधिक होगी, आगंतुकों के लिए इसमें जितनी अधिक सुविधाएँ होंगी, उतनी ही आसानी से यह अतिरिक्त पर्यटकों को समायोजित कर सकेगा। यह बताया गया है कि गंतव्य क्षेत्र की भू-आकृतियाँ और पारिस्थितिकी, इसकी आर्थिक और सामाजिक संरचना और राजनीतिक संगठन, सभी उस रूप और संरचना को निर्धारित करते हैं जिसके भीतर पर्यटक गतिविधि विशिष्ट स्थानीय परिणाम उत्पन्न करती है। पर्यटन के प्रभाव को निर्धारित करने में किसी गंतव्य की वहन क्षमता की महत्वपूर्ण भूमिका होती है। ऐसे कई कारक हैं, जैसे सामाजिक संरचना, संस्कृति, पर्यावरण, राजनीतिक संरचना, पर्यटक गतिविधियाँ, पर्यटक विशेषताएँ आदि जो वहन क्षमता निर्धारित करते हैं। ऐसे कारकों को या तो स्थानीय कारकों या विदेशी कारकों के रूप में वर्गीकृत किया जाता है। पर्यटन विकास की योजना और प्रबंधन द्वारा संचालित स्थानीय कारकों और विदेशी कारकों के परिणामस्वरूप सामाजिक संरचना, संस्कृति, पर्यावरण और आर्थिक संरचना पर प्रभाव पड़ेगा। वहन क्षमता और विदेशी और स्थानीय कारकों का विवरण इस पुस्तक में बाद में बताया गया है। निर्धारक कारकों और पर्यटन प्रभावों के बीच संबंध की पहचान करने के लिए एक योजनाबद्ध ढाँचे को निम्नानुसार चित्रित किया जा सकता है।

लॉ (1985) के सिस्टम मॉडल (गंतव्य प्रणाली मॉडल) के अनुसार किसी भी क्षेत्र/क्षेत्र में पर्यटन शुरू करने या विस्तार करने से विविध परिवर्तन होते हैं। नकारात्मक प्रभाव पैदा करने वाले कारकों को नियंत्रित करने और

सकारात्मक लाभ बढ़ाने के लिए सावधानी बरतनी होगी। निम्नलिखित विवरण पर्यटन के विभिन्न पहचाने गए/रिपोर्ट किए गए सकारात्मक और नकारात्मक प्रभावों के बारे में विवरण देंगे।

कई अर्थव्यवस्थाओं में, यात्रा और पर्यटन क्षेत्र को कुछ समय से गतिविधि के एक प्रमुख क्षेत्र के रूप में मान्यता दी गई है जो उन अर्थव्यवस्थाओं के संसाधनों को आकर्षित करता है और उनकी प्रकृति और विकास को प्रभावित करता है। इसके अतिरिक्त, पर्यटन सरकारों द्वारा व्यापक आर्थिक नीतियों के एक विषय या एजेंट के रूप में उपयोग करने के लिए उपयुक्त है। रोजगार स्तर या भुगतान संतुलन से संबंधित नीतियों में पर्यटन की अक्सर उच्च भागीदारी होती है जिसका आधुनिक वृहद आर्थिक प्रबंधन में महत्व अधिक है। सरकारें पर्यटन को आर्थिक विकास के इंजन के रूप में देखती हैं। पर्यटन प्रक्रिया के दौरान पर्यटकों द्वारा किए गए खर्च से आर्थिक लाभ उत्पन्न होता है। आर्थिक क्षेत्र में, पर्यटकों का खर्च धन का प्रवाह कर और आय, रोजगार, उद्यम और बुनियादी ढांचे के विकास को उत्प्रेरित करके एक क्षेत्र को बढ़ा सकता है। रोजगार पर विदेशी मुद्रा आय और अन्य लाभों के विपरीत, पर्यटन कुछ नकारात्मक प्रभाव भी पैदा कर रहा है। सकारात्मक और नकारात्मक आर्थिक प्रभावों पर नीचे विस्तार से चर्चा की गई है।

---

## 12.6 पर्यटक भ्रमण और प्रभाव

### 12.6.1 आर्थिक प्रभाव-लाभ

पर्यटन के कई आर्थिक लाभों की पहचान की गई है और उनमें से सबसे महत्वपूर्ण इस प्रकार हैं।

#### 1. अदृश्य निर्यात

राष्ट्रीय संदर्भ में, पर्यटन का देश के 'भुगतान संतुलन' पर बड़ा प्रभाव हो सकता है। किसी देश का भुगतान संतुलन उसकी राष्ट्रीय और वृहद लेखांकन प्रणाली के हिस्से के रूप में शेष विश्व के साथ उसके लेनदेन को दर्शाता है। किसी देश का भुगतान संतुलन विदेशी मुद्रा में उसकी मुद्रा के मूल्य को बनाए रखने के लिए महत्वपूर्ण है। किसी देश के लिए भुगतान घाटे का निरंतर संतुलन आम तौर पर अतिरिक्त आपूर्ति की दिशा में देश की मुद्रा की अंतरराष्ट्रीय आपूर्ति और इसके लिए अंतरराष्ट्रीय मांग के बीच असंतुलन का कारण बनता है। इससे देश की 'मुद्रा कमजोरी' हो सकती है। विकासशील देश पर्यटन के विकास की रणनीति को अदृश्य निर्यात के रूप में उपयोग करते हैं।

अंतरराष्ट्रीय पर्यटक आम तौर पर दूसरे देश से सेवाएँ खरीद रहे हैं और इसलिए 'अदृश्य' के लिए भुगतान कर रहे हैं। जब यूके से कोई पर्यटक भारत आता है, तो जर्मनी के शेष राशि का अदृश्य भुगतान होता है, जबकि भारत के शेष राशि का अदृश्य भुगतान होता है। पर्यटक व्यय उपभोग के किसी भी अन्य रूप की तरह 'वास्तविक' है, और अंतरराष्ट्रीय पर्यटक व्यय को मेजबान देश से एक अदृश्य निर्यात के रूप में देखा जा सकता है। आमतौर पर, देश प्रचार और विपणन रणनीतियों के माध्यम से अपनी यात्रा आय को अधिकतम करने का प्रयास करते हैं। एक पर्यटक विभिन्न मदों में पैसा खर्च करता है। आवास, खरीदारी, यात्रा, मनोरंजन आदि प्रमुख क्षेत्र हैं जहां पर्यटक पैसा खर्च करते हैं। अंतरराष्ट्रीय पर्यटक को विभिन्न खरीदारी करने से पहले उस मुद्रा को उस क्षेत्रीय मुद्रा में बदलना पड़ता है। पर्यटक स्वीकृत अंतरराष्ट्रीय मुद्राओं का भुगतान करके भी मेजबान देश से सामान और सेवाएँ खरीद सकते हैं। इस प्रकार,

पर्यटन उत्पादों की खपत गतिविधि उत्पन्न करेगी, जिसकी तुलना निर्यात से की जा सकती है, और भले ही अधिकांश पर्यटन उत्पाद प्रकृति में अमूर्त हैं।

घरेलू पर्यटन के मामले में, पर्यटन व्यय को स्थानीय क्षेत्रों के बीच 'निर्यात' और शायद राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था के लिए आयात विकल्प के रूप में माना जाता है। घरेलू पर्यटन देश की आय के पुनर्वितरण को प्रोत्साहित करता है।

## 2. सरकारी राजस्व

पर्यटन गतिविधि का उपयोग कुछ अर्थव्यवस्थाओं द्वारा सरकारी राजस्व उत्पन्न करने के लिए एक महत्वपूर्ण संसाधन के रूप में किया जाता है। पर्यटन से कर आय उत्पन्न होती है, जिसमें से कुछ प्रत्यक्ष रूप से लागू होती है और कुछ की गणना अप्रत्यक्ष रूप से की जाती है। अधिकांश कर पर्यटक द्वारा खरीदी जाने वाली विभिन्न वस्तुओं, जैसे सिगरेट, शराब, आवास सुविधाओं आदि पर बिक्री कर के रूप में आते हैं। पर्यटक अप्रत्यक्ष रूप से विभिन्न आयातित वस्तुओं की खपत के माध्यम से भी कर का भुगतान कर रहे हैं। जब हम किसी पर्यटक द्वारा किए गए व्यय के प्रत्यक्ष, अप्रत्यक्ष और प्रेरित प्रभावों पर विचार करते हैं, तो यह अनुमान लगाया जा सकता है कि वह विभिन्न तरीकों से सरकार को कर चुका रहा है।

## 3. रोजगार सृजन

अधिकांश निजी सेवा उद्योगों की तरह पर्यटन भी श्रम गहन है। उच्च बेरोजगारी दर वाले विकासशील और विकसित देशों के लिए पर्यटन को एक आकर्षक विकल्प माना जाता है। पर्यटन में विभिन्न प्रकार के औद्योगिक क्षेत्र शामिल हैं, और इससे पर्यटन से जुड़े कर्मचारियों की संख्या के संबंध में अनुमान प्राप्त करना विशेष रूप से कठिन हो जाता है। इसके अलावा, पर्यटन में पर्यटन क्षेत्रों और अर्थव्यवस्था के अन्य क्षेत्रों के बीच विविध प्रकार के संबंध हैं। इस प्रकार रोजगार सृजन न केवल अकेले पर्यटन उद्योग में होता है, बल्कि पर्यटन गतिविधियों से प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से जुड़े सभी संबंध और अन्य क्षेत्रों में भी होता है।

पर्यटन उत्पादों में मुख्य रूप से सेवा उत्पाद शामिल होते हैं और वे आमतौर पर अधिक रोजगार के अवसर पैदा करते हैं। गुणक की अवधारणा का रोजगार क्षेत्र में आय के समान ही प्रभाव पड़ता है। किसी गंतव्य पर रुकने वाले पर्यटक सीधे उद्योग में रोजगार पैदा करते हैं। इसके अलावा पर्यटकों के ठहरने के प्रभाव के कारण; रोजगार के अधिक अवसर पैदा करने के लिए पर्यटन से अप्रत्यक्ष रूप से जुड़े कई अन्य क्षेत्रों को प्रभावित किया जाएगा। प्रत्यक्ष रोजगार सृजन में ट्रेवल एजेंसियों, टूर ऑपरेटर्स, परिवहन उपक्रमों, आवास प्रतिष्ठानों और विपणन स्थलों में लगे उद्यमों में रोजगार शामिल है। परोक्ष रूप से पर्यटन अन्य क्षेत्रों जैसे वित्तीय संस्थानों, पर्यटन संगठन को कच्चे माल की आपूर्ति करने वाले संगठनों आदि में रोजगार सृजन का कारण बनेगा, लेकिन फिर भी अन्य उद्योगों की तुलना में इस क्षेत्र की कई तरह की आलोचनाएँ हैं जैसे; पर्यटन में रोजगार की संभावनाएँ मौसमी हैं, उत्पन्न होने वाली अधिकांश नौकरियाँ केवल घटिया रोजगार हैं, रिक्रियों को भरने के लिए स्थानीय आबादी अक्सर बहुत छोटी होती है।

## 4. निवेश और विकास



विशेष क्षेत्रों में पर्यटन के विकास और वृद्धि से अधिक निजी और सार्वजनिक निवेश आकर्षित होंगे। निजी और सार्वजनिक क्षेत्रों को उस क्षेत्र में और भी अधिक निवेश करने के लिए प्रेरित किया जा सकता है और इसे अर्थशास्त्री "त्वरक प्रभाव" कहते हैं। इस प्रकार यदि किसी क्षेत्र में पर्यटन में तेजी आती है और टीआईएम (पर्यटन आय गुणक) का मूल्य अधिक है, तो पर्यटन और संबद्ध उद्योगों दोनों में अधिक निवेश की उम्मीद की जा सकती है। इस मोड़ पर किसी गंतव्य के संबंध में अधिसंरचना विकास एक महत्वपूर्ण पहलू है।

## 5. आय

स्थानीय समुदाय को प्रत्यक्ष, अप्रत्यक्ष रूपों में आय प्राप्त होती है। आय विभिन्न रूपों में प्राप्त होती है और सामान्यतः यह मजदूरी और वेतन, ब्याज, किराया और मुनाफे से अर्जित होती है। चूंकि पर्यटन उद्योग में मुख्य रूप से सेवा उत्पाद शामिल हैं, इसलिए जहां तक आय सृजन पर विचार किया जाता है, सबसे बड़ा हिस्सा मजदूरी और वेतन का होने की संभावना है। और इसलिए, पर्यटन से आय सृजन का स्तर रोजगार के स्तर से निकटता से जुड़ा हुआ है। यहां वेतन स्तर का भी बहुत महत्व है। यदि यह उच्च है, तो आय का स्तर भी उच्च होगा। पर्यटन व्यवसाय में ब्याज, किराया और परियोजनाओं से भी आय उत्पन्न होती है, जिसमें बुनियादी ढांचे और अधिसंरचना में एक निवेशक को ऋण पर भुगतान किए गए ब्याज से लेकर कार पार्क या कैंपसाइट के लिए भूमि मालिक को भुगतान किया गया किराया शामिल है। किसी अर्थव्यवस्था में सभी आय के योग को 'राष्ट्रीय आय' कहा जाता है, जबकि किसी देश की अर्थव्यवस्था में पर्यटन के महत्व को राष्ट्रीय आय के अनुपात में इसके योगदान से पहचाना जा सकता है।

### 12.6.2 नकारात्मक आर्थिक प्रभाव

पर्यटक व्यय का संपूर्ण अर्थव्यवस्था पर 'व्यापक' प्रभाव पड़ता है। इससे अर्थव्यवस्था को जो लाभ मिल रहा है उसका वर्णन ऊपर किया गया है। लेकिन, कुछ नकारात्मक प्रभाव भी हैं, जिन पर लंबे समय से व्यापक चर्चा चल रही है। उनमें से कुछ की चर्चा यहां की गई है।

#### 1. श्रम का प्रवासन

जब ग्रामीण क्षेत्रों में पर्यटन का विकास होगा तो पर्यटन क्षेत्र की ओर श्रमिकों के पलायन की संभावनाएँ उत्पन्न होंगी। ऐसे क्षेत्रों में, पर्यटन के आगमन से पहले कृषि, मछली पकड़ने आदि जैसे उत्पादन के प्राथमिक क्षेत्र रोजगार का प्रमुख स्रोत रहे होंगे। लेकिन पर्यटन की शुरुआत से वहां रोजगार के अवसर पैदा होंगे, और आमतौर पर प्राथमिक क्षेत्र में कार्यरत आबादी का एक हिस्सा रोजगार के लिए पर्यटन क्षेत्र में जा सकता है क्योंकि इससे बेहतर वेतन आदि के साथ नौकरियां मिल सकती हैं। पर्यटन क्षेत्र में, उन्हें गैर-कुशल श्रेणियों के रोजगार में नियोजित किया जाएगा। लेकिन वे पूर्व क्षेत्र में कुशल कर्मचारी रहे होंगे। इससे प्राथमिक क्षेत्र में श्रम प्रभावित होगा, जो पर्याप्त कुशल श्रम की कमी से पीड़ित हो सकता है। इससे श्रम की लागत और अंततः उत्पादन लागत बढ़ जाएगी। यह परिदृश्य शहरी पर्यटन में भी हो सकता है जहां श्रमिक इकाइयां ग्रामीण क्षेत्रों में स्थानांतरित हो सकती हैं। प्रवासित श्रमिक इकाइयों को स्वास्थ्य, शिक्षा और अन्य सार्वजनिक सेवाओं के लिए अतिरिक्त बुनियादी ढांचे के दबाव का अनुभव होने की संभावना है।

## 2. अवसर लागत

'अवसर लागत' की अवधारणा डी.आई. ग्रीन द्वारा प्रस्तुत की गई थी। प्रोफेसर नाइट द्वारा इसे लोकप्रिय बनाया गया। दिए गए आर्थिक संसाधनों की अवसर लागत उन संसाधनों के अगले सर्वोत्तम वैकल्पिक उपयोग से प्राप्त लाभ हैं। यानी, किसी दिए गए संसाधन के वैकल्पिक उपयोग के त्याग या हानि को 'अवसर लागत' कहा जाता है। पर्यटन से संबंधित प्रतिष्ठानों के विकास में पूंजी संसाधन का उपयोग (विकासशील और विकसित देशों में, यह अक्सर दुर्लभ होता है) आर्थिक विकास के अन्य रूपों के लिए उनके उपयोग को रोकता है। इसलिए, पर्यटन के आर्थिक प्रभाव को मापने में अवसर लागत पर विचार किया जाना चाहिए।

## 3. विस्थापन प्रभाव

पर्यटन के आर्थिक प्रभाव का आकलन करते समय 'विस्थापन प्रभाव' को भी स्थान दिया जाना चाहिए, जब पर्यटन विकास एक प्रकार के व्यय और आर्थिक गतिविधि को दूसरे के लिए प्रतिस्थापित करता है, तो इसे 'विस्थापन प्रभाव' कहा जाता है। पर्यटन के संदर्भ में, आमतौर पर इसका उल्लेख तब किया जाता है जब कोई नई परियोजना मौजूदा परियोजना से व्यावसायिक संरक्षण छीन लेती है।

---

### 12.7 पर्यटक व्यय और आर्थिक लाभ का सृजन

---

पर्यटक विभिन्न प्रकार की वस्तुओं और सेवाओं पर पैसा खर्च करते हैं। वे आवास, भोजन और पेय पदार्थ, परिवहन, संचार, मनोरंजन सेवाएं, 'खुदरा दुकानों' से सामान और अन्य चीजें खरीदने के लिए पैसा खर्च करते हैं। पर्यटकों द्वारा खर्च किए गए धन का एक हिस्सा स्थानीय अर्थव्यवस्था से विभिन्न सेवाएं और सामान खरीदने करने के लिए खर्च किया जाएगा। उदाहरण के लिए, एक पर्यटक भारत का दौरा कर रहा है और एक डीलक्स होटल में रह रहा है, रूस निर्मित वोदका मांगता है, तो होटल को इसकी आपूर्ति करनी होगी। यहां, इसके लिए खर्च किया गया पैसा स्थानीय/राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था से बाहर चला जाता है। आर्थिक प्रभाव माप के समय धन के इस रिसाव को 'आयात' कहा जाता है। पर्यटन में, रिसाव की मात्रा को बहुत गंभीरता से ध्यान में रखा जाना चाहिए और चूंकि, विशेष रूप से विकासशील और विकसित देशों में रिसाव अधिक है।

पर्यटक व्यय को "किसी आगंतुक द्वारा या उसकी यात्रा के दौरान और गंतव्य पर ठहरने के दौरान उसकी ओर से किया गया कुल उपभोग व्यय" के रूप में परिभाषित किया गया है। आवश्यक नहीं है कि वस्तुओं और सेवाओं का उपभोग और व्यय आवश्यक रूप से आगंतुक द्वारा किया जाए। उदाहरण के लिए सामूहिक यात्रा में, जहां व्यय एक या दो व्यक्ति कर सकते हैं, सभी नहीं। अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक व्यय को आम तौर पर आने वाले पर्यटकों के लिए गंतव्य देश के परिप्रेक्ष्य में और बाहर जाने वाले पर्यटकों के लिए मूल देश के परिप्रेक्ष्य में माना जाता है। अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन प्राप्ति को "अंतर्राष्ट्रीय आने वाले पर्यटकों का व्यय, जिसमें अंतर्राष्ट्रीय परिवहन के लिए राष्ट्रीय वाहकों को उनका भुगतान भी शामिल है" के रूप में परिभाषित किया गया है। व्यय पैटर्न को तीन प्रकारों में वर्गीकृत किया जा सकता है: यात्रा-पूर्व, यात्रा पर और यात्रा के बाद के व्यय।

---

### 12.8 पर्यटक व्यय पैटर्न

---



एक पर्यटक द्वारा खर्च किया गया पैसा अर्थव्यवस्था में अतिरिक्त मांग पैदा करेगा। किसी देश को पर्यटन से मुख्यतः पर्यटक व्यय से लाभ होता है। पर्यटन का आर्थिक योगदान मापा जाने वाला एक महत्वपूर्ण क्षेत्र है। यह आँकड़े उस क्षेत्र पर केंद्रित हैं। अंतरराष्ट्रीय एयरलाइनों को किए गए भुगतान को छोड़कर पर्यटकों द्वारा किए गए सभी खर्चों को इस आंकड़े में शामिल किया जाएगा। नीचे दी गई तालिका पर्यटन आय (अंतरराष्ट्रीय पर्यटन) आंकड़ों के बारे में एक जानकारी देती है।

### सारणी 12.1

#### भारत की विदेशी मुद्रा से आय अर्जन (विदेशी पर्यटकों से प्राप्ति)

वर्ष	आय (करोड़ रुपए)
1991	4318
1992	5951
1993	6611
1994	7129
1995	8430
1996	10046
1997	10511
1998	12150
1999	12951
2000	14238

स्रोत: पर्यटन सांख्यिकी, पर्यटन मंत्रालय, भारत सरकार.

आर्थिक प्रभाव के पूर्ण मूल्यांकन में निम्नलिखित सहित सभी पहलुओं को ध्यान में रखा जाना चाहिए।

1. अप्रत्यक्ष और प्रेरित प्रभाव
2. स्थानीय अर्थव्यवस्था से व्यय का रिसाव
3. विस्थापन और अवसर लागत।

आर्थिक लाभ न केवल पर्यटन क्षेत्र में उत्पन्न होता है, बल्कि इसका लाभ अन्य क्षेत्रों को भी मिलता है। इस प्रकार आर्थिक लाभ तीन स्तरों पर उत्पन्न होता है। प्रत्यक्ष, अप्रत्यक्ष और प्रेरित. प्रत्यक्ष स्तर पर्यटन उद्योग को सीधे (अग्रिम पंक्ति के प्रतिष्ठानों में) आने वाले आर्थिक लाभों को मापता है। यह उन 'फ्रंट-लाइन' वस्तुओं और सेवाओं की आपूर्ति के लिए आवश्यक आयात के मूल्य को घटाकर पर्यटक व्यय का मूल्य है। प्रत्यक्ष प्रभाव पर्यटक व्यय के मूल्य से कम होने की संभावना है। प्रत्यक्ष प्रभाव अपने स्वयं के उत्पादन क्षेत्रों से पर्यटकों की मांगों को पूरा करने की स्थानीय अर्थव्यवस्था की क्षमता पर निर्भर करता है।

जो प्रतिष्ठान सीधे पर्यटक व्यय प्राप्त करते हैं उन्हें स्थानीय अर्थव्यवस्था के भीतर अन्य क्षेत्रों से सामान और सेवाएँ खरीदने की भी आवश्यकता होती है। उदाहरण के तौर पर रेस्टोरेंट्स को खाद्य कच्चा माल वहां की खुदरा

दुकानों से खरीदना होगा. उन फ्रंटलाइन प्रतिष्ठानों के आपूर्तिकर्ताओं को अन्य प्रतिष्ठानों से सामान और सेवाएँ खरीदने की आवश्यकता होगी और यह प्रक्रिया जारी रहेगी।

यात्रा व्यय के द्वारा लाई गई आर्थिक गतिविधि की उत्पत्ति को अप्रत्यक्ष प्रभाव के रूप में जाना जाता है। व्यय के प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रूप में, स्थानीय निवासियों को वेतन, वेतन, किराया और ब्याज और वितरित मुनाफे के रूप में आय प्राप्त होगी। स्थानीय आय में यह अतिरिक्त आय, आंशिक रूप से, वस्तुओं और सेवाओं पर स्थानीय अर्थव्यवस्था में पुनर्निवेशित की जाएगी, और इससे आर्थिक गतिविधियों के आगे के दौर उत्पन्न होंगे। इस घटना को 'प्रेरित प्रभाव' कहा जाता है। इस प्रकार, जब हम पर्यटन के आर्थिक प्रभाव पर विचार करते हैं, तो सभी तीन प्रकार के आर्थिक प्रभावों को ध्यान में रखना होगा।

पर्यटक व्यय के स्तर की गणना करना आसान है, लेकिन साथ ही, पर्यटन के आर्थिक प्रभाव को मापना कहीं अधिक जटिल है। आमतौर पर पर्यटक व्यय के आधार पर आर्थिक प्रभाव का अनुमान गलत और भ्रामक होता है। राष्ट्रीय स्तर पर, विश्व पर्यटन संगठन (डब्ल्यूटीओ) दुनिया भर के देशों के लिए वार्षिक पर्यटक आँकड़े प्रकाशित करता है। ये आँकड़े केवल पर्यटन प्राप्तियाँ/विदेशी मुद्रा आय दर्शा रहे हैं। इसे आर्थिक प्रभाव को समझने के लिए एक पैरामीटर के रूप में नहीं लिया जा सकता है। पर्यटक व्यय डेटा को आर्थिक प्रभाव की जानकारी में अनुवाद करने के लिए, गुणक अवधारणा को ध्यान में रखना होगा। पर्यटन के लाभ और प्रभाव न केवल प्रत्यक्ष रूप से हो रहे हैं, बल्कि अप्रत्यक्ष और प्रेरित प्रभाव भी हैं। आर्थिक प्रभाव के पूर्ण मूल्यांकन के लिए उपयुक्त गुणक मूल्यों की गणना की जानी चाहिए। मल्टीप्लायर पर्यटन में सबसे व्यापक रूप से मानी जाने वाली आर्थिक अवधारणाओं में से एक है। इसलिए पर्यटन में गुणक अवधारणा को जानना आवश्यक है।

## 12.9 गुणक प्रभाव और पर्यटन

मल्टीप्लायरों को यह अनुमान लगाने के साधन के रूप में जाना जाता है कि प्रारंभिक खर्च या नकदी के प्रवाह के परिणामस्वरूप किसी अर्थव्यवस्था में कितनी अतिरिक्त आय उत्पन्न होती है। गुणक की अवधारणा इस मान्यता पर आधारित है कि एक फर्म की बिक्री के लिए स्थानीय अर्थव्यवस्था के भीतर अन्य फर्मों से खरीद की आवश्यकता होती है। यह बताता है कि किसी अर्थव्यवस्था के औद्योगिक क्षेत्र एक दूसरे पर निर्भर होते हैं। एक उद्योग/क्षेत्र में गतिविधि के स्तर में परिवर्तन से अन्य उद्योगों/क्षेत्रों में गतिविधि के स्तर में परिवर्तन होता है। इसका मतलब है, यह संपूर्ण अर्थव्यवस्था में एक तरंग प्रभाव पैदा कर सकता है, जिसे गुणक प्रभाव भी कहा जाता है। क्षेत्र/उद्योग की कंपनियां न केवल प्राथमिक इनपुट जैसे श्रम, आयात आदि खरीदती हैं, बल्कि स्थानीय अर्थव्यवस्था के भीतर अन्य प्रतिष्ठानों द्वारा उत्पादित मध्यवर्ती सामान और सेवाएँ भी खरीदती हैं। सरल शब्दों में, गुणक शब्द का तात्पर्य दो परिवर्तनों के अनुपात से है। गुणक को अर्थव्यवस्था में प्रत्यक्ष, अप्रत्यक्ष और प्रेरित परिवर्तनों के प्रारंभिक (प्रत्यक्ष) आकस्मिक परिवर्तन के अनुपात के रूप में भी व्यक्त किया जा सकता है।

पर्यटन के मामले में यह अवधारणा बहुत प्रासंगिक है। पर्यटक व्यय का संपूर्ण अर्थव्यवस्था पर व्यापक प्रभाव पड़ता है। क्योंकि स्थानीय अर्थव्यवस्था में कंपनियां अपनी आपूर्ति के लिए अन्य कंपनियों पर निर्भर हैं, पर्यटक व्यय में

कोई भी बदलाव अर्थव्यवस्था के उत्पादन, घरेलू आय, रोजगार, सरकारी राजस्व और विदेशी मुद्रा प्रवाह के स्तर में बदलाव लाएगा। पर्यटक गुणक ऐसे परिवर्तनों को मापता है।

पर्यटक अग्रिम पंक्ति के प्रतिष्ठानों (जैसे: होटल, एयरलाइंस, आदि) में पैसा खर्च करता है, जो पर्यटकों को अपने सामान और सेवाएं प्रदान करते हैं। संस्थाओं को प्राप्त धन का भुगतान होगा। धन का एक हिस्सा 'आयात' के रूप में सीधे अर्थव्यवस्था से बाहर निकल जाएगा। उदाहरण के लिए, एक होटल पर्यटकों को आपूर्ति करने के लिए विदेशी निर्मित शराब खरीद रहा है, तो उसके लिए भुगतान किया गया पैसा अर्थव्यवस्था से बाहर हो जाएगा। इस घटना को आमतौर पर 'रिसाव' के रूप में दर्शाया जाता है। ये आयात ऐसे भोजन और पेय के रूप में भी हो सकता है जिसे पर्यटक खरीदता है, लेकिन वह स्थानीय स्तर पर उपलब्ध नहीं होता है। यहां पर्यटक व्यय का मूल्य जो वास्तव में स्थानीय अर्थव्यवस्था में प्रसारित होता है, तुरंत कम हो जाता है। शेष धनराशि का उपयोग स्थानीय रूप से उत्पादित वस्तुओं और सेवाओं, श्रम और उद्यमशीलता कौशल को खरीदने और सरकारी करों, लाइसेंस और शुल्क को पूरा करने के लिए किया जाएगा। स्थानीय व्यवसायों से भी पैसा वसूला जाता है। फिर इसका कुछ हिस्सा आयात के रूप में स्थानीय अर्थव्यवस्था से बाहर निकल जाता है। इसका कुछ हिस्सा सरकार को मिलेगा। धन का एक अच्छा भाग फिर से स्थानीय व्यवसाय में आ जाता है। इस प्रकार अप्रत्यक्ष प्रभाव उत्पन्न होता है। यह प्रक्रिया जारी रहेगी। व्यय के प्रत्येक चक्र के दौरान, धन का कुछ हिस्सा आय (मजदूरी, वेतन और मुनाफा) के रूप में स्थानीय निवासियों को मिलता है। या तो घर या व्यवसाय कुछ पैसे बचाएंगे। यह भी रिसाव का एक रूप है। यदि पैसा दोबारा खर्च किया जाता है तो रिसाव होता है और कुछ हिस्सा सरकार के पास चला जाता है। प्रारंभिक पर्यटक व्यय के परिणामस्वरूप अर्जित आय का यह व्यय आर्थिक गतिविधियों के आगे के दौर को उत्पन्न करेगा और इसे प्रेरित प्रभाव के रूप में जाना जाता है। पर्यटन के आर्थिक प्रभाव के मापन में अर्थव्यवस्था के विभिन्न क्षेत्रों के माध्यम से धन के प्रवाह और व्यय के विभिन्न चक्रों के संगत स्तरों को ध्यान में रखना होगा, जिसमें प्रत्यक्ष, अप्रत्यक्ष, प्रेरित प्रभाव शामिल हैं।

### 12.9.1 विभिन्न प्रकार के गुणक

पर्यटक व्यय डेटा को आर्थिक प्रभाव की जानकारी में अनुवाद करने के लिए उपयुक्त गुणक मूल्यों की गणना करनी होगी। पर्यटक गुणक शब्द दो परिवर्तनों के अनुपात को संदर्भित करता है - लिए आउटपुट (आय, रोजगार या सरकारी राजस्व) जैसे प्रमुख आर्थिक चर में परिवर्तन तथा पर्यटक व्यय में परिवर्तन के अनुपात को। कुछ मूल्य होंगे जिनसे आउटपुट में कुल परिवर्तन का अनुमान लगाने के लिए पर्यटक व्यय में प्रारंभिक परिवर्तन को गुणा किया जाना चाहिए। इस परिवर्तन को आउटपुट गुणक कहा जाता है। इसी प्रकार, एक मूल्य होगा, जिसे पर्यटक व्यय में परिवर्तन से गुणा करने पर, घरेलू आय में कुल परिवर्तन का अनुमान लगाया जाएगा। इसे आय गुणक कहा जाता है। गुणक के प्रमुख प्रकार नीचे सूचीबद्ध हैं।

#### 1. आउटपुट गुणक

यह पर्यटक व्यय में वृद्धि के परिणामस्वरूप अर्थव्यवस्था में उत्पन्न अतिरिक्त उत्पादन की मात्रा को मापता है। इसका मतलब है कि यह पर्यटक खर्च में वृद्धि के कारण किसी अर्थव्यवस्था में प्राथमिक और सभी माध्यमिक दौरो में

उत्पादित अतिरिक्त उत्पादन के आकार को मापता है। यह लेनदेन गुणक से भिन्न है जो बिक्री की कुल मात्रा और मूल्य में परिवर्तन से संबंधित है।

## 2. आय गुणक

यह पर्यटक व्यय में वृद्धि के परिणामस्वरूप अर्थव्यवस्था में उत्पन्न अतिरिक्त आय (मजदूरी, वेतन, किराया, ब्याज, वितरित लाभ, आदि) को मापता है। ऐसी आय को केवल प्रयोज्य आय के रूप में माना जाना चाहिए, यानी वह आय जो परिवारों को खर्च करने या बचाने के लिए उपलब्ध है। इसे राष्ट्रीय आय के रूप में भी मापा जा सकता है। यहां, गैर-नागरिकों को अर्जित आय शामिल नहीं है क्योंकि इसका बड़ा हिस्सा वापस भेज दिया जाता है। दूसरी ओर, क्षेत्र के भीतर गैर-नागरिकों की आय के पुनः व्यय से उत्पन्न द्वितीयक आर्थिक प्रभावों को गणना में शामिल किया जाना चाहिए।

## 3. रोजगार गुणक

यह या तो बढ़े हुए पर्यटक व्यय से उत्पन्न रोजगार की कुल मात्रा को मापता है या अकेले इसी व्यय से उत्पन्न कुल रोजगार का प्रत्यक्ष रोजगार से अनुपात मापता है (यानी, सीधे पर्यटन से संबंधित क्षेत्रों में पहले दौर के दौरान उत्पन्न रोजगार)। रोजगार गुणक पर्यटन के द्वितीयक प्रभावों के बारे में जानकारी के उपयोगी स्रोत प्रदान करता है, लेकिन उनके मापन में अधिक अतिशयोक्तिपूर्ण धारणाएँ शामिल होती हैं कि अन्य गुणकों के मामले में, उनकी व्याख्या में सावधानी बरतने की आवश्यकता होती है।

## 4 सरकारी राजस्व गुणक

यह सभी रूपों में और सभी स्रोतों से सरकार, सार्वजनिक राजस्व पर पर्यटक व्यय में वृद्धि के प्रभाव का एक उपाय है। इस गुणक को व्यापक शब्दों में व्यक्त किया जा सकता है - अर्थात्, पर्यटक व्यय में वृद्धि के परिणामस्वरूप सरकारी राजस्व में सकल वृद्धि - या सकल रूप में, पर्यटक गतिविधि में वृद्धि के साथ जब सरकारी राजस्व में वृद्धि से जुड़े सरकारी व्यय में वृद्धि कम हो जाती है।

---

### 12.10 सारांश

पर्यटन दुनिया का सबसे बड़ा उद्योग बन गया है, खासकर रोजगार सृजन के मामले में। जैसे-जैसे यह क्षेत्र बढ़ता है, इसकी संरचना अधिक जटिल होती जाती है। पर्यटन उद्योग को मजबूत अंतर्संबंधों वाले कई उद्योगों का मिश्रण माना जाता है। गंतव्य पर्यटन उद्योग का एक महत्वपूर्ण तत्व है। पर्यटकों के प्रवाह और उसके अनुरूप उपयोग के परिणामस्वरूप कई प्रकार के प्रभाव पड़ते हैं। गंतव्य के उपयोग के लाभ, विशेष रूप से आर्थिक, मुख्य कारण हैं कि पर्यटन को इस आधुनिक दुनिया में एक महत्वपूर्ण उद्योग माना गया है। यह अध्याय पर्यटन उद्योग की प्रकृति, संरचना और तत्वों पर चर्चा करता है। यह चर्चा गंतव्य, गंतव्य में पर्यटक प्रवाह, ऐसे प्रवाह के लाभ और प्रभाव के साथ-साथ आर्थिक लाभ की पीढ़ी पर भी केंद्रित है।

### 12.11 निबंधात्मक प्रश्न

1. पर्यटकों द्वारा किसी गंतव्य के उपयोग से होने वाले आर्थिक लाभ की व्याख्या करें।

2. पर्यटन में गुणक प्रभाव की प्रयोज्यता की व्याख्या करें।
3. पर्यटन उद्योग की संरचना की विस्तार से चर्चा करें।
4. पर्यटन स्थल की प्रकृति और वहां पर्यटकों के प्रवाह के बारे में विस्तार से चर्चा करें।
5. अपने स्थान के नजदीक एक गंतव्य की पहचान करें और उसके जीवन चक्र के बारे में विस्तार से चर्चा करें।
6. पर्यटन उद्योग के विभिन्न घटकों के बीच जटिल संबंधों के बारे में विस्तार से चर्चा करें।
7. किसी नजदीकी पर्यटन स्थल का दौरा करें और वहां पर्यटन से जुड़े विभिन्न प्रकार के उद्योगों और पर्यटन प्रक्रिया में उनकी भूमिका की पहचान करें।

---

## इकाई 13 : पर्यटन के विकास को प्रेरित करने वाले निर्धारक और प्रेरक तत्त्व

---

### .13 उद्देश्य

#### 13.1 प्रस्तावना

#### 13.2 पर्यटन में पुल कारक (प्रतिकर्षी) पुश और (आकर्षी)

#### 13.3 यात्रा के लिए प्रेरणास्रोत

#### 13.4 लोग कब यात्रा करते हैं?

#### 13.5 निर्धारक तत्त्व

##### 13.5.1 मांग के निर्धारक तत्त्व

##### 13.5.2 आपूर्ति के निर्धारक तत्त्व

#### 13.6 सारांश

#### 13.7 पठनीय पुस्तकें

#### 13.8 निबंधात्मक प्रश्न

#### 13.9 अभ्यास प्रश्न

### 13 प्रस्तावना

पर्यटन मनुष्य की खानाबदोश प्रवृत्ति रही है लेकिन इतिहास के शुरुआती चरणों के दौरान परिवहन साधनों की सीमितता, 'देखभाल और सुरक्षा की कमी' तथा 'पर्याप्त साधनों की अनुपलब्धता' के कारण यह काफी हद तक प्रभावशाली लोगों और समाज का संपन्न वर्ग जो सुविधाएं खरीद सकता है; का विशेषाधिकार बना रहा। मध्य काल में पहली बार पर्यटकों के एक नए वर्ग का उदय हुआ जो कि साहसी और खोजी प्रवृत्ति के थे। इन्होंने 'जिज्ञासा' और 'ज्ञान की खोज' में कई यात्राएं की साथ हीये जिज्ञासु व्यक्ति अपने सीमित साधनों के बावजूद, लंबी और कठिन यात्राओं पर निकल पड़ते और रास्ते में आने वाले जोखिमों और असुविधाओं का बहादुरी से सामना करते थे। इस प्रकार, मार्को पोलो, कोलंबस और वास्को-डी-गामा जैसी साहसी व्यक्तियों ने गतिविधियों, अवधारणाओं और दर्शन के क्षेत्र में पर्यटन के नए आयाम जोड़े। यूरोप में पुनर्जागरण के बाद से ही भव्य यात्राओं, समुद्र तटों और रिसॉर्ट्स का विकास होने लगा था जो कि उत्तम स्वास्थ्य केन्द्रों के रूप में उभरने लगे थे और उन्होंने कहीं न कहीं यात्रा और पर्यटन को और गति प्रदान करने का कार्य किया। वस्तुतः यदि ध्यान दिया जाए तो अलग-अलग सामाजिक-सांस्कृतिक, आर्थिक, पर्यावरणीय, राजनीतिक और तकनीकी आयामों के साथ, प्रेरणाएँ और निर्धारक तत्व अत्यधिक गतिशील रहे हैं और आगे भी बने रहेंगे।

#### 131. उद्देश्य

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप निम्नलिखित प्रश्नों का उत्तर देने में सक्षम हो सकेंगे:

- आप यह जान सकेंगे की लोग यात्रा क्यों करते हैं?
- पर्यटन के क्षेत्र में आगे बढ़ने के पीछे प्रेरक कारकों का वर्णन कर सकेंगे।
- इस बात को समझ सकेंगे कि लोग कब यात्रा करते हैं।
- इन प्रेरक कारकों के पीछे के निर्धारक तत्वों की व्याख्या कर सकेंगे।

#### 13.2 पर्यटन में पुल (आकर्षी) और पुश (प्रतिकर्षी) कारक

आइए अब हम यह समझने की कोशिश करते हैं कि हम किन परिस्थितियों में यात्रा करने का फैसला लेते हैं? हमारे पारिवारिक जीवन में हम निश्चित रूप से अपनी जिम्मेदारियों और स्वतंत्रताओं का अनुभव करते हैं। ये जिम्मेदारी और स्वतंत्रता विविध चरणों में बंटी हुई है; जैसे कि जब कोई व्यक्ति किसी व्यवसाय में सलग्न हो, एक अच्छा वेतन पाता हो और शादीशुदा भी होलेकिन अभी भी उसे अपना परिवार बढ़ाना है तो वह अधिक वित्तीय और सामाजिक स्वतंत्रता का आनंद ले पाता है अर्थात् कहने का आशय यह है कि शादी के बाद जब उसके बच्चे हो जाते हैं, और उनकी पढ़ाई भी एक महत्वपूर्ण स्तर पहुँच चुकी होती है तो वह अपेक्षाकृत अपने खाली समय का उपयोग पर्यटन गतिविधियों के लिए उस सीमा तक नहीं कर पायेगा जिस सीमा तक वह शादीशुदा होने से पहले या बच्चे पैदा होने से पहले किया करता था। इसके अलावा, कभी-कभी हम सामाजिक दायित्वों के कारण यात्रा करने के लिए मजबूर होते हैं; जैसे हमारे परिवार में कोई महत्वपूर्ण समारोह या किसी धार्मिक स्थान की अनिवार्य यात्रा। कई बार हमारे पेशे के कारण बार-बार कार्यस्थल से बाहर जाना जरूरी हो जाता है। फिर एक ही दिनचर्या के कारण उस कार्य में एकरसता आ सकती है। वर्तमान युग में तनाव और थकान को भी प्रमुख कारक माना जाता है। बात चाहे कैसी भी हो, सच तो यह है कि प्रत्येक समय हमारे ऊपर कई तरह के दबाव एक साथ अपना प्रभाव डाल रहे होते हैं जो हमें यह एहसास दिलाते हैं कि अब हमें अपने कार्यों से विराम या आराम ले लेना चाहिए। इन सभी दबावों या कारणों को सामान्यतः पुश फैक्टर कहा

जाता है।

एक बार जब हमें कुछ पर्यटन गतिविधियों में शामिल होनेकी आवश्यकता का एहसास होता हैतो हम संभावित विकल्पों के बारे में जानकारी एकत्र करना शुरू कर देते हैं जो कि हमारी आवश्यकताओं के दायरे में फिट हो सकते हैं और इस प्रक्रिया में हमारे सामने कई विकल्प आते हैं। उदाहरण के लिएदिल्ली में रहने वाला कोई व्यक्ति गर्मियों में गर्मी से राहत पाना पसंद करता है तो जाहिर तौर पर उसके लिए सबसे अच्छा तरीका किसी हिल स्टेशन पर जाना है। वह नैनीताल, मसूरी, शिमला या जम्मू-कश्मीरजा सकता है। इनमें से प्रत्येक स्थान अलग-अलग आकर्षण का केंद्र है, प्रत्येक स्थान की दूरी भिन्न है और हर स्थान पर उसका यात्रा-व्यय भी भिन्न हो सकता है। अपने उद्देश्यों, बजट और उपलब्ध समय के आधार पर हमने इनमें से एक या एक से अधिक को चुना है। वास्तव में इन सभी विकल्पों में अलग-अलग पर्यटन आकर्षण हैया दूसरे शब्दों में कहें तो आकर्षण के विभिन्न स्तर हैं। इन विकल्पों को पुल फैक्टर की श्रेणी में रखा गया है। इस प्रकार हम इस बात को भी समझ सकते हैं कि पर्यटन से संबंधित कोई भी निर्णय पुश और पुल कारकों के बीच परस्पर क्रिया का परिणाम होता है।

पर्यटन से जुड़ा मजेदार तथ्य यह है किइसमें पहली परिस्थिती मेंलोग बिना सोचे समझे और अकल्पनीय कारणों से विभिन्न गंतव्यों की यात्रा करते हैं।दूसरे मामलों में पर्यटन की खोज एक से अधिक उद्देश्यों के संयोजन का परिणाम होती है, जिसका अर्थ यह है कि जब हम किसी गंतव्य का चयन करते हैं तो हम कई उद्देश्यों को एक साथ देखते हैं - उदाहरण के लिए भारतीय लोग छुट्टियों पर जाने की योजना बनाते समय शायद ऐसी जगह पर जाना पसंद करेंगे(यदि हम धार्मिक कारणों से जा रहे हैं) जहाँ वेसांस्कृतिक स्थलों और प्राकृतिक आकर्षणों के साथ-साथ कई धार्मिक स्थानों का दौरा करसकें। हालाँकि, केवल और केवल एक ही कारण से किसी गंतव्य पर जाने वाले व्यक्ति को 'विशेष रुचि का पर्यटक' कहा जाता है और विशेष रुचि पर्यटन की इस परिघटना को आमतौर पर संक्षिप्त नाम "एसआईटी" द्वारा व्यक्त किया जाता है।

### 13.3 यात्रा के लिए प्रेरक तत्त्व

जैसा कि ऊपर चर्चा की गई है पर्यटन के लिए की गई यात्रा के पीछे हजारों कारण हो सकते हैं। यदि सही मायनों में देखा जाए तोइन सभी को सूचीबद्ध करना बेहद कठिन कार्य है। इसलिएपर्यटन के क्षेत्र के विभिन्न विद्वानों ने इसे सूचीबद्ध करने के लिए कुछ प्रमुख श्रेणियों का सुझाव दिया है। मैकिन्टोश द्वारा प्रस्तावित वर्गीकरण नीचे दिया गया है:-

- सामाजिक-सांस्कृतिक प्रेरक
- शारीरिक प्रेरक
- अंतर-वैयक्तिक प्रेरक
- प्रास्थिति और प्रतिष्ठा उन्मुख प्रेरक

आइए सर्वप्रथम हम पहली श्रेणी पर विचार करते हैं। जब भी कोई किसी धर्म से संबंधित स्थल (उदाहरण के लिए धार्मिक स्थलों की यात्रा), या स्मारकीय आकर्षण (जैसे ताज महल), या ऐतिहासिक संबंधता रखने वाले स्थल (पोर्ट ब्लेयर), या मेलों और त्योहारों (सूरज कुंड शिल्प मेला या गोवा) से या सामाजिक समारोह (विवाह), या फिर किसी विशेष समूह की जीवन शैली आदि का अध्ययन करने के लिए पर्यटन करता है तो ऐसी आवाजाही में पर्यटक सामाजिक या सांस्कृतिक अनुभव को महसूस करना चाहते हैं। भारत जैसे देश दुनिया भर के पर्यटकों को लुभाने के लिए अपने असाधारण समृद्ध सांस्कृतिक खजाने पर निर्भर हैं।



दूसरी श्रेणी, यानी फिजिकल मोटिवेटर्स (शारीरिक प्रेरक) के तीन आयाम हैं। पहला अपनी शारीरिक शक्ति को आजमाने के लिए कोई साहसिक यात्रा, दूसरा किसी खेल में भाग लेने के लिए, तीसरा स्वस्थ देखभाल के लिए किसी स्थान की यात्रा। इसे प्रेरकों के सबसे पुराने समूह के रूप में लिया जा सकता है (क्या आपको ओलंपिक खेलों का आयोजन याद है, और वह भी पहली ई. पू. में?)। शारीरिक शक्ति को चुनौती देने का संबंध ऐसी गतिविधियों में शामिल होने से है जहां आपको बहुत अधिक सहनशक्ति और साहस की आवश्यकता होती है। निस्संदेह हीसाहसिक गतिविधियों ने पिछले दो दशकों में पर्यटकों की पसंदीदा गतिविधियों में अपना प्रतिष्ठित स्थान सुनिश्चित कर लिया है। संभवतः इसके पीछे प्रमुख कारण यह भी हो सकता है कि व्यक्ति अपनी असीमित ताकत के आधार पर कुछ नए की खोज में उत्सुक रहता है और दूसरामानव के साहसिक कार्य उसे प्रकृति के सौन्दर्य का आनंद लेने का अवसर प्रदान करते हैं। दूसरा आयाम है खेल; किसी भी खेल आयोजन (सक्रिय या निष्क्रिय) का हिस्सा बनना पारंपरिक रूप से हम सभी को विरासत में मिला है - जब हम इसमें भाग लेते हैं तो हम सक्रिय रूप से इसका आनंद लेते हैं और जब हम केवल दर्शक के रूप में खेल देखते हैं तो हम निष्क्रिय रूप से इस प्रक्रिया में शामिल हो जाते हैं। मैं आपको अपने देशों या टीमों का समर्थन करने वाले शोरगुल वाले समूहों की याद दिलाना चाहूंगा जिन्हें दुनिया भर में क्रिकेट या फुटबॉल मैचों में आसानी से देखा जा सकता है। वास्तव में इन लोगों द्वारा किये जाने वाले पर्यटन से न केवल मेजबान देश या क्षेत्र की अर्थव्यवस्था पर, बल्कि वहां के निवासियों के सामान्य जीवन स्तर पर भी जबरदस्त प्रभाव पड़ता है। तीसरा, स्वास्थ्य-देखभाल, जिसके दो आयाम हैं शारीरिक स्वास्थ्य और आध्यात्मिक शक्ति। आप जानते हैं, हम एक ऐसे युग में प्रवेश कर चुके हैं जब पर्यटन में एक नया शब्द गढ़ा गया है और यह शब्द है- 'वेलनेस टूरिज्म'। जलवायु के अनुकूल वातावरण में बीमारियों से छुटकारा पाने के लिए जाने की गतिविधि ने लोगों को हमेशा अन्य स्थानों पर जाने के लिए प्रेरित किया है। (जैसे प्राचीन काल में लोग स्पा जाया करते थे) और कहीं न कहीं वही प्रवृत्ति आज भी जारी है। वास्तव में भारत ने एक ओर त्वरित और तुलनात्मक रूप से सस्ते उपचार और दूसरी ओर अत्याधुनिक सुविधाएं प्रदान करके इस क्षेत्र में लंबी छलांग लगाई है। इस प्रकार, वर्तमान समय में स्वास्थ्य पर्यटन, भारतीय आकाश का एक चमकता सितारा बन चुका है। हमें यह भी नहीं भूलना चाहिए कि हम उस देश में रह रहे हैं जो आयुर्वेदिक उपचार के साथ-साथ योग और ध्यान के लिए भी विश्वगुरु क रूप में प्रसिद्ध है।

अब आते हैं तीसरी श्रेणी यानी अंतर-वैयक्तिकप्रेरकपर। पर्यटन के इस प्रेरक को समझना थोड़ा जटिल कार्य है। जब कोई व्यक्ति बाहरी तत्वों से प्रभावित हुए बिना या बिना किसी व्यक्तिगत कारणों से केवल अपने आनंद के लिए यात्रा करता है तो यह कहा जाता है कि ये प्रेरक उस व्यक्ति पर काम कर रहे हैं। इस श्रेणी में दो सबसे अधिक देखी जाने वाली घटनाएँ हैं:

- दोस्तों और रिश्तेदारों से मुलाकात
- रूटसिंड्रोम

इसमें पहली परिस्थिति में वे लोग शामिल हैं जो अपने प्रियजनों से मिलने के लिए किसी निश्चित स्थान पर जाते हैं। हमारे देश में भी यह घटना अक्सर घटती रहती है इस प्रकार के पर्यटन का विकास में अपना अलग महत्व तो है ही साथ ही आर्थिक योगदान भी है। कई विद्वान इस प्रकार के पर्यटकों को पारंपरिक पर्यटकों के रूप में मान्यता देने में संकोच करते हैं, लेकिन तथ्य यह है कि ऐसे पर्यटक, पर्यटन उद्योग के केवल एक घटक, अर्थात् ठहरने के लिए अपने मेजबानों पर निर्भर होते हैं। उस स्थिति के बारे में सोचें जब आप शिमला में रहने वाले अपने किसी मित्र के पास जाते हैं। यद्यपि आप उसके साथ रहेंगे, फिर भी आप शिमला और उसके आसपास के विभिन्न आकर्षक स्थलों का दौरा करेंगे संभवतः अपनी अंतर-गंतव्य यात्रा के लिए टैक्सियों आदि का भी उपयोग करेंगे, कुछ स्मृति चिन्ह भी खरीदेंगे,

कुछ रेस्तरां आदि का दौरा करेंगे। इसका मतलब यह है कि आप पर्यटक के रूप में, शिमला शहर की अर्थव्यवस्था में योगदान दे रहे हैं।

रूट सिंड्रोम वह स्थिति है जहां कोई व्यक्ति किसी अन्य स्थान पर प्रवास करता है और बाद में एक पर्यटक के रूप में अपने मूल स्थान पर जाने की इच्छा रखता है। इसका एक अन्य आयाम इन प्रवासियों की बाद की पीढ़ियाँ हैं जो उस स्थान के बारे में कहानियाँ सुनते रहते हैं जहाँ वे रहते थे और स्वयं भी उसी चीज़ का अनुभव करने में गहरी रुचि विकसित करते हैं। उदाहरण के लिए एनआरआई के बच्चे विभिन्न रंगों और उत्सवों का अनुभव करने के लिए भारत आते हैं। वास्तव में यह एक बहुत ही महत्वपूर्ण खंड है, क्योंकि उनके पास खर्च करने की उच्च क्षमता है और यदि प्रभावी विपणन और प्रचार रणनीतियों के साथ उचित तरीके से संपर्क किया जाए तो वे बड़ी संख्या में आ सकते हैं। चीन ने इस क्षेत्र में असाधारण वृद्धि की है और वह भी पिछले दो दशकों में। चीन आने वाले अंतर्राष्ट्रीय पर्यटकों में अधिकांश प्रवासी चीनी शामिल हैं। उत्तर प्रदेश सरकार के पर्यटन विभाग ने अनिवासी भारतीयों को आकर्षित करने के लिए एक योजना भी शुरू की है। "अपनी जड़ों का पता लगाएं"। अन्य भारतीय राज्य भी अपने बाजार आधार को बढ़ाने के लिए इस तर्ज पर कुछ योजना बना सकते हैं।

मैकिन्टोश द्वारा प्रस्तावित चौथी श्रेणी प्रास्थिति और प्रतिष्ठा उन्मुख प्रेरकों के इर्द-गिर्द घूमती है। एक बहुत पुरानी कहावत है "सीखने के लिए यात्रा करें और यात्राओं से सीखें"। एलपीजी (यानी उदारीकरण, निजीकरण और वैश्वीकरण) के वर्तमान युग में पूरी दुनिया एक छोटा सा गाँव बन गई है जहाँ विभिन्न पृष्ठभूमि और राष्ट्रियताओं के लोगों के व्यावसायिक हित आपस में जुड़ते हैं। जाहिर है, समाज में रुतबा और प्रतिष्ठा पाने के लिए ज्ञान और आर्थिक स्थिति दो सबसे आवश्यक कारक हैं और इसलिए, ऐसे लोगों की संख्या साल दर साल बढ़ रही है। भारत जैसे देश इस घटना से प्रमुख रूप से लाभान्वित हुए हैं, जहाँ पिछले कुछ वर्षों में वैश्विक निवेश कई गुना बढ़ गया है और इसके परिणामस्वरूप व्यापार उन्मुख यात्रा में भी वृद्धि हुई है।

उपरोक्त के अलावा, पर्यटन विशेषज्ञों के एक वर्ग का विचार है कि हमें उपरोक्त सूची में एक और श्रेणी जोड़नी चाहिए, जो फैंटेसी (रोमांच) है। वास्तव में बहुत से लोग इस कारण से यात्राएँ करते हैं। कई बार हम ऐसी गतिविधियों के बारे में सपने देखते हैं जो लीक से हटकर या असामान्य होती हैं या नियमित गतिविधियों से अलग होती हैं। उदाहरण के लिए, जो जोड़े हनीमून के लिए जाते हैं वे ऊपर दी गई किसी भी श्रेणी में नहीं आते हैं, क्योंकि उनके यात्रा करने के कारण अलग-अलग होते हैं। इसी प्रकार, जो व्यक्ति मनोरंजन पार्कों में जाते हैं वे मुख्यतः रोमांच और उत्तेजना की तलाश में रहते हैं। फिर अंतरिक्ष पर्यटकों जैसी साहसी आत्माएं भी हैं जो इस क्षेत्र में अग्रणी होने का विशेषाधिकार तलाश रही होंगी। उपरोक्त सभी मामलों में, यात्राएँ अत्यंत असामान्य कारणों से होती हैं - वे कारण जो दूर की कल्पनाओं का हिस्सा हैं। हम सभी विचित्र चीजों के बारे में सपने देखते रहते हैं और एक समय पर जिज्ञासा की सहनीय सीमा जब अपनी हद तक पार कर जाती है तो हमउन जरूरतों को पूरा करने के लिए फिर से अपना नया सफ़र तलाशते हैं।

#### 13.4 लोग कब यात्रा करते हैं?

आइए अब हम कुछ प्रमुख पूर्वापेक्षाओं को सूचीबद्ध करने का प्रयास करें जो पर्यटन की घटना में शामिल होने के लिए किसी भी व्यक्ति हेतु अर्हता प्रदान करती हैं। इनमें शामिल हैं:-

- प्रयोज्य आय (Disposable Income): यह आय के उस अंश को संदर्भित करता है जो किसी व्यक्ति के पास सभी सामाजिक दायित्वों को पूरा करने के बाद बचता है और जिसे वह अपनी इच्छा के अनुसार खर्च कर सकता है। प्रयोज्य आय अनिवार्य रूप से पर्यटकों की प्रेरणा से संबंधित है, क्योंकि यह राशि मनोरंजक गतिविधियों पर खर्च की

जानी है।

- विवेकाधीन समय (Discretionary Time): इसका अर्थ उससमयावधि से है जिसे कोई व्यक्ति बिना किसी बाहरी प्रभाव के अपने विवेक या इच्छा के अनुसार व्यतीत कर सकता है। जिस व्यक्ति के पास जितना अधिक विवेकाधीन समय होगा, पर्यटन गतिविधियों में शामिल होने की उसकी उतनी अधिक इच्छा होगी।
- आवश्यकता और इच्छाएं (Need or Desire): यह वे कारक हैं जो मूल रूप से हमारी प्रेरणाओं को डिजाइन और निर्देशित करते हैं। जब व्यक्ति आवश्यकता या मजबूरी के कारण यात्रा करते हैं, चाहे सामाजिक हो या व्यावसायिक या फिर वेलबींग से सम्बंधित हो; यह घटना "बाध्यकारी पर्यटन" की श्रेणी में आती है और किसी इच्छा या इच्छाओं के संयोजन के कारण की गई यात्रा के मामले में, इस अभ्यास को "आवेगपूर्ण पर्यटन" कहा जाता है।
- सामाजिक प्रतिबंध (Social Sanctions): यह तत्व यात्रा और पर्यटन के लिए पूर्वापेक्षाओं की सूची में हाल ही में जोड़ा गया (विशेष रूप से 90 के दशक का) है। ये उन सभी तीन क्षेत्रों से संबंधित हैं जो पर्यटन प्रणाली का गठन करते हैं, अर्थात् पर्यटक सृजन क्षेत्र (टीजीआर), पर्यटक पारगमन क्षेत्र (टीटीआर) और पर्यटक गंतव्य क्षेत्र (टीडीआर)। सामाजिक प्रतिबंध इन तीन क्षेत्रों के समाज के खुलेपन/लचीलेपन/आतिथ्य सत्कार को संदर्भित करते हैं, जो या तो टीजीआर में रहने वाले लोगों को स्वतंत्र रूप से अन्य गंतव्यों पर जाने की अनुमति देते हैं या आने वाले या पर्यटकों (क्रमशः टीटीआर और टीडीआर के संदर्भ में) का स्पष्ट रूप से स्वागत करते हैं। मूल्य, नैतिकता, सामाजिक मानदंड, शिक्षा स्तर आदि सामाजिक प्रतिबंधों के नियामक कारक हैं।

### 13.5 निर्धारक

निर्धारक उन कारकों को संदर्भित करते हैं जो पर्यटन की मांग या आपूर्ति के आकार को विनियमित करते हैं। यानी यह किसी भी गंतव्य द्वारा प्रदान की जाने वाली मांग (मात्रात्मक और गुणात्मक आपूर्ति) की वृद्धि और विकास के लिए जिम्मेदार होते हैं। इन्हें निर्धारक कहा जाता है क्योंकि ये मांग या आपूर्ति की टाइपोलॉजी और स्तर को निर्धारित करते हैं। आइए क्रमशः मांग और आपूर्ति से संबंधित कुछ प्रमुख बातों पर एक नजर डालते हैं-

निस्संदेह, आधुनिक पर्यटन की उत्पत्ति और इसके तीव्र विकास का श्रेय विज्ञान और प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में उल्लेखनीय उपलब्धियों को दिया जा सकता है। शोधों ने साबित किया है कि, "बड़े शहरी और औद्योगिक शहरों के निवासी सप्ताहांत और वार्षिक छुट्टियों पर पर्यटन गतिविधियों के लिए सबसे अधिक उत्सुक होते हैं" (वहाब 1971)। परिवहन और संचार के क्षेत्र में निरंतर नवाचारों ने विशेष रूप से यात्रा करने की प्रवृत्ति को गतिशील रूप से बढ़ाने में योगदान दिया है। अब लोगों के पास परिवहन के तेज़, सस्ते और सुरक्षित साधन और समान रूप से प्रभावी संचार प्रणाली तक स्वाभाविक पहुंच उपलब्ध है। दूसरे अर्थों में कहा जाए तो 'समय-दूरी का अंतर' काफी कम हो गया है जिसने दुनिया को एक वैश्विक गाँव में बदल दिया है। यात्रा और पर्यटन को बड़े पैमाने पर बढ़ावा देने में 'शिक्षा' और 'जागरूकता' की भूमिका भी महत्वपूर्ण रही है। हेलेन (1966) कहता है कि "शिक्षा के प्रसार ने सांस्कृतिक जागरूकता पैदा की है और यात्रा करने की इच्छा को प्रेरित किया है"। वास्तव में, पिछले कुछ वर्षों में जागरूकता की सीमाएं काफी बढ़ी हैं और इसके परिणामस्वरूप, सामान्य सांस्कृतिक, राजनीतिक और व्यावसायिक कारणों के साथ-साथ 'पर्यावरण', 'जैविक', 'भौगोलिक', 'सामाजिक', 'वैज्ञानिक', 'तकनीकी' में भी उत्तरोत्तर वृद्धि हुई है। आर्थिक दृष्टिकोण भी लोगों को यात्रा करने के लिए दृढ़ता से प्रेरित करने लगे हैं। नए आकर्षणों और गंतव्यों का विकास, पर्यटक-संयंत्र सुविधाओं और सेवाओं में सुधार, गुणवत्ता और कीमतों दोनों के मामले में प्रतिस्पर्धी पर्यटक आपूर्ति की उपलब्धता और पर्यटन डेवलपर्स और निजी क्षेत्र के उद्यमों द्वारा अपनाई जा रही प्रभावी विपणन रणनीतियाँ अधिक से अधिक विश्व भ्रमणकर्ताओं को लुभा

रही हैं।

---

### 13.5.1 मांग के निर्धारक

---

I) आय:

आय मांग को प्रभावित करने वाला सबसे महत्वपूर्ण कारक है, क्योंकि यह सीधे व्यक्तियों की खर्च करने की क्षमता पर निर्भर करती है। यदि आय बढ़ती है, तो वस्तुओं और सेवाओं की मांग भी बढ़ती है। हालाँकि इसका संबंध गुणवत्ता से भी है। आय में वृद्धि के साथ बेहतर वस्तुओं और सेवाओं की मांग बढ़ेगी। पर्यटकों के आने वाले क्षेत्रों का सावधानीपूर्वक विश्लेषण करने से पता चलता है कि पर्यटन के क्षेत्र में शीर्ष स्थान पर मजबूत अर्थव्यवस्था वाले देश काबिज हैं।

ii) संबंधित सेवाओं और उत्पादों का मूल्य और संख्या:

वैकल्पिक वस्तुओं या सेवाओं की कीमत जितनी अधिक होगी, संबंधित उत्पाद या सेवाओं की मांग उतनी ही अधिक होगी। यानी अगर कॉफी की कीमत बढ़ेगी तो चाय की मांग भी बढ़ेगी।

पूरक:

जैसे-जैसे पूरकों की कीमत बढ़ती है, पूरकों की मांग कम हो जाती है और वैसे ही संबंधित वस्तु की मांग भी बढ़ जाएगी। अगर पेट्रोल की कीमत बढ़ेगी तो कारों की मांग घट जाएगी।

iii) रूचि और फैशन:

पर्यटन की मांग अत्यधिक गतिशील है और यह व्यक्तियों की रूचि और फैशन में भिन्नता के प्रति बेहद संवेदनशील है। मुख्य रूप से विश्व पर्यटन संगठन, विश्व यात्रा एवं पर्यटन परिषद और पर्यटन मंत्रालय तथा भारत सरकार उन स्पष्ट रुझानों का रिकॉर्ड रखते हैं जो देश में पर्यटन की वृद्धि और विकास को प्रभावित कर सकते हैं। रूचि और फैशन आमतौर पर विज्ञापन, रुझान, स्वास्थ्य संबंधी विचारों आदि से प्रभावित होते हैं।

iv) भविष्य में मूल्यों में बदलाव की आशा:

सेवाओं और वस्तुओं की कीमतों में उतार-चढ़ाव की संभावनाएँ निर्णय लेने को काफी हद तक प्रभावित कर सकती हैं। यदि लोगों को निकट भविष्य में कीमतें बढ़ने की उम्मीद है, तो वे जल्दी खरीदारी करके वृद्धि को मात देने का प्रयास करेंगे और इसके विपरीत भी। यह देखा गया है कि कई मामलों में कीमतों में कथित (या वास्तविक) बदलावों के कारण पर्यटन संबंधी निर्णय टाल दिए जाते हैं। आम तौर पर कीमतों में किसी भी बढ़ोतरी का मांग पर अल्पकालिक प्रभाव पड़ता है। थोड़े समय के बाद पर्यटक परिवर्तनों को स्वीकार कर लेते हैं और एक बार फिर अपने नियोजित कार्यक्रम पर लौट आते हैं।

v) जनसंख्या

जनसंख्या के आकार और संरचना का मांग पर गहरा प्रभाव पड़ता है। वास्तव में, जनसंख्या का आकार सीधे यात्रा करने की प्रवृत्ति से जुड़ा हुआ है (यह मानते हुए कि उस स्थान का आर्थिक स्वास्थ्य अच्छा है)। जैसे युवा आबादी साहसिक आधारित पर्यटन उत्पादों में रुचि ले सकती है, जबकि वरिष्ठ नागरिकों का झुकाव मनोरंजक पर्यटन की ओर अधिक है।

---

### 13.5.2 आपूर्ति के निर्धारक

---

आपूर्ति के निर्धारक तत्वों में निम्न कारक सम्मिलित हैं:-

1. उत्पादन की लागत

पर्यटन उत्पाद, सेवाओं और सुविधाओं की आपूर्ति को नियंत्रित करने वाला सबसे सबसे महत्वपूर्ण मानदंड उत्पादन की लागत होती है। पर्यटन के मामले में लागत, उत्पादन की मात्रा के व्युत्क्रमानुपाती होती है। सरल शब्दों में, यदि कोई ठहरने का स्थान 80% अधिभोग का अनुभव कर रहा है, तो उस विकल्प की तुलना में लागत कम हो जाएगी जहाँ केवल 40% अधिभोग दर है। मजदूरी, कच्चा माल, प्रौद्योगिकी, इनपुट कीमतें, संगठनात्मक परिवर्तनों में बदलाव, सब्सिडी और सरकारी नीतियां इत्यादि वे प्रमुख कारक हैं जो कि लागत को प्रभावित करते हैं।

2. आपूर्ति में वैकल्पिक वस्तुओं की लाभप्रदता

यदि कोई उद्यमी टूर पैकेजिंग की तुलना में आवास इकाइयों से अधिक लाभ कमाता है, तो उसका बाद में लाभ कम हो जाएगा जबकि प्रारंभ में उसका लाभ निश्चित रूप से बढ़ेगा।

3. पर्यावरणीय परिस्थितियां, प्रकृति और यादृच्छिक खतरे

पर्यटन के क्षेत्र में आपूर्ति को प्रभावित करने वाले सबसे बुरे कारक आपदाओं, भू-राजनीतिक विकारों, उद्योग के कामकाजी माहौल इत्यादि के इर्द-गिर्द घूमते हैं। इस प्रकार मौसम, भूकंप, युद्ध और औद्योगिक विवादों जैसी समस्याओं को पर्यटन उद्योग के मामले में काली छाया के रूप में जाना जाता है।

4. भविष्य की कीमतों से आशा

यदि किसी वस्तु की कीमत बढ़ने की उम्मीद है तो आपूर्तिकर्ता बाद में लाभ के लिए स्टॉक जमा कर सकता है।

5. संयुक्त आपूर्ति में वस्तु की लाभप्रदता

पर्यटन क्षेत्र में संयुक्त आपूर्ति एक बहुत ही सामान्य घटना है जिसका अर्थ यह है कि विभिन्न घटकों के आपूर्तिकर्ता पूर्ण और अधिक संतोषजनक उत्पाद पेश करने के लिए आपस में सहयोग करते हैं। इस बात कि पुष्टि करने के लिए टूर पैकेज एक अच्छा उदाहरण है जहां हमें पैकेज की आपूर्ति सुनिश्चित करने के लिए होटल व्यवसायियों, ट्रांसपोर्टों, गाइड और एस्कॉर्ट्स, मनोरंजनकर्ताओं और कई अन्य लोगों की प्रभावी भागीदारी मिलती है। संयुक्त आपूर्ति एक ओर परेशानी मुक्त और लागत प्रभावी होने के कारण उत्पाद में उच्च अपील की गारंटी देती है, वहीं दूसरी ओर आपूर्तिकर्ताओं को भी स्थायी व्यापार होने की आशा प्रदान करती है।

6. तकनीकी

इतिहास पर दृष्टिपात करने से पता चलता है कि हर तकनीकी प्रगति (परिवहन या संचार या सूचना प्रौद्योगिकी में) के साथ पर्यटन उद्योग ने भी लगातार प्रगति की है। ऐसा इसलिए संभव हो सका क्योंकि उन्नत तकनीक ने उच्च पैदावार, सेवा की त्वरितता, बेहतर सुरक्षा मानक और सबसे बढ़कर कम उत्पादन लागत को सुनिश्चित किया है।

### 13.6 सारांश

पिछले अध्याय में की गई चर्चा में यात्रा के तंत्र पर जोर दिया गया है। जब भी हम यात्रा का निर्णय लेते हैं तो हमारे पास अपना स्थान छोड़ने के स्पष्ट या पूर्णतः परिभाषित कारण होते हैं और साथ ही गंतव्य स्थल तक जाने के रूप में विकल्प भी उपलब्ध होते हैं। जैसा कि इस इकाई के पहले भाग में चर्चा की गई है हमारे स्थान को छोड़ने के कारणों को पुश फैक्टर के रूप में वर्णित किया गया है, जबकि विकल्प उन तत्वों का एक समूह बनाते हैं जिन्हें पुल फैक्टर के रूप में वर्णित किया गया है।

दूसरे भाग में पर्यटन गतिविधियों के पीछे की प्रेरणाओं के साथ-साथ प्रेरक कारकों पर विस्तार से चर्चा की गई है। इसकी जानकारी के लिए मैकिन्टोश द्वारा सुझाए गए प्रेरक कारकों के वर्गीकरण को प्रमुख मानदंड के रूप में लिया गया है। इसमें प्रेरकों की चार श्रेणियां शामिल हैं- सांस्कृतिक, शारीरिक, अंतरवैयक्तिक और स्थिति एवं प्रतिष्ठा।

अध्याय के अगले चरण में हमने पर्यटक के रूप में अर्हता प्राप्त करने के लिए किसी भी व्यक्ति द्वारा पूरा किये जाने वाली कुछ आवश्यक शर्तों यथा बुनियादी आवश्यकताएँ; जिन्हें सरल शब्दों में, धन, समय, आवश्यकता या इच्छा और सामाजिक अनुमोदन की भूमिका के रूप में जाना और समझा जा सकता है; उनकी चर्चा की गई है। और यह सभी तत्त्व पर्यटन की घटना के घटित होने के लिए आवश्यक भी हैं। इस अध्याय के अंतिम भाग में, समाज, अर्थव्यवस्था, प्रौद्योगिकी आदि से संबंधित सभी चर जो पर्यटन के क्षेत्र में मांग और आपूर्ति को प्रभावित कर सकते हैं उन पर विस्तार से चर्चा की गई है। इनमें जनसंख्या, आय, प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में अत्याधुनिक, उत्पादन की लागत जैसे कुछ प्रमुख तत्त्व शामिल हैं। ये सभी चर आमतौर पर निर्धारक के रूप में जाने जाते हैं और गुणात्मक तथा मात्रात्मक मांग और आपूर्ति के स्तर के संकेतक होते हैं।

---

### 13.7 Suggested Readings

Mill & Morrison - The Tourism System

2003, 2004, 2005 - International Tourism Reports

T.V. Singh – Tourism and Tourist Industry

Boyd, Harper, W. and Ralph - Marketing Research: Text and Cases

A.K. Bhatia - Tourism Development: Principles, Practices and Philosophies

JMS Negi - Tourism Travel- Concepts and Principles

---

### 13.8 निबंधात्मक प्रश्न

- .1 व्यक्तियों के यात्रा निर्णयों को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों पर चर्चा करें।
  - .2 प्रेरक कारकों से आप क्या समझते हैं? बहुप्रेरक कारकों और एक प्रेरक कारक यात्रा के चार उदाहरण लिखिए।
  - .3 उन आवश्यकताओं पर प्रकाश डालिए जो किसी व्यक्ति को पर्यटन कार्य करने के लिए योग्य बनाती हैं? क्या ये विभिन्न सामाजिक हैं सकते हो भिन्न में परिस्थितियों आर्थिक और सांस्कृतिक-?
  - .4 पर्यटन मांग और आपूर्ति के निर्धारकों के महत्व और प्रकारों पर प्रकाश डालिए।
- 

### प्रश्न अभ्यास 13.9

- एक सर्वेक्षण करें और उन प्रमुख प्रेरणाओं को सूचीबद्ध करें जो आपके क्षेत्र के प्रमुख पर्यटन स्थलों पर अंतरराष्ट्रीय और घरेलू पर्यटकों को आकर्षित करती है।

---

## इकाई 14: पर्यटन में मांग और आपूर्ति: माप के तरीके

---

### 14 परिचय

#### 14.1 उद्देश्य

#### 14.2 पर्यटन मांग

##### 14.2.1 पर्यटन मांग के प्रकार

##### 14.2.1 मांग को प्रभावित करने वाले कारक

#### 14.3 पर्यटन आपूर्ति

##### 14.3.1 आपूर्ति श्रृंखला

##### 14.3.2 पर्यटन आपूर्ति के घटक

#### 14.4 पर्यटन मांग और आपूर्ति की अनूठी विशेषताएं

##### 14.4.1 मांग

##### 14.4.2 आपूर्ति

#### 14.5 पर्यटन मांग का मापन

##### 14.5.1 क्या मापा जाता है?

##### 14.5.2 पर्यटन मांग एवं आपूर्ति क्यों मापी जाती है?

##### 14.5.3 मापन की विधियाँ।

#### 14.6 सारांश

---

## 14 परिचय

---

किसी भी व्यवसाय की सफलता उन उत्पादों, सुविधाओं और सेवाओं के बीच बनाए गए संतुलन पर निर्भर करती है जो पर्यटक स्थलों द्वारा पेश किए जाते हैं। एक सकारात्मक खरीद निर्णय, विभिन्न स्थानों पर स्थित विभिन्न गतिविधियों के स्पेक्ट्रम से युक्त एक आर्थिक प्रणाली उन अवाजहियों को पैदा करती है जिन्हें आगंतुकों की अपेक्षाओं और जरूरतों को पूरा करने के लिए पर्यटन प्रणाली द्वारा समर्थित किया जाना चाहिए। आवाजाहियों के बिना बुनियादी ढांचे बेकार हो जाएंगे और बुनियादी संरचनाओं के बिना आवाजाही संभव नहीं है। इस परस्पर निर्भरता को दो अवधारणाओं से और अधिक स्पष्ट किया जा सकता है, जो हैं पर्यटन मांग और आपूर्ति। इस मॉड्यूल में हम पर्यटन उद्योग के इन दो सबसे महत्वपूर्ण स्तंभों के बारे में जानकारी प्राप्त करने जा रहे हैं।

---

### 14.1 उद्देश्य

---

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप जान पायेंगे:

- पर्यटन मांग की अवधारणा और प्रकृति, टाइपोलॉजी और मांग को प्रभावित करने वाले कारक।
- पर्यटन आपूर्ति, आपूर्ति श्रृंखला और पर्यटन आपूर्ति के घटकों का वर्णन कर सकेंगे।
- पर्यटन की मांग और आपूर्ति की अनूठी विशेषताओं की व्याख्या कर सकेंगे।
- पर्यटन मांग के मापन के तरीकों को समझ सकेंगे।

---

### 14.2 पर्यटन मांग

---

आइए पर्यटन मांग की मूल अवधारणा को समझने से शुरुआत करते हैं। दिलचस्प बात यह है कि पर्यटन की मांग को अलग-अलग व्यक्तियों द्वारा अलग-अलग तरीके से देखा जाता है। इस शब्द से संबंधित अभिव्यक्तियों के वर्गीकरण के बारे में जानकारी के लिए नीचे कुछ परिभाषाएँ दी जा रही हैं:-

शब्दकोश के अनुसार: "विशेष वस्तुओं या सेवाओं के लिए लोगों की इच्छा के रूप में मांग"

अर्थशास्त्री 'मांग' को इस प्रकार परिभाषित करते हैं: "किसी भी उत्पाद या सेवा की वह मात्रा जिसे लोग एक निश्चित अवधि के दौरान संभावित कीमतों पर खरीदने के इच्छुक हैं या फिर सक्षम हैं।"

भूगोलवेत्ताओं के अनुसार पर्यटन मांग: "किसी निश्चित समय में एक निर्दिष्ट भौगोलिक क्षेत्र में यात्रा करने वाले या यात्रा करने की इच्छा रखने वाले व्यक्तियों की कुल संख्या जो पर्यटकों को सुविधा और सेवाओं का उपयोग करने की अनुमति देता हो।"

गोल्डनर और मैकिन्टोश के अनुसार: "किसी विशेष गंतव्य के लिए पर्यटन की मांग; यात्रा करने की प्रवृत्ति और गंतव्य क्षेत्रों के बीच लिंक के प्रतिरोध के पारस्परिक प्रभाव पर निर्भर करती है।"

इस प्रकार  $D = f(P/R)$



इस प्रकार, पर्यटन की मांग को पर्यटन और यात्रा संबंधी जरूरतों की अभिव्यक्ति के रूप में समझा जा सकता है।

### 14.2.1 पर्यटन मांग के प्रकार

विद्वानों ने पर्यटन की मांग को विभिन्न प्रकार से वर्गीकृत किया है। इसकी दो सबसे आम तौर पर स्थापित श्रेणियां निम्नलिखित हैं:-

#### I. वास्तविक या अनुमानित खरीद के आधार पर

कई बार किसी विशिष्ट समयावधि के दौरान, किसी निर्धारित भौगोलिक क्षेत्र से खरीदी या उपयोग की गई सेवाओं या उत्पादों की वास्तविक मात्रा को उक्त उत्पादों या सेवाओं की मांग माना जाता है। ऐसे मामले में उत्पन्न या मापी गई मांग को प्रभावी या वास्तविक मांग के रूप में वर्गीकृत किया जाता है।

यहाँ एक और स्थिति भी हो सकती है जहाँ हम भविष्य में यात्रा करने वाले यात्रियों द्वारा उपयोग की जाने वाली या खरीदी जाने वाली मात्रा का अनुमान लगा सकते हैं। जाहिर तौर पर ऐसे अनुमान, परीक्षण और आजमाए हुए उपायों के अनुप्रयोग पर आधारित होते हैं। इस मामले में संभाव्यता कारक काफी अधिक है। इस प्रकार की अनुमानित मांग को संभावित या अव्यक्त मांग की श्रेणी में रखा जाता है।

#### II. कारण और प्रभाव के आधार पर

कभी-कभी यात्रा संबंधी निर्णय लेने के पीछे का कारण किसी स्थान पर जाने, आराम करने या नीरसता को तोड़ने या अपनी पसंदीदा गतिविधियों में शामिल होने की हमारी अपनी इच्छाएं हो सकती हैं। अर्थात् ऐसे में हमारे निर्णय किसी भी बाहरी दबाव से प्रभावित नहीं होते हैं। ऐसी पर्यटकीय घटना को आमतौर पर आवेगपूर्ण मांग की श्रेणी में रखा जाता है।

इसके विपरीत वह स्थिति है जहाँ किसी को पर्यटक के रूप में अनिवार्य रूप से यात्रा करनी पड़ती है। इस प्रकार की घटना का उदाहरण व्यवसाय या अपरिहार्य सामाजिक कारणों से यात्रा है। इस प्रकार की यात्रा बाध्यकारी मांग का परिणाम है।

### 14.2.2 मांग को प्रभावित करने वाले कारक

परिवर्तन एक ऐसा तत्त्व है जो शाश्वत है और प्रत्येक उद्यमी इसे अपनाता है। प्रत्येक उद्योग विविधताओं से प्रभावित होता है और सेवा उद्योग के मामलों में इनका प्रभाव उच्च स्तर का होता है, जिसका मुख्य कारण उच्च स्तर की अमूर्तता है। अब तक आप समझ गए होंगे कि पर्यटन दुनिया भर में एक प्रमुख सेवा उद्योग के रूप में उभरा है। इसलिए, टीजीआर, टीटीआर या टीडीआर में कोई भी आंतरिक या बाहरी परिवर्तन, पर्यटन और यात्रा उद्योग को बहुत अधिक प्रभावित करता है। छुट्टियों की मांग यात्रियों की जरूरतों, उद्देश्यों और अपेक्षाओं से प्रेरित होती है। इसकी प्राप्ति व्यक्तिगत आर्थिक स्थिति और यात्रा करने वाले की स्वतंत्रता पर निर्भर करती है।

इस प्रकार:

- बाह्य कारक यात्रा करने की क्षमता (स्वतंत्रता, समय, पैसा, फिटनेस) और ऐसा करने की प्रेरणा को प्रभावित करके पर्यटन की मांग पर प्रभाव डाल सकते हैं।
- उपभोक्ता का व्यवहार किसी एक कारक पर प्रतिक्रिया नहीं है बल्कि बाहरी कारकों को प्रभावित करने वाले पूरे समूह पर प्रतिक्रिया है। इसके अलावा यह आंतरिक कारकों (जैसे उद्देश्यों, क्षमताओं आदि) से प्रेरित होता है। इस प्रकार, किसी एक बाहरी कारक में परिवर्तन का प्रभाव सीमित होता है। हमने अतीत में अनुभव किया है कि सामाजिक-सांस्कृतिक, राजनीतिक, जलवायविक, यहां तक कि आर्थिक ढांचे में मामूली बदलाव के साथ भी पर्यटन की मांग ऊपर-नीचे होती है। अब सवाल यह उठता है कि इन घटनाक्रमों का पर्यटन मांग पर क्या प्रभाव पड़ता है। आगे हम इसी प्रश्न का उत्तर खोजने का प्रयास करेंगे।
- अर्थव्यवस्था: पर्यटक उत्पादन क्षेत्र (टीजीआर) का आर्थिक परिवेश पर्यटन की मांग को प्रभावित करने वाला सबसे महत्वपूर्ण कारक है। सीधे शब्दों में कहें तो अर्थव्यवस्था जितनी मजबूत होगी; आय उतनी ही अधिक होगी साथ ही प्रयोज्य आय और परिणामी खर्च करने की शक्ति भी अधिक होगी इससे यात्रा की प्रवृत्ति बढ़ेगी और अंततः पर्यटन की मांग में वृद्धि करेगा।
- राजनीति: इस कारक के दो आयाम हैं। पहला राजनीतिक स्थिरता (जिसके परिणामस्वरूप बाहरी या आंतरिक गतिविधियों के लिए अनुकूल वातावरण तैयार होता है) और दूसरा पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए राजनीतिक इच्छाशक्ति (यह पर्यटन और पर्यटक अनुकूल नीतियों को बनाने में सहायक होगी और जाहिर है, इसके परिणामस्वरूप पर्यटन अपील में वृद्धि होगी)।
- संकट और खतरे: संकट और खतरे इन कारकों में सबसे अप्रत्याशित हैं। कोई भी निश्चित रूप से यह भविष्यवाणी नहीं कर सकता कि कब कौन सी आपदा घटित होगी। उदाहरण के लिए, किसी संक्रामक रोग का प्रकोप या अचानक सुनामी या भूस्खलन आदि घटनाएँ हो सकती हैं। सबसे अच्छा उपाय प्रभावी और कार्यान्वयन योग्य संकट प्रबंधन रणनीतियों के साथ तैयार रहना है।
- जनसांख्यिकीय परिवर्तन: जनसांख्यिकीय कारकों में आयु संरचना, शिक्षा स्तर, व्यवसाय आदि जैसे चर शामिल हैं। पर्यटन की मांग इनमें परिवर्तन के साथ बदलती रहती है। उदाहरण के लिए, आंकड़ों से पता चलता है कि कम देनदारियों और बेहतर प्रदर्शन के कारण 25-34 वर्ष और 55-64 वर्ष की आयु सीमा में मांग बढ़ रही है।
- प्रौद्योगिकी: तकनीकी क्षेत्र में किसी भी प्रगति का पर्यटन मांग पर हमेशा सकारात्मक प्रभाव पड़ता है। उपरोक्त के अलावा, हमें उपभोक्ता दृष्टिकोण में सामान्य परिवर्तन से आने वाले प्रभावों को भी ध्यान में रखना होगा और अंत में, पर्यटन उद्योग, निश्चित रूप से पर्यटन की मांग पक्ष को प्रभावित कर रहा है (उदाहरण के लिए उत्पादों का मानकीकरण, सूचना चैनलों का विकास, क्षमता-निर्माण और मूल्य रणनीतियाँ)।

चूँकि हम अपना ध्यान किसी एक बाह्य कारक और उसके प्रभावों तक सीमित नहीं रख सकते हैं, हम कई उभरते कारकों, प्रभावों के पूरे सेट से उभरने वाले पर्यटन में नए रुझान और पर्यटन की अंतर्जात गतिशीलता पर नज़र डालते हैं। ये उभरते रुझान पर्यटन की प्रकृति को रातों-रात नहीं बदल सकते। अनुसंधान बताते हैं कि भविष्य का विकास संभवतः चरण-दर-चरण होगा न कि एक क्रांति के रूप में। पर्यटन में वैश्विक स्तर पर असीमित लाभ देने की क्षमता अभी भी बढ़ रही है हालाँकि यह बात सत्य है कि बाजार में शक्ति स्पष्ट रूप से उपभोक्ता के पास है। वह केवल वही उत्पाद चुनेंगे जो उनकी प्रेरणा और अपेक्षाओं के अनुरूप हों।

---

### 14.3 पर्यटन आपूर्ति

पर्यटन आपूर्ति पर्यटन से संबंधित बुनियादी संरचनाओं और पर्यटक सुविधाओं (इसमें आवास, खानपान सुविधाएं, गाइडिंग और एस्कॉर्टिंग सेवाएं आदि शामिल हैं) की क्षमता की अभिव्यक्ति है जो कि विशेष रूप से एक निश्चित समय में भौगोलिक रूप से परिभाषित पर्यटन प्रणाली पर आधारित है। इसलिए आपूर्ति को बुनियादी ढांचे (क्षमता), सेवाओं और नेटवर्क के संदर्भ में व्यक्त किया जाता है। इसके अलावा, पर्यटन आपूर्ति को कार्यों के एक सेट द्वारा सरल बनाया जा सकता है जो दर्शाता है कि किसी भी पर्यटन प्रणाली की क्षमता को प्रभावित करने वाले मुख्य चर क्या हैं। ये चर प्रत्येक घटक के लिए भिन्न-भिन्न होते हैं।

---

#### 14.3.1 आपूर्ति श्रृंखला

आपूर्ति श्रृंखला में उन सभी वस्तुओं और सेवाओं के आपूर्तिकर्ता शामिल हैं जो उपभोक्ताओं को पर्यटन उत्पादों की उपलब्ध करवाते हैं। इसमें वस्तुओं और सेवाओं के सभी आपूर्तिकर्ता शामिल हैं, चाहे वे टूर ऑपरेटर्स या उनके एजेंटों (ग्राउंड हैंडलर सहित) या आपूर्तिकर्ताओं (आवास प्रदाताओं सहित) द्वारा सीधे अनुबंधित हों या न हों। इस पर भी विचार किया जाना चाहिए कि कुछ पर्यटन सामान और सेवाएँ पर्यटकों को सीधे आपूर्ति की जाती हैं और उपभोक्ताओं द्वारा स्वयं खरीदी जाती हैं और यह नहीं भूलना चाहिए कि टूर ऑपरेटर इस क्षेत्र में भी अपने ग्राहकों को प्रभावित कर सकते हैं। इस रिपोर्ट में समीक्षा की गई पहल पर्यटन-गंतव्य, उपभोक्ताओं और पर्यटन उद्योग के लिए लाभ में सुधार लाने पर केंद्रित है। ये पहल पर्यटन आपूर्ति श्रृंखला में चार मुख्य बिंदुओं पर केंद्रित हैं:

- आवास
- परिवहन
- ग्राउंड हैंडलर, भ्रमण और गतिविधियाँ
- भोजन और शिल्प

आपूर्ति श्रृंखला व्यवसाय-से-व्यवसाय संबंधों के माध्यम से संचालित होती है, और आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन प्रत्येक आपूर्तिकर्ता के व्यवसाय संचालन को बेहतर बनाने के लिए काम करता है वह वित्तीय प्रदर्शन के

साथ-साथ स्थिरता प्रदर्शन में भी सुधार प्रदान करता है। टूर ऑपरेटर्स का संपूर्ण पर्यटन आपूर्ति श्रृंखला की गतिविधियों पर अत्यधिक प्रभाव होता है, क्योंकि वे पर्यटन की मात्रा, पर्यटन स्थलों और उपयोग की जाने वाली सुविधाओं को निर्देशित और प्रभावित करते हैं। टूर ऑपरेटर अच्छे व्यावसायिक अभ्यास के हिस्से के रूप में स्थिरता प्रदर्शन में सामान्य सुधार को बढ़ावा देने में मदद के लिए इसका उपयोग कर सकते हैं।

आपूर्तिकर्ता द्वारा आवश्यक निवेश को सुविधाजनक बनाने और रिश्ते में विश्वास को मजबूत करने के लिए, स्थिर अनुबंधों और कीमतों सहित अनुमानित अनुबंध शर्तों के साथ एक सुरक्षित आय प्रवाह सर्वोपरि है। परियोजनाओं के लिए कंपनियों को ज्ञान बनाने और संबंध विकसित करने के लिए समय की आवश्यकता होती है, और टूर ऑपरेटर्स को एक आपूर्तिकर्ता या गंतव्य के साथ स्थिर और महत्वपूर्ण मात्रा में संचालन की आवश्यकता होती है। आपूर्ति श्रृंखला पहल की सफलता के लिए टूर ऑपरेटर-आपूर्तिकर्ता संबंध में तीन स्थितियां विशेष रूप से महत्वपूर्ण हैं: दीर्घकालिक साझेदारी, उचित मूल्य निर्धारण और संचालन की लगातार मात्रा।

कंपनियों और उनके आपूर्तिकर्ताओं के बीच आपूर्ति श्रृंखला से सम्बंधित चरणों को निम्नानुसार विकसित और कार्यान्वित किया जा सकता है:

1. एक स्थायी आपूर्ति श्रृंखला नीति और प्रबंधन प्रणाली स्थापित कर।
2. स्थिरता लक्ष्यों तक पहुंचने में आपूर्तिकर्ताओं का समर्थन करना, जिसमें आपूर्तिकर्ताओं के बीच स्थिरता के मुद्दों पर जागरूकता बढ़ाना और यह प्रदर्शित करना शामिल है कि स्थिरता प्रदर्शन क्यों महत्वपूर्ण है।
3. आपूर्तिकर्ताओं के अनुबंधों में स्थिरता मानदंडों को एकीकृत करना और उन मानदंडों को पूरा करने वाले आपूर्तिकर्ताओं को प्राथमिकता देना।

पर्यटन आपूर्ति श्रृंखला में कई घटक शामिल होते हैं - आवास, परिवहन और भ्रमण, भोजन और पेय पदार्थ, स्मृति चिन्ह और हस्तशिल्प, बुनियादी ढांचा जो गंतव्यों में पर्यटन का समर्थन करते हैं।

### 14.3.2 पर्यटन आपूर्ति के घटक

पर्यटन आपूर्ति के घटक मूल रूप से उन संगठनों या व्यक्तियों को संदर्भित करते हैं जो अंतिम उत्पाद को मूर्त रूप देने में सहायक होते हैं, उदाहरण के लिए टूर पैकेज। टूर पैकेज को केंद्र बिंदु में रखते हुए, आइए आपूर्ति के घटकों पर चर्चा करें। इस मामले में, घटकों में आकर्षण, आवास, परिवहन, जलपान, खरीदारी और मनोरंजन शामिल हैं। इनका विवरण निम्नलिखित है:

**आकर्षण:** आकर्षण पर्यटन अनुभव का मूल है। आकर्षणों की प्रकृति ही पर्यटन-गंतव्य की छवि निर्माण के लिए जिम्मेदार है।

टाइपोलॉजी

- प्राकृतिक
- निर्मित/मानव निर्मित

- मनोरंजन
- खेल और खेल सुविधाएँ
- परिवहन

आवास: आवास को सबसे महत्वपूर्ण घटक माना जाता है, क्योंकि सुरक्षित और आरामदायक आवास पर्यटकों की आवश्यकता पदानुक्रम की सूची में सबसे ऊपर है। आमतौर पर यह विशेष घटक लक्ष्य खंड से अनुकूल प्रतिक्रिया प्राप्त करने के लिए उत्प्रेरक के रूप में कार्य करता है और कुल यात्रा व्यय का लगभग 33% होता है।

टाइपोलॉजी

- होटल और इसी तरह के अन्य प्रतिष्ठान
- अनुपूरक आवास
- वैकल्पिक आवास

परिवहन: प्राचीन काल से ही पर्यटन विकास में पहुंच और गतिशीलता का बहुत अधिक महत्व रहा है। सुरक्षा, आराम, गति और लागत इस विशेष घटक के लिए महत्वपूर्ण गुण रहे हैं। दिलचस्प बात यह है कि परिवहन अपने आप में एक आकर्षक गंतव्य होने की क्षमता रखता है, उदाहरण के लिए पैलेस ऑन व्हील्स, यूरो-रेल आदि।

टाइपोलॉजी

- भूमि परिवहन
- वायु परिवहन
- जल आधारित परिवहन

जलपान: एक लोकप्रिय कहावत है कि "दिल का रास्ता पेट से गुजरता है।" और यही बात पर्यटन के मामले में भी सच है। जलपान यात्रा पैकेज का एक अपरिहार्य घटक है जो कि आपकी यात्रा को बेहतर या बोझिल बना सकता है।

टाइपोलॉजी

- विभिन्न योजनाएं: एपी/एमएपी/ईपी
- सामान्य और थीम रेस्तरां
- फास्ट फूड प्रतिष्ठान

- पब

खरीदारी: भारतीय संदर्भ में खरीदारी सबसे अधिक इस्तेमाल और दुरुपयोग किया जाने वाला घटक रहा है। क्योंकि हर कोई इसे लंबे समय से संजोई गई यादों के स्रोत के रूप में देखता है और इसलिए खरीदारी पर्यटकों के जीवन का एक अभिन्न अंग है। आमतौर पर पर्यटक अद्वितीय और स्वदेशी स्मृतिचिह्नों की तलाश करते हैं और इसलिए गंतव्य अर्थव्यवस्था में यह प्रभावी योगदानकर्ता हो सकते हैं।

मनोरंजन: आमतौर पर भारत में तैयार किए जाने वाले यात्रा कार्यक्रमों में साहसिक यात्राओं को शामिल नहीं किया जाता है। दिन भर की थका देने वाली यात्राओं के बाद हर कोई एक आरामदायक शाम का इंतजार करता है। वास्तव में सावधानीपूर्वक नियोजित मनोरंजन सुविधाएँ स्वयं एक आकर्षण बन सकती हैं और यदि स्थानीय कलाकारों को काम पर रखा जाता है तो गंतव्य की क्षेत्रीय अर्थव्यवस्था के लिए अधिक आर्थिक लाभ हो सकता है।

---

#### 14.4 पर्यटन मांग और आपूर्ति की अनूठी विशेषताएं

---

इसमें शामिल कठिनाइयों को समझने और उनकी सराहना करने के लिए, पर्यटन और यात्रा पर विशेष जोर देने के साथ मांग और आपूर्ति की विशेषताओं पर विचार करना आवश्यक है।

---

##### 14.4.1 मांग

---

आगे बढ़ने से पहले पर्यटन की मांग के बारे में स्पष्ट जानकारी होना बहुत जरूरी है। पर्यटन मांग की कुछ प्रमुख विशेषताएं निम्नलिखित हैं:

- सहजता और अनिश्चितता: पर्यटन की मांग में बहुत अधिक अनिश्चितता और स्वतःस्फूर्त होती है, यानी किसी भी अवधि के लिए भविष्यवाणी करना बहुत मुश्किल है। पिछले रुझान अनुमानों से कुछ अंदाजा लगाया जा सकता है लेकिन वे भी बहुत अधिक विश्वसनीय नहीं हैं। जब मांग आपूर्ति से अधिक होती है, तो ग्राहक आमतौर पर नाखुश होते हैं।
- परिवर्तनशीलता: पर्यटन की मांग प्रत्येक माह के प्रत्येक दिन के प्रत्येक घंटे में समान नहीं होती है। यह उतार-चढ़ाव वाला रहता है और घटता-बढ़ता रहता है। यदि हम एक नियत समय में मांग को पूरा करना चाहते हैं तो अधिक पूंजी निवेश करने की आवश्यकता है। मूल्य निर्धारण रणनीतियों की योजना बनाई जानी चाहिए। मार्केटिंग के प्रयास जैसे- पीक प्राइसिंग, मिड-सीजन प्राइसिंग और ऑफ-पीक प्राइसिंग आमतौर पर पर्यटन में अपनाए जाते हैं और कभी-कभी आकर्षक टैरिफ के कारण के रूप में भी काम करते हैं।
- चरण आधारित मांग की बहुलता: किसी भी पर्यटन स्थल, उत्पाद या आकर्षण के किसी भी समय कई उपयोग होते हैं। इसका अर्थ यह है कि किसी स्थान या आकर्षण या सुविधा पर विभिन्न प्रेरणाओं और आवश्यकताओं वाले व्यक्तियों के समूह अक्सर आते हैं। नतीजतन, हम एक ही गंतव्य या संसाधन या आकर्षण से उत्पन्न मांग की

एक श्रृंखला का अनुभव करते हैं। उदाहरण के लिए, पूरे वर्ष गोवा लाखों पर्यटकों को आकर्षित करता है। अब किसी भी समय कुछ पर्यटक धूप सेंकने में रुचि रखते हैं, कुछ राज्य के सांस्कृतिक परिदृश्य में रुचि रखते हैं, कई लोग व्यवसाय या कॉर्पोरेट बैठकों के कारण उपस्थित हो सकते हैं, जबकि कुछ समूह उस स्थान के पेय पदार्थों और व्यंजनों का आनंद ले सकते हैं। विभिन्न खंडों में मूल्य परिवर्तन की प्रेरणाएँ, आवृत्तियाँ और प्रतिक्रियाएँ भिन्न-भिन्न हैं।

- लोच: कीमत परिवर्तन के प्रति संवेदनशीलता को आम तौर पर लोच कहा जाता है। लोचदार माँग प्रतिस्थापन के प्रति संवेदनशील है और बेलोचदार माँग प्रतिस्थापन के प्रति संवेदनशील नहीं है। व्यावसायिक यात्रा की तुलना में आनंद यात्रा अधिक लोचदार होती है, जिसका अर्थ है कि प्राथमिक या आवेगपूर्ण माँग लोचदार होती है और व्युत्पन्न या बाध्यकारी माँग अपेक्षाकृत बेलोचदार होती है।

- लगातार बढ़ती प्रतिस्पर्धा: पर्यटन उद्योग की एक उल्लेखनीय विशेषता यह है कि इसमें संरक्षण का अभाव है, यानी पर्यटक उन सेवाओं का उपयोग करते हैं जो उन्हें कंपनी की परवाह किए बिना सबसे अच्छा लाभ प्रदान करती हैं। जाहिर है, पैसे का मूल्य और सेवाओं की गुणवत्ता ग्राहकों के निर्णय लेने को प्रभावित करने वाले कारकों की सूची में सबसे ऊपर है। दिलचस्प बात यह है कि हर साल कई नए उद्यम नवीन विचारों के साथ मुख्य धारा से जुड़ रहे हैं। इससे ऐसी स्थिति पैदा होती है जहां प्रतिस्पर्धा नई ऊंचाइयों को छूती है; इसका मतलब है कि व्यावसायिक माहौल अत्यधिक प्रतिस्पर्धी है और किसी उद्यम द्वारा उठाया गया कोई भी बुद्धिमान कदम पूरे समीकरण को प्रभावित कर सकता है। हमें रणनीतिक नीतियां लागू करने की जरूरत है, जो उभरती परिस्थितियों के साथ बदलनी तय हैं। जैसे दो बिंदुओं के बीच चलने वाली अलग-अलग ट्रेनें एक-दूसरे से कड़ी प्रतिस्पर्धा करती हैं।

---

#### 14.4.2 आपूर्ति

---

दिलचस्प बात यह है कि पर्यटन आपूर्ति तेजी से बढ़ने वाली उपभोक्ता वस्तुओं (एफएमसीजी) या किसी अन्य प्रकार के उत्पाद से बहुत अलग है। आइए इनमें से कुछ पर चर्चा करें।

- मूल्य निर्धारण में लचीलापन: पर्यटन में आपूर्ति की कीमत कुछ कारकों के कारण भिन्न होती है। उदाहरण के लिए, कीमत आम तौर पर समूह के आकार के साथ कम हो जाती है। यानी समूह के सदस्यों की संख्या बढ़ने के साथ कीमत घटती जाती है।

- भंगुरता : आपूर्ति को भविष्य में उपयोग के लिए संग्रहीत नहीं किया जा सकता है। इसलिए प्रबंधन को अपनी वस्तुएं बेचनी ही होंगी। मान लीजिए, यदि 100 सीटों वाले विमान में किसी विशेष उड़ान में केवल 60 यात्री हैं तो अगली उड़ान में बिना बिकी 40 सीटें नहीं बेची जा सकतीं।

- स्वतंत्र और पूरक घटक: वे घटक जो एक साथ मिलकर एक संपूर्ण पर्यटन उत्पाद सुनिश्चित करते हैं; स्वतंत्र रूप से भी प्रभावी ढंग से कार्य कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, किसी होटल को परिवहन के साथ पैक किए बिना या

किसी टूर ऑपरेटर की भागीदारी के बिना प्रचारित किया जा सकता है फिर भी एसोसिएशन के परिणामस्वरूप सुनिश्चित और बेहतर व्यावसायिक योजना बंटी है क्योंकि ये घटक एक-दूसरे के पूरक होते हैं और, साथ में, मूल्य भी बढ़ाते हैं। इस प्रकार, इन घटकों के बीच एक सहज समन्वय सुनिश्चित करने के लिए बहुत सारे प्रभावी प्रबंधकीय कौशल की आवश्यकता होती है।

- स्थान में निश्चितता: पर्यटन के मामले में आपूर्ति को ग्राहकों तक भौतिक रूप से नहीं ले जाया जा सकता है। बल्कि उपयोगकर्ताओं को इसका उपयोग करने के लिए उत्पाद, सुविधा या आकर्षण केंद्र तक आना होगा। उदाहरण के लिए हम ताज या होटल मौर्य शेरटन को उस स्थान पर नहीं ले जा सकते जहां हमारे ग्राहक स्थित हैं। यह, स्पष्ट रूप से, उपभोक्ता वस्तुओं (चाय की पत्तियों) से भिन्न है जिसे ग्राहकों के स्थान पर आसानी से ले जाया जा सकता है।
- छोटी अवधि में अनम्यता: मांग तात्कालिक है लेकिन आपूर्ति नहीं। किसी घटक के लिए योजना बनाने और ऑर्डर देने के बीच, ऑर्डर देने और उसे प्राप्त करने के बीच, उसे सेवा में लगाने और उसे खत्म करने के बीच लंबा समय होता है। इस प्रकार मांग में तेजी से बदलाव हो सकता है, लेकिन आपूर्ति को समायोजित करने में काफी समय लगता है।
- स्थिर लागत और परिवर्तनीय लागत का उच्च अनुपात: पर्यटन अत्यधिक पूंजी गहन है – पर्यटन इकाइयों, बुनियादी ढांचे, जनशक्ति आदि पर बहुत अधिक पैसा खर्च होता है। लागत के उच्च स्तर के कारण, परिचालन की वृद्धिशील लागत कम होती है।
- मूर्तता और अमूर्तता का संयोजन: पर्यटन आपूर्ति मूर्त (जिसे भौतिक रूप से छुआ और महसूस किया जा सकता है) और अमूर्त (जिसे भौतिक रूप से देखा या छुआ नहीं जा सकता, लेकिन अनुभव किया जा सकता है) का एक विचित्र संयोजन है। हालाँकि किसी रेस्तरां में भोजन को मूर्त चीजों की श्रेणी में रखा जा सकता है, फिर भी वहाँ का माहौल अमूर्तता का एक अच्छा उदाहरण है।

---

### 14.5 पर्यटन मांग और आपूर्ति को मापना

---

पर्यटन मांग का मापन एक जटिल प्रक्रिया है। मांग की गणना के लिए बेहद प्रभावी तरीकों को लागू करना होगा। यह प्रक्रिया भविष्योन्मुखी होने के कारण इसमें हमेशा उच्च स्तर की संभावना बनी रहती है। इसका मतलब यह है कि मांग का सटीक अनुमान लगाना बहुत मुश्किल है। इस तथ्य के पीछे कारण बताने के लिए पहले चर्चा की गई मांग की विशेषताओं का संदर्भ लें।

---

#### 14.5.1 क्या मापा जाता है?

---



- वॉल्यूम स्टैटिक्स: किसी स्थान पर आने वाले या बाहर जाने वाले पर्यटकों की संख्या की गणना को संदर्भित करते हैं। तो, यह माप हमें इनबाउंड (i/b) और आउटबाउंड (o/b) पर्यटकों की आवाजाही के बारे में एक विचार देता है। यह बेहद महत्वपूर्ण है, यह ध्यान में रखते हुए कि आने वाले या बाहर जाने वाले पर्यटकों की संख्या, हमें पर्यटकों को समायोजित करने के लिए बुनियादी ढांचे और सुविधाओं और गतिविधियों के स्तर की योजना बनाने में मदद करती है।
- मूल्य (व्यय) आँकड़े: पर्यटकों की यात्रा के परिणामस्वरूप किसी गंतव्य को होने वाले मौद्रिक लाभ का संकेत है। इसमें पर्यटकों की खर्च करने की क्षमता और खर्च के तरीके की जानकारी जुटाना भी शामिल है। खर्च करने की शक्ति उस धनराशि को इंगित करती है जो पर्यटकों द्वारा अपनी पर्यटन गतिविधियों पर खर्च की जा सकती है। जबकि व्यय पैटर्न पर्यटकों के घटक-वार खर्चों का विवरण है (मतलब एक पर्यटक आवास, परिवहन, भोजन और पेय पदार्थ, खरीदारी आदि पर कितना खर्च करता है)।
- आगंतुक प्रोफ़ाइल: आमतौर पर यह कहा जाता है कि "पर्यटकों का मस्तिष्क एक ब्लैक होल की तरह होता है"। यह अनुमान लगाना बहुत मुश्किल है कि पर्यटकों के दिलो-दिमाग में क्या चल रहा है? सीधे शब्दों में कहें तो किसी पर्यटक या पर्यटकों के समूह की धारणाओं, अपेक्षाओं, पसंद और नापसंद का पता लगाना बहुत कठिन है। इसलिए, पर्यटकों के व्यवहार और आवश्यकताओं से संबंधित पहलुओं का रिकॉर्ड रखना अनिवार्य हो जाता है। आगंतुक प्रोफ़ाइल का अध्ययन हमें पर्यटकों के मानस में महत्वपूर्ण गुणात्मक अंतर्दृष्टि प्रदान करता है, जो मांग और आपूर्ति के बीच संतुलन स्थापित करने के लिए महत्वपूर्ण है ताकि ग्राहकों की संतुष्टि के उच्च स्तर को सुनिश्चित किया जा सके, साथ ही आपूर्ति श्रृंखला में एक लिंक का अधिकतम लाभ उठाया जा सके।

---

### 14.5.2 पर्यटन मांग और आपूर्ति को क्यों मापा जाता है?

---

पर्यटन की मांग और आपूर्ति को मापने के पीछे प्रमुख कारण निम्नलिखित हैं:

- स्वदेशी समुदाय के लिए पर्यटन के योगदान का आकलन करना
- प्रभावी क्षेत्र और उत्पाद विकास नीतियों और योजना की तैयारी में सहायता करना
- मार्केटिंग और प्रमोशन के लिए
- रुझानों का अध्ययन करना
- भविष्य में होने वाले परिवर्तनों की भविष्यवाणी करना

---

### 14.5.3 मापन की विधियाँ

---

#### वॉल्यूम सांख्यिकी

- प्रवेश और निकास बिंदुओं पर गिनती प्रक्रियाओं का उपयोग करके: यह सबसे अधिक उपयोग की जाने वाली प्रक्रियाओं में से एक है और उन गंतव्य स्थल के मामले में अत्यधिक प्रभावी है जहां अच्छी तरह से परिभाषित और मानवयुक्त प्रवेश और निकास बिंदु हैं। यह गिनती उन व्यक्तियों की महीने-वार संख्या प्रदान करती है जो किसी विशेष क्षेत्र में एकत्रित हुए हैं और इसे मांग में बदल दिया जाता है।
- अंतरराष्ट्रीय वाहकों के रिकॉर्ड से: सभी वाहकों (यानी एयरलाइंस) के पास किसी विशेष देश में जाने वाले यात्रियों की संख्या के बारे में सटीक जानकारी होती है, क्योंकि यात्रियों को उड़ान में चढ़ते और उतरते समय चढ़ने और उतरने के कार्ड भरने होते हैं। वीजा यात्रा(यात्राओं) के कारणों का खुलासा करता है।
- सरकारी कार्यालयों के रिकॉर्ड से: लगभग सभी देशों में, सरकारी प्रतिष्ठान पर्यटकों के आवागमन का रिकॉर्ड रखते हैं और उसका भी विभिन्न मापदंडों के तहत विश्लेषण किया जाता है; जैसे देश और मूल क्षेत्र, आयु-समूह, रुचियां और उद्देश्य आदि। भारत और कुछ राज्य सरकारें ऐसे रिकॉर्ड रखती हैं जो वर्तमान मांग के बारे में जानकारी के बहुत प्रभावी स्रोत हैं, और जब रुझानों के लिए सांख्यिकीय विश्लेषण किया जाता है तो भविष्य की मांग के बारे में भी संकेत मिल सकते हैं।
- आवास प्रतिष्ठानों में पंजीकरण रिकॉर्ड का संग्रह: जानकारी एकत्र करने का एक और लोकप्रिय तरीका जिसकी व्याख्या आने वाले ग्राहकों की मात्रा से संबंधित पर्यटन मांग के संदर्भ में की जा सकती है।

### मूल्य सांख्यिकी

- नमूना सर्वेक्षणों के माध्यम से: यह बहुत सामान्य रूप से उपयोग की जाने वाली तकनीक है। इसमें शोधकर्ता नमूने उठाता है; यानी उत्तरदाता से उसके बारे में जानकारी मांगता है। इसमें व्यक्ति से पूछे जाने वाले प्रश्नों के बारे में बेहद सचेत रहना होगा, क्योंकि उत्तरदाता की ओर से गलत व्याख्या किए जाने की संभावना रहती है।
- विदेशी मुद्रा विवरण का विश्लेषण करके: पर्यटकों के विदेशी मुद्रा विवरण पर्यटकों के व्यय और व्यय पैटर्न के बारे में जानकारी प्रदान करते हैं। यह एक बहुत प्रभावी तरीका है, क्योंकि यह गंतव्य और पारगमन क्षेत्रों की विदेशी मुद्रा आय के अलावा, पर्यटकों की जरूरतों को पूरा करने के लिए बनाए जाने वाले बुनियादी ढांचे और संरचना के स्तर और टाइपोलॉजी का मार्ग प्रशस्त करता है।
- आपूर्तिकर्ताओं का सर्वेक्षण आयोजित करके: बेचे गए उत्पादों या सेवाओं की मात्रा उत्पन्न मांग के सीधे आनुपातिक है। अतः यह विधि भी आवश्यक जानकारी जुटाने में महत्वपूर्ण साबित हुई है।

### पर्यटक प्रोफ़ाइल

- पर्यटकों का सर्वेक्षण करके: पर्यटकों के सर्वेक्षण से उनकी व्यक्तिगत प्रोफ़ाइल, अपेक्षाओं और खरीदारी व्यवहार के बारे में जानकारी सामने आ सकती है। हालांकि आमतौर पर इसका उपयोग किया जाता है, फिर भी यह जटिल है क्योंकि पर्यटकों से समय और सही जानकारी मांगना मुश्किल है।
- प्रतिष्ठानों और आकर्षणों पर पर्यटकों के व्यवहार के अध्ययन के माध्यम से: यह मूल रूप से एक अवलोकन तकनीक है। इसमें पर्यटकों पर कड़ी नजर रखी जाती है और उनके व्यवहार का कुछ पूर्व-स्थापित मापदण्डों के आधार पर अध्ययन किया जाता है। पर्यवेक्षकों को मानव व्यवहार के बारे में अत्यधिक जानकारी होनी चाहिए और उनके पास विश्लेषणात्मक कौशल होना चाहिए।
- आपूर्तिकर्ताओं द्वारा प्रदान की गई जानकारी से: यह तकनीक आपूर्तिकर्ता पर्यटकों के व्यवहार पर जानकारी एकत्र करने का बेहद महत्वपूर्ण स्रोत हैं, क्योंकि ये मांग और आपूर्ति के बीच की कड़ी हैं और वर्तमान और भविष्य के रुझानों के बारे में जानते हैं। वास्तव में आपूर्तिकर्ताओं द्वारा प्रदान की गई जानकारी को गुणवत्ता सुधार के संदर्भ में लिया जाता है यह गुणात्मक मांग, भविष्य की आपूर्ति की प्रभावी ढंग से योजना बनाने के लिए और नेतृत्व प्रदान करने के लिए अत्यधिक उपयोगी है।

---

## 14.6 सारांश

---

उपर्युक्त इकाई में अब तक हमने पर्यटन की मांग, आपूर्ति, उनकी टाइपोलॉजी, उनके कारकों की अवधारणा को समझने की कोशिश की है। संक्षेप में पर्यटन मांग को उन उत्पादों, सेवाओं या सुविधाओं की मात्रा के रूप में वर्णित किया जा सकता है जो एक निश्चित मूल्य-सीमा के भीतर और निर्दिष्ट समय अवधि के दौरान एक अच्छी तरह से परिभाषित भौगोलिक क्षेत्र से खरीदे या उपभोग किया जाता है।

दिए गए मानदंडों के आधार पर, मांग को वास्तविक या संभावित/अव्यक्त और बाध्यकारी के रूप में वर्गीकृत किया जाता है। जैसा कि उप-इकाई 2.3.2 में चर्चा की गई है; पर्यटन आपूर्ति के प्रमुख घटकों में शामिल हैं- आवास, परिवहन, खान-पान, गाइड और एस्कॉर्टिंग सेवाएं और मनोरंजन तथा खरीदारी। दैनिक जीवन में प्रयुक्त होने वाली कुछ ऐसी विशेषताएं हैं जो पर्यटन में मांग और आपूर्ति को किसी भी अन्य क्षेत्र से अलग बनाती हैं।

पर्यटन मांग के मापन की बात करें तो, अब तक आप जान गए होंगे कि इस मामले में मापन या तो मूल्य आधारित या मात्रा आधारित या व्यवहार आधारित होता है। मूल्य के आकलन में हम आर्थिक लाभ पर ध्यान केंद्रित करते हैं, जबकि मात्रा, सांख्यिकी में पर्यटकों की संख्या पर जोर दिया जाता है। तीसरी श्रेणी में मूल रूप से पर्यटकों की प्रोफ़ाइल का अध्ययन किया जाता है क्योंकि इसमें अपेक्षाओं और दौर के बाद की संतुष्टि के स्तर से बेहद करीबी रिश्ता होता है। एक बात जो आपको नहीं भूलनी चाहिए वह यह है कि पर्यटन की मांग का माप गुणात्मक और मात्रात्मक दोनों ही होता है।

---

## 14.7 सन्दर्भ सूची

---

1. British Tourist Authority: Digest of Tourist Statistics.
2. Kaul, R. N., Dynamics of Tourism: A Trilogy, Sterling, New Delhi
3. McIntosh, Robert, W Goeldner, R Charles, Tourism: Principles, Practices and Philosophies- John Wiley and Sons Inc. New York 1990.
4. Philip Kotler Gary Armstrong, Principles of Marketing- PHI Ltd.
5. Ramaswami., Marketing Management - Fundamentals of Marketing- William J. Stouton, Mc Graw Hill Co.

---

### 14.9 निबंधात्मक प्रश्न

---

1. पर्यटन मांग के दायरे और प्रकृति से आप क्या समझते हैं?
2. टाइपोलॉजी और मांग को प्रभावित करने वाले कारकों पर एक नोट लिखें।
3. आप पर्यटन आपूर्ति, आपूर्ति श्रृंखला और पर्यटन आपूर्ति के घटकों की व्याख्या कैसे करेंगे?
4. पर्यटन मांग और आपूर्ति की अनूठी विशेषताएं क्या हैं?
5. आप पर्यटन मांग को कैसे मापते हैं और माप के विभिन्न तरीके क्या हैं?

---

### गतिविधि:

---

अपने क्षेत्र में होटल संपत्तियों का सर्वेक्षण करने के बाद, निम्नलिखित का पता लगाएं:

- पिछले एक वर्ष में पर्यटकों द्वारा उपयोग किए जाने वाले बिस्तरों की संख्या में वृद्धि या कमी और कमरे के टैरिफ में परिवर्तन।
- अपनी पसंद के किसी पर्यटन स्थल पर आने वाले 25 पर्यटकों के मूल स्थान और परिवहन संबंधी आवश्यकताओं का पता लगाने का प्रयास करें।