

खंड

6

यात्रा और पर्यटन का विकास

इकाई 18

अधिसंरचनात्मक विकास

5

इकाई 19

व्यापार में तालमेल

20

इकाई 20

पर्यटन के खतरे और बाधाएँ

27

इस खंड के लिए कुछ उपयोगी पुस्तकें

35

इस खंड के लिए अभ्यास

35

पाठ निर्माण दल*

इकाई 1-3 (टी.एस.-01)

प्रो.कपिल कुमार
प्रो. ए.आर.खान
प्रो. स्वराज बासु
डॉ. अजय मोहुकर
इतिहास संकाय सदस्य
इग्नू

इकाई 4-6 (टी.एस.-1 और टी.एस.-2)

प्रो.कपिल कुमार
प्रो. ए.आर.खान
प्रो. स्वराज बासु
डॉ. अजय मोहुकर
इतिहास संकाय सदस्य
इग्नू

इकाई 18-20 (टी.एस.-1 और टी.एस.-6)

प्रो.कपिल कुमार
प्रो. ए.आर.खान
प्रो. स्वराज बासु
डॉ. अजय मोहुकर
इतिहास संकाय सदस्य
इग्नू

* बी.टी.एम.सी-131 पर्यटन एवं आतिथ्य प्रबंध विद्यापीठ (एस.ओ.टी.एच.एस.एम.) के तीन पाठ्यक्रमों से लिया गया है जिनके नाम इस प्रकार हैं टी.एस-1, टी.एस-2, एवं टी.एस-6

पाठ निर्माण एवं अनुकूलन दल

प्रो. जितेन्द्र श्रीवास्तव, निदेशक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम (अध्यक्ष)
डॉ. पारोमिता शुक्लाबैद्या, सहायक प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम
डॉ. सोनिया शर्मा, सहायक प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम
डॉ. तांगजाखोम्बी आकोइजम, सहायक प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम
डॉ. अरविन्द कुमार दुबे, सहायक प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम (संपादक)

कार्यक्रम संयोजक

डॉ. अरविन्द कुमार दुबे
सहायक प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम

पाठ्यक्रम संयोजक

डॉ. सोनिया शर्मा, सहायक प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम
डॉ. अरविन्द कुमार दुबे, सहायक प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम

खंड संयोजक

डॉ. सोनिया शर्मा, सहायक प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम

संकाय सदस्य

प्रो. जितेन्द्र श्रीवास्तव, निदेशक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम (अध्यक्ष)
डॉ. पारोमिता शुक्लाबैद्या, सहायक प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम
डॉ. अरविन्द कुमार दुबे, सहायक प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम

डॉ. हरकीरत बैस, सह-प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम
डॉ. सोनिया शर्मा, सहायक प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम
डॉ. तांगजाखोम्बी आकोइजम, सहायक प्राध्यापक

सामग्री निर्माण दल

श्री तिलक राज
सहायक कुल सचिव (प्रकाशन)
एम.पी.डी.डी., इग्नू, नई दिल्ली

श्री यशपाल
अनुभाग अधिकारी (प्रकाशन)
एम.पी.डी.डी., इग्नू, नई दिल्ली

वर्तनी शोधन

डॉ. सुरेश कुमार गोहे
टंकण सहायक
श्रीमती कौशल्या सैनी

सितम्बर, 2019

© इंदिरा गांधी राष्ट्रीय विश्वविद्यालय, 2019

ISBN : 978-93-89499-35-3

सर्वाधिकार सुरक्षित, इस कार्य का कोई भी अंश इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय की लिखित अनुमति लिए बिना किसी भी रूप में मिमियोग्राफ (चक्र मुद्रण) द्वारा या अन्यथा किसी अन्य साधन से पुनः प्रस्तुत करने की अनुमति नहीं है।

इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय के पाठ्यक्रम के बारे में अधिक जानकारी विश्वविद्यालय के मैदान गढ़ी नई, दिल्ली - 110068 स्थित कार्यालय से प्राप्त की जा सकती है।

इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय नई दिल्ली की ओर से कुल सचिव एम.पी.डी.डी इग्नू द्वारा मुद्रित एवं प्रकाशित।

लेजर टाइपसेटर : टेसामीडिया एण्ड कंप्यूटर्स, सी-206, ए.एफ.ई.2, जामिया नगर, नई दिल्ली

मुद्रक : मैसर्स ए-वन ऑफसेट प्रिंटर्स, 5/34, कीर्ति नगर, इंडस्ट्रियल एरिया, नई दिल्ली-110015 द्वारा मुद्रित।

खंड 6 यात्रा और पर्यटन का विकास

यह खंड यात्रा और पर्यटन के विकास के साथ आपको परिचित करने का प्रयास करता है। पर्यटन उद्योग की विभिन्न लागतें जो पर्यटन का अनुभव प्रदान करती हैं, जो कि एक दूसरे से पर्यटन और इन घटकों के अन्योन्याश्रय अनुभव प्रदान करती हैं। पर्यटन विकास और नीति निर्माण के संबंध में उनके निहितार्थ और प्रासंगिकता के संबंध में खतरों और बाधाओं पर भी चर्चा करेंगे।

इकाई 18 में अधिसंरचनात्मक विकास, गुणवत्ता प्रबंधन, मानकीकरण, ग्राहक संतुष्टि मानदंड और अवरोधों पर बल दिया गया है।

इकाई 19 में पर्यटन उद्योग के विविध संघटकों के आपसी तालमेल की चर्चा की गई है। इस संयुक्त प्रयास से पर्यटन विपणन में विशेष लाभ होता है।

इकाई 20 इस इकाई में पर्यटन विकास से जुड़े खतरों और बाधाओं का जिक्र किया गया है।



इकाई की रूपरेखा

- 18.0 उद्देश्य
- 18.1 प्रस्तावना
- 18.2 महत्वपूर्ण मुद्दे
- 18.3 अधिसंरचना
- 18.4 अंतर्राष्ट्रीय स्तर
- 18.5 अधिसंरचना का प्रबंधन
- 18.6 अवरोध और कमियाँ
- 18.7 वैकल्पिक दृष्टिकोण
- 18.8 सारांश
- 18.9 बोध प्रश्नों के उत्तर

18.0 उद्देश्य

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप :

- अधिसंरचना को परिभाषित कर सकेंगे;
- गुणवत्ता प्रबंधन और गुणवत्ता उत्पाद की बिक्री में इसके महत्व को समझ सकेंगे;
- मानकीकरण की अवधारणा और किसी स्थल के विपणन को बढ़ावा देने में इसकी भूमिका जान सकेंगे;
- भारत में उपस्थित अवरोधों और कमजोरियों का समाधान प्रस्तुत कर अपने स्थल की संभावनाओं का विकास कर सकेंगे;
- आज की मांग पर आधारित पर्यटन व्यवस्था के महत्वपूर्ण पहलुओं और ग्राहक संतुष्टि में अधिसंरचना की भूमिका को रेखांकित कर सकेंगे; और
- प्रचलित दृष्टिकोण का विकल्प ढूँढ सकेंगे।

18.1 प्रस्तावना

इस पाठ्यक्रम की कई इकाइयों में "अधिसंरचना" शब्द से आपका वास्ता पड़ा है। कई बार आपने यह सुना होगा कि अधिसंरचना के अभाव के कारण पर्यटन की गति धीमी हो गई, आदि। पर्यटकों को आकृष्ट करने के लिए कुछ आधारभूत अधिसंरचना की जरूरत होती है। इस इकाई में हम आपको पर्यटन अधिसंरचना से जुड़े कुछ मुद्दों से परिचित करवाएंगे। आरंभ में, पर्यटन में अधिसंरचना के अर्थ पर विचार करने के बाद इस इकाई में अधिसंरचना के मानक और इसके प्रबंधन पर विचार विमर्श किया गया है। इस इकाई में इससे संबद्ध कई दृष्टिकोणों पर विचार किया गया है। अधिसंरचना विकास संबंधी सरकारी नीति की कमियों के साथ-साथ इस इकाई में उसका विकल्प भी सुझाया गया है।

18.2 महत्वपूर्ण मुद्दे

पर्यटन का बाजार कुछ क्षेत्रों तक सीमित हो गया है। जहां पर्यटन सेवा और उत्पाद की आपूर्ति की सुलभता होती है और पैसे भी कम खर्च होते हैं वहां पर्यटकों का आवागमन तेज हो जाता है। इसी से जन पर्यटन का जन्म होता है और परिणाम की तुलना में गुणवत्ता को नजरअंदाज कर दिया जाता है। हालांकि जब हम अधिसंरचना का मुद्दा उठाते हैं तो दो प्रमुख विरोध नजर आते हैं:

- 1) पर्यटन पर्यटक की दृष्टि का विस्तार करता है और ऐसा करते वक्त उसकी परिधि में ऐसे स्थल आते हैं जो आर्थिक, सामाजिक और सांस्कृतिक दृष्टि से पर्यटक के माहौल से अलग हों। कई पर्यटक या तो इस अंतर को पचा नहीं पाते हैं या ऐसा करना उनके लिए काफी मुश्किल होता है।
- 2) पर्यटन लोगों को उनके घरों से बाहर निकालता है फिर भी वे "अपना माहौल" बनाए रखना चाहते हैं। इसके लिए अंतर्राष्ट्रीय वायुसेवा, अंतर्राष्ट्रीय टूर ऑपरेटर और अंतर्राष्ट्रीय होटलों की शृंखला सहायक सिद्ध होती है। वे सुरक्षा और एकाकीपन में सफर करना चाहते हैं। उन्हें वातानुकूलन चाहिए और साथ ही सामान, संस्कृति, पैसे और नैतिकता की सुरक्षा चाहिए। इससे आर्थिक और सामाजिक लाभ कम हो जाते हैं। विरोधी स्थितियों का एक उपाय यह है कि राज्य आगे की सोचे और पर्यटन विकास की योजना बनाए ताकि पर्यटन अधिसंरचना और सेवाओं से स्थानीय जनता की आधारभूत आवश्यकताओं पर चोट न पहुंचे और उनकी आमदनी, रोजगार बढ़े तथा उनका विकास हो। अगर हम चाहते हैं कि पर्यटन स्थानीय लोगों के लिए खतरनाक साबित न हो तो हमें इसे समझना होगा और इसका निरीक्षण करना होगा। इसमें निम्नलिखित गतिविधियां सम्मिलित होनी चाहिए :
 - i) पर्यटन और अन्य गतिविधियों के आपसी संबंध को देखने के लिए एक प्रारूप का निर्माण।
 - ii) छुट्टी अच्छी तरह बिताने के लिए घरेलू पर्यटकों के लिए खास इंतजाम।
 - iii) कामगारों और मजदूरों को पर्यटन की ओर आकर्षित करने के लिए रियायत।
 - iv) राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था में पर्यटन की भूमिका का विश्लेषण।
 - v) पर्यटन गतिविधि के सभी संभव पहलुओं के लिए पर्याप्त ढांचे के लिए विधि निर्माण।
 - vi) पर्यटकों की सुरक्षा ताकि वे बेहतर माहौल में निश्चित मन से घूम-फिर सकें।
 - vii) स्थल पर व्यक्तियों और समुदायों के अधिकारों की रक्षा और मुनाफे में उनका हिस्सा।

पर्यटन व्यापार में अधिसंरचना के साथ इन सभी पहलुओं का महत्वपूर्ण रिश्ता है।

18.3 अधिसंरचना

पश्चिमी देशों से आने वाले पर्यटकों लिए The Lonely Planet Guide एक महत्वपूर्ण पुस्तक है। इसमें लिखा है कि "मलेशिया, सिंगापुर और ब्रूनेई पर्यटक को सुलभता से एशिया की सुगंध से परिचित कराते हैं।" इसका कारण है कि यहां "परिवहन सुविधाएं अच्छी हैं, आवासीय स्तर ऊंचा है, भोजन बढ़िया है। (कभी-कभी अति सुस्वादु) और आगंतुकों को कम से कम परेशानी का सामना करना पड़ता है।"

इन क्षेत्रों में देखने और घूमने के लिए कई भौगोलिक और सांस्कृतिक उत्पाद उपलब्ध हैं, जैसे समुद्र का किनारा, पहाड़, नदियां, वन्य जीवन, शहर, लोग और भोजन। अधिसंरचना के मुद्दे पर ध्यान दिए बिना इस प्रकार की प्रगति असंभव थी।

अधिसंरचना का अर्थ

किताबों में अधिसंरचना का उल्लेख करते हुए कहा गया है कि यह भूमि के भीतर अवस्थित होता है और भूमि के ऊपर स्थित वस्तुओं को सहारा दिए रहता है। पर्यटन आपूर्ति के मामले में यह परिभाषा काफी नहीं है। **क्योंकि पर्यटन उत्पाद जटिल है, जिसकी कोई सीमा नहीं है यह पूरी पृथ्वी पर फैला हुआ है और एक कारखाने में इन्हें एक साथ नहीं रखा जा सकता है।** इसलिए, पर्यटन परिघटना की जरूरतों को देखते हुए हमें इस परिभाषा को विस्तार देना होगा।

किसी देश विशेष में भौतिक रूप से अवस्थित पर्यटन उत्पाद पर मनुष्य मात्र का स्वामित्व होता है। भ्रमण की स्वतंत्रता और कहीं आने-जाने की छूट अधिसंरचना का पहला पहलू है। इसमें अंतर्राष्ट्रीय संबंध, विश्व व्यापी समझौता, अंतर्राष्ट्रीय नीतियां, दोस्ताना संबंध और दुश्मनी आदि मुद्दे शामिल होते हैं।

किसी देश में पर्यटन उत्पाद कोई अलग क्षेत्र नहीं होता है। इसका संबंध राष्ट्रीय जीवन से संबद्ध अन्य क्षेत्रों, मसलन कृषि, वानिकी, उत्पादन, रहने की पद्धति, धर्म, व्यापार, स्वास्थ्य और भूमि उपयोग से होता है। अतः यह संबंध केवल भ्रमण के विक्रेता और खरीददार का संबंध नहीं होता है **क्योंकि पर्यटन आपूर्ति सामुदायिक जीवन का एक हिस्सा होता है। इसका कारण यह है कि पर्यटन संबंधी उत्पाद और घरेलू निवासियों से संबंधी उत्पाद एक दूसरे में घुले-मिले होते हैं और एक दूसरे की सीमा का उल्लंघन करते हैं, मसलन परिवहन, होटल, मनोरंजन और संस्कृति, उद्यान, संग्रहालय, अभयारण्य, शहर, पहाड़, रास्ते, खेलकूद की सुविधाएँ और पूजा के स्थल।** स्थानीय समुदाय इनके प्रति जितना गौरव महसूस करेगा पर्यटन उत्पाद की ताकत उतनी ज्यादा बढ़ेगी। यह अधिसंरचना का दूसरा पहलू है अर्थात् समुदाय को दी जाने वाली सेवाओं के विकास का स्तर और आगंतुकों को पेश की जाने वाली सुविधाओं का स्तर। इस प्रकार, अधिसंरचना को हम उन नीतियों और संबंधों के रूप में परिभाषित कर सकते हैं जो मुक्त भ्रमण के अवरोधों या बाधाओं को हटाता है, जैसे वीजा, पासपोर्ट, मुद्रा हस्तांतरण, अंतर्राष्ट्रीय संबंध, सूचना और प्रोत्साहन और नस्ल, धर्म और स्त्री-पुरुष संबंधी भेदभाव। अधिसंरचना के अंतर्गत पानी, बिजली, जल-मल निकास, गैस, जमीन, कराधान नीतियां और जीवन के स्तर को बढ़ाने वाली अन्य सामाजिक सुविधाएँ और स्थान भी शामिल होते हैं, जैसे निर्माण, परिवहन, तंत्र (नेटवर्क), संचार सुविधाएँ, न्यायिक सुविधाएँ और सार्वजनिक सुरक्षा, कानून और व्यवस्था, शिक्षा और प्रशिक्षण।

इस प्रकार, परंपरागत या रूढ़िवादी व्यापारिक प्रतिष्ठान द्वारा अधिसंरचना प्रदान नहीं की जा सकती। योजनाबद्ध अर्थव्यवस्थाओं में सार्वजनिक/राज्य क्षेत्र और परंपरागत प्रतिष्ठान का फर्क उतना महत्वपूर्ण नहीं है जितना महत्वपूर्ण यह बाजार अर्थव्यवस्था के लिए है। इसका कारण यह है कि बाजार अर्थव्यवस्थाओं में मुनाफा और मुनाफा रहित संगठनों की अलग-अलग भूमिकाएँ अर्थव्यवस्था में उत्पादन के सामाजिक मूल्य को ज्यादा से ज्यादा ऊपर उठाने पर बल देती है। भारत जैसे देश में, जहां स्वतंत्रता के बाद धन, संसाधनों और विकास के वितरण में असमानता पाई जाती है वहां अर्थव्यवस्था के सभी क्षेत्रों में तथा अधिसंरचना की गुणवत्ता में असंतुलन रहना स्वाभाविक है। हम दिल्ली में ही झुग्गी झोपड़ियों और गंदी बस्तियों की बढ़ती संख्या को देख सकते हैं जहां इसकी वहन क्षमता

अपनी सीमा पार कर चुकी है। आज यहां के 60% निवासी झुग्गी झोपड़ियों में रहते हैं।

इस परिस्थिति में पर्यटन अधिसंरचना को अलग से खड़ा करना होगा और इसमें लागत भी ज्यादा लगेगी। इसी कारण 1992 की राष्ट्रीय कार्य योजना में कहा गया है कि सरकार अधिसंरचना प्रदान करेगी और निजी व्यापारिक प्रतिष्ठान आवास और परिवहन जैसी सुविधाएं उपलब्ध कराएंगे। इस प्रकार 50 लाख पर्यटकों के लिए सरकार 13,640 करोड़, सार्वजनिक क्षेत्र 11,600 करोड़ और निजी क्षेत्र 13,860 करोड़ निवेशित करेगा। सरकार और सार्वजनिक उद्यम का निवेश अधिसंरचना क्षेत्र में होगा जबकि निजी क्षेत्र आवास और वायु सेवा की उपलब्धता में बढ़ोत्तरी करेंगे।

बोध प्रश्न 1

1) अधिसंरचना को परिभाषित कीजिए।

.....

.....

.....

.....

.....

18.4 अंतर्राष्ट्रीय स्तर

आधुनिक काल में पर्यटन का विकास और विस्तार पश्चिमी यूरोप और अमेरिका में हुआ और 80% अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन इन्हीं इलाकों में संकेंद्रित है। दुनिया के दस बड़े पर्यटन स्थलों में तीसरी दुनिया की कोई जगह शामिल नहीं है। विश्व के अधिकतर पर्यटक भी इन्हीं पश्चिमी देशों से आते हैं। इसीलिए पर्यटक पर्यटन स्थल पर भी अपने घर जैसा माहौल चाहता है और उस स्तर की सेवाएं चाहता है। अतः परंपरागत आवासों के स्थान पर पश्चिमी शैली के होटल बन रहे हैं और रेल और सड़क परिवहन का स्थान वायु सेवा ले रही है। इसका कारण यह है कि रेल और सड़क परिवहन भारतीय स्तर के अनुरूप है जिसका स्तर कम जनसंख्या वाले देशों के स्तर से कम है। ये विकसित देश दुनिया के 60% संसाधन का उपयोग अपने लिए करते हैं। लेकिन आधुनिक पर्यटन, साहसिक पर्यटन, एकल यात्रा (बैकपैकर) पर्यावरणीय पर्यटन, कृषि पर्यटन, खाद्य पर्यटन की ओर अग्रसर है। यात्रा के उत्साही लोग स्थानों, स्थानीय लोगों व उनकी संस्कृति का पता लगाने के लिए यात्रा व आवासीय लचीलेपन की तलाश करते हैं।

लोकप्रिय व कम लोकप्रिय स्थानों पर होम स्टे (Home Stay) व एयर बी एन बी (Air BNB) को लोकप्रियता नए युग के पर्यटकों की अपने आराम बुलबुले (कम्फर्ट बबल) को त्यागने की मंशा की पुष्टि करता है।

पहले वातानुकूलन, बहता गर्म पानी, ठंडा पानी, शुद्ध पाने का पानी व स्वच्छता के पश्चिमी मानदंड वैश्विक पर्यटन बाज़ार का एक हिस्सा बनने के लिए अनिवार्य थे। इस प्रवृत्ति को एक रहने लायक स्थान, गर्म भोजन व मेहमान नवाज़ मेजबान जैसी न्यूनतम आवश्यकताओं ने बदल दिया है।

राष्ट्रीय कार्य योजना (NAP) मई 1992 में भारत सरकार व नागरिक उड्डयन और पर्यटन मंत्रालय द्वारा तैयार किया गया था। योजना के मुख्य उद्देश्य थे :

- क्षेत्रों का सामाजिक व आर्थिक विकास (उन क्षेत्रों में भी जहां आर्थिक गतिविधियां कठिन हैं तथा उस समुदाय का विकास करना है।)
- रोजगार के अवसर बढ़ाना
- घरेलू पर्यटन का विकास करना (विशेष रूप से बजट यात्री के लिए)
- प्राकृतिक विरासत एवं पर्यावरण का संरक्षण (पर्यटन का अभिन्न अंग बनाया जाएं)
- राष्ट्रीय पर्यटन का विकास और विदेशी मुद्रा के अनुकूलन पर्यटन के उत्पाद का विविधिकरण (उपभोक्ता की ज़रूरतों की पूर्ति के लिए)
- विश्व पर्यटन में भारत की हिस्सेदारी को बढ़ाना।

उपरोक्त उल्लिखित उद्देश्यों को पूरा करने के लिए निम्नलिखित रणनीतियां निर्धारित की गई हैं।

क) बुनियादी ढांचे का सुधार, ख) एकीकृत दृष्टिकोण के लिए चयनित क्षेत्रों का विकास, ग) मानव संसाधन विकास के लिए शैक्षिक संस्थानों का पुनर्गठन और विकास, घ) विदेशी पर्यटकों को आगमन को बढ़ाने के लिए नीतियों का विकास करना और इस प्रकार विदेशी मुद्रा में वृद्धि करना। इस योजना से विशेष पर्यटन क्षेत्रों का निर्माण हुआ एवं वित्तीय योजनाओं की स्थापना हुई जैसे कि निर्दिष्ट पर्यटन क्षेत्रों के लिए सहायता (ASTA) हेरिटेज होटलों व स्वास्थ्य रिसॉर्ट्स की एक विशेष श्रेणी बनाई गई। लक्ज़री ट्रेन जैसे पैलेस ऑन व्हील्स महत्वपूर्ण पर्यटन मार्गों पर शुरू की गई। संक्षेप में सभी सुविधाओं को फिर से तैयार किया गया ताकि भारत को एक महत्वपूर्ण पर्यटन स्थल बनाया जा सके।

इसके बाद वैश्विक उद्योग और पर्यटन उद्योग से संबंधित प्रगति को शामिल करने के लिए वर्ष 2002 में एक राष्ट्रीय पर्यटन नीति बनाई गई थी। इसने सतत और जिम्मेदार पर्यटन के विकास पर ज़ोर देते हुए पर्यटन के माध्यम से सामुदायिक विकास पर ध्यान केंद्रित किया। इसकी मुख्य विशेषता भारत को एक “अनुभव करने योग्य” व “फिर से आने योग्य” पर्यटन स्थल के रूप में परियोजित करना था, समृद्ध संस्कृति के रूप में परियोजित करना था। समृद्ध संस्कृति और देश की विरासत को बढ़ावा देने के अलावा यह नीति आला उत्पादों को मुख्य धारा में लायी उदाहरणार्थ चिकित्सा पर्यटन, स्वास्थ्य संबंधी पर्यटन, बैठकों प्रोत्साहन, सम्मेलन व प्रदर्शिनियों से जुड़ा पर्यटन (MICE), साहसिक पर्यटन, वन्यजीवन पर्यटन इत्यादि। राष्ट्रीय पर्यटन नीति ने पर्यटन निवेश के लिए आसान व्यावसायिक वातावरण प्रदान करने व कुशल मानव संसाधन की आवश्यकता पर ध्यान केंद्रित किया। इस नीति का मुख्य ज़ोर प्रौद्योगिकी सक्षम विकास को बढ़ावा देना, घरेलू पर्यटन को बढ़ाना था। प्रचार पक्ष पर पहले से स्थापित बाज़ारों के साथ-साथ संभावित बाज़ारों को बढ़ावा देने के लिए विचार किया गया। पर्यटन को बहु क्षेत्रीय गतिविधियों की धुरी के रूप में देखने व भारत सरकार की महत्वपूर्ण योजनाओं के सामंजस्य के लिए प्रस्तावित किया गया था।

18.5 अधिसंरचना का प्रबंधन

इन्फ्रास्ट्रक्चर प्रबंधन में बुनियादी सुविधाओं की योजना बनाना, और नियंत्रण करना शामिल है जो कि किसी भी आर्थिक गतिविधि के लिए आधार के रूप में कार्य करती हैं। पर्यटन उद्योग के लिए सबसे बुनियादी ज़रूरत हैं - ऊर्जा, पानी व यातायात संपर्क है।

इस खंड में हम ढांचा प्रबंधन की बुनियादी समझ को विकसित करने के लिए ऊर्जा जैसे प्राथमिक क्षेत्र के बारे में पढ़ेंगे।

इस भाग में हम एक खाका विकसित करने के लिए एक प्राथमिक क्षेत्र जैसे ऊर्जा पर बातचीत करेंगे। पर्यटन उत्पाद में ऊर्जा सर्वाधिक महत्वपूर्ण है। कई लोग पर्यटन क्षेत्र में ऊर्जा के उपभोग और वितरण की आलोचना करते हैं इसका उपयोग करने वाले कम दर की मांग करते हैं ताकि अन्य स्थलों की प्रतियोगिता में अपना उत्पाद प्रस्तुत कर सकें। ऊर्जा की समस्या का समाधान ऊर्जा के वैकल्पिक स्रोत के खोज में सन्निहित है और संरक्षण उपायों का भी कार्यान्वयन आवश्यक है। थर्मल-डीजल स्रोत के विकल्प इस प्रकार हैं :

- सौर ऊर्जा स्रोत
- वायु ऊर्जा स्रोत
- जल ऊर्जा स्रोत
- लहर ऊर्जा स्रोत

हालांकि अभी तक इन वैकल्पिक स्रोतों का उपयोग बड़े पैमाने पर शुरू नहीं हुआ है। केवल परमाणु ऊर्जा का उपयोग किया जा रहा है परंतु इसमें सुरक्षा की समस्याएं हैं। जिस समाज में ऊर्जा का उत्पादन कम होता है वहां उपभोक्ताओं को यह जानना चाहिए कि बिजली के उत्पादन में काफी खर्च होता है और इसे बरबाद नहीं करना चाहिए और इस प्रकार की समस्याओं से पर्यटकों को अवगत कराना चाहिये।

परिवहन के क्षेत्र में कुशल तकनीक की सहायता से ऊर्जा की बचत की जा रही है। सही नियोजन और स्तरीय वस्तुओं के उपयोग और सही रखरखाव की संस्कृति द्वारा सेवाओं और सुविधाओं की अवस्थिति और प्रबंधन घाटे और बरबादी को कम कर सकते हैं ताकि भ्रमण में कम से कम ऊर्जा की मांग और खपत हो। इस संदर्भ में कुछ कदम उठाए जा सकते हैं :

- 1) ऊर्जा के लगातार उपयोग करने वालों के लिए वैकल्पिक संसाधनों की व्यवस्था।
- 2) व्यापार और आनंद यात्रा को एक में मिलाना।
- 3) अपव्यय रोकने के लिए एक वाहन के उपयोग पर बल, निजी वाहनों के उपयोग को हतोत्साहित करना।
- 4) परिवहन पड़ाव के निकट रहने की व्यवस्था।
- 5) व्यक्तियों द्वारा ऊर्जा की बरबादी को रोकने के लिए सभी प्रकार के परिवहन साधनों के पड़ाव को एक दूसरे से जोड़ना।
- 6) यात्रा की दूरी कम करने के लिए पर्यटन मार्गों का निर्माण।
- 7) आराम से पहुंचने और ऊर्जा संरक्षण के लिए 'रिसॉर्ट' का विकास।
- 8) जिन शहरों में मजबूत अधिसंरचना मौजूद है और ऐतिहासिक स्थल भवन, संग्रहालय, प्रेक्षागृह, खेलकूद सुविधाएं, अनोखी चीजें और सांस्कृतिक सुविधाएं तथा स्थानीय उद्योग विकसित हो वहां पर्यटकों को आकृष्ट करना चाहिए।

कई देशों में सड़कों पर चुंगी व्यवस्था के कारण लोग अपना वाहन लेकर निकलने में संकोच करते हैं। इसी प्रकार, "कार-पूल" बनाकर अर्थात् बारी-बारी से एक-दूसरे की गाड़ियों का सामूहिक रूप से इस्तेमाल कर पेट्रोलियम संसाधन पर दबाव घटाया जा सकता है। राष्ट्रीय उद्यानों में प्रवेश द्वार पर गाड़ियां रोक दी जाती हैं और बैट्री से चलने वाले वाहन या जन वाहन व्यवस्था या फिर पैदल प्रवेश को प्राथमिकता दी जाती है। हालांकि, वैकल्पिक पर्यटन

पर्यटकों को पर्यटन का सही सुख प्रदान करता है, परंतु इससे ऊर्जा पर बहुत भार पड़ता है। इन मामलों में स्थानीय परंपराओं पर ही निर्भर करना चाहिए और बिजली की कम आपूर्ति को ही आकर्षण का केंद्र बना देना चाहिए। कभी-कभी किसी रिपोर्ट पर भीड़ बढ़ने से उस पर नगरीय स्थापत्य और दृष्टिकोण हावी हो जाता है जो समुद्र तट, जंगल या पहाड़ों के प्राकृतिक सौंदर्य को नष्ट कर देता है।

भारत जैसे देश में, जहां पर्यटन आपूर्ति और राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था में गहरा संबंध है, अंतर्राष्ट्रीय स्तर की पर्यटन अधिसंरचना का निर्माण और प्रबंधन एक कठिन और खर्चीला व्यवसाय है। अतः विशेष विक्रय अधिकार और प्रबंधन अनुबंध से भूमंडलीय दृष्टिकोण प्राप्त करने में सहायता मिलती है। इस प्रकार के प्रबंधन में शामिल है :

- स्थापत्य स्तर
- विशेष प्रशिक्षण कार्यक्रम
- कम्प्यूटर आरक्षण व्यवस्था, और
- ब्रांड नाम की पहचान

यह परिवहन और आवासीय क्षेत्रों में प्रचलित है। राष्ट्रीय उद्यान जैसी सरकारी भूमि के लिए निजी क्षेत्र से समझौता किया जा सकता है और रियायत दी जा सकती है। निजी क्षेत्र आवास, भोजन और अन्य सेवाओं की व्यवस्था करता है, परंतु उन पर रियायत देने वाली एजेंसी का नियंत्रण होता है। इसका लाभ यह है कि सेवाओं में बिना निवेश किए ही सरकार राजस्व कमा सकती है और माल तथा सेवाओं की मांग से स्थानीय अर्थव्यवस्था लाभान्वित हो सकती है। इसी प्रकार सरकार निजी क्षेत्र के साथ मिलकर मनोरंजन स्थलों का विकास कर सकती है, जिसे सरकार बनाएगी नहीं परंतु उस पर उसी का अधिकार और नियंत्रण होगा। हालांकि, पर्यटन व्यापार मौसमी होता है और इस प्रकार की वित्तीय व्यवस्था से हमेशा मुनाफा कमाना मुश्किल होता है। ऐसी स्थिति में निवेशकों को आकृष्ट करना भी आसान नहीं होता। इसी कारण भारत के पर्यटन क्षेत्र में विदेशी निवेश की कमी है। सरकारी नियमों को अनुकूल और स्थिर कर तथा प्रतिबंधों को कम से कम कर ही विदेशी निवेश को आकृष्ट किया जा सकता है। पर्यावरण असंतुलन और जन असंतोष से बचने के लिए स्थानीय लोगों की भागीदारी के साथ-साथ स्थल का सार्वजनिक अभिकरण द्वारा निरीक्षण भी होना चाहिए।

यह भी ध्यान रखना चाहिए कि मुद्रा संबंधी उतार-चढ़ाव का अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन पर काफी प्रभाव पड़ता है। इससे विदेशी निवेश में निषेधात्मक जोखिम की बढ़ोत्तरी हो सकती है। इसीलिए अन्य स्थलों के समान भारत भी अपने निजी क्षेत्र से निवेश इकट्ठा करने का प्रयास कर रहा है और पर्यटन उद्योग को बढ़ाने के लिए प्रोत्साहन दे रहा है।

इसमें शामिल हैं :

- कम ब्याज और दीर्घावधि
- पिछड़े क्षेत्रों या विशेष पर्यटक क्षेत्रों में सुविधाएं उपलब्ध कराने के लिए सरकारी सहायता
- पूँजी भागीदारी, कर कटौती, कर छूट, ब्याज छूट, कर मुक्त आयात, और
- कम मूल्य पर जमीन

ये सभी उपाय देश के सामाजिक और आर्थिक पहलुओं को ध्यान में रखकर करना चाहिए और पर्यटन आपूर्ति में निवेश करने के क्रम में स्वास्थ्य या शिक्षा की उपेक्षा नहीं होनी चाहिए।

बोध प्रश्न 2

1) अधिसंरचना के क्षेत्र में सार्वजनिक और निजी क्षेत्रों की भूमिका का उल्लेख कीजिए।

.....

.....

.....

.....

.....

2) पर्यटन में अंतर्राष्ट्रीय स्तर से आप क्या समझते हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

18.6 अवरोध और कमियाँ

भारत में संगठित पर्यटन की अवधारणा अभी हाल में ही सामने आई है। विश्व बाजार में भारत की नगण्य भागीदारी (0.71%) को देखते हुए भ्रमण व्यापार की कई समस्याओं का पता लगाया गया है और उसे दूर करने के उपाय सुझाए गए हैं। इसे हम मुख्य तर्क के रूप में व्याख्यायित कर सकते हैं। क्योंकि सरकारी नीति का निर्धारण इसके भ्रमण व्यापार संबंधी नीति की आलोचना से होता है। प्रमुख यात्रा लेखक रवीन्द्र सेठ और धर्मराजन का मानना है कि "ग्राहकों को संतुष्ट करने के लिए प्रत्यक्ष रूप से सभी मामलों में कमजोर अधिसंरचना (हवाई अड्डे से शौचालय तक) को मजबूत बनाना होगा।" पर्यटक केंद्रित अधिसंरचना विकास की प्रवृत्ति का विश्लेषण करने पर कोई भी संबंध में हुए निवेश को देख सकता है क्योंकि यह केवल तभी किया जाता है जब भारत किसी अंतर्राष्ट्रीय सम्मेलन का आयोजन या मेजबानी करता है।

पर्यटन उद्योग अन्य कई उद्योगों का आधार है जैसे होटल, आवास, विमानन, रेलवे, रोड़वेज़, स्वास्थ्य देखभाल, मनोरंजन वगैरह इसलिए सामूहिक कमी आधारिक संरचना को और जर्जर बनाती है। भारत सरकार की रिपोर्ट जिसमें भारत व अन्य कई जाने माने पर्यटन स्थल जैसे तुर्की, अमेरीका संयुक्त राष्ट्र, मलेशिया, थाईलैंड व इंडोनेशिया शामिल हैं। (भारत सरकार की रिपोर्ट दुनिया के चुनिंदा अन्य देशों के साथ भारत में पर्यटन क्षेत्र की प्रतिस्पर्धा) यह दर्शाती है कि भारत सभी देशों से बुनियादी ढांचे में पिछड़ा है जो कि सितारा श्रेणी के होटलों की कमी, साफ-सफाई व सड़कों की कमी, सूचना के उचित प्रसार के अभाव के रूप में सामने आती है। वीज़ा व ट्रेवेल एजेंसियों वगैरह में सुधार का अभाव साफ़

झलकता है। वैसे तो भारत ने राष्ट्रीय पर्यटन योजना (1992) के लागू होने के बाद पर्यटन के क्षेत्र में काफी विकास व सुधार किया है परंतु एक विश्व स्तरीय पर्यटन स्थल बनने के लिए अभी देश को एक लंबा सफ़र तय करना है।

साहब लोग की औपनिवेशिक परंपरा और विशाल संख्या में कामगारों की उपस्थिति के कारण भारत को परंपरागत रूप से आवागमन करने वाले और व्यक्तिनिष्ठ सेवा प्रदान करने वाले देश के रूप में जाना जाता है। परंतु पर्यटक कार्य कुशलता और समय की बचत चाहते हैं जिसके लिए तकनीकी कुशलता की आवश्यकता होती है। अतएव यह सोचा जा रहा है कि किस प्रकार खास बिक्री और भारतीय पर्यटन उत्पाद की आधुनिकता के बीच संतुलन स्थापित किया जा सकता है?

जन पर्यटक जन उत्पादन के साथ-साथ आर्थिक बचत भी चाहते हैं। भारत जैसे देश अपने संसाधनों को पर्यटन पर बहुत ज्यादा नहीं लगा सकता है। अपने उत्पाद को मूल्यवान, प्रतियोगी और श्रेष्ठ बनाने के लिए निम्नलिखित क्षेत्रों की ओर ध्यान देना होगा :

- 1) पर्यटन नक्शे पर ज्यादा से ज्यादा स्थलों को लाना।
- 2) सुविधाएं- वीजा, अप्रवासन, सीमा शुल्क।
- 3) हवाई अड्डे और सुविधाएँ व कर्मचारी प्रशिक्षण, विश्व के सभी हिस्सों से भारत आने की सुविधा और भारत में भ्रमण करने की लागत, हवाई अड्डे से पर्यटन स्थल तक जाने की हवाई यात्रा की सुविधा और मुख्य मार्गों पर, जहां से व्यापारी ज्यादा आते जाते हैं, ज्यादा से ज्यादा सीटों की व्यवस्था, हवाई बेड़ों की कार्यकुशलता, सुरक्षा और समय पर उड़ान।
- 4) सड़कों की अच्छी व्यवस्था और भूतल परिवहन में एयर कंडिशन कोचों और पर्यटन कारों और टैक्सियों का इंतजाम, पर्यटन स्थलों तक राजमार्ग, बीच-बीच में कैफे और आराम स्थल, पेट्रोल स्टेशन और मरम्मत की दुकान, टेलीफोन और रात में ठहरने की जगह।
- 5) व्यक्तिगत तथा सार्वजनिक सभी मामलों में स्वस्थ माहौल।
- 6) सभी प्रकार के पर्यटकों (युवा छात्र से लेकर अमीर पर्यटक) के लिए उनके बजट के अनुरूप रहने का इंतजाम। सभी स्थानों पर सफाई और पश्चिमी सुविधाएँ, पानी और बिजली की उपलब्धता, सुरक्षा और विनम्रता अन्य जरूरते हैं।
- 7) प्रोत्साहन के लिए व्यापार मेले और साझा उत्सव।

बहुत से लोगों का मानना है कि पर्यटन उद्योग के इस पुनर्गठन के लिए प्रचार की महत्वपूर्ण भूमिका है। अनुभव बताता है कि अंततः पर्यटकों को दी गई सुविधाएं ही मायने रखती हैं। **पर्यटन बाजार में आगे बढ़ने के लिए भारत को सफाई, स्वस्थ माहौल और आरामदायक सुविधाएँ उपलब्ध करानी होंगी।** इसके लिए सरकार को होटल और ट्रैवेल एजेंसी क्षेत्र में देखल देने की जरूरत नहीं है परंतु उसे यह ख्याल रखना होगा कि स्मारकों के आसपास सड़कें अच्छी हों, कोचों और कारों का इंतजाम स्तरीय हो और आसपास का इलाका साफ़ हो। भ्रमण के विशेषज्ञों के अनुसार ये सब अच्छे पर्यटन उत्पाद के लिए अनिवार्य हैं।

इसके बाद आय का सवाल आता है। इस लक्ष्य को कैसे पूरा किया जा सकता है? ऐसी स्थिति में जब पर्यटन लक्ष्य पूरा नहीं हो पा रहा है और डॉलर के मद में पर्यटन से होने वाली आमदनी घट रही है तब उत्पाद के सुधार की दिशा में कदम उठाना मुश्किल है।

अगर पर्यटन से पूरा-पूरा लाभ उठाना है तब हमें अधिसंरचना का बेहतर और संतुलित विकास करना होगा। पैसे की कमी को निजीकरण और विदेशी निवेश से पूरा किया जा सकता है।

भ्रमण के विशेषज्ञ यह मानते रहे कि भ्रमण कार्यों को सीमित किया जाना चाहिए, पर्यटन स्थलों के हवाई अड्डों को सुधारना चाहिए और एयर टैक्सियों और निजी वायुसेवा की शुरुआत की जानी चाहिए। इसके बावजूद उनका मानना है कि अभी भी बहुत से पहलुओं का अध्ययन नहीं किया गया है।

ये इस प्रकार हैं :

- राज्य सरकारों द्वारा आरोपित सड़क कर और विलासित कर
- होटल उद्योग द्वारा दोहरे शुल्क (रुपया/डॉलर) पर विवाद
- मध्य और निम्न आर्थिक वर्ग के होटल, और
- भुगतान अतिथि (पेइंग गेस्ट) के रूप में रहने की व्यवस्था।

इस प्रकार के पुनर्गठन से पर्यटन नियोजक, भ्रमण की लागत कम कर सकेंगे और अधिसंरचना पर ज्यादा से ज्यादा ध्यान दे सकेंगे। सबसे महत्वपूर्ण मुद्दा स्वस्थ माहौल, टेलीफोन और भोजन का है, जिस पर यूरोपीय समझौता नहीं कर सकते हैं।

इसी प्रकार, इस व्यापार में यह भी माना जाता है कि “बंद आकाश” नीति अपनाकर एयर इंडिया को समर्थन नहीं देना चाहिए। “भारत चलें” की असफलता और भारत से कई विदेशी हवाई सेवाओं की वापसी के बाद भ्रमण व्यापार में सरकार ने “मुक्त आकाश” नीति अपनाई है जिसकी सराहना की गई। 1993 में, 605 विशेष उड़ानों द्वारा 50,000 पर्यटक भारत आए। पर्यटन व्यापार ने पर्यटन उद्योग के निषेधात्मक पक्ष से संबंधित समस्या का भी उल्लेख किया है। इसका असर आयकर अधिनियम में देखा जा सकता है जहां अन्य सेवाओं में समान पर्यटन को अवमूल्यन छूट नहीं मिलती। दूसरे इससे ऊर्जा शुल्क भी बढ़ता है और ऊर्जा संरक्षण के लिए पर्यटन को किसी प्रकार का प्रोत्साहन नहीं दिया जाता है। कर्मचारियों के असंतोष, खासकर पायलट हड़ताल से हमारी अधिसंरचनात्मक कमजोरी सबके सामने आ जाती है क्योंकि हमारे सामने कोई विकल्प नहीं होता है। आज मुक्त आकाश नीति के कारण परिदृश्य बदल दिया गया है। राष्ट्रीय नागरिक उड्डयन नीति 2016 के अनुसार सार्क देशों के साथ मुक्त आकाश समझौते में प्रवेश करने तथा 5000 किलोमीटर के आंतरिक दायरे वाले देशों के साथ भी मुक्त आकाश नीति समझौता करने की योजना है। अब भी सरकार मौजूदा मार्गों का विस्तार योजनाओं के अंतर्गत कर रही है जैसे कि उड़ान (UDAN, इसमें पहाड़ी व उत्तर पूर्वी क्षेत्रों में हेलीकॉप्टर यात्रा शामिल है।)

नागरिक उड्डयन मंत्रालय भी उचित नेविगेशन संसाधनों, प्रौद्योगिकी, बेहतर सुरक्षा प्रदान करने की योजना बना रहा है जो देश में पर्यटन के बुनियादी ढांचे को मजबूत करने में मील का पत्थर साबित होंगी। हालांकि भारत में आकर्षण के अनेक अवसर मौजूद हैं परंतु यह अपने संसाधनों का उपयोग कुशलता से नहीं कर रहा है। कुछ समस्या विदेशों में पर्यटक उत्पादों को बेचने के नजरिए से संबंधित है। उपलब्ध साहित्य में कोई नयापन नहीं है और सब जगह एक सी बातें दोहराई गई हैं। सूचना प्राप्ति और प्रसार उच्च दर्जे की पेशेवर गतिविधि है जिसके लिए निवेश और प्रशिक्षण की जरूरत होती है।

विरासत शहर की अवधारणा से दक्षिण भारत में अधिसंरचनात्मक विकास को गति मिली है। इससे विभिन्न शहरों और गांवों में स्थित पुरातात्विक और स्थापत्यगत स्थलों के संरक्षण

और सुरक्षा में सहायता मिली है। इस योजना के अंतर्गत पर्यटकों और तीर्थ यात्रियों की सुविधाओं का भी ध्यान रखा गया है। इसी अवधारणा से विरासत होटलों की प्रथा का जन्म हुआ।

केरल में बने चार अंतर्राष्ट्रीय हवाई अड्डों (त्रिवेंद्रम, कोच्चि, कन्नूर) व कालीकट तथा गुणवत्ता पूर्ण आवासों की उपलब्धता के कारण पर्यटन को बढ़ावा मिल रहा है। राज्य में पर्यटन की सफलता का जिम्मेदार पर्यटन उद्योग के विकेंद्रीकरण को ठहराया जा सकता है जो पूरे राज्य को “भगवान के अपने देश” के रूप में बढ़ावा देता है। राज्य में गहरे सांस्कृतिक इतिहास के साथ आधुनिकता का संलयन जैसे उच्च साक्षरता दर, हेल्थकेयर व स्थानीय लोगों का कल्याण पर्यटकों को एक अनूठा अनुभव प्रदान करता है। राज्य का अनोखा विक्रय प्रस्ताव इसके लोग व उनका सदियों पुराना आयुर्वेदिक ज्ञान है। हालांकि संसाधन की कमी के कारण स्थलों के प्रभावकारी व लगातार विकास के लिए कुछ चुने हुए क्षेत्रों का विकास ही करना चाहिए।

लक्षद्वीप व अंडमान और निकोबार में द्वीपों के विकास में बदलाव आया है और केंद्र सरकार का ध्यान उनमें से कुछ को वैश्विक पर्यटन स्थलों के रूप में स्थापित करने पर है। पहले प्रमुख समस्या पर्यावरण मंत्रालय से मंजूरी मिलना था। इन द्वीपों को हवा या समुद्र के द्वारा सुलभ बनाया गया है लेकिन परिवहन का लोकप्रिय साधन समुद्र ही है। सरकार चल रही सरकारी योजनाओं से वित्त पोषण देकर मौजूदा सुविधाओं जैसे - जेटी, रो-रो फेरी सेवा को बेहतर बनाने के लिए उत्सुक है। अंडमान ट्रंक रोड व हम्फ्री ब्रिज के पूरा होने से सड़क संपर्क मजबूत होगा। उड़ान योजना के तहत सी-प्लेन का संचालन होगा। कुछ पाइपलाइन परियोजनाएं जैसे हरित ऊर्जा व डिजिटल संपर्क भी द्वीपों को भारत के पर्यटन मानचित्र पर स्थापित करेंगी। भारत में 1,382 अपतटीय द्वीप पहचाने गए हैं। इन द्वीपों और उनके समुद्री संसाधनों के विकास को सरकार द्वारा सतत पर्यावरण पर्यटन उत्पादों के विकास के लिए प्राथमिकता दी गई है। जून 2017 में एक एपेक्स बॉडी अर्थात् द्वीप विकास एजेंसी का गठन इस संबंध में एक महत्वपूर्ण कदम था। नीति आयोग को द्वीप कार्यक्रम के समग्र विकास का नेतृत्व करने के लिए अधिकृत किया गया था। कनेक्टिविटी, पॉवर और पानी से संबंधित प्रमुख प्रारंभिक परियोजनाओं में बुनियादी ढांचे के विकास पर बहुत जोर दिया जा रहा है। सरकार ने निजी क्षेत्र की भागीदारी के लिए विभिन्न इको पर्यटन परियोजनाएं खोली हैं। लक्षद्वीप और अंडमान तथा निकोबार द्वीप समूहों में द्वीप रिसॉर्ट का विकास किया जाना है। यहाँ मुख्य समस्या पर्यावरण मंत्रालय से अनुमति लेने की है। इन द्वीपों तक हवाई या समुद्र मार्ग से पहुंचा जा सकता है और यहाँ डेवलपर को सभी प्रकार की अधिसंरचना स्थापित करनी होगी। मसलन, गैर-परम्परागत स्रोत से ऊर्जा, पेय जल संयंत्र, जल-मल निकास आदि। यहां परियोजना की आर्थिक उपादेयता का सवाल है क्योंकि सरकार पट्टे पर जमीन देगी और यही उसका निवेश होगा। आरामदायक जहाजों के उपयोग से इस समस्या का हल निकल सकता है। पर्यटकों के लिए यह परिवहन के साथ-साथ आवास का भी काम करेगा और इससे पर्यावरणीय खतरे से भी बचा जा सकता है तथा अधिसंरचना पर होने वाले निवेश को कम किया जा सकता है। कूड़ा-करकट फेंकने को भी रोका जा सकता है। इससे द्वीप और समुद्र को प्रदूषण के खतरे से बचाया जा सकता है।

18.7 वैकल्पिक दृष्टिकोण

गरीब देशों में अमीर पर्यटकों के आगमन से ही आर्थिक समस्या या विकासात्मक उद्देश्य अपने आप दूर या पूरा नहीं हो जाता। दुनिया के सबसे अविकसित स्थलों में पर्यटन से सबसे ज्यादा लाभ वस्तुतः नीति निर्माताओं, सेवा प्रदान करने वालों और पर्यटकों को होता

है। इसके प्रमुख कारण हैं :

- गरीब और अमीर के बीच सर्वव्यापी अंतर,
- विभिन्न संस्कृतियां, दृष्टिकोण और मूल्य,
- रहने और काम करने का अलग-अलग ढंग।

अस्सी के दशक में विकास के गलत तरीकों के कारण पर्यटन संबंधी समस्याओं का जन्म हुआ। कई मामलों में निम्नलिखित समस्याएं सामने आईं :

- 1) पर्यटन सुविधाओं के विकास से स्थानीय जनता के रोजगार समाप्त हुए जैसे, मछली मारना, कृषि, ताड़ी निकालना आदि।
- 2) भवन निर्माण, सड़क निर्माण, हवाई अड्डा निर्माण और अन्य अधिसंरचनात्मक सुविधाओं के विकास के लिए वनों का नाश। इसके अलावा बालू के ढूँहों को तोड़ने से पर्यावरण तथा समुद्र का प्रदूषण।
- 3) यौन पर्यटन और बाल वेश्यावृत्ति के कारण तीसरी दुनिया के देशों में एड्स जैसी बीमारियों का आगमन। स्वास्थ्य और जागरूकता संबंधी अधिसंरचना के अभाव में उनकी और भी दुर्गति हो रही है।
- 4) सांस्कृतिक झटका और प्रदर्शन प्रभाव से समुदायों के संबंधों में पड़ी दरार जिसकी क्षतिपूर्ति नहीं की जा सकती।
- 5) छेड़खानी और नशाखोरी जैसे पर्यटन से संबंधित अपराध।
- 6) ऊपर से विकास के लिए पर्यटन के पीड़ितों द्वारा प्रतिरोध जो अक्सर स्थानीय लोगों की वास्तविकता के अनुकूल नहीं होते हैं और निश्चित रूप से उनकी भागीदारी के साथ लागू नहीं होते हैं।
- 7) पर्यटन की ऐसी पर्यावरणीय और सांस्कृतिक अवधारणाएं विकसित करना जो लंबी अवधि के लिए टिकाऊ हों तथा ज़िम्मेदारी के साथ निवेश को नियंत्रित करें व स्थानीय लोगों का सम्मान करें।

यह गौर करने की बात है कि पर्यटन-विरोधी कार्यकर्ता और संगठन अमीर देशों के पर्यटकों को प्रभावित करने में तो सफल हो जाते हैं परंतु अपनी सरकारों को अधिक उत्तरदायी या और पर्यटन विकास के नियोजन में उदार और मुक्त बनाने में असफल रहते हैं। एक तरफ पर्यटकों के सर्वेक्षण से यह स्पष्ट है कि वे स्थानीय माहौल में छुट्टियां बिताना ज्यादा पसंद करते हैं, स्थानीय उत्पाद का उपभोग करना चाहते हैं, दूसरी ओर नीति निर्माता और उद्योग वैकल्पिक अवधारणाओं पर खास ध्यान न देते हुए वैसे ही पर्यटन की वकालत करते हैं जैसे बाली और थाईलैंड के समुद्र तट को पहले से प्रदूषित कर रखा है, गोल्फ पर्यटन के विकास को लेकर संघर्ष और प्रतिरोध हो रहा है, यौन पर्यटन और बाल वेश्यावृत्ति जैसी बुराईयां पैदा हो गई हैं। भारत में यह उद्योग इन "छिपी" बुराईयों को एक प्रकार बढ़ावा देता है क्योंकि हमने कभी भी पर्यटन प्रभावों का अध्ययन नहीं किया है। लक्षद्वीप के एक किशोर का कहना है "द्वीपवासी अपने और बाहरी लोगों के बीच मुखौटे की तरह एक सुरक्षा कवच धारण करना चाहते हैं।" पर्यटन की वकालत करने वाला पक्ष केवल पर्यटन के सकारात्मक पक्ष को सामने रखता है और इस पर होने वाले खर्च को उचित ठहराता है। इस प्रकार पर्यटन की छत्रछाया में हो रहे सभी प्रकार के कार्यों को

वैध ठहराता है। अनुभव से यह भी स्पष्ट हो गया है कि जब पर्यटक और स्थानीय व्यक्ति के बीच की खाई बहुत चौड़ी नहीं होती है तब पर्यटन सफल होता है। आय, संसाधन, जीवन शैली और संस्कृति का यह भेद जितना ज्यादा व्यापक होगा पर्यटन का लाभ उतना कम होगा। दूसरे, राष्ट्रीय कार्य योजना में या उद्योग द्वारा पर्यटन विकास की जो नई दिशा सुझाई जा रही है, उसमें वहन क्षमता का कोई जिक्र नहीं है। इस अवधारणा के अनुसार प्रत्येक स्थल या स्थान को अपनी नियति के निर्माण का अधिकार खुद होना चाहिए। इसमें निम्नलिखित तथ्यों की ओर ध्यान देना चाहिए :

- 1) स्थानीय सामाजिक और रहन-सहन की पद्धति के प्रति खुलापन;
- 2) पर्यटन की अधिसंरचनात्मक आवश्यकताओं के साथ-साथ स्थानीय जनता की अधिसंरचनात्मक आवश्यकताओं का ध्यान रखना;
- 3) स्थानीय जनता और पर्यटकों के सामाजिक और मनोरंजन संबंधी जरूरतों का ख्याल रखना। अगर यह खाई बहुत चौड़ी है तो पर्यटन को थोपना नहीं चाहिए;
- 4) पर्यटन स्थानीय जनता के लिए कितनी आय, राजस्व और रोजगार पैदा कर सकता है? केंद्र सरकार अपना भुगतान संतुलन दूर करने के लिए विदेशी मुद्रा अर्जन पर ध्यान देती है। परंतु इसके मुकाबले स्थानीय जनता की आय, राजस्व और रोजगार को प्राथमिकता दी जानी चाहिए। आम आदमी को इससे कुछ लेना-देना नहीं होता है कि विदेशी मुद्रा अर्जन अर्थव्यवस्था के लिए बहुत महत्वपूर्ण या लाभकारी है। पर्यटन विकास के माध्यम से उनकी स्थानीय समस्याओं का समाधान होना चाहिए और योजना बनाते समय इस तथ्य को अवश्य ध्यान में रखना चाहिए;
- 5) "अधिसंरचना की कमजोरी" का मूल्यांकन करते समय केवल पर्यटकों की ही नहीं बल्कि स्थानीय जनता की आशा-आकांक्षाओं का भी ध्यान रखना चाहिए;

जैसाकि हम जानते हैं कि अधिसंरचना की अवधारणा **अलग-अलग लोगों के लिए अलग-अलग होती है**। व्यापक आर्थिक समस्याओं को सुलझाते वक्त सरकार छोटे पैमाने की आर्थिक समस्याओं को नजरअदाज कर देती है। भ्रमण व्यापार मुनाफे का व्यापार है और पर्यटन में उनका निवेश शुद्धतः ग्राहकोन्मुख है। वे इस तथ्य को भूल जाते हैं कि अक्सर पर्यटन अपनी मौत का पैगाम खुद लिखता है। वे विनाश के औजार बन जाते हैं क्योंकि ट्रेवल एजेंट और टूर ऑपरेटर अंतर्राष्ट्रीय व्यवस्था से जुड़े होते हैं और व्यापार में बने रहने के लिए उन्हें पर्यटन व्यवस्था के नियमों को मानना पड़ता है। इसके बावजूद अगर पर्यटन को जागरूक, गंभीर और संवेदनात्मक नजरों से देखा जाए तो इसकी संभावनाएँ भी प्रकट हो सकती हैं।

पर्यटन उपभोक्तावाद का ही बढ़ा हुआ रूप है जो अनजाने और दूर बैठे "दूसरों" पर निर्भर करता है। जो पर्यटकों की जरूरतों को पूरा करते हैं सरकारों को आदेश देते हैं और स्थानीय जनता के हितों को नजरअदाज कर पर्यटन उत्पादों का निर्माण करते हैं। पैसे पर इस निर्भरता के कारण बाजारू संस्कृति का निर्माण होता है जिसमें पैसा ही सब कुछ होता है जिसे "मुक्त" बाजार के रूप में जाना जाता है और उपभोक्ताओं को "चुनाव की स्वतंत्रता" होती है।

औद्योगिक देशों में सभी आधारभूत जरूरतें स्थानीय रूप से पूरी नहीं की जा सकती। प्रतिदिन उपभोग में आने वाली वस्तुएं उपभोग के स्थान के निकट कम ही उत्पादित की जाती हैं। घर के सामान, आराम गृह, परिवहन, मनोरंजन और स्वास्थ्य की देखभाल आदि सेवाओं का उत्पादन और आपूर्ति साधारण जनता करती है परंतु उनका उपभोग वे नहीं कर

पाते, इनका उपभोग कुछ साधन-सम्पन्न लोग ही कर पाते हैं। इस प्रकार के मुक्त बाजार उद्यम में जो अधिसंरचना बनेगी वह न केवल मंहगी होगी बल्कि इससे पारिस्थितिकी और पर्यावरण पर दबाव पड़ेगा।

बोध प्रश्न 3

1) हम अधिसंरचना का विकास किस प्रकार कर सकते हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

2) भारत में अधिसंरचना संबंधी कमजोरी का उल्लेख कीजिए।

.....

.....

.....

.....

.....

18.8 सारांश

पर्यटन की विभिन्न सेवाओं के सदर्भ में अधिसंरचना की अवधारणा परिवर्तित होती रहती है। हालांकि, अधिसंरचना और पर्यटन उत्पाद या सेवा के स्तर के बीच एक गहरा रिश्ता है। अधिसंरचनात्मक विकास में सार्वजनिक और निजी दोनों उद्यमों की भूमिका स्पष्ट है। यूरोपीय और अमेरिकी मानदंड पर आधारित अंतर्राष्ट्रीय स्तर के आलोक में हम कह सकते हैं कि हमारी अधिसंरचना में कुछ कमजोरियां हैं। हालांकि पश्चिम की नकल में अंधी दौड़ नहीं लगानी चाहिए और केवल अमीर पर्यटकों का ही ख्याल नहीं रखना चाहिए। पर्यटन की दीर्घ जीविता को ध्यान में रखकर अधिसंरचना का विकास करना चाहिए और पर्यावरण या मेजबान जनता पर इसके निषेधात्मक प्रभाव को रोकना चाहिए।

18.9 बोध प्रश्नों के उत्तर

बोध प्रश्न 1

- 1) भाग 18.3 में उल्लिखित पर्यटन की विशेष जरूरतों का उल्लेख कीजिए।
- 2) देखिए भाग 18.3

बोध प्रश्न 2

- 1) दोनों की भूमिका उल्लेखनीय है। सार्वजनिक क्षेत्र पर सड़क, हवाई अड्डा, जल आपूर्ति आदि जैसी अनिवार्य अधिसंरचना का जिम्मा होता है और निजी क्षेत्र को आवासीय आदि क्षेत्रों को संभालना चाहिए देखिए भाग 18.5

2) देखिए भाग 18.4

अधिसंरचनात्मक विकास

बोध प्रश्न 3

- 1) अपने ही संसाधनों पर बल देने वाले यूरोपीय प्रारूप की आलोचना कीजिए। देखिये भाग 18.6 और 18.7
- 2) देखिये भाग 18.6



इकाई की रूपरेखा

- 19.0 उद्देश्य
- 19.1 प्रस्तावना
- 19.2 अवयव
 - 19.2.1 प्राथमिक/प्रमुख अवयव
 - 19.2.2 द्वितीयक अवयव
- 19.3 परस्पर निर्भरता
- 19.4 व्यापार संबंध
- 19.5 संयुक्त प्रचार
- 19.6 संयुक्त प्रयास
- 19.7 सारांश
- 19.8 बोध प्रश्नों के उत्तर

19.0 उद्देश्य

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप:

- पर्यटन उद्योग के उन संघटकों की जानकारी प्राप्त कर सकेंगे जो पर्यटकों को तरह-तरह की सुविधाएं प्रदान करते हैं;
- इन संघटकों की एक दूसरे पर परस्पर निर्भरता को समझ सकेंगे;
- इन संघटकों के आपसी व्यापारिक संबंध को जान सकेंगे; और
- पर्यटन स्थल, पर्यटन उत्पाद और सेवाओं के संयुक्त प्रचार की आवश्यकताओं को समझ सकेंगे।

19.1 प्रस्तावना

इस इकाई में पर्यटन उद्योग के विभिन्न अंगों के आपसी तालमेल पर विचार किया जायेगा। यह तालमेल पर्यटन उत्पादों और सेवाओं के विपणन के लिए जरूरी होता है। आप जान चुके हैं कि एक पर्यटक अन्ततः सभी सेवाओं और उत्पादों के मिले जुले प्रभाव से ही प्रभावित होता है। हालांकि ये उत्पाद और सेवाएं अलग-अलग संगठनों और व्यक्तियों द्वारा उपलब्ध कराई जाती हैं। किसी भी एक अंग की अकुशलता, खराब स्तर या समुचित सेवा न प्रदान करने से दूसरे अंग के व्यापार पर भी बुरा असर पड़ता है। अतः यहां उद्योग के विभिन्न संघटकों के बीच समुचित व्यापार संबंध स्थापित करना आवश्यक है। इस इकाई में सबसे पहले पर्यटन उद्योग के विभिन्न संघटकों का उल्लेख किया जाएगा। इसके बाद इनके परस्पर संबंध, इनकी परस्पर निर्भरता, व्यापार संबंध और अपने उत्पादों और सेवाओं के प्रचार और प्रसार के लिए किए जाने वाले संयुक्त प्रयासों का उल्लेख किया जाएगा। संक्षेप में, इस इकाई में पर्यटन उद्योग और अन्य सेवाओं एवं वस्तु उद्योगों के आपसी संबंध का भी जिक्र किया जाएगा जिनका पर्यटन पर प्रभाव पड़ता है।

19.2 अवयव

पर्यटन उद्योग के अवयव, स्थानीय स्तर पर कार्यरत छोटे पैमाने के व्यापार से लेकर बहुराष्ट्रीय स्तर तक फैले हुए हैं। एक वायुसेवा या होटल के समान हवाई अड्डे पर स्थित अल्पाहार गृह भी पर्यटन उद्योग का एक अवयव है क्योंकि यह पर्यटकों की जरूरत को पूरा करता है। इसके अलावा ये अवयव आपस में बुनियादी रूप से जुड़े हुए हैं। एक प्रकार के अवयवों में प्रतियोगिता होने के बावजूद यह सम्पर्क बना रहता है। मसलन होटल क और ख एक दूसरे के प्रतियोगी हैं पर ये दानों पर्यटकों के आगमन के लिए किसी वायुसेवा पर निर्भर हैं। इसी प्रकार ग और घ वायुसेवा एक दूसरे के प्रतियोगी हैं पर उन्हें भी किसी पर निर्भर रहना पड़ता है। वस्तुतः यह संपर्क की एक श्रृंखला है और आधुनिक पर्यटन विभिन्न अवयवों के मिश्रित और मिले जुले प्रयासों का परिणाम है। आइए पर्यटन उद्योग के प्राथमिक और माध्यमिक अवयवों को सूचीबद्ध किया जाये।

19.2.1 प्राथमिक/प्रमुख अवयव

इसके अन्तर्गत हम अति अनिवार्य अवयवों को सूचीबद्ध कर रहे हैं :

1) परिवहन

यात्रा के लिए परिवहन अपरिहार्य है। अगर आप ट्रैवेल एजेंट या टूर ऑपरेटर हैं तो आपको अपने ग्राहकों को यातायात संबंधी उचित सलाह भी देनी होगी। इसके अलावा यात्रा स्थान की उपलब्धता पर भी निर्भर करती है। आज भ्रमण उद्योग एक अति विकसित उद्योग है और सड़क, रेल, वायु और जल परिवहन के क्षेत्र में इनकी शाखाएं हैं।

2) आवास व्यवस्था

एक पर्यटक यात्रा करने के दौरान कहीं न कहीं ठहरता है। इसलिए पर्यटन में आवास व्यवस्था को भी शामिल किया जाता है। आवास व्यवस्था विभिन्न प्रकार की हो सकती है जैसे कॉटेज, पर्यटक आवास गृह, हाउस बोट या पांच सितारा होटल आदि।

3) भोजन और मनोरंजन

पर्यटक के लिए भोजन की भी व्यवस्था करनी होती है। रेस्तरां, अल्पाहार गृह और ढाबा में भोजन की व्यवस्था होती है। इनमें तरह-तरह के और अलग-अलग स्वाद के भोजन उपलब्ध होते हैं। साथ ही पर्यटक स्थलों पर मनोरंजन कार्यक्रमों का भी आयोजन किया जाता है।

4) बिचौलिए

ट्रैवेल एजेंसी, टूर ऑपरेटर और गाइड बिचौलिए का कार्य करते हैं।

ट्रैवेल एजेंट/टूर ऑपरेटर को पर्यटन संबंधी जानकारी और अनुभव होता है। विभिन्न सेवाओं के साथ उनका संपर्क होता है। अतः वे विभिन्न अवयवों के बीच संपर्क सूत्र का काम करते हैं। वे यात्री और पर्यटक सेवाओं जैसे वायुसेवा, परिवहन कंपनियों, होटलों और किराये पर सवारी उपलब्ध कराने वाली कंपनियों के बीच माध्यम की भूमिका निभाते हैं।

किसी ट्रैवेल एजेंसी के कार्य उसकी गतिविधियों के फैलाव, आकार और अवस्थिति पर निर्भर करते हैं। विभिन्न कार्य निष्पादन के लिए एजेंसी के अलग-अलग विभाग होते हैं :

- 1) यात्रा विवरण देने के लिए
- 2) मार्ग निर्देशिका तैयार करने के लिए
- 3) विभिन्न सेवाओं से संपर्क के लिए
- 4) भ्रमण की योजना और खर्च बताने के लिए
- 5) टिकट की व्यवस्था कराने के लिए
- 6) विदेशी मुद्रा उपलब्ध कराने के लिए
- 7) बीमा आदि के लिए

कुछ ट्रैवल एजेंट, टूर ऑपरेटर भी होते हैं। वे पर्यटन उत्पाद का निर्माण करते हैं, भ्रमण की योजना बनाते हैं, उसे संगठित करते हैं और बेचते हैं। वे सभी प्रकार की जरूरी व्यवस्थाएं जैसे परिवहन, आवास, स्थल भ्रमण, बीमा, मनोरंजन और इनसे जुड़ी अन्य सेवाएं उपलब्ध कराते हैं और इसे पैकेज टूर बनाकर बेचते हैं। इसमें ये सभी खर्च शामिल होते हैं। एक पैकेज टूर विशेष रुचि भ्रमण, पहाड़ भ्रमण, रोमांचकारी भ्रमण या तीर्थयात्रा भ्रमण कुछ भी हो सकता है। इस प्रकार की यात्राओं में एक भ्रमण निर्देशक साथ-साथ चलता है और इसमें परिवहन, भोजन, स्थल दर्शन, आवास और गाइड सेवा शामिल होती है। समय तालिका के अनुसार यात्रा नियोजित करने की जिम्मेदारी भ्रमण निर्देशक पर होती है। भ्रमण के दौरान की सारी व्यवस्थाओं की जिम्मेदारी भी उसी की होती है।

पर्यटन में गाइड सेवाओं की महत्वपूर्ण भूमिका है। जब पर्यटक को उसी की भाषा में संस्कृति का मूल तत्व समझाया जाता है तो उसे संतोष की अनुभूति होती है।

5) सरकारी विभाग/पर्यटक सूचना केंद्र/पर्यटन संगठन

पर्यटन से जुड़े कई राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय संगठन पर्यटन उद्योग के अंग बनते हैं।

19.2.2 द्वितीयक अवयव

पर्यटन में कई प्रकार की सेवाएं; औपचारिक और अनौपचारिक, शामिल होती हैं जो पर्यटन से प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप में जुड़ी होती हैं। जैसे बैंक, पर्यटन उद्योग में शामिल नहीं है पर ट्रैवलर्स चेक और क्रेडिट कार्ड के जरिए वे पर्यटकों की सेवा करते हैं। इसी प्रकार बीमा कंपनियां, पर्यटकों को अल्पावधि सुरक्षा अथवा दुर्घटना बीमा सुविधा प्रदान करती हैं। यहां हम इसी प्रकार के कुछ अवयवों की चर्चा करने जा रहे हैं :

- 1) **दुकान और एम्पोरियम:** यहां से पर्यटक विभिन्न प्रकार की चीजें खरीदते हैं। कई राज्य सरकारों ने दूसरे राज्यों में भी अपने एम्पोरियम खोले हैं। उदाहरण के लिए, दिल्ली के बाबा खड्ग सिंह मार्ग पर सभी राज्यों के एम्पोरियम स्थित हैं।
- 2) **हस्तशिल्प और स्मृति चिन्ह:** आज कुछ हस्तशिल्प और स्मृति चिन्ह उद्योग पूर्ण रूपेण पर्यटकों पर ही निर्भर हैं।
- 3) स्थानीय टैक्सी/यातायात ;जैसे- रिक्शा, तांगा आदि।
- 4) खोमचेवाले और कुली।
- 5) स्थल पर संचार सेवा; जैसे- सेवा
- 6) दलाल; बिचौलिये;
- 7) विज्ञापन एजेंसियां

- 8) मुद्रण उद्योग, जैसे- ट्रैवेल गाइड, ब्रोशर, पत्रिकाएं, पोस्टकार्ड आदि प्रकाशित करने वाले प्रकाशक।
- 9) पर्यटकों का मन बहलाने वाले कलाकार, नर्तक, संगीतज्ञ आदि।

संयुक्त राष्ट्र में “भारत में पर्यटन का आर्थिक प्रभाव” के अध्ययन में पर्यटन से जुड़े रोजगार निम्नलिखित हैं :

- 1) होटल और रेस्तरां
- 2) रेलवे परिवहन सेवा
- 3) परिवहन सेवाएँ
- 4) खरीद-फरोख्त
- 5) भोजन और अल्पाहार
- 6) ऊन रेशम, सिंथेटिक वस्त्र
- 7) फर्नीचर के अतिरिक्त लकड़ी का सामान
- 8) चमड़ा और चमड़े से बनी वस्तुएँ
- 9) मशीनरी और यातायात औजार को छोड़कर धातु उत्पाद
- 10) मिश्रित उत्पाद, उद्योग
- 11) व्यापार
- 12) अन्य सेवाएँ।

इस प्रकार हम यह कह सकते हैं कि पर्यटन उद्योग का क्षेत्र काफी विस्तृत है और तीसरी दुनिया के देश इसके विकास के लिए काफी प्रोत्साहन दे रहे हैं।

19.3 परस्पर निर्भरता

पर्यटन उद्योग के संघटक न केवल व्यापार की दृष्टि से बल्कि विपणन रणनीतियां तय करने के लिए भी एक दूसरे पर निर्भर हैं। उदाहरण के लिए, एक टूर ऑपरेटर आवास, परिवहन, स्थल और गाइड या एस्कॉर्ट सेवाओं आदि की सहायता से यात्रा कार्यक्रम; पैकेज तैयार करता है। इस प्रकार, सेवा स्तर या सेवा निर्माण का प्रभाव टूर ऑपरेटर के उत्पाद पर पड़ता है। इसी प्रकार यदि किसी पर्यटन स्थल का विपणन, उच्च आय वर्ग के पर्यटकों के लिए करना है तो एयरलाइन्स विशेष वर्ग सीटों की सुविधा उपलब्ध कराएगा। पर्यटन सेवाओं के अन्य प्रकारों में भी इसी तरह परिवर्तन किए जा सकते हैं। अतएव पर्यटन से जुड़ी कोई एक सेवा प्रदान करने वालों को पूरे पर्यटन को ध्यान में रखना चाहिए और पर्यटन सेवाओं को पूरी समग्रता में देखना चाहिए। इस प्रकार के दृष्टिकोण के अभाव में कई बार उद्यमियों को असफलता का सामना करना पड़ता है। किसी पर्यटन स्थल में एक खूब बढ़िया होटल बना है जिसमें रहने-ठहरने आदि की तमाम सुविधाएं उपलब्ध हैं। परन्तु यदि परिवहन व्यवस्था चरमराती है और कोई पर्यटक वहां नहीं पहुंच पाता तो इसका सीधा असर होटल पर पड़ेगा। अतः किसी उत्पाद के निर्माण, विकास और प्रचार करते समय संगठन के विपणन कार्मिकों को पर्यटन उद्योग के विविध संघटकों की परस्पर निर्भरता को अवश्य ध्यान में रखना चाहिए।

निजी और सार्वजनिक क्षेत्र की परस्पर निर्भरता सेवाओं पर गहरा प्रभाव पड़ता है। सड़कों और हवाई अड्डों की स्थिति, बिजली और जल आपूर्ति, कानून व्यवस्था आदि सरकार या

सार्वजनिक क्षेत्र के नियंत्रण में होता है। बैंक पर्यटन क्षेत्र के उद्यमियों को अपना उद्यम स्थापित करने के लिए पूँजी और पर्यटकों को क्रेडिट कार्ड की सुविधा उपलब्ध कराता है। बीमा कंपनियां परिवहन संचालकों, पर्यटकों, होटलों आदि को बीमा सुविधा उपलब्ध कराती हैं। सार्वजनिक उपयोग की इन सेवाओं के स्तर का पर्यटन विकास पर सीधा प्रभाव पड़ता है।

19.4 व्यापार संबंध

पर्यटन उत्पादों और सेवाओं की परस्पर निर्भरता के कारण पर्यटन सेवाओं के विभिन्न अंगों के बीच सुनियोजित ढंग से परस्पर व्यापार संबंध स्थापित करना पड़ता है। इस प्रकार के व्यापार संबंध न केवल दूसरे संघटकों के साथ बल्कि समान सेवा प्रदान कर रही एजेन्सियों के बीच भी स्थापित होते हैं। वस्तुतः ग्राहकों की निगाह में अपनी छवि निर्माण के लिए यह एक आवश्यक कार्य है। उदाहरण के लिए, आपका एक नियमित ग्राहक आपके होटल में पहले से आरक्षण न करा सका। वह आपके पास पहुंचता है और कोई कमरा खाली नहीं है। आप अपने ग्राहक को कमरा भी नहीं दे सकते और भविष्य के लिए आप अपने इस ग्राहक को खोना भी नहीं चाहते हैं। अब इस स्थिति में क्या किया जाए? आप उसे सीधे नहीं भी कह सकते हैं और उससे यह कह सकते हैं कि वह किसी दूसरे होटल में अपने ठहरने का इन्तजाम करे। लेकिन इससे बेहतर यह होगा कि आप पर्यटक को नम्रता से स्थिति से अवगत कराएं और किसी दूसरे होटल में उनके ठहरने की व्यवस्था करने का प्रयास करें। इसके लिए आपको दूसरे होटलों से बातचीत करनी होगी। आपके इस प्रयत्न से ग्राहक प्रभावित होगा और भविष्य में भी वह इसे याद रखेगा। ऐसे ही कई अन्य उदाहरण दिए जा सकते हैं। आप एक पर्यटक संचालक हैं और आपके पास 10 बसें हैं। किसी सम्मेलन में आपको 15 बसों की आपूर्ति करनी है। इसके लिए आप अपने क्षेत्र के दूसरे परिवहन संचालक से बात करके 5 और बसों का इन्तजाम करेंगे। इसी प्रकार एयरलाइन्स के भी एक दूसरे से व्यापार संबंध होते हैं। अगर कोई एक एयरलाइन किसी एक क्षेत्र में उड़ान भर रहा है और कोई दूसरा दूसरे क्षेत्र में तो उनके आगमन और प्रस्थान में तालमेल बैठाना हमेशा लाभदायक होता है। इससे यात्रियों को इन्तजाम नहीं करना पड़ता और साथ ही साथ दोनों एयरलाइन्स को मुनाफा भी होता है।

कई बार पर्यटन उद्योग के दो या दो से अधिक संघटक संयुक्त उत्पाद या सेवा उपलब्ध कराते हैं। उदाहरण के लिए, भारतीय पर्यटन विकास निगम (ITDC) और इंडियन एयरलाइन्स ने आपसी समझौता किया कि जो यात्री एल.टी.सी. लेकर इंडियन एयरलाइन्स से यात्रा करेगा उसे ITDC के होटल में 20% की छूट दी जाएगी। कमीशन, छूट आदि संबंधी निर्णय लेने या समझौता करने तथा इसका स्तर निर्धारित करने के लिए सम्बन्ध कंपनियों के बीच औपचारिक व्यापारिक संबंध स्थापित किए जाते हैं। व्यापारिक नैतिकता बरकरार रखने के लिए भी यह आवश्यक है।

19.5 संयुक्त प्रचार

पर्यटन उत्पाद और सेवाओं की परस्पर निर्भरता के कारण विभिन्न संघटकों के उत्पादों और सेवाओं का संयुक्त प्रचार आवश्यक हो जाता है। उदाहरण के लिए, एयर इंडिया, टूर ऑपरेटर और विभिन्न होटल एक साथ मिलकर भारत का एक पर्यटन स्थल के रूप में प्रचार करते हैं। भारत सरकार का पर्यटन विभाग इस प्रकार की गतिविधियों को अपना समर्थन देता है। प्रचार के लिए पर्यटन विभाग टूर ऑपरेटर और ट्रैवेल एजेन्सियों आदि को ब्रोशर भी उपलब्ध कराता है। परन्तु इसका यह अर्थ नहीं है कि किसी सेवा के उत्पादक

अकेले अपनी नीतियां नहीं बना सकते हैं। उनकी अपनी स्वतंत्र प्रचारात्मक रणनीतियां और योजनाएं भी हो सकती हैं। परन्तु जहां कहीं भी संभव हो, वहां संयुक्त रूप से प्रयत्न करना चाहिए क्योंकि यह सबके हित में होता है।

कई बार दो संगठन जिनके बीच व्यापारिक संबंध होता है संयुक्त रूप से प्रचार करते हैं। केवल व्यापक स्तर पर ही नहीं बल्कि छोटे पैमाने पर भी छोटे व्यापारी साझीदार इस प्रकार का प्रयत्न करते हैं। उदाहरण के लिए, एक छोटा होटल एक टैक्सी सेवा से अपना सम्पर्क स्थापित करता है। ये दोनों एक दूसरे पर निर्भर हैं क्योंकि ये एक दूसरे के व्यापार को बढ़ाने में मदद करते हैं। पर्यटन के कई क्षेत्रों में इस प्रकार के अनगिनत उदाहरण मिल जाएंगे।

संकट की स्थिति में व्यापार को बचाने के लिए संयुक्त प्रयत्न एकमात्र औजार होता है जिसका उपयोग पर्यटन उद्योग कर सकता है। भारत में फैले तथाकथित प्लेग को उदाहरण के रूप में प्रस्तुत किया जा सकता है। जिसमें देश में अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटकों का आगमन बुरी तरह प्रभावित हुआ था। पर्यटन विभाग के निर्देशन और नेतृत्व में पर्यटन उद्योग के विभिन्न अंगों ने एक साथ छवि निर्माण का कार्य किया और पर्यटकों के मन में बसे भय को दूर निकाला। आप परिचय यात्राओं (FAM TOURS) की जानकारी पहले ही प्राप्त कर चुके हैं। आप यह भी जान चुके हैं कि पर्यटन उद्योग के विभिन्न अंग इसमें किस प्रकार हिस्सा लेते हैं।

19.6 संयुक्त प्रयास

पर्यटन उद्योग के विभिन्न संघटक एक दूसरे से न केवल परस्पर निर्भरता, व्यापार संबंध या संयुक्त प्रचार की दृष्टि से जुड़े हुए हैं बल्कि ये सारे कार्य भी एक साथ करते हैं। इस प्रकार के कार्यों की शुरुआत आरम्भ में अपने ही हितों की रक्षा के लिए की जाती है। IATO, TAAI, FHRAI, ADTOI, आदि विभिन्न संगठन इस क्षेत्र में महत्वपूर्ण भूमिका अदा करते हैं। इन संगठनों के अलावा राष्ट्रीय और स्थानीय स्तर पर भी कई संगठन साथ मिलकर काम करते हैं। कर, किराया, नियम, कानून, सार्वजनिक स्थलों का रखरखाव, आदि जैसे कई मुद्दों के लिए संयुक्त रूप से प्रयास किए जाते हैं। अगर कोई संगठन गलत ढंग से काम करता है और समझौते का आदर नहीं करता तो संयुक्त प्रयत्न द्वारा उस पर सामाजिक दबाव डाला जा सकता है।

बोध प्रश्न 1

- 1) व्यापार प्राप्त करने के संदर्भ में पर्यटन उद्योग के विविध संघटकों की परस्पर निर्भरता के कुछ उदाहरण दीजिए।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2) संयुक्त प्रयास क्यों आवश्यक हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

3) संयुक्त प्रयास के महत्व पर विचार कीजिए।

.....

.....

.....

.....

.....

19.7 सारांश

विभिन्न विपणन अवधारणाओं एवं कार्यों से परिचित कराने के बाद इस इकाई में पर्यटन उद्योग के विविध संघटकों के आपसी रिश्ते को स्पष्ट करने का प्रयास किया गया। पर्यटन उत्पादों और सेवाओं की परस्पर निर्भरता उनके स्वरूप में निहित है। इस परस्पर निर्भरता से व्यापार संबंध स्थापित होते हैं और अन्ततः संयुक्त प्रचार और प्रसार भी किए जाते हैं। यहां एक बात गौर करने की है कि पर्यटन उद्योग का कोई भी क्षेत्र केवल अपने बल पर आगे नहीं बढ़ सकता है। निःसंदेह प्रत्येक संगठन के अपने उद्देश्य, योजना, नीतियां और कार्य करने के तरीके होते हैं परन्तु कुशलता, गुणवत्ता, व्यापार प्राप्ति और ग्राहक की संतुष्टि के लिए आपस में तालमेल स्थापित करना अनिवार्य है।

19.8 बोध प्रश्नों के उत्तर

बोध प्रश्न 1

- 1) टूर ऑपरेटर, परिवहन संचालकों, गाइडों, एस्कॉर्ट और होटल आदि की सेवाओं पर निर्भर करता है; व्यापार के लिए होटल टूर ऑपरेटर पर आश्रित होते हैं; सम्मेलन के आयोजक होटल, परिवहन सेवाओं आदि पर निर्भर होते हैं। इसके अलावा आप अपनी ओर से अन्य उदाहरणों का उल्लेख कर सकते हैं।
- 2) भाग 19.5 पढ़िए। अपने स्वरूप में पर्यटन उत्पाद मूलतः विभिन्न सेवाओं का मिला-जुला रूप होता है परन्तु इसका समग्र प्रभाव ही पर्यटक पर असर डालता है। इसके अलावा पर्यटकों के आगमन को बढ़ाने के लिए संयुक्त प्रचार अनिवार्य है।
- 3) भाग 19.6 पढ़िए और आधार पर उत्तर लिखिए।

इकाई 20 पर्यटन के खतरे और बाधाएँ

इकाई की रूपरेखा

- 20.0 उद्देश्य
- 20.1 प्रस्तावना
- 20.2 खतरों और अवरोधों की समझ
- 20.3 जन असंतोष, अपराध और दबाव
- 20.4 लाल फीताशाही और नौकरशाही
- 20.5 प्रशिक्षित मानव शक्ति और जागरूकता
- 20.6 घरेलू पर्यटकों की अवहेलना
- 20.7 पर्यटन आगमन और प्रभाव
 - 20.7.1 प्रेरणा
 - 20.7.2 प्राथमिकता
 - 20.7.3 रवैया, आकांक्षाएँ और व्यवहार
 - 20.7.4 पर्यटन विकास में बाधाएँ
- 20.8 सारांश
- 20.9 बोध प्रश्नों के उत्तर

20.0 उद्देश्य

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप :

- पर्यटन विकास के संदर्भ में खतरे और अवरोध का तात्पर्य जान सकेंगे;
- खतरों और अवरोधों को पहचान सकेंगे; और
- नीति निर्माण, नियोजन और विकास के संदर्भ में उनके प्रभाव और प्रासंगिकता की जानकारी हासिल कर सकेंगे।

20.1 प्रस्तावना

पर्यटन के संदर्भ में आप अक्सर ऐसी बातें सुनते होंगे कि :

- देश में पर्यटन की अपार संभावनाएं हैं परंतु इस दिशा में कोई प्रगति नहीं हो रही है,
- पर्यटक आगमन में कमी आ रही है,
- अब अमुक-अमुक पर्यटक स्थल में पहले जैसी आकर्षण नहीं रहा, आदि।

कुछ अवरोधों और खतरों के कारण इस प्रकार की स्थितियां उत्पन्न हो जाती हैं। आमतौर पर सरकारी नीतियों और तौर-तरीकों को पर्यटन की राह में प्रमुख अवरोध माना जाता है। परंतु अध्ययनों से यह पता चला है कि संस्कृति और दृष्टिकोण भी अवरोध के रूप में कार्य करते हैं। इसी प्रकार, पर्यटन की खुद की प्रकृति, पर्यटकों के रवैये, यात्रा-व्यापार के कार्य संचालन, पर्यटन नीति और नियोजन या मेजबान जनता के रवैये के कारण भी पर्यटन खतरे में पड़ सकता है।

20.2 खतरों और अवरोधों की समझ

पर्यटन में स्वयं और अन्य का संबंध एक प्रमुख कारक है। यहां स्वयं का मतलब पश्चिमी या अमीर पर्यटक माना जाता है। मेजबान या स्थानीय जनता से अलग एक विकल्प तैयार कर उनकी पहचान परिभाषित की जाती है। इस संदर्भ में पर्यटन ग्रंथ 'वे' और 'हम' की भाषा से भरा हुआ है। अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन के क्षेत्र में, इस प्रकार की भाषा और संवाद उपनिवेशवाद के अनिवार्य तत्वों को ही प्रतिबिंबित करता है। घरेलू पर्यटन के संदर्भ में, इस प्रकार का पाठ वर्गों, समुदायों, और संस्कृतियों का संबंध निर्धारित करता है और एक दूसरे के बीच संतुलन को निर्धारित करता है।

विश्व पर्यटन संगठन का एकमात्र उद्देश्य संपूर्ण विश्व में तीव्र गति से पर्यटन का विकास करना और राजनैतिक, आर्थिक और आय संबंधी लाभ कमाना है। **इस उद्देश्य की पूर्ति में जो भी रुकावट डालता है वह पर्यटन के लिए खतरा और अवरोध है।** पर्यटन व्यापार में विभिन्न प्रकार की रुचियों, विभिन्न प्रकार के उत्पादों और विभिन्न स्थलों पर विभिन्न प्रकार के उत्पादकों के बीच सामंजस्य और तालमेल बिठाने की कोशिश की जाती है। इस संबंध को आगे बढ़ने से जो भी रोकता है वह पर्यटन व्यापार के लिए खतरा है और बाधाएं उत्पन्न करता है। फिर भी, पर्यटक और स्थानीय जनता पर्यटन के रास्ते में आने वाले खतरों और अवरोधों के उत्पन्न होने को एकतरफा नहीं मानते हैं। एक तरफ पर्यटन उद्योग और उपभोक्ता के बीच रिश्ता है जबकि, दूसरी तरफ पर्यटकों, उनके स्थलों और स्थानीय जनता के बीच राजनैतिक, आर्थिक समाजशास्त्रीय, नृशास्त्रीय और सांस्कृतिक टकराव की भी स्थिति है। ये टकराव भी पर्यटन के लिए खतरा या अवरोध बन सकते हैं। आमतौर पर खतरों और अवरोधों को केवल पर्यटन स्थल की दृष्टि से ही देखा जाता है, उद्गम स्थल की दृष्टि से नहीं। पर्यटन के खतरों और बाधाओं को ठीक से समझने के लिए हमें टकराव को पहचानना होगा। यह बहत आसान नहीं है। यह टकराव शारीरिक, मनोवैज्ञानिक, सांस्कृतिक या वैचारिक और प्रकार विशेषीकृत (दो व्यक्तियों, दो राष्ट्रियताओं या दो क्षेत्रों के बीच) या सामान्यीकृत (पश्चिम और पूर्व के बीच) भी हो सकता है। अतः पर्यटन के उद्गम और लक्ष्य दोनों स्थानों पर खतरे के बादल मंडराते रहते हैं। उदाहरण के लिए, भारत का पर्यटन वर्ष 1991 बहुत सफल नहीं रहा क्योंकि हम लोग अंतर्राष्ट्रीय तौर पर यह विश्वास नहीं दिला सके कि भारत एक सुरक्षित स्थल है इसका यह भी कारण था कि अमेरिका और पश्चिमी देशों ने अपने नागरिकों को भारत न जाने की सलाह दी क्योंकि उस समय उत्तर भारत में आरक्षण विरोधी आंदोलन चल रहे थे। परंतु हम भारत में ऐसा न कर सके। जब अमेरिका में लॉस एन्जिल्स में नस्ल वादी दंगे भड़क उठे थे और फ्लोरिडा में पर्यटकों की हत्याएं की जा रही थीं तब हम नागरिकों को अमेरिका न जाने की सलाह नहीं दे सके। इसका कारण यह है कि भारत अपने को पर्यटक आगमन देश के रूप में देखता है। विश्व पर्यटकों के लिए एक बाजार के रूप में नहीं। हमारी सरकार का नजरिया इसी बात से तय होता है कि वह अपने देश को एक पर्यटन स्थल के रूप में देखती है।

पर्यटन के खतरों और अवरोधों को परिभाषित करने के लिए हमें पर्यटन की प्रकृति की गहराई में जाना होगा और पर्यटन संचालन की ऊपरी सतह से आगे कई स्तरों को कुरेदना होगा।

20.3 जन असंतोष, अपराध और दबाव

पर्यटन उद्योग के नजरिए से जनअसंतोष पर्यटन व्यापार के लिए सबसे बड़ा खतरा है। इस संदर्भ में निम्नलिखित घटनाओं का उल्लेख किया जा सकता है :

- वायुसेवाओं या होटलों में हड़ताल
- असंतोष या जन आंदोलन
- साम्प्रदायिक दंगे, और
- उग्रवादियों/आतंकवादियों की गतिविधियां, आदि।

यह सही है कि पर्यटक अपनी पूरी-पूरी सुरक्षा चाहते हैं। अतः वे सुरक्षा की दृष्टि से खतरनाक जगहों पर नहीं जाना चाहते। 1992 में अयोध्या कांड के तत्काल बाद यात्राओं का रद्द होना या कश्मीर घाटी में घरेलू और विदेशी पर्यटकों का कम से कम जाना इसके ही उदाहरण हैं। इससे केवल टूर ऑपरेटर्स, वायुसेवाओं या ट्रेवल एजेंटों को ही नुकसान नहीं होता है बल्कि स्थानीय जनता भी इसका शिकार बनती है। टूर ऑपरेटर अपने पर्यटकों के लिए वैकल्पिक व्यवस्था कर सकते हैं परंतु स्थानीय जनता के पास क्या विकल्प है? अधिकांश मामलों में प्रत्येक पर्यटन स्थल की अपनी मौसमीयता होती है। एक मौसम खराब होने से उन्हें काफी दिक्कतों का सामना करना पड़ता है। खासकर अनौपचारिक क्षेत्र या सहायक सेवाओं पर आश्रित लोगों को ज्यादा तकलीफ उठानी पड़ती है।

किसी स्थल पर होने वाला अपराध भी एक खतरा है। उदाहरण के लिए चोरी, छेड़खानी या ठगी से स्थल बदनाम होता है। कई मामलों में छेड़खानी आदि की घटनाएं प्रकाश में आने पर पर्यटकों का आगमन कम हो जाता है। यह विदेशी और घरेलू दोनों ही प्रकार के पर्यटकों पर लागू होता है।

जैसा कि भाग 20.2 में उल्लेख किया गया है बड़ी शक्तियां भ्रमण परामर्श जारी कर तीसरी दुनिया के देशों पर दबाव डालती हैं। अपनी इच्छा से वे विभिन्न देशों को अपने नागरिकों के लिए निषिद्ध घोषित कर देती हैं। कई बार वे जन असंतोष और आतंकवाद का बहाना बनाकर इस प्रकार के परामर्श जारी कर देती हैं। अक्सर यह देखा गया है कि इस प्रकार के परामर्श काफी शीघ्रता से जारी किए जाते हैं। इसी से यह सवाल उठता है कि क्या वाकई स्थिति इतनी बुरी थी या राजनैतिक कारणों से छोटे देशों पर दबाव डालने के लिए ऐसा किया गया है। नई दिल्ली में आयोजित होने वाले "पाटा" सम्मेलन (1993) के ठीक पहले अमेरिकी सरकार द्वारा जारी भ्रमण परामर्श इसका एक उदाहरण है। इसके कारण सम्मेलन की तिथि बढ़ानी पड़ी।

पर्यटन क्षेत्र में संलग्न पेशेवर होने के नाते आपको यह अवश्य याद रखना चाहिए कि भारत एक विशाल देश है। एक जगह गड़बड़ी होने का यह मतलब नहीं है कि इससे सारा देश प्रभावित है। संकट की स्थिति में आप अपने ग्राहकों को इस प्रकार के तथ्यों से अवगत कराइए। इसके अलावा आप सांप्रदायिक सद्भाव स्थापित करने का भी प्रयत्न कीजिए।

20.4 लाल फीता शाही और नौकरशाही

योजना बनाने और उसे क्रियान्वित करने में लालफीता शाही अक्सर रोड़े अटकाती हैं। पर्यटन भी इसका अपवाद नहीं है। इसके अलावा कतिपय नौकरशाहों और राजनीतिज्ञों के पर्यटन के प्रति नजरिए से भी फर्क पड़ता है। इनमें से अधिकांश यह नहीं समझ पाते हैं कि यह एक विशेषीकृत क्षेत्र है और हर कोई इसका नियोजन और संचालन नहीं कर सकता

है। लगातार स्थानांतरण होने से भी इस पर खराब असर पड़ता है। गोवा, राजस्थान, केरल या हरियाणा जैसे राज्यों ने पर्यटक के क्षेत्र में काफी उन्नति की है और इसके लिए उन्होंने पर्यटन विकास के लिए उत्तरदायी अधिकारियों को एक स्थिरता भी प्रदान की है। पर्यटन विभाग में स्थानांतरण को आराम की नौकरी के रूप में नहीं लेना चाहिए। कई बार पर्यटन विकास के माध्यम से राजस्व अर्जन के स्थान पर पर्यटन विभाग के संसाधनों का उपयोग राजनीतिज्ञों या महत्वपूर्ण व्यक्तियों के लाभ के लिए किया जाता है। पर्यटन के लिए जरूरी है कि पर्यटन उद्योग और इसके प्रभावों को जानने वाले अधिकारी ही इन मुद्दों को सुलझाएं, नौसिखिए या इस क्षेत्र का अनुभव न रखने वालों को उत्तरदायित्व नहीं सौंपना चाहिए।

20.5 प्रशिक्षित मानव शक्ति और जागरूकता

प्रशिक्षित मानव शक्ति और जागरूकता का अभाव पर्यटन विकास की दो अन्य बाधाएं हैं। पर्यटन एक सेवा उद्योग है जहां उच्चस्तरीय प्रशिक्षण और पेशेवरपन की जरूरत होती है। तथापि यह कई स्तरों पर, खासकर अनौपचारिक और सहायक सेवाओं के स्तर पर, कई प्रकार की समस्याओं का सामना कर रहा है। कल्पना कीजिए एक ऐसे टैक्सी ड्राइवर की जो रास्ता नहीं जानता हो या स्वागतकर्ता (Receptionist) की जो एक पर्यटक को शहर के प्रमुख दर्शनीय स्थलों की जानकारी न दे सके।

पर्यटन के बारे में जागरूकता का भी अभाव है। जागरूकता का तात्पर्य पर्यटन को जानने मात्र से नहीं है। जागरूकता का अर्थ है लोगों के रोजमर्रा के जीवन पर पर्यटन के प्रभाव की जानकारी होना, पर्यटन के प्रति उनके नजरिए को समझना, लाभ और हानि को जानना आदि। पर्यटन के एक क्षेत्र में काम करने वाले लोगों को अक्सर अपनी सेवाओं और कार्यों के दूसरी सेवाओं और कार्यों पर पड़ने वाले प्रभावों की जानकारी नहीं होती है।

20.6 घरेलू पर्यटकों की अवहेलना

भारत में विदेशी पर्यटकों की अपेक्षा घरेलू पर्यटकों का आवागमन काफी ज्यादा होता है। हालांकि, विदेशी मुद्रा अर्जन के कारण विदेशियों को सुविधाएं प्रदान करने पर अधिक ध्यान दिया जाता है और घरेलू पर्यटकों की उपेक्षा की जाती है। अभी हाल में घरेलू पर्यटन को प्रोत्साहित करने का विचार सामने आया है और कई राज्य घरेलू पर्यटकों को ध्यान में रखकर अधिसंरचनात्मक विकास कर रहे हैं। हरियाणा इसका एक अच्छा उदाहरण है।

बोध प्रश्न 1

- 1) साम्प्रदायिक दंगे और जनअसंतोष किस प्रकार पर्यटन के लिए खतरा साबित होते हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2) पर्यटन के रास्ते में आने वाले खतरों और अवरोधों से आप क्या समझते हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

20.7 पर्यटन आगमन और प्रभाव

आधारभूत स्तर पर पर्यटकों का आगमन बहुत कुछ व्यक्तिगत निर्णयों और चुनावों पर आधारित होता है। मसलन, क्या इस वर्ष में छुट्टी बिताने बाहर निकलना चाहते हैं? नहीं/हाँ। अगर उत्तर नकारात्मक है तो भ्रमण करने की प्रवृत्ति या इसका अभाव पर्यटन की बाधा है। अगर उत्तर सकारात्मक है तब विविध संभावनाओं के बीच में क्या चुनना चाहेंगे?

यहां पैसा, समय, दूरी, पहुंच, मौसमीयता और खुद अपना और टूर एजेंट या टूर आपरेटर का आत्म बल खतरे के रूप में सामने आएगा या छुट्टी बिताने के संभावित स्थलों के निर्णय में बाधा उत्पन्न करेगा।

पर्यटन के खतरे/अवरोधों से संबद्ध दृष्टिकोण बनाने या निर्णय लेने में मांग और आपूर्ति के साथ-साथ अंतर-व्यक्तिनिष्ठ तत्वों का भी योगदान होगा।

20.7.1 प्रेरणा

क्या मुझमें पर्यटक बनने की इच्छा है? अगर नहीं तो मेरी व्यक्तिगत प्रेरणा पर्यटन में बाधक होगी। कुछ शोधों में पर्यटन की संभावना को आर्थिक दृष्टि से देखा गया है और इस प्रकार के शोधकर्ताओं का रवैया उन लोगों के भय को दूर करता है जो जन पर्यटन संचालकों को वादों या बहकाने के कारण घर से चिपके रहते हैं। वे इसे विपणन की समस्या मानते हैं क्योंकि आधुनिक व्यक्ति अब खुद निर्णय लेने का स्रोत या मूल नहीं रह गया है बल्कि यह कई प्रकार के सामाजिक और मनोवैज्ञानिक कारकों का उत्पाद या परिणाम है।

जहां पर्यटक की क्षमता अवरोध है वहां व्यक्ति पर्यटन खासकर अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन को देखते समय वह खिंचाव और दबाव (Pull and Push) संबंधी कारकों से प्रभावित होता है। ये कारक ही पर्यटन के प्रति उसकी अवधारणा को निर्धारित करते हैं।

20.7.2 प्राथमिकता

प्राथमिकता एक चुनाव की प्रक्रिया है जिसके तहत लोगों के अनुभव, उनसे प्राप्त सूचना या प्रचार से वास्तविक या काल्पनिक संभावनाएं सामने आती हैं। उदाहरण के लिए, निम्नलिखित रूपों से पर्यटन के अवरोधों को दूर करने के लिए प्राथमिकता को प्रेरणा से जोड़ा जा सकता है:

- 1) दोस्तों और रिश्तेदारों से मिलना (VFR) : लागत, सुविधाएं (Visiting Friends events, Kinship and Relations) दोस्तों, उत्सवों, रिश्तेदारों के पास जाना)
- 2) खोज : विज्ञान सौंदर्य, अनजानापन, अपेक्षाकृत अनजाना जोखिम कम प्रोत्साहन, प्रचार, कोई औपचारिक अधिसंरचना नहीं।

- 3) अपना मूल्यांकन : उत्पादों, सुविधाओं, आकर्षणों, दामों का विस्तार
- 4) कल्पना : भावनात्मक, देसी, अनजान, रहस्यात्मक उत्पाद, जिसमें सुविधाओं और दामों का फैलाव हो।
- 5) सम्मान : सामाजिक मूल्य, ऊंचे दामों वाले पर्यटक स्थल, सुविधाओं और उत्पादों का फैलाव, आकर्षणों की विविधता।

इन सभी मामलों में खतरों या अवरोधों को दूर करने के लिए प्राथमिकताएं तय की जा सकती हैं, उन्हें आपस में मिलाया जा सकता है और उनमें स्थानीय मुनाफों और आकांक्षाओं में संतुलन स्थापित किया जा सकता है इसके अलावा विभिन्न दर्शनीय स्थलों को इसमें शामिल किया जा सकता है। इन प्रारूपों से पता चलता है कि पर्यटन के खतरों और अवरोधों को दूर करने के लिए सामाजिक संदर्भ का विशेष महत्व है। अक्सर इस मुद्दे पर ध्यान नहीं दिया जाता है।

20.7.3 रवैया, आकांक्षाएँ और व्यवहार

समान समुदाय (भाषा, जातीयता, आर्थिक स्तर, काम आदि की समानता) के बीच या समान विश्वासों। (परम्परा, लोक-परंपरा, लोक-संस्कृति, वस्त्र और व्यवहार आदि) के आधार पर सामाजिक आदान-प्रदान होता है। बृहद सामाजिक परिप्रेक्ष्य में (धार्मिक या राष्ट्रीय या आंदोलनात्मक एकता) भी यह आदान-प्रदान संभव हो सकता है जिसमें मुख्य धारा और वैकल्पिक रीति रिवाज, सिद्धांत, अनुष्ठान और आकांक्षाओं का एक साथ विकास होता है जिससे पर्यटकों और स्थानीय निवासियों, दोनों का भविष्यगत व्यवहार निर्धारित होता है। अतः हम कह सकते हैं कि पर्यटन रवैये में आकांक्षाएँ और व्यवहार व्यक्तिगत प्रेरणा और प्राथमिकता से तय नहीं होती बल्कि वे सामुदायिक लक्ष्य, मानक और आकांक्षाओं से निर्धारित होते हैं। उदाहरण के लिए जन पर्यटन का 4 एस फार्मूला (Sun, Sea, Sand and Sex) चार्टर पैकेज के रूप में आगे बढ़ाया गया परंतु इससे समुद्र तट पर पर्यटन द्वारा पड़ने वाले नकारात्मक प्रभाव के कारण पूरे विश्व में खूब हो-हल्ला मचा। Beach Tourism अर्थात् समुद्र तट पर्यटन को कभी अंतर्राष्ट्रीय छुट्टी पर्यटन के रूप में प्रचारित प्रसारित किया गया था। आज यह पर्यटन के लिए, महंगा साबित हो रहा है। पर्यावरण संबंधी गिरावट, अत्यंत भीड़-भाड़, स्थानीय लोगों की बेदखली, सामाजिक रूप से अस्वीकृत गतिविधियां, स्थानीय लोगों की दुश्मनी, विदेशी नियंत्रण और स्थानीय संसाधनों का प्रयोग। इस प्रकार हम देख सकते हैं कि किस प्रकार पर्यटन का एक प्रकार पर्यटन विकास में अवरोध बन सकता है। इस स्थिति में स्थल विशेष में रहने वाले लोग इसे अपने सामाजिक, आर्थिक और सांस्कृतिक जीवन के लिए खतरा मानते हैं। इसी प्रकार, स्थानीय लोगों को पर्यटन से आर्थिक लाभ की भी उम्मीद होती है और जब ऐसा संभव नहीं होता है तब उनका रवैया शत्रुतापूर्ण हो जाता है।

20.7.4 पर्यटन विकास में बाधाएँ

अंतर्राष्ट्रीय समुदाय अनेक प्रकार की बाधाओं का सामना कर रहा है, जैसे ऊर्जा संकट, संसाधनों का उपयोग और वितरण, मुद्रास्फीति, बेरोजगारी और व्यापारिक लेन-देन में कमी। इस संदर्भ में हमें पर्यटन की सही प्रकृति स्पष्ट करनी होगी और भविष्य में इसकी भूमिका पर विचार करना होगा। इससे यह पता चलेगा कि ये कारक किस प्रकार के रूप में सामने आते हैं। कई देशों ने भुगतान छुट्टी और पर्यटन रियायत (एल टी सी या होली डे बोनस) के जरिए अवकाश और आराम के प्रति अपनी आस्था व्यक्त की है और इस प्रकार पर्यटन के प्रति भी सकारात्मक सोच व्यक्त की है। इस प्रकार वचन देते समय यह भूल जाया जाता है कि विकास के आम स्तर और नागरिक समाज के सामाजिक ढांचे में एक अंतर-निर्भरता

होती है। ये भी पर्यटन की राह में रोड़े अटका सकते हैं।

आधुनिक पर्यटन के विकास में इन कारकों को अवरोधों के रूप में देखा गया है कि इसके अलावा कुछ क्षेत्रों में आर्थिक, सामाजिक और राजनैतिक साम्य न होने से भी अवरोध उत्पन्न होता है जैसे :

- 1) वित्तीय संसाधन;
- 2) मानव संसाधन;
- 3) संस्थागत, प्रशासनिक और प्रबंधकीय संस्कृति;
- 4) कार्यान्वयन और डिजाइन मशीनरी; तथा
- 5) पर्यटन को दी जाने वाली प्राथमिकता।

विश्व आर्थिक व्यवस्था में देश विशेष की जैसी हैसियत होगी, इन मुद्दों के प्रति उनका व्यवहार वैसा ही होगा और यह उनके विकास के आंतरिक ढांचे से निर्धारित व नियमित होगा। अतः जब विश्व पर्यटन संगठन आधुनिक पर्यटन विकास के सार्वभौम अवरोधों को परिभाषित करता है तो उसके सम्मुख जन-पर्यटन ही मुख्य धारा होती है, जिसमें जरूरत होती है अधिक वित्त की, प्रशिक्षण और निपुणता की, अनिवार्य उपयोग पर आधारित पश्चिमी जीवनशैली की और संसाधनों के अपव्यय की। इसका कारण यह है कि ये पर्याप्त मात्रा में उपलब्ध हैं। वैकल्पिक रणनीतियों पर विचार नहीं किया जाता है।

इसी ढांचे के तहत पर्यटन मंत्रालय और भ्रमण व्यापार एक पर्यटन स्थल के रूप में भारत की अधिसंरचनात्मक कमज़ोरियों की चर्चा करते हैं। इसमें होटलों में कमरों की कमी, घटिया रेल व वायु सेवा, बहुत घटिया सड़क परिवहन, बिजली की आपूर्ति में अनियमितता और अल्पविकसित मानव संसाधन शामिल हैं। इसी प्रकार पर्यटन क्षेत्र के संदर्भ में भारत की कराधान नीतियों, सीमा शुल्क और उत्पाद शुल्क, की भी अलोचना की जाती है।

पर्यटन विकास के अवरोधों को दूर करने और प्रतिवर्ष पर्यटकों के भारत आगमन में 50-60 लाख की वृद्धि करने के उद्देश्य से भारत सरकार ने इस क्षेत्र में 39,000 करोड़ रुपये की योजना बनाई है। हालांकि सरकार इस दिशा में हर संभव प्रयास कर रही है। परंतु वह यह विश्वास नहीं दिला सकती कि अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक के विकास में सारी बाधाएं समाप्त हो गई हैं, इसके पास ऐसी कोई योजना नहीं है जिसके जरिए यह लोगों को विश्वास दिला सके कि पर्यटन सभी के लिए उपलब्ध है और पर्यटन से आर्थिक और सामाजिक लाभ होगा। चूंकि दूसरे सामाजिक क्षेत्रों के निवेश को इस क्षेत्र की ओर मोड़ा जाता है, इसलिये सरकार के लिए जनता में पर्यटन के प्रति विश्वसनीयता जगाना मुश्किल हो जाता है।

अगर पर्यटन खुद अपने भविष्य के लिए खतरा नहीं है तो सभी देशों को निम्नलिखित क्षेत्रों की ओर विशेष ध्यान देना चाहिए :

- क) प्राकृतिक, सांस्कृतिक, कलात्मक और मानव संसाधनों का परिणामात्मक और गुणात्मक विश्लेषण करना और उनके संरक्षण व उपयोग की योजना बनानी चाहिए क्योंकि अति नियोजित पर्यटन उसके उपयोग को तो विस्तारित करता है परंतु संसाधनों की सुरक्षा नहीं करता।
- ख) यह महसूस करना चाहिए कि किसी देश की विरासत, मानव मात्र की विरासत का हिस्सा है। अतः विरासत को लेकर आपसी टकराव और विद्वेष नहीं होना चाहिए।
- ग) पर्यटन के सामाजिक और आर्थिक महत्व को समझना चाहिए और एक प्रदूषण-मुक्त परिवेश के निर्माण के लिए इसके संरक्षणवादी आयाम को बढ़ावा देना चाहिए।

- घ) यह महसूस करना चाहिए कि परंपरागत मूल्य, खासकर गैर-भौतिकवादी मूल्य, पर्यटन को एक सामाजिक शक्ति के रूप में निर्देशित करेगा और अमीर व गरीब के बीच एक रिश्ता कायम करने में सहायक होगा।
- ङ) अगर मेजबान देश के विकास के लिए पर्यटन का विकास करना है तो पर्यटन से संबंधित लक्ष्यों को दो पक्षीय और बहु पक्षीय समझौते के द्वारा प्राप्त करना होगा और इसे सामाजिक-आर्थिक लक्ष्यों से जोड़ना होगा।
- च) पर्यटन विकास में खतरे और अवरोधों के मॉडल को सुलझाने के लिए विकास के साथ-साथ संरक्षण का भी ख्याल रखना चाहिए।
- छ) सभी पर्यटन विकास लघु अवधि की आवश्यकताओं को पूरा करने वाले नहीं होने चाहिए, चाहे इनकी कितनी भी मांग क्यों न हो। इन आवश्यकताओं को दीर्घावधि योजना के तहत पूरा करना चाहिए और शोषित, गरीब, पिछड़े, अशिक्षित समुदायों और लोगों की भलाई का खास ख्याल रखना चाहिए। अतः पर्यटन में दीर्घावधि दृष्टिकोण अपनाना चाहिए। इसका अर्थ यह है कि सामाजिक स्वीकृति द्वारा जिस उपभोगवाद की प्रवृत्ति विकसित हो रही है उसे किया जाना चाहिए।

ऐसा माना जा रहा है कि उत्तर औद्योगिक समाज में पर्यटन और आराम का समय आम संस्कृति का केंद्र बिन्दु बन जाएगा। एक बार जब पर्यटन शुद्ध मनोरंजन से आगे बढ़कर संस्कृति का वाहक बन जाएगा तब मनुष्य अपनी भौतिक संकीर्णता से बाहर निकलेगा, अपना आत्मज्ञान बढ़ाएगा और उसमें एक विश्व व्यापी दृष्टिकोण पैदा होगा।

एक जगह से दूसरी जगह जाने और वहां रहने पर पर्यटक का दृष्टिकोण बदलता है और व्यापक होता है। उससे मन में जो पूर्वाग्रह या दुराग्रह होते हैं वे भी धीरे-धीरे दूर हो जाते हैं।

अगर पर्यटन लोगों की आम दिनचर्या को बदलने में सहायक होता है तो उसके अवरोध अपने आप दूर हो जाएंगे। एक नया माहौल, नया कमरा, नया भोजन, नए लोग, अलग चेहरे, अलग भाषा, अलग मुद्रा से एक बदलाव आ सकता है। यहां अंतर्राष्ट्रीय स्तरों के दबाव में केवल इसीलिए नहीं पड़ना चाहिए कि वे जाने-पहचाने हैं।

बोध प्रश्न 2

- 1) पर्यटन किस प्रकार स्वयं अपना दुश्मन है?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2) पर्यटन के विकास के लिए क्या उपाय किए जाने चाहिए?

.....

.....

.....

.....

.....

20.8 सारांश

पर्यटन की राह में अनेक खतरे और अवरोध हैं। जन असंतोष, सांप्रदायिक दो, लाल फीताशाही आदि के अलावा पर्यटन अपना दुश्मन स्वयं भी है। इस संदर्भ में मेहमान-मेजबान संबंध की प्रकृति, पर्यटन स्थल की छवि और पर्यटन उद्योग की विपणन नीतियों पर भी नज़र रखनी चाहिए। पर्यटन नीति के निर्माणकर्ताओं, नियोजकों, पर्यटन स्थल विकासकों आदि के लिए इन खतरों और बाधाओं का जानना अति आवश्यक है।

20.9 बोध प्रश्नों के उत्तर

बोध प्रश्न 1

- 1) देखिए भाग 20.3
- 2) देखिए भाग 20.3

बोध प्रश्न 2

- 1) भाग 20.7 के आधार पर उत्तर लिखिए।
- 2) 20.7.4 उपभाग पढ़िए।



इस खंड के लिए कुछ उपयोगी पुस्तकें

धर्मराजन और सेठ, भारत में पर्यटन, नई दिल्ली, 1993

सुहीता चोपड़ा - भारत में पर्यटन विकास, नई दिल्ली 1992

प्रेम नाथ धार - यात्रा और पर्यटन उद्योग का विकास कनिष्क प्रकाशन, 2009

पीटर ई. टारलो - पर्यटन सुरक्षा - यात्रा जोखिम और सुरक्षा के प्रभावी प्रबंधन के लिए रणनीतियाँ, 2014

इस खंड के लिए अभ्यास

अभ्यास 1

अपने क्षेत्र में पर्यटन के आर्थिक लाभों और हानियों को दर्शाते हुए एक लेख लिखिए।

अभ्यास 2

निकटतम ट्रेवल एजेंसी पर जाएँ और होटल के साथ उसके व्यापारिक संबंधों का पता लगाने का प्रयास करें?

सांप्रदायिक दंगों के कारण बताइए। इनका पर्यटन व्यवसाय पर क्या असर पड़ता है? आप सांप्रदायिक सद्भाव कायम करने में किस प्रकार मदद कर सकते हैं।

