

इकाई 1 पुनर्जागरण और धर्मसुधार

संरचना

1.0 उद्देश्य

1.1 प्रस्तावना

1.2 सामाजिक और आर्थिक पृष्ठभूमि

1.2.1 पूँजीवादी अर्थव्यवस्था

1.3 पुनर्जागरण

1.3.1 मानवतावाद

1.3.2 धर्मनिरपेक्षतावाद/पंथनिरपेक्षतावाद (Secularism)

1.4 पुनर्जागरण सम्बन्धी साहित्य

1.5 कला और स्थापत्य

1.6 वैज्ञानिक क्रान्ति का आरम्भ

1.7 धर्मसुधार

1.8 सारांश

1.9 शब्दावली

1.10 अपनी प्रगति को जाँचिए/अभ्यास के लिए संकेत

.....

1.0 उद्देश्य

यह इकाई यूरोपीय इतिहास की सबसे महत्वपूर्ण समयावधि पर चर्चा करती है। यह ऐसी समयावधि है जिसने न सिर्फ अर्थव्यवस्था, समाज और राजव्यवस्था में, बल्कि मनुष्य और प्रकृति के प्रति समग्र दृष्टिकोण में भी प्रमुख परिवर्तनों का प्रारम्भ किया। इस इकाई के अध्ययन के बाद आपको इस योग्य हो जाना चाहिए कि आप निम्नलिखित चीज़ों को समझ सकें :

- ऐसे आर्थिक और सामाजिक कारक, जिन्होंने पुनर्जागरण और धर्मसुधार की प्रक्रियाओं में अपना योगदान दिया,
- पुनर्जागरण और धर्मसुधार से जुड़े विचार, मूल्य और संस्थाएँ,
- इस समयावधि की कला और संस्कृति,
- वह प्रक्रिया जिसने यूरोप में आधुनिक राज्य के अभ्युदय को बल प्रदान किया, और
- यूरोपीय शक्तियों का विश्व के अन्य क्षेत्रों में प्रसार, जो बाद में उपनिवेशीकरण के रूप में सामने आया।

1.1 प्रस्तावना

इस इकाई में हम मानवीय इतिहास की एक बहुत महत्वपूर्ण कालावधि का अध्ययन प्रस्तुत करेंगे। आधुनिक विश्व की नींव इसी कालावधि में रखी गयी थी। लगभग चौदहवीं से सत्रहवीं शताब्दी ईस्वी तक की अवधि में अनेक अन्तर्सम्बन्धित प्रगतियाँ घटित हुईं। यूरोप में ऐसी अनेक घटनाएँ हुईं जिनका प्रभाव सम्पूर्ण विश्व पर पड़ा। कुछ मामलों में इन प्रभावों को, भले कम या अधिक, लेकिन तुरन्त महसूस किया गया, जबकि कुछ मामलों में इन प्रभावों को महसूस करने में लम्बा समय लगा।

रूपान्तरण की इस अवधि का वर्णन करने के लिए आमतौर पर 'पुनर्जागरण' और 'धर्मसुधार' शब्दों का प्रयोग किया जाता है। 'पुनर्जागरण' शब्द का तात्पर्य पुनर्जन्म से है और इसका प्रयोग प्राचीन यूनान और रोम के ज्ञान में रुचि या उन्हें पुनर्जीवित करने के सन्दर्भ में किया गया था। किन्तु यह प्राचीन ज्ञान के पुनर्जीवन से बहुत अधिक था। इसने दर्शन, धर्म, कला, साहित्य, राजनीति और विज्ञान के ऐसे विचारों और उपलब्धियों का स्वागत किया, जिनमें से बहुत कम ही विचार प्राचीन विरासत में मौजूद थे। प्रायः ये विचार कैथोलिक चर्च के और पोप की सत्ता के विरुद्ध भी थे, जिसका परिणाम सोलहवीं शताब्दी के पूर्वार्द्ध में प्रोटेस्टैण्टवाद के अभ्युदय के रूप में और सोलहवीं शताब्दी के उत्तरार्द्ध में 'प्रति-धर्मसुधार' के रूप में वर्णित कैथोलिक धर्मसुधार के रूप में सामने आया।

यूरोप के इतिहास पर धर्मसुधार का बहुत गहरा प्रभाव पड़ा। यह प्रभाव धर्म के अलावा दूसरे क्षेत्रों तक भी विस्तृत हुआ। पुनर्जागरण और धर्मसुधार दोनों के सामाजिक और आर्थिक कारण समान ही थे। अपने प्रभाव में ये दोनों एक जैसे ही थे और दोनों ने मिलकर सामन्तवादी व्यवस्था को ध्वस्त कर दिया तथा एक नयी सामाजिक व्यवस्था की नींव रखी। परस्पर अन्तर्सम्बन्धित घटनाओं की एक शृंखला ने समाज और अर्थव्यवस्था में होने वाले इन परिवर्तनों का साथ दिया। विश्व के बारे में और विश्व में अपनी जगह के बारे में मनुष्य की सोच में बुनियादी परिवर्तन आए। कला और साहित्य की अन्तर्वस्तु और शैली में मूलभूत बदलाव आया। एक ऐसा निर्णायक बदलाव आया जिसके अन्तर्गत दैवीय मामलों से हटकर मानवीय मामलों का अध्ययन किया जाने लगा और मनुष्यों की वृहत्तर सृजनात्मक क्षमता में अजेय विश्वास उपजा। आधुनिक विज्ञान की नींव इसी अवधि में डाली गयी। यह कालखण्ड राजनीतिक व्यवस्था के नए रूपों और नए राजनीतिक सिद्धान्तों के साथ राष्ट्र-राज्यों के उदय का साक्षी रहा। यह कालखण्ड खोजों का युग भी रहा जिसमें इतिहास में पहली बार अन्वेषण के लिए समुद्री यात्राएँ की गयीं

और विश्व के समस्त हिस्सों को एक-दूसरे के सम्पर्क में लाया गया। इस सारे विकास को इनके आपसी अन्तर्सम्बन्ध के सन्दर्भ में ही देखा जाना चाहिए। जिस अवधि में ये परिवर्तन और विकास घटित हुए, उस अवधि की सामान्य और आर्थिक पृष्ठभूमि पर पहले एक निगाह डाल लेना उपयोगी हो सकता है।

1.2 सामाजिक और आर्थिक पृष्ठभूमि

मध्यकाल में व्यापार के पुनरुत्थान के साथ-साथ नगरों का भी विकास हुआ। पुराने नगर पहले की तुलना में विशाल हो गए और अनेक नए नगरों का, विशेषकर विनिर्माण और व्यापार के केन्द्रों के रूप में, अभ्युदय हुआ। नगरों ने, जो प्रायः दीवारों से घिरे हुए होते थे, स्वयं को सामन्ती नियन्त्रण से मुक्त कर लिया। नगरों में अपनी स्वयं की सरकारें आर्यीं और नगरवासी अपने अधिकारियों का चुनाव करते थे। उनके पास अपनी सेना और अपनी अदालतें थीं। सामन्तवादी व्यवस्था में दासों (serfs) के विपरीत, अब नगरों में नागरिकों के आने-जाने पर किसी प्रकार का कोई प्रतिबन्ध नहीं रह गया। नागरिक अपनी पसन्द से जहाँ चाहें आ और जा सकते थे और सम्पत्ति की खरीद और बिक्री कर सकते थे। यह एक पुरानी मध्यकालीन कहावत है कि “नगर की हवा आदमी को स्वतन्त्र कर देती है।” नगरों ने सामन्ती दमन के कारण पलायन कर चुके दासों को शरण उपलब्ध करायी। नगरों ने ऐसी नकदी फसलों की खेती को प्रोत्साहित किया, जिनकी आवश्यकता विनिर्माताओं को थी और किसानों को अपना भुगतान धन के रूप में मिला। अब सरदारों की बकाया राशि को किसान श्रम के बजाय नकदी के रूप में अदा कर सकते थे। सामन्ती समाजों में धन बहुत उपयोगी नहीं था। आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए एक जागीर कमोबेश पर्याप्त हुआ करती थी। खरीदना और बेचना बहुत ही कम होता था और जो कुछ भी होता था, वह वस्तु-विनिमय प्रणाली के माध्यम से सम्पन्न होता था। ज्यों-ज्यों व्यापार

का विकास होता गया, त्यों-त्यों धन की उपयोगिता बढ़ती चली गयी। धन के प्रयोग ने अर्थव्यवस्था में दूरगामी परिवर्तनों की तरफ संकेत किया।

1.2.1 पूँजीवादी अर्थव्यवस्था

विशेषाधिकार प्राप्त लोगों के पास सोने और चाँदी के रूप में धन तो था लेकिन यह बेकार धन था क्योंकि इसका उपयोग और अधिक धन कमाने के लिए नहीं किया जा सकता था। व्यापार और विनिर्माण के विकास के साथ-साथ इन स्थितियों में बदलाव आया तथा सामन्ती अर्थव्यवस्था से पूँजीवादी अर्थव्यवस्था की तरफ संक्रमण का प्रारम्भ हुआ। पूँजीवादी अर्थव्यवस्था में सम्पत्ति, जो आमतौर पर धन के रूप में हुआ करती थी, का उपयोग लाभ कमाने के लिए किया जा सकता था। ऐसा व्यवसाय, व्यापार और उद्योग में धन का निवेश करके किया जा सकता था। जो लाभ मिलता था, उसका पुनर्निवेश और अधिक लाभ कमाने के लिए किया जा सकता था। ऐसी सम्पत्ति या ऐसे धन को पूँजी कहा जाता है। धीरे-धीरे धन किसी भी व्यक्ति की सम्पत्ति का मापक हो गया। सामन्ती समाजों में, सामन्ती सरदारों के अतिरिक्त, लोगों के तीन वर्ग थे। पुरोहित वर्ग - पादरी जो पूजा-पाठ किया करते थे, सैनिक वर्ग - सरदार जो लड़ाइयाँ किया करते थे और श्रमिक वर्ग - किसान जो पादरी वर्ग और सैनिक वर्ग दोनों के लिए कामकाज किया करते थे। व्यापार के विकास के साथ-साथ मध्यम वर्ग के रूप में एक नवीन वर्ग का उदय हुआ। इस नवीन वर्ग में मुख्यतः व्यापारी लोग शामिल थे। हालाँकि इस नवीन वर्ग में शामिल लोगों की संख्या कम ही थी किन्तु चूँकि इनके पास बहुत सम्पत्ति थी, इसलिए इस वर्ग ने समाज में महत्वपूर्ण भूमिका निभानी शुरू कर दी।

प्रारम्भ में, अन्तरराष्ट्रीय व्यापार मुख्यतः पूर्व से आयी विलासिता की वस्तुओं के रूप में होता था तथा इस व्यापार पर वेनिस, जेनोआ और पाईज़ जैसे इतालवी शहरों और दक्षिणी जर्मनी में

स्थित नगरों का नियन्त्रण हुआ करता था। पन्द्रहवीं शताब्दी के अन्तिम दशक में हुई महान भौगोलिक खोजों के साथ व्यापार का प्रतिमान बदल गया। इन महान भौगोलिक खोजों में शामिल था - पूर्व की ओर जाने के लिए एक समुद्री मार्ग की खोज तथा अमेरिका की खोज। इस व्यापार पर पुर्तगाल और स्पेन का वर्चस्व था और बाद में हालैण्ड और ब्रिटेन का वर्चस्व हो गया।

इन प्रगतियों के साथ-साथ विनिर्मित वस्तुओं की प्रणाली में परिवर्तन घटित हुए। मध्यकाल के प्रारम्भ में किसानों को जिन गैर-कृषि उत्पादों की आवश्यकता होती थी, उनमें से अधिकांश उत्पाद किसानों के घरों में उत्पादित किए जाते थे। दासों को जिन वस्तुओं की ज़रूरत होती थी, वे उन लोगों द्वारा उत्पादित की जाती थीं जो विशिष्ट शिल्पों या हस्तकलाओं में कुशल होते थे और जिन्होंने स्वयं को श्रेणियों (गिल्ड्स) के रूप में संगठित कर लिया था। उदाहरण के लिए, उस समय नानबाई (बेकर्स) की, जुलाहों की और रंगरेजों (डायर्स) की श्रेणियाँ मौजूद थीं। शिल्प की प्रत्येक श्रेणी के पास शिल्पकारों, प्रशिक्षुओं और वेतनभोगी मजदूरों के विशेषज्ञ हुआ करते थे। किसी शिल्प को सीखने के लिए व्यक्ति को इस विशेषज्ञ के पास एक प्रशिक्षु या शिक्षार्थी के रूप में जाना होता था। शिल्प को सीख लेने के पश्चात, व्यक्ति को विशेषज्ञ के पास जाकर एक वेतनभोगी कारीगर/मजदूर की तरह कार्य करना होता था या अगर किसी व्यक्ति ने किसी कला में स्वयं ही विशेषज्ञता हासिल कर ली है तो वह अपने-आप विशेषज्ञ शिल्पकार हो जाया करता था।

उत्पादन की इकाइयाँ छोटी होती थीं, जिसमें तीन से चार लोग कार्य करते थे और प्रत्येक इकाई के पास अपने उत्पादों की बिक्री के लिए दुकानें हुआ करती थीं। किसी उत्पादन इकाई के भीतर या एक ही श्रेणी की विभिन्न उत्पादन इकाइयों के बीच किसी प्रकार की कोई असमानता नहीं होती थी। श्रेणी (गिल्ड) किसी भी प्रतिस्पर्धी को शिल्प का व्यापार करने से रोकती थी लेकिन

श्रेणी यह अवश्य सुनिश्चित करती थी कि उत्पादों की गुणवत्ता उत्तम हो, व्यापार के व्यवहार निष्पक्ष हों तथा साथ ही साथ उत्पादों के मूल्य स्थिर हों।

जब वस्तुओं की माँग बहुत बढ़ने लगी तो वृहद-स्तरीय उत्पादन आवश्यक हो गया। इस आवश्यकता की पूर्ति के लिए श्रेणी (गिल्ड) प्रणाली उपयुक्त नहीं सिद्ध हुई और श्रेणियों की यह व्यवस्था पतन की ओर जाने लगी तथा इसकी जगह पूँजीवादी प्रणाली आ गयी। इस नई प्रणाली में असमानता आ गयी क्योंकि स्वामी लोगों को यह मंजूर नहीं था कि वेतनभोगी कारीगर कभी स्वामी बनें। इसके साथ ही स्वामी लोग कारीगरों को बहुत कम वेतन देने लगे।

कारीगरों को बाहर रखने की इस प्रणाली के आगमन के साथ ही, इन कारीगरों की स्वतन्त्रता घट गयी। इस प्रणाली के अन्तर्गत व्यापारी स्वामी-शिल्पकार के पास कच्चा माल पहुँचाता था, शिल्पकार इस कच्चे माल पर अपने औजारों के साथ उसी तरह कार्य करते थे जैसे वे पहले अपने घर में किया करते थे, और उत्पाद तैयार हो जाने पर वह व्यापारी इन उत्पादों को उठा ले जाया करता था जिसने कच्चा माल उपलब्ध कराया था। इस प्रकार, वास्तव में पहले के विपरीत अब उन उत्पादों पर शिल्पकारों का कोई स्वामित्व नहीं होता था, जिनका उत्पादन वे किया करते थे। धीरे-धीरे इन शिल्पकारों की स्थिति गिरती चली गयी और अन्ततः ये मजदूरी करने वाले श्रमिक भर रह गए। हाँ, वे शिल्पकार अवश्य इसके अपवाद रहे जिनके पास अभी भी कारीगरी में प्रयुक्त होने वाले औजारों का स्वामित्व था और जो घर पर कार्य किया करते थे।

इसका परिणाम यह हुआ कि इस प्रणाली ने कारखाना प्रणाली का मार्ग प्रशस्त किया। कारखाना प्रणाली में उत्पादन पूँजीपति के स्वामित्व वाली विशाल इमारतों में मशीनों की सहायता से होता था। इन मशीनों का भी स्वामित्व पूँजीपति के ही हाथ में रहता था। मजदूर किसी भी चीज़ के मालिक नहीं थे और केवल मजदूरी के लिए कार्य करते थे। खनन या धातु जैसे उन उद्योगों में, जिनमें विशाल निवेशों की आवश्यकता थी, पूँजीवादी प्रणाली के अन्तर्गत कच्चे मालों पर,

उपकरणों, मशीनों और उत्पादों पर कुछ ही चुनिन्दा लोगों का स्वामित्व होता था और मजदूर केवल जल्द से जल्द मजदूरी पाने के लिए ही कार्य किया करते थे। इस समयावधि में विनिर्माताओं का भयंकर प्रसार हुआ। इसके साथ ही, नगरों में सामाजिक विभेदों में बढ़ोत्तरी हुई तथा मजदूर वर्ग का उदय हुआ। यूरोप में जिस प्रकार सामन्तवादी व्यवस्था के पतन के समय कृषक विद्रोह घटित हुए थे, उसी प्रकार पूँजीवाद के उभार के इस युग में शहरों के गरीब लोगों ने भी विप्लव खड़े किए।

1.3 पुनर्जागरण

‘पुनर्जागरण’ का शाब्दिक अर्थ पुनर्जन्म है तथा संकीर्ण अर्थों में इस शब्द का प्रयोग यूनान और रोम की प्राचीन शास्त्रीय सभ्यताओं में रुचि के पुनरुत्थान का वर्णन करने के लिए किया जाता है। पुनर्जागरण ने यूरोपवासियों को बहुत गहराई तक प्रभावित किया। पुनर्जागरण, हालाँकि, प्राचीन विद्या का पुनरुत्थान भर नहीं था। इस दौरान कला, साहित्य, धर्म, दर्शन, विज्ञान और राजनीति के क्षेत्र में नवीन प्रगतियों की एक शृंखला का उभार हुआ।

शताब्दियों से यूरोप के बौद्धिक और सांस्कृतिक जीवन पर कैथोलिक चर्च का वर्चस्व चला आ रहा था। पुनर्जागरण ने इस वर्चस्व को कमजोर कर दिया। क्रिश्चियन दौर से पहले की शास्त्रीय विद्या का पुनर्जीवन तथा प्राचीन यूनान और रोम की सांस्कृतिक उपलब्धियों में रुचि का पुनरुत्थान चर्च के वर्चस्व को दुर्बल बनाने के लिए अपने आप में महत्वपूर्ण कारक रहा। वास्तविकता यही है कि पुनर्जागरण पुनरुत्थान की सीमाओं से बहुत आगे चला गया था और इसने चिन्तन के एक नवीन तरीके को जन्म दिया।

1.3.1 मानवतावाद

चिन्तन की पुनर्जागरण-परम्परा की मुख्य विशेषता मानवतावाद थी। मूलतः इसका तात्पर्य मनुष्यों के प्रति, दैवीय मामलों से अलग होकर, चिन्ता करने के विषय में एक निर्णायक बदलाव से था। मानवतावाद ने मनुष्य को नियन्त्रित किया, उसके आवश्यक मूल्य और गरिमा पर जोर दिया, उसकी वृहत्तर सृजनात्मक क्षमता में अजेय विश्वास को अभिव्यक्त किया तथा व्यक्ति की स्वतन्त्रता और उसके अहस्तांतरणीय अधिकारों को उद्घोषित किया। यह एक ऐसे मनुष्य की धारणा पर केन्द्रित था, जो सांसारिक आनन्द को अस्वीकार नहीं करता था, मानव शरीर की सुन्दरता और गरिमा को मान्यता देता था, धार्मिक वैराग्य का विरोध करता था तथा सांसारिक इच्छाओं और आवश्यकताओं का आनन्द लेने तथा सन्तुष्ट होने के मनुष्य के अधिकार की रक्षा करता था। इसका तात्पर्य था मनुष्य और प्राकृतिक स्वभाव का महिमामण्डन। इसने दूसरी दुनिया के विचार से जुड़ी उस कैथोलिक आस्था को अस्वीकार कर दिया जिसके तहत यह माना जाता था कि मनुष्य के अस्तित्व का मूल पाप में है : इसलिए यह पथभ्रष्ट है। दुनिया से अलग-थलग बने रहने को और हाड़-मांस की धार्मिक तपस्या को मानवतावाद ने अस्वीकार कर दिया, यहाँ तक कि मानवतावाद ने इसका उपहास भी उड़ाया। चर्च इस जीवन के समाप्त हो जाने के बाद वाले जिस जीवन की वकालत करता था, उसके बजाय मानवतावाद ने मनुष्य से यह आग्रह किया कि वह इसी धरती पर आनन्द की खोज करे। उनके कार्य इस विश्वास से लबरेज थे कि सक्रिय मस्तिष्क और शरीर वाला कोई व्यक्ति जगत को जानने-समझने और नियन्त्रित करने में सक्षम है तथा अपने सुख को आकार प्रदान करने में समर्थ है। इन विचारों ने धीरे-धीरे दैवीय क्षेत्र को घटाकर बहुत कम कर दिया तथा मनुष्य के क्षेत्र को धीरे-धीरे विस्तृत कर दिया।

पन्द्रहवीं शताब्दी के मानवतावादी पिको डेला मिराण्डोला ने, जिन्होंने विश्व में बहुत अधिक भ्रमण किया था और दर्शन की बहुत सारी प्रणालियों को पढ़ रखा था, नौ सौ प्रसंगों (Theses) वाली एक सूची प्रकाशित की। मनुष्य की अपरिमित क्षमताओं में पुनर्जागरण के विश्वास को उनकी कृतियों के निम्नलिखित अंशों के माध्यम से देखा जा सकता है :

“मनुष्य से अधिक आश्चर्यजनक और कुछ भी नहीं है।” अरबवासियों के कुछ अभिलेखों में मैंने यही पढ़ा है। एक प्रसिद्ध यूनानी कहावत है कि “मनुष्य एक महान चमत्कार है! ऐसी कहावतों के पीछे कौन-से कारण हैं?” तर्क की अपनी योग्यता के कारण, तर्क के अपने प्रकाश के कारण और बुद्धिमत्ता की अपनी रोशनी के कारण मनुष्य ईश्वर और देवदूतों से नीचे वाले सभी प्राणियों का राजा है। किन्तु ये कारण पर्याप्त नहीं हैं।

“मनुष्य समस्त प्राणियों में सर्वाधिक भाग्यशाली है।” क्यों? क्योंकि समस्त प्राणियों में मनुष्य ही ऐसा है जिसे ईश्वर ने असीमित क्षमता प्रदान की है। केवल मनुष्य ही ऐसा प्राणी है जिसके पास विकल्प की स्वतन्त्रता मौजूद है और जो स्वयं को अपनी इच्छानुसार ढाल सकता है। उसके पास यह शक्ति भी है कि वह स्वयं को जानवरों की तरह पाशविक रूप में पतित कर ले। दूसरी बात यह, कि शारीरिक शक्ति या सहजवृत्ति जीवित बने रहने में मनुष्य की सहायता करती है। अर्थात् मनुष्यों के पास यह शक्ति है कि वे अपनी बुद्धिमत्ता का प्रयोग करके स्वयं को जीवन के एक उच्चतर स्तर तक ले जाएँ, एक ऐसे स्तर तक जो ईश्वर जैसा हो।

प्राचीन बेबीलोनियाई लोग कहते थे कि “मनुष्य एक ऐसा प्राणी है जिसका स्वभाव परिवर्तनीय है।” हम इस पर जोर क्यों देते हैं? क्योंकि हम यह कहते हैं कि हम मनुष्य लोग वह बन सकते हैं जो हम होना चाहते हैं।

“स्वयं को जानो।” इस नियम के अनुसार हमें समस्त प्रकृति की जाँच-पड़ताल करने के लिए प्रोत्साहन मिलता है। जो मनुष्य स्वयं को जानता या जानती है, वह सारी चीजों को जानता या जानती है।

1.3.2 धर्मनिरपेक्षतावाद/पन्थनिरपेक्षतावाद (सेक्युलरिज्म)

यदि हम विश्व के प्रति समकालीन दृष्टिकोण की तुलना मध्यकालीन दृष्टिकोण से करें तो हमें विचारों का वह महान रूपान्तरण स्पष्ट रूप से दिखेगा जो धार्मिक ‘पारलौकिकता’ से मानवतावादी ‘इहलौकिकता’ की तरफ जाने पर घटित हुआ है। एक मानवतावादी अपने चारों तरफ के भौतिक जगत में अधिक रुचि रखता है; वह देवताओं, देवदूतों और दानवों की बजाय भौतिक ब्रह्माण्ड की अन्तर्वस्तुओं में जिज्ञासा रखता है जबकि मध्यकाल का धार्मिक मनुष्य ईश्वर, देवदूतों और दानवों में अधिक रुचि रखता था। एक मानवतावादी अपने छोटे-से जीवन को अधिकाधिक जी लेना चाहता है जबकि एक मध्यकालीन मनुष्य जीवन को एक ऐसी दुखदायी तैयारी के रूप में देखता था जो अधिक खुशहाल जीवन यानी मृत्यु के बाद वाले जीवन की तरफ ले जाएगी। इस रूपान्तरण को, जिसे पुनर्जागरण ने प्रस्तावित किया, धर्म के गलियारे से सेक्युलरिज्म के गलियारे तक की यात्रा का नाम दिया जा सकता है। पुनर्जागरण ने जिस नवीन बौद्धिक और सांस्कृतिक जलवायु को उत्पन्न किया, उसने यहाँ तक कि चर्च के पदसोपान पर भी प्रभाव डाला, विशेष रूप से इसके उच्चतर स्तरों पर, जो कि सम्पत्तिशाली थे। उदाहरण के लिए, लियो दसवें ने, जो सन् 1513 से 1521 तक पोप थे, पोप बनने पर कहा कि “आइए, पोप के इस पद का आनन्द लिया जाए, जिसे ईश्वर ने हमें दिया है।”

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास 1

1) संक्षेप में उन कारकों पर चर्चा कीजिए जिन्होंने यूरोप में पूँजीवादी अर्थव्यवस्था को प्रशस्त करने में सहायता की।

.....

.....

.....

.....

.....

2) पता लगाइए कि निम्नलिखित कथन सत्य हैं या असत्य। (कथनों के सामने सत्य या असत्य लिखें)।

- i) पुनर्जागरण काल में यूरोप में नागरिकों पर अनेक प्रतिबन्ध थोपे गए थे।
- ii) सामन्ती समाज एक वर्गविहीन समाज था।
- iii) 'मानवतावाद' पुनर्जागरण का एक महान योगदान था।
- iv) पुनर्जागरण ने सेक्युलर विचारों के विकास में अपना योगदान दिया।

3) मानवतावाद से आप क्या समझते हैं? पाँच पंक्तियों में लिखिए।

.....

.....

.....

.....

.....

1.4 पुनर्जागरण सम्बन्धी साहित्य

पुनर्जागरण के मानवतावादी विचारों को साहित्य, चित्रकला, स्थापत्य और मूर्तिकला में कलात्मक अभिव्यक्ति मिली। पुनर्जागरण के महानतम लेखकों, कवियों और नाटककारों में से कुछ इस प्रकार हैं - इटली में पैट्रियार्क (Patriarch) और बोक्कासियो (Boccaccio), फ्रांस में रैबैलेइस (Rabelais), हालैण्ड में एरस्मस (Erasmus), जर्मनी में वान ह्यूटेन (Von Hutten), स्पेन में सर्वाण्टीज (Cervantes) और इंग्लैण्ड में शेक्सपियर। इन सभी के लेखन के विषय का धर्म या धार्मिकता या वैराग्य से शायद ही कोई लेना-देना था, बल्कि यह लेखन प्रायः दूसरी तरफ झुका हुआ और पादरी-विरोधी था।

पुनर्जागरण में जो साहित्य सामने आया, उसका सर्वाधिक महत्वपूर्ण अभिलक्षण देशी भाषाओं का प्रयोग करना रहा। यह अभिलक्षण तब से लेकर आज तक चला आ रहा है। देशी भाषाएँ वे भाषाएँ थीं जिन्हें किसी क्षेत्र या देश के लोग बोलते थे। पन्द्रहवीं शताब्दी तक शायद ही कोई लेखन ऐसा हो जिसमें यूरोप के विभिन्न देशों के लोगों द्वारा बोली जाने वाली किसी भाषा - इतालवी, स्पैनिश, फ्रेंच, जर्मन, अंग्रेजी आदि - का प्रयोग किया गया हो। शताब्दियों से विद्वता और साहित्य की भाषा लैटिन ही रही थी, जिसे केवल शिक्षित लोग ही समझ सकते थे और ये शिक्षित लोग जनसंख्या के बहुत छोटे-से हिस्से के बराबर थे। पुनर्जागरण, साहित्य की भाषाओं के रूप में, आधुनिक यूरोपीय भाषाओं के उभार को तथा इन भाषाओं के विकास के प्रारम्भ को रेखांकित करता है। एक छोटी-सी समयावधि में इन भाषाओं ने कविता, नाटक या गल्प की भाषा के रूप में लैटिन को लगभग पूर्णतः प्रतिस्थापित कर दिया। हालाँकि इसके बाद भी कुछ समय तक दर्शन और विज्ञान की भाषा के रूप में लैटिन की स्थिति यथावत बनी रही।

आधुनिक यूरोपीय भाषाओं में पुनर्जागरण सम्बन्धी साहित्य को शैली और विषय में आए उल्लेखनीय परिवर्तनों द्वारा चिह्नित किया गया। प्रारम्भ में प्रवृत्ति लैटिन की साहित्यिक शैली

का अनुकरण करने की थी। कविता में इसके प्रथम प्रभाव को तब महसूस किया गया जब दरबारी कवियों के अनुकरण को त्याग दिया गया और ऐसे विषयों को लेकर नयी कविताएँ रची गयीं जो विषय अधिकाधिक सेक्युलर थे। नाटकों में उल्लेखनीय विकास हुआ और हास्य-व्यंग्य का प्रयोग किए जाने में बढ़ोत्तरी हुई। गद्य-लेखन के क्षेत्र में एक बड़ा परिवर्तन आया। पहले गद्य केवल विद्वतापूर्ण लेखन का ही माध्यम हुआ करता था। कहानियों को कविताओं के माध्यम से सुनाया जाता था। अब गद्य-कहानी एक बेहद महत्वपूर्ण साहित्यिक विधा के रूप में उभरी। बोक्कासियो (Boccaccio) की कृति 'डेकामेरोन (Decameron)', जो मूलतः इतालवी भाषा में कहानियों का एक संग्रह है, एक अग्रणी कार्य था जिसने समस्त यूरोप में पुनर्जागरण सम्बन्धी गद्य लेखन को प्रभावित किया।

1.5 कला और स्थापत्य

पुनर्जागरण की महानतम उपलब्धियों में से कुछ उपलब्धियाँ चित्रकला, मूर्तिकला और स्थापत्य के क्षेत्र में हासिल की गयीं। पुनर्जागरण के मानवतावाद को इन कला रूपों में शानदार अभिव्यक्ति मिली। पुनर्जागरण के कलाकारों ने बाइबिल से जुड़े विषयों का उपयोग तो किया, लेकिन इन विषयों की जिस तरह उन्होंने व्याख्या की, उसका पारम्परिक धार्मिक अभिवृत्ति से शायद ही कोई लेना-देना था। कला ने एक ऐसी स्वतन्त्र गतिविधि के रूप में अपनी प्रस्थिति हासिल की, जो मध्यकाल में अज्ञात थी। मध्यकालीन कला का उद्देश्य नैतिक मूल्यों को अभिव्यक्त करना और धार्मिक शिक्षाओं का प्रचार-प्रसार करना था। जिन लोगों को चित्रित किया जाता था, वे हाइमांस के पुरुष और स्त्रियाँ नहीं थे। कलाकारों की, जो अधिकांशतः गुमनाम ही रहे, स्थिति समाज में निम्न थी। वे कारीगरों की तरह समूहों में काम करते थे और उनकी कोई वैयक्तिकता नहीं थी। पुनर्जागरण काल में कलाकारों का उदय हुआ, हर कलाकार की अपनी

अद्वितीय वैयक्तिकता और शैली हुआ करती थी और कलाकारों को समाज में बहुत प्रतिष्ठा मिली। कलाकारों को संरक्षण प्रदान करने के लिए सम्पत्तिशाली व्यापारियों, राजकुमारों और चर्च में प्रतिस्पर्धा छिड़ गयी। कला को धार्मिक या आनुष्ठानिक छवियों से मुक्त कर दिया गया। कलात्मक कृतियों को अब उनके अन्तर्भूत सौन्दर्यशास्त्रीय मूल्य के कारण स्वीकार किया जाने लगा तथा इन कृतियों को व्यक्तिगत रूप से कलाकारों की उपलब्धियों के प्रमाण के रूप में देखा जाने लगा।

समस्त कला रूपों में, पुनर्जागरण की सर्वोच्च उपलब्धि चित्रकला के क्षेत्र में रही। पुनर्जागरण के कलाकारों ने कला को जीवन के एक अनुकरण के रूप में देखा। इसके लिए प्रकृति के, मनुष्य के, पर्वतों के, वृक्षों के, पशुओं के और मनुष्य के शरीर-क्रिया विज्ञान के सूक्ष्म प्रेक्षण की आवश्यकता पड़ी। कलाकारों ने प्रकाशिकी और ज्यामिति का अध्ययन किया तथा अपने चित्रों में वायवीय परिप्रेक्ष्यों सहित अन्य परिप्रेक्ष्यों को उभारने के लिए इस ज्ञान का उपयोग किया। शारीरिक मुद्राओं और अभिव्यक्तियों को मौलिक रूप से चित्रित करने वाली क्रियाविधि (मैकेनिज्म) को समझने के लिए कलाकारों ने मानव शरीर क्रिया विज्ञान का अध्ययन किया। उदाहरण के लिए, लियोनार्दो द विंसी ने न सिर्फ मानव शरीर के शरीर क्रिया विज्ञान की संरचना का अध्ययन किया, बल्कि गतिशीलता को चित्रित करने के लिए उन्होंने इसका भी अध्ययन किया कि गति करते समय शरीर के विभिन्न अंग किस-किस तरीके के आकार ग्रहण करते हैं। लियोनार्दो का विचार था कि चित्रकला एक विज्ञान है।

पुनर्जागरण काल में मूर्तिकला का विकास भी चित्रकला के ही ढर्रे पर हुआ। मध्यकालीन मूर्तिकला में साधु-सन्तों के चित्रों का प्रयोग किया जाता था और यह मूर्तिकला स्थापत्य के एक अंग के रूप में धार्मिक विषयों को चित्रित किया करती थी। अब जो उल्लेखनीय परिवर्तन आए, उनमें से एक यह था कि अब स्वतन्त्र रूप से खड़ी मूर्तिकला का अभ्युदय हुआ। स्थापत्य स्वयं

में एक कला के रूप में उभरा और अब यह कोई धार्मिक माध्यम नहीं रह गया। जैसाकि चित्रकला के मामले में हुआ, शरीर क्रिया विज्ञान के बारे में बढ़ते ज्ञान ने और सौन्दर्य के नए मानकों ने भी मूर्तिकला के विकास को प्रभावित किया।

पुनर्जागरण काल, इस प्रकार, गोथिक स्थापत्य के पतन की शुरुआत को भी चिह्नित करता है। बारहवीं और तेरहवीं शताब्दी से ही गिरजाघरों (कैथेड्रल्स) और चर्चों में गोथिक स्थापत्य का वर्चस्व चला आ रहा था। इस स्थापत्य की प्रमुख विशेषताएँ थीं : रिब (rib) किए हुए या घुमावदार मेहराब, तीक्ष्ण नुकीले मेहराब और टेक। गोथिक संरचनाओं में मीनारें बुलन्द होती हैं। इन संरचनाओं में धब्बेदार काँच की खिड़कियाँ और नक्काशीदार अग्रभाग (मुख) होता था और इन्हें मिथकीय प्राणियों के निरूपण द्वारा अलंकृत किया जाता था। पुनर्जागरण काल के वास्तुकारों ने गोथिक स्थापत्य को वैराग्यपूर्ण और पारलौकिक माना तथा इसे असभ्य मानकर उपेक्षित करने की दृष्टि से इसके लिए 'गोथिक' शब्द का प्रयोग किया। सर्वप्रथम इटली में और बाद में यूरोप के अन्य हिस्सों में स्थापत्य की नई शैलियाँ विकसित होनी शुरू हुईं। ये प्राचीन रोमन स्थापत्य के अध्ययन पर आधारित थीं। इस नई शैली का बेहतरीन नमूना रोम स्थित सेण्ट पीटर का गिरजाघर है। इस नई शैली की इमारतों, जिनमें बहुत सारे चर्च शामिल हैं, का वर्णन ऐसे आदर्शों को अभिव्यक्त करने वाली इमारतों के रूप में किया गया है जो शुद्ध रूप से सेक्युलर हैं, जिनमें जीवन का आनन्द और मानवीय उपलब्धियों का गौरव वर्णित है।

1.6 वैज्ञानिक क्रान्ति का आरम्भ

पुनर्जागरण ने आधुनिक विज्ञान के प्रारम्भ को चिह्नित किया। प्रारम्भिक उपलब्धियों में से एक उपलब्धि खगोलिकी के क्षेत्र में थी। यह कॉपरनिकस की इस प्रस्थापना के रूप में थी कि पृथ्वी

अपनी धुरी पर घूमती है और सूर्य के चारों तरफ परिक्रमा करती है। इसने चिन्तन की प्राचीन प्रणाली से महत्वपूर्ण अलगाव को चिह्नित किया। पिछले एक हजार वर्षों से भी अधिक समय से यही माना जाता था कि पृथ्वी ब्रह्माण्ड के केन्द्र में स्थित है। यह विद्याभिमानी दार्शनिकों की प्रधान हठधर्मिता थी, और इसके निराकरण का तात्पर्य था ब्रह्माण्ड की धार्मिक अवधारणा पर आक्रमण करना। इसलिए, इसे विधर्म मानकर इसकी भर्त्सना की गयी और दण्डनीय माना गया। कॉपरनिकस की पुस्तक “खगोलीय पिण्डों की परिक्रमा पर विचार (On the Revolution of the Celestial Orbs)” सन् 1543 में प्रकाशित हुई और इसी वर्ष कॉपरनिकस का देहान्त भी हो गया। इस पुस्तक के प्रकाशन को लेकर कॉपरनिकस के मन में बहुत संकोच था क्योंकि उन्हें चर्च की शत्रुता का डर था। हालाँकि कॉपरनिकस के सिद्धान्त को अन्तिम रूप से पुष्टि पाने के लिए गैलीलियो के समय तक का इन्तजार करना पड़ा, किन्तु एक खुले ब्रह्माण्ड का यह नया बुनियादी विचार ही बन्द ब्रह्माण्ड की मान्यता रखने वाले धार्मिक दृष्टिकोण के लिए विध्वंसकारक था। नया विचार यह मानता था कि ब्रह्माण्ड खुला हुआ है और पृथ्वी इस ब्रह्माण्ड के एक छोटे-से हिस्से से अधिक कुछ नहीं है जबकि पुराने धार्मिक दृष्टिकोण के मुताबिक ब्रह्माण्ड एक बन्द संरचना है जिसे ईश्वर द्वारा सृजित किया गया है और ईश्वर ने ही इसमें गति बनाए रखी है। कॉपरनिकस की पुस्तक के प्रकाशन के लगभग आधी शताब्दी पश्चात, सन् 1606 में गियोर्डानो ब्रूनो को विधर्म मानकर जला दिया गया क्योंकि ब्रूनो ने ब्रह्माण्ड की अनन्तता के दृष्टिकोण को प्रेरित किया था।

दूरदर्शी के आविष्कार द्वारा ब्रह्माण्ड की नयी अवधारणा का निर्णायक प्रमाण मिलना सम्भव हो गया। दूरदर्शी को उस युग का महानतम वैज्ञानिक उपकरण माना गया। गैलीलियो, जिनका जन्म कॉपरनिकस के देहान्त के ग्यारह वर्ष बाद हुआ था, ने आकाशीय पिण्डों का अध्ययन करने के लिए इस उपकरण का प्रयोग किया और गैलीलियो के प्रेक्षणों से कॉपरनिकस का सिद्धान्त पुष्ट

और सत्यापित हो गया। वृद्धावस्था में गैलीलियो को परेशान किया गया और उनकी निन्दा की गयी। अपने विचारों को त्यागने के लिए उन्हें विवश किया गया। सांकेतिक रूप से उन्हें कैद में रखा गया और केवल ऐसे वैज्ञानिक कार्य को जारी रखने की अनुमति प्रदान की गयी जिसका प्रत्यक्ष सम्बन्ध खगोलिकी से नहीं था। गैलीलियो की न्यायिक विचारणा (ट्रायल) ने विज्ञान के इतिहास में एक कालखण्ड के समापन को चिह्नित किया।

मानव शरीर और रुधिर-परिसंचरण के अध्ययन के विषय में अनेक उल्लेखनीय खोजें की गयीं। इन खोजों ने अनेक अन्धविश्वासों से लड़ने में सहायता की। शरीर क्रिया विज्ञान के सम्बन्ध में पुनर्जागरण के कलाकारों के कार्य का सन्दर्भ हम पहले ही दे चुके हैं। सन् 1543 में, जब कॉपरनिकस की पुस्तक प्रकाशित हुई थी, एक बेल्लियन व्यक्ति वर्सायलीज (Versailles) ने अपनी अत्यधिक व्याख्यात्मक कृति “डि ह्यूनान कार्पोरिस फैब्रिका (De Hunan Carporis Fabrica)” प्रकाशित की। मानव शरीर के विच्छेदन के अध्ययन पर आधारित इस पुस्तक ने मानव शरीर की शरीर क्रिया विज्ञान सम्बन्धी संरचना को पहली बार पूर्ण रूप से उपलब्ध कराया। सर्वोटस (Servetus), जो कि स्पेन के थे, ने रुधिर-परिसंचरण की व्याख्या करने वाली एक पुस्तक प्रकाशित की। त्रित्व (ट्रिनिटी : ईसाइयों का यह विश्वास कि तीन व्यक्तियों में एक ही ईश्वर का निवास रहता है - पिता, पुत्र और पवित्र आत्मा में) में चर्च के विश्वास पर सवाल खड़ा करने के कारण उन्हें मृत्युदण्ड दिया गया। हृदय से शरीर के समस्त अंगों तक और फिर समस्त अंगों से हृदय तक रुधिर के परिसंचरण की सतत प्रक्रिया का सम्पूर्ण लेखा-जोखा हार्वे नामक एक अंग्रेज वैज्ञानिक द्वारा सन् 1610 में प्रस्तुत किया गया। यह लेखा-जोखा हार्वे ने ‘हृदय की गतिशीलता’ विषय पर लिखे गए अपने निबन्ध में प्रस्तुत किया था। इस कालखण्ड ने विज्ञान के क्षेत्र में अनेक दिग्गज पैदा किए तथा इस दौरान महान आविष्कार और खोजें सम्पन्न हुईं।

1.7 धर्मसुधार

धर्मसुधार शब्द का तात्पर्य पुनर्जागरण काल के परवर्ती हिस्से में यूरोप के इतिहास में घटित हुए दो प्रमुख विकासों से है। इनमें से पहला है - प्रोटेस्टैंट क्रान्ति, जिसका परिणाम ईसाइयत में विभाजन के रूप में सामने आया और दूसरा है - रोमन कैथोलिक चर्च से बहुत सारे देशों द्वारा सम्बन्ध समाप्त कर लेना और आम तौर पर राष्ट्रीय ढर्रे पर अपने-अपने देशों में अलग-अलग चर्चों की स्थापना करना। इसके कारण रोमन कैथोलिक चर्च के भीतर सुधार प्रारम्भ हो गए। इन सुधारों को आमतौर पर कैथोलिक धर्मसुधार या प्रति-धर्मसुधार कहा जाता है। किन्तु धर्मसुधार एक धार्मिक आन्दोलन भर नहीं था। यह उस अवधि के सामाजिक और राजनीतिक आन्दोलनों के एक हिस्से से गहन रूप से सम्बन्धित था। वास्तव में यह सामाजिक और राजनीतिक आन्दोलनों का स्वयं एक हिस्सा ही था। इन आन्दोलनों ने मध्यकाल को समाप्त कर दिया और आधुनिक विश्व के उदय को बल प्रदान किया। जैसा कि पुनर्जागरण के मामले में भी था, धर्मसुधार को भी यूरोप में हो रहे सामाजिक, आर्थिक और राजनीतिक परिवर्तनों के सन्दर्भ में ही देखना चाहिए।

अपनी प्रगति को जाँचिए

- 1) पुनर्जागरण के दौरान कला और स्थापत्य पर मानवतावाद के प्रभाव के बारे में लगभग एक सौ शब्दों में लिखिए। इस विषय पर अपने अध्ययन केन्द्र के परामर्शदाता (काउंसिलर) के साथ चर्चा कीजिए।

.....
.....

.....
.....
2) निम्नलिखित कथनों में से कौन-से कथन सत्य हैं और कौन-से असत्य? (कथनों के सामने सत्य या असत्य लिखिए)।

- i) पुनर्जागरण के दौरान देशी भाषाओं का प्रयोग लोकप्रिय हो गया।
- ii) पुनर्जागरण के दौरान धार्मिक विचारों की अभिव्यक्ति के लिए कला ही एकमात्र माध्यम था।
- iii) अनुभववाद ने आधुनिक विज्ञान में प्रगतियों के लिए मार्ग प्रशस्त किया।
- iv) गैलीलियो को उनके आविष्कार के लिए चर्च द्वारा सम्मानित किया गया था।

3) पुनर्जागरण के दौरान आधुनिक विज्ञान के क्षेत्र में हुई प्रगतियों की एक सूची बनाइए।

.....
.....
.....
.....

1.8 सारांश

पुनर्जागरण और धर्मसुधार ने एक ऐसी प्रक्रिया को गति प्रदान की, जिसने धर्म, समाज, राजनीतिक प्रणालियों और संस्कृति के बारे में मनुष्यों के दृष्टिकोण में क्रान्तिकारी परिवर्तन ला दिया। यह प्रक्रिया अनेक सामाजिक-आर्थिक परिवर्तनों का परिणाम थी, जैसे - नगरों और शहरों में नागरिक स्वतन्त्रता का उदय, व्यावसायिक श्रेणियों (गिल्ड्स) का गठन, समुद्रजनित व्यापार का विकास, भौगोलिक खोजें इत्यादि। पुनर्जागरण ने मानवतावाद के उदय को चिह्नित किया,

जिसने मुख्य ध्यान को दैवीय सिद्धान्तों की बजाय मनुष्यों पर केन्द्रित कर दिया। मानव का शरीर अब पाप का प्रतीक नहीं रहा। इसे अब सौन्दर्य, गरिमा और आनन्द की एक वस्तु माना जाने लगा। इस दृष्टिकोण ने नए तरीके के लेखन और साहित्य, कला और स्थापत्य को जन्म दिया, जहाँ मानवीय परिस्थितियों के सन्दर्भ में अधिक जोर सुन्दरता और सौन्दर्यशास्त्रीय मानकों पर दिया जाने लगा।

सेक्युलर विचारों और तार्किक चिन्तन के प्रोत्साहन के साथ-साथ आधुनिक विज्ञान के विकास के लिए दरवाजे खोल दिए गए। चर्च और विज्ञान के बीच के संघर्ष का परिणाम अन्ततः विज्ञान के पक्ष में रहा। वैज्ञानिक खोजों को प्रोत्साहित करने या उन्हें मान्यता देने के लिए चर्च के अनुमोदन की आवश्यकता अब नहीं रह गयी। धर्मसुधार की शक्तियों ने चर्च द्वारा किए जा रहे सत्ता के दुरुपयोग को चुनौती प्रदान की। इसका परिणाम न केवल राष्ट्रीय चर्चों के रूप में सामने आया, बल्कि इसने चर्च के पदसोपान को सुधार के लिए, यानी प्रति-धर्मसुधार के लिए, विवश भी कर दिया।

1.9 शब्दावली

निरंकुशतावाद (Absolutism) : एक तरीके की तानाशाही, एक ऐसी सरकार जिसमें शासक के पास चरम निरंकुश शक्तियाँ विद्यमान होती हैं।

बपतिस्मा (Baptism) : किसी व्यक्ति को ईसाइयत के विश्वासों में दीक्षित करने के लिए किया जाने वाला संस्कार (उसे जल में डुबोकर या उसके ऊपर पवित्र जल को छिड़ककर)।

पूँजीवाद : लाभ के लिए उत्पादन की एक आर्थिक प्रणाली।

निगमनात्मक (Deductive) : तार्किक विचारों के द्वारा अनुमान लगाना।

अनुभववाद (Empiricism) : प्रेक्षणों पर आधारित प्रमाण खोजने की विधि।

भित्ति-चित्र (Fresco) : प्लास्टर के सूखने से पहले जल-रंगों द्वारा दीवार पर की गयी चित्रकारी।

गोथिक : ऊँचे उठे हुए टेकों और नुकीले मेहराबों आदि के स्थापत्य की एक शैली।

श्रेणी (Guild) : मध्यकाल में शिल्पकारों का संघ।

विधर्मो (Heretic) : चर्च के विपरीत विचारों को धारण करना, खासकर इसके सदस्यों द्वारा।

मानवतावाद : विचारों की एक प्रणाली, जिसके तहत व्यक्ति को नैतिक माना जाता है और उसे गरिमा प्रदान की जाती है।

1.10 अपनी प्रगति को जाँचिए / अभ्यास के लिए संकेत

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 1

- 1) कृपया अनुभाग 1.2 देखें।
- 2) i) असत्य, ii) असत्य, iii) सत्य, iv) सत्य
- 3) कृपया उप-अनुभाग 1.3.1 देखें।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 2

- 1) कृपया अनुभाग 1.5 देखें।

2) i) सत्य, ii) असत्य, iii) सत्य, iv) असत्य

3) कृपया अनुभाग 1.6 देखें।



ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

इकाई 2 औद्योगिक क्रान्ति

संरचना

2.0 उद्देश्य

2.1 प्रस्तावना

2.2 औद्योगिक क्रान्ति की प्रस्तावना

2.2.1 घरेलू बाजार

2.2.2 निर्यात बाजार और कच्चे माल के बाह्य स्रोत

2.3 राज्य नीतियाँ और वणिकवाद (**mercantilism**)

2.3.1 संरक्षणवाद का शासन, 1649-1846

2.3.2 त्रिपक्षीय व्यापार पैटर्न और पूँजी निर्माण में योगदान

2.3.3 समाज के संस्थागत पहलू

2.4 औद्योगिक क्रान्ति

2.4.1 औद्योगिक पूँजीवाद

2.4.2 कपास उद्योग - मूल

2.4.3 कपास उद्योग - तकनीकी नवाचार और विस्तार

2.4.4 कपास उद्योग के उदय के पीछे अन्य कारक

2.4.5 लौह उद्योग

2.5 सारांश

2.6 शब्दावली

2.7 अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास के उत्तर

.....
.....

2.0 उद्देश्य

यह इकाई निम्नलिखित चीजों के बारे में आपको विचार देगी :

- पूर्व औद्योगिक इंग्लैण्ड की वे स्थितियाँ जो औद्योगिक क्रान्ति के लिए अनुकूल थीं
- औद्योगिक क्रान्ति की मुख्य विशेषताएँ
- औद्योगिक क्रान्ति के दौरान वाणिज्यिक नीतियों और तीव्र संवृद्धि के बीच सम्बन्ध।

2.1 परिचय

जिस अवधि का अध्ययन हम करने जा रहे हैं, अर्थात् 1760 से 1840 के बीच की अवधि का, वह आम तौर पर औद्योगिक क्रान्ति की अवधि के रूप में वर्णित है। इस शब्द को जेरोम एडॉल्फे ब्लैंकी (Jerome Adolphe Blanqui) द्वारा 1837 में गढ़ा गया था, लेकिन जिस दृढ़ता के साथ यह शब्द पिछली एक शताब्दी से अधिक समय से प्रचलित है, उसका श्रेय अर्नोल्ड टॉयनबी को जाना चाहिए। यह उनका “औद्योगिक क्रान्ति पर व्याख्यान” (1884) ही था, जिसने उन वर्षों में ब्रिटिश सामाजिक और आर्थिक अनुभव में हो रही घटनाओं से इस शब्द को दृढ़तापूर्वक जोड़ दिया। एक क्रान्ति परिवर्तन को इंगित करती है और जिस अवधि की चर्चा हम कर रहे हैं, उस अवधि ने ब्रिटिश जीवन के अनेक पहलुओं में महत्वपूर्ण परिवर्तन देखा। उस समय के लोगों को, जैसे ब्लैंकी और टोयनबी को, ये परिवर्तन नाटकीय लग रहे थे। चूँकि हमें उस समय से लेकर अब तक की अनेक अन्य क्रान्तियों के बारे में जानकारी और अनुभव है, इसलिए हमारे अन्दर के विरक्ति भाव के कारण, ब्रिटिश इतिहास हमें कम

चौंकाने वाला लग सकता है। लेकिन इसे पूरी तरह से अप्रभावशाली मानना असम्भव है और इसमें विनाटकीकरण जैसी कोई बात नहीं है। हममें से अनेक लोग इसे 'समय की गति (march of time)' का एक अनिवार्य उत्पाद मान सकते हैं। औद्योगिक क्रान्ति की निम्नलिखित विशेषताएँ बतायी जा सकती हैं : यह पहली थी, कुछ मायनों में चिरसम्मत (क्लासिक) थी और कुछ समय के लिए औद्योगीकरण का एकमात्र उदाहरण थी। इसलिए इसमें कोई आश्चर्य नहीं होना चाहिए कि औद्योगिक क्रान्ति की अवधि ऐसी रही है, जिसका सर्वाधिक बार और वृहद पैमाने पर अध्ययन किया गया है। ऐसा नहीं है कि इसके सारे अध्येताओं ने औद्योगिक क्रान्ति के परिणामों के साथ सकारात्मक व्यवहार ही किया हो, किन्तु इनमें से कुछ अध्येता यह रेखांकित करने में असफल रहे कि ब्रिटिश और पश्चिमी आर्थिक और सामाजिक जीवन में इसकी भूमिका निर्णायक रही थी।

औद्योगिक क्रान्ति की अवधि औद्योगिक और आर्थिक संवृद्धि में तेजी लाने के कारणों में से केवल अकेली ही नहीं थी, बल्कि इसके कारण सामाजिक और आर्थिक परिवर्तन भी आए थे। इस तरह के मात्रात्मक और गुणात्मक परिवर्तनों की नींव न तो अचानक बनाई गई थी और न ही अलग-थलग रूप से; यह नींव समय के साथ-साथ बनी थी और अनेक कारकों तक इसका प्रसार हो गया था। अब हम इन कारकों का परीक्षण करने की दिशा में बढ़ते हैं, जिन्हें औद्योगिक क्रान्ति के लिए पूर्व-शर्तों के रूप में वर्णित किया जा सकता है।

2.2 औद्योगिक क्रान्ति की प्रस्तावना

ब्रिटिश औद्योगीकरण की कहानी पूँजीवादी औद्योगीकरण की कहानियों में से एक है अर्थात् औद्योगिक विस्तार एक ऐसी प्रणाली में किया गया था जहाँ औद्योगिक जनसंख्या दो समूहों में विभाजित थी। पहला समूह तुलनात्मक रूप से छोटा था और इस समूह के लोग उत्पादन के साधनों के स्वामी थे यानी पूँजीपति थे। दूसरा समूह श्रमिकों का था, जो तुलनात्मक रूप से बड़ा था और ये श्रमिक अपनी श्रम शक्ति (अर्थात् कार्य करने की क्षमता) को मजदूरी के बदले अपने पूँजीवादी नियोक्ताओं के हाथों बेचते थे। पूँजीपतियों का उद्देश्य लाभ कमाना होता है। उत्पादन इसी प्राथमिक उद्देश्य के साथ आयोजित किया जाता है और उत्पादन प्रक्रिया से जुड़े अधिकांश निर्णय इसी उद्देश्य के अधीन रहते हुए लिए जाते हैं। जैसा कि हमने रेखांकित किया है, औद्योगिक क्रान्ति महान रूपान्तरण की अवधि थी। यह तथ्य कि अनेक पूँजीपतियों

द्वारा लाभ के निजी लक्ष्य ने ऐसे रूपान्तरण को जन्म दिया, इंगित करता है कि ब्रिटेन में कुछ निश्चित परिस्थितियाँ विद्यमान थीं जिनके कारण उत्पादन के जरिये लाभ कमाना एक व्यवहार्य गतिविधि बन गयी थी। कुछ चीजें बाजार की तुलना में लाभों की धारणीय पीढ़ी के लिए अधिक महत्वपूर्ण हैं। औद्योगिक क्रान्ति के लिए प्रमुख पूर्व-शर्त यह थी कि ब्रिटिश उत्पादों के लिए बाजार मौजूद थे। इस आर्थिक पूर्व-शर्त से जुड़ी हुई एक राजनीतिक पूर्व-शर्त थी और वह यह थी कि एक ऐसी सरकार का अस्तित्व था जिसने लाभ कमाने के व्यवसाय के निपटान में अपनी उल्लेखनीय और ढेर सारी शक्तियों को दृढ़तापूर्वक झोंक दिया था। इसके अतिरिक्त कुछ संस्थागत व्यवस्थाएँ तथा सामाजिक और आर्थिक विशेषताएँ भी महत्वपूर्ण हैं, उनमें से ज्यादातर सदियों से चले आ रहे क्रमिक परिवर्तन के उत्पाद हैं, जिन्होंने ब्रिटेन को निजी उद्यम के नेतृत्व वाले उद्योगवाद के विस्तार के लिए एक अनुकूल ढाँचा उपलब्ध कराया। अब हम इनमें से प्रत्येक पूर्व-शर्त पर चर्चा करेंगे।

औद्योगिक क्रान्ति की उत्पत्ति में निर्यात बाजार और घरेलू बाजार दोनों ही महत्वपूर्ण थे। उन्होंने औद्योगीकरण के लिए परिस्थितियों का सृजन करने में अलग-अलग भूमिकाएँ निभायीं : घरेलू बाजार बड़ा और अधिक स्थिर था जबकि निर्यात बाजार अधिक गतिशील था क्योंकि इसके साथ अधिक उतार-चढ़ाव वाले घटक सम्बद्ध थे।

2.2.1 घरेलू बाजार

पूर्व-औद्योगिक दिनों के दौरान ब्रिटेन में जनसंख्या वृद्धि घरेलू क्रय शक्ति का प्रमुख स्रोत नहीं थी। जनसंख्या को विद्वतापूर्ण परीक्षण के एक मुद्दे के रूप में मानने के कारण कई कठिन प्रश्न और दीर्घकालिक विवाद उठे हैं लेकिन इस प्रस्थापना पर लगभग सर्वसम्मति है कि जनसंख्या में महत्वपूर्ण वृद्धि औद्योगिक क्रान्ति के साथ ही हुई, इससे पहले नहीं। तुरन्त पहले वाले पूर्व-औद्योगिक दशकों में गृह-बाजार आर्थिक विकास की लम्बी अवधि का परिणाम था, जिसने बढ़ी हुई आयों का सृजन किया था, विशेषकर अठारहवीं शताब्दी के पूर्वार्द्ध में। इसे इस तथ्य से भी बल मिला था कि इस समय के दौरान जनसंख्या के संघटन में परिवर्तन आया था और यह परिवर्तन युवा वयस्कों के पक्ष में था तथा बच्चों के विरुद्ध था (यह परिवर्तन ऐसे उत्पादों के लिए आमतौर पर अधिक माँग उत्पन्न करता है, जो उत्पाद आवश्यकताओं के रूप में नहीं

होते)। गृह बाजार का विशिष्ट और सबसे महत्वपूर्ण प्रभाव तीन क्षेत्रों में महसूस किया गया: परिवहन, भोजन (खाद्य) और कोयला।

ब्रिटेन के अनेक विनिर्मित उत्पादों के लिए एक राष्ट्रव्यापी बाजार के अस्तित्व ने परिवहन के सस्ते और विश्वसनीय साधनों के निर्माण की आवश्यकता उत्पन्न की। एक ऐसे देश में, जहाँ ढेर सारे जलमार्गों का जाल बिछा हुआ हो, यह आश्चर्य की बात नहीं थी कि नदी और नहर परिवहन को सर्वाधिक महत्वपूर्ण सुधारों से गुजरना पड़ा। हालाँकि सड़कों को भी इस 'परिवहन क्रान्ति' से बाहर नहीं छोड़ा गया। नहरों के जरिये परिवहन करने से परिवहन की लागत अस्सी प्रतिशत तक घट जाती है।

औद्योगिक क्रान्ति से पहले के दिनों में सृजित की गयी इस सुविकसित परिवहन प्रणाली का तात्पर्य यह था कि ब्रिटिश औद्योगीकरण जब आया तो उसे अपर्याप्त परिवहन प्रणाली की उस समस्या का सामना नहीं करना पड़ा, जिसका सामना बाद के अनेक प्रयासों को करना पड़ा।

गृह-बाजार ने कोयले की माँग को भी बढ़ाया, जो बाद में पूँजीगत वस्तुओं के उद्योगों में विस्तार का एक प्रमुख घटक बन गया। बढ़ते नगरीकरण ने कोयले को अपना बाजार दिया और क्रान्ति से काफी पहले ही इसका उत्पादन लाखों टनों का था। जब रेलवे तथा लौह और इस्पात के युग में निर्णायक भूमिका निभाने के लिए इसका आह्वान किया गया तो कोयला उत्पादक क्षेत्रक आराम से इस मौके पर पहुँच गए। कोयला उद्योग ऐसा कर पाया, यह कोई मामूली बात नहीं थी क्योंकि ऐसा उस ठोस आधार के कारण ही सम्भव हो सका था जिसका सृजन पूर्व-औद्योगिक वर्षों के दौरान हुआ था।

एक बड़े गृह-बाजार का तात्पर्य, विशेषकर नगरीकरण के साथ, भोजन (और पेय) की पर्याप्त माँग भी थी। अठारहवीं शताब्दी के प्रारम्भ में खाद्य और पेय पदार्थ ब्रिटेन के ऐसे उद्योग थे, जहाँ यान्त्रिक और इंजीनियरिंग ज्ञान के अनुप्रयोग की शुरूआत की गयी। हालाँकि इन्होंने अर्थव्यवस्था को परिवर्तित नहीं किया, लेकिन इन्होंने महत्वपूर्ण उदाहरणों का सृजन किया : किसी को भी बीयर का गिलास पकड़ने वाला वह हैंडल तुरन्त और आसानी से (शायद शौकिया तौर पर भी) याद आ सकता है, जिसके अनुप्रयोग ने दक्षता में सुधार कर दिया। इस दक्षता के साथ ब्रिटेन के बढ़ते सार्वजनिक गृहों के संरक्षकों की प्यास बुझायी जा सकी।

गृह-बाजार की एक और महत्वपूर्ण भूमिका थी, और वह थी एक सामान्यीकृत औद्योगिकीकरण का आधार निर्मित करने की। इसके आकार और स्थिरता में यह आश्वासन निहित था कि औद्योगिक विस्तार की प्रक्रिया यदि एक बार शुरू हो गयी, तो उसके बाद यह असफल नहीं होगी। इस प्रकार, भले ही औद्योगिक क्रान्ति मुख्य रूप से एक ही क्षेत्रक (कपास के वस्त्र, जैसाकि हम बाद में देखेंगे) के नेतृत्व में होने वाले रूपान्तरण की तरह थी, इसका आयात और सन्देश राष्ट्रीय आयाम वाले पहले से मौजूद बाजार के माध्यम से प्रभावी ढंग से प्रचारित किया गया था। इसके अतिरिक्त घरेलू बाजार ने भी, निर्यात बाजारों की अचानक विलुप्ति के विरुद्ध, सेफ्टी वॉल्व उपलब्ध कराया। निर्यात बाजारों की प्रवृत्ति युद्धों और हलचलों के कारण अनिश्चित हो जाने की हुआ करती थी।

2.2.2 निर्यात बाजार और कच्चे माल के बाह्य स्रोत

निर्यात बाजार ने, गृह-बाजार के विपरीत, वह चिंगारी और गतिशीलता उपलब्ध करायी, जिसकी औद्योगिक क्रान्ति जैसे आमूल-चूल रूपान्तरण के लिए आवश्यकता थी।

यह निर्यात बाजारों में अभूतपूर्व वृद्धि ही थी, जिसने औद्योगिक विस्तार के दीपक को प्रज्वलित किया। कपास वस्त्र, जो औद्योगिक क्रान्ति की धुरी थे, वृहत्तर रूप से निर्यात पर ही निर्भर थे। इसके अतिरिक्त, कच्चा कपास एक कच्चा माल ही था जिसे यूरोपीय जलवायविक परिस्थितियों में नहीं उगाया जा सकता था और इसका पूरी तरह से आयात किया जाता था। व्यापार ने समुद्री परिवहन में महत्वपूर्ण सुधारों को प्रभावित किया जिसके परिणामस्वरूप इसने व्यावहारिक नवाचारों और ऐसे व्यावहारिक मनुष्यों की एक श्रृंखला को उत्प्रेरित किया, जिनके पास लाभ कमाने की विशिष्ट कला थी। इनमें से कई समूह बाद में औद्योगिक क्रान्ति के महत्वपूर्ण घटक बने। यह निश्चित रूप से पूरी तरह से आकस्मिक नहीं है कि लौह विनिर्माण में महान परिवर्तन लाने वाले हेनरी कॉर्ट ने अपने पेशेवर जीवन की शुरुआत एक नौसेना एजेण्ट के रूप में की थी।

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3) किस कारण ब्रिटिश उत्पादों के लिए निर्यात बाजारों में नाटकीय वृद्धि हुई?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2.3 राज्य नीतियाँ और वणिकवाद (**mercantilism**)

अठारहवीं सदी के ब्रिटेन में अन्तरराष्ट्रीय नीति पर आर्थिक प्राथमिकताओं का वर्चस्व था। सरकारें घरेलू उद्योग के हित के लिए युद्ध छेड़ने को तैयार थीं। इस सम्बन्ध में ब्रिटेन के प्रभुत्व का श्रेय काफी हद तक इस तथ्य को दिया जा सकता है कि फ्रांस की 1789 की प्रसिद्ध क्रान्ति से एक सदी से भी अधिक समय पहले इंग्लैण्ड ने 1640-1660 के गृहयुद्ध के दौरान सामन्ती

राजनीतिक व्यवस्था को उखाड़ फेंका था और एक राष्ट्रवादी और विस्तारवादी नीति प्रारम्भ कर दी थी। इस तरह ब्रिटिश नौसेना को विश्व की महानतम नौशक्ति में रूपान्तरित कर दिया गया था। शाही नौसेना, जिसके सिर पर सरकार का आशीर्वाद था और जिसके हृदय में ब्रिटिश व्यापार और वाणिज्य के हितों की चिन्ता थी, की शक्ति ने मूल्यवान् खाद्य पदार्थों और कच्चे मालों के विशालतम और सर्वाधिक सुरक्षित स्रोत का तथा ऐसे विशालतम निर्यात बाजार का सृजन करने में सहायता की, जितना विशालतम निर्यात बाजार किसी भी देश के पास कभी नहीं रहा। राष्ट्रीय धरातल पर ब्रिटिश सत्तारूढ़ समूह अधिक उत्तरप्रद थे और बाद में इन्हें, वाणिज्यिक और वित्तीय हितों के विपरीत, विनिर्माण हितों से अलग करके देख पाना कठिन होता चला गया। ब्रिटिश सरकारों ने पूँजीवादी औद्योगिककरण की कुछ महत्वपूर्ण परिस्थितियों का भी प्रभावी ढंग से निर्माण किया : इसने निजी सम्पत्ति की रक्षा की और आन्तरिक कानून-व्यवस्था को बनाए रखा। इसके अलावा औद्योगिकवाद के प्रारम्भिक वर्षों में हमेशा ऐसा नहीं किया गया कि अनावश्यक रूप से क्रान्ति के भाग्यशाली प्रतिभागियों को परेशान किया जाए। इस प्रकार, उन लोगों के कामकाज में हस्तक्षेप नहीं किया गया जिनके पास लाभ के निजी लक्ष्य की प्रक्रिया के लिए आवश्यक साधन थे और ऐसा करने के प्रति जिनका झुकाव था।

2.3.1 संरक्षणवाद का शासन, 1649-1846

औद्योगिक क्रान्ति और वृहदस्तरीय पूँजीवादी विनिर्माणमूलक उत्पादन के उदय के बारे में आमतौर पर विद्यमान भ्रान्तियों में से एक भ्रान्ति यह है कि यह सब कुछ 'मुक्त व्यापार' से जुड़ा हुआ था। इसके विपरीत, वास्तव में तीव्र संरक्षणवाद की एक बहुत लम्बी अवधि ने इंग्लैण्ड में औद्योगिक पूँजीवाद की किशोरावस्था, वृद्धि और परिपक्वता को चिह्नित किया। संरक्षणवाद की यह अवधि 1649 में क्रॉमवेलियन गृहयुद्ध में पूँजीपतियों की विजय के साथ प्रारम्भ हुई थी और पूँजीवादी व्यवस्था के मजबूती से स्थापित होने के लम्बे समय बाद 1846 में ही समाप्त हुई थी।

17वीं शताब्दी के वणिकवादी (mercantilist) सिद्धान्त ने एक देश में सम्पदा का योग करने और उस देश का कल्याण करने को परिकल्पित किया क्योंकि इस सिद्धान्त ने निर्यात अधिशेष को बढ़ाया और व्यापार की शर्तों (निर्यात मूल्यों का आयात मूल्यों के साथ अनुपात)

को देश के पक्ष में बनाए रखा। अब आम तौर पर यदि निर्यातक देश को लाभ पहुँचाने के लिए निर्यात की कीमतों में वृद्धि की जाती है तो दूसरे देशों के आयातक अपनी माँग को कम कर सकते हैं और इस प्रकार यदि माँग मूल्य के सन्दर्भ में लोचशील है, तो शुद्ध निर्यात आय में गिरावट आ सकती है। वणिकवादियों ने हालाँकि इसे एक समस्या नहीं माना क्योंकि क्योंकि जिस देश में माल का निर्यात किया जाता था, उसे बलपूर्वक औपनिवेशिक वर्चस्व के अन्तर्गत ले आया गया था और उसके पास माँग के मामले में कोई विकल्प था ही नहीं।

वणिकवादी नीतियों को सशस्त्र बल द्वारा किए जा रहे औपनिवेशीकरण और कानूनी डिक्री के संयोजन के माध्यम से लागू किया गया था। आयरलैण्ड निकटतम उपनिवेश था, जो इंग्लैण्ड द्वारा पराजित हुआ था। आयरलैण्ड की भूमि को विशाल सम्पत्तिशाली लोगों और अंग्रेजी जमींदारों के बीच विभाजित कर दिया गया था और आयरिश लोगों की हैसियत घटकर किरायेदारों की तरह हो गयी थी। आयरलैण्ड को मांस, ऊन और मक्खन का निर्यात करने से मना कर दिया गया था। इन निषेधों को कड़ी नौसैनिक नाकेबन्दी के माध्यम से लागू किया जाता था।

1651 के नौवहन अधिनियम (1655 में यथासंशोधित) में यह निर्धारित किया गया था कि सभी अंग्रेजी उपनिवेशों को संसद के अधीनस्थ कर दिया जाए और समस्त व्यापार पर अंग्रेजी जहाजों का एकाधिकार हो। इस प्रकार किसी दूसरे देश से पहले इंग्लैण्ड में एक सुसंगत राष्ट्रीय साम्राज्यवादी नीति तैयार कर ली गयी थी।

उत्तरी अमेरिकी उपनिवेशों को किसी भी ऐसी वस्तु का विनिर्माण करने से रोक दिया गया था जो ब्रिटिश निर्यात के साथ प्रतिस्पर्धा कर सकती हो। ऐसी वस्तुओं में टोपी और पिन से लेकर वस्त्र और लौह-विनिर्माण तक शामिल थे, जिनके विनिर्माण को 1691 से अधिनियमों की एक श्रृंखला द्वारा रोक दिया गया था। उन्हें इन सभी वस्तुओं को इंग्लैण्ड से आयातित करना पड़ता था और इसके साथ-साथ उन्हें माल ढुलाई के किराये के रूप में अंग्रेजी स्वामित्व वाले जहाजों को भुगतान भी करना पड़ता था। इसी तरह कैरिबियन उपनिवेशों में विनिर्माण वर्जित था और हर तरीके के कपड़ों की वस्तुओं के साथ-साथ गुलामों पर इस्तेमाल की जाने वाली जंजीरों और हथकड़ियों को इंग्लैण्ड से अनिवार्य रूप से आयातित करना पड़ता था। हालाँकि कच्ची चीनी जमैका में पैदा की जाती थी, किन्तु इसकी रिफाइनिंग ब्रिस्टल में होती थी।

इंग्लैण्ड के भीतर ऐसे अधिनियमों की एक श्रृंखला मौजूद थी, जो सस्ती विदेशी वस्तुओं के साथ प्रतिस्पर्धा करने में ब्रिटिश विनिर्माताओं को संरक्षण प्रदान करते थे तथा विनिर्माण के लिए आवश्यक कच्चे माल को निःशुल्क प्रवेश की अनुमति प्रदान करते थे। इस प्रकार, जब भारत और ईरान से कैलिकोज़ (calicoes) और उत्तम छपाई वाले वस्त्रों को आयातित करने में ईस्ट इण्डिया कम्पनी की गतिविधियों ने इंग्लैण्ड के भीतर बढ़ती माँग उत्पन्न कर दी, तो ऊन उद्योग को यह भय सताने लगा कि उसके बाजार का एक हिस्सा खो जाएगा क्योंकि सूती वस्त्र ऊन को प्रतिस्थापित कर देंगे। इसलिए ऊन उद्योग ने संसद से यह माँग की कि इंग्लैण्ड के भीतर इन वस्त्रों के उपयोग पर पूर्ण प्रतिबन्ध लगा दिया जाए। सन् 1700 में उनकी यह माँग संसद ने मान ली। तस्करी जारी रही और 1721 में एक और बहुत सख्त अधिनियम आया, जो उन लोगों पर भयंकर जुर्माना लगाता था, जिन्हें भारतीय सूती वस्त्रों को पहने हुए पाया जाए। यह आयातित सूती वस्त्रों का व्यापार करने वाले व्यापारियों पर भी भारी जुर्माना लगाता था। बाद में इस निषेध का एक महत्वपूर्ण प्रभाव पड़ा क्योंकि इसने अंग्रेजी सूती वस्त्र उद्योग के विकास के जरिये आयात प्रतिस्थापन को उत्प्रेरित किया, जो कि औद्योगिक क्रान्ति का एक प्रतीक था।

यह स्पष्ट है कि इन नीतियों का एक सुसंगत उद्देश्य था। वह उद्देश्य यह था कि इंग्लैण्ड के भीतर विनिर्माण को प्रोत्साहित करने का हर सम्भव साधन अपनाया जाए, तथा उपनिवेशों में मौजूद किसी भी विनिर्माण उद्योग को नष्ट किया जाए, या किसी नए उद्योग के उभरने को असम्भव बना दिया जाए ताकि ब्रिटिश निर्यातों के लिए एक तैयार बाजार सुनिश्चित हो सके और उपनिवेश द्वारा ब्रिटिश निर्यातों को अनिवार्य रूप से पूर्णतः अवशोषित किया जा सके। जहाँ उपनिवेश उत्पन्नवासित अंग्रेजी और अन्य यूरोपीय लोगों द्वारा बसाये गए थे, वहाँ अन्ततः विद्रोह हुए और इन उपनिवेशों ने स्वतन्त्रता हासिल कर ली; उदाहरण के लिए, उत्तरी अमेरिकी उपनिवेशों ने, जिन्होंने 1776 में इंग्लैण्ड के विरुद्ध अपना स्वतन्त्रता संग्राम लड़ा। हालाँकि एशिया और वेस्ट इण्डीज में उष्णकटिबन्धीय उपनिवेश 20वीं शताब्दी के मध्य तक पराधीन रहे। इस लम्बी अवधि के दौरान उन्हें किसी भी तरीके से अपने विनिर्माण की रक्षा करने से मना कर दिया गया था और उन्हें ब्रिटिश निर्यातों के लिए एक बन्दी बाजार की तरह बना दिया गया था। 18वीं शताब्दी के तीसरे चतुर्थांश को निश्चित रूप से 'मुक्त व्यापार' की माँग के रूप में चिह्नित किया जा सकता है। यह माँग ब्रिटेन में विनिर्माणपरक पूँजीपतियों तथा डेविड रिकार्डों और एडम स्मिथ जैसे उनके सिद्धान्तकारों द्वारा उठायी गयी थी। लेकिन इस माँग के लिए यह जरूरी था कि यह खाद्यान्न आयातित करने की स्वतन्त्रता के साथ कुछ न कुछ करे, (खाद्यान्न आयातित करने की स्वतन्त्रता को जमींदारों द्वारा प्रतिबन्धित बनाये रखा गया था, जो अपने स्वयं के लाभ को अधिकतम बनाने के लिए देश के भीतर खाद्य कीमतों को ऊँचा बनाए रखने

की इच्छा रखते थे) और इसीलिए मक्के के उत्पादों को प्रतिबन्धित करने वाले मक्का कानूनों को समाप्त करना पड़ा। मुक्त व्यापार की इस माँग का अंग्रेजी विनिर्माण को विध्वंसक संरक्षण प्रदान करने से कोई लेना-देना नहीं था। मशीन द्वारा निर्मित अंग्रेजी वस्त्रों की किस्मों को, भारतीय हथकरघे के विरुद्ध, उच्च प्रशुल्क आरोपित करके, संरक्षण प्रदान करना 1846 तक जारी रहा। अन्ततः 1846 में ये प्रशुल्क हटा लिए गए क्योंकि ब्रिटेन को अब उनकी कोई जरूरत नहीं थी।

2.3.2 त्रिपक्षीय व्यापार पैटर्न और पूँजी निर्माण में योगदान

विश्व व्यापार पर यूरोपीय वर्चस्व से पहले उत्तरी यूरोप में आम लोगों के उपभोग का पैटर्न स्थानीय रूप से उत्पादित वस्तुओं की एक छोटी श्रृंखला तक ही सीमित था। ठण्ठी जलवायु और वर्द्धन का छोटा मौसम केवल एक फसल तथा फल और सब्जियों की एक सीमित श्रृंखला को ही उपजाने की अनुमति देता था, जिसकी आपूर्ति सर्दियों के दौरान पूरी तरह से बन्द हो जाया करती थी। कपड़े मुख्य रूप से चमड़े और ऊन के थे। 19वीं शताब्दी की शुरुआत तक उपभोग का पैटर्न अत्यधिक विविधतापूर्ण और सन्तुलित हो गया था। इसमें अब खाने, पीने, पहनने या फर्नीचर, आवास और अन्य टिकाऊ वस्तुओं के निर्माण के लिए उपयोग की जाने वाली ऊष्णकटिबन्धीय वस्तुओं की एक बड़ी श्रृंखला शामिल हो चुकी थी, जैसे - जैसे चाय, कॉफी, कोको, गन्ने की चीनी, रम, महोगनी, सागौन, वस्त्रों के लिए कच्चा कपास, नील, जूट, खट्टे फल, ऊष्णकटिबन्धीय सब्जियाँ और फल, मसाले, तम्बाकू, रबर, और अन्य अनेक वस्तुओं के बीच विभिन्न खनिज। इनमें से किसी भी चीज का उत्पादन यूरोप के भीतर नहीं होता था (दक्षिणी यूरोप के एक सीमित क्षेत्र में खट्टे फलों के उत्पादन को छोड़कर)। ऊष्णकटिबन्धीय वस्तुओं के आयात पर यूरोपीय (और उत्तरी अमेरिकी) जीवन और रहन-सहन के स्तर की अति निर्भरता आज के दिन तक जारी है।

17वीं और 18वीं सदी में यूरोप के पास ऊष्णकटिबन्धीय वस्तुओं के बढ़ते आयात को सन्तुलित करने के लिए भारत या चीन जैसी प्राचीन सभ्यताओं को देने के लिए ज्यादा कुछ नहीं था। इन ऊष्णकटिबन्धीय वस्तुओं की माँग बहुत अधिक थी और लोचदार थी। इन आयातों के लिए

भुगतान बुलियन (कीमती धातुओं) में करना पड़ता था और इस तथ्य के कारण व्यापार सीमित था। इसका समाधान ऊष्णकटिबन्धीय भूक्षेत्रों पर राजनीतिक नियन्त्रण के अधिग्रहण के माध्यम से किया गया, और या तो मूल्यवान वस्तुओं का उत्पादन आयातित दासों के श्रम के माध्यम से प्रत्यक्ष रूप से किया गया (जैसे वेस्ट इण्डीज में) या कर लगाकर मौजूदा उत्पादकों से इन वस्तुओं का अधिग्रहण करके, जैसा कि भारत में हुआ। इस प्रकार, भारत के साथ व्यापार को सन्तुलित करने की अंग्रेजी ईस्ट इण्डिया कम्पनी की समस्या 'हल' हो गई जब 1765 में क्लाइव ने बंगाल की दीवानी हासिल कर ली। किसानों से एकत्र किए गए भूराजस्व का इस्तेमाल इंग्लैण्ड को निर्यात करने के लिए भारतीय वस्तुएँ खरीदने में किया जा सकता था। इसके अलावा, 'मुफ्त' में (वस्तु के रूप में कर के बराबर) प्राप्त कर ली गयी इन वस्तुओं का आगे भी अन्य यूरोपीय देशों को निर्यात किया जा सकता था (जहाँ उनकी माँग बहुत ही अधिक थी) और अंग्रेजों द्वारा इस निर्यात के बदले में स्वीडिश छड़ वाले लौह, लकड़ी, पिच और नौसेना के लिए राल (टार) जैसी सामरिक वस्तुएँ हासिल की जा सकती थीं। 1765 के बाद उपनिवेशीकरण के कारण एशिया के साथ इंग्लैण्ड का व्यापार बहुत तेजी से बढ़ा, और सभी ऊष्णकटिबन्धीय आयातों का 30 से 35 प्रतिशत तक अन्य देशों को पुनर्निर्यात कर दिया जाता था। यूरोप को किए जाने वाले पुनर्निर्यात का 80 प्रतिशत वहाँ से किए जाने वाले आयात के भुगतान में प्रयुक्त होता था।

भूक्षेत्रों और वणिकवाद पर नियन्त्रण ने इंग्लैण्ड को व्यापार के त्रिकोणीय सन्तुलन के अत्यधिक लचीले पैटर्न का अनुसरण करने की अनुमति दी। इसका तात्पर्य यह है कि अगर इंग्लैण्ड किसी सम्प्रभु देश 'क' से वस्तुएँ प्राप्त करना चाहता था लेकिन बदले में 'क' देश के पास अंग्रेजी वस्तुओं की कोई माँग न थी, तो इंग्लैण्ड 'क' से आए हुए अपने निवल आयात का भुगतान करने के लिए अपने उपनिवेश 'ग' की वस्तुओं का प्रयोग करता था और इंग्लैण्ड को अपने उपनिवेश 'ग' को बदले में कुछ भी भुगतान नहीं करना होता था क्योंकि यह भुगतान तो उपनिवेश के कराधान के माध्यम से ही हो जाया करता था। इस तरह का त्रिकोणीय पैटर्न था भारत-चीन-ब्रिटेन अफीम त्रिकोण। चीन के साथ ब्रिटेन का व्यापार घाटा बहुत विशाल था (जिस पर उसने कर लगाने के अर्थ में राजनीतिक रूप से नियन्त्रण नहीं स्थापित किया था)। इसलिए इसने भारत में अफीम के उत्पादन का विस्तार किया तथा चीन के बन्दरगाहों को खोलने वाले 1842-44 के अफीम युद्धों पर मुकदमा चलाने के बाद चीन को अफीम का आयात करने के लिए विवश किया। चीन के साथ इंग्लैण्ड के व्यापार घाटे का भुगतान करने के लिए भारतीय अफीम के निर्यात का प्रयोग किया गया, लेकिन यह भारतीय अफीम भारतीय कर राजस्व से ही खरीदी जा रही थी और इस खरीद के बदले में इंग्लैण्ड पर कोई बाध्यता नहीं शामिल होती थी कि वह वस्तुओं के समतुल्य मूल्य की आपूर्ति करे। (धागे और कपड़े, जिन्हें

इंग्लैण्ड से आयातित करने के लिए भारत सन् 1813 से बाध्य था, के आयात का भुगतान वस्तुओं के भारतीय निर्यात द्वारा करना पड़ता था)।

एक और व्यापार त्रिकोण पश्चिमी अफ्रीका-वेस्ट इण्डीज-इंग्लैण्ड का गुलाम त्रिकोण था। दासों के अरब व्यापारी अपने भीतरी गाँवों के समुदायों से पश्चिमी अफ्रीकियों का अपहरण कर लिया करते थे और उन्हें हथियारों और कपड़े के बदले बन्दरगाहों पर अंग्रेजों के हाथों बेच दिया करते थे। इन दासों को अंग्रेजी जहाजों के जरिये कैरेबियन ले जाया जाता था (ब्राजील और उत्तरी अमेरिका के दक्षिणी हिस्से में भी ले जाया जाता था)। इन दासों का परिवहन इतनी अधिक अमानवीय दशाओं के अन्तर्गत किया जाता था कि इनमें से बहुत सारे दास तो रास्ते में ही मर जाते थे और बचे हुए दासों को, क्रय मूल्य से पाँच से छह गुना अधिक तक के विक्रय मूल्य पर, अंग्रेजी बागान मालिकों के हाथों बेच दिया जाता था। वहाँ उन्हें किसी तरह निर्वाह भर की सुविधाएँ दी जाती थीं और उन्हें चीनी, तम्बाकू, कपास और अन्य वस्तुओं का उत्पादन करने के लिए काम में लगा दिया जाता था। उत्पादन के बाद इन वस्तुओं का आयात इंग्लैण्ड में कर लिया जाता था, इसके कुछ हिस्से का उपभोग इंग्लैण्ड आन्तरिक खपत के रूप में करता था और कुछ हिस्से का पुनर्निर्यात कर दिया जाता था।

व्यापार के इन पैटर्नों (इसमें से प्रत्येक पैटर्न में लागतहीन अधिग्रहण का कम से कम एक तत्व शामिल रहता था) से प्राप्त लाभ बहुत अधिक था और इन लाभों ने लिवरपूल और ब्रिस्टल जैसे बड़े नगरीय केन्द्रों के उदय का आधार निर्मित किया। इसके परिणामस्वरूप इंग्लैण्ड में उद्योगों की एक श्रृंखला की स्थापना हुई। इन उद्योगों में चीनी की रिफाइनिंग, रम आसवन और जहाजरानी से लेकर लेग आयरन और अभागे दासों के लिए पैरों की बेड़ियों और हथकड़ियों का निर्माण तक शामिल था। दासों के व्यापार से होने वाले इन लाभों के कारण बार्कलेज जैसे प्रसिद्ध बैंकिंग घरानों की स्थापना हुई। एडम स्मिथ, जिन्हें आम तौर पर मुक्त व्यापार और अहस्तक्षेप के सिद्धान्तकार के रूप में जाना जाता है, ने अपनी कृति 'वेल्थ ऑफ नेशन्स' में दास व्यापार का वर्णन इस रूप में किया है कि "इस व्यापार ने वणिकवादी प्रणाली को ऊपर ऊठाकर महिमा के शिखर तक पहुँचा दिया।" स्मिथ, 17वीं और प्रारम्भिक 18वीं शताब्दी के दास व्यापार के या वणिकवाद के विरोधी नहीं थे, किन्तु उन्होंने यह सोचा कि उस समय चल रही औद्योगिक क्रान्ति के साथ उन नीतियों की आवश्यकता समाप्त हो गयी थी और अप्रतिबन्धित व्यापार ही नवीन परिस्थितियों के लिए सर्वाधिक उपयुक्त था।

2.3.3 समाज के संस्थागत पहलू

ब्रिटेन पहला देश था जहाँ सामन्तवाद (फ़्यूडलिज़्म) टूट गया तथा सम्पत्ति के स्वामियों और श्रमिकों के रूप में जनसंख्या के अपने विभाजन के साथ पूँजीवाद विकसित हुआ। अन्य यूरोपीय देशों के विपरीत, जहाँ दासता (सर्फडम) भी विखण्डित हो गयी, ब्रिटेन में भूस्वामियों के एक समूह के हाथों में भूमि का पर्याप्त संकेन्द्रण हो गया, मुक्त किसानों के एक निकाय के मजबूत होने की प्रक्रिया को विकृत कर दिया। इस प्रकार ब्रिटेन में पूँजीवादी कृषि अपेक्षाकृत जल्दी फली-फूली और राज्य शक्ति के द्वारा इसमें कोई बाधा नहीं खड़ी की गयी क्योंकि यहाँ किसानों को कृषि पूँजीवाद के विरुद्ध एक बाँध के रूप में इस्तेमाल किया गया। आर्थिक व्यक्तिवाद की भावना, औद्योगिक उद्यमियों के हॉल मार्क ब्रिटेन में शायद 12वीं और 13वीं शताब्दी से ही मौजूद रहे थे तथा 18वीं शताब्दी के मध्य तक इनका विकास इस सीमा तक हो चुका था कि व्यापार और उद्योग से पैसा कमाने को उन लोगों द्वारा एक पूर्णतः वैध और वांछनीय कार्य के रूप में देखा जा रहा था जो राज्य के मामलों में प्रभावशाली थे।

1750 के दशक तक ब्रिटेन भी एक अपेक्षाकृत अच्छी तरह से विकसित अर्थव्यवस्था थी, जो औद्योगिकतावाद की छलाँग लगाने के लिए तैयार थी। इसके पास पुष्पित-पल्लवित होता एक समृद्ध पारम्परिक विनिर्माण उद्योग था जो एक राष्ट्रीय बाजार और एक बढ़ती अर्थव्यवस्था के लिए आपूर्ति किया करता था। वहाँ पूँजी का बहुत अभाव नहीं था, चाहे यह अभाव सापेक्ष हो या निरपेक्ष; और मुक्त बाजार प्रणाली के लिए सिद्धान्तकारों का एक आगे बढ़ता समूह था, जिसमें सर्वाधिक उल्लेखनीय एडम स्मिथ थे। यह धारणा कि खुशी की निजी खोज का भी परिणाम सामाजिक भलाई हो सकता है, अगर राज्य जैसे बेढंगे हस्तक्षेपों के माध्यम से इसमें बाधा न पहुँचाई जाए, पूँजीवाद के लिए एक आकर्षक धारणा थी। स्मिथवादी 'अदृश्य हाथ' (और बाद में रिकार्डोवादी 'मजदूरी का लौह नियम') का उपयोग, पूँजीवाद के मामले को मजबूत करने के लिए, लाभ के उद्देश्य से जुड़े अनेक प्रचारकों और व्यवसायियों द्वारा किया गया। औद्योगिक क्रान्ति के प्रारम्भिक वर्षों में, जब जनसंख्या के विशाल हिस्सों की वंचनाएँ बहुत अधिक थीं, तब ऐसे बौद्धिक उपकरणों का उपयोग (और दुरुपयोग) किया जाना सम्भव था ताकि दोनों को तसल्ली देने का प्रयास किया जा सके : एक की चेतना को और अपने हमवतन दूसरे के कम भाग्य को (यद्यपि, चेतनाशील लोगों की तुलना में, कम भाग्य वाले लोगों को कम ही तसल्ली दी जा सकी)।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 2

1) क्या ब्रिटेन की औद्योगिक क्रान्ति 'मुक्त व्यापार' से सम्बद्ध थी?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2) जब ब्रिटेन ने ऊष्णकटिबन्धीय देशों का उपनिवेशीकरण किया, तो इन देशों के साथ ब्रिटेन के व्यापार का पैटर्न किस प्रकार परिवर्तित हुआ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3) व्यापार के त्रिकोणीय पैटर्न की संकल्पना की व्याख्या कीजिए। इस तरीके के व्यापार से किसी देश को किस प्रकार लाभ मिलता है?

.....
.....
.....
.....
.....

.....
.....
.....
.....
.....
.....

4) पूँजी का 'प्राथमिक संचय' क्या है?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2.4 औद्योगिक क्रान्ति

ब्रिटिश अर्थव्यवस्था और समाज के लिए औद्योगिक क्रान्ति ने क्या किया? इस प्रश्न का उत्तर मुख्य रूप से या पूरी तरह से त्वरित औद्योगिक उत्पादन और महत्वपूर्ण तकनीकी नवाचारों की घटना में ही निहित नहीं है, हालाँकि दोनों ही निश्चित तौर पर महत्वपूर्ण थे। औद्योगिक संवृद्धि समकालीन मानकों के हिसाब से प्रभावशाली थी, बाद में ब्रिटिश और अन्य देशों के निष्पादन से यह बौनी साबित हो गयी।

इस अवधि के दौरान वास्तविक रूप से क्रान्तिकारी रूपान्तरण दोहरा था : समाज के एक नए रूप यानी औद्योगिक पूँजीवाद का विकास; और उत्पादन के एक नए रूप यानी कारखाने का विकास। ये ऐसी घटनाएँ थीं जिन्होंने उस अवधि में नाटकीय परिवर्तन का सन्दर्भ प्रदान किया क्योंकि उन्होंने व्यक्तियों के बीच सामाजिक और आर्थिक सम्बन्धों को पूरी तरह से बदल दिया। एक बड़ी बहुसंख्या के लिए यह जीवन के एक नये तरीके की शुरूआत थी। अगर निश्चित तौर पर कहा जाए, तो इन घटनाओं में से किसी भी घटना को, चर्चा के अन्तर्गत ली गयी अवधि के लिए, पूरी तरह से जिम्मेदार नहीं ठहराया जा सकता है; लेकिन यह उन्हीं वर्षों के दौरान ही यह हो सका था कि, "पहले से ही कर ली गयी छोटी-सी शुरूआत ने अपनी जोरदार उपस्थिति दर्ज करायी और इसकी नियति यही थी कि यह पश्चिम के प्रत्येक पुरुष और महिला के जीवन को बदल दे।" अब हम इन दोनों घटनाओं का परीक्षण करेंगे।

2.4.1 औद्योगिक पूँजीवाद

औद्योगिक पूँजीवाद; श्रमिकों, जो अपनी कार्य करने की क्षमता को बेचते थे, और पूँजीवादी नियोजकों में औद्योगिक जनसंख्या के विभाजन के रूप में अभिव्यक्त हुआ था। पूँजीवादी नियोजक व्यवस्था में तुलनात्मक रूप से वर्चस्वशाली समूह में शामिल थे। ऐसा इसलिए था क्योंकि उत्पादन के साधनों और अन्तिम उत्पादों पर उनका स्वामित्व था। उत्पादन नियोक्ता के व्यापक प्राधिकार के तहत किया जाता था, और उस नियोक्ता का उद्देश्य लाभ को हासिल करना और उसका संचय करना था। यह माना जाता था कि अर्थव्यवस्था और समाज को लाभ कमाने और संचय के तर्क को स्वीकार करना चाहिए और समस्त प्रयासों को इस उद्देश्य के लिए निर्देशित किया जाना चाहिए। इस नयी सामाजिक व्यवस्था की सबसे उल्लेखनीय विशेषता इस सिद्धान्त को वैध ठहराना था।

किसी भी ऐसे क्षेत्र में पूँजी के प्रवेश की स्वतन्त्रता ने, जो लाभदायक थी (मध्ययुगीन एकाधिकारों और विशेषाधिकारों के साथ असंगत स्वतन्त्रता) और श्रम की गतिशीलता की स्वतन्त्रता (छोटे स्वामित्व के साथ असंगत स्वतन्त्रता) ने प्रतिस्पर्धी पूँजीवाद का आधार निर्मित किया जो इसी अवधि में उत्पन्न हुआ।

औद्योगिक पूँजीवाद में ठेठ उत्पादन की इकाई कारखाना ही था। यह कारखाना विशेषीकृत मानवीय श्रम के साथ विशेषीकृत मशीनों के संयोजन से युक्त था। इसने कार्य की एक नई लय को जन्म दिया, जहाँ इंजन द्वारा निर्धारित की गयी गति सतत और अमानवीय थी; और जिस सीमा तक किसी व्यक्तिगत श्रमिक को अपनी शक्ति और बुद्धिमत्ता का प्रयोग करना आवश्यक था, उस सीमा को उल्लेखनीय रूप से कम कर दिया गया। इसमें कार्यकर्ताओं को मशीनीकरण के बेदर्द अनुशासन का भी शिकार होना था। मार्क्स के वाक्यांश में, "निर्माण और हस्तशिल्प में कार्यकर्ता एक उपकरण का उपयोग करता है; किन्तु किसी कारखाने में वह मशीन की सेवा ही करता है।"

बाद के एक खण्ड में हम समाज के इन नए रूपों और कार्य संगठन के सामाजिक परिणामों को देखेंगे। इस खण्ड का शेष हिस्सा औद्योगिक क्रान्ति, कपास और लोहे के दो प्रमुख उद्योगों के अध्ययन के लिए समर्पित है।

2.4.2 कपास उद्योग – मूल

औद्योगिकीकरण की इस अवधि में कपास अब तक का सबसे महत्वपूर्ण उद्योग था। हमें विकास के कारणों पर विचार करने से पहले इस उद्योग के मूल को संक्षेप में देखना चाहिए। यह तथ्य कि कपास के वस्त्र ही, औद्योगिक क्रान्ति में, सर्वाधिक तेजी से विस्तारित होने वाले 'अग्रणी क्षेत्र' थे, पहली नजर में आश्चर्यजनक लग सकता है। यह आश्चर्यजनक लगना कम से कम दो कारणों की वजह से है : पहला ऊनी कपड़ों, न कि सूती वस्त्रों, का उद्योग शताब्दियों से इंग्लैण्ड में जनता की माँग को पूरा करने वाला पारम्परिक विनिर्माण उद्योग था। इस उद्योग के साथ ऐसे कुशल श्रमिक जुड़े हुए थे जैसा, कपास के साथ काम करने के, कौशलों की किसी परम्परा में कभी नहीं था। दूसरे, कच्चे कपास को ब्रिटेन में, या वास्तव में यूरोप के अधिकांश हिस्सों में बिल्कुल भी उगाया ही नहीं जा सकता था और इसे पूरी तरह से ब्रिटेन में आयातित ही किया जाना होता था।

यह समझना इसके बावजूद तब तक सम्भव नहीं है, कि यह कपास ही क्यों था, न कि ऊनी वस्त्र, जो तेजी से बढ़ते कारखाने के उत्पादन से जुड़ा हुआ था, जब तक कि हम ईस्ट इण्डिया

कम्पनी की गतिविधियों का उल्लेख नहीं करते। यह कैलिकोज़ (छपाई वाले सूती परिधान) और मलमल का इंग्लैण्ड में आयात ही था; एशिया से (मुख्य रूप से भारत लेकिन ईरान से भी) मुद्रित और चित्रित वस्त्रों का; जिन्होंने इन कपड़ों के लिए इंग्लैण्ड के भीतर बढ़ती माँग उत्पन्न की। इनका उपयोग सजाने, पर्दे और कपड़ों के लिए किया जाता था और ये कुलीन वर्ग और आम लोगों – दोनों के लिए – प्रचलित (फैशनेबल) हो गए थे। इसके अतिरिक्त, ये सामान्य लोगों के बीच भी लोकप्रिय हो गए थे क्योंकि ये कपड़े पहले की तुलना में आरामदायक थे और धोने के मामले में ये ऊनी कपड़ों की तुलना में बहुत सुविधाजनक थे। भारत से आयातित कपड़ों के लिए इंग्लैण्ड में बनाये गये निकटतम प्रतिद्वन्द्वी निरर्थक थे, क्योंकि घरेलू रूप से उगाए गए सन फाइबर (लिनन) और आयातित कपास से धागों के मिश्रण से जो कपड़ा बनाया गया था, वह एक बहुत ही मोटा कपड़ा था।

हम पहले ही देख चुके हैं कि शक्तिशाली ऊनी उद्योग ने ब्रिटेन में कपड़े के बाजार का एकाधिकार रखने के लिए भारतीय और ईरानी (फारसी) कपड़ों के उपयोग पर प्रतिबन्ध लगाने की माँग की थी और इस प्रतिबन्ध को प्राप्त भी कर लिया था। लेकिन अन्ततः 1700 और 1721 के इस प्रतिबन्ध का प्रभाव यह हुआ कि भारतीय आयातों से संरक्षित इस घरेलू सूती वस्त्र उद्योग की संवृद्धि को उत्प्रेरण और निर्यात-प्रतिस्थापन को बल मिला। जब तक इंग्लैण्ड के भीतर प्रतिबन्धित सूती कपड़ों के लिए एक दबी हुई, असन्तुष्ट माँग मौजूद थी, तो उस समय जो कोई भी उन भारतीय कपड़ों की नकल कर सकता था, उसके पास बड़े सम्भावित बाजार से लाभ का एक बड़ा सौदा करने की सम्भावना विद्यमान थी, जो पहले से ही मौजूद थी। संक्षेप में, घरेलू सूती कपड़े के उत्पादन की सम्भावित लाभप्रदता भारत के आयात पर प्रतिबन्ध लगाने से बहुत अधिक बढ़ी हुई थी।

अंग्रेजों के लिए समस्या हालाँकि यह थी कि यद्यपि वे कच्चे कपास का आयात कर सकते थे, लेकिन उनके पास एशिया जैसी कपास की कटाई और बुनाई की कोई सदियों पुरानी परम्परा नहीं मौजूद थी। कच्ची तकलियों के साथ काते गए धागे की सुन्दरता और शक्ति तथा भारतीय कारीगरों द्वारा सरल करघे पर बुने गए कपड़ों की डिजाइन के रंग और विविधता का मिलान, इंग्लैण्ड के साथ, उनके सर्वोत्तम प्रयासों के बावजूद नहीं किया जा सकता था क्योंकि उनके उत्पाद गुणवत्ता में बहुत खराब थे। जहाँ मानव-कारीगर के कौशल का अभाव हो, वहाँ यान्त्रिक कौशल से उसे प्रतिस्थापित करने की खोज की जाती है। उँचे लाभ की सम्भावना के अंकुश के अधीन, इंग्लैण्ड में सूती वस्त्रोत्पादन में मानव कौशल के अभाव के चलते इस मानव कौशल को प्रतिस्थापित करने के लिए यान्त्रिक साधनों की अथक खोज का यही मुख्य कारण है। बेशक,

यदि यान्त्रिक कौशल का एक निश्चित न्यूनतम स्तर पहले से विकसित नहीं होता, तो ऐसी खोज शायद निरर्थक होती।

हालाँकि ऐसा इसलिए सम्भव हुआ क्योंकि इंग्लैण्ड में लम्बी समुद्री परम्परा ने यान्त्रिक कौशल को उच्च स्तर तक बढ़ावा दे रखा था। खगोलीय प्रेक्षण से समुद्र में जहाजों की स्थिति का निर्धारण करने के लिए अक्षांश को मापने और सन्तुलन निर्धारित करने के उपकरणों को विकसित किया जाना था। घड़ी के कल-पुर्जे और उसकी यान्त्रिकी से परिचित कारीगर और लकड़ी का काम करने वाले कारीगर उन लोगों में शामिल कुछ लोग थे जिन्होंने कपास की बुनाई और कताई में प्रारम्भिक यान्त्रिक नवाचारों का बीड़ा उठाया था। ये यान्त्रिक नवाचार ही थे, जिन्होंने 30 वर्षों के प्रयासों के बाद इंग्लैण्ड को अन्ततः इस योग्य बनाया कि वहाँ ऐसे धागे बनाए जा सकें जिनके पास सौन्दर्य और मजबूती दोनों हो और कपड़ों की बुनाई एशिया में हो रही हथकरघे की बुनाई से भी सस्ती लागत में पूर्ण हो सके। (फिर भी भारतीय कपड़ों की विशिष्ट महीन किस्मों को, बहुत बाद तक यानी 1830 के दशक तक, इंग्लैण्ड में उच्च प्रशुल्कों का सामना करना पड़ा)।

2.4.3 कपास उद्योग – तकनीकी नवाचार और विस्तार

सूती वस्त्र उत्पादन में नवाचारों के अनुक्रम में एक निश्चित द्वन्द्वात्मक (इधर से और उधर से) आन्दोलन का प्रेक्षण किया जा सकता है। इंग्लैण्ड में कताई करने वाले लोगों (स्पिनरों) के प्रथम अनाड़ी प्रयासों द्वारा जो थोड़ा-सा धागा उत्पादित होता था, उस थोड़े-से धागे को भी इंग्लैण्ड के बुनकर अपने कार्य के दौरान खपा नहीं पाते थे। बुनकरों की इसी असमर्थता के कारण 1733 में के (Kay) द्वारा 'फ्लाइंग शटल' का आविष्कार किया गया जिसमें एक छोर से शटल को यान्त्रिक रूप से फेंका जाता था और दूसरे छोर से करघे को। इन दोनों के कारण बुनाई की रफ्तार में तेजी आ गयी और अधिकतम कपड़ा बुनने की स्वतन्त्रता मिली। अब ऐसी कोई सीमा नहीं रह गयी थी कि बुनाई की रफ्तार बुनकर की बाहों की लम्बाई के कारण कम

रहे। कताई करने वाले लोग अब रफ्तार को कायम नहीं रख सके, और कताई की रफ्तार को तेज करने के साथ-साथ हाथ से काते गए धागे की गुणवत्ता (जो एशियाई धागों की तुलना में बहुत मोटे और कमजोर थे) को सुधारना भी आवश्यक हो गया।

कई निष्फल प्रयासों के बाद (अन्य लोगों के साथ-साथ व्याट और पॉल द्वारा) अन्त में हार्ग्रिक्स, 30 साल बाद सन् 1765 में, एक यान्त्रिक कताई युक्ति का निर्माण करने में सफल रहे। इस युक्ति को उन्होंने 'जेनी' नाम दिया था। इसमें आठ धुरियाँ होती थीं और इन आठों धुरियों को एक साथ एक ही श्रमिक द्वारा संचालित किया जा सकता था। इससे लगभग सुन्दर धागों की बुनाई हो जाती थी। जेनी नामक युक्ति उत्तरोत्तर बड़ी होती चली गयी और हार्ग्रिक्स के अपने ही जीवनकाल में यह इतनी बड़ी हो चुकी थी कि इसमें 80 धुरियाँ लगी हुई थीं और इनमें से प्रत्येक धुरी का उपयोग किया जा रहा था। लेकिन धागे अभी भी तुरन्त टूट जाया करते थे, और बाद में संशोधनों के माध्यम से धागों में मरोड़ उत्पन्न किया गया ताकि वे मजबूत बन सकें। आर्कराइट (Arkwright) के वाटर-फ्रेम ने, धुरियों को चलाने के लिए, मानव के हाथ की जगह जलशक्ति का उपयोग करना शुरू किया जबकि क्रॉम्पटन के 'खच्चर' (जेनी और वाटर-फ्रेम के बीच का एक संकर) ने अन्ततः एक ऐसा धागा तैयार किया जो सुन्दर और मजबूत दोनों था। खच्चर धुरी अपने आविष्कार के बाद एक शताब्दी से भी अधिक समय तक सर्वोच्च स्थान पर कायम रहते हुए राज करती रही।

ये यान्त्रिक युक्तियाँ हालाँकि साधारण-सी लकड़ी से बनी होती थीं और इनमें थोड़े-से लोहे का भी प्रयोग किया जाता था, तब भी ये युक्तियाँ बहुत महँगी थीं और किसी भी कारीगर व्यक्ति के लिए इसका मालिक बन पाना बहुत खर्चीला था। उत्पादन में बड़े पैमाने पर इन युक्तियों के स्वीकरण के साथ-साथ निम्नलिखित चीजें भी घटित हो रही थीं :

(क) संचालन के पैमाने का विस्तार हो रहा था और इसके साथ-साथ छोटी-छोटी कार्यशालाएँ और छोटे-छोटे विनिर्माता भी कार्यरत थे। इसके कारण विशाल कार्यशालाओं और विनिर्माताओं के उभरने का मार्ग प्रशस्त हुआ, जहाँ पूँजीवादियों की निगरानी में श्रमिक लोग दर्जनों मशीनों का संचालन कर सकें;

(ख) इसके कारण कारखाने एक जगह से दूसरी जगह स्थानान्तरित भी हुए क्योंकि मनुष्य के हाथ की जगह अब प्रवाहमान जल की शक्ति का और अन्ततः भाप की शक्ति का उपयोग किया जाने लगा था। पारम्परिक उत्पादन की प्रकृति ऐसी थी कि इसमें उत्पादन लघुस्तरीय और इधर-उधर बिखरा हुआ होता था। इसके कारण प्रवाहित जल की धाराओं के निकट इन कारखानों

के केन्द्रित हो जाने का मार्ग प्रशस्त हुआ। इसके साथ ही साथ, वाटर-फ्रेम को अब बड़े पैमाने पर अपनाया जाने लगा। वास्तव में, कारखाने के लिए प्रयुक्त किया जाने वाला शब्द 'मिल' अभी भी चलन में है, जबकि यह शब्द तब उत्पन्न हुआ था जब जलशक्ति का उपयोग किया जाता था। अन्त में यह स्थान, हटकर लंकाशायर के, अंग्रेजों के, उत्तरी बन्दरगाह के पास आ गया जहाँ नम जलवायु और आयातित कपास तक आसान पहुँच के संयोजन ने उद्योग के लिए बहुत सकारात्मक भूमिका निभाई।

इन साधारण यान्त्रिक नवाचारों ने श्रम-उत्पादकता को काफी बढ़ाया। 80 धुरियों वाली एक जेनी से अकेला एक ही श्रमिक, पारम्परिक कताई के चरखे पर काम करने वाले एक एशियाई श्रमिक यानी स्पिनर की तुलना में, 80 गुना अधिक धागे की कताई कर सकता है। इसलिए धागे के उत्पादन की इकाई लागत, और इसलिए कपड़े की भी लागत बहुत ही कम हो गयी। श्रम को प्रतिस्थापित करने वाले ऐसे हर नवाचार का कताई करने वाले लोगों ने प्रारम्भ में बहुत तीखा विरोध किया, और इनके आविष्कारों पर हमले किए, मशीनें तोड़ डालीं क्योंकि उन्हें बेरोजगार होने का भय सता रहा था। लेकिन बाजार के बहुत तेजी से विस्तार के कारण अन्ततः रोजगार में वृद्धि हुई - पहले घरेलू माँग को संतृप्त किया गया, फिर अंग्रेजी मशीन से निर्मित धागों और कपड़ों ने एशिया से यूरोप और अन्य देशों को किए जाने वाले निर्यात को विस्थापित कर दिया और अन्त में स्वयं एशियाई बाजार पर भी आक्रमण कर दिया।

2.4.4 कपास उद्योग के उदय के पीछे अन्य कारक

कई अतिरिक्त कारक कपास उद्योग के उदय की व्याख्या करने में सहायता करते हैं। वर्षों से आक्रामक तरीके से कूटरचित किए जा रहे औपनिवेशिक आर्थिक सम्पर्कसूत्रों (लिंक्स) ने दोनों चीजों की उपलब्धता को सुलभ बनाया - सस्ते कच्चे माल के स्रोत को भी और विस्तृत निर्यात बाजारों को भी। 1830 के दशक के दौरान, कपास उद्योग के विकास के चरम पर, समस्त निवल आयातों में कच्चे कपास का हिस्सा 20% तक था और समस्त निर्यातों में, आधे से अधिक निर्यात तो कपास का ही होता था। कच्चे माल के लिए यह अफ्रीका के बागानों और बाद में संयुक्त राज्य अमेरिका के दक्षिणी हिस्सों पर निर्भर था। बाजारों के लिए यह अफ्रीका

के मुफ्त में चलाए जा रहे बाजारों पर निर्भर था और जब नीति-निर्माताओं पर ईस्ट इण्डिया कम्पनी का नियन्त्रण नहीं रह गया तो यह भारत और सुदूर पूर्व के बाजारों पर निर्भर था। कपास की सफलता इस तथ्य पर भी निर्भर करती थी कि यह एक उपभोक्ता वस्तु थी, जिसकी माँग सदैव तैयार रहती थी (इसके लिए पहले से किसी औद्योगीकरण की या पसन्द में किसी आमूलचूल परिवर्तन की कोई आवश्यकता नहीं थी)। इसने ब्रिटिश अर्थव्यवस्था में उत्पादन के कारकों के आधार पर अपेक्षाकृत सरल माँग उत्पन्न किया। यह श्रम-गहन (महिलाओं और बच्चों का श्रम) था और इसके लिए पूँजी के निवेश की आवश्यकता थी, जो अर्थव्यवस्था के भीतर सुलभतापूर्वक विद्यमान थी।

लेकिन अब तक का अकेला सर्वाधिक महत्वपूर्ण घरेलू कारक, जो उद्योग के विलक्षण विकास की व्याख्या करता है, वह अत्यन्त अनुकूल स्थिति है जिसके अन्तर्गत पूँजीवादी नियोक्ता इस अवधि में संचालन कर सके। औद्योगिक क्रान्ति को छोटे विनिर्माताओं की अनियोजित गतिविधियों का परिणाम बताया गया है। अपनी सफलता के लिए ये लोग अपनी इस योग्यता पर निर्भर थे कि ये लोग निर्बाध रूप से आर्थिक अवसरों पर अनुक्रिया कर सकते थे और अपने नुकसान को दूसरे लोगों तक स्थानान्तरित कर सकते थे। इन दोनों कार्यों को करने के लिए, इस अवधि में, उन्हें पर्याप्त अवसर प्रदान किए गए थे। कार्यबल में मुख्य रूप से महिलाएँ और बच्चे शामिल थे जो ज्यादातर अकुशल और असंगठित थे। नियोक्ता अपनी इच्छा के अनुसार उन्हें किराये पर रख सकते थे और जब चाहें हटा सकते थे तथा कार्य करने के समय में परिवर्तन कर सकते थे। इसलिए कारखाना श्रमिकों ने निर्वाह मजदूरी के लिए रोजाना 16 घण्टों तक काम किया। हथकरघा बुनकरों की दशा बिगड़ गयी थी और अब उन्हें पहले से बहुत अधिक घण्टों तक और पहले से बहुत कम मजदूरी के लिए काम करना पड़ रहा था। वेतन वृद्धि हमेशा उत्पादन वृद्धि से नीचे ही बनी रही और यहाँ तक कि जब निर्यात की कीमतें गिर गईं, तब भी मुनाफे को बनाए रखा गया। यह लाभ की उच्च दरों को उत्पन्न करने की कर्मचारियों की क्षमता ही थी, जिसने निर्माताओं को अपनी आय के बड़े हिस्से को पुनः और अधिक निवेश के रूप में लगाने में सक्षम बनाया। इसने न केवल वृहदस्तरीय अर्थव्यवस्थाओं का सृजन किया, बल्कि उस दक्षता में भी बढ़ोत्तरी की जिसके चलते पुरानी मशीनों को हटाकर उनकी जगह नई मशीनें लगायी जा सकीं। यदि लाभ के इस निरन्तर धारणीय स्तर को कायम नहीं रखा जाता तो निजी निवेशक बड़े पैमाने पर कारखाने में उत्पादन करने के लिए अपनी पूँजी को जोखिम में नहीं डालते। लाभ के उच्च स्तर ने कपास उद्योग को व्यापार के क्षेत्र में आदर दिलवाया और महत्वाकांक्षी लोगों को इस तरफ आकर्षित करने में सहायता की। लचीले कार्यबल और बाजारों के साथ मिलकर इन दोनों चीजों ने आधुनिक औद्योगिकीकरण से गुजरने वाले प्रथम क्षेत्रक की कहानी गढ़ी।

कपास निश्चित रूप से अन्य उद्योगों के लिए वृहद पैमाने पर कारखाना-उत्पादन का उल्लेखनीय उदाहरण स्थापित करता है। इससे रासायनिक और अभियान्तिकी उद्योग भी उत्प्रेरित हुए। कपास कारखाने नए 'आयरन-फ्रेम' के निर्माण और गैस-प्रकाश व्यवस्था को अपनाने वाले प्रथम उदाहरण थे। इनको प्रतिसन्तुलित करता तथ्य यह है कि कपास ने किसी भी औद्योगीकरण के रणनीतिक क्षेत्रों को सीधे प्रोत्साहित करने के लिए कुछ नहीं किया : इस मामले में कोयले, लौह और इस्पात उद्योग के लिए पूँजीगत वस्तुओं के सन्दर्भ में कुछ नहीं किया। यह निश्चित रूप से औद्योगिक क्रान्ति का सबसे प्रमुख और तेजी से बढ़ता उद्योग था। लेकिन इस अवधि के दौरान अन्य उद्योगों का विकास हुआ और बाद में इन उद्योगों ने कपास उद्योग के विकास के लिए सीधे कुछ नहीं किया, सिवा इसके कि कपास के जरिये कमाए गए लाभों का पुनर्निर्देशन कर दिया गया।

2.4.5 लौह उद्योग

कपास के विपरीत, लौह उद्योग के बड़े हिस्से पहले से ही औद्योगिक क्रान्ति से पूर्व के पूँजीवादी तर्ज पर कार्य कर रहे थे। उद्योग अपने आप में अपेक्षाकृत छोटा था और माँग मुख्य रूप से जहाज निर्माण, गोला बारूद और सम्बन्धित गतिविधियों की तरफ से थी। ब्रिटेन और अन्य देशों के औद्योगीकरण के साथ ही इस उद्योग ने घरेलू और निर्यात बाजारों का लगातार विस्तार देखा। यह 19वीं शताब्दी के मध्य में रेलवे के आने के साथ ही सम्भव हो सका कि इस उद्योग ने उत्पादन में वास्तविक लम्बी छलाँग देखी।

जहाँ उद्योग अपने बल पर उभरने की प्रतीक्षा कर रही थी, वहीं कई नवाचारों ने क्षमता बढ़ाने में मदद की। उनमें से महत्वपूर्ण थे : लोहे को गलाने के प्रयोजनों की दृष्टि से अब तारकोल (charcoal) को कोक से प्रतिस्थापित कर दिया गया; गारा घोलने (puddling) और रोलिंग का आविष्कार तथा नीलसन के हॉट ब्लास्ट का आविष्कार। तारकोल की जगह कोक के आ जाने से कि तारकोल जैसे एक ही तरह के ईंधन के सूख जाने की चिन्ता खत्म हो गयी और अब बात अधिक प्रचुर और कम भंगुर ईंधन-स्रोत कोक तक पहुँच गयी, जो अधिक सुविधाजनक था। हेनरी कोर्ट द्वारा आविष्कृत की गयी गारा घोलने और रोलिंग की मशीनों ने, कोयले के

ईंधन के साथ, छड़ वाले लोहे के वृहदस्तरीय उत्पादन को सुलभ बना दिया और इसके अतिरिक्त गुणवत्तापरक गढ़े गए लोहे का उत्पादन भी आसान हो गया। नीलसन के आविष्कार के कारण ब्लास्ट में प्रयुक्त होने वाली हवा को गर्म करना आसान हो गया और इसका परिणाम यह हुआ कि कोक की खपत बहुत कम कर ली गयी तथा परिणामतः उत्पादन यानी आउटपुट में वृद्धि हो गयी।

कपास के विपरीत लोहा, उत्पादकों की एक वस्तु है और इसके सम्बन्ध दोनों तरीकों से हैं, अपने पीछे वाले उद्योगों से भी और अपने आगे वाले उद्योगों से भी। पीछे से इसके सम्बन्ध उन उद्योगों से जुड़े हुए हैं जो इस उद्योग के लिए आपूर्ति करते हैं और आगे से इसके सम्बन्ध उन उद्योगों से जुड़े हुए हैं जिनके लिए यह उद्योग आपूर्ति करता है। लोहे ने कोयले, लौह अयस्क और चूना पत्थर जैसे ब्रिटिश कच्चे माल के लिए माँग उत्पन्न की। इसके परिणामस्वरूप, विशेष रूप से नहरों की माँग उत्पन्न हुई। आपूर्ति पक्ष की तरफ देखें, तो इसने औद्योगिक अर्थव्यवस्थाओं के लिए सस्ती दरों पर सबसे महत्वपूर्ण कच्चे माल में से एक का उत्पादन किया। सतत औद्योगीकरण के लिए आवश्यक है कि अन्य बातों के साथ-साथ लोहे की आपूर्ति सस्ते में और प्रचुर मात्रा में की जाए। ब्रिटिश औद्योगीकरण का दूसरा चरण औद्योगिक क्रान्ति के दौरान लौह उद्योग में की गई प्रगति के सन्दर्भ में अपनी सफलता के लिए काफी हद तक इसका ऋणी है।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 3

1) औद्योगिक क्रान्ति एक क्रान्ति क्यों है?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....
.....

2) पूँजीवाद क्या है? औद्योगिक पूँजीवाद क्या है?

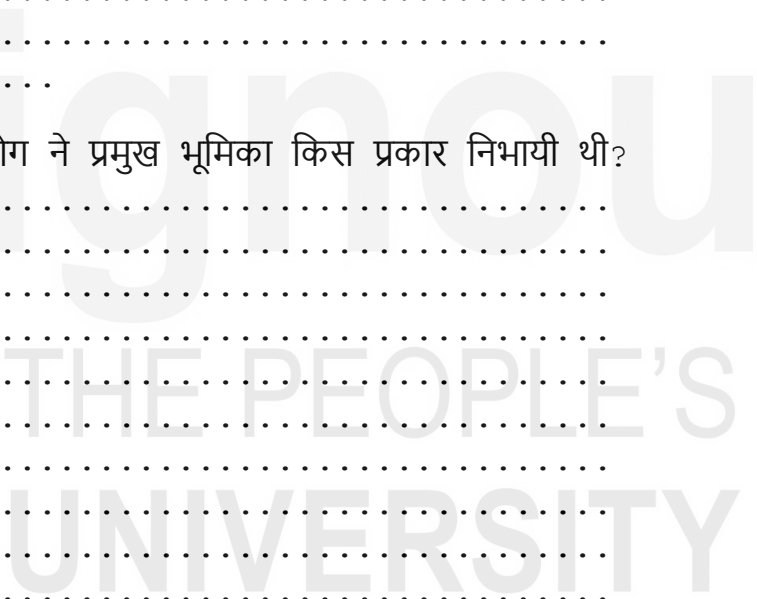
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3) ब्रिटेन के औद्योगिकीकरण में कपास उद्योग ने प्रमुख भूमिका किस प्रकार निभायी थी?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

4) कपास के वस्त्रों और लौह उद्योग के विकास में नवाचारों ने क्या भूमिका अदा की थी?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....



2.5 सारांश

इस इकाई में हमने घरेलू बाजार और इंग्लैण्ड की औद्योगिक क्रान्ति में बाह्य बाजार की भूमिकाओं पर चर्चा की। घरेलू बाजार विशालतर था और अधिक स्थिर था, जबकि इसका विकास धीमी गति से हो रहा था। दूसरी ओर, बाह्य बाजार अधिक गतिशील था, हालाँकि यहाँ विकास की दर उतार-चढ़ाव से युक्त थी। जनसंख्या, प्रति व्यक्ति आय, वितरण, परीक्षण आदि घरेलू बाजार के आकार और संघटन का निर्धारण करते हैं। न केवल तुलनात्मक लाभ, बल्कि मजबूत व्यापारिक परम्परा और निर्धारित किया गया सैन्य कौशल, जैसाकि वणिकवादी इंग्लैण्ड के मामले में था, इसने अन्तरराष्ट्रीय व्यापार के संघटन और उसकी संवृद्धि को बल प्रदान किया। इंग्लैण्ड के पास दुनिया भर में उपनिवेश मौजूद थे। यहाँ तक कि तुलनात्मक रूप से अधिक विकसित भारत जैसे उपनिवेशों को 19वीं शताब्दी की शुरुआत तक विनिर्मित माल के निर्यातक की बजाय कच्चे माल और ब्रिटिश विनिर्माण के आयातक के रूप में परिवर्तित कर दिया गया था। उपनिवेशों से महानगर (इंग्लैण्ड) तक 'धन की निकासी' को व्यापार के त्रिकोणीय पैटर्न से बल मिला था। वणिकवादी इंग्लैण्ड की सक्रिय राज्य नीतियों ने अन्तरराष्ट्रीय व्यापार के क्षेत्र में अपने प्रभुत्व को बढ़ावा दिया। राज्य ने भारत और अन्य देशों से अन्तिम विनिमत वस्तुओं के आयात के विरुद्ध भारी प्रशुल्क बाधाएँ खड़ी कीं और कोटा लागू करने के माध्यम से संरक्षणवादी नीतियों को प्रोत्साहित किया। उन्नीसवीं शताब्दी के मध्य से, ब्रिटिश विदेश व्यापार नीति को अहस्तक्षेप के सिद्धान्त द्वारा अधिक निर्देशित किया गया था। लेकिन तब तक इंग्लैण्ड दुनिया का एकमात्र औद्योगिक और अन्तरराष्ट्रीय स्तर पर सबसे प्रतिस्पर्धी देश बनकर उभर चुका था। इसलिए अब वह संरक्षणवादी नीतियों से दूरी बना सकता था, कम से कम तब तक जब तक जर्मनी जैसे अन्य प्रतिस्पर्धी देश उभरते।

इस इकाई में, आपने औद्योगीकरण में कपास वस्त्रों द्वारा निभाई गई प्रमुख भूमिका के बारे में भी पढ़ा है। इसलिए दुनिया की पहली औद्योगिक क्रान्ति को बढ़ावा देने में कपास वस्त्रों को अक्सर 'अग्रणी क्षेत्र' के रूप में वर्णित किया गया है। हालाँकि एक उपभोक्ता वस्तु होने के कारण कपास के पास, लोहे की तुलना में, पीछे से आने वाले और आगे जाने वाले सम्बन्ध कम ही हैं। इसके अतिरिक्त लोहा एक पूँजीगत वस्तु है। लौह उद्योग ने, इसे रेखांकित किया जा सकता है, केवल 19वीं सदी के मध्य के बाद से ही औद्योगीकरण में अपना योगदान दिया जब रेलवे का आगमन व्यापक पैमाने पर हो चुका था।

2.6 शब्दावली

श्रम शक्ति : कार्य करने की श्रमता।

नेतृत्वकारी क्षेत्रक : यह शब्द डब्ल्यू. डब्ल्यू. रोस्टोव ने दिया था। यह शब्द उस क्षेत्रक को वर्णित करता है जो देश की औद्योगिक क्रान्ति में प्रभावशाली भूमिका निभाता है। ब्रिटेन के मामले में यह कपास उद्योग था, जो हल्की उपभोक्ता वस्तुओं का एक उद्योग था। यूएसएसआर के मामले में अग्रणी क्षेत्र भारी उद्योग का था।

प्राथमिक संचय : संचय पूँजी के स्टॉक में कुछ जोड़ देना है। प्राथमिक संचय, ब्रिटेन के मामले में, बलपूर्वक बाह्य व्यापार और मजबूर संलग्नकों के माध्यम से किया गया। ऐसा औद्योगिक पूँजीवाद के विकास के पहले ही किया गया था। यह किसी देश के औद्योगीकरण के लिए आवश्यक शर्त है।

क्रान्ति : एक व्यवस्थित और निरंतर परिवर्तन के विपरीत एक संरचनात्मक और एक कठोर परिवर्तन।

2.7 अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास के लिए उत्तर/संकेत

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 1

- 1) कृपया अनुभाग 2.2 पढ़ें।
- 2) कृपया उप-अनुभाग 2.2.1 पढ़ें।
- 3) कृपया उप-अनुभाग 2.2.2 पढ़ें।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 2

- 1) कृपया उप-अनुभाग 2.3.1 पढ़ें।
- 2) कृपया उप-अनुभाग 2.3.2 पढ़ें।
- 3) कृपया उप-अनुभाग 2.3.2 पढ़ें।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 3

- 1) कृपया अनुभाग 2.4 पढ़ें।
- 2) कृपया उप-अनुभाग 2.4.1 पढ़ें।
- 3) कृपया उप-अनुभाग 2.4.2 और 2.4.3 पढ़ें।
- 4) कृपया उप-अनुभाग 2.4.3 और 2.4.5 पढ़ें।

इकाई 3 भारतीय राष्ट्रीय आन्दोलन

संरचना

- 3.0 उद्देश्य
- 3.1 प्रस्तावना
- 3.2 राष्ट्रीय चेतना का उदय
- 3.3 प्रारम्भिक चरण
 - 3.3.1 प्रारम्भिक राजनीतिक संगठन
 - 3.3.2 भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस का गठन
 - 3.3.3 नरमपन्थी और चरमपन्थी
- 3.4 स्वदेशी आन्दोलन
- 3.5 गांधी का उभार
- 3.6 असहयोग और खिलाफत आन्दोलन
- 3.7 सविनय अवज्ञा आन्दोलन
- 3.8 भारत छोड़ो आन्दोलन
- 3.9 अन्य आन्दोलन
 - 3.9.1 क्रान्तिकारी उग्रवादी आन्दोलन
 - 3.9.2 किसान आन्दोलन
 - 3.9.3 श्रमिक आन्दोलन
 - 3.9.4 देशी रियासतों में जन आन्दोलन
- 3.10 सारांश
- 3.11 शब्दावली
- 3.12 अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास के उत्तर

3.0 उद्देश्य

हमारा उद्देश्य, इस इकाई के माध्यम से, भारत में राष्ट्रीय आन्दोलन को समझना है। समकालीन भारत में, हम इस आन्दोलन के अत्यधिक ऋणी हैं। इसलिए, हमारे लिए यह जानना महत्वपूर्ण है कि उन्नीसवीं शताब्दी के उत्तरार्द्ध और बीसवीं शताब्दी के पूर्वार्द्ध में इस आन्दोलन का उद्भव और विकास कैसे हुआ। इस इकाई के अध्ययन के बाद आप :

- उन विभिन्न कारकों को समझ सकेंगे, जिनके कारण राष्ट्रीय चेतना का विकास हुआ;
- भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस के गठन के लिए उत्तरदायी राष्ट्रवादी गतिविधियों के बारे में जान सकेंगे;
- स्वदेशी आन्दोलन के उद्भव और राष्ट्रवादी राजनीति की भविष्य की कार्ययोजना पर इसके प्रभाव के बारे में समझ सकेंगे;
- महात्मा गांधी और कांग्रेस के नेतृत्व में शुरू किए गए विभिन्न आन्दोलनों के बारे में जान सकेंगे; और
- कुछ ऐसे अन्य आन्दोलनों के बारे में जान सकेंगे, जिनके सम्बन्ध कांग्रेस के नेतृत्व वाले आन्दोलनों के साथ पूरकता वाले रहे।

3.1 प्रस्तावना

भारतीय राष्ट्रीय आन्दोलन औपनिवेशिक शासन और भारतीय लोगों के बीच बुनियादी विरोधाभास के परिणामस्वरूप उत्पन्न हुआ। यदि हम कुछ राजकुमारों, कुछ बड़े जमींदारों और

कुछ व्यवसायियों को छोड़ दें, जिन्हें औपनिवेशिक शासन से सीधे लाभ प्राप्त हो रहा था, तो हम पाते हैं कि औपनिवेशिक शासकों द्वारा लगभग सभी अन्य भारतीयों का शोषण किया गया और उनके साथ भेदभाव किया गया। भारत में औपनिवेशिक सरकार, जिसके तार ब्रिटेन में साम्राज्यवादी सरकार से जुड़ हुए थे और जो ब्रिटेन की साम्राज्यवादी सरकार से निर्देशित होती थी और जो ब्रिटेन के व्यापारियों, पूँजीपतियों और अभिजात वर्ग के लाभों के लिए कार्य करती थी, एक पूर्णतः विदेशी सरकार थी। इसने कभी भी भारतीय लोगों के हित में काम नहीं किया। यह भारत में ब्रिटिश औपनिवेशिक शासन का शोषक और विदेशी चरित्र ही था जिसने इस सरकार के विरुद्ध भारतीयों द्वारा किए जाने वाले विभिन्न विद्रोहों को जन्म दिया। इसके परिणामस्वरूप उन्नीसवीं शताब्दी के उत्तरार्द्ध में राष्ट्रीय आन्दोलन का उदय भी हुआ। भारतीय बुद्धिजीवी वर्ग, जो पहले ब्रिटिश शासन के परोपकार में विश्वास करता था, अब देश का शोषण करने और इसके संसाधनों को छीन लेने के लिए इसकी आलोचना करने लगा।

भारतीय राष्ट्रीय आन्दोलन ने, विशेष रूप से दोनों विश्व युद्धों के बीच, एक जन चरित्र हासिल किया। इसने ब्रिटिश औपनिवेशिक शासन के विरुद्ध लड़ने के लिए विभिन्न जातियों और वर्गों के लाखों लोगों को लामबन्द किया। महात्मा गांधी के नेतृत्व में कांग्रेस ने तीन बड़े जनान्दोलनों - असहयोग आन्दोलन, सविनय अवज्ञा आन्दोलन और भारत छोड़ो आन्दोलन की शुरुआत की - जिसने भारत में ब्रिटिश शासन की नींव को हिलाकर रख दिया। इन जनान्दोलनों के अलावा क्रान्तिकारी उग्रवादी आन्दोलन, किसान आन्दोलन और कामगार आन्दोलन जैसे कुछ अन्य आन्दोलनों ने भी स्वतन्त्रता के लिए भारतीय संघर्ष में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई।

यह इकाई आपको हमारे राष्ट्रीय आन्दोलन के इन पहलुओं से परिचित कराएगी।

3.2 राष्ट्रीय चेतना का उदय

जैसा कि हमने प्रस्तावना में इंगित किया है, राष्ट्रवाद के उदय का मुख्य कारण औपनिवेशिक शासन और भारतीय लोगों के बीच का विरोधाभास था। ब्रिटिश शासन के शोषक और विदेशी चरित्र के कारण भारतीयों में असन्तोष और अनेक विद्रोह उत्पन्न हुए। सरकार का प्रभावी नियन्त्रण बनाए रखने के लिए अंग्रेजों ने अनेक उपाय अपनाए। लेकिन इन उपायों ने भारतीय राष्ट्रवाद की अवधारणा विकसित करने में भारतीयों की भी सहायता की। हम नीचे इन कारकों पर विचार करेंगे।

केन्द्रीकृत प्रशासन और आर्थिक एकीकरण

औपनिवेशिक शासन का मुख्य जोर केन्द्रीकरण की ओर था। इसने भारत के ब्रिटिश शासित हिस्से पर एक ही केन्द्र से शासन करने का प्रयास किया। इससे प्रशासन की एकीकृत व्यवस्था भी बनी। इस प्रकार सेना, पुलिस, न्यायपालिका, राजस्व संग्रह विभागों और शासन की विभिन्न अन्य प्रणालियों को ब्रिटिश शासित समस्त भू-क्षेत्रों के लिए एकसमान बनाया गया था। अनेक देशी रियासतें भी ब्रिटिश पैटर्न का अनुसरण करने की तरफ प्रवृत्त हुईं।

एक अन्य स्तर पर, औपनिवेशिक सरकार ने, बिना किसी बाधा के अपने औद्योगिक माल को बेचने के लिए, एकीकृत बाजार सृजित करने की भी कोशिश की। इंग्लैण्ड से मशीन-निर्मित वस्तुओं के आयात ने भारतीय कारीगरी उद्योग को नष्ट कर दिया और राजस्व नीतियों के कार्यकरण से ग्रामीण और स्थानीय आत्मनिर्भर अर्थव्यवस्था का क्षरण होने लगा। इन घटनाक्रमों ने देश के आर्थिक एकीकरण के लिए परिस्थितियाँ निर्मित कीं।

प्रिण्टिंग प्रेस

भारत में प्रिण्टिंग प्रेस औपनिवेशिक शासन के दौरान आया। प्रिण्टिंग प्रेस की सहायता से विचारों और मतों को पाठकों और श्रोताओं की विशाल संख्या तक, बहुत कम लागत में, प्रसारित किया जा सका। इसका प्रभाव लगभग क्रान्तिकारी था। कई अखबार और पत्रिकाएँ अनेक भारतीय भाषाओं के साथ-साथ अंग्रेजी में भी दिखने लगीं। इनमें से कई समाचार पत्र और पत्रिकाएँ राष्ट्रवादी थीं और उनके स्तम्भों में सरकारी नीतियों के बारे में चर्चा और आलोचना की जाती थी। इन नीतियों का विरोध करने के लिए भारतीयों का आह्वान किया

गया, तथा राष्ट्रवाद, लोकतन्त्र और स्वशासन के विचारों का प्रसार किया गया। इस काल के कुछ महत्वपूर्ण राष्ट्रवादी समाचार पत्र थे : बंगाल में अमृत बाजार पत्रिका, दि इण्डियन मिरर और सोम प्रकाश; बम्बई में मराठा, केसरी, द नेटिव ओपिनियन और इन्दु प्रकाश; मद्रास में द हिन्दू, स्वदेशमित्रन, द आन्ध्र प्रकाशिका और केरल पत्रिकू; उत्तर प्रदेश में दि एडवोकेट, द हिन्दुस्तानी और दि आजाद; और पंजाब में द ट्रिब्यून और कोहिनूर। जो लोग पढ़ नहीं सकते थे, वे भी किसी अन्य व्यक्ति के द्वारा पढ़ी गयी खबरों को सुनकर देश-विदेश में होने वाली विभिन्न घटनाओं के बारे में जान सकते थे।

संचार चैनल

देश की लम्बाई और चौड़ाई के आरपार सन्देश भेजने के लिए डाक और टेलीग्राफ सेवाओं का उपयोग किया जा सकता था। रेलवे देश के विभिन्न भागों तक बहुत अधिक गति के साथ लोगों को ले जा सकती थी। हालाँकि इन चीजों को इसलिए लाया गया था ताकि आधिकारिक सन्देश भेजने में सुविधा हो सके, शासकों के लिए सैनिकों को लाया और ले जाया सके और ब्रिटिश व्यापारियों के लिए कच्चे माल और वस्तुओं का परिवहन किया जा सके, किन्तु इन्होंने भारतीयों के बीच बेहतर संचार को सुगम बनाने में भी सहायता की।

शिक्षा की नई प्रणाली

नई शिक्षा प्रणाली इसलिए सृजित की गयी थी ताकि भारतीयों को लिपिकीय और निम्न प्रशासनिक पदों के कम लागत वाले स्रोत के रूप में कामकाज करने के लिए प्रशिक्षित किया जा सके। इस प्रयास का मुख्य उद्देश्य, थॉमस मैकाले के शब्दों में, "लोगों के एक ऐसे वर्ग का सृजन करना था जो रक्त और रंग से तो भारतीय हों किन्तु स्वाद में, राय में, नैतिकता में और बुद्धि-विवेक में अंग्रेज हों"। दूसरे शब्दों में, लिपिकीय श्रम का एक सस्ता स्रोत उपलब्ध कराने के अलावा, इन भारतीयों से यह उम्मीद भी की जाती थी कि वे सर्वाधिक

निष्ठावान ब्रिटिश प्रजा के रूप में कार्य करेंगे। लेकिन इस विचार ने उम्मीद के मुताबिक काम नहीं किया। अंग्रेजी शिक्षा की प्रणाली ने स्वतन्त्रता और समानता के विचारों को भी उत्पन्न किया। इसने राष्ट्रीय चेतना के उदय में भी मदद की।

ब्रिटिश शासन का भेदभावपूर्ण चरित्र

अंग्रेजों के साथ दैनिक अन्तर्क्रिया में मध्यवर्गीय भारतीयों को अहसास हुआ कि उनके साथ नस्लीय आधार पर भेदभाव किया जा रहा है। अंग्रेजी पुरुष और महिलाएँ और अन्य यूरोपीय लोग भारतीयों को तब भी कमतर मानते थे, जब भारतीय उनसे बेहतर शिक्षित और समृद्ध होते थे। सभी भारतीयों को यूरोपीय क्लबों से बाहर ही रखा गया था चाहे उनका वर्ग, शैक्षिक पृष्ठभूमि, जाति और प्रस्थिति कुछ भी हो; और आम तौर पर भारतीय लोगों को रेलगाड़ी के उन डिब्बों में यात्रा करने की अनुमति नहीं थी जिनमें कोई यूरोपीय व्यक्ति यात्रा कर रहा हो। वास्तव में, नस्लवाद की जड़ें औपनिवेशिक शासन में इतनी गहराई तक समायी हुई थीं कि यह केवल सामाजिक स्तर पर ही नहीं मौजूद था। सेना में, पुलिस में, सरकारी कार्यालयों में और न्यायिक मामलों में, हर जगह त्वचा का रंग ही निर्णायक कारक था, न कि योग्यता। भारतीयों ने इससे काफी अपमानित महसूस किया।

नस्लवाद का सबसे ज्वलन्त उदाहरण उस समय सामने आया जब सन् 1883 में इल्बर्ट विधेयक प्रस्तावित किया गया था। उस समय रिपन वायसराय थे। इस विधेयक के अनुसार, भारतीय जिला दण्डाधिकारी और सत्र न्यायाधीश अब आपराधिक मामलों में यूरोपीय लोगों के मुकदमों की सुनवाई कर सकते थे। अब तक, यूरोपीय लोगों पर मुकदमा चलने के दौरान भारतीय न्यायाधीश नहीं बैठ सकते थे। भारत में यूरोपीय लोगों ने इस विधेयक का तीखा और दुर्व्यवहारयुक्त विरोध किया और वायसराय को इसमें संशोधन करने के लिए बाध्य किया। भारतीय नेताओं लिए यह बहुत बड़ा झटका था, यहाँ तक कि सर्वाधिक नरमपन्थी नेताओं के लिए भी।

ये कुछ कारक थे जिन्होंने भारतीय लोगों के बीच राष्ट्रीय चेतना के उदय के लिए परिस्थितियाँ उत्पन्न कीं।

3.3 प्रारम्भिक चरण

भारत में राष्ट्रवादी आन्दोलन विभिन्न चरणों से गुजरा। ये चरण आन्दोलन की तीव्रता, आन्दोलन की विधि और उसमें शामिल लोगों के अनुसार अलग-अलग रहे। इस अनुभाग में हम राष्ट्रवादी गतिविधियों के प्रारम्भिक चरण पर चर्चा करेंगे।

3.3.1 प्रारम्भिक राजनीतिक संगठन

भारत में पहला आधुनिक संगठन (एसोसिएशन) सन् 1837 में बनाया गया था। यह लैण्डहोल्डर्स सोसायटी थी जो बंगाल प्रेसिडेंसी के जमींदारों का एक संघ था। यह कोई राष्ट्रवादी संगठन नहीं था, बल्कि इसकी मुख्य रुचि बंगाल, बिहार और उड़ीसा में जमींदारों के वर्गीय हितों की रक्षा करने में थी। सन् 1843 में एक संगठन बनाया गया जिसका नाम बंगाल ब्रिटिश इण्डिया सोसाइटी था। इसके हित अधिक सामान्य थे और इसके सदस्य शिक्षित वर्गों से आते थे। सन् 1851 में ये दोनों संगठन मिल गए और मिलकर ब्रिटिश इण्डिया एसोसिएशन का गठन किया। सन् 1852 में बम्बई और मद्रास प्रेसिडेंसियों में इसी तरह के संगठनों का निर्माण किया गया। इन संगठनों ने भूस्वामित्व से युक्त लोगों के हितों का प्रतिनिधित्व किया और ईस्ट इण्डिया कम्पनी के चार्टर में बदलाव की माँग करते हुए याचिकाएँ भेजीं क्योंकि सन् 1853 में इस चार्टर को नवीनीकृत किया जाना था।

अन्य संगठन, जो अपने चरित्र में राष्ट्रवादी थे और समस्त भारतीय लोगों के हितों का प्रतिनिधित्व करने का प्रयत्न करते थे, बाद में बनाए गए। ईस्ट इण्डिया एसोसिएशन की स्थापना 1866 में लन्दन में दादाभाई नौरोजी, फिरोजशाह मेहता, बदरुद्दीन तैयबजी और मनमोहन घोष द्वारा की गयी थी। इसका उद्देश्य ब्रिटिश नागरिकों से अपील करके औपनिवेशिक सरकार की नीतियों को भारतीय लोगों के कल्याण की ओर उन्मुख करना था। 1870 में, पूना सर्वज्ञानिक सभा का गठन बॉम्बे प्रेसिडेंसी में एम.जी. रानाडे, एस.एच. चिपलुणकर और अन्य लोगों द्वारा किया गया था। सन् 1876 में इण्डियन एसोसिएशन का गठन बंगाल के उन युवा राष्ट्रवादियों द्वारा किया गया था, जिनका ब्रिटिश इण्डिया एसोसिएशन की नीतियों और गतिविधियों से मोहभंग हो चुका था। सुरेन्द्रनाथ बनर्जी और आनन्दमोहन बोस उनके नेता थे। इसमें भारतीय लोगों को एकजुट करने और भारतीयों के लिए हानिकारक सरकारी नीतियों के विरुद्ध आन्दोलन करने की माँग की गयी। इस अवधि के दौरान गठित किए गए कुछ अन्य राजनीतिक संगठन थे : 1881 में मद्रास महाजन सभा, 1885 में बॉम्बे प्रेसिडेंसी एसोसिएशन, और इलाहाबाद पीपुल्स एसोसिएशन।

इन संगठनों ने एक ऐसा राजनीतिक वातावरण निर्मित किया जो अखिल भारतीय राष्ट्रवादी राजनीतिक संगठन के गठन के लिए उपयुक्त था।

3.3.2 भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस का गठन

भारतीय कांग्रेस का गठन सन् 1885 में किया गया था। इसकी पहली बैठक 28 दिसम्बर 1885 को बम्बई में हुई थी। इसके प्रथम अध्यक्ष डब्ल्यू.सी. बनर्जी थे और इसमें पूरे भारत

से 72 प्रतिनिधियों ने भाग लिया था। भारतीय सिविल सेवा से सेवानिवृत्त हुए एक अंग्रेज ए. ओ. ह्यूम ने इस प्रक्रिया में महत्वपूर्ण भूमिका निभायी। अक्सर यह रेखांकित किया जाता है कि ह्यूम ने ब्रिटिश शासन के खिलाफ भारतीय जनता के बीच आसन्न व्यापक अशान्ति को दूर करने के लिए 'सुरक्षा वाल्व' के रूप में कांग्रेस की स्थापना की थी। इस विचार ने विश्वसनीयता हासिल कर ली है क्योंकि ह्यूम ने स्वयं कहा था कि कांग्रेस का गठन आवश्यक था क्योंकि "हमारी अपनी कार्रवाई के परिणामस्वरूप उत्पन्न महान और बढ़ती शक्तियों के पलायन के लिए एक सुरक्षा वाल्व की तत्काल आवश्यकता थी।" वास्तव में, ह्यूम को यह गहरा विश्वास था कि एक जन प्रकोप बिल्कुल निकट आ चुका था क्योंकि "ये गरीब लोग मामलों की मौजूदा स्थिति की निराशा की भावना से ग्रस्त थे; क्योंकि उन्हें यकीन हो गया था कि वे भूखे रहेंगे और मर जाएँगे; और क्योंकि वे 'कुछ' करना चाहते थे।" ह्यूम की राय में यह 'कुछ' हिंसा का सहारा था, यानी प्राधिकारियों के विरुद्ध खुला विद्रोह, जिसे रोका जाना चाहिए था। उनका मानना था कि इस जन विद्रोह को रोकने का सबसे अच्छा तरीका एक अखिल भारतीय निकाय बनाने में मदद करना था जो असन्तुष्ट जनता और औपनिवेशिक प्राधिकारियों के बीच मध्यस्थता करे।

ह्यूम की मान्यताएँ जो भी रही हों, यह सिद्ध करना कठिन है कि एक बड़ा जन (लोकप्रिय) विद्रोह आसन्न था। वास्तव में, कांग्रेस के गठन को 1860 और 1870 के दशक से चल रही राष्ट्रवादी गतिविधियों की तार्किक परिणति के रूप में देखा जाना चाहिए। जैसा कि हमने पहले के अनुभागों में चर्चा की है, भारत में ब्रिटिश नीतियाँ भारतीयों के अधिकांश वर्गों में असन्तोष की भावना उत्पन्न कर रही थीं। विभिन्न भारतीय भाषाओं और अंग्रेजी में प्रकाशित विभिन्न समाचार पत्रों और पत्रिकाओं के माध्यम से राष्ट्रवादी विचारों का प्रचार-प्रसार किया जा रहा था। विभिन्न राष्ट्रवादी राजनीतिक संगठन औपनिवेशिक नीतियों के विरुद्ध जनमत निर्मित करने की कोशिश कर रहे थे। इन सभी विचारों और गतिविधियों के कारण भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस का गठन हुआ। इसका लक्ष्य अलग-अलग भाषायी, क्षेत्रीय और धार्मिक पृष्ठभूमियों से आने वाले समस्त भारतीयों के बीच एकता, आत्मीयता और मैत्रीभाव उत्पन्न करना था। इसमें नस्ल, भाषा, धर्म और प्रान्तों से जुड़े पूर्वाग्रहों को दूर करने की भी माँग

की गयी। इसने औपनिवेशिक नीतियों सहित उस समय की महत्वपूर्ण समस्याओं पर शिक्षित भारतीयों के विचारों को अभिव्यक्त करने पर भी स्वयं को लक्षित किया। आरम्भिक राष्ट्रवादियों ने लगातार संवैधानिक सुधारों की आवश्यकता के बारे में लिखा और बोला जिसने भारतीयों को अपने ही देश के शासन में अधिक प्रभावी आवाज उपलब्ध करायी। उन्होंने यह भी शिकायत की कि देश ब्रिटिश शासन के तहत निर्धन होता जला जा रहा है, कि भारत की सम्पत्ति को विभिन्न साधनों के माध्यम से ब्रिटेन ले जाया जा रहा है, कि पारम्परिक भारतीय उद्योगों को विदेशी मशीनों से निर्मित वस्तुओं के आयात के माध्यम से नष्ट कर दिया गया था, कि भारत के आधुनिक उद्योग प्रशुल्क (टैरिफ) से जुड़ी दोषपूर्ण सरकारी नीतियों के शिकार हो रहे थे, कि भारतीय करदाताओं को अफगानिस्तान और बर्मा में औपनिवेशिक विस्तारवाद के लिए भुगतान करने को विवश किया जा रहा था, और राजस्व की बढ़ती माँग के कारण भारतीय किसान बढ़ती निर्धनता में डूबते चले जा रहे थे।

हालाँकि प्रारम्भिक राष्ट्रवादियों ने अभियान के लिए शान्तिपूर्ण और कानूनी तरीकों को अपनाया, लेकिन उनके द्वारा लगातार की गयी औपनिवेशिक सरकार की आलोचना ने ब्रिटिश प्राधिकारियों को नाराज कर दिया। तत्कालीन वायसराय डफरिन ने कांग्रेसी नेताओं को 'विश्वासघाती बाबू', 'देशद्रोही ब्राह्मण' और 'हिंसक खलनायक' कहकर उन पर आक्रमण किया। उन्होंने कहा कि सरकार कांग्रेस को अस्तित्व में बने रहने की अनुमति नहीं दे सकती। और बाद के एक वायसराय कर्जन ने सन् 1900 में यह आशा व्यक्त की कि "कांग्रेस अपने पतन के लिए लड़खड़ा रही है, और भारत में रहते हुए मेरी महान महत्वाकांक्षाओं में से एक महत्वाकांक्षा कांग्रेस की शान्तिपूर्ण समाप्ति में सहयोग करना है।" हालाँकि, इस आधिकारिक शत्रुता के बावजूद कांग्रेस लगातार आगे बढ़ती रही और औपनिवेशिक शासन के विरुद्ध राष्ट्रीय आन्दोलन का नेतृत्व करती रही।

3.3.3 नरमपन्थी और चरमपन्थी

अपने अस्तित्व के प्रारम्भिक बीस वर्षों के दौरान कांग्रेस एक नरमपन्थी संगठन बनी रही। इसमें उन नेताओं का प्रभुत्व था, जिन्हें नरमपन्थी कहा जाता है। राजनीतिक कार्य के इनके शान्तिपूर्ण तरीकों और औपनिवेशिक शासकों के प्रति अच्छी भावना में इनके विश्वास के कारण इन्हें नरमपन्थियों के रूप में जाना गया। इन नेताओं का विचार था कि यदि भारत और ब्रिटेन दोनों जगहों पर जनमत निर्मित कर लिया जाए और यदि अधिकारियों के सामने तार्किक माँगें रखी जाएँ तो वे अपने लक्ष्य में सफल हो जाएँगे। नरमपन्थियों को ब्रिटिश संसद और ब्रिटिश लोगों पर विश्वास था और ब्रिटेन में जनमत को प्रभावित करने के लिए वहाँ प्रचार भी किया। सन् 1889 में, ब्रिटेन में भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस की एक समिति का गठन किया गया, सन् 1890 में वहाँ 'इण्डिया' नामक एक पत्रिका की शुरुआत की गयी, और अनेक भारतीयों को राष्ट्रवादी उद्देश्य से जुड़ा अभियान चलाने के लिए ब्रिटेन भेजा गया।

इसलिए, हम पाते हैं कि यद्यपि नरमपन्थी राष्ट्रवादियों ने औपनिवेशिक नीतियों की विध्वंसक आलोचना उपलब्ध करायी, लेकिन वे यह समझने में विफल रहे कि इन हानिकारक नीतियों को अंग्रेजों द्वारा अपने हितों की सिद्धि के लिए जान-बूझकर आगे बढ़ाया गया था; कि ब्रिटिश संसद भी इन नीतियों से लाभ उठाने वालों में से एक थी; कि ब्रिटिश लोगों में से अनेक लोग, विशेष रूप से जो अभिमतों को प्रभावित करने वाले प्रमुख पदों पर आसीन थे, उपनिवेशों के लोगों के लिए बेहद हानिकारक इन नीतियों के लाभार्थी थे। इसकी बजाय नरमपन्थी लोग औपनिवेशिक शासकों के अच्छे इरादों में विश्वास करते थे और सोचते थे कि यदि ब्रिटिश प्राधिकारियों को स्थिति की सही तस्वीर का पता चलेगा तो वे "गलत को ठीक करने के लिए उचित कदम उठाएँगे।" इस उद्देश्य के लिए उन्होंने संवैधानिक तरीकों का इस्तेमाल किया और सरकार को याचिकाएँ और स्मारक भेजे।

चरमपन्थियों या सैन्य राष्ट्रवादियों ने इन तरीकों पर विश्वास नहीं किया। उनका विचार था कि जब तक अंग्रेजों पर गहरा दबाव नहीं डाला जाता तब तक अंग्रेज लोग राष्ट्रवादियों की

आवाज पर कोई ध्यान नहीं देंगे। चरमपन्थियों के अनुसार, औपनिवेशिक शासकों के अच्छे इरादों पर भरोसा करना गलत था। इसकी बजाय भारतीयों को अपनी स्थिति सुधारने के लिए अपने संसाधनों पर भरोसा करना चाहिए। लेकिन विदेशी शासन के अन्तर्गत ऐसा नहीं किया जा सकता था। इसलिए आवश्यकता स्वशासन की थी। चरमपन्थियों के सबसे प्रमुख नेता बाल गंगाधर तिलक ने घोषणा की कि "स्वराज मेरा जन्मसिद्ध अधिकार है और मैं इसे लेकर रहूँगा।" एक अन्य नेता अरविन्द घोष ने पश्चिमी सभ्यता की बिल्कुल नींव पर ही आक्रमण किया और जोर देकर यह कहा कि भारतीयों को न केवल विदेशी शासन के राजनीतिक पहलुओं का विरोध करना चाहिए, बल्कि विदेशी वस्तुओं, विदेशी परिधानों (पोशाकों), विदेशी भाषा और विदेशी आदतों और तौर-तरीकों का भी विरोध करना चाहिए। चरमपन्थी पक्ष के सबसे प्रमुख नेता बाल गंगाधर तिलक, बिपिन चंद्र पाल, अरविन्द घोष और लाला लाजपत राय थे।

हालाँकि नरमपन्थियों और चरमपन्थियों दोनों का मानना था कि ब्रिटिश शासन भारतीयों के लिए हानिकारक है, लेकिन आन्दोलन के प्रति उनके अलग-अलग दृष्टिकोणों ने उनके बीच टकराव उत्पन्न कर दिया। स्वदेशी आन्दोलन ने एक चिंगारी प्रदान की जिससे यह टकराव और अधिक तीव्र हो गया और उनके बीच का विभाजन बढ़ गया। 1907 में सूरत कांग्रेस में कांग्रेस में फूट पड़ गयी। बाद में ये दोनों गुट सन् 1916 में फिर से एकजुट हो गए थे।

3.4 स्वदेशी आन्दोलन

रियायतों के लिए औपनिवेशिक सरकार से 'याचनाएँ और प्रार्थनाएँ करने' के नरमपन्थियों के दृष्टिकोण पर स्वदेशी आन्दोलन ने मौलिक रूप से गम्भीर सवाल उठाये। यह नरमपन्थियों के राजनीतिक कार्यक्रम को खारिज करना भी था। इसने भारतीयों के लिए स्वशासन का लक्ष्य

निर्धारित किया; और इस उद्देश्य के लिए इसने विदेशी वस्तुओं के बहिष्कार, निष्क्रिय प्रतिरोध, औपनिवेशिक सत्ता की अवज्ञा और जनता की लामबन्दी के तरीका को अपनाया। आन्दोलन के इन सभी तरीकों ने नरमपन्थियों के संवैधानिक तरीकों को गम्भीर झटका दिया और राष्ट्रीय आन्दोलन के इतिहास में एक नए चरण का सूत्रपात किया।

स्वदेशी आन्दोलन का प्रारम्भ जुलाई 1905 में बंगाल के विभाजन की प्रतिक्रिया के रूप में हुआ था। लेकिन इसके और भी अनेक कारण थे। अब यह स्पष्ट हो गया था कि आरम्भिक राष्ट्रवादियों के संवैधानिक रवैये और शासकों के अच्छे इरादों पर उनके भरोसे का कोई फल नहीं मिल रहा था। सरकार अधिकाधिक संदिग्ध होती जा रही थी और उसके अधिकारी अत्यधिक नस्लीय दम्भ का प्रदर्शन कर रहे थे। यहाँ तक कि राष्ट्रवादियों की सबसे मामूली माँगों को भी स्वीकार नहीं किया गया। दरअसल, वायसराय कर्जन का शासन राष्ट्रवादी उम्मीदों के ठीक विपरीत था। सन् 1899 में कर्जन ने कलकत्ता कॉर्पोरेशन में निर्वाचित सदस्यों (ज्यादातर भारतीयों) की संख्या कम कर दी। इसी तरह 1904 में कलकत्ता विश्वविद्यालय की सीनेट में निर्वाचित सदस्यों (पुनः भारतीयों) की संख्या में कटौती कर दी गयी। वायसराय ने भारतीय प्रतिनिधित्व को कम करने के लिए ये उपाय किए थे। इस दिशा में जिस सर्वाधिक खराब उपाय को अपनाया गया, वह जुलाई 1905 में बंगाल का विभाजन था।

कुछ समय से औपनिवेशिक सरकार बढ़ते राष्ट्रवादी आन्दोलन के ज्वार को रोकने के लिए बंगाल को विभाजित करने के विचार पर मन्थन कर रही थी। दिसम्बर 1903 में विभाजन के प्रस्तावों की जानकारी लोगों को हो गयी। इस कदम के खिलाफ तत्काल विरोध-प्रदर्शन शुरू हो गए। पूरे वर्ष 1904 के दौरान और 1905 की पहली छमाही के दौरान बंगाल में विभिन्न बैठकें आयोजित की गयीं और पुनर्विचार के लिए सरकार को ज्ञापन सौंपे गए। हालाँकि, सरकार विभाजन की दिशा में आगे बढ़ गयी और 19 जुलाई 1905 को बांग्लाभाषी भूक्षेत्रों का बँटवारा हो गया।

औपनिवेशिक सरकार की इस क्रूरतापूर्ण कार्रवाई पर त्वरित प्रतिक्रिया हुई। पूरे बंगाल में कई विरोध बैठकें आयोजित की गयीं, जिनमें विदेशी वस्तुओं के बहिष्कार का फैसला लिया गया। 7 अगस्त 1905 को स्वदेशी आन्दोलन औपचारिक रूप से घोषित किया गया था। अब से लोगों को सलाह दी गयी कि वे सभी विदेशी वस्तुओं, विशेष रूप से ब्रिटिश वस्तुओं जैसे मैन्चेस्टर के कपड़ों और लिवरपूल के नमक का बहिष्कार करें। जिस दिन (16 अक्टूबर 1905) से विभाजन के प्रस्ताव को आधिकारिक तौर पर प्रभावी होना था, उस दिन को शोक दिवस घोषित कर दिया गया और कलकत्ता में हड़ताल शुरू हो गयी। ढेर सारे जुलूस निकाले गए और लोग गंगा-स्नान करने गए और एकता के प्रतीक के रूप में लोगों ने एक-दूसरे की कलाईयों पर राखियाँ बाँधीं। इस दौरान पूरे शहर में बहुत बड़ी-बड़ी बैठकें की गयीं, जिसमें हजारों की संख्या में लोगों ने भाग लिया। इस अवधि में, स्वदेशी और स्वराज के नारे बंगाल में ही नहीं, बल्कि कई अन्य प्रान्तों में भी लगाए गए और वन्देमातरम् एक लोकप्रिय गीत बन गया। कई महीनों तक जारी इस आन्दोलन में छात्रों और अन्य युवाओं, महिलाओं और यहाँ तक कि कामगारों ने भी भाग लिया।

ब्रिटिश सरकार ने आन्दोलन को बुरी तरह कुचलने की कोशिश की। बैठकों पर रोक लगाई गयी, राजनीतिक कार्यकर्ताओं को कैद कर लिया गया, समाचार पत्रों पर प्रतिबन्ध लगा दिया गया, महत्वपूर्ण नेताओं को निर्वासित कर दिया गया और जुलूस निकालने वाले लोगों को पीटा गया। सरकार ने धार्मिक और क्षेत्रीय आधार पर भी लोगों को बाँटने की कोशिश की। सरकार के इस दमन के कारण युवाओं ने क्रान्तिकारी उग्रवाद का सहारा लिया। अनुशीलन और युगान्तर दो महत्वपूर्ण क्रान्तिकारी समूह थे जो इस अवधि के दौरान उभरे। इन्होंने जन-राजनीति का अनुसरण नहीं किया, बल्कि अधिकारियों द्वारा किए गए दमनकारी उपायों का बदला लेने के लिए 'बम की राजनीति' और व्यक्तिगत हत्या में विश्वास किया।

इस प्रकार हम देखते हैं कि स्वदेशी आन्दोलन ने भारतीय राष्ट्रीय आन्दोलन में एक नए चरण का सूत्रपात किया। सरकार से अपील करने के नरमपन्थी तरीके अब खत्म हो गए थे और आन्दोलन के आधार का विस्तार हो चुका था। छात्र, महिलाएँ और मध्यम वर्ग के अनेक अन्य हिस्से अब इसमें शामिल हो गए। स्वदेशी आन्दोलन बहिष्कार, हड़तालों, निष्क्रिय प्रतिरोध और क्रान्तिकारी उग्रवाद जैसे आन्दोलन के विभिन्न विधियों का भी साक्षी बना, जिनका राष्ट्रीय आन्दोलन में विभिन्न धाराओं द्वारा बाद में तेजी से प्रयोग किया गया।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 1

1) नरमपन्थियों और चरमपन्थियों के बीच के अंतर पर चर्चा करें।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2) स्वदेशी आन्दोलन ने राष्ट्रीय आन्दोलन के आधार को कैसे विस्तृत किया?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....
.....
.....
.....

3.5 गांधी का उभार

स्वदेशी आन्दोलन सन् 1907 तक ढल चुका था। 1907 में कांग्रेस में फूट भी पड़ गयी थी और तिलक को 1908 में कैद करके निर्वासित कर दिया गया था। अरविन्द घोष और बिपिन चंद्र पाल ने राजनीति से संन्यास ले लिया था और लाला लाजपत राय कुछ समय के लिए भारत छोड़कर बाहर चले गए थे। इन सभी घटनाक्रमों के कारण राष्ट्रवादी आन्दोलन में एक ढलान आयी। आन्दोलन कुछ वर्षों तक निष्क्रिय रहा लेकिन प्रथम विश्व युद्ध के दौरान इसे पुनर्जीवित किया गया। एनी बेसेण्ट और तिलक ने होमरूल लीगें शुरू कीं और कांग्रेस के दोनों गुट सन् 1916 में फिर से एकजुट हो गए। यह युद्ध कुछ भारतीय क्रान्तिकारियों द्वारा अमेरिका में शुरू किए गए गदर आन्दोलन का भी साक्षी बना, जिसने भारत में ब्रिटिश शासन को उखाड़ फेंकने की माँग की थी। हालाँकि सबसे महत्वपूर्ण विकास दक्षिण अफ्रीका से मोहनदास करमचंद गांधी का आगमन था, जो बाद में महात्मा गांधी के नाम से लोकप्रिय हुए। दक्षिण अफ्रीका में गांधी ने भारतीयों के अधिकारों के लिए नस्लवादी शासन के विरुद्ध लड़ाई लड़ी थी। सन् 1919 से 1947 तक, जब भारत को आजादी मिली, गांधी राष्ट्रीय आन्दोलन के अग्रणी नेता बने रहे।

गांधी 9 जनवरी 1915 को भारत पहुँचे थे। स्थिति को समझने के लिए, शुरू में एक वर्ष तक उन्होंने भारत के विभिन्न स्थानों का दौरा किया। उनकी राजनीतिक संलग्नता सन् 1917-18 की अवधि में शुरू हुई जब उन्होंने चम्पारन के नील उत्पादक किसानों, अहमदाबाद के

कपड़ा मजदूरों और खेड़ा के किसानों के मुद्दों को उठाया। ये संघर्ष आन्दोलन की उनकी विशिष्ट विधि के साक्षी बने, जिसे सत्याग्रह के नाम से जाना जाता है। सत्याग्रह पहले दक्षिण अफ्रीकी सन्दर्भ में विकसित हुआ था और इसके माध्यम से वे अपने लक्ष्यों को प्राप्त करने में आंशिक रूप से सफल रहे थे।

उत्तरी बिहार में स्थित चम्पारन में नील के बागान मालिक नील उत्पादित करने के लिए किसानों को तब भी बाध्य कर रहे थे, जब नील उगाना किसानों के लिए लाभदायक नहीं रह गया था। दरअसल, किसान अपनी सबसे उपजाऊ जमीनों में नील की खेती करके नुकसान झेल रहे थे। गांधी को किसानों ने नील बागान मालिकों के खिलाफ अपने संघर्ष का नेतृत्व करने के लिए आमंत्रित किया था। इन नील बागान मालिकों को औपनिवेशिक राज्य का समर्थन प्राप्त था। गांधी किसानों के संघर्ष का नेतृत्व करने के लिए वहाँ गए और उन्हें राहत दिलाने में सफल रहे।

गुजरात के खेड़ा जिले में अतिवृष्टि के कारण अधिकांश फसलों को बहुत नुकसान पहुँचा था। खेड़ा के किसानों ने सरकार से माँग की थी कि उन्हें उस विशेष वर्ष के लिए राजस्व का भुगतान न करने की अनुमति प्रदान की जाए। हालाँकि सरकार ने इससे इनकार कर दिया। गांधी ने 22 मार्च 1918 को सत्याग्रह आन्दोलन शुरू किया और किसानों को राजस्व न अदा करने की सलाह दी। इस आन्दोलन में बहुत सारे किसानों ने भाग लिया। लेकिन सरकार ने पीछे हटने से इनकार कर दिया। यह आन्दोलन के नए तरीके का एक परीक्षण था जिसे गांधी भारत में आजमा रहे थे। कुछ समय तक आन्दोलन जारी रहा। लेकिन गांधी को अहसास हुआ कि किसानों के लिए लम्बे समय तक आन्दोलन में बने रहना सम्भव नहीं है। इस बीच, सरकार ने निर्धन किसानों को कुछ रियायत दी। इसके बाद आन्दोलन वापस ले लिया गया।

अहमदाबाद में गांधी ने मजदूरी में वृद्धि के लिए मजदूरों के संघर्ष का नेतृत्व किया क्योंकि युद्ध के कारण कीमतें बढ़ गयी थीं। लम्बी जद्दोजहद के बाद मजदूरों को उनकी मजदूरी में 35 प्रतिशत की वृद्धि मिल सकी।

इन संघर्षों ने भारतीय लोगों के समक्ष गांधी के राजनीतिक संघर्ष के तरीके और अहिंसक असहयोग के उनके सिद्धान्तों का प्रदर्शन किया। दूसरी ओर, उन्होंने भारतीय स्थिति से परिचित होने तथा भारतीय लोगों की शक्तियों और सीमाओं को समझने में गांधी की मदद की। उन्होंने बहुत सारे राजनीतिक कार्यकर्ताओं को भी आकर्षित किया जो भविष्य के संघर्षों में मूल्यवान साबित होने वाले थे।

3.6 असहयोग और खिलाफत आन्दोलन

प्रथम विश्व युद्ध के दौरान विभिन्न वस्तुओं की कीमतें बढ़ गयीं, लोगों की स्थिति बिगड़ी और सरकार ने युद्ध के प्रयासों के नाम पर लोगों से बहुत सारे बकायों की वसूली की। इससे भारतीय लोगों में आक्रोश का जन्म हुआ और सरकार के खिलाफ कई आन्दोलन सामने आए। इसे रोकने के लिए सरकार ने मार्च 1919 में रौलेट एक्ट पारित किया जिसमें सरकार को, बिना वारंट के किसी भी व्यक्ति को गिरफ्तार करने और उसे दो साल तक बिना मुकदमे के हिरासत में रखने के लिए, अधिकृत कर दिया गया था।

सरकार के इस कदम के खिलाफ भारतीय लोगों ने भारी विरोध-प्रदर्शन जुलूस आयोजित किए। गांधी ने भी इसमें बहुत सक्रिय रूप से हिस्सा लिया। उन्होंने एक सत्याग्रह सभा शुरू की जिसने इस अधिनियम के खिलाफ अभियान चलाया कि लोग इसकी अवज्ञा करें, भले ही अदालत उन्हें गिरफ्तार ही क्यों न कर ले। उन्होंने देशव्यापी हड़ताल का भी आह्वान किया, जो अलग-अलग स्थानों पर अलग-अलग तिथियों में आयोजित की गयीं। लेकिन यह आम तौर पर एक सफलता थी। सरकार ने दमन के साथ इसका जवाब दिया। पंजाब में इस दमन ने अपना सबसे घटिया रूप ग्रहण किया और जलियाँवाला बाग में जनरल डायर के नेतृत्व में सेना ने बिना किसी चेतावनी के निहत्थे लोगों पर गोलियाँ बरसायीं। सैकड़ों व्यक्तियों - पुरुषों, महिलाओं और बच्चों - की मृत्यु हुई। इस जलियाँवाला बाग नरसंहार और उसके बाद पंजाब में मार्शल लॉ लागू होने से पूरा देश भयभीत हो गया और ब्रिटिश हुकूमत के खिलाफ आक्रोश पैदा हुआ।

लगभग उसी समय भारतीय मुसलमानों को जाग्रत किया गया क्योंकि तुर्की के सुल्तान को अंग्रेजों ने अपदस्थ कर दिया था। भारतीय मुसलमान तुर्की के सुल्तान को अपना खलीफा मानते थे और उन्होंने तुर्की में खलीफा की बहाली के लिए खिलाफत आन्दोलन शुरू कर दिया। मोहम्मद अली और शौकत अली इस आन्दोलन के नेता थे। उन्होंने गांधी से मार्गदर्शन करने का आह्वान किया। हालाँकि खिलाफत आन्दोलन का सीधा सम्बन्ध भारतीय राजनीति से नहीं था, लेकिन गांधी ने सोचा कि इसमें अंग्रेजों के खिलाफ हिन्दू और मुसलमानों को एकजुट करने का अवसर विद्यमान है। इसलिए उन्होंने खुलकर आन्दोलन का समर्थन किया।

इसके साथ ही, गांधी ने अखिल भारतीय स्तर पर असहयोग आन्दोलन शुरू करने का फैसला किया। सितम्बर 1920 में कलकत्ता में आयोजित अखिल भारतीय कांग्रेस कमेटी के विशेष सत्र में इस आन्दोलन को शुरू करने का निर्णय लिया गया। दिसम्बर 1920 में आयोजित नागपुर कांग्रेस ने इसे अनुमोदन प्रदान कर दिया। भारतीय लोगों से कहा गया कि वे विदेशी वस्तुओं का बहिष्कार करें और स्वदेशी को अपनाएँ, सरकारी स्कूलों, कॉलेजों और अदालतों तथा

परिषदों का बहिष्कार करें; और राष्ट्रीय स्कूलों, मध्यस्थता अदालतों और खादी को अपनाएँ। कार्यक्रम में सरकारी सेवाओं से इस्तीफा देना, करों का भुगतान न करना, छुआछूत को दूर करना और हिन्दू-मुस्लिम एकता को बढ़ावा देना भी शामिल था।

आन्दोलन अभूतपूर्व स्तर पर प्रारम्भ हुआ। हजारों छात्रों ने स्कूल और कॉलेज छोड़ दिए, सैकड़ों वकीलों और अनेक सरकारी कर्मचारियों ने अपना काम छोड़ दिया, अधिकांश लोगों ने विधानसभाओं के चुनावों में मतदान करने से इनकार कर दिया, विदेशी कपड़े के बहिष्कार ने व्यापक रूप ग्रहण कर लिया, अनेक स्थानों पर विदेशी कपड़े और शराब बेचने वाली दुकानों के सामने धरना देने में हजारों लोग शामिल हुए, इसमें छात्रों, मध्यम वर्गों और महिलाओं के साथ-साथ किसान और कामगार भी शामिल थे। इसका प्रभाव और भी अधिक दूरगामी था। लाखों किसान और शहरी गरीब राष्ट्रवाद की विचारधारा से परिचित हो गए। भारतीय आबादी के अधिकांश वर्गों का राजनीतिकरण हो गया और महिलाएँ आन्दोलन की ओर आकृष्ट हुईं। साम्राज्यवाद विरोधी भावना देश के व्यापक क्षेत्रों में फैल गयी और इस आन्दोलन ने भारतीय लोगों को आत्मविश्वास और आत्मसम्मान से भर दिया।

लेकिन यह आन्दोलन इतना अधिक विशाल था, कि कभी-कभी यह अहिंसा के गांधीवादी सिद्धांत से परे भी चला गया। 5 फरवरी 1922 को चौरा-चौरा में किसानों की भीड़ ने पुलिस फायरिंग के प्रतिशोधस्वरूप पुलिस थाने में आग लगा दी जिसके कारण 22 पुलिसकर्मियों की मृत्यु हो गयी। गांधी ने इस घटना की निन्दा करते हुए आन्दोलन वापस ले लिया। इस फैसले से कांग्रेस के कई लोग स्तब्ध रह गए लेकिन गांधी अपनी बात पर अडिग रहे और प्रायश्चित के तौर पर पाँच दिन का अनशन शुरू कर दिया। इस तरह से असहयोग आन्दोलन समाप्त हो गया।

3.7 सविनय अवज्ञा आन्दोलन

असहयोग आन्दोलन के अचानक वापस लिए जाने से कांग्रेस नेताओं और कार्यकर्ताओं का मनोबल गिर गया और परिणामस्वरूप राजनीतिक गतिविधियों में कमी आई। लेकिन 8 नवम्बर 1927 को साइमन कमीशन की नियुक्ति ने फिर से राजनीतिक तापमान बढ़ा दिया। इस आयोग का गठन भारत में आगे की संवैधानिक प्रगति की सम्भावना तलाशने के लिए किया गया था, लेकिन इसमें एक भी भारतीय नहीं था। इसका तात्पर्य यह हुआ कि ब्रिटिश सरकार को भारतीयों की योग्यता पर बिल्कुल विश्वास नहीं था। इसे भारतीयों का अपमान माना गया और आयोग की कार्यवाही का बहिष्कार करने का फैसला किया गया। इसके अतिरिक्त, कांग्रेस ने इसका विरोध करने का निर्णय लिया। आयोग जहाँ-जहाँ भी गया, वहाँ-वहाँ हड़ताल और प्रदर्शन किए गए। इस आन्दोलन ने देश को ऊर्जित कर दिया और युवाओं में हड़कम्प मचा दिया और एक नए अखिल भारतीय आन्दोलन के लिए आधार निर्मित किया। सन् 1929 में लाहौर में आयोजित इण्डियन नेशनल कांग्रेस के वार्षिक अधिवेशन में पूर्ण स्वराज (पूर्ण स्वतन्त्रता) को लक्ष्य घोषित करने का प्रस्ताव पारित किया गया। और 12 मार्च 1930 को गांधी ने राष्ट्रीय आन्दोलन के नए चरण का सूत्रपात किया।

सविनय अवज्ञा आन्दोलन के नाम से विख्यात इस नए आन्दोलन का प्रारम्भ गांधी ने अपने 78 अनुयायियों के साथ ऐतिहासिक दांडी मार्च से किया था। वे अपने साबरमती आश्रम से गुजरात के तटीय गाँव दांडी के लिए पैदल निकल पड़े और कानून का उल्लंघन करते हुए नमक बनाया। चूँकि औपनिवेशिक सरकार द्वारा नमक बनाने पर प्रतिबन्ध लगा दिया गया था, इसलिए गांधी और उनके साथ आए लोगों को गिरफ्तार कर लिया गया। पूरे देश में उनकी गिरफ्तारी के खिलाफ भारी विरोध प्रदर्शन हुए। लाखों लोग प्रदर्शनों और सभाओं के लिए सड़कों पर उतर आए। चारों ओर अनेक हड़तालें हुईं। विदेशी सामान बेचने वाली दुकानों पर धरना दिया गया, खादी और चरखे को प्रोत्साहित किया गया, सैकड़ों लोगों ने

अपना काम छोड़ दिया और हजारों छात्रों ने अपने स्कूल और कॉलेज छोड़ दिए। बम्बई, शोलापुर और अन्य औद्योगिक केन्द्रों पर श्रमिक हड़ताल पर चले गए और विस्तृत पैमाने पर प्रदर्शन किया। कुछ क्षेत्रों में किसानों ने करों का भुगतान करना बन्द कर दिया।

जनता के मन की बात को भाँपकर ब्रिटिश सरकार ने अहम मुद्दों पर बात करने के लिए कांग्रेस को गोलमेज सम्मेलन में आमन्त्रित किया। कांग्रेस के कई नेताओं और कार्यकर्ताओं के विरोध के बावजूद गांधी ने इसमें भाग लेने पर सहमति जताई तथा आन्दोलन को स्थगित कर दिया और उस समझौते पर हस्ताक्षर किया जिसे गांधी-इरविन समझौते के नाम से जाना जाता है। हालाँकि, गोलमेज सम्मेलन इसलिए असफल रहा क्योंकि ब्रिटिश सरकार ने कांग्रेस की माँगों को नहीं माना। सविनय अवज्ञा आन्दोलन को फिर से शुरू कर दिया गया। लेकिन इस बार यह बहुत प्रभावी नहीं रह गया था क्योंकि संवेग घट गया था। सरकार ने आन्दोलन का भारी दमन किया। कांग्रेस के लगभग एक लाख कार्यकर्ताओं को गिरफ्तार कर लिया गया, बैठकों और प्रदर्शनों पर प्रतिबन्ध लगा दिया गया, राष्ट्रवादी साहित्य पर रोक लगा दी गयी और राष्ट्रवादी प्रेस का दमन किया गया। कांग्रेस ने मई 1934 में आन्दोलन वापस ले लिया।

3.8 भारत छोड़ो आन्दोलन

सन् 1935 में एक नया कानून पेश किया गया जिससे मताधिकार का दायरा बढ़ा। इसी आधार पर 1937 में निर्वाचन हुए थे। कांग्रेस ने चुनाव लड़ा और कई प्रान्तों में सरकारें बनाईं। इन सरकारों ने जनता से जो वादे किए थे, उनमें से कुछ वादों को पूरा करने के प्रयास किए; जैसे राजनीतिक बन्धियों की रिहाई, शिक्षा और स्वास्थ्य पर अधिक ध्यान देना, किसानों को कुछ राहत प्रदान करना आदि। ये सरकारें छोटी सी अवधि के लिए

सत्तासीन रहीं। सन् 1939 में जब द्वितीय विश्व युद्ध छिड़ा तो ब्रिटिश सरकार ने किसी भी भारतीय प्रतिनिधि से सलाह-मशविरा किए बिना घोषणा कर दी कि भारत भी इस युद्ध का एक पक्षकार है। कांग्रेसी मन्त्रिमण्डलों ने इसके विरोध में त्यागपत्र दे दिया। तब से, यह केवल समय और तैयारी का मामला था कि संगठित संघर्ष का अगला चरण कब शुरू किया जाएगा।

8 अगस्त 1942 को कांग्रेस ने 'भारत छोड़ो' आन्दोलन की घोषणा की थी। गांधी ने लोगों से 'करो या मरो' का आह्वान किया। ब्रिटिश सरकार ने आन्दोलन का आयोजन करने से पहले ही ज्यादातर नेताओं को गिरफ्तार कर लिया। लेकिन इससे लोगों के उत्साह में कोई कमी नहीं आयी। स्थानीय स्तर पर नए-नए नेताओं का उभार हुआ, जिन्होंने आन्दोलन को नेतृत्व प्रदान किया आन्दोलन को जीवित बनाए रखा। चूँकि इस आन्दोलन के पास एक केन्द्रीय नेतृत्व का अभाव था और सरकारी दमन अपने उच्चतम स्तर पर था, इसलिए हर जगह हिंसा भड़क उठी। रेलवे स्टेशनों, डाकघरों और पुलिस थानों में आग लगा दी गयी। रेलवे लाइनों तथा टेलीफोन और टेलीग्राफ के तार काट डाले गए। कई क्षेत्रों में समानान्तर सरकारें गठित की गयीं। हड़तालों और प्रदर्शनों का भी आयोजन किया गया और सरकारी परिवहन प्रणाली पर लोगों ने आक्रमण कर दिया और उसे बाधित कर दिया। सरकार ने इसका प्रत्युत्तर और अधिक दमन के साथ दिया। हजारों लोग मार डाले गए और इससे भी अधिक लोगों को गिरफ्तार कर लिया गया। यद्यपि सरकार इस आन्दोलन को कुचलने में सफल रही - अब यह स्पष्ट हो गया था कि लोग विदेशी शासन से मुक्ति चाहते हैं और वे इस उद्देश्य के लिए हिंसा का प्रयोग करने के लिए तैयार हैं।

3.9 अन्य आन्दोलन

राष्ट्रीय आन्दोलन ने जनसंख्या के विभिन्न वर्गों के बीच पहले से मौजूद साम्राज्यवाद-विरोधी और देशभक्ति की भावनाओं को आवाज प्रदान की। इसके प्रभाव में और कभी-कभी स्वतन्त्र रूप से भी, अनेक आन्दोलन उभरे जिन्होंने व्यापक राष्ट्रवादी धारा को बल प्रदान किया। उन्होंने जनसंख्या के उन वर्गों को प्रभावित करके राष्ट्रवादी आन्दोलन का आधार विस्तृत किया, जिन्हें प्रभावित करने में कांग्रेस के नेतृत्व वाला आन्दोलन असमर्थ रहा था। इस खण्ड में हम उन आन्दोलनों में से कुछ पर चर्चा करेंगे।

3.9.1 क्रान्तिकारी आन्दोलन

भारतीय राजनीति में यह प्रवृत्ति सन् 1907-08 के बाद ही बहुत उल्लेखनीय बन सकी। हालाँकि, ऐसी गतिविधियों के कुछ उदाहरण पहले की अवधि के दौरान भी देखे जा सकते हैं। 1897 में पूना के चापेकर भाइयों ने दो ब्रिटिश अधिकारियों की हत्या कर दी थी जो शहर में प्लेग से जुड़े उपायों को निर्ममतापूर्वक लागू करने के लिए जिम्मेदार थे। 1904 में, वी. डी. सावरकर और उनके भाई गणेश सावरकर ने महाराष्ट्र में मित्रमेला और अभिनव भारत को गुप्त समाजों के रूप में स्थापित किया था। 1905 के बाद, जब यह स्पष्ट था कि सरकार नरमपन्थियों की आवाज को नहीं सुन रही थी और नरमपन्थी राष्ट्रवादी नेताओं द्वारा प्रस्तुत याचिकाओं और स्मारकों पर ध्यान नहीं दे रही थी, तो कई समाचार पत्रों और व्यक्तियों ने ऐसे तरीकों के पक्ष में बोलना शुरू कर दिया था ताकि अधिकारी भारतीय माँगों पर ध्यान दें।

लेकिन एक वैचारिक और राजनीतिक शक्ति के रूप में इस प्रवृत्ति के वास्तविक उभार को सरकार द्वारा किए गए स्वदेशी आन्दोलन के दमन के बाद की अवधि से ही रेखांकित किया जा सकता है। युवाओं को अहसास हुआ कि जब तक सरकार पर चरम दबाव नहीं डाला

जाता तब तक वह भारतीयों की बात सुनने वाली नहीं है। उन्होंने चरम कार्रवाई करके भारतीय लोगों का तेजी से राजनीतिकरण भी किया, जिसे उन्होंने "कार्य द्वारा प्रचार" का नाम दिया। इस तरह अप्रैल 1908 में खुदीराम बोस और प्रफुल्ल चाकी ने मुजफ्फरपुर के कुख्यात जिला जज की बग्घी पर बम फेंका। दुर्भाग्यवश, गलतफहमी के कारण, अनजाने में दो ब्रिटिश महिलाएँ मर गयीं। चाकी ने खुद को गोली मार ली और खुदीराम बोस, जो महज पन्द्रह साल के थे, को ब्रिटिश सरकार ने फाँसी पर लटका दिया था। सरकार की इस तरह की कार्रवाइयों से भारतीयों में आक्रोश पैदा हो गया और कई अन्य क्रान्तिकारी समूहों का गठन हुआ। इन समूहों के सदस्यों ने भारतीयों के साथ हुए अन्याय का बदला लेने के लिए उच्चाधिकार प्राप्त ब्रिटिश अधिकारियों पर हमले किए। 1908 और 1918 के बीच, यह आकलित किया गया था कि औपनिवेशिक सरकार द्वारा 186 क्रान्तिकारियों को या तो मार डाला गया या कैद कर लिया गया या निर्वासित कर दिया गया।

1920 के दशक में असहयोग आन्दोलन के वापस लिए जाने के बाद इस आन्दोलन की एक और लहर उत्पन्न हो गयी। राम प्रसाद बिस्मिल, चन्द्रशेखर आजाद, भगत सिंह, राजगुरु, बटुकेश्वर दत्त और सुखदेव इस काल के कुछ जाने-माने क्रान्तिकारी थे। उन्होंने हिन्दुस्तान सोशलिस्ट रिपब्लिकन एसोसिएशन (एचएसआरए) के नाम से विख्यात एक महत्वपूर्ण संगठन का गठन भी किया। ये क्रान्तिकारी लोग युवाओं के लिए प्रेरणा स्रोत बन गए और राष्ट्रीय आन्दोलन के उद्देश्य में इन्होंने महान योगदान दिया।

3.9.2 किसान आन्दोलन

भारत में ब्रिटिश शासन की स्थापना के समय से ही किसान दमनकारी ब्रिटिश नीतियों के खिलाफ विद्रोही हो गए थे। अत्यधिक राजस्व और किराये की माँग, जमींदारों के दमनकारी वर्ग को थोप देना, जबरन बेदखली और कार्यकाल की असुरक्षा, नृशंस वन-कानूनों को लागू करना, जबरन मजदूरी और आपूर्ति, ग्रामीण क्षेत्रों में धन उधार देने वाले लालची वर्ग का विकास और विशाल कर्जदारी इन विद्रोहों के पीछे के कुछ कारण थे। राष्ट्रवादी आन्दोलन शुरू होने से पहले ही संन्यासी विद्रोह, सन्थाल विद्रोह, मुण्डा विद्रोह, कोल विद्रोह और ऐसे अनेक किसान और आदिवासी विद्रोह घटित हो चुके थे।

एक बार जब राष्ट्रवादी आन्दोलन शुरू हो गया, तो इसके बाद कई किसान आन्दोलन इससे प्रभावित हुए और इन आन्दोलनों ने अपने स्तर पर राष्ट्रीय आन्दोलन के आधार को विस्तृत करने में सहायता की। 20वीं शताब्दी के कुछ महत्वपूर्ण आन्दोलन बिहार के चम्पारन, गुजरात के खेड़ा, उत्तर प्रदेश के अवध, केरल के मालाबार, आन्ध्र प्रदेश के रम्पा क्षेत्र, गुजरात के बारडोली और बंगाल के मिदनापुर में घटित हुए। 1936 में अखिल भारतीय किसान सभा का गठन किसानों के राष्ट्रव्यापी जागरण की दिशा एक बड़ा कदम था।

3.9.3 श्रमिक आन्दोलन

1890 के दशक से ही हमें बम्बई और कलकत्ता में श्रमिकों द्वारा की गयी हड़तालों और विरोध-प्रदर्शनों के उदाहरण मिलने लगते हैं। यह प्रवृत्ति 20वीं शताब्दी के प्रारम्भिक दो दशकों में भी जारी रही। लेकिन 1919 के बाद से हम कामकाजी वर्ग के संघर्षों में गुणात्मक परिवर्तन देखते हैं। युद्ध के वर्षों (1914-18) के दौरान ऊँची कीमतों और अपेक्षाकृत कम मजदूरी ने श्रमिकों की स्थितियों को दयनीय बना दिया। जब बढ़ी हुई मजदूरी की उनकी माँग को स्वीकार नहीं किया गया तो वे उग्रवादी बन गए और उन्होंने लम्बे समय तक चलने

वाली हड़तालें कीं। मद्रास, बम्बई, कलकत्ता, अहमदाबाद में और रेल कर्मियों के बीच कई बड़ी हड़तालें घटित हुईं। इन संघर्षों के समन्वय के लिए अक्टूबर 1920 में ऑल इण्डिया ट्रेड यूनियन कांग्रेस (एआइटीयूसी अर्थात् एटक) का गठन किया गया। लाला लाजपत राय इसके प्रथम अध्यक्ष थे। सी. आर. दास, जवाहरलाल नेहरू और सुभाष बोस ने एटक के कुछ अन्य सत्रों की अध्यक्षता की थी। 1920 और 1930 के दशक में कामकाजी वर्ग का आन्दोलन जारी रहा। इसे लगभग सभी महत्वपूर्ण औद्योगिक केन्द्रों पर कई आम हड़तालों के रूप में व्यक्त किया गया था। इस अवधि के दौरान, अधिकांश स्थानों पर श्रमिक वर्ग आन्दोलन साम्यवादी प्रभाव में था। बम्बई में गिरनी कामगार यूनियन जैसे, इस अवधि के, कामकाजी वर्ग के कई संगठनों का नेतृत्व साम्यवादियों ने किया था।

3.9.4 देशी रियासतों में जन आन्दोलन

औपनिवेशिक भारत में सैकड़ों देशी रियासतें विद्यमान थीं। वे सम्पूर्ण भारतीय भू-क्षेत्र के चालीस प्रतिशत हिस्से में फैली हुई थीं। अंग्रेजों ने परोक्ष रूप से उनके माध्यम से सत्ता का प्रयोग किया क्योंकि ये रियासतें पूर्ण रूप से उनकी सहायक थीं। ब्रिटिश सरकार ने आन्तरिक विद्रोह और बाहरी खतरों के विरुद्ध इन राज्यों की रक्षा की। इन राज्यों के शासक आम तौर पर निरंकुश थे और भव्य रूप से शाहखर्ची किया करते थे। लोग भारी करों के बोझ से दबे हुए थे और दयनीय जीवन जी रहे थे।

ब्रिटिश भारत में जब राष्ट्रीय आन्दोलन का विकास हुआ तो इसका असर इन रियासतों के लोगों पर भी पड़ा। असहयोग आन्दोलन के दौरान इन रियासतों में कई स्थानीय संगठन उभरे। 1927 में रियासतों में राजनीतिक गतिविधियों के समन्वय के लिए अखिल भारतीय रियासतों के जन सम्मेलन (ऑल इण्डिया स्टेट्स पीपुल्स कॉन्फ्रेंस) का गठन किया गया। इनमें

से कई रियासतों में; जैसे हैदराबाद, जयपुर, राजकोट, कश्मीर, बड़ौदा, मैसूर, कठियावाड़, जामनगर, इन्दौर, नवानगर और त्रावणकोर में; लोकप्रिय संघर्षों का सूत्रपात किया गया।

पहले कांग्रेस इन आन्दोलनों का समर्थन करने से कतराती थी। लेकिन 1937 के बाद कांग्रेस ने रियासतों में होने वाले इन लोकप्रिय आन्दोलनों का समर्थन करना शुरू कर दिया और इन व्यवस्थाओं के शासकों द्वारा किए जाने वाले इन आन्दोलनों के दमन का विरोध किया। 1938 में कांग्रेस ने इन रियासतों को स्वतन्त्र और लोकतान्त्रिक भारत के अपने दृष्टिकोण (विज़न) में शामिल कर लिया। 1942 तक कांग्रेस द्वारा शुरू किए गए आन्दोलन में रियासतों की जनता को शामिल कर लिया गया था। इसके बाद, कांग्रेस ने अपनी इस सोच को कायम रखा कि ब्रिटिश भारत और इन रियासतों के बीच कोई अन्तर नहीं है।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 2

- 1) राष्ट्रीय आन्दोलन पर गांधी के प्रभाव का मूल्यांकन कीजिए।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2) असहयोग और सविनय अवज्ञा आन्दोलनों को आमने-सामने रखकर उनकी तुलना करें।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3) क्रान्तिकारी उग्रवादी आन्दोलनों की गतिविधियाँ क्या थीं?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3.10 सारांश

इस इकाई में हमने 19वीं सदी के उत्तरार्द्ध से लेकर भारत छोड़ो आन्दोलन तक राष्ट्रीय आन्दोलन के विकास को रेखांकित किया है। हमने देखा है कि कैसे प्रारम्भ में नरमपन्थी आन्दोलन, जो सरकार के प्रति की जाने वाली याचिकाओं और अपील में विश्वास करता था, स्वदेशी और विशेष रूप से गांधीवादी चरण के दौरान वह एक जन आन्दोलन में तब्दील हो गया था। महात्मा गांधी के नेतृत्व में भारतीय स्वतन्त्रता की प्राप्ति के लिए तीन प्रमुख जनान्दोलनों - असहयोग, सविनय अवज्ञा और भारत छोड़ो का प्रारम्भ किया गया। इन आन्दोलनों ने किसानों, श्रमिकों (कामगारों) और महिलाओं सहित लाखों लोगों को राजनीतिक क्षेत्र में शामिल कर लिया और उन्हें अपने अधिकारों के प्रति जागरूक कर दिया। यहाँ तक, कि ये आन्दोलन उन देशी रियासतों में भी फैल गए, जहाँ पूरी तरह से अंग्रेजों पर निर्भर निरंकुश शासकों का बोलबाला था। राष्ट्रीय आन्दोलन के कारण ही ये सभी क्षेत्र और लोग एकजुट हुए और भारतीय स्वतन्त्रता हासिल हुई।

3.11 शब्दावली

नस्लवाद : नृजातीय आधारों पर लोगों का वर्गीकरण करना और उनके साथ भेदभाव करना।

राजनीतिकृत : मुद्दे को राजनीतिक चर्चाओं में ले आना।

3.12 अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास के उत्तर

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 1

- 1) कृपया उप-अनुभाग 3.3.3 देखें।
- 2) कृपया अनुभाग 3.4 देखें।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 2

- 1) कृपया अनुभाग 3.5 देखें।
- 2) कृपया अनुभाग 3.6 देखें।
- 3) कृपया उप-अनुभाग 3.9.1 देखें।



इकाई 4 आन्दोलन, साम्राज्यवाद और सामाजिक पर्यटन

संरचना

4.0 उद्देश्य

4.1 प्रस्तावना

4.2 फ्रांसीसी क्रान्ति

4.2.1 फ्रांसीसी क्रान्ति का पर्यटन से सम्बन्ध

4.3 साम्राज्यवाद

4.3.1 साम्राज्यवाद और पर्यटन विकास पर इसका प्रभाव

4.4 यूरोप और रूस में समाजवाद

4.4.1 पर्यटन पर समाजीकरण के प्रभाव

4.5 सामाजिक पर्यटन और मध्यवर्गीय पर्यटन

4.6 सारांश

4.7 शब्दावली

4.8 उत्तरों के लिए संकेत

.....
.....

4.0 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के पश्चात आप इस योग्य हो जाएँगे कि आप :

- सामाजिक आन्दोलनों के बारे में जान सकें
- साम्राज्यवाद और पर्यटन पर इसके प्रभाव पर चर्चा कर सकें
- यह जान सकें कि सामाजिक पर्यटन और मध्यवर्गीय पर्यटन वास्तव में क्या हैं।

4.1 प्रस्तावना

पर्यटन के एक विद्यार्थी होने के कारण सामाजिक आन्दोलन की अवधारणा, पर्यटन के साथ इसके सम्बन्ध और किसी व्यक्ति के जीवन पर इसके प्रभाव को समझना आपका पहला सरोकार है। सामाजिक आन्दोलनों का अध्ययन, राज्यों की सामाजिक और राजनीतिक व्यवस्था को आकार प्रदान करने, विभिन्न सामाजिक क्षेत्रों के बीच सत्ता और प्राधिकार का विकेन्द्रीकरण करने में इन सामाजिक आन्दोलनों के योगदान को समझने में भी महत्वपूर्ण है। कमोबेश प्रत्येक सामाजिक आन्दोलन ने राजनीतिक व्यवस्था के लोकतान्त्रिक और सत्तावादी तरीके पर अपना ध्यान केन्द्रित किया था। सामाजिक आन्दोलनों का अध्ययन सामाजिक और राजनीतिक संघर्षों के साथ-साथ आम आदमियों की उम्मीद को भी दर्शाता है। किसी सामाजिक आन्दोलन को परिभाषित करने के लिए यह कहा जा सकता है कि यह आम जनता को सार्वजनिक राजनीति में भाग लेने का अवसर प्रदान करता है। जबकि कुछ शोधकर्ताओं की राय है कि सामाजिक आन्दोलन तार्किक निष्पादनों, अभियानों और प्रदर्शनों का मिश्रण होता

है, जिसके माध्यम से आम आदमी अन्य लोगों पर पारस्परिक दावे करता है। सामाजिक आन्दोलन शक्तिशाली और सम्भ्रान्त लोगों के विरुद्ध परेशान आबादी को सशक्त बनाने में भी योगदान देता है अर्थात् यह अनौपचारिक समूहों, व्यक्तिगत या संगठन के स्तर पर समूहों के गठन के लिए एक मंच प्रदान करता है ताकि विशिष्ट सामाजिक और राजनीतिक मानकों पर ध्यान केन्द्रित किया जा सके। यदि हम सामाजिक आन्दोलनों के मूल कारण का विश्लेषण करते हैं, तो हम पाते हैं कि औद्योगीकरण के कारण उत्पन्न हुई शिक्षा और श्रम की गतिशीलता इसके प्रमुख कारण हैं। जबकि अभिव्यक्ति की स्वतन्त्रता, आर्थिक स्वतन्त्रता आदि जैसे अन्य घटकों को भी विभिन्न मौजूदा सामाजिक आन्दोलनों के लिए जिम्मेदार ठहराया गया था।

4.2 फ्रांसीसी क्रान्ति

फ्रांसीसी क्रान्ति को "1789 की क्रान्ति" के रूप में भी याद किया जाता है जिसने 1787 और 1799 की अवधि के बीच पूरे फ्रांस को हिलाकर रख दिया था और इसलिए, '1789 की क्रान्ति' शब्द फ्रांस में पुराने शासन को समाप्त करने को दर्शाती है। 1830 और 1848 की फ्रांसीसी क्रान्तियाँ 1787 से 1799 की अवधि के दौरान फ्रांस में होने वाले विकास को अलग से दर्शाने के लिए भी महत्वपूर्ण हैं।

जहाँ तक फ्रांसीसी क्रान्ति के कारण का सम्बन्ध है, यह पश्चिम की सामाजिक संरचना थी जिसे फ्रांसीसी क्रान्ति के लिए दोषी ठहराया जा सकता था। हालाँकि, सामन्ती शासन धीरे-धीरे कमजोर हो गया था और यूरोप के कुछ हिस्सों में यह लगभग विलुप्त होने की अवस्था में था। जिन देशों में यह नहीं हो सका था, उन देशों की, अभिजात और अमीर वर्ग के

प्रतिनिधियों द्वारा, राजनीतिक शक्ति का विस्तार करने की आकांक्षा भी फ्रांसीसी क्रान्ति का प्रमुख अभिप्रेरक थी। अभिजात और अमीर वर्ग के इन प्रतिनिधियों में व्यापारी, पेशेवर लोग तथा विनिर्माता और किसान (भूस्वामी) शामिल थे जो शिक्षित थे और जिनके पास जीवन के स्तर का एक ऐसा समुच्चय था जो सामन्तवाद से छुटकारा पाना चाहता था। शोधकर्त्ताओं का यह भी मानना है कि शिक्षा और लोगों के बेहतर जीवन स्तर के कारण मृत्यु दर में कमी आ गयी थी। इससे पूरे यूरोप में भारी जनसंख्या के दबाव में वृद्धि हुई तथा सन् 1715 से 1800 की अवधि के दौरान जनसंख्या का आकार लगभग दोगुना हो गया। सन् 1789 तक जर्मनी यूरोप में सबसे अधिक आबादी वाला देश बन चुका था। बढ़ी हुई जनसंख्या ने भोजन और अन्य उपभोक्ता वस्तुओं की माँग की। ब्राजील में सोने की नयी खानों की खोज के कारण सम्पूर्ण यूरोप में सामान्य माल की कीमतों में वृद्धि हो गयी। सन् 1770 तक, सामाजिक सुधारों के खिलाफ विद्रोह जर्मनी में एक आम घटना हो गयी। बुद्धिजीवी और दार्शनिक जो सामाजिक सुधारों के लिए तर्कों के पक्ष में स्तम्भ लिखा करते थे, वे 17वीं शताब्दी के विद्वानों जैसे देकार्त, स्पिनोज़ा और लॉक से प्रभावित थे। मॉण्टेस्क्यू और वॉल्टेयर के विचारों को लागू करना बहुत आवश्यक हो गया।

18वीं शताब्दी के युद्धों में भारी खर्च हुआ और इसके परिणामस्वरूप वहाँ यूरोपीय अर्थव्यवस्था में क्षरण आ गया था। सिर्फ इस स्थिति से उबरने के लिए यूरोप के शासकों ने उन कुलीनों (nobles) और पादरियों (clergies) पर कर लगाकर कोष (फण्ड) जुटाया जो उस समय कर से छूट का आनन्द ले रहे थे। शासकों द्वारा धन जुटाने के इस प्रयास ने पूरे यूरोप में विशेषाधिकार प्राप्त निकायों, विशिष्ट राजनीतिक व्यक्तियों और सम्पत्तिशाली लोगों के तापमान को बढ़ाया। भड़कायी गयी यह प्रतिक्रिया न सिर्फ यूरोप में, बल्कि उत्तरी अमेरिका में भी देखने को मिली। उत्तरी अमेरिका में यह अमेरिकी क्रान्ति का कारण साबित हुई जब महान पुरुषों ने कर का भुगतान करने से इनकार कर दिया जो ग्रेट ब्रिटेन के सम्राट द्वारा लगाया गया था लेकिन राजतन्त्रों ने इस दृष्टिकोण को रोकने का प्रयत्न किया। उन्होंने गैर-विशेषाधिकार प्राप्त बुर्जुआ और किसानों के साथ-साथ शासकों और

विशेषाधिकार प्राप्त वर्ग के लोगों को आमन्त्रित करके एक गठबन्धन बनाया। फ्रांसीसी क्रान्ति के सटीक कारण/कारणों के बारे में विद्वानों के बीच यह चर्चा का विषय है, लेकिन हालाँकि, निम्नलिखित कारणों को क्रान्ति के मुख्य कारणों के रूप में देखा जा सकता है :

1. राजनीतिक व्यवस्था और स्थिति से बहिष्कार के कारण बुर्जुआ का असन्तोष।
2. किसानों ने अपनी स्थिति और शक्ति जानने के बावजूद कभी भी अराजकतावादी और सामन्ती व्यवस्था का समर्थन करने में अपनी रुचि नहीं दिखाई।
3. अन्य यूरोपीय देशों की तुलना में फ्रांस में दार्शनिकों का व्यापक कवरेज।
4. अमेरिकी क्रान्ति में फ्रांस की भागीदारी के कारण फ्रांस दिवालिया होने के कगार पर आ गया था।
5. फ्रांस यूरोप में अत्यधिक जनसंख्या वाला देश बन गया तथा सन् 1788 में सूखे और फसल की विफलताओं ने लम्बी अवधि के लिए आर्थिक झुगियाँ खड़ी कर दीं और इससे नागरिकों में बेचैनी और भी अधिक बढ़ गयी।
6. फ्रांसीसी राजतन्त्र (monarch) पर जो राजनीतिक और सामाजिक दबाव डाले जा रहे थे, उन्हें स्वीकारने में फ्रांसीसी राजतन्त्र (monarch) की विफलता।

4.2.1 फ्रांसीसी क्रान्ति का पर्यटन से सम्बन्ध

जहाँ तक फ्रांसीसी क्रान्ति के प्रभाव का सम्बन्ध है, इसने पर्यटन को प्रत्यक्ष तौर पर कभी प्रभावित नहीं किया लेकिन इसके दूरगामी सुधारों ने पर्यटन के प्रारम्भिक चरण की नींव रखी। फ्रांसीसी क्रान्ति ने राजतन्त्र को समाप्त कर दिया और एक ऐसा वातावरण उपलब्ध कराया

जिसमें लोग स्वतन्त्र रूप से बात कर सकते थे, चल-फिर सकते थे, आनन्द ले सकते थे और जश्न मना सकते थे यानी इसने एक ऐसी सरकार द्वारा शासित होने वाले समाज को बनाने का अवसर उपलब्ध कराया, जिससे यह उम्मीद की जाती थी कि यह सरकार कुछ इस तरह की होगी जो लोगों द्वारा विधिवत रूप से निर्वाचित होगी और जिसमें विधायिका, कार्यपालिका और न्यायपालिका के रूप में सत्ता का विभाजन रूपायित होगा। 1791 के संविधान में फ्रांसीसी मूल निवासियों को आधारभूत प्राकृतिक अधिकार; जैसे बोलने की स्वतन्त्रता, अपनी राय को साझा करने की स्वतन्त्रता, समानता आदि देने की बात कही गयी थी। इसके साथ ही यह अनेक सामाजिक सुधारों की भी साक्षी बनी क्योंकि महिलाओं को भी स्वतन्त्रता मिली और उन्होंने क्लब बनाने का आनन्द लिया। वास्तव में, फ्रांसीसी क्रान्ति ने सभी सामाजिक बाधाओं और पारम्परिक कानूनों को तोड़ दिया तथा उदारवाद का रास्ता खोल दिया जिसने निकट भविष्य में उन्नति को आकृष्ट किया।

फ्रांसीसी क्रान्ति के दौरान, फ्रांस के निवासी जर्मनी, ब्रिटेन, अमेरिका और ऑस्ट्रिया जैसे पड़ोसी देशों में प्रवास कर गए, जो अपनी जान बचाने के लिए इन स्थानों पर भाग गए थे। उत्प्रवासियों ने अपनी फ्रांसीसी संस्कृति, नीतियों को ऐसे स्थानों पर पहुँचाया और ऐसे स्थानों पर जीवन जीने के अपने तौर-तरीकों को प्रोत्साहित किया। फ्रांसीसी क्रान्ति ने अपने पड़ोसी देशों को भी कई चीजें सिखाईं। इतालवी लोगों ने अपनी पुरानी प्रथाओं का जुआ उतार फेंका तथा कानून और कराधान की संहिता शुरू की और धार्मिक और बौद्धिक सहिष्णुता के लिए एक बेहतर वातावरण उपलब्ध कराया। स्विट्जरलैण्ड को फ्रांसीसी क्रान्ति ने अनेक तरीकों से प्रभावित किया; जैसे शिक्षा, न्याय और सार्वजनिक कार्यों में सुधार; अपने नागरिकों के लिए समानता के कानून; बोलने और विश्वास की स्वतन्त्रता; नागरिक और दण्ड कानूनों का प्रारम्भ आदि। इस कारण आधुनिक राष्ट्र के लिए आधार निर्मित हुआ।

उपरोक्त से यह स्पष्ट है कि फ्रांसीसी क्रान्ति से पहले देश इस स्थिति में नहीं थे कि वे ऐसे अवकाश और आनन्द के बारे में सोच सकें, जिन पर आधुनिक पर्यटन प्राथमिक रूप से अपना ध्यान केन्द्रित करता है। राजशाही ने अपने नागरिकों को कभी भी मनोरंजक गतिविधियों में भाग लेने की अनुमति प्रदान नहीं की थी। लोगों को अपने विचार व्यक्त करने की स्वतन्त्रता नहीं दी गयी थी अर्थात् वे अपने प्राकृतिक अधिकारों से वंचित थे। पर्यावरण इतना दमनकारी था कि लोग शायद ही कभी अपने जीवन का आनन्द लेते हों। पर्यटन गतिविधि तभी सम्पन्न की जा सकती है जब आपके पास खाली समय हो और क्रान्ति से पहले यह खाली समय फ्रांसासियों के पास उपलब्ध नहीं था। निस्सन्देह ऐसी सभी घटनाओं ने ज्वालामुखी का कार्य किया और फ्रांसीसी क्रान्ति के रूप में इसका विस्फोट हुआ। फ्रांसीसी क्रान्ति के बाद के युग ने लोगों को अनेक कार्य करने की स्वतन्त्रता प्रदान की और अनेक सम्भावित पर्यटन प्रगतियों का मार्ग खोल दिया क्योंकि इसमें कोई संदेह नहीं है कि लोगों ने अपने तरीके से उल्लास मनाया होगा। कानून और व्यवस्था एक अन्य मुद्दा है जिसे ध्यान में रखा गया था। नृजातीय तरीके के पर्यटन को बढ़ावा मिला क्योंकि फ्रांसीसी क्रान्ति के दौरान जिन लोगों ने फ्रांस छोड़ दिया था, उनके कुटुम्ब और परिजन फ्रांस में ही निवास कर रहे थे और इससे कोई व्यक्ति इनकार नहीं कर सकता कि अपने इन परिजनों, रिश्तेदारों और मित्रों से मिलने वे लोग जाते रहे होंगे, जिन्होंने फ्रांस छोड़ दिया था। व्यापार और वाणिज्य निश्चय ही बहुत उन्नत रूप में और मजबूती से घटित हो रहा था क्योंकि अधिक परिष्कृत कर प्रणाली लागू की गयी थी। संक्षेप में, हम कह सकते हैं कि पर्यटन विकास का प्रारम्भिक चरण फ्रांसीसी क्रान्ति के बाद ही घटित हुआ था।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 1

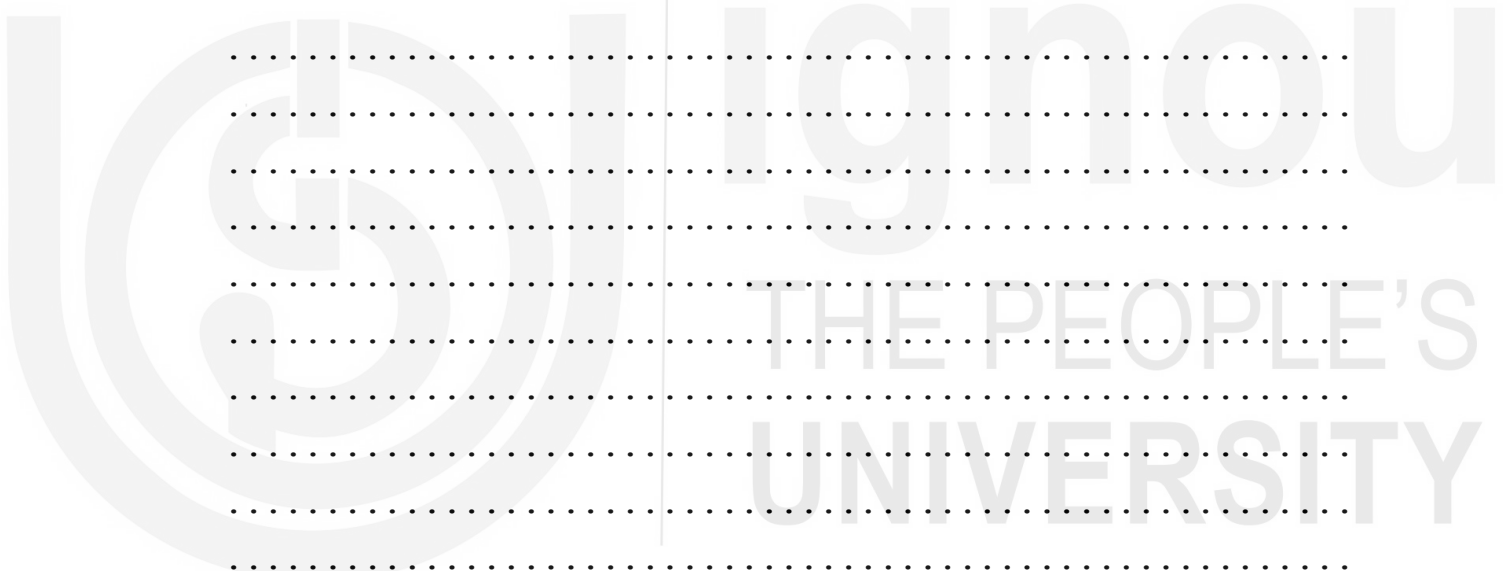
- 1) फ्रांसीसी क्रान्ति के उद्भवों के बारे में चर्चा कीजिए।

.....

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2) क्रान्ति के कारणों की व्याख्या कीजिए।

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....



4.3 साम्राज्यवाद

साम्राज्यवाद शब्द एक ऐसी नीति को दर्शाता है जिसके माध्यम से कोई राष्ट्र या तो भूमि खरीदकर, राजनयिक चालों का उपयोग करके या सैन्य हस्तक्षेपों का प्रयोग करके भूमि का अधिग्रहण करता है और अपने भू-क्षेत्र का विस्तार करता है। यह अन्य क्षेत्रों का राजनीतिक और आर्थिक नियन्त्रण प्राप्त करके किसी राजवंश की शक्ति और प्रान्त के विस्तार को भी इंगित करता है। साम्राज्यवाद को कभी नैतिक रूप से स्वीकार नहीं किया गया है और किसी भी देश की विदेश नीति के रूप में इसकी निन्दा की गयी है और इसे कलंकित किया गया है।

साम्राज्यवाद की अवधारणा को चीन, पश्चिमी एशिया और भूमध्य सागर के इतिहास का अध्ययन करके अतीत तक रेखांकित किया जा सकता है जिसने साम्राज्यों के उत्तराधिकार की एक श्रृंखला देखी। यदि हम इतिहास के पन्ने पलटते हैं तो हमें पता चलता है कि असीरियाई लोगों को फारसियों द्वारा प्रतिस्थापित कर दिया गया था जिसने ग्रीस के साम्राज्यवाद का मार्ग प्रशस्त किया था। सिकन्दर (अलेक्जेंडर) के शासनकाल के दौरान महान साम्राज्यवाद ग्रीस में अपने शिखर पर पहुँच गया जब पूर्वी भूमध्यसागरीय और पश्चिम एशियाई लोग एकजुट थे। यह सिकन्दर का एक सपना था कि वह एक महानगरीय (कॉस्मोपॉलिटन) विश्व स्थापित करे जहाँ दुनिया के सभी नागरिक सौहार्द्रपूर्वक और समानतापूर्वक एक साथ रह सकें। रोमनों ने भी ब्रिटेन से मिस्र तक अपने भू-क्षेत्र को बढ़ाया लेकिन रोमन साम्राज्य के पतन ने यूरोप और एशिया में उन राष्ट्रों को जन्म दिया जिनके पास साम्राज्यवाद से जुड़ी अपनी व्यक्तिगत नीतियों पर कार्य करते हुए आगे बढ़ने के लिए एक साझा इस्लामी सभ्यता मौजूद थी।

जहाँ तक आधुनिक युग का सवाल है, साम्राज्यवाद के इतिहास में 15वीं से 18वीं शताब्दी उल्लेखनीय रूप से महत्वपूर्ण है क्योंकि यह दौर साम्राज्यों और औपनिवेशिकता के उद्भव का साक्षी बना था। इस अवधि के दौरान ही इंग्लैंड, फ्रांस, नीदरलैंड, पुर्तगाल और स्पेन जैसे देशों ने अमेरिका, भारत और ईस्ट इण्डिया में अपना साम्राज्य स्थापित किया। इसके बाद,

लगभग एक शताब्दी तक साम्राज्यवाद में विराम लगा रहा किन्तु 19वीं शताब्दी के दौरान और प्रथम विश्व युद्ध की अवधि में साम्राज्यवाद से सम्बन्धित तीव्र नीतियों के कारण साम्राज्यवाद का विकास देखा गया। साम्राज्यवादी राज्यों की सूची में रूस, जर्मनी, इटली, अमेरिका और जापान जैसे नए देशों को इसलिए जोड़ा गया क्योंकि उनके लिए साम्राज्यवाद का तात्पर्य कब्जा किए गए देश पर वित्तीय नियन्त्रण स्थापित करना था। एक बेहतर विश्व की आवश्यकता राष्ट्र संघ (लीग ऑफ नेशंस) द्वारा शुरू की गयी थी, जिसने प्रथम विश्व युद्ध की समाप्ति के बाद एक बार फिर साम्राज्यवाद के आकर्षण को उभारा। परिणामस्वरूप, जापान ने सन् 1931 में चीन पर आक्रमण करके अपने भू-क्षेत्र को नवीकृत किया। इसी तरह सन् 1930 से 1940 के दौरान इटली, जर्मनी और सोवियत संघ भी साम्राज्यवाद की पुस्तक में एक नए अध्याय के रूप में उभरे।

साम्राज्यवाद के कारणों और मूल्य का मुद्दा वाद-विवाद का विषय है। तर्कों के आधार पर साम्राज्यवाद के पक्ष-विपक्ष को चार समूहों में वर्गीकृत किया जा सकता है :

1. पहला समूह राज्यों को दिए जाने वाले आर्थिक लाभ का हवाला देकर साम्राज्यवाद का औचित्य सही ठहराता है। यह मानव और भौतिक संसाधनों के बीच एक जुड़ाव बनाता है। यह वस्तुओं के व्यापार और पूँजी के निवेश के लिए आउटलेट (outlets) खोलने हेतु एक वातावरण सृजित करता है। साथ ही साम्राज्य द्वारा उपलब्ध करायी गयी अधिशेष जनसंख्या को आर्थिक विकास के लिए संसाधन भी माना जाता है। लेकिन एडम स्मिथ, डेविड रिकार्डो और जे. ए. हॉब्सन जैसे व्यक्तियों की राय यह है कि साम्राज्यवाद का लाभ एक छोटे और इष्ट समूह तक ही सीमित हो सकता है, लेकिन इससे समग्रता में पूरे राष्ट्र को लाभ नहीं मिलता।
2. दूसरे समूह का तर्क मानव समूहों के साथ मनुष्यों के सम्बन्धों पर केन्द्रित है। मैकियावेली, सर फ्रांसिस बेकन, लुडविग, एडॉल्फ हिटलर और बेनितो मुसोलिनी जैसे

व्यक्तियों ने निष्कर्ष निकाला कि साम्राज्यवाद अस्तित्व के लिए संघर्ष का स्वाभाविक साधन है और जो लोग बेहतर गुणों के साथ पैदा हुए हैं, वे दूसरों पर शासन करेंगे।

3. तीसरे समूह के तर्क राष्ट्र की रणनीति और सुरक्षा पर आधारित हैं। चूँकि किसी देश के पास सीमाओं के साथ-साथ प्राकृतिक संसाधनों का उपहार भी होता है, इसलिए इसकी सुरक्षा और संरक्षा सुनिश्चित करना अत्यन्त आवश्यक है ताकि अन्य देश उन्हें हासिल न कर सकें। साम्राज्यवाद के महत्व को नकारने वाले देश भू-क्षेत्र और लोगों पर अपने नियन्त्रण को गँवा सकते हैं। अगर देश में सुरक्षा खामियाँ विद्यमान रह गयीं तो देर सवेर प्रतिस्पर्धी राष्ट्र उस देश को निगल सकता है। इसलिए इस बात की वकालत की गयी है कि राष्ट्र अपनी रक्षा के लिए, सत्ता और प्रतिष्ठा के कारण, साम्राज्यवाद में लिप्त हैं।
4. चौथा समूह नैतिकता के आधार पर तर्क देता है। साम्राज्यवाद लाभदायक है क्योंकि यह लोगों को अत्याचारी शासन से मुक्त करता है और उन्हें जीवन का बेहतर तरीका उपलब्ध कराता है। साम्राज्यवाद के पीछे की प्रेरणाएँ अनेक हैं; जैसे - आर्थिक लाभ, लालच, सुरक्षा की खोज, शक्ति और प्रतिष्ठा प्राप्त करना, मानवतावाद और अनेक अन्य कारक। तीसरी दुनिया के कुछ राज्यों में, साम्राज्यवाद के विरुद्ध, अपनी शिकायतें विद्यमान हैं क्योंकि जब आर्थिक विकास के लिए सहायता देने या तकनीकी विकास के लिए कुशल मानव शक्ति की आपूर्ति करने की बात आती है तो उनका छिपा हुआ गैर-साम्राज्यवादी एजेण्डा सामने आ जाता है।

लेकिन साम्राज्यवाद से सम्बन्धित विचारकों द्वारा जिन भी विचारों का प्रचार किया गया हो, इन मुद्दों को शान्तिपूर्ण और वैध तरीके से सुलझाने के अनेक प्रयास किए गए हैं। हालाँकि, साम्राज्यवाद से घिरे हुए राज्यों का, साम्राज्यवाद के पक्ष में, विश्वास हासिल करने का सर्वोत्तम तरीका यह है कि उन्हें उन्नत स्वास्थ्य और कल्याण प्रणाली के साथ-साथ सामूहिक सुरक्षा व्यवस्था प्रदान की जाए, न्यासिता प्रणाली की स्थापना की जाए, सांस्कृतिक आदान-प्रदान के लिए राष्ट्रों के बीच विभिन्न कार्यक्रमों की व्यवस्था की जाए।

4.3.1 साम्राज्यवाद और पर्यटन विकास पर इसका प्रभाव

जैसा कि हम जानते हैं कि साम्राज्यवाद तब घटित होता है जब एक विशाल देश सामाजिक आर्थिक कारणों से या राजनीतिक एजेण्डे को पूर्ण करने के लिए छोटे राष्ट्र/राष्ट्रों को अपने कब्जे में ले लेता है। यह बहस का विषय है कि क्या साम्राज्यवाद उन घिरे हुए राष्ट्रों के लिए अच्छा है या बुरा। कुछ लोगों का दावा है कि यह आधुनिक प्रगतिशील राष्ट्र का प्रतीक है जिसमें मातृ देश द्वारा योगदान दिया जाता है और इसके पास आधुनिक विश्व की स्थापना के लिए प्रेरणा शक्ति मौजूद है। पर्यटन के लिए यदि हम साम्राज्यवाद पर विचार करें, तो यह एक वरदान है क्योंकि इसने आगन्तुकों को परिवहन के अनेक तरीके और कई साधन उपहार में दिए हैं। साम्राज्यवाद में जो विकास हुआ, वह वास्तव में चलनशीलता में क्रान्ति लेकर आया था। यात्रा, पर्यटन का एक महत्वपूर्ण तत्व है और यह सही कहा गया है कि यात्रा के बिना कोई पर्यटन सम्भव नहीं है। साम्राज्यवाद मुख्य रूप से 19वीं और 20वीं शताब्दी के बीच घटित हुआ और गतिशीलता से सम्बन्धित सभी तकनीकी विकास इसी युग में सम्पन्न हुए। इस युग में सड़कों, रेलवे और समुद्री परिवहन का उद्भव देखा गया जिससे अन्तरक्षेत्रीय गतिशीलता में वृद्धि हुई। मातृ राष्ट्र, कब्जा किए गए देशों के साथ सम्पर्क में रहने, उन्हें वस्तुएँ और अन्य चीजें भेजने के लिए सड़कों का निर्माण करते हैं। रेलवे लोगों की आवाजाही में क्रान्ति लेकर आयी क्योंकि यह सस्ती होने के साथ-साथ अधिक यात्रियों को एक साथ समायोजित कर सकती थी। सड़क और रेलवे में बुनियादी विकास परिवहन के आधुनिक साधनों की रीढ़ बन गया। यात्री अब अधिक आसानी और आराम के साथ लम्बी दूरी की यात्रा करने की स्थिति में आ गए। छोटी दूरियों को अब कारों और अन्य छोटे

वाहनों के माध्यम से तय किया जाने लगा और इसके कारण सैर-सपाटा करने वाले लोगों के उद्भव का मार्ग प्रशस्त हुआ। बेहतर समुद्री परिवहन का उपयोग थोक में माल-वस्तुओं को एक स्थान से दूसरे स्थान पर भेजने के लिए किया जाने लगा। परिवहन के अन्तर्गत शुरू किया गया प्राथमिक कार्य व्यवसाय के विस्तार के लिए महाद्वीपों को कवर करना था। व्यापार और वाणिज्य में वृद्धि हुई और लोग अतिरिक्त लाभ के साथ विभिन्न व्यापारिक स्थानों की संस्कृति को देखने लगे। व्यवसाय विस्तार के लिए नए देशों का भी पता लगाया गया और इसके परिणामस्वरूप यात्रियों की सूची में नए गंतव्य भी जुड़े। साहसी लोगों ने समुद्री यात्राओं का निष्पादन किया और व्यापार के विकल्पों में वृद्धि की खोज की। ये सब व्यापार और वाणिज्य के लिए नहर मार्ग खुलने के कारण ही सम्भव हुआ। प्राचीन रेशम मार्ग, स्थलमार्ग और जलमार्ग दोनों की जागृति के माध्यम से, व्यापार और वाणिज्य के विकास का साक्षी बना। इस दौर की अगली उपलब्धि शिक्षा और दूरसंचार थी। शिक्षा ने शिक्षाविदों के क्षितिज का विस्तार किया और इसने लोगों को दुनिया देखने के लिए प्रेरित भी किया। दूरसंचार जीवन जीने के विलासितापूर्ण तरीके का अहम हिस्सा बन गया और परवर्ती चरण में यह अलग-अलग गन्तव्यों पर सभी सुविधाओं की बुकिंग का आवश्यक साधन बन गया। पर्यटन के लिए खर्च योग्य (डिस्पोजेबल) आय आवश्यकता होती है और आधुनिक प्रगतिशील देशों के नागरिकों ने साम्राज्यवाद के दौरान अर्थव्यवस्था का विकास देखा। अर्थव्यवस्था के इस विकास के परिणामस्वरूप उन लोगों के लिए "शानदार भ्रमण (ग्रेण्ड टूर)" की संकल्पना का प्रारम्भ हुआ जो शिक्षित थे और आर्थिक रूप से मजबूत (स्पेन, फ्रांस, जर्मनी, इटली के कुलीन लोग) थे। चिकित्सकीय देखभाल की सेवाओं के शुरू होने से लोग एक स्थान से दूसरे स्थान तक जाने की ओर आकृष्ट हुए और यही प्रवृत्ति आज भी व्यवहार में देखी जा सकती है। साम्राज्यवाद का युग जीवन के लगभग हर क्षेत्र में आवश्यक तकनीकी उन्नति लेकर लाया, चाहे इस तकनीक के उपयोगकर्ता पर्यटक लोग हों या सामान्य लोग। जाहिर है, कि इन तकनीकी प्रगतियों का लाभ सबसे पहले निवासियों ने लिया और फिर इसके बाद पर्यटकों और अन्य उपयोगकर्ताओं ने लिया।

इसलिए, यह कहा जा सकता है कि साम्राज्यवाद तकनीकी पहलुओं में ही नहीं, बल्कि शिक्षा में भी प्रगति लेकर आया। इसने लोगों के संज्ञानात्मक विकास का रास्ता खोल दिया, जिसके कारण अपने नवाचारों के माध्यम से यह जीवन के लगभग हर क्षेत्र में दूरगामी सुधार ला सका। इन नवाचारों का आनन्द प्रारम्भ में स्थानीय लोगों द्वारा लिया गया, और इसके बाद इसे विदेशियों तक भी विस्तृत कर दिया गया।

4.4 यूरोप और एशिया में समाजवाद

फ्रांसीसी क्रान्ति के बाद समाज ने अपनी संरचना में क्रान्तिकारी बदलाव देखा। व्यक्तिगत अधिकारों और सामाजिक शक्ति के लिए आवाज उभरकर सामने आयी। समाज ने रूढ़िवादियों, उदारवादियों और आमूल-परिवर्तनवादियों जैसे शब्दों का उद्भव देखा जिनके सामाजिक इंजीनियरिंग से जुड़े विचार दूरगामी सुधार लेकर आए। उदारवादियों ने सभी प्रचलित धर्मों को समान महत्व देने वाले समाज की वकालत की। उन्होंने अपनी सरकारों के विरुद्ध नागरिकों के अधिकारों की रक्षा और हर नागरिक को दिए जाने वाले मताधिकार जैसे दो महत्वपूर्ण मुद्दों पर जोर दिया। आमूल-परिवर्तनवादियों ने देश की बहुसंख्यक आबादी के आधार पर बनी सरकार की वकालत की। उन्होंने नारी-मताधिकार (suffragette), अर्थात् महिलाओं को मताधिकार प्रदान करने वाले आन्दोलन, का भी समर्थन किया। उन्होंने अमीर भू-स्वामियों और कारखाना मालिकों के साथ अपना असम्बद्धीकरण भी प्रदर्शित किया। रूढ़िवादी हालाँकि परिवर्तन के लिए अनिच्छुक थे, क्योंकि उनका विश्वास था कि कि अतीत को कायम रखना

है, लेकिन धीमे-धीमे वे भी उस सीमा तक सामाजिक परिवर्तन के लिए सहमत हो गए, जिस सीमा तक ऐसा करना अपरिहार्य था।

सामाजिक सुधार 19वीं शताब्दी के दौरान घटित हुआ और इसके परिणामस्वरूप नए शहर अस्तित्व में आए, विशेष नामित औद्योगिक क्षेत्रों की स्थापना की गयी और रेलवे को संशोधित किया गया। उद्योगों की स्थापना ने जनता को आय और आजीविका के स्रोत के रूप में आकर्षित किया। लेकिन यह अप्रिय साबित हुआ क्योंकि काम के घण्टे अधिक थे और भुगतान किया गया पारिश्रमिक उनकी दैनिक आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए पर्याप्त नहीं था। उद्योग कुछ उद्योगपतियों के हाथ की कठपुतलियाँ बन गए, जिन्होंने अपनी व्यावसायिक इकाइयों से केवल धन कमाने के बारे में ही सोचा। उदारवादी और आमूल-परिवर्तनवादी समाज में प्रमुख खिलाड़ी रहे जो अपनी व्यापारिक और वाणिज्यिक गतिविधियों के माध्यम से समस्त धन के स्वामी बन गए थे, लेकिन साथ ही साथ इन्होंने भी वकालत की। सन् 1815 के दौरान राष्ट्रवादियों के साथ उदारवादी और आमूल-परिवर्तनवादी भी यूरोप में, विशेष रूप से रूस, जर्मनी, फ्रांस और इटली में, प्रचलित सरकारी प्रतिष्ठानों को उखाड़ फेंकने के लिए क्रान्तिकारी बन गए। राष्ट्रवादियों के अनुसार, क्रान्ति स्वतन्त्र राष्ट्रों के अपने सभी नागरिकों को समान अधिकार का अवसर प्रदान करने का रास्ता खोलेगी। यूरोप में समाजवादी पूरी तरह से निजी सम्पत्तियाँ बनाने के खिलाफ थे क्योंकि उनका मानना था कि यह समाजों में भ्रष्टाचार का मुख्य स्रोत है। उन्होंने पाया कि सम्पत्तियों का उपयोग रोजगार पैदा करने के लिए किया तो जाता था लेकिन यह केवल उन लोगों के लिए लाभदायक थी जिनके पास इसका स्वामित्व था और यह शायद ही उन लोगों के लिए किसी काम आती थी जो लाभों को उत्पन्न किया करते थे। समाजवादियों की राय थी कि सम्पत्तियों को समाजों द्वारा नियन्त्रित किया जाना चाहिए, न कि इसे कुछ ही हाथों की कठपुतली होना चाहिए। रॉबर्ट ओवेन जैसे कई समाजवादियों ने सम्पत्तियों को विनियमित करने के लिए सहकारी समुदायों की वकालत की जबकि लुई ब्लैंक चाहते थे कि सरकार सहकारी समितियों की देखभाल करे और इसे पूँजीपतियों से मुक्त करे। कार्ल मार्क्स और फ्रेडरिक एंगेल्स ने सुझाव दिया कि यह

श्रमिक ही हैं जो पूँजीपतियों के लिए लाभ लेकर आ रहे हैं। लेकिन श्रमिकों की विपरीत परिस्थिति में कोई सुधार नहीं हो रहा है और इसलिए उन्हें पूँजीवाद को उखाड़ फेंकना चाहिए और सामाजिक रूप से सभी सम्पत्तियों को नियन्त्रित करने के लिए साम्यवादी समाज (कम्युनिस्ट सोसायटी) नामक एक मौलिक समाजवादी समूह बनाना चाहिए। उन्होंने इस बात पर भी जोर दिया कि साम्यवादी समाज भविष्य का स्वाभाविक समाज है।

सामाजिक सुधारकों की शिक्षाओं का दूरगामी प्रभाव पड़ा और अब यूरोप में समाजवादियों ने सेकण्ड इण्टरनेशनल के नाम से एक अन्तरराष्ट्रीय संगठन का गठन किया। इंग्लैण्ड और जर्मनी के श्रमिकों ने बेहतर मजदूरी, काम के लचीले घण्टे, मतदान के अधिकार और बेहतर रहन-सहन की स्थिति के लिए संघों का निर्माण शुरू कर दिया। जर्मनी में इन संगठनों ने सोशल डेमोक्रेटिक पार्टी (एसडीपी) के साथ मिलकर काम किया। सन् 1905 में समाजवादी संगठनों के परिणाम ने ब्रिटेन और फ्रांस में क्रमशः लेबर पार्टी और सोशलिस्ट पार्टी को जन्म दिया। हालाँकि समाजवादियों ने संसद में दृढ़तापूर्वक प्रतिनिधित्व किया लेकिन उन्होंने कभी भी यूरोप में सरकार नहीं बनायी, लेकिन वे कानून के माध्यम से अपने विचारों को आकार प्रदान करने में सफल रहे।

सन् 1917 के दौरान, रूस में समाजवादियों ने राजशाही व्यवस्था को उखाड़कर सरकार बनाने में सफलता हासिल की। इस घटना को व्यापक रूप से रूसी क्रान्ति कहा जाता रहा है। इस रूसी क्रान्ति की कहानी काफी लम्बे समय पहले लिखी गयी थी जब ज़ार निकोलस रूस में शासन कर रहे थे। रूस में अर्थव्यवस्था का प्रमुख स्रोत कृषि था। उद्योग बहुतायत में नहीं थे और सेण्ट पीटर्सबर्ग और मास्को दो महत्वपूर्ण स्थान थे जहाँ उद्योग प्रतिष्ठान अवस्थित थे। सन् 1890 में रेलवे के प्रारम्भ के साथ ही विदेशी निवेश के समर्थन से इन दोनों शहरों में कई कारखाने स्थापित किए गए। अधिकांश कारखाने उद्योगपतियों की निजी सम्पत्तियों से सम्बन्धित थीं। सरकार ने श्रमिकों के लिए काम के न्यूनतम घण्टों का प्रस्ताव पारित किया

लेकिन निजी कारखाना संचालक मानकों को मानने में आनाकानी कर रहे थे और मजदूरों को 12 घंटे के सरकारी मानकों की बजाय 14-15 घंटे की शिफ्ट का पालन करने के लिए मजबूर होना पड़ा। कार्यकर्ताओं के सामाजिक समूह भी मौजूद थे। श्रमिक शहरी पृष्ठभूमि के साथ-साथ ग्रामीण पृष्ठभूमि के भी थे। मजदूरी की दरों के मामले में महिला श्रमिकों के साथ भेदभाव किया गया। हालाँकि कार्यकर्ता विभिन्न नियमों और शर्तों के आधार पर विभाजित थे लेकिन वे हड़तालों और कुछ साझा एजेण्डों के लिए एकजुट थे। देहात की भूमि कुलीन लोगों, राजाओं (crowns) और चर्चों के कब्जे में थी लेकिन इस पर खेती किसानों द्वारा की जाती थी। ज़ार के कारण कुलीनों को शक्ति हासिल हुई। किसान कुलीनों की जमीन चाहते थे। कुछ मामलों में उन्होंने अपने जमींदारों की हत्या तक कर दी। सन् 1905 के दौरान, इस तरह की छोटी-छोटी घटनाएँ पूरे रूस में फैल गईं। इस दौरान रूस में समाजवादियों ने वर्ष 1898 में सोशल डेमोक्रेटिक वर्कर्स पार्टी के नाम से एक दल का गठन किया। समाजवादियों, जो ग्रामीण इलाकों में सन् 1900 के दौरान सक्रिय थे, ने एक सोशलिस्ट रिवाँल्यूशनरी पार्टी का गठन किया जिसने किसानों के अधिकारों के लिए संघर्ष किया और इस बात की वकालत की कि कुलीनों की जमीनें हस्तान्तरित करके किसानों को दे दी जाएँ। लेकिन दोनों दलों अर्थात् सोशल डेमोक्रेट्स और सोशल रिवाँल्यूशन ने किसानों के लिए भूमि के अधिकार को हस्तान्तरित करने के साझा एजेण्डे पर कार्य नहीं किया और उनके भीतर विभेद पैदा हो गए तथा ये कभी भी समाजवादी आन्दोलन का हिस्सा नहीं बन सके। वर्ष 1904 में, जब मुद्रास्फीति उच्च स्तर पर थी और वास्तविक मजदूरी में 20 प्रतिशत की गिरावट आ गयी थी, तो श्रमिकों के संघों ने तेजी से प्रतिक्रिया व्यक्त की और परिणामस्वरूप रूसी श्रमिकों के चार सदस्यों को विधानसभा से बर्खास्त कर दिया गया। इसके परिणामस्वरूप औद्योगिक कार्रवाई का आह्वान किया गया और एक लाख से अधिक लोग ज़ार के शीतकालीन महल में इकट्ठे हुए जहाँ एक सौ से अधिक लोगों की गोली मारकर हत्या कर दी गयी और तीन सौ से अधिक लोग घायल हो गए। धीरे-धीरे यह हड़ताल देश के दूसरे हिस्सों में फैल गयी और अब समाज के सभी लोगों ने एक संविधान सभा की माँग की। सन् 1905 तक, ज़ार के समर्थन से, एक निर्वाचित निकाय, ड्यूमा, का सृजन किया गया। लेकिन प्रथम ड्यूमा को

इसकी स्थापना के 75 दिनों के भीतर ही निलम्बित कर दिया गया और एक नयी ड्यूमा का गठन किया गया। ज़ार कभी भी अपनी शक्ति को घटता हुआ नहीं देखना चाहते थे और उन्होंने ड्यूमा में मतदान का प्रतिमान (वोटिंग पैटर्न) भी बदल दिया। इसके कारण, रूढ़िवादी मानसिकता के लोगों के समर्थन से, तृतीय ड्यूमा की नींव पड़ी और इस ड्यूमा से उदारवादियों और क्रान्तिकारियों को दूर रखा गया।

प्रथम विश्व युद्ध में रूसी सेना जर्मनी और ऑस्ट्रिया में बुरी तरह पराजित हो गयी थी और रूस की अर्थव्यवस्था पर इस पराजय का दूरगामी प्रभाव पड़ा था। रूस में अधिकांश उद्योग जर्मनी के समर्थन से चल रहे थे और विश्व युद्ध में जर्मनी के नुकसान ने रूस को भी बुरी तरह प्रभावित किया। बाल्टिक सागर पर जर्मनों का नियन्त्रण जाता रहा जो रूस के लिए औद्योगिक माल भेजने के लिए एक प्रमुख मार्ग था। जैसे ही रूस ने युद्ध में लड़ने के लिए सक्षम लोगों को भेजा, श्रम की कमी उत्पन्न हो गयी। सेना का पेट भरने के लिए भारी मात्रा में खाद्य सामग्री की आपूर्ति कर देने के कारण पीछे ब्रेड (रोटी) और आटे का संकट खड़ा हो गया। यह 1916 के दौरान ब्रेड की दुकान पर हुए दंगों का प्रमुख कारण साबित हुआ।

1917 की सर्दियों के दौरान पेट्रोगार्ड की क्रान्ति घटित हुई। चूँकि मजदूरों के क्वार्टरों में खाद्यान्नों की आपूर्ति में कमी आ गयी थी। लगभग 50 कारखानों से आए मजदूरों ने आन्दोलन का आह्वान किया। यह जुलूस केन्द्र में अवस्थित नेवस्की प्रोस्पेक्ट (Nevkii Prospekt) नामक जगह पर पहुँच गया। इस जगह का महत्व इस तथ्य में निहित है कि ज़ार की सभी आधिकारिक इमारतें यहाँ शीतकालीन महल के साथ स्थित हैं जहाँ ड्यूमा की बैठक आयोजित की जाती थी। जैसे ही मजदूरों ने सरकारी इमारतों और आसपास के अन्य इलाकों को घेर लिया, सरकार ने कर्फ्यू लगा दिया जिसके बाद प्रदर्शन करने वाले कार्यकर्त्ताओं पर नजर रखने के लिए पुलिस और घुड़सवार कर्मियों को तैनात किया गया। अगले चौबीस घण्टे

महत्वपूर्ण थे क्योंकि ड्यूमा को निलम्बित कर दिया गया था। लोगों ने पुलिस मुख्यालय में तोड़फोड़ की और सड़कों पर प्रदर्शनकारियों की भीड़ लग गयी, जिसके हाथों में रोटी, मजदूरी, काम के बेहतर घण्टों और लोकतन्त्र से सम्बन्धित नारे प्रदर्शित करने वाली तख्तियाँ थीं। स्थिति अनियन्त्रित हो गयी। इस मुद्दे को सँभालने के लिए घुड़सवारों (cavalry) को बुलाया गया लेकिन आन्दोलनकारियों के खिलाफ कार्रवाई करने की बजाय उन्होंने उनसे हाथ मिला लिया। परिणामस्वरूप प्रदर्शनकारियों ने उसी इमारत में सोवियत या परिषद का गठन किया, जहाँ ड्यूमा चला करती थी। अब राज्य को चलाने के लिए सोवियत नेताओं और ड्यूमा नेताओं के प्रयासों से एक अनन्तिम सरकार का गठन किया गया। सेना के अधिकारियों, भू-स्वामियों और उद्योगपतियों की भूमिका अनन्तिम सरकार में अहम जिम्मेदारी निभा रही थी। उदारवादियों और समाजवादियों ने एक निर्वाचित सरकार के लिए कार्य करना जारी रखा। मतदान की एक आम प्रणाली का पालन किए बिना, "सोवियत" का प्रसार रूस में हर जगह हो चुका था। सन् 1917 तक बोल्शेविक नेता व्लादिमीर लेनिन अपने निर्वासन के बाद रूस लौट आए और उन्हें लगा कि यह वह समय है जब सोवियत सत्ता को सँभाल सकती है। उन्होंने युद्ध को बन्द करने, बैंकों का राष्ट्रीयकरण करने और किसानों को भूमि हस्तान्तरित करने की माँग की। उनकी तीन माँगों को इतिहासकारों द्वारा अप्रैल थीसिस कहा जाता है। उन्होंने बोल्शेविक पार्टी का नाम बदलकर उसका नाम 'कम्युनिस्ट पार्टी' रखने का भी सुझाव दिया ताकि नए लक्ष्यों और उद्देश्यों पर जोर दिया जा सके। बोल्शेविक के अनुयायी बेहद प्रभावशाली थे क्योंकि उन्होंने उद्योगपतियों के कामकाज का मूल्यांकन करने के लिए औद्योगिक क्षेत्रों में फैक्टरी समिति का गठन किया था। एक अन्य विकास के तहत सैनिक समिति का गठन स्वयं सेना में ही किया गया था और सोवियतों के लगभग 500 प्रतिनिधियों ने रूसी कांग्रेस में भाग लिया था। इन सभी घटनाक्रमों को देखकर जब अनन्तिम सरकार को लगा कि उनकी सत्ता हाथ से जा रही है, तो उन्होंने स्वयं कामगारों द्वारा संचालित कारखानों का विरोध करने और उनके नेताओं को गिरफ्तार करने जैसे कड़े फैसले लेने शुरू कर दिए। इस दौरान देहात में सोशलिस्ट रिवोल्यूशनरी के नेताओं और किसानों ने फिर से जमीन आबण्टन का आह्वान किया। भूमि समिति का गठन किया गया था लेकिन किसान भूमि के एक बड़े

हिस्से को जब्त करने में सफल रहे। बोल्शेविकों और अनन्तिम सरकार के बीच संघर्ष इस हद तक बढ़ गया कि लेनिन इस बात से आक्रोशित हो गए कि अनन्तिम सरकार धीरे-धीरे तानाशाही में बदल जाएगी। लेनिन ने सेना, कारखानों और सोवियतों से समर्थकों को सत्ता जब्त करने के लिए बुलाकर अनन्तिम सरकार के विरुद्ध खड़े होने के लिए स्थिति का निर्माण किया। लियोन ट्रॉट्स्की को सैन्य विकास समिति का प्रमुख नियुक्त किया गया जो अनन्तिम सरकार से सत्ता को जब्त करने के लिए जिम्मेदार थी। स्थिति को देखकर अनन्तिम सरकार के प्रधानमंत्री श्री केरेन्स्की ने जगह छोड़ दी। इसी बीच, सरकारी कार्यालयों और मन्त्रियों को सैन्य क्रान्तिकारी समिति के समर्थकों द्वारा गिरफ्तार कर लिया गया। इसलिए अन्तहीन प्रयासों के साथ, दिसम्बर 2017 के अन्त तक, मास्को पेट्रोग्राड क्षेत्र बोल्शेविकों के नियन्त्रण में आ गया। बोल्शेविकों का यह नियन्त्रण रूस में दूरगामी सुधार लेकर आया। बैंकों और उद्योगों का राष्ट्रीयकरण हो गया, भूमि समाजों की सम्पत्ति बन गयी, परिवार की आवश्यकता को देखते हुए बड़े घरानों का बँटवारा कर दिया गया तथा सेना और अधिकारियों के लिए नयी वर्दियाँ शुरू की गयीं। यह वह समय था जब बोल्शेविक पार्टी का नाम परिवर्तित करके रूसी कम्युनिस्ट पार्टी कर दिया गया था। नई पार्टी ने संविधान सभा के लिए चुनाव लड़ा लेकिन इसे बहुमत का समर्थन नहीं मिला। सन् 1918 तक विधानसभा का नाम "संविधान सभा" से बदलकर " सोवियतों की अखिल रूसी कांग्रेस (All Russian Congress of Soviets)" कर दिया गया जो बाद में रूस की संसद बन गयी। आने वाले समय तक, रूसी कम्युनिस्ट पार्टी "सोवियतों की अखिल रूसी कांग्रेस" के निर्वाचन में चुनाव लड़ने वाली एकमात्र पार्टी बन गयी और बाद में यह पूरे रूस में फैल गयी। इस प्रकार रूस को एकदलीय राज्य घोषित कर दिया गया और सभी श्रमिक संघों को इस दल के नियन्त्रण में रखा गया। नयी सरकार ने जब भूमि सुधार योजना की घोषणा की, तो कई किसान जो रूसी सैनिक भी थे, भूमि बन्दोबस्त के लिए अपने घरों को खाना हो गए। बोल्शेविकों के उत्थान को गैर-बोल्शेविकों, उदारवादियों और निरंकुशता के समर्थकों से नाराजगी मिली। इनके नेताओं ने बोल्शेविकों यानी रेड (लाल) के खिलाफ लड़ने के लिए सैनिकों को खड़ा किया। जापान, अमेरिका, फ्रांस और ब्रिटिश के सैनिकों के समर्थन से समाजवादी (ग्रीन्स) और ज़ार-समर्थक

(व्हाइट) 1918-19 के दौरान अधिकांश रूसी साम्राज्य की खरीद करने में सफल रहे। 1920 की शुरुआत तक, गैर-रूसियों और मुस्लिम "जैडिडिस्तों" की मदद से बोल्शेविक एक बार फिर से रूसी साम्राज्य के अधिकांश हिस्से पर कब्जा करने में सफल रहे। गैर-बोल्शेविकों द्वारा पैदा की गयी उथल-पुथल के कारण, सरकार ने सोवियत संघ में गैर-रूसी नागरिकों को राजनीतिक स्वायत्तता प्रदान करने का निर्णय लिया जिसका सृजन बोल्शेविकों द्वारा सन् 1922 में रूसी साम्राज्य से बाहर किया गया था।

गृहयुद्ध के दौरान ही बोल्शेविकों ने उद्योगों के कामकाज पर निगाह बनाए रखी और बैंकों के राष्ट्रीयकरण की घोषणा की। जहाँ समाजीकरण घटित हो चुका था, वहाँ किसानों को कृषि पद्धतियों के लिए भूमि का उपयोग करने की स्वतन्त्रता दे दी गयी। बोल्शेविकों ने उत्तम कार्यों के लिए जब्त जमीनों का नियन्त्रण भी अपने हाथों में ले लिया। एक केन्द्रीकृत योजना प्रक्रिया लागू कर दी गयी, अधिकारियों को पाँच वर्ष की अवधि के दौरान प्राप्त किए जाने वाले लक्ष्यों को निर्धारित करने के साथ-साथ आर्थिक विकास की देखभाल करने के लिए नियुक्त किया गया। औद्योगिक विकास सुनिश्चित करने के लिए सरकार द्वारा दो प्रारम्भिक योजनाओं यानी 1927 से 1932 और 1933-1938 के लिए एक उचित मूल्य योजना भी लागू की गयी। परिणामस्वरूप नए कारखाने और नए शहर अस्तित्व में आए। शिक्षा पर नयी नीति बनाने के साथ-साथ स्कूली शिक्षा प्रणाली का विकास भी हुआ जिसने किसानों और कारखाना श्रमिकों के लिए विश्वविद्यालय प्रणाली में प्रवेश करने का रास्ता खोल दिया। कारखानों में महिला कार्यबल को बढ़ावा देने भर के लिए क्रेच स्थापित करने का प्रस्ताव भी ध्यान में लाया गया ताकि कामकाजी महिला कर्मचारियों के बच्चों की देखभाल की जा सके। आवासीय मकानों (क्वार्टरों) की स्थापना के साथ-साथ स्वास्थ्य देखभाल सेवाएँ भी शुरू की गयीं।

1927-28 के दौरान सोवियत रूस के कुछ स्थानों पर सरकारों द्वारा निर्धारित मूल्य के अनुसार किसानों द्वारा खाद्यान्न बेचने से इनकार करने के कारण खाद्यान्न की आपूर्ति में कमी

देखी गयी। लेनिन के देहान्त के बाद पार्टी का कार्यभार सँभालने वाले स्टालिन ने फर्मों के लिए आपातकालीन उपाय प्रारम्भ किए। अपनी कार्रवाई के दौरान पार्टी के कुछ सदस्यों ने खाद्यान्न उत्पादन, अनाज संग्रहण केन्द्रों के प्रमुख स्थानों का दौरा किया और "कुलकों" यानी अमीर किसानों पर छापे भी मारे गए। लेकिन जब खाद्यान्न की आपूर्ति की कमी जारी रही तो यह पाया गया कि कृषि क्षेत्र में आधुनिकीकरण की कमी के साथ-साथ जोत का छोटा आकार भी इसके लिए जिम्मेदार है। "कुलकों" के उन्मूलन के लिए एक साझा निर्णय लिया गया और समस्त भूमि को राज्यों के नियन्त्रण के अन्तर्गत ले लिया गया। स्टालिन ने "सामूहिकता (collectivization)" की अवधारणा प्रस्तुत की जिसमें यह प्रस्ताव किया गया था कि सभी किसान सामूहिक रूप से खेती करेंगे। अधिकांश भूमि सामूहिक फार्मों (farms) के स्वामित्व में हस्तान्तरित कर दी गयी। कुछ किसान थे जिन्होंने इस सामूहिकता को चुनौती दी, किन्तु उन सभी को या तो निर्वासित करके दण्डित किया गया था या एक साथ उन्हें देश-निकाला दे दिया गया। अनेक प्रतिभाशाली पेशेवरों को नियोजित अर्थव्यवस्था और सामूहिकता को लेकर सरकार की नीति की आलोचना करके समाजीकरण के खिलाफ षड्यंत्र करने का दोषी पाया गया। इन सभी को या तो श्रम शिविरों में भेजा गया या फिर बीस लाख अन्य कैदियों के साथ जेल में डाल दिया गया।

समाजीकरण में विश्वास करने वाले यूरोपीय देशों ने, उस तरीके का अनुमोदन नहीं किया जिस तरीके से रूस में बोलशेविकों ने सत्ता हासिल की थी। हालाँकि, अपनी तमाम कमजोरियों के अलावा कम्युनिस्ट पार्टी ने कई देशों में अपना उभार देखा। बोलशेविकों ने अन्य उपनिवेशों को विकास के अपने रास्ते पर चलने के लिए प्रेरित किया। वर्ष 1920 में आयोजित पूर्व (ईस्ट) के लोगों के सम्मेलन में कई गैर-रूसी जन शामिल हुए। यूएसएसआर से बाहर के गैर-रूसियों को पूरब के कामगारों के कम्युनिस्ट विश्वविद्यालय में अध्ययन करने का अवसर प्रदान किया गया। द्वितीय विश्व युद्ध की अवधि के दौरान यूएसएसआर वैश्विक मंच पर समाजवाद को बढ़ावा देने के लिए एक आदर्श देश बन गया। यह 1950 में ही हो सका, जब यह महसूस किया गया कि यूएसएसआर सरकार रूसी क्रान्ति के आदर्शों का पालन

नहीं कर रही है। विश्व स्तर पर यह स्वीकार किया गया कि यूएसएसआर में सब कुछ ठीक नहीं है। आर्थिक रूप से कमजोर देश शक्तिशाली हो गया। औद्योगिक और कृषि क्षेत्रों का इस तरह से दोहन किया गया कि गरीब लोगों को भी बुनियादी जरूरतें मुहैया कराई जा सकीं। अपनी समस्त प्रगति के अलावा यह भी महसूस किया गया कि यूएसएसआर में नागरिकों को आवश्यक स्वतन्त्रताओं से वंचित कर दिया गया है। उन्होंने दमनकारी नीतियों के माध्यम से ही अपनी विकास परियोजनाओं की स्थापना की। 20वीं शताब्दी के अन्त तक यूएसएसआर ने एक समाजवादी देश के रूप में अपनी प्रतिष्ठा को खो दिया, हालाँकि समाजवादी आदर्शों के कारण इसे लोग आदर की दृष्टि के साथ देखते रहे। अनेक देशों में समाजवाद की अवधारणा को कई मायनों में नए सिरे से परिभाषित किया गया।

4.4.1 पर्यटन पर समाजीकरण का प्रभाव

प्रारम्भ में, समाजवादी देशों द्वारा जिस प्रकार के पर्यटन का आनंद लिया गया वह घरेलू पर्यटन था लेकिन बाद में सवैतनिक छुट्टियों के कर्मचारियों को दिए गए विशेषाधिकार के कारण इसे सामाजिक पर्यटन के रूप में प्रोत्साहित किया गया। सन् 1945 और 1991 के बीच की अवधि को विशेष रूप से पर्यटन विकास के लिए मध्य और पूर्वी यूरोपीय देशों के लिए एक कठिन समय माना जाता था। इस युग में पासपोर्ट खरीदने और वीजा प्रमाणीकरण की लम्बी प्रक्रिया तथा वित्तीय सीमाओं के कारण विदेशों में आम लोगों की आवाजाही पर प्रतिबन्ध देखा गया। हालाँकि, अभिजात वर्ग को इन प्रतिबन्धों से छूट दी गयी थी और ये लोग कुछ नियमों और शर्तों के अन्तर्गत स्वतन्त्र रूप से अन्तर-क्षेत्रीय गतिशीलताओं का आनन्द ले रहे थे। 1960 के दौरान, समाजवादी देशों में अन्तरराष्ट्रीय पर्यटन में वृद्धि हुई, पूँजीवादी देशों के लिए दिन के समय की जाने वाली यात्राओं की व्यवस्था की गयी थी। समाजवादी

देशों में विदेशियों के आगमन का स्वागत किया गया क्योंकि यह समाजवाद की उपलब्धि को दिखाने के साथ-साथ दुर्लभ विदेशी मुद्रा का स्रोत भी था। मध्य और पूर्वी यूरोप के लोगों ने, अनेक कठिनाइयों के होते हुए भी, सीमावर्ती क्षेत्रों से बाहर जाकर कुछ यात्राएँ करना पसन्द किया। प्रारम्भ में ऐसी यात्राएँ वाणिज्यिक और लाभप्रद गतिविधियों के साथ-साथ मनोरंजन और दर्शनीय स्थलों की यात्रा की ओर उन्मुख थीं। सन् 1981 और 1983 के बीच की अवधि पोलैण्ड में अन्तरराष्ट्रीय पर्यटन के सन्दर्भ में कठिन समय से युक्त थी क्योंकि मार्शल लॉ लगा दिया गया था। हालाँकि, अन्तरराष्ट्रीय पर्यटन, साम्यवाद के पतन के बाद ही पुनर्जीवित हो सका और साम्यवाद के पतन के पश्चात् ही वैश्विक स्तर पर आने-जाने की स्वतन्त्रता सुनिश्चित हो सकी। सामाजिक पर्यटन ने समाजवादियों के देशों में भारी वृद्धि देखी। विशेष रूप से श्रमिकों और उनके परिवारों के लिए रिसॉर्ट्स विकसित किए गए। उच्चाधिकारियों ने यह सुनिश्चित किया कि प्रत्येक नागरिक को अवकाश और सुख-सुविधाओं का लाभ उठाने का समान अधिकार है जो लोगों के मन में विश्राम, आराम और शान्ति की गारण्टी प्रदान करता है। इसने पूँजीवाद के ऊपर समाजवाद की सर्वोच्चता के संकेत भी दिए। सांस्कृतिक विरासत के स्थानों के लिए पर्यटन का प्रोत्साहन स्थानीय अर्थव्यवस्था को बढ़ाने में एक आवश्यक घटक साबित हुआ। चूँकि सरकार पहले ही स्कूली शिक्षा के लिए सब्सिडी की घोषणा कर चुकी है, कारखानों और औद्योगिक स्थलों के दौरों और पर्यटन से होने वाली आय विभिन्न प्रकार की सब्सिडी प्रदान करने के कारण अर्थव्यवस्था में आयी कमी के विरुद्ध एक तरह की क्षतिपूर्ति थी। ज्यों-ज्यों कई यूरोपीय देशों में राजनीतिक परिवर्तन हुए, त्यों-त्यों इसने पर्यटन विकास का रास्ता भी खोल दिया। उन देशों में अन्तःक्षेत्रीय और अन्तरक्षेत्रीय गतिशीलता भी बढ़ी। उत्तर-समाजवादी देशों के नागरिकों ने खूब यात्राएँ कीं। यूरोपीय देशों में पर्यटन का प्रारम्भिक चरण यात्रियों के संकीर्ण और छोटे समूहों तक ही सीमित था, उनमें से अधिकांश शिक्षित थे और शहरी क्षेत्रों के थे। अन्तरराष्ट्रीय पर्यटकों ने नए यूरोप के देशों की जानकारी हासिल की। इस तरह की जानकारी (खोज) के पीछे मूल मकसद उन देशों में समाजवाद की बुनियादी विशेषताओं को समझना था। यूरोपीय संघ के प्रतिष्ठानों के बाद आगमन में भारी वृद्धि देखी गयी। जैसे-जैसे पर्यटकों की आमद बढ़ती गयी, इसने पर्यटन क्षेत्र

में बुनियादी ढाँचे के विकास को भी आकर्षित किया। इसी तरह ट्रेवल एजेंसियों की स्थापना की गयी, पर्यटक सूचना केन्द्रों को, यात्रियों द्वारा आवश्यक विभिन्न प्रकार की जानकारी साझा करने के लिए, मुख्य स्थानों पर खोला गया, गन्तव्य नियोजन प्रस्तावों को लागू किया गया तथा प्राकृतिक पर्यावरण और सांस्कृतिक परिदृश्य की देखभाल पर भी विचार किया गया। बाद में पर्यटन एजेंसियाँ राष्ट्रीय पर्यटन प्रशासन/संगठन का ढाँचा तैयार करने के लिए जिम्मेदार बन गयीं। पर्यटन विकास की प्रक्रिया अलग-अलग रफ्तार के साथ अनेक यूरोपीय देशों में घटित हुई लेकिन उनका दृष्टिकोण अभिसारी था।

यूरोपीय संघ में कुछ नए देशों को जोड़ा गया। हालाँकि पुराने संघ और नई यूनियनों के बीच सहयोग का हमेशा स्वागत किया गया। गन्तव्य विकास के अन्तर्राष्ट्रीय दृष्टिकोण का पालन करते हुए सीमापारीय संरचनाओं की स्थापना की गयी थी। गन्तव्य को एकीकृत रूप से बढ़ावा देने, गुणवत्तापूर्ण और मानकीकृत सेवाओं में सामंजस्य, कर्मचारियों के प्रशिक्षण जैसे अन्य मुद्दों को भी आगे लाया गया। यूरोपीय देशों ने टिकाऊ प्रथाओं की परम्परा का पालन किया, साथ ही यूरोपीय संघ का हिस्सा बनने के लिए आवेदन करने वाले नए देशों ने भी इसी प्रतिमान (पैटर्न) का पालन किया। इस प्रकार, उन्होंने विकास, प्रथाओं और समाधानों के रूप में धारणीय पर्यटन के कार्य को पूर्ण किया। "यूरोपीय संघ" के रूप में जाना जाने वाला यह नामित क्षेत्र ऐतिहासिक स्मारकों से भरा हुआ है और उनमें से कुछ को यूनेस्को विश्व धरोहर स्थल की सूची में स्थान प्रदान किया गया है। इस प्रकार यह निष्कर्ष निकाला जा सकता है कि समाजवाद ने न केवल नए शहरों को जन्म दिया बल्कि इसने स्मारकों, संग्रहालयों और मकबरों के निर्माण के रूप में भी अपना योगदान दिया। यूरोपीय संघ ने सांस्कृतिक और विरासत स्थलों की विभिन्न अवस्थितियों के लिए पर्यटन की थीम (विषय) पर आधारित कार्यक्रम आयोजित किए जिन्होंने सांस्कृतिक और नृजातीयता की उनकी समृद्धि का स्मरण कराया। "नृजातीय" और सामाजिक धार्मिक जैसे शब्द जो पिछड़ेपन के सूचक थे, अब समाजीकरण की अवधि के दौरान ख्याति के प्रतीक बन गए। इसमें सांस्कृतिक पर्यटन नीति के निर्माण और उन स्थलों को पुनर्जीवित करने के लिए धन पैदा करने के बाद विभिन्न पर्यटन

आकर्षणों और उत्पादों को बनाने की नींव भी रखी गयी। उत्तर-समाजवादी देशों में पर्यटन को विकसित करने का मकसद पर्यटन अर्थव्यवस्था से आय उत्पन्न करना था। 1980 तक पर्यटन के महत्व का विश्लेषण इसके मानव-वैज्ञानिक पहलुओं यानी समाज के साथ मानव के सम्बन्धों के सन्दर्भ में भी किया गया। रूस में घटित एक और विकास यूरोपीय होटल चेन और ट्रेवल एजेंसियों का प्रारम्भ था। धर्म आधारित स्थलों का भी पता लगाया गया जिन्होंने रूस के अन्दर और बाहर तीर्थयात्रा को प्रेरित किया। सन् 2000 तक संयुक्त यूरोप बहुत सारे बाहरी लोगों का घर बन गया, जिन्होंने तीर्थयात्रा पर्यटन की बजाय इसे स्मारक पर्यटन के लिए पसन्द किया। ऐसे उभरते गन्तव्यों ने दो स्थानों के बीच गठजोड़ स्थापित किया : पहला स्थान वह, जहाँ से वे पूर्वी यूरोप में आए थे और दूसरा स्थान वह, जहाँ वे वर्तमान में रह रहे थे। ये गन्तव्य उन लोगों के लिए खुले थे जिनके पूर्वज (वंशज) कभी यहाँ रहे थे और जिनका देहान्त भी यहीं हुआ था। साथ ही साथ ये गन्तव्य आम जनता के लिए भी खुले हुए थे। इससे ऐसे गन्तव्यों के लिए समग्र दृष्टिकोण उत्पन्न हुआ, जिसमें विशेष रुचि से युक्त पर्यटन को आकर्षित करने की क्षमता थी और जिनकी एकमात्र रुचि केवल नृ-विज्ञान में ही थी। एक व्यावसायिक पहलू के रूप में पर्यटन हमेशा चर्चा में रहा है। चूँकि उत्तर-सामाजिक युग पारम्परिक व्यवसाय के लिए विकल्प की तलाश में था, इसलिए पर्यटन को इसके लिए बहुत उपयुक्त पाया गया। तब से पर्यटन को लघु उद्यम माना जाता रहा है जो अनेक तरीकों से समाजों में रोजगार के अवसर पैदा करने के लिए तैयार है। पोलैण्ड जैसी कुछ जगहों पर संसाधनों के बँटवारे को लेकर देशज और प्रवासी आबादी के बीच दुबारा मुद्दे पैदा हुए। यह स्थिति तब उत्पन्न हुई जब द्वितीय विश्व युद्ध के बाद जर्मनों को बाहर कर दिया गया और इस पर स्थानीय पोलिश (Poles) और अन्य लोगों ने अधिकार कर लिया और बाद में इन्हें यूक्रेन, बेलारूस और लिथुआनिया से आयी अधिकांश प्रवासी आबादी द्वारा भी विस्थापित कर दिया गया। ऐसे उद्यमी कभी भी स्थिर सम्बन्ध से बँधे हुए नहीं रहे और वे सभी एक साथ कई उद्यमों में कूद गए, जिससे इन्होंने 'मतभेदों' के माहौल में स्वयं के लिए प्रतिस्पर्धा पैदा कर दी। समाजवाद के बाद की अवधि पर्यटन उद्योग में भी कई सुधार लेकर आयी, लेकिन अभी भी ऐसे समकालीन पर्यटन मुद्दों में से कुछ पर ध्यान केन्द्रित करने की

आवश्यकता है, जो अभी तक अछूते रह गए हैं। पर्यटन को प्रोत्साहित करते समय जिन प्रमुख मुद्दों पर विचार करना आवश्यक है, वे हैं : आप्रवासियों द्वारा लाए गए सांस्कृतिक ऋण, पड़ोसी देशों से नकल किया गया निष्पादनकारी प्रभाव, जेण्डर (लिंग), यौन पर्यटन, बाल शोषण और नशीली दवाएँ, राष्ट्रीय पहचान और प्रवासन के कारण उत्पन्न हुई ऐतिहासिक शत्रुता। हालाँकि पूर्वी यूरोप ने यूरोपीय संघ की ओर देखा और निश्चित रूप से पूर्वी यूरोप पर वैश्विक उपभोक्तावाद के लिए विचार किया गया, लेकिन निवासियों को अपने पूर्व-समाजवादी और उत्तर-समाजवादी इतिहास को फिर से समझने के लिए प्रयास करना पड़ेगा।

4.5 सामाजिक पर्यटन और मध्यवर्गीय पर्यटन

अन्तरराष्ट्रीय सामाजिक पर्यटन संगठन (आईएसटीओ) के अनुसार सामाजिक पर्यटन को "गन्तव्य-स्थलों वाले देशों में सम्पर्कों के रूप में तथा लोगों की सहभागिता के साथ-साथ छुट्टियाँ मनाने वाले लोगों, समाज की वंचित परतों, किसी कारण से पर्यटन में भाग लेने में असमर्थ लोगों, अवकाशों और उनके लाभों से जुड़ी परिघटनाओं" के रूप में परिभाषित किया जा सकता है।

प्रोफेसर लुई जोलिन के अनुसार, सामाजिक पर्यटन "कार्यक्रमों, घटनाओं और गतिविधियों को सन्दर्भित करता है जो जनसंख्या के समस्त समूहों - और विशेष रूप से युवाओं, परिवारों, सेवानिवृत्त, मामूली आय वाले व्यक्तियों और प्रतिबन्धित शारीरिक क्षमता वाले व्यक्तियों को सक्षम बनाती हैं - ताकि वे पर्यटन का आनन्द ले सकें, और साथ ही साथ आगन्तुकों और मेजबान समुदायों के बीच सम्बन्धों की गुणवत्ता में भी हिस्सा ले सकें।"

सामाजिक पर्यटन के मुख्य लाभों के बारे में

आईएसटीओ (ISTO) सामाजिक पर्यटन के लाभों को चार प्रमुख संक्षिप्त शीर्षकों के अन्तर्गत प्रस्तुत करता है :

सामाजिक पर्यटन "समाज का एक आकारप्रदायक (शेपर) " है।

सामाजिक पर्यटन आर्थिक विकास का एक प्रोत्साहक (प्रमोटर) है।

सामाजिक पर्यटन ने स्थानीय और क्षेत्रीय बुनियादी ढाँचे का विकास किया। यह स्थानीय पर्यावरण की रक्षा और स्थानीय विविधता का सम्मान करने की कोशिश करता है।

सामाजिक पर्यटन वैश्विक विकास कार्यक्रमों में भागीदार है।

सामाजिक पर्यटन से परिवार की पूँजी, सामाजिक पूँजी बढ़ती है।

सामाजिक पर्यटन में नागरिक समाज का महत्व परिवारों पर लक्षित करने की तरफ संकेत करता है, जिसका उदाहरण ब्रिटिश नेशनल चैरिटी, फेमिली हॉलीडे एसोसिएशन (FHA) है जो बेसहारा परिवारों के लिए छुट्टियों को प्रोत्साहित करता है। निर्धनता इसके पीछे मुख्य कारण है कि यूनाइटेड किंगडम में तीन व्यक्तियों में से एक व्यक्ति किसी भी प्रकार की छुट्टी पर बिल्कुल ही नहीं जा पाता।

एफएचए की स्थापना सन् 1975 में अनुदान उपलब्ध कराने के लिए की गयी थी जो इस समूह के लिए लेने लायक छुट्टी को सूत्रबद्ध करेगा। सन् 2007 में, एफएचए ने लगभग 1400 परिवारों को छुट्टी पर जाने में सक्षम बनाया और अपनी स्थापना के बाद से इसने 100,000 से अधिक लोगों की मदद की है। यह मुख्यतः व्यक्तिगत योगदानों द्वारा वित्तपोषित है, लेकिन न्यासों, कॉर्पोरेट दानों और धन उगाहने वाली घटनाओं से प्राप्त आय के जरिये भी इसकी मदद की जाती है।

इसके आयोजन इस आस्था पर आधारित हैं कि छुट्टियाँ व्यक्तियों के साथ-साथ वृहत्तर समाज को भी इस कारण लाभ प्रदान करती हैं क्योंकि ये :

- कल्याण को बढ़ाती हैं और परेशानी को कम करती हैं
- आत्मसम्मान और विश्वास को मजबूत बनाती हैं
- पारिवारिक संचार और सम्बन्धसूत्र को बल प्रदान करती हैं
- नए कौशलों को उपलब्ध कराती हैं, परिप्रेक्ष्यों को विस्तृत करती हैं और रोजगार पाने की स्थिति को बढ़ाती हैं
- लम्बे समय तक बनी रहने वाली, अभिलाषायुक्त स्मृतियाँ प्रदान करती हैं
- इनका परिणाम अधिक सन्तुष्ट, अधिक मजबूत परिवारों और एक अधिक व्यापक समाज के रूप में सामने आता है।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 2

1) साम्राज्यवाद क्या है?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....
.....

2) सन् 1905 से पहले रूस की सामाजिक, आर्थिक और राजनीतिक परिस्थितियों की व्याख्या कीजिए।

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3) सामाजिक पर्यटन से आप क्या समझते हैं?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

4.6 सारांश

निष्कर्ष रूप में यह कहा जा सकता है कि फ्रांसीसी क्रान्ति ने यूरोप के भीतर ही नहीं बल्कि संयुक्त राज्य अमेरिका और आसपास के अन्य क्षेत्रों में भी विभिन्न घटनाओं के लिए रास्ता खोला। इस बात पर लम्बा वाद-विवाद होता रहा है कि साम्राज्यवाद अच्छा है या बुरा। लेकिन इस बात की वकालत की गयी है कि साम्राज्यवाद बुरा भी है। किन्तु यदि राष्ट्र अपने घिरे हुए राज्यों के लिए कुछ अच्छी चीजों का प्रयोग करेंगे, तो यह उनके पक्ष में परिणाम देगा। समाजवाद ने पूरे रूस और पड़ोसी क्षेत्रों को प्रभावित किया। उन्होंने स्वयं को अराजकतावाद से मुक्त भी घोषित किया और विकास घटनाक्रम को आगे बढ़ाया। इकाई में सामाजिक पर्यटन और मध्यवर्गीय पर्यटन और इसके लाभों पर भी चर्चा की गयी है।

4.7 शब्दावली

साम्राज्यवाद : साम्राज्यवाद शब्द एक ऐसी नीति को दर्शाता है जिसके माध्यम से कोई राष्ट्र या तो भूमि खरीदकर, राजनयिक चालों का उपयोग करके या सैन्य हस्तक्षेपों का प्रयोग करके भूमि का अधिग्रहण करता है और अपने भू-क्षेत्र का विस्तार करता है।

सामाजिक पर्यटन : गन्तव्य-स्थलों वाले देशों में सम्पर्कों से जुड़ी तथा लोगों की सहभागिता के साथ-साथ छुट्टियाँ मनाने वाले लोगों, समाज की वंचित परतों, किसी कारण से पर्यटन में भाग लेने में असमर्थ लोगों, अवकाशों और उनके लाभों से जुड़ी परिघटनाएँ।

4.8 उत्तरों के लिए संकेत

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 1

- 1) कृपया अनुभाग 4.2 का अध्ययन करें।
- 2) अपने उत्तर के लिए कृपया अनुभाग 4.2 का अध्ययन करें।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 2

- 1) कृपया अनुभाग 4.3 देखें।
 - 2) कृपया अनुभाग 4.4 का अध्ययन करें।
 - 3) कृपया अनुभाग 4.5 देखें।
-
-

इकाई 5 पर्यटन के घटक, उद्योग और पर्यटक संगठन

संरचना

5.0 उद्देश्य

5.1 प्रस्तावना

5.2 पर्यटन उद्योग

5.3 घटक

5.3.1 प्राथमिक/प्रमुख घटक

5.3.2 द्वितीयक घटक

5.4 पर्यटक संगठन

5.5 अन्तरराष्ट्रीय संगठन

5.5.1 यूएनडब्ल्यूटीओ (UNWTO)

5.5.2 अन्य संगठन

5.6 भारत में सरकारी संगठन

5.6.1 केन्द्र सरकार

5.6.2 राज्य सरकार/ संघ राज्य क्षेत्र

5.7 भारत में निजी क्षेत्र के संगठन

5.7.1 आईएटीओ (IATO)

5.7.2 टीएएआई (TAAI)

5.7.3 एफएचआरएआई (FHRAI)

5.8 सारांश

5.9 शब्दावली

5.10 अपनी प्रगति को जाँचिए/अभ्यास के लिए संकेत

.....

5.0 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के बाद आप इस योग्य हो जाएँगे कि आप :

- यह समझ सकें कि पर्यटन को एक उद्योग क्यों कहा जाता है;
- पर्यटन उद्योग के विभिन्न घटकों के बारे में जान सकें;
- इसके विभिन्न घटकों की स्वतन्त्रता के बारे में सीख सकें;
- पर्यटक संगठनों के विभिन्न प्रकारों के बारे में परिचित हो सकें;
- इनमें से कुछ संगठनों के प्रकार्यों और उनकी प्रासंगिकता के बारे में जान सकें; और
- पर्यटन उद्योग से सम्बन्धित ऐसे प्रश्नों की सूची बना सकें, जिनका उत्तर देने के लिए, आवश्यकता पड़ने पर, पर्यटन से जुड़े पेशेवर लोगों को सक्षम होना चाहिए।

5.1 प्रस्तावना

वर्तमान समय का पर्यटन इसके विभिन्न घटकों के संयुक्त प्रयासों का परिणाम है। भविष्य में इसमें और भी घटकों के जुड़ने की सम्भावना है। वास्तव में, जिसे हम पर्यटन उद्योग के रूप में परिभाषित कर सकते हैं, वह विभिन्न उद्योगों और सेवाओं के उत्पाद (आउटपुट) और सेवाओं का मिश्रण है। यह इकाई पर्यटन को एक उद्योग के रूप में वर्णित करने से सम्बन्धित एक सैद्धान्तिक चर्चा के साथ शुरू होती है। यह इसके विभिन्न घटकों की पहचान करने और उनकी सूची बनाने की दिशा में आगे बढ़ती है। हालाँकि, उनका वर्णन संक्षिप्त चर्चा तक ही सीमित है क्योंकि उनमें से अधिकांश पर स्वतन्त्र रूप से अलग-अलग इकाइयों में चर्चा की गयी है। इकाई कुछ ऐसे महत्वपूर्ण संगठनों का भी लेखा-जोखा प्रस्तुत करती है जो राष्ट्रीय के साथ-साथ अन्तरराष्ट्रीय स्तरों पर भी पिछले कुछ वर्षों में उभरे हैं। इस क्षेत्र से जुड़े पर्यटन-सम्बन्धी पेशेवर लोगों और अनुसन्धानकर्ताओं के लिए इन संगठनों का मौलिक ज्ञान अत्यन्त आवश्यक है।

5.2 पर्यटन उद्योग

यद्यपि अतीत में बहुत सारे राज्यों ने एक उद्योग के रूप में पर्यटन का संज्ञान लेने से इनकार कर दिया था। ऐसा शुद्ध रूप से इसी कारण था क्योंकि पर्यटन के विकास में साहाय्यिकी (सब्सिडी) सम्बन्धी कारक संलग्न थे। पर्यटन उद्योग को हम यदि व्यापक रूप से व्याख्यायित करें तो यह स्पष्ट होता है कि इस सम्बन्ध में प्रभावी क्षेत्र आवास सम्बन्धी सेवाओं, विभिन्न माध्यमों के रूप में परिवहन तथा फुरसत और मनोरंजन से जुड़ी गतिविधियों से सम्बन्धित रहे हैं। बाज़ार को उत्पन्न करने और गन्तव्य पर घटनाओं का मार्गनिर्देशन करने, दोनों मामलों में, सेवाओं के विशेषीकृत रूप भी हैं। इसलिए, इसमें कोई सन्देह नहीं है कि एक बार जब पर्यटन को एक उद्योग के रूप में वर्णित कर दिया जाता है, तो बहुत सारी जटिलताएँ उत्पन्न हो जाती

हैं। इस सन्दर्भ में, विद्वानों ने भी अलग-अलग दृष्टिकोणों को प्रस्तुत किया है। उदाहरण के लिए, नील लीपर ने इस विवाद को अपने आलेख “पर्यटन और सम्बन्धित अवधारणाओं को परिभाषित करना : पर्यटक, बाज़ार, उद्योग और पर्यटन व्यवस्था” (आतिथ्य और पर्यटन से सम्बन्धित वीएनआर का विश्वकोश, न्यूयॉर्क 1993) में सारांशतः प्रस्तुत करने का प्रयास किया है। जिन दृष्टिकोणों को लेखे-जोखे में लिया गया है, उनमें ए. जे. बर्कर्ट, कैसर तथा हेबर, कौल और लीपर का दृष्टिकोण शामिल है :

1) बर्कर्ट और अन्य पर्यटन उद्योग की पहचान इस रूप में की है कि :

- यह व्यवसाय और संगठनों की व्यापक परास से मिलकर बना है, जो “वास्तव में अर्थव्यवस्था के सभी क्षेत्रों” से सम्बन्धित है, और
- घटकों में उन वस्तुओं और सेवाओं के समस्त आपूर्तिकर्ता शामिल हैं, जिनकी पर्यटकों को आवश्यकता होती है।

इस प्रकार, पर्यटन उद्योग एक तरफ एक वृहद उद्योग के रूप में सामने आता है जबकि दूसरी तरफ “यह अत्यधिक विखण्डित उद्योग के बोध की तरफ भी ले जाता है।” यह इस मान्यता पर आधारित है कि “पर्यटकों द्वारा किया गया खर्च पर्यटन उद्योग के अस्तित्व और पैमाने को प्रतिबिम्बित करता है” तथा इस चीज को हिसाब में नहीं लेता कि “पर्यटकों के सम्बन्ध में कुछ व्यवसायों को तथा एक व्यवसाय के सम्बन्ध में किसी दूसरे व्यवसाय को किस प्रकार प्रबन्धित किया जाता है।”

2) कैसर और अन्य ने वकालत की है कि “पर्यटन उद्योग जैसा कहीं कुछ नहीं है”। जो घटित होता है वह अनेक उद्योगों का एक संग्रह है। ये अनेक उद्योग, पर्यटकों के साथ विभिन्न प्रकारों के सम्बन्धों को रखते हुए, अलग-अलग तरीके से कार्य करते हैं। पर्यटकों

के साथ ये सम्बन्ध आकस्मिक और सप्रयोजन दोनों तरीके के हो सकते हैं तथा प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष तरीके के हो सकते हैं।

3) लीपर ने एक मध्यवर्ती स्थिति ग्रहण की है। उनके अनुसार “पर्यटन उद्योग ऐसे संगठनों से बनता है” जो :

- “पर्यटकों की पहचान योग्य कुछ विशिष्ट आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए वस्तुओं और सेवाओं को उपलब्ध कराने के व्यवसाय में” हैं, और
- “ऐसा करने में ये संगठन, कुछ सीमा तक, एक-दूसरे का सहयोग करते हैं।”

इस कारण ट्रेवल एजेंटों, यात्रा-संचालकों (टूर-ऑपरेटर्स), मार्गनिर्देशकों (गाइड्स) आदि जैसे कुछ संगठन पर्यटन के क्षेत्र में आ जाते हैं, जबकि अन्य संगठन इस क्षेत्र से बाहर हो जाते हैं। यह उस अन्तर के रूप में भी हो सकता है जो अन्तर विशेष रूप से यात्रियों के लिए हवाई अड्डे पर खोली गयी दुकान और शहर के बाजार में किसी भी व्यक्ति की सेवा के लिए खोली गयी दुकान के बीच होता है।

इस विवाद में और अधिक गहराई तक गए बिना हम आपके लिए सारांशतः यह कह सकते हैं कि पर्यटन में संलग्न आर्थिक प्रभावों, लाभों, रोजगार सृजन, विदेशी मुद्रा के अर्जन आदि के कारण अधिक से अधिक देश पर्यटन को अब एक उद्योग के रूप में घोषित कर रहे हैं; इसके लिए नीतियाँ स्वीकार कर रहे हैं और योजनाएँ बना रहे हैं; विनियमनों का प्रारूपण कर रहे हैं और प्रोत्साहन प्रदान कर रहे हैं। यहाँ यह उल्लेख करना भी महत्वपूर्ण है कि अनेक विकसित देशों में पर्यटन को अब एक उद्योग की बजाय एक सेवा के रूप में सन्दर्भित किया जाने लगा है। ऐसा इसलिए है क्योंकि ये देश आधारभूत संरचना के विकास के सन्दर्भ में पूर्णता की अवस्था में पहुँच चुके हैं और अब इन देशों का जोर सेवाओं की खपत पर है। इसके विपरीत, हमारे जैसे विकासशील देश अभी भी आधारभूत सुविधाओं का सृजन करने के लिए ही संघर्ष कर रहे हैं तथा बहुत कुछ किया जाना अभी बाकी ही है। इसलिए, पर्यटन हमारे लिए सिर्फ सेवा होने की बजाय एक उद्योग भी है।

सातवीं पंचवर्षीय योजना (1985-90) में पर्यटन को भारत सरकार द्वारा एक उद्योग की प्रस्थिति प्रदान की गयी थी। इसलिए, योजना के एक लक्ष्य के रूप में, पर्यटन के विकास को नियोजन की प्रक्रिया में पहली बार शामिल किया गया। मई, 1992 में इसकी संवृद्धि और विकास के लिए एक राष्ट्रीय कार्य-योजना निर्मित की गयी। इसके बाद आने वाले समय में इस लक्ष्य को प्राप्त करने के लिए ही राष्ट्रीय पर्यटन नीति का निर्माण किया गया।

5.3 घटक

पर्यटन उद्योग के घटक विभिन्न प्रकार के हैं - स्थानीय स्तरों पर संचालित होने वाले लघु-स्तरीय व्यवसायों से लेकर बहुराष्ट्रीय कम्पनियों तक ये व्याप्त हैं। उदाहरण के लिए, किसी हवाई अड्डे पर फास्ट फूड का कोई काउण्टर पर्यटन उद्योग का एक घटक है क्योंकि किसी वायुसेवा या होटल के सन्दर्भ में पर्यटक के लिए सेवा प्रदान करने का इसका अपना उद्देश्य है। इसके अतिरिक्त, ये विभिन्न घटक एक-दूसरे से निकटतापूर्वक जुड़े हुए हैं। यह जुड़ाव घटकों के किसी एक समुच्चय के भीतर मौजूद प्रतिस्पर्धा के बावजूद भी होता है। उदाहरण के लिए, A और X नाम के दो होटल प्रतिस्पर्धी हैं किन्तु ये दोनों ही वायुसेवा से आने वाले पर्यटकों पर निर्भर हैं। तथा Y और Z नाम की वायुसेवाएँ प्रतिस्पर्धी हैं, इत्यादि। वास्तव में, बहुधा यह जुड़ावों की एक शृंखला ही है और आधुनिक पर्यटन विभिन्न घटकों के सम्मिश्रणों और संयुक्त सांगठनिक प्रयासों का परिणाम है। आइए पर्यटन उद्योग की रचना करने वाले प्राथमिक और द्वितीयक घटकों का उल्लेख करें।

5.3.1 प्राथमिक/प्रमुख घटक

इसके अन्तर्गत हम अत्यावश्यक घटकों का उल्लेख करते हैं।

1) परिवहन

यदि आपको यात्रा करनी है, या अगर आप एक ट्रेवल एजेंट या यात्रा-संचालक (टूर ऑपरेटर) हैं और आप अपने किसी ग्राहक को यात्रा-सम्बन्धी सुझाव देना चाहते हैं तो इस यात्रा के लिए परिवहन के साधन की आवश्यकता होगी। इसके अतिरिक्त, यात्रा उपलब्ध सीटों की संख्या आदि पर निर्भर होती है। वर्तमान समय में, यात्रा उद्योग सड़क, रेल, हवाई यात्रा और जल-यात्रा के क्षेत्र में अपनी विभिन्न शाखाओं के साथ एक अति विकसित उद्योग है।

2) आवास (Accommodation)

कोई पर्यटक सिर्फ यात्रा ही नहीं करता, बल्कि कहीं न कहीं ठहरता भी है। और यहाँ पर आवास का मामला सामने आता है। यह अलग-अलग तरीके का हो सकता है - कुटिया या पर्यटक-लॉज (lodge) से लेकर हाउसबोट या पंचसितारा होटल तक।

3) खानपान, आहार और मनोरंजन

किसी भी यात्री के लिए भोजन भी आवश्यक है और यहाँ पर खानपान और आहार की भूमिका सामने आती है। रेस्तराँ, फास्ट फूड के केन्द्र और ढाबे - ये सब अलग-अलग तरीके की पाकविद्या के साथ अपनी-अपनी भूमिकाएँ निभाते हैं। गन्तव्यों पर आकर्षणों के रूप में अलग-अलग तरीके के मनोरंजन उपलब्ध कराए जाते हैं।

4) मध्यवर्ती घटक

मध्यवर्ती घटकों में ट्रेवल एजेंसी, यात्रा-संचालक और मार्गनिर्देशक (गाइड) सेवाएँ शामिल हैं।

ट्रेवल एजेंट/ यात्रा संचालक ऐसा घटक है जो पर्यटन के सभी घटकों को आपस में एक-दूसरे से सम्बन्धित करता है। इन ट्रेवल एजेंटों/ यात्रा संचालकों के पास संचित ज्ञान होता है, विशेषज्ञता होती है तथा सेवाएँ उपलब्ध कराने वाले लोगों के साथ इनके सम्पर्क

होते हैं। ये यात्री और पर्यटक सेवाओं के आपूर्तिकर्ताओं (विमानसेवाओं, परिवहन कम्पनियों, होटलों और किराये पर ऑटो/टैक्सी प्रदान करने वाली कम्पनियों) के बीच एक उपयोगी और अनमोल मध्यवर्ती की तरह होते हैं।

ट्रैवल एजेंसी के कार्य उन गतिविधियों के क्षेत्रों पर निर्भर करते हैं जिनमें यह एजेंसी शामिल है। इसके अतिरिक्त ये कार्य आकार और अवस्थिति पर भी निर्भर करते हैं। एजेंसी के पास विशेषीकृत विभाग होते हैं और इनमें से प्रत्येक विभाग को अलग-अलग कार्य करने होते हैं; जैसे -

1. यात्रा सम्बन्धी जानकारियाँ उपलब्ध कराना
2. यात्रा-कार्यक्रम तैयार करना
3. सेवा-प्रदाताओं से सम्बन्ध स्थापित करना
4. भ्रमण की योजना बनाना और लागत आकलित करना
5. टिकट कराना
6. विदेशी मुद्रा उपलब्ध कराना
7. बीमा, इत्यादि।

कुछ ट्रैवल एजेंट ऐसे भी हैं जो यात्रा-संचालक भी हैं और पर्यटक उत्पादों को विनिर्मित भी करते हैं। वे भ्रमण के बारे में योजना बनाते हैं, उसे व्यवस्थित करते हैं और बेचते हैं। वे सभी आवश्यक व्यवस्थाओं; जैसे परिवहन, आवास, दृश्य-अवलोकन, बीमा, मनोरंजन और अन्य सम्बद्ध सेवाओं का इंतजाम करते हैं; तथा इन सबकी लागत को जोड़कर एक समावेशी मूल्य पर इसे 'पैकेज' के रूप में बेचते हैं। कोई पैकेज-टूर किसी विशिष्ट रुचि से जुड़ा हुआ टूर हो सकता है, पर्वतीय टूर हो सकता है तथा साहसिक या तीर्थयात्रा-सम्बन्धी टूर हो सकता है। ये टूर किसी नेतृत्वकर्ता द्वारा अनुरक्षित होते हैं तथा इनमें

परिवहन, भोजन, दृश्य-अवलोकन, आवास और मार्गनिर्देशक (गाइड) सेवाएँ सभी कुछ शामिल होती हैं। यह नेतृत्वकर्त्ता या समूह-नेता टूर के समस्त कार्यक्रम को बनाए रखने और समस्त व्यवस्थाओं की देखभाल करने के लिए जिम्मेदार होता है।

मार्गनिर्देशन (गाइड) सेवाएँ पर्यटन में केन्द्रीय भूमिका निभाती हैं क्योंकि संस्कृति के सारतत्व को जब व्याख्यायित किया जाता है तो पर्यटक को आनन्द आता है - खासकर तब जब यह स्वयं पर्यटक की भाषा में व्याख्यायित किया जा रहा हो।

5) सरकारी विभाग/ पर्यटक सूचना केन्द्र/ पर्यटक संगठन

पर्यटन से जुड़े अनेक राष्ट्रीय और अन्तरराष्ट्रीय संगठन पर्यटन उद्योग के एक हिस्से का निर्माण करते हैं।

5.3.2 द्वितीयक घटक

आज बहुत सारी सेवाएँ (औपचारिक और अनौपचारिक) ऐसी हैं जो पर्यटन-सम्बन्धित को निर्मित करती हैं या पर्यटन से प्रत्यक्षतः और परोक्षतः सम्बन्धित हैं। उदाहरण के लिए, बैंक पर्यटन उद्योग के अन्तर्गत नहीं आते किन्तु यात्री-चेक या क्रेडिट कार्ड के माध्यम से वे पर्यटकों को सेवाएँ प्रदान करते हैं। इसी प्रकार, बीमा कम्पनियाँ पर्यटकों के लिए लघु-अवधि की सुरक्षा और दुर्घटना पॉलिसी उपलब्ध कराती हैं। यहाँ हम ऐसे कुछ घटकों का उल्लेख कर सकते हैं :

- 1) **दुकानें और विक्रय-केन्द्र** : ये पर्यटकों को विभिन्न उत्पाद बेचते हैं। अनेक राज्य सरकारों ने अपने राज्य से इतर दूसरे राज्यों में भी अपने विक्रय-केन्द्र (एम्पोरिया) खोले हैं। उदाहरण के लिए, दिल्ली में सभी राज्यों के विक्रय केन्द्र व्यावहारिक रूप से बाबा खडग सिंह मार्ग पर खुले हुए हैं।

- 2) **हस्तशिल्प और स्मृति-चिह्न** : हस्तशिल्पों और स्मृति-चिह्नों के अनेक उद्योग अपनी बिक्री के लिए आज पूरी तौर पर पर्यटकों पर ही निर्भर हैं।
- 3) **स्थानीय टैक्सी/ परिवहन** : (रिक्शा, ई-रिक्शा, ताँगा, साइकिल आदि)
- 4) **फेरीवाले और कुली**
- 5) **गन्तव्य स्थलों पर संचार सेवाएँ**
- 6) **मध्यस्थ और दलाल**
- 7) **विज्ञापन एजेंसियाँ**
- 8) **प्रकाशन उद्योग** : अर्थात् ऐसे प्रकाशक जो ट्रेवेल-गाइड्स, ब्रोशर्स, पत्रिकाओं, पोस्टकार्डों आदि का प्रकाशन करते हैं।
- 9) **कलाकार, निष्पादनकर्त्ता, संगीतकार आदि** : अर्थात् ऐसे लोग जो पर्यटकों के मनोरंजन के लिए निष्पादन करते हैं।

संयुक्त राष्ट्र संघ द्वारा “भारत में पर्यटन का आर्थिक प्रभाव” नामक विषय पर किए गए अध्ययन में पर्यटन के कारण उत्पन्न रोजगार-अवसरों के माध्यम से जिन हिस्सों को लाभ मिलता है, वे इस प्रकार हैं :

- 1) **होटल और रेस्तराँ**
- 2) **रेलवे परिवहन सेवाएँ**
- 3) **परिवहन सेवाएँ**
- 4) **खरीददारी**
- 5) **खाद्य और पेय पदार्थ**
- 6) **ऊन, रेशम, सिन्थेटिक धागों से बने हुए वस्त्र**
- 7) **काष्ठ और काष्ठ-उत्पाद (फर्नीचर को छोड़कर)**

8) चमड़ा, तथा चमड़े से बने उत्पाद

9) मशीनरी और परिवहन के उपकरणों को छोड़कर धातुओं के अन्य उत्पाद

10) विविध विनिर्माण उद्योग

11) व्यापार

12) अन्य सेवाएँ

अतः हम कह सकते हैं कि पर्यटन उद्योग की परास बहुत व्यापक है तथा तीसरी दुनिया में सरकारें पर्यटन के विकास के लिए प्रोत्साहन दे रही हैं।

अभ्यास 1

अपनी प्रगति को जाँचिए

1) एक उद्योग के रूप में पर्यटन के प्रति विभिन्न दृष्टिकोणों का उल्लेख कीजिए।

.....

.....

.....

.....

2) पर्यटन में मध्यवर्तियों की भूमिका पर चर्चा कीजिए।

.....

.....

.....

.....
.....
3) तीसरी दुनिया की सरकारें पर्यटन उद्योग को क्यों प्रोत्साहित कर रही हैं?

5.4 पर्यटक संगठन

पिछले वर्षों में पर्यटन से जुड़े बहुत सारे संगठनों का उद्भव हुआ है। पर्यटन नीति के निर्माण, नियोजन, प्रोन्नयन, आधारभूत संरचना और रिसॉर्ट के विकास, पर्यटकों के अधिकारों के संरक्षण, वार्ताओं आदि में इन संगठनों ने बहुत महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। विदेशी मुद्रा, रोजगार के अवसर, राष्ट्रीय हितों को उत्पन्न करने तथा समय-समय पर विकास के स्तर जैसे कारकों ने ऐसे संगठनों की आवश्यकता को निर्धारित किया है और तदनुसार ऐसे संगठनों के विकास और प्रकार्यों को प्रभावित किया है।

ये संगठन सार्वजनिक के साथ-साथ निजी क्षेत्र में भी और विभिन्न स्तरों पर विद्यमान हैं, अर्थात् वैश्विक, राष्ट्रीय, प्रान्तीय और स्थानीय स्तरों पर; उदाहरण के लिए, विश्व पर्यटन संगठन, भारतीय पर्यटन विकास निगम, महाराष्ट्र राज्य पर्यटन विकास निगम या केरल के किसी जिले का पर्यटन क्लब। कुछ गैर-सरकारी संगठन भी हैं जो पर्यटन से जुड़े मुद्दों के लिए

अपना पूरा समय देते हैं, जैसे बेंगलोर में इक्वेशन्स (EQUATIONS : Equitable Tourism Options)।

उद्योग के अलग-अलग हिस्सों के पास भी अपने अधिकारों के संरक्षण और प्रोन्नयन के लिए अपने-अपने संगठन हैं, जैसे - ट्रैवल एजेण्ट्स एसोसिएशन या ट्रिस्ट गाइड्स एसोसिएशन।

5.5 अन्तरराष्ट्रीय संगठन

ऐसे बहुत सारे अन्तरराष्ट्रीय पर्यटक संगठन गठित किए गए हैं जो सरकारों के साथ-साथ निजी क्षेत्रक का भी प्रतिनिधित्व करते हैं। ऐसे सारे संगठनों पर चर्चा करना कठिन है, इसलिए हम यहाँ कुछ महत्वपूर्ण संगठनों का ही उल्लेख करेंगे।

5.5.1 यूएनडब्ल्यूटीओ (UNWTO)

संयुक्त राष्ट्र विश्व पर्यटन संगठन (1975 में गठित) एक अन्तरराष्ट्रीय निकाय है। यह इंटरनेशनल यूनियन ऑफ ऑफिसियल ट्रैवल ऑर्गनाइजेशन (IUOTO), जो 1947 से 1975 तक अस्तित्व में रहा, का उत्तराधिकारी संगठन है। संयुक्त राष्ट्र संघ की एक विशेषीकृत एजेंसी के रूप में यूएनडब्ल्यूटीओ के सदस्यों में 159 देश, 6 भूभाग और पाँच सौ से अधिक सहबद्ध सदस्य शामिल हैं जो निजी क्षेत्रक, शैक्षिक संस्थानों, पर्यटक संघों और स्थानीय पर्यटक प्राधिकरणों का प्रतिनिधित्व करते हैं। इस संस्था का मुख्यालय मैड्रिड (स्पेन) में स्थित है और इसकी तीन कृत्यकारी संस्थाएँ हैं :

- डब्ल्यूटीओ सचिवालय (मैड्रिड में स्थायी कार्यालय)
- आम सभा (प्रत्येक दो वर्ष पर मिलती है)

- कार्यपालक (executive) परिषद (वर्ष में दो बार मिलती है)

संगठन का मूलभूत उद्देश्य इस प्रकार होगा :

“प्रजाति, लिंग, भाषा और धर्म के भेदभाव के बिना पर्यटन का प्रोन्नयन और विकास इस तरह करना कि आर्थिक विकास, अन्तरराष्ट्रीय समझ, शान्ति, समृद्धि तथा सभी लोगों के लिए मानवाधिकारों और मौलिक स्वतन्त्रताओं तथा सार्वभौमिक आदर के दृष्टिकोण को पूर्ण किया जा सके। यह संगठन इस लक्ष्य को प्राप्त करने के लिए सारी उपयुक्त कार्रवाइयाँ करेगा। इस लक्ष्य को पूर्ण करने के क्रम में, यह संगठन पर्यटन के क्षेत्र में विकासशील देशों के हितों का विशेष ध्यान रखेगा।”

यहाँ हमें इस बात का अवश्य ध्यान रखना चाहिए कि यूएनडब्ल्यूटीओ अकेला ऐसा संगठन है जो संचालक क्षेत्र के लिए खुला हुआ है। सार्वजनिक और निजी क्षेत्र के मिलकर शामिल होने के कारण उद्योग को प्रभावित करने वाले मुद्दों के प्रति एक व्यावहारिक व क्रियाशील दृष्टिकोण को बल मिलता है। उद्योग के लिए यूएनडब्ल्यूटीओ एक मंच भी प्रदान करता है ताकि “यात्रा और पर्यटन के ढाँचों और वैश्विक मानकों को स्थापित” किया जा सके। यह विश्व के तीव्रतम गति से विकसित हो रहे उद्योग को समेकित करने का प्रयत्न करता है। यूएनडब्ल्यूटीओ की गतिविधियों में शामिल हैं :

i) तकनीकी सहयोग

संयुक्त राष्ट्र विकास कार्यक्रम (यूएनडीपी) की एक क्रियान्वयन एजेंसी के रूप में यूएनडब्ल्यूटीओ धारणीय पर्यटन विकास, निवेश आवश्यकताओं और प्रौद्योगिकीय स्थानान्तरण से लेकर विपणन और प्रोन्नयन तक पर्यटन से जुड़े बहुत सारे मुद्दों पर सरकारों को सहायता उपलब्ध कराता है।

ii) शिक्षा और प्रशिक्षण

शिक्षा और प्रशिक्षण यात्रा और पर्यटन उद्योग के प्रमुख निर्णायक तत्वों में से एक है। यूएनडब्ल्यूटीओ, 'दूरस्थ शिक्षण' पाठ्यक्रमों समेत बहुत सारे कार्यक्रमों को प्रस्तावित करता है। ये कार्यक्रम परड्यू (Purdue) विश्वविद्यालय और सॉरबोन (Sorbonne) के साथ आयोजित किए जाते हैं।

अन्य परियोजनाओं में शामिल हैं : यूएनडब्ल्यूटीओ शिक्षा और प्रशिक्षण केन्द्रों के नेटवर्क की स्थापना तथा पर्यटन शिक्षा और प्रशिक्षण संस्थाओं की एक निर्देशिका (डायरेक्ट्री) का प्रकाशन।

iii) पर्यावरण और नियोजन

धारणीय पर्यटन विकास का लक्ष्य पर्यावरण और नियोजन के क्षेत्र में यूएनडब्ल्यूटीओ के कार्य की नींव रखता है। ऐसी गतिविधियों में शामिल हैं : पर्यटन और पर्यावरण से जुड़े मंचों (forums) के साथ सहभागिता करना, जैसे - रियो पृथ्वी शिखर सम्मेलन तथा कनाडा में ग्लोब गोष्ठियाँ।

यूएनडब्ल्यूटीओ पर्यटन के लिए स्वच्छ समुद्र तटों के एक वैश्विक कार्यक्रम का विकास भी कर रहा है जो यूरोपीय समुदाय के ब्लू फ्लैग कार्यक्रम पर आधारित है।

संयुक्त राष्ट्र पर्यावरण कार्यक्रम (यूएनईपी) के साथ अनेक संयुक्त प्रतिवेदनों समेत बहुत सारे प्रकाशन रिसॉर्ट्स, समुदायों और राष्ट्रीय उद्यानों में पर्यटन के नियोजन के सम्बन्ध में महत्वपूर्ण निविष्टि (इनपुट) प्रदान करते हैं।

iv) सुगमता और उदारीकरण

यूएनडब्ल्यूटीओ पर्यटन के मार्ग में आने वाली बाधाओं को हटाने की दिशा में कार्य करता है। इस क्षेत्र से जुड़ी गतिविधियों में शामिल हैं : पर्यटन तक दिव्यांगों की समुन्नत पहुँच को प्रोत्साहित करना, कम्प्यूटर आरक्षण प्रणालियों पर अनुसन्धान करना, व्यापार और प्रशुल्क पर सामान्य समझौते (GATT) प्रक्रियाओं के साथ संलग्नता बनाए रखना, स्वास्थ्य और सुरक्षा सम्बन्धी मुद्दों पर सहायता प्रदान करना।

v) विपणन और प्रोन्नयन

यूएनडब्ल्यूटीओ पूरे विश्व में यात्रा और पर्यटन की प्रवृत्तियों की सतत निगरानी और विश्लेषण करता है जिससे रणनीतिक नियोजन और विपणन के लिए अमूल्य आँकड़े उपलब्ध होते हैं।

पर्यटन सांख्यिकी पर डब्ल्यूटीओ का ओटावा सम्मेलन भी समान रूप से महत्वपूर्ण रहा है, जिसने पर्यटन की वैश्विक परिभाषाओं को स्थापित किया। इस तरीके से, पर्यटन के प्रवाह के एकसमान मापन के लिए एक ठोस आधार की रचना की गयी।

vi) प्रकाशन

यूएनडब्ल्यूटीओ के पास ढेर सारे प्रकाशन भी हैं। इनमें शामिल हैं :

- पर्यटन सांख्यिकी की इयरबुक (yearbook)
- पर्यटन सांख्यिकी का संग्रह (वार्षिक)
- यात्रा और पर्यटन बैरोमीटर (त्रैमासिक)
- पर्यटन शिक्षा और प्रशिक्षण संस्थाओं की निर्देशिका (डायरेक्ट्री)
- रिसॉर्ट के विकास के लिए एक समेकित दृष्टिकोण

- मार्गनिर्देश : पर्यटन के लिए राष्ट्रीय उद्यानों और संरक्षित क्षेत्रों का विकास
- पर्यटन वहन क्षमता
- धारणीय पर्यटन विकास : स्थानीय योजनाकारों के लिए मार्गनिर्देश
- विश्व पर्यटन की भविष्यवाणियाँ
- पर्यटन की प्रवृत्तियाँ
- पर्यटन में महिलाएँ, आदि।

5.5.2 अन्य संगठन

अन्तरराष्ट्रीय स्तर पर यूएनडब्ल्यूटीओ के अतिरिक्त अनेक अन्य संस्थाएँ भी विद्यमान हैं और इनमें से कुछ संस्थाओं के बारे में हम यहाँ संक्षेप में वर्णन करेंगे।

i) आईएटीए (IATA)

अन्तरराष्ट्रीय वायु परिवहन संघ (International Air Transport Association) एक गैर-सरकारी संगठन है तथा व्यवहार में सारी जहाजरानियाँ इसकी सदस्य हैं। सक्रिय सदस्य अन्तरराष्ट्रीय संचालनों में संलग्न हैं जबकि सम्बद्ध (एसोसिएट) सदस्यों में घरेलू विमानसेवाएँ आती हैं। आईएटीए का लक्ष्य है :

- यात्रियों के लाभ के लिए विश्वसनीय, नियमित और किफायती वायु परिवहन के विकास को प्रोत्साहित करना,
- वायु-वाणिज्य को प्रोत्साहित करना तथा इससे सम्बन्धित समस्याओं का अध्ययन करना,

- उद्योग से सम्बन्धित समस्याओं और मुद्दों पर अनुसन्धान करना।

1945 में अपनी स्थापना के समय से लेकर अब तक आईएटीए की गतिविधियों में वर्ष-दर-वर्ष विस्तार हुआ है। वर्तमान समय में इसकी सेवाओं और भूमिकाओं में शामिल हैं :

- वैश्विक हवाई मार्गों के लिए ऐसी दरों का निर्धारण करना, जिससे सदस्य विमानसेवाएँ सहमत हों,
- अन्तरराष्ट्रीय उड़ानों के लिए समय सारणी की योजना बनाना,
- कुछ सेवाओं, जैसे - सामान की जाँच-पड़ताल, आरक्षण आदि का मानकीकरण करना और इनमें समन्वय स्थापित करना।

इसके अतिरिक्त आईएटीए अन्तरराष्ट्रीय हवाई यात्राओं के सम्बन्ध में सांख्यिकीय आँकड़े भी उपलब्ध कराता है तथा हवाई टिकट कूपनों के लिए क्लियरिंग हाउस की तरह कार्य करता है।

ii) यूएफटीए (UFTAA)

यूनिवर्सल फ़ेडरेशन ऑफ़ ट्रेवल एजेण्ट्स एसोसिएशन (UFTAA) की स्थापना सन् 1966 में की गयी थी। राष्ट्रीय और क्षेत्रीय संगठन इसके सदस्य हैं। इसका लक्ष्य विभिन्न मंचों पर ट्रेवल एजेण्ट उद्योग और ट्रेवल एजेण्टों का प्रतिनिधित्व करना तथा उनकी तरफ से वार्ताएँ करना है।

इसके अतिरिक्त, कुछ अन्य संगठनों की सूची भी है :

- इण्टरनेशनल फ़ेडरेशन ऑफ़ टूर ऑपरेटर्स (IFTO), जो राष्ट्रीय टूर ऑपरेटर संघों का प्रतिनिधित्व करता है।

- इण्टरनेशनल यूथ हॉस्टल फ़ेडरेशन (IYHF), जो राष्ट्रीय यूथ हॉस्टल संघों का प्रतिनिधित्व करता है।
- अन्तरराष्ट्रीय होटल संघ (IHA), जो होटल और रेस्तराँ उद्योग का प्रतिनिधित्व करता है।
- टूर प्रबन्धकों का अन्तरराष्ट्रीय संघ (IATM),
- प्रशान्त एशिया यात्रा संघ (PATA) आदि।

5.6 भारत में सरकारी संगठन

अधिकांश देशों में पर्यटन नीति को सूत्रबद्ध कर लिया गया है और कुछ मामलों में इस नीति को एक राष्ट्रीय पर्यटक संगठन के अन्तर्गत क्रियान्वित भी कर दिया गया है। ऐसे आधिकारिक संगठन विकास, प्रोन्नयन, विपणन आदि से सम्बन्धित मामलों की देखभाल करते हैं। वास्तव में, इनके प्रमुख कार्यों में शामिल हैं :

- नीति का प्रारूपण और नियोजन करना,
- प्रोन्नयन और विपणन करना,
- सार्वजनिक और निजी क्षेत्रों के बीच समन्वय स्थापित करना,
- प्रशिक्षण और शिक्षा के माध्यम से मानव संसाधन का विकास करना, और
- विधायन तथा विनियमन, आदि।

यहाँ हमें इनके महत्व का संज्ञान अवश्य लेना चाहिए क्योंकि इनकी भूमिका, कार्यकरण और अभिवृत्ति पर्यटन की समस्त प्रारम्भिक कार्यवाहियों को प्रभावित करती है।

5.6.1 केन्द्र सरकार

पर्यटन के एक पेशेवर के रूप में आपको समय-समय पर पर्यटन मन्त्रालय और इसके अधिकारियों के साथ बातचीत करनी पड़ सकती है। पर्यटन मन्त्रालय का प्राथमिक कार्य नीति को निर्धारित करना, पर्यटन सम्बन्धी आँकड़ों को एकत्रित करना, पर्यटन से सम्बन्धित पूछताछ पर ध्यान देना, भारत को एक गन्तव्य के रूप में प्रचारित करना, पर्यटन उद्योग के विभिन्न हिस्सों की गतिविधियों को विनियमित करना, आदि। तदनुसार नीतियों को लागू करने के लिए अनेक परामर्शदाता निकायों और समितियों का गठन किया गया है।

पर्यटन मन्त्रालय का एक महत्वपूर्ण कार्य पर्यटकों की जिज्ञासाओं का उत्तर देना और उनका मार्गनिर्देशन करना है। इसके लिए, प्रमुख स्थानों पर इसके क्षेत्रीय कार्यालय और सूचना कार्यालय विद्यमान हैं। इसी प्रकार, देश से बाहर भी बहुत सारे पर्यटक कार्यालय मौजूद हैं जो एअर इण्डिया के साथ सम्पर्क रखते हुए एक गन्तव्य के रूप में भारत का प्रोन्नयन करते हैं।

भारतीय पर्यटन विकास निगम (आईटीडीसी) एक अन्य सरकारी संगठन है जिसने हमारे देश के विभिन्न भागों में पर्यटन के प्रोत्साहन, यात्रा और अवसंरचनात्मक विकास के लिए प्रमुख भूमिका निभाई है। भारत सरकार की हालिया विनिवेश नीति के कारण, आईटीडीसी समूह के अधिकांश होटलों का विनिवेश निजी संचालकों के हाथों में हो चुका है और इसका लक्ष्य यह रहा है कि अधिरचना को मजबूत किया जाए और सेवाओं के मानकों में सुधार किया जाए। आईटीडीसी ने एक परामर्शदाता विभाग का भी विकास किया है ताकि निजी क्षेत्र के होटल-व्यवसायियों के लिए इसकी विशेषज्ञता की पेशकश की जा सके।

भारतीय पर्यटन वित्त निगम (टीएफसीआई) का गठन सन् 1989 में एक पब्लिक लिमिटेड कम्पनी के रूप में किया गया था ताकि पर्यटन के विकास से सम्बन्धित परियोजनाओं को वित्तीय सहायता उपलब्ध कराई जा सके।

5.6.2 राज्य सरकार / संघ राज्य क्षेत्र

केन्द्र सरकार के प्रतिमानों के अनुसार ही, राज्य सरकारें और संघ राज्य क्षेत्रों के पास अपने पर्यटन विभाग और पर्यटन विकास निगम मौजूद हैं। सारे हवाई अड्डों, प्रमुख रेलवे स्टेशनों और बस स्टैण्डों पर पर्यटक सूचना केन्द्रों का गठन इन विभागों द्वारा किया गया है। ये सक्रिय रूप से निम्नलिखित कार्यों में भी संलग्न हैं :

- अपने स्तरों पर नीति का निर्माण करना,
- प्रोत्साहनमूलक गतिविधियाँ,
- गन्तव्य-स्थलों का विकास,
- मार्गनिर्देशक सेवाओं को उपलब्ध कराना,
- दृश्यावलोकन से सम्बन्धित भ्रमणों का आयोजन कराना, और
- ठहरने की व्यवस्था कराना, आदि।

यहाँ हमें इसका उल्लेख अवश्य करना चाहिए कि हमारे देश में अभी भी हमारे पास जिला या नगरपालिका जैसे स्थानीय स्तरों पर पर्यटक संगठन मौजूद नहीं हैं। बहुत ही कम मामलों में, गन्तव्य स्थलों के विकास/रखरखाव के कार्य के सन्दर्भ में, स्थानीय विकास प्राधिकरणों पर विश्वास किया गया है। तब भी, कार्य-निष्पादन स्तरीय नहीं है। अनेक राज्यीय विभागों के लिए

अपनी सेवाओं में सुधार करना आवश्यक है। इस क्षेत्र में, हमें उन देशों से बहुत-कुछ सीखना है, जिनके पास एक विकसित पर्यटन उद्योग मौजूद है।

अभ्यास 2

अपनी प्रगति को जाँचिए

1) यूएनडब्ल्यूटीओ के मौलिक उद्देश्यों पर चर्चा कीजिए।

.....

.....

.....

.....

2) भारत में राष्ट्रीय और राज्यीय स्तरों के सरकारी पर्यटक संगठनों के प्रकार्यों के बारे में चर्चा कीजिए।

.....

.....

.....

.....

3) आईएटीए के लक्ष्यों पर चर्चा कीजिए।

.....

.....

.....

.....

5.7 भारत में निजी क्षेत्र के संगठन

इस अनुभाग में हम पर्यटन में निजी क्षेत्र के तीन सर्वाधिक महत्वपूर्ण संगठनों पर चर्चा करेंगे।

5.7.1 आईएटीओ (IATO)

यात्रा संचालकों के भारतीय संघ (IATO : Indian Association of Tour Operators) की स्थापना सन् 1981 में की गयी थी। इसके पीछे विचार यह था कि, “परम लाभ के लिए अन्तरराष्ट्रीय समझ और सद्भावना को प्रोत्साहित किया जाए।” यात्रा संचालकों का यह संयुक्त मंच भारत में पर्यटन के विकास को प्रोत्साहित करता है और उसकी सहायता करता है। यह या तो प्रत्यक्ष रूप से किया जाता है या फिर अन्य निकायों और अभिकरणों के साथ चर्चाएँ और बैठकें करके।

इसकी सदस्यता उन संगठनों के लिए खुली हुई है जिनकी पेशेवर प्रतिष्ठा उम्दा है और जो पर्यटन और/अथवा यात्रा उद्योग से पिछले कम से कम एक साल से जुड़े हुए हैं। हालाँकि सदस्यता की श्रेणी के हिसाब से कुछ अन्य शर्तें भी विद्यमान हैं :

i) सक्रिय सदस्य

इस श्रेणी के लिए योग्यता में शामिल हैं :

- एक ऐसी फर्म या कम्पनी, जिसका भारत में व्यवसाय का एक स्थापित स्थान हो,

- जिसका, कम से कम दो वर्ष के लिए, पर्यटन विभाग द्वारा एक यात्रा संचालक/ ट्रेवल एजेंट के रूप में संज्ञान लिया गया हो, और
- पर्यटन और विदेशी विनिमय के जरिये एक वर्ष में आय-अर्जन के मामले में इसकी गतिविधियों का मुख्य हिस्सा कम से कम 20,00,000/- रुपये रहा हो।

ii) **सम्बद्ध सदस्य**

कोई भी ऐसी फर्म या कम्पनी, जो नियमित रूप से पर्यटन और यात्रा उद्योग के साथ संलग्न या सम्बन्धित हो और जिसका संज्ञान राज्य या केन्द्र सरकार या उनके व्यापार संघों, जैसे करियर कम्पनियों, होटल-व्यवसायियों, खानपान के सुविधा प्रदायकों, परिवहन के ठेकेदारों, अग्रेषित और क्लीयरिंग करने वाले एजेंटों, शिपिंग कम्पनियों, राज्य के पर्यटक संगठनों और व्यापार-प्रकाशनों के द्वारा लिया गया हो।

iii) **सदस्यों की अन्य श्रेणियों में शामिल हैं :**

- अन्तरराष्ट्रीय सदस्य,
- सहयोगी (एसोसिएट) सदस्य, और
- अवैतनिक सदस्य

आईएटीओ का लक्ष्य है :

- राष्ट्रीय एकीकरण, अन्तरराष्ट्रीय कल्याण और सद्भावना को प्रोत्साहित करना,
- भारत में और भारत के बाहर, विशेष रूप से पर्यटन के विकास और अन्तरराष्ट्रीय भ्रातृत्व के क्षेत्र में, उच्च शिक्षा, अध्ययन और अनुसन्धान को आगे बढ़ाने के लिए छात्रवृत्ति के माध्यम से विद्यार्थियों की सहायता करना,

- भारत में पीठों और अध्येतावृत्तियों को संस्थाबद्ध करना,
- गोष्ठियों, समूह चर्चाओं, अध्ययन के पाठ्यक्रमों, सांस्कृतिक बैठकों आदि को आयोजित करना और इस सन्दर्भ में सहायता करना,
- उन सभी कदमों को उठाना जो देश में पर्यटन के विकास को प्रोत्साहित करने, उन्हें आगे बढ़ाने या इस विषय में सहायता करने के लिए आवश्यक हो सकते हैं तथा समस्त सन्दर्भों में पर्यटन के कल्याण को सुनिश्चित करने के लिए आवश्यक पहलों का प्रारम्भ करना,
- ऐसे सभी विषयों के सन्दर्भ में यात्रा संचालकों (टूर ऑपरेटर्स) और ट्रेवल एजेण्टों के बीच मैत्रीपूर्ण अनुभवों को प्रोत्साहित करना और उनका प्रोन्नयन करना, जिसमें उनके सामान्य हित और लाभ शामिल हों,
- प्रजाति, रंग, पन्थ या राष्ट्रीयता को लेकर किसी भी भेदभाव के बिना, सभी यात्रियों के लिए पर्यटन और यात्रा सुविधाओं का आनन्द लेने के लिए समान अवसरों को प्रोत्साहित करना,
- उद्योग में उच्च नैतिक मानकों को स्थापित करना और उन्हें बनाए रखना,
- भारत में चैम्बर्स ऑफ़ कॉमर्स, अन्य व्यापारिक और सार्वजनिक निकायों, सरकारी विभागों और समितियों, अन्तरराष्ट्रीय वायु परिवहन संघ और विभिन्न विदेशी और स्थानीय संघों और निगमों, कम्पनियों और सम्बन्धित संस्थाओं के साथ संचार करना तथा यात्रा-व्यापार के हित में उपायों को प्रोत्साहित करना और इस पर कार्य करने के लिए सदस्यों को नामांकित करना,
- अन्य देशों के मिलते-जुलते संगठनों के साथ जुड़ाव स्थापित करना,

- संघ के सदस्यों की उपलब्धियों के बारे में नियमित रूप से प्रतिवेदनों को तैयार करना तथा ऐसे सभी कार्यों को करना जो उपरोक्त विषय की प्राप्ति के लिए आकस्मिक या अनुकूल हों।

आईएटीओ-इम्प्रिण्ट नामक न्यूज़लेटर के माध्यम से सदस्यों को विनियमनों, घटनाओं, शिकायतों आदि के सन्दर्भ में अद्यतन किया जाता है। आईएटीओ विदेशों में प्रोत्साहनमूलक भ्रमणों की जिम्मेदारी भी लेता है।

5.7.2 टीएएआई (TAAI)

सन् 1951 में, भारत के बारह ट्रैवल एजेण्टों ने यह महसूस किया कि अब इसका समय आ चुका है कि, “व्यवस्थित ढर्रे पर यात्रा उद्योग को विनियमित करने के लिए एक संघ का गठन किया जाए जो ठोस व्यावसायिक सिद्धान्तों के अनुरूप हो।” इस प्रकार, ट्रैवल एजेण्ट्स एसोसिएशन ऑफ़ इण्डिया (टीएएआई) का प्रादुर्भाव हुआ। इसका प्राथमिक उद्देश्य था :

- उद्योग में संलग्न लोगों के हितों की सुरक्षा करना,
- इसकी व्यवस्थित संवृद्धि और विकास को प्रोत्साहित करना, और
- निर्लज्ज और अविश्वसनीय संचालकों के शोषण से यात्रा करने वाली जनता की सुरक्षा करना।

वास्तव में, टीएएआई एक “पेशेवर समन्वयक निकाय” है जो यात्रा और पर्यटन उद्योग के विभिन्न हिस्सों से मिलकर बना है। इसे भारत में यात्रा उद्योग के प्रमुख प्रतिनिधि निकाय के रूप में जाना जाता है।

एक गैर-राजनीतिक, गैर-वाणिज्यिक और गैर-लाभकारी संस्था के रूप में इसका लक्ष्य है :

- यात्रा करने वाली जनता के हितों की सुरक्षा करना,
- यात्रा के व्यापार में उच्च नैतिक मानकों को बनाए रखना,
- ट्रेवल एजेंसी के व्यवसाय तथा पर्यटकों के लिए प्रदान की जाने वाली सेवाओं में सुधार के माध्यम से पर्यटन उद्योग का विकास करना,
- टीएएआई के सदस्यों के बीच आपसी सहयोग को प्रोत्साहित करना, और
- उद्योग की ठोस प्रगति और संवृद्धि के लिए अपना योगदान देना।

टीएएआई के पास ढाई हजार से अधिक सदस्य हैं, जिसमें अलग-अलग श्रेणियों के सदस्य शामिल हैं। टीएएआई के सक्रिय सदस्यों से यह अपेक्षा की जाती है कि वे :

- यात्रियों की आवश्यकताओं के प्रति समानुभूतिपूर्ण रहें,
- सही सलाह की पेशकश करें,
- बहु-क्षेत्रक घरेलू और अन्तरराष्ट्रीय आरक्षणों की जिम्मेदारी लें,
- अवकाशों की योजना बनाएँ, और
- एक तनावरहित और विश्वसनीय यात्रा को सुनिश्चित करें।

टीएएआई की प्रमुख गतिविधियों में शामिल हैं :

- i) देश में यात्रा और पर्यटन की संवृद्धि को प्रोत्साहित करने, बनाए रखने और प्रेरित करने में सहायता करना,
- ii) नियन्त्रक और विनियामक प्राधिकरणों का ध्यान ऐसी समस्याओं की तरफ निर्देशित करना, जिनका सामना उद्योग को करना पड़ रहा है तथा इन प्राधिकरणों के साथ सदस्यों की उत्तरजीविता और बेहतरी के साधनों पर चर्चा करना,

- iii) वैश्विक निकायों के साथ निकट सम्पर्क बनाए रखना और भारत के यात्रा और पर्यटन उद्योग को प्रभावित करने वाले मामलों का प्रतिनिधित्व करना,
- iv) सदस्यों के मार्गनिर्देशन के लिए यात्रा और पर्यटन से सम्बन्धित उपयोगी सूचनाओं को एकत्रित करना और सदस्यों के बीच इन सूचनाओं का प्रसार करना,
- v) गोष्ठियों, अभिसमयों तथा विचारों और अनुभवों को साझा करने के माध्यम से सदस्यों को शिक्षित और सुसज्जित करना ताकि वे भविष्य की चुनौतियों का सामना कर सकें,
- vi) यात्रा उद्योग के विभिन्न अनुभागों के बीच बेहतर समझ का विकास करने के लिए सहायता करना, आदि।

5.7.3 एफ़एचआरएआई (FHRAI)

भारत के होटलों और रेस्तराओं के संघ का फेडरेशन (FHRAI : Federation of Hotel and Restaurant Association of India) का गठन सन् 1954 में हुआ था। 07 दिसम्बर, 1955 को भारतीय कम्पनी अधिनियम के अन्तर्गत इसे एक कम्पनी के रूप में निगमित किया गया। इस फेडरेशन का गठन भारत में कार्यरत चार क्षेत्रीय संघों द्वारा किया गया था। ये चार संघ थे : पूर्वी भारत का होटल और रेस्तराँ संघ, कलकत्ता; उत्तरी भारत का होटल और रेस्तराँ संघ, नई दिल्ली; होटल और रेस्तराँ संघ (पश्चिमी भारत), मुम्बई; और दक्षिण भारतीय होटल और रेस्तराँ संघ, चेन्नई। वर्तमान समय में, फेडरेशन के 3722 सदस्य हैं, जिसमें 2503 होटल, 1137 रेस्तराँ और 78 सम्बद्ध सदस्य तथा 4 क्षेत्रीय संघ शामिल हैं। सम्बद्ध सदस्यों को कुछ श्रेणियों में विभाजित किया गया है; जैसे - ट्रेवल एजेण्ट्स, आपूर्तिकर्ता (सप्लायर्स), आतिथ्य

(हॉस्पिटलिटी), शैक्षिक संस्थान, परामर्शदाता आदि, जो भारत के विभिन्न कस्बों और शहरों में स्थित हैं।

फेडरेशन के मुख्य उद्देश्य हैं :

- एक प्रतिनिध्यात्मक राष्ट्रीय संगठन के रूप में चारों क्षेत्रीय संघों को एकताबद्ध करना,
- सम्पूर्ण भारत में अवस्थित होटल और रेस्तराँ प्रतिष्ठानों के बीच एक राष्ट्रीय बन्धुता का सृजन करना,
- होटल और रेस्तराँ उद्योग के हितों से सम्बन्धित समस्त प्रश्नों पर विचार करना और उन पर निर्णय लेना,
- एक सूचना केन्द्र के रूप में कार्य करना तथा होटल और रेस्तराँ उद्योग से सम्बन्धित आँकड़ों और अन्य सूचनाओं का प्रसार करना तथा अपने सदस्यों को ऐसे मामलों में सलाह देना, जो उनके लिए महत्व के हैं,
- राष्ट्रीय और अन्तरराष्ट्रीय बाजार में भारत के आतिथ्य उद्योग, विशेषकर होटलों और रेस्तराँओं, को प्रोत्साहित करना और उनका विपणन (मार्केटिंग) करना,
- होटल और रेस्तराँ उद्योग की त्वरित वृद्धि को हासिल करने के लिए, इस उद्योग हेतु उपयुक्त प्रोत्साहनों को सुनिश्चित करते हुए, केन्द्र और राज्य सरकारों के पर्यटन मन्त्रालय/विभाग और अन्य सम्बन्धित विभागों/अभिकरणों के साथ समन्वय और सम्पर्क स्थापित करना तथा होटल और रेस्तराँ उद्योग के सम्बन्धित समस्त प्रश्नों पर विचार करना और जहाँ तक सम्भव हो सके, इस उद्योग की शिकायतों के समाधान को सुनिश्चित करना।

फेडरेशन के व्यवसाय का प्रबन्धन एक कार्यपालक समिति द्वारा किया जाता है। प्रत्येक क्षेत्र से 6 सदस्यों को शामिल करते हुए, इस समिति में कुल 24 सदस्य होते हैं। फेडरेशन का सचिवालय नई दिल्ली से कार्य करता है, जिसमें महासचिव, संयुक्त सचिव, उप सचिव और अन्य कर्मचारी शामिल होते हैं।

यह फेडरेशन अन्तरराष्ट्रीय होटल संघ का सदस्य है। केन्द्र और राज्य दोनों प्रकार की सरकारों के प्रयासों के सन्दर्भ में, अत्यधिक सक्रियता और गत्यात्मक सहभागिता के साथ फेडरेशन का उभार एक नए रूप में हुआ है ताकि देश में सामान्य रूप से पर्यटन उद्योग के और विशिष्ट रूप में होटल और रेस्तराँ उद्योग के विकास को त्वरित किया जा सके तथा इस उद्योग की बढ़ती विदेशी मुद्रा सम्बन्धी आय और रोजगार सृजन की सम्भावनाओं का पूर्ण रूप से दोहन किया जा सके। यह सर्वविदित है कि होटल और रेस्तराँ, देश में पर्यटन उद्योग के प्रमुख घटक का निर्माण करते हैं तथा किसी भी पर्यटन प्रोत्साहन कार्यक्रम और योजना की सफलता इसी आधारभूत संरचना की उपलब्धता पर निर्भर करती है। एक पुरानी सूक्ति के अनुसार, “अगर कोई होटल ही नहीं होगा, तो किसी प्रकार का पर्यटन भी नहीं होगा।” यद्यपि कुछ लोग इस पर विवाद कर सकते हैं, किन्तु इसमें तो कोई भी सन्देह नहीं है कि ठहरने के लिए पर्यटकों को किसी न किसी जगह की ज़रूरत होती ही है।

होटल और रेस्तराँ क्षेत्रक में यह फेडरेशन सरकार की आँखों और कानों की तरह कार्य करता है। उदाहरण के लिए, यह इस क्षेत्र में विकास के सम्बन्ध में सरकार को सावधान बनाए रखता है तथा सरकार को निरन्तर इसका स्मरण कराता रहता है कि यह उद्योग किन-किन समस्याओं का सामना कर रहा है। इन समस्याओं के समाधान के लिए यह सरकार को आवश्यक उपाय भी सुझाता है। इसके अतिरिक्त, यह सरकार को, अन्य उद्योगों के बरअक्स, इस उद्योग में निवेश करने के लिए प्रेरित करता है ताकि होटलों और रेस्तराँओं को और अधिक आकर्षक बनाया जा

सके। इस प्रकार, निर्णय-निर्माण प्रक्रिया में यह सरकार की सहायता करता आ रहा है। यह लगातार चलने वाली चर्चाओं/परामर्शों का ही परिणाम था कि होटल उद्योग के लिए सन् 1968 में सरकार ने पहली बार करों में विशिष्ट रियायतों और वित्तीय प्रोत्साहनों की घोषणा की थी। तभी से, फेडरेशन और सरकार के बीच का समन्वय प्रगाढ़ ही होता गया है तथा शीघ्र और सृजनात्मक निर्णयों का लिया जाना पहले से अधिक सुनिश्चित हुआ है। पर्यटन मन्त्रालय/विभाग द्वारा गठित की गयी पर्यटन पर राष्ट्रीय समिति, एचआरएसीसी और पर्यटन थिंक टैंक आदि जैसी समितियों के ढाँचे के साथ फेडरेशन निरपवाद रूप से सम्बद्ध रहा है। उद्योग के और अधिक प्रोत्साहन के लिए, इसकी सम्भावनाओं और समस्याओं पर खुले मंचों पर चर्चा की जाती है। ऐसे खुले मंच के उदाहरण हैं : वार्षिक रूप से होने वाले सम्पूर्ण भारत के होटल और रेस्तराँ अभिसमय (ऑल इण्डिया होटल एण्ड रेस्तराँ कन्वेंशन्स), जहाँ केन्द्र और राज्य सरकारों के प्रतिनिधियों को भी आमन्त्रित किया जाता है।

अभ्यास 3

अपनी प्रगति को जाँचिए

1) आईएटीओ के लक्ष्य पर विस्तार से लिखिए।

.....

.....

.....

.....

2) टीएएआई की भूमिका पर चर्चा कीजिए।

.....

.....

.....
.....
3) एफएचआरएआई के महत्व का वर्णन कीजिए।
.....
.....
.....
.....

5.8 सारांश

तीसरी दुनिया के अधिक से अधिक देश पर्यटन को एक उद्योग का दर्जा दे रहे हैं। वास्तव में, पर्यटन उद्योग के विभिन्न संघटक हैं जो अलग-अलग सेवाओं से सम्बन्धित हैं। इन संघटकों में से अधिकांश के पास अपने प्रतिनिध्यात्मक संगठन हैं। पर्यटन में हम निजी और सार्वजनिक दोनों क्षेत्रों में अन्तरराष्ट्रीय और राष्ट्रीय संगठनों को देखते हैं। ये संगठन अपने सदस्यों के हितों का प्रतिनिधित्व करते हैं और कुछ सेवाओं को मानकीकृत करने के अलावा ये इन सेवाओं में समन्वय भी स्थापित करते हैं।

5.9 शब्दावली

एअर कूपन : हवाई जहाज का एक ऐसा कूपन जो यात्रियों को अनेक विमानसेवाओं के माध्यम से अन्तरराष्ट्रीय हवाई यात्रा करने की अनुमति देता है।

अवसंरचनात्मक सुविधाएँ : इनमें किसी गन्तव्य स्थल पर ऐसी सुविधाएँ शामिल हैं, जैसे - हवाई अड्डे, सड़कें, जलनिकास, इमारतें आदि।

5.10 अपनी प्रगति को जाँचिए/अभ्यास के लिए संकेत

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 1

- 1) उत्तर देते समय उन सभी तीनों दृष्टिकोणों का उल्लेख कीजिए, जिनका वर्णन अनुभाग 5.2 में किया गया है।
- 2) अपने उत्तर का आधार उप-अनुभाग 5.3.1 के खण्ड 4 को बनाइए।
- 3) ऐसा विदेशी मुद्रा अर्जित करने के लिए, स्थानीय स्तरों पर अधिक रोज़गार के सृजन आदि के लिए किया जाता है। अनुभाग 5.2 देखें।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 2

- 1) उप-अनुभाग 5.4.1 पर अपने उत्तर को आधारित कीजिए।
- 2) अपने उत्तर के लिए उप-अनुभागों 5.6.2 और 5.6.3 को पुनः पढ़िए।
- 3) कृपया उप-अनुभाग 5.5.2 देखें।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 3

- 1) आईएटीओ अनेक प्रकार के कार्यों में संलग्न है, जैसे - देश से बाहर पर्यटन का प्रोत्साहन करना, सदस्यों की सूचनाओं को अद्यतन बनाना आदि। कृपया उप-अनुभाग 5.7.1 देखें।
- 2) अपने उत्तर को उप-अनुभाग 5.7.1 पर आधारित कीजिए।
- 3) कृपया उप-अनुभाग 5.7.3 देखें।



ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

इकाई 6 पर्यटन व्यवस्था

संरचना

6.0 उद्देश्य

6.1 प्रस्तावना

6.2 अवधारणाएँ

6.2.1 लोग और उनका पर्यावरण

6.2.2 खिंचाव (Pull) और धक्का (Push)

6.3 माँग-प्रेरित व्यवस्था

6.4 आपूर्ति से सम्बन्धित समस्याएँ

6.5 पर्यटन के प्रभाव

6.6 सारांश

6.7 शब्दावली

6.8 अपनी प्रगति को जाँचिए/अभ्यास के लिए संकेत

.....

6.0 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के बाद आप इस योग्य हो जाएँगे कि आप,

- माँग-आपूर्ति के निर्धारकों और सीमाओं की पहचान करते हुए पर्यटन की अवधारणाओं और पर्यटक-गतिविधियों में ऐतिहासिक परिवर्तनों के बीच सम्बन्ध स्थापित कर सकें;
- वस्तुओं और सेवाओं के उपभोग की प्रक्रिया में पर्यटक और गन्तव्य-स्थल के पदों में माँग-आपूर्ति की व्यवस्था और सहलग्नताओं की भूमिका को पहचान सकें;
- राज्य, उद्यमी, पर्यटक और समुदाय के पदों में पर्यटन प्रबन्धन के मुद्दे का आलोचनात्मक परीक्षण कर सकें; और
- पर्यटन के प्रभावों की अवधारणा को समझ सकें।

6.1 प्रस्तावना

पर्यटन व्यवस्था से हमारा तात्पर्य उस अवधारणात्मक दृष्टिकोण (उपागम) से है जो पर्यटन के गतिशील तत्वों की पहचान करने में हमारी सहायता करता है। पर्यटन की परिसीमाएँ बहुत ही अधिक लचीली हैं और भ्रमवश इन्हें फुर्सत या मनोरंजन की गतिविधियों के रूप में समझा जा सकता है।

यह इकाई पर्यटन व्यवस्था को समग्रता में व्याख्यायित करती है। यहाँ पर्यटन में खिंचाव और धक्का उत्पन्न करने वाले कारकों के साथ-साथ माँग और आपूर्ति पर भी चर्चा की गयी है। विभिन्न विशेषज्ञों द्वारा पेश किए गए प्रारूपों (मॉडल्स) पर भी यहाँ प्रकाश डाला गया है। अन्त में, यह इकाई पर्यटन के प्रभावों का संक्षेप में वर्णन करती है।

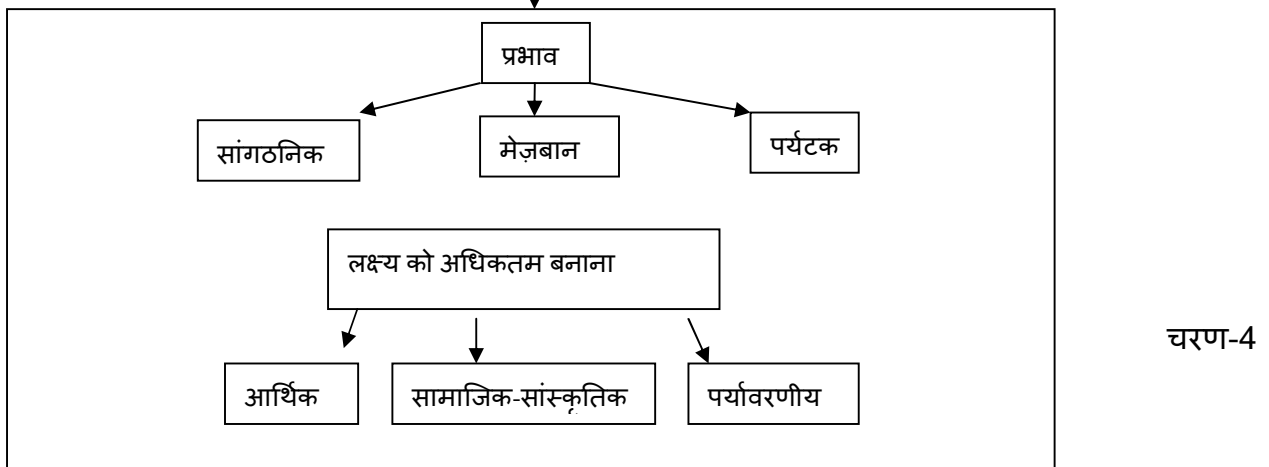
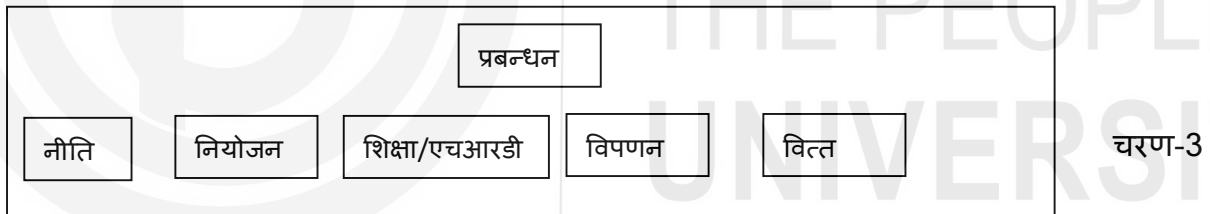
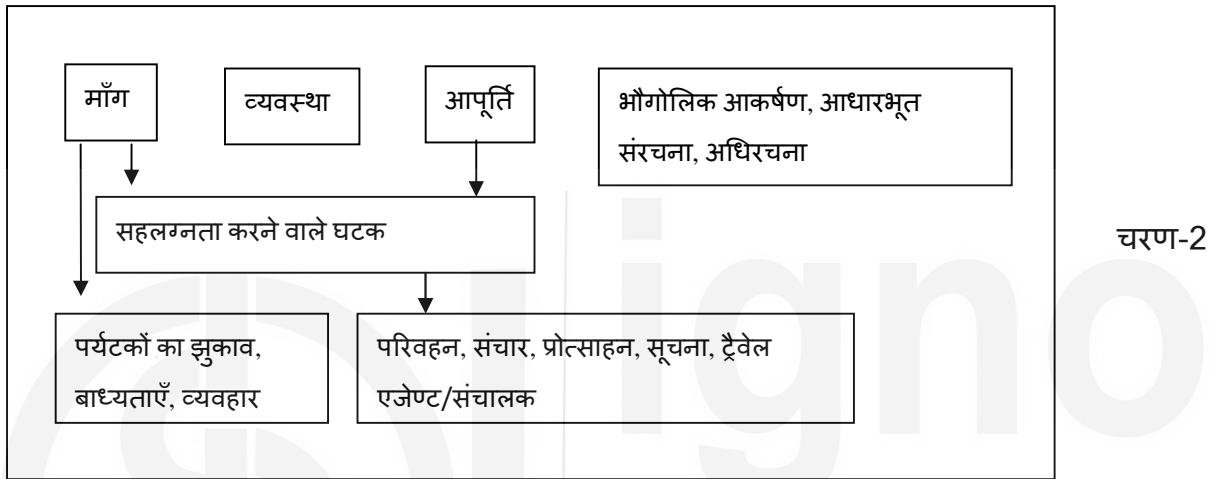
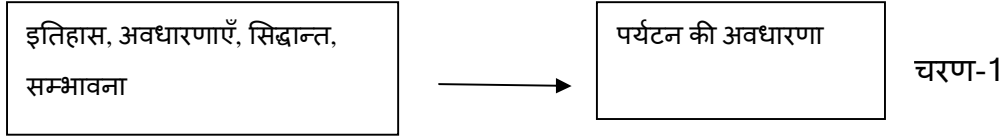
अवधारणाएँ

पर्यटन को एक ऐसे ढाँचे के रूप में व्यवस्थित तरीके से देखा जाता रहा है जिसमें व्यवस्था के कार्यकरण से जुड़े सभी लोगों की सन्तुष्टि को सम्बोधित करने के लिए सिद्धान्त और व्यवहार एक-दूसरे से सहसम्बन्धित हो जाते हैं।

पर्यटन व्यवस्था का गतिशील तत्व इसकी वह ऐतिहासिक सम्भावना है जो विकास और इसके परिणामस्वरूप मिलने वाले लाभों से जुड़ी हुई है। हालाँकि, यह व्यवस्था राष्ट्रीय प्राथमिकताओं के साथ वैश्विक आर्थिक वातावरण में कार्य करती है। अक्सर ऐसा होता है कि इन्हें एक साझा या सामान्य परिप्रेक्ष्य में नहीं समझा जाता है। अलग-अलग प्रत्यक्षण (perceptions) किसी गन्तव्य-स्थल के विकास सम्बन्धी सम्भावना के लिए बाधाओं का कार्य कर सकते हैं। वर्तमान में, पर्यटन सम्बन्धी बहस पर्यटन की परिघटना की गतिकी पर अपना ध्यान केन्द्रित करती है, जहाँ प्रापकों (Reciever) के प्रत्यक्षण (ग्रहणबोध) पर्यटकों के प्रत्यक्षण से कुछ अलग ही होता है। यह आवश्यक नहीं है कि उपभोक्ता मेज़बान के प्रति या मेज़बान के महत्व के प्रति सदैव संवेदनशील ही हो। हमने बाज़ारों और अन्य सार्वजनिक स्थलों पर लोगों को अक्सर यह कहते हुए सुना है कि, “विदेशी किसी के दोस्त नहीं होते” या “वे (विदेशी) हमारे आतिथ्य और सत्कार को लेकर तो बहुत लापरवाह हैं लेकिन अपने डॉलरों को लेकर बहुत ही सावधान!” इसी तरह, बहुत बार पर्यटक स्थानीय गौरव के प्रतीकों और स्थानीय सेवाओं के मानकों को लेकर भी बहुत बुरा-भला कहते हैं। पर्यटक आम तौर पर यह मान लेते हैं कि उन्हें ठगा जा रहा है क्योंकि उन्हें यह पता होता है कि बाज़ार सौदेबाजी के आधार पर चलता है।

पर्यटन व्यवस्था का ढाँचा चार-स्तरीय है और नीचे इसे दर्शाया गया है :

पर्यटन का ढाँचा



पर्यटक की उम्मीदों और गन्तव्य-स्थल की निवासी आबादी के बीच सन्तुलन स्थापित करने में पर्यटन की परिघटना कितनी दूर तक अपनी भूमिका निभाती है, यह निम्नलिखित चीजों पर निर्भर करता है,

- गन्तव्य-स्थल के निवासियों की आपूर्ति-प्रणाली और पर्यटकों की बीच की अन्तर्क्रिया, तथा
- पर्यटक-केन्द्रित उत्पादों और निवासी-केन्द्रित उत्पादों तक पहुँच के प्रति अपने अधिकार को लेकर दोनों समूहों के प्रत्यक्षण (perceptions)।

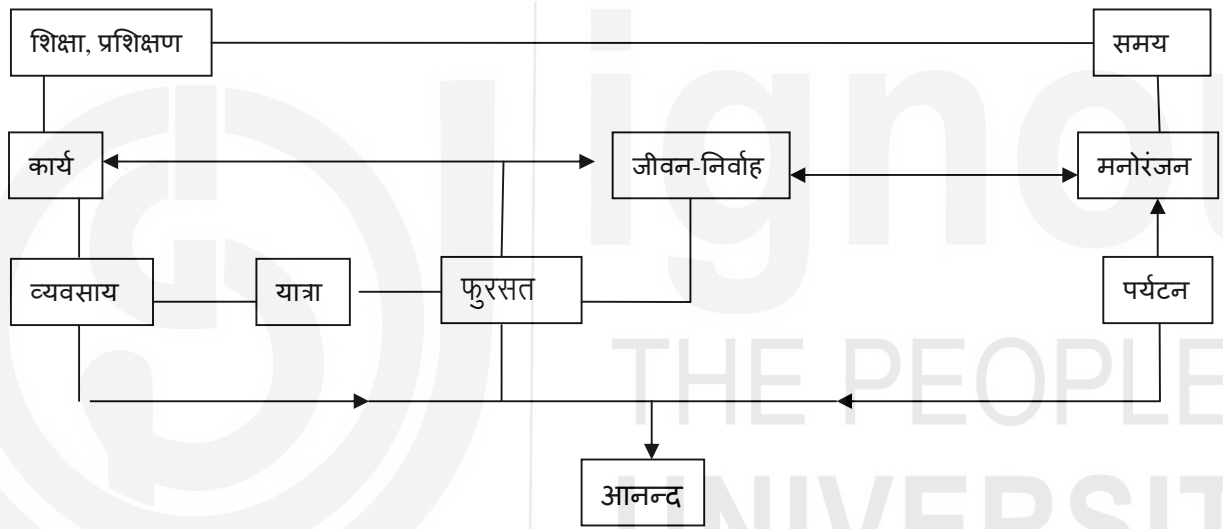
इसका तात्पर्य यह है कि पर्यटन व्यवस्था को वहन क्षमता का आकलन अवश्य कर लेना चाहिए ताकि गन्तव्य-स्थलों के प्रोत्साहन के लिए नारों के माध्यम से यह न चिल्लाना पड़े कि “चीजों के समाप्त हो जाने से पहले यहाँ पहुँच जाइए।”

इसलिए व्यवस्था को “प्रबन्धित” किए जाने की आवश्यकता पड़ती है ताकि प्रत्येक व्यक्ति की अपेक्षाओं को महसूस करने लायक सक्षम बनाया जा सके। व्यवस्था को प्रबन्धित किए जाने का तरीका पर्यटन उद्योग, मेजबान आबादी और पर्यटकों पर पर्यटन के प्रभावों की प्रकृति को इंगित करेगा। व्यापक लक्ष्य ऐसे आर्थिक, सामाजिक और सांस्कृतिक परिवर्तन होंगे जिनकी परिकल्पना पर्यटन के प्रबन्धकों (राज्य और निजी क्षेत्रक) द्वारा उस क्षेत्र के निवासियों की अपेक्षाओं के साथ-साथ की जा चुकी होती है, जिस क्षेत्र में पर्यटन वास्तव में अवस्थित होता है।

कार्य को जीवन-निर्वाह के लिए उसी प्रकार आवश्यक समझा जाता है, जिस प्रकार दैनिक जीवन में सन्तुलन स्थापित करने के लिए मनोरंजन और फुरसत को आवश्यक माना जाता है। फिर भी, समय तो सीमित ही होता है और अक्सर इसका निर्धारण संस्थाओं द्वारा या फिर निजी और सार्वजनिक, दोनों प्रकार की आवश्यकताओं को सन्तुष्ट करने की प्रक्रिया द्वारा कर दिया जाता

है। इन जटिल सम्बन्धों में पर्यटन की अवस्थिति सामाजिक विकास और प्रथा - दोनों - से जुड़ा विषय है, जो बाद में व्यवस्था के कार्यकरण में प्रतिबिम्बित भी होता है।

समय - कार्य - फुरसत - पर्यटन के निहितार्थ



6.2.1 लोग और उनका पर्यावरण

किसी पर्यटन व्यवस्था के भीतर, लोग और उनके पर्यावरण के सम्बन्ध में, निम्नलिखित मुद्दे उभरते हैं :

- 1) **सीमित संसाधन** - समय और धन - दोनों - अवसर का निर्धारण करते हैं और ये दोनों चीजें आम तौर पर असीमित नहीं होतीं।

- 2) **कार्य** - समय और धन का उपयोग करने में निर्णय की विवेक-क्षमता विद्यमान रहती है, तो भी दायित्व प्रतिबन्धों के रूप में कार्य करते हैं।
- 3) **सुगमता** - सुगमता विवेकपूर्ण कार्य करने में सहायता तो करती है लेकिन यह यात्रा/भ्रमण के घटकों और आपूर्ति सेवाओं द्वारा पेश की गयी सम्भावनाओं के भीतर ही सहायता कर सकती है।
- 4) **परिणाम** - जीवन-जगत से जुड़ी समस्त परिस्थितियों में आनन्द और उपयोगिता वांछनीय होती है, चाहे यह परिस्थिति पर्यटन की ही क्यों न हो।
- 5) **लाभार्थी** - मेजबान और अतिथि दोनों लाभार्थी होते हैं क्योंकि अपनी सफलता के लिए पर्यटन की प्रक्रिया इन दोनों समूहों की सहभागिता की माँग करती है, चाहे यह पर्यटन सर्वाधिक नियन्त्रित और खोजी पर्यटक स्थलों और घटनाओं से ही क्यों न सम्बन्धित हो।

इनमें से प्रत्येक मुद्दा समस्याएँ पैदा करता है जिनका समाधान करना होता है और जिनका ध्यान रखना होता है।

6.2.2 खिंचाव और धक्का

इन समस्याओं का समाधान जिनके माध्यम से किया जाता है, उन्हें पर्यटन व्यवस्था में 'खिंचाव' उत्पन्न करने वाले और 'धक्का' देने वाले कारक कहा जाता है।

पर्यटन विनिमय

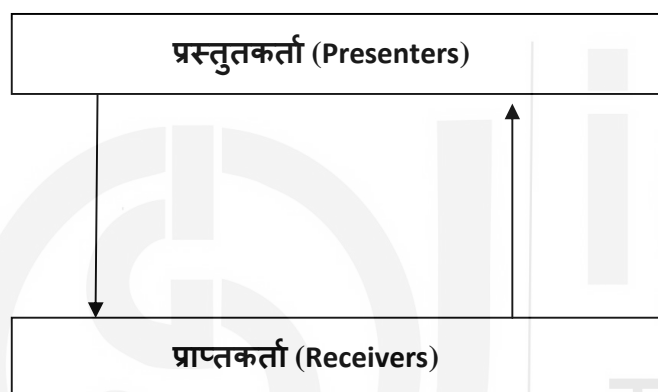
आपूर्ति	माँग
1. वहन क्षमता	1. यात्रा करने की स्वतन्त्रता

2. संसाधन	2. सूचना या जानकारी
3. तकनीक	3. रुझान या झुकाव
4. श्रम	4. प्रतिबन्ध
5. पूँजी	5. वितरण के माध्यम (चैनल)
6. नीति	6. परिवहन
	7. सुरक्षा

उत्पाद		साधन
व्यवहार		उद्देश्य
पर्यावरण		

खिंचाव	धक्का
मेजबान	अतिथि
सरकारें	मध्यस्थ
कर्मचारी	समूह

व्यवसाय	व्यक्ति
गैर-सरकारी संगठन	
विशिष्ट रुचियाँ	
समूह	
प्रस्तुतकर्ता	प्राप्तकर्ता



पर्यटन व्यवस्था सरकारों, उद्योग, व्यवसाय और यहाँ तक कि आमजन के घर-परिवारों को भी प्रभावित करती है। यही कारण है कि अब नीति-निर्माताओं द्वारा या आर्थिक और सामाजिक नीति की बहसों में पर्यटन की उपेक्षा नहीं की जा सकती। इस सम्बन्ध में वर्तमान वैश्विक पर्यटन व्यवस्था को समझना महत्वपूर्ण है। विश्व व्यापार संगठन इस बात पर जोर देता है कि पर्यटन सेवा क्षेत्रक में तेजी से आगे बढ़ रहा एक क्षेत्र है और इस क्षेत्र का भविष्य बहुत उज्ज्वल है। विश्व स्तर पर अपने योगदान को यह दुगुना कर सकता है, नौकरियों में यह 33 प्रतिशत की वृद्धि ला सकता है और पूँजी के निवेश में 80 प्रतिशत तक का उछाल ला सकता है। पर्यटन का गुरुत्व केन्द्र भी अब यूरोप से प्रशान्त क्षेत्र की तरफ स्थानान्तरित हो रहा है। इस शताब्दी के

अन्तिम दशक में पर्यटन का वैश्वीकृत, निजीकृत और समेकित होना जारी रहेगा। हालाँकि इस दशक को 'मूल्य दशक' घोषित किया गया है, जहाँ :

- निवेश लागतें बढ़ रही हैं,
- प्रतिस्पर्धा के कारण राजस्व का स्तर कम है, और
- यात्री धन के बदले मूल्य की माँग कर रहे हैं।

इसका तात्पर्य यह है कि सौदेबाजी के शिकार के चलते किसी गन्तव्य-स्थल के प्रति निष्ठा दुर्बल होगी। क्योंकि अगर गुणवत्ता में गिरावट आती है तो मानवीय और भौतिक पर्यावरणों के साथ पर्यटन की सुसंगति पर प्रश्नचिह्न लग जाता है। वास्तव में, विश्वव्यापी पर्यटन-विरोधी संजालों द्वारा उन बुनियादी मूल्यों पर ही सवाल उठाए जा रहे हैं, जिन पर आधुनिक युग में पर्यटन के विकास का पूरा ढाँचा खड़ा है।

इस वैश्विक परिप्रेक्ष्य में, भारत द्वारा घोषित उदार आर्थिक नीति ने एक गन्तव्य-स्थल के रूप में भारत को लेकर रुचि पैदा की है। यह रुचि 'रहस्यपूर्ण' होने से परे जाती है। किसी गन्तव्य-स्थल की सफलता सिर्फ पर्यटक उत्पादों की समृद्धि पर ही निर्भर नहीं करती, बल्कि यह पर्यटन व्यवस्था की प्रभावशीलता पर भी निर्भर करती है क्योंकि पर्यटन व्यवस्था उत्पादों की पैकेजिंग और उनके विपणन को निर्धारित करती है। इस नवीन दृष्टिकोण का एक उदाहरण नई अपील का सृजन है। वर्तमान समय में, गोल्फ पर्यटन दुनिया में सर्वाधिक खर्च करने वाले यात्रियों के लिए मुख्य आकर्षण है। चीन, जो कि विश्व पर्यटन में प्राथमिक स्थान पाने के लिए बड़ी-बड़ी बोलियाँ लगा रहा है, ने गोल्फ को एक प्रमुख व्यवस्थित हस्तक्षेप के रूप में चुना है। भारत में गोल्फ की बहुत पुरानी परम्परा रही है और यहाँ के बहुत सारे क्लब सौ वर्षों से भी अधिक प्राचीन हैं। हालाँकि, उन्हें अन्तरराष्ट्रीय मानकों से नीचे के स्तर का कहा जाता है। यदि भारत

को इस महत्वपूर्ण बाजार में अपना अच्छा दखल रखना है तो बहुत सारे नवीन पाठ्यक्रमों का विकास करना होगा।

व्यवस्था की कमी धक्का देने वाले कारकों को सामने लाती है। ये कारक यह सुनिश्चित करते हैं कि भूमि उपयोग की समस्या का रोज़गार द्वारा समाधान कर लिया जाएगा तथा पर्यटन सेवाओं से जुड़ी किसी नौकरी का मूल्यांकन इस तरह किया जाएगा कि इस नौकरी को किसी अन्य पारम्परिक क्षेत्र के स्वरोजगार से अधिक मूल्य वाली नौकरी माना जाए। प्रगति और विकास के नाम पर किए जाने वाले इस मूल्यांकन के आलोचक भी हैं और समर्थक भी।

अभ्यास 1

अपनी प्रगति को जाँचिए

1) पर्यटन के चार चरणों वाले ढाँचे से आप क्या समझते हैं?

.....

.....

.....

2) नीति-निर्माताओं द्वारा पर्यटन की उपेक्षा क्यों नहीं की जा सकती?

.....

.....

.....

3) किसी गन्तव्य-स्थल की सफलता किन कारकों पर निर्भर करती है?

6.3 माँग-प्रेरित व्यवस्था

चूँकि पर्यटन की माँग को टाला जा सकता है या प्रायः यह इच्छाओं की पूर्ति के स्तर तक ही सीमित रह सकती है, इसलिए नीति निर्माताओं द्वारा पर्यटकों की आवश्यकताओं और उद्देश्यों को अक्सर बहुत विशिष्ट महत्व प्रदान किया जाता है। कोई कह सकता है कि उत्पाद व्यवहार और संसाधनों, तकनीक, श्रम और पूँजी का उपयोग आपूर्ति पक्ष द्वारा प्रायः अच्छे तरीके से नहीं हो पाता है। जब पर्यटन व्यवस्था के लिए पर्यावरण माँग-प्रेरित है, तो पर्यटन की प्रवृत्ति बहिर्मुखी होने की तरफ और निवासी की बजाय पर्यटक की सन्तुष्टि पर अधिकाधिक ध्यान देने की तरफ अग्रसर होती है। उदाहरण के लिए, भारतीय पर्यटन ने कुल मिलाकर घरेलू पर्यटकों की उपेक्षा की है। ऐसा इसलिए हुआ है क्योंकि पर्यटन के वैश्विक ढाँचे में सफलता को इस मानक पर आँका जाता है कि विश्व पर्यटन बाजार में किसी देश का हिस्सा कितना है। यूरोप हमारी ऐतिहासिक प्राथमिकता रही है, और माँग-प्रेरित स्थिति में हमें कुछ चीज़ों पर विचार करना चाहिए; उदाहरण के लिए कुछ ऐसे देश हैं जहाँ के नागरिक भारत आने को बहुत खर्चीला मानते हैं क्योंकि हवाई मार्ग से उन्हें भारत आने के लिए किसी और देश की भी यात्रा करनी पड़ती है। भारत तक सीधी उड़ानों का न होना एक बड़ी बाधा है। इसलिए व्यवस्था यह माँग करती है कि यदि पर्यटन की माँग को पूरा करना है तो भारत को “मुक्त आकाश (open skies)” की नीति का अनुसरण अवश्य करना होगा।

भारतीय पर्यटक उत्पाद को अपनी समृद्धि और उल्लेखनीयता के कारण उचित ही प्रसिद्धि प्राप्त है, किन्तु इसे अवसंरचनागत मजबूती और विविधता के स्तरों पर कमतर पाया गया है। चूँकि तीसरी दुनिया के देशों के गन्तव्य-स्थलों को केवल गन्तव्य-स्थलों के रूप में ही देखा जाता रहा है, इसलिए आधारभूत संरचना और अधिरचना के मानकों का मूल्यांकन यूरोपीय शब्दावली में किया जाता है। तीसरी दुनिया की सरकारें भी घरेलू पर्यटन को सहायिकी (सब्सिडी) केन्द्रित विकास के रूप में देखती हैं तथा देश से बाहर की यात्रा से जुड़े पर्यटन के विकास को एक ऐसी गतिविधि के रूप में देखती हैं जिस पर नियन्त्रण रखे जाने की जरूरत है। प्रत्येक वर्ष हमारे यहाँ घरेलू पर्यटकों से अधिक विदेशी पर्यटक आते हैं और इस तथ्य को हमारी पर्यटन नीति की एक असफलता के रूप में देखा जाता है। वास्तव में, सभी देशों की यह प्रवृत्ति होती है कि वे पर्यटन में केवल अन्तरराष्ट्रीय परिप्रेक्ष्य को ही देखते हैं और बाकी पहलुओं को हाशिये पर डाल देते हैं। जाहिर है कि ऐसा वे विदेशी मुद्रा विनिमय के घटक के कारण करते हैं। इसलिए, पर्यटन के लिए माँग को आकार प्रदान करने वाले कारकों का परीक्षण अन्तरराष्ट्रीय सन्दर्भ में किया जाता है, जैसे :

- 1) **फुर्सत का समय** - छुट्टियाँ, अवकाश, सेवानिवृत्ति की उम्र, कामकाज का कम होना, सप्ताहान्त (वीकेण्ड)।
- 2) **जीवन चक्र की अवस्था** - पर्यटन को वित्तपोषित करने के लिए उपलब्ध समय और धन।
- 3) **बढ़ी हुई गतिशीलता** - हवाई यात्रा और सड़क परिवहन की लागत और उन तक पहुँच।
- 4) **कार्य के प्रतिमान** - समय का लचीलापन।
- 5) **समृद्धि** - बढ़ी हुई वास्तविक आमदनियाँ।
- 6) **महिलाएँ** - कार्यबल में महिलाएँ।
- 7) **मनोभाव** - विवाह के प्रति मनोभाव।

- 8) **बढ़ी हुई सुविधाएँ** - घर के दैनिक कामकाज को आसान बनाने के लिए बढ़ी हुई सुविधाएँ।
- 9) लघुतर परिवार, उच्चतर शिक्षा और उच्चतर जीवन प्रत्याशा की तरफ बढ़ने का **चलन (ट्रेण्ड)**।
- 10) बढ़ता हुआ **शहरीकरण** और प्रवासन।

इन कारकों की पूर्ण क्षमता को प्रोत्साहित करने के लिए यह अपेक्षित है कि

- नियमित, समयबद्ध, चार्टर और घरेलू हवाई सेवाओं के माध्यम से गन्तव्य स्थलों तक लोगों की पहुँच हो,
- गन्तव्य स्थल बाजार विनिमय दर (अवमूल्यन) को प्रोत्साहित करें तथा मुद्रास्फीति को नियन्त्रित करें,
- गन्तव्य स्थल व्यवसाय चक्र को पुनः दिशानिर्दिष्ट करें,
- गन्तव्य स्थल वीजा नियन्त्रणों में ढील दें, पर्यटन शिक्षा और भाषागत कौशलों को प्रोत्साहित करें,
- गन्तव्य स्थल जलवायु की विपरीत परिस्थिति से निबटने के लिए तकनीक (जैसे एयर कण्डीशनिंग) का प्रयोग करें,
- गन्तव्य स्थल सुरक्षित स्वास्थ्य दशाओं को सुनिश्चित करें और प्रदूषण को नियन्त्रित करें (स्वच्छता के अन्तरराष्ट्रीय मानक), और
- गन्तव्य स्थल स्थायित्व को सुनिश्चित करने के लिए राजनीतिक विवादों का समाधान करें ताकि पर्यटक सुरक्षित महसूस कर सकें।

इन पहलुओं में से बहुत सारे पहलू ऐसे हैं जो राष्ट्रों की अखण्डता और स्थानीय लोगों की सुरक्षा को दुर्बल बनाते हैं क्योंकि बहुत सारे गन्तव्य स्थल ऐसे हैं जहाँ अब पर्यटन से जुड़े अपराध होने

लगे हैं। हालाँकि अब ऐसे सुझाव दिए जा रहे हैं कि पर्यटक पुलिस की व्यवस्था होनी चाहिए, तब भी इन चीजों को कभी भी एक बाधा के रूप में नहीं देखा गया है कि नशीले पदार्थों और यौन-शोषण से निबटने के उपाय क्या हों, इस स्थिति को किस तरह देखा जाए कि वेश-भूषा और कार्य-व्यवहार के मनोभावों द्वारा स्थानीय लोगों की शान्ति में विघ्न डाला जाता है और उन पर हमले किए जाते हैं। इस विषय में भी कोई उपाय नहीं सुझाया गया है कि पर्यटकों के कारण उत्पन्न तनावों का निराकरण किस तरह किया जाए। पर्यटक के बारे में हमेशा यही माना जाता है कि वह शिकार हुआ है और स्थानीय लोगों के बारे में हमेशा यही धारणा बनायी जाती है कि वे आक्रामक हैं।

वर्तमान समय में आतिथ्य मॉडल, गन्तव्य स्थल को सुरक्षित किए बिना, उपभोक्ता के लिए वास्तविक लाभ उत्पन्न करता है, जो कि वास्तव में एक गैर-नवीकरणीय संसाधन है।

6.4 आपूर्ति से सम्बन्धित समस्याएँ

भारत के पास एक्सपोज़र बहुत अधिक है लेकिन उस स्तर का व्यवसाय नहीं है। उदाहरण के लिए, अन्तरराष्ट्रीय स्तर पर भ्रमण करने वाले कुल पर्यटकों का एक प्रतिशत ही भारत आता है। कम बजट वाले पर्यटकों (बैक पैकर्स) को यह महसूस होता है कि भारत पर्यटन के लिए एक आकर्षक विकल्प है क्योंकि यहाँ थोड़े-से ही डॉलरों में काम चल जाता है और इसके अतिरिक्त भारतीयों की उदारता भी पर्यटकों को दूर तक प्रभावित करती है। हमें अधिक खर्च करने वाले विदेशी पर्यटकों की आवश्यकता है क्योंकि वैश्विक अर्थव्यवस्था के भीतर हमारे लिए विदेशी मुद्रा का अर्जन आवश्यक है ताकि मुक्त बाजार प्रणाली को संचालित किया जा सके। ऐसा इसलिए है क्योंकि पर्यटन सेवाओं ने शायद ऐसी इच्छाएँ उत्पन्न की हैं जो हमारी भौतिक जरूरतों से कहीं आगे तक जाती हैं। उदाहरण के लिए, पेटू बनकर खाया जाने वाला भोजन हमें जीवित रखने के

लिए भले ही आवश्यक न हो, किन्तु फिर भी ऐसा भोजन पर्यटकों की आकांक्षाओं का अनिवार्य अंग बन चुका है। “शैली (स्टाइल), अहसास और माहौल” जैसी चीज़ें अपने पीछे कोई भौतिक चिह्न तो नहीं छोड़तीं, लेकिन फिर भी इन चीज़ों को विनिर्मित करने और बेचने की आवश्यकता है। पर्यटन की आपूर्ति में, आधुनिक समाज में सबसे महत्वपूर्ण सम्बन्ध मनुष्य और मनुष्य के बीच (रुचिकर और सुखद समाजों का आतिथ्य) नहीं है, बल्कि मनुष्य और उसके उत्पादों के बीच है। एक समाज और दूसरे समाज के बीच के सांस्कृतिक अन्तराल की पहचान इसके भौतिक पहलुओं; जैसे - भाषा, संगीत, नृत्य, प्रदर्शकारी कलाओं और साहित्य, तथा यहाँ तक कि त्योहार के सन्दर्भ में की गयी है। जब हम यह कहते हैं कि हमारी संस्कृति “वाणिज्यीकृत” हो रही है, तब हमारा तात्पर्य इन्हीं भौतिक पहलुओं से होता है।

संस्कृति का वाणिज्यीकरण कार्य की दुनिया से फुरसत की दुनिया को अलग कर देता है। इस अलगाव से और इसके उपरान्त छुट्टियों, मनोरंजनों, खेलों आदि पर ध्यान-केन्द्रण से अवकाश का एक ऐसा वातावरण सृजित होता है, जहाँ कोई मानक न हों (कोई नियम नहीं, कोई नियमबद्ध परिधान या वेशभूषा नहीं, व्यवहार करने का कोई औपचारिक तरीका नहीं, कोई भविष्य नहीं)। ऐसी दशा में यह बहुत कठिन समस्या हो जाती है कि बहुत अधिक खर्च करने वाले पर्यटकों को वे सुविधाएँ किस तरह उपलब्ध करायी जाएँ, जिनकी उन्हें कामना है। विदेशी पर्यटक इस बात पर जोर देते हैं कि भोजन करते वक्त उन्हें यूरोपीय तरीके की खाद्य सामग्री, कॉफी और पेय पदार्थ (सॉफ्ट ड्रिंक्स) मिले; प्रवाहयुक्त गरम पानी (36 गैलन, प्रति व्यक्ति, प्रति दिन), वातानुकूलन यन्त्र, हवाई सेवाएँ आदि मिलें। ऐसे विदेशी पर्यटक छुट्टी बिताने के लिए उस गन्तव्य-स्थल की उपेक्षा कर देंगे जहाँ ये सुविधाएँ उन्हें नहीं मिल पातीं। चूँकि माँग के महत्वपूर्ण आर्थिक, सामाजिक, तकनीकी और सांस्कृतिक घटक विशाल नगरों वाले (मेट्रोपॉलिटन) देशों में अवस्थित होते हैं, इसलिए यह आश्चर्यजनक नहीं है कि पूरे विश्व में पर्यटन का सृजन

इन्हीं की छवि के आधार पर किया जाता है। हालाँकि जब किसी गन्तव्य-स्थल की ऐसी छवि गढ़ी जाती है जो नई तरीके की माँग का सृजन करती हो तो इस पर्यटक उत्पाद के परिष्कृत प्रोत्साहन का शिकार पर्यटक भी हो जाया करते हैं।

पर्यटन की छवि को इस रूप में देखा जा सकता है कि :

- यह एक व्यक्तिगत प्रक्रिया है जो यह निर्धारित करने में हमारी मदद करती है कि हम किस तरीके का अवकाश लें, और
- यह किसी टूर-ऑपरेटर या ट्रैवेल एजेंट की एक विशिष्ट रणनीति है।

इसी को गन्तव्य-स्थल की ऐसी “मिथक विद्या” कहा जा सकता है जिसके माध्यम से पर्यटक को किसी विदेशी गन्तव्य-स्थल की अवास्तविक छवि दिखाकर उसे आश्वस्त किया जाता है। यह मिथक विद्या जिस चीज़ पर आधारित है उसे “चरम आनन्द का सूत्र” कहा जा सकता है। उदाहरण के लिए, कुछ टूर-ऑपरेटरों (जैसे थामस कुक और कुओनी) ने केन्या और गैम्बिया को चरम आनन्द के सूत्र से बिल्कुल मिलते-जुलते तरीके से प्रोत्साहित किया : सूरज, रोमांचक घने जंगल और महान नदियाँ, धड़कते हुए आदिवासी ड्रम और नृत्य, एक टार्जन महाकाव्य के दृश्य, सूरज की रोशनी का स्नान और किसी पश्चिमी होटल के आराम से खोजकर लाए गए सारे सूत्र।

पर्यटन की प्रकृति और अधिक गुणात्मक तरीके से समझने के लिए दृष्टिकोण में एक परिवर्तन आया है। वर्तमान समय में, बहुत प्रकार के पर्यटक हैं जो न तो “शैली में सतही” हैं और न ही “आधुनिक तीर्थयात्री।”

वालेन स्मिथ ने सात वर्गीकरण किया है :

- 1) **अन्वेषक (Explorer)** - इनकी संख्या कम होती है, इनका ध्यान खोज और संलग्नताओं में रहता है।
- 2) **सम्भ्रान्त (Elite)** - अनोखे स्थानों तक व्यक्तिगत रूप से सृजित की गई यात्राएँ।
- 3) **एकान्त (Off-beat)** - भीड़-भाड़ से दूर चले जाने की चाहत।
- 4) **असामान्य (Unusual)** - शारीरिक खतरे या अलग-थलग होने की खोज।
- 5) **प्रारम्भिक जन (Incipient mass)** - अकेला व्यक्ति या छोटा समूह, जो किसी शरण या छत तले की सेवाएँ प्रयोग कर रहा हो।
- 6) **चार्टर** - बड़ी आबादी की ऐसे गन्तव्य-स्थलों की तरफ यात्रा, जहाँ मानक रूप से पश्चिमी सुविधाएँ मौजूद हों। मेजबान इनमें से प्रत्येक श्रेणी के प्रभावों को अलग-अलग मात्रा में अनुभूत करता है।

पर्यटन का मेजबान पर क्या प्रभाव पड़ता है या इसमें से प्रत्येक श्रेणी यात्रा-व्यापार के लिए कौन-कौन से अवसर उपलब्ध कराती है, इसकी बजाय स्वयं पर्यटक के लिए पर्यटन का क्या तात्पर्य है, इस सन्दर्भ में एरिक कोहेन ने एक वर्गीकरण का सृजन किया, जो इस प्रकार है :

- 1) **मनोरंजनपरक** - कामकाज के दबाव से मुक्ति पाने हेतु।
- 2) **पथान्तरित (Diversionary)** - दैनिक कामकाज से ऊबने के बाद आनन्द हेतु।
- 3) **प्रयोगात्मक** - एक आधुनिक तीर्थयात्री जो प्रामाणिकता की खोज में अन्य समाजों में जाता है, क्योंकि उसके अपने समाज में यह प्रामाणिकता खो चुकी होती है।
- 4) **प्रयोगात्मक** - वैकल्पिक जीवन शैलियों के साथ प्रयोग करने हेतु।
- 5) **अस्तित्वमूलक** - किसी पर्यटन अनुभव के परिणाम के रूप में एक नवीन आध्यात्मिक केन्द्र की खोज हेतु।

ये सामान्यीकरण दोनों मामलों में चीज़ों को स्पष्ट करने हेतु हमारी सहायता करते हैं - पहला तो यह कि पर्यटन हमारे लिए क्या करता है और दूसरा यह परीक्षण कि किस तरीके का पर्यटन हमारे लिए स्वीकार्य है। बहुत सारे प्रमाण यह बताते हैं कि पश्चिम के देशों से आने वाले पर्यटकों की आकांक्षाएँ तीसरी दुनिया की सरकारों की प्राथमिकताओं के साथ या मेजबान लोगों की आकांक्षाओं के साथ मेल नहीं खाती हैं। आय को अधिकतम बनाने के लिए ये प्राथमिकताएँ इस प्रकार हो सकती हैं :

- 1) विशाल आम आबादी के लिए जन-पर्यटन हेतु अन्तःक्षेत्रों का सृजन करना (उदाहरण के लिए, गोवा के पुलिन यानी बीच रिसॉर्ट्स),
- 2) व्यापार को किसी छोटे तीव्र-बाज़ार घटक की तरफ मोड़ना (प्रोत्साहनमूलक भ्रमण),
- 3) यात्रियों और मेजबानों के बीच के सम्पर्कों को अधिकतम करते हुए जन-पर्यटन को अधिकाधिक बढ़ाना,
- 4) इन तीनों प्रारूपों (मॉडल्स) के किसी मिश्रण का प्रयोग करना।

हालाँकि, हम अपनी प्राथमिकताओं को कैसे महसूस करते हैं, यह शक्तिशाली बाह्य कारकों, जैसे - निर्णय-निर्माण प्रक्रिया और प्रतिस्पर्धा से निर्धारित होता है। प्रेरणा (अभिवृत्ति, मूल्य, आवश्यकताएँ) एक कारक है जो निर्णय-निर्माण को प्रभावित करता है। फिर भी, यह कोई बहुत सहज-सरल संकल्पना नहीं है क्योंकि प्रेरणात्मक श्रेणियाँ भी चार हैं :

- भौतिक,
- सांस्कृतिक,
- व्यक्तिगत प्रस्थिति, और
- प्रतिष्ठा

दूसरी बात यह भी, कि निर्णय-निर्माण अक्सर तार्किक नहीं होता क्योंकि सूचना कभी भी पूर्ण नहीं होती या प्रायः वह किसी खास चीज़ के लिए उपयुक्त घोषित किए जाने (टेलर-मेड) से सम्बन्धित होती है।

निर्णय-निर्माण के सम्बन्ध में मैथीसन और वाल ने पाँच अवस्थाओं के एक प्रारूप (मॉडल) को उपलब्ध कराया है :

- 1) **इच्छा** - आरम्भिक अवधि, जब यात्रा करने की आवश्यकता को अनुभव किया जाता है।
- 2) **सूचना** - पुस्तकें एकत्रित की जाती हैं; मित्रों और ट्रेवेल-एजेण्ट्स से सम्पर्क किया जाता है और लागत/समय/मूल्यांकन और विकल्पों का मापतौल और उनकी तुलना की जाती है।
- 3) **निर्णय** - गन्तव्य-स्थल का चुनाव, परिवहन, ठहरने और गतिविधियों का तरीका।
- 4) **तैयारियाँ** - टिकट और बुकिंग कराना; धनराशि, दस्तावेज, कपड़े और यात्रा आदि के सम्बन्ध में।
- 5) **सन्तुष्टि और मूल्यांकन** - यात्रा पर जाने से पहले, यात्रा के दौरान और यात्रा के बाद तथा सम्भावित रूप से यह भविष्य के निर्णयों को भी प्रभावित करता है।

जो किसी गन्तव्य-स्थल का विकास कर रहा है, उसके लिए निर्णय-निर्माण में हस्तक्षेप करना, प्रथम चरण के सिवाय, बहुत ही कठिन होता है। अगर ऐसा हस्तक्षेप कभी होता भी है, तो यह अक्सर बहुत ऊँची लागत पर ही होता है। तीसरी दुनिया के बहुत सारे देश ऐसे हैं जिनके पास समान शर्तों पर प्रतिस्पर्धा में प्रवेश करने के लिए आवश्यक संसाधन भी नहीं मौजूद होते। ऐसी परिस्थिति में विकास के प्रतिमानों को लक्षित करने के लिए राज्य हस्तक्षेप करता है और कोई व्यक्ति इस नीति के प्रभाव को देखे, उससे पहले ही पर्यटन के लिए जारी दौड़ में एक निश्चित दृष्टिकोण को संस्थाबद्ध कर दिया जाता है। इसलिए, सभी गन्तव्य-स्थलों के ऐतिहासिक अनुभव

न तो एक जैसे होते हैं और न ही वैश्विक पर्यटन विकास में उनकी भूमिका एक जैसी होती है। एक साधारण-सा समय-मापन प्रारूप हमें यह दर्शाता है कि उद्योग, मेजबान आबादी और पर्यटक के बीच के सम्बन्ध किस प्रकार विकास के साथ बदल जाया करते हैं।

समय को कालबद्ध (विभाजित) करना

- 1) खोज - जब कोई नया गन्तव्य-स्थल ध्यान आकर्षित करना शुरू करता है।
- 2) स्थानीय प्रतिक्रिया - जब राष्ट्रीय उद्यमी आय अर्जन करने वाले ऐसे नए अवसरों या नीतियों के प्रति अनुक्रिया करते हैं जो निवेश का किसी विशिष्ट क्षेत्र की तरफ मार्गनिर्देशन करते हैं।
- 3) संस्थाबद्धीकरण - जब उद्योग पर किसी विशाल विदेशी कम्पनी का अधिकार हो जाता है।

इण्डोनेशिया का यही अनुभव रहा है जिसे सभी एशियाई देशों के लिए एक मॉडल की तरह प्रोत्साहित किया जा रहा है। यह दृष्टिकोण केवल घरेलू पर्यटन को ही नीतिगत सफलता मानता है और देश से बाहर के पर्यटन को पर्यटन नीति की असफलता मानता है क्योंकि यह देश से बाहर के पर्यटन को आय अर्जित करने वाली गतिविधि के रूप में नहीं देखता। अनुभव हालाँकि इसके विपरीत बात को साबित करते हैं और ऐसे अनेक राष्ट्रीय उद्यमी हैं जो देश से बाहर के पर्यटन बाजार को पूँजीकृत करना पसन्द करेंगे। मालदीव के अनुभव में भी कुछ खास सराहने लायक नहीं है जहाँ चालीस छोटे-छोटे द्वीपों पर विलासितापूर्ण रिसॉर्ट्स उभरे क्योंकि वहाँ एक ऐसा नया हवाई अड्डा बनाया गया था जहाँ विशाल और चौड़े एअरक्राफ्ट भी आ-जा सकते थे। इस विकास में वहाँ के स्थानीय लोगों की सहभागिता तुलनात्मक रूप से बहुत कम थी। एरिक कोहेन सुझाव देते हैं कि बहुत कुछ इस बात पर भी निर्भर करता है कि किसी खास गन्तव्य-

स्थल पर पर्यटन का इतिहास क्या रहा है। जहाँ पर्यटन का विकास मौलिक रूप से होता है और उद्योग छोटे स्तर से शुरू होता है वहाँ त्रि-चरणीय मॉडल का अनुसरण किए जाने की सम्भावना अधिक होती है। दूसरी तरफ, जहाँ पर पर्यटन बाहर से प्रस्तुत किया जाता है, वहाँ संस्थाबद्धीकरण बिल्कुल शुरू में ही हो जाता है। यहाँ पर एक विपरीत प्रतिमान का विकास होता है जिसके अन्तर्गत मेजबान देश में विभिन्न समूह पर्यटन को विसंस्थाबद्ध करने के लिए अपना नियन्त्रण स्थापित करने का प्रयास करते हैं। वैकल्पिक रूप से तीसरी दुनिया की शृंखलाएँ उभर सकती हैं, जैसे ओबेरॉय, जो परिधीय आपूर्तिकारक तत्वों के साथ वैश्विक व्यवस्था में भेदन करती है।

सम्पूर्ण विश्व में अपेक्षाओं को पाँच श्रेणियों में रखा जा सकता है :

- 1) **आकर्षण** - प्राकृतिक, मानवनिर्मित, और सांस्कृतिक या नृजातीय।
- 2) **परिवहन** - आसान पहुँच, खासकर वैश्विक हवाई यात्रा मार्गों तक।
- 3) **रहने की व्यवस्था** - वाणिज्यिक क्षेत्रक, पूरक क्षेत्रक और अनौपचारिक निजी क्षेत्रक।
- 4) **समर्थनकारी सेवाएँ** - दुकानें, बैंक, चिकित्सकीय सहायता और निवासियों को ध्यान में रखने वाले अन्य उत्पाद।
- 5) **आधारभूत संरचना** - सड़कें, रेलें, हवाई अड्डे, बिजली, पानी और कूड़े-कचरे के निकास की व्यवस्था और वह सब जो समर्थनकारी सेवाओं और सुविधाओं को उपलब्ध कराने के लिए आवश्यक है।

यहाँ तक कि जिन स्थलों पर ये सारी सुविधाएँ उपलब्ध भी करा दी जाती हैं, वहाँ भी पर्यटक कम लागत, सुरक्षा, संरक्षा और स्थायित्व। इसलिए सभी गन्तव्य-स्थलों के लिए यह आवश्यक है कि वे इन सकारात्मक तत्वों को प्रोत्साहित करें। हालाँकि, सकल पर्यटन बाजार का लगभग

आठवाँ हिस्सा ऐसा है जिसकी तरफ पर्यटक बजट के कारण आकर्षित होते हैं चाहे उस देश ने अनिवार्य आपूर्तिकारक तत्वों को उपलब्ध कराने के लिए बाजार-प्रतिमानों को ही क्यों न स्वीकार रखा हो।

हालिया वर्षों में एशियाई देशों में हमने “अमुक देश की यात्रा इस वर्ष.... करें” जैसा आयोजन देखा है जो अधिकाधिक संख्या में पर्यटकों को कम से कम एक बार अपने यहाँ आकृष्ट करने के लिए किया जाता है। मलेशिया, जहाँ अभी कुछ साल पहले इस दृष्टिकोण से एक सफल वर्ष गुज़रा और उस समय हमारे यहाँ ऐसा कोई सफल वर्ष नहीं था, ने इस लक्ष्य को हासिल करने के लिए बहुत ऊँची लागत अदा की क्योंकि मलेशिया ने दुनिया भर के एजेण्टों और ऑपरेटरों को भुगतान किया ताकि वे पर्यटकों को मलेशिया लाएँ। इसके बाद वाले वर्ष में मलेशिया आने वाले पर्यटकों की संख्या पुनः घट गयी और मलेशिया को एक बार फिर अपने यहाँ पर्यटकों की संख्या बढ़ाने के लिए “मलेशिया यात्रा वर्ष (विज़िट मलेशिया इयर)” घोषित करना पड़ा।

आप आश्चर्य कर सकते हैं कि अन्तरराष्ट्रीय पर्यटकों को आकृष्ट करने के लिए किसी गन्तव्य-स्थल को इस सीमा तक जाना पड़ता है और इसके कारण प्रभावों का मिथक हमारे सामने आता है।

अभ्यास 2

अपनी प्रगति को जाँचिए

- 1) सारे देशों की प्रवृत्ति पर्यटन के सन्दर्भ में केवल अन्तरराष्ट्रीय परिप्रेक्ष्य को ही देखने की क्यों होती है?

.....
.....
.....
2) अन्तरराष्ट्रीय सन्दर्भ में पर्यटन की माँग को आकार प्रदान करने वाले कारकों का उल्लेख कीजिए।

.....
.....
.....
3) अवकाश का मानकों से मुक्त (normless) पर्यावरण क्या है?

.....
.....
.....
4) एरिक कोहेन के वर्गीकरण पर चर्चा कीजिए।

6.5 पर्यटन के प्रभाव

यह औचित्य कि पर्यटन किसी गन्तव्य-स्थल के लिए आर्थिक रूप से अच्छा होता है, प्रायः अल्पविकास की व्यवस्था की एकीकृत प्रकृति की उपेक्षा कर दिया करता है। पर्यटन के पक्ष और

विपक्ष को लेकर ज्वलन्त बहसों विद्यमान हैं। वैकासिक सन्दर्भ से अलग-थलग करके आर्थिक विकास को देखना आधुनिक पर्यटक की आवश्यकताओं और मूल्यों को किसी सार्वभौमिक औचित्य के रूप में स्वीकार कर लेने जैसा है। ऐसे समस्त अध्ययन जो पर्यटन के आर्थिक लाभों का, हालाँकि बहुत परिष्कृत रूप में, प्रचार करते हैं, वे इस तथ्य को सम्बोधित नहीं करते कि पर्यटन और अर्थव्यवस्था के अन्य क्षेत्रों के बीच की अन्तर्क्रियाएँ बहुत जटिल होती हैं। उदाहरण के लिए, लद्दाख में पर्यटन ने कृषि कार्य करने वालों को गम्भीरतापूर्वक प्रभावित किया है; केरल में इसने मछुआरों को गम्भीर रूप से प्रभावित किया है और गोवा में इसने पारम्परिक व्यवसायों को स्थानान्तरित कर दिया है। अधिकांश आधुनिक पर्यटन परियोजनाओं में होटल निर्माण, पर्यटकों के दबाव और कचरे के निस्तारण के माध्यम से भूमि उपयोग और पर्यावरणीय क्षति को लेकर हमेशा संघर्ष की स्थिति विद्यमान रही है। हालाँकि इन सबके लिए पर्यटन के कुप्रबन्धन को जिम्मेदार ठहराया जा सकता है, न कि स्वयं पर्यटन को।

दूसरी बात, तीसरी दुनिया के अधिकांश देश पर्यटन के खाते में रिसाव (लीकेज) का आकलन नहीं करते। यदि पर्यटन सेवाओं की आधारभूत संरचना और समर्थनकारी लागतों या आयातित सामग्रियों को गणना में न लिया जाए तो देश के भीतर और देश से बाहर के पर्यटन एक-दूसरे से सम्बन्धित हैं। वर्तमान में, जबकि प्रबन्धन के ठेकों और फ्रेंचाइजियों में वृद्धि होने के कारण रिसाव की सम्भावना बहुत बढ़ जाती है। निजीकरण में वृद्धि के साथ विदेशी कम्पनियाँ देश के भीतर संचालन करना शुरू कर देंगी ताकि स्थानीय खर्च के एक हिस्से को हासिल किया जा सके।

इसमें अवमूल्यन के प्रभाव और पर्यटक के डॉलर के बहुगुणन के घिस जाने को भी जोड़ने की आवश्यकता है। दोहरे प्रशुल्कों को लेकर भारत में टूर संचालकों और होटलों के बीच की बहस इसी का एक उदाहरण थी। विदेशी पर्यटकों से होटल वाले लोग रुपये के बदले, मानक डॉलर

प्रशुल्क की तुलना में, अधिक डॉलर वसूल रहे थे। टूर संचालकों और पर्यटकों ने ऐसे कार्य-व्यवहार को अनुचित माना और दोहरे प्रशुल्क को खत्म करने के लिए सरकार के सामने प्रतिनिधित्व किया। बाह्य स्रोतों द्वारा बनाए गए दबाव के कारण सरकार ने होटल उद्योग की परेशानी को देखते हुए दोहरे प्रशुल्कों को समाप्त करने का आदेश दिया।

पर्यटन का सामाजिक प्रभाव भी समान रूप से ही जटिल है। जबकि अन्तरराष्ट्रीय समझ और सद्भावना की विचारधारा पर्यटन को किसी भी कीमत पर प्रोत्साहित करना चाहती है, इसके सामाजिक प्रभाव बिल्कुल अदृश्य नहीं हैं। यौन पर्यटन, ड्रग्स की बिक्री और घूस देकर खरीदारी करना एक-दूसरे से गहन रूप से अन्तर्सम्बन्धित हो गए हैं, खासकर तीसरी दुनिया के देशों में पर्यटकों के कुछ रूपों में। थाईलैण्ड, नेपाल, श्रीलंका और भारत ने ऐसे पर्यटकों के नकारात्मक प्रभाव को देखा है।

कलात्मक अनोखी वस्तुओं के व्यापार ने कुछ मामलों में हमारी पुरातात्विक विरासत और कला की वस्तुओं के तोड़फोड़ को प्रोत्साहित किया है। ऐसे वाणिज्य के निषेध हेतु कानूनी संरचना विद्यमान होने के बावजूद यह सब घटित हुआ है। यहाँ तक कि गेंडे की सींग, चीते के पंजे और हाथी-दाँत जैसी प्रतिबन्धित वस्तुओं के व्यापार ने अवैध शिकार को जारी रखने को प्रोत्साहित किया है। हालाँकि वन्यजीवन से जुड़े अनेक पर्यटकों को यात्रा-व्यापार से जुड़े लोग एक संरक्षित करने वाले कारक के रूप में देखते हैं। दुर्लभ मुद्राओं (hard currency) में अवैध व्यापार करने का भी एक चलन है। ऐसी गतिविधियाँ स्थानीय आबादी के एक हिस्से को दलालों, बिचौलियों और कालाबाजारी करने वाले लोगों में बदल देती हैं। कभी-कभी पर्यटक भी ऐसी गतिविधियों के लिए बाजार मुहैया करा दिया करते हैं।

अन्ततः, एक प्रदर्शन प्रभाव भी हमारे सामने आता है। यह पर्यटकों के समस्त आचरण-व्यवहार को “आधुनिक” और “प्रगतिशील” बताने के जरिये होता है। पर्यटकों की वेशभूषा और उनके तौर-तरीकों को उन लोगों द्वारा अंगीकार कर लिया जाता है जो या तो उनके निकट सम्पर्क में हैं या फिर युवा हैं और पर्यटन के गन्तव्य-स्थलों पर रह रहे हैं।

लेकिन शायद सबसे बड़ा प्रभाव सांस्कृतिक क्षरण का है। यह क्षरण ऐसी प्रकार्यात्मक परम्पराओं में घटित होता है जो किसी संस्कृति की अन्तर्वस्तु को अपने प्रतीकों या नृजातीय संकेतकों के माध्यम से पॉप परम्पराओं में बदल दिया करते हैं। आमतौर पर ये प्रदर्शकारी होते हैं और इनका सम्बन्ध उद्भव, नामों, स्थापत्यों, भूदृश्यों और लोगों के दैनिक जीवन और उनके पर्वो-त्यौहारों से होता है।

इस तरीके के नृजातीय खाँचाबद्धीकरण (स्टीरियोटाइप्स) का सृजन बहुत सारे ट्रेवल एजेण्टों द्वारा उनकी विवरणिकाओं (brochures) के माध्यम से किया जाता है। अनोखे स्थलों और अनोखे लोगों की विपणनकारी छवियों की प्रक्रिया में ये विवरणिकाएँ नृजातीय संकेतकों के एक छोटे-से समुच्चय पर अपना ध्यान केन्द्रित करती हैं ताकि एक ऐसा अवधारणात्मक ढाँचा उपलब्ध कराया जा सके जिसके जरिये पर्यटक अपने देश से बाहर रहने के दौरान कुछ “सीखें”। इसके पश्चात नृजातीय पुनर्निर्माण प्रामाणिकता की निर्देशिका बन जाता है और नृजातीय खाँचाबद्धीकरण को पर्यटक की नज़रों में सत्यापित कर दिया जाता है क्योंकि इसे आसानी से पहचाना जा सकता है।

बहुत सारे लोग इसे शायद एक हानिरहित व्यवहार मानते हैं, लेकिन खतरे की रेखा तब पार हो जाती है जब परिवर्तन या प्रगति को बन्धक बना लिया जाता है; जब किसी खाँचाबद्धीकरण या

स्टीरियोटाइप को उन स्थानीय लोगों द्वारा चुनौती दे दी जाती है जो अब पर्यटकों की निगाहों में महज वस्तु भर नहीं रहना चाहते।

वर्तमान समय में, पर्यटन का केन्द्र-बिन्दु मुख्य आकर्षणों के रूप में अनोखी सांस्कृतिक आकृतियाँ हैं। पर्यटक दैनिक जीवन में उपयोग होने वाले विशिष्ट परिधानों को देखने के लिए जाते हैं; बाजारों और मेलों में हस्तशिल्प की दुकानें खोजने के लिए जाते हैं; या स्थानीय रंगों से जुड़ने के लिए जाते हैं (उदाहरण के लिए, सेवाओं के जरिये मोघुल या राजस्थानी परिधानों का आनन्द लेना)। बहुत सारे लेखकों ने यह माना है कि नृजातीयता के प्रति पर्यटकों का दृष्टिकोण हमलावरों, नृविज्ञानियों, मिशनरियों या उपनिवेशवादियों की तुलना में मुलायम और कृपालु होता है क्योंकि यह कहा जाता है कि पर्यटक नृजातीय अभिलक्षणों को संरक्षित, पुनर्स्थापित और पुनर्सृजित करना चाहते हैं। शायद यही कारण है कि हमने विश्व के विभिन्न हिस्सों में भारत के महोत्सवों के आयोजन के माध्यम से अपनी नृजातीयता के सुविचारित दृष्टिकोणों को सामने लाने की कोशिश की है। यह दूसरों के मनोरंजन के लिए सुविचारित नृजातीयता है। यह आवश्यक नहीं है कि ऐसा करके अर्जित किया गया धन इसके हकदार स्थलों को ही जाता हो, बल्कि यह सम्भव है कि अन्य लोगों की जेबों में जाता हो। भुगतान की बात करें, तो बहुत सारे मामलों में यह निष्पादन करने वाले की वाहवाही करने तक ही सीमित रह जाया करता है।

ऐसी नृजातीयता पर्यटनमूलक होती है और शोषण होने के कारण कमज़ोर होती चली जाती है। एक तरफ यह अन्तरराष्ट्रीय पर्यटन की बिल्कुल विरोधाभासी प्रकृति की एक अभिव्यक्ति है और दूसरी तरफ जिसे पश्चिमी संस्कृति समझा जाता है, उस पर्यटन संस्कृति की सामान्य पहचान है। यह स्थानीय नृजातीय समूहों और आकर्षणों के कृत्रिम या वास्तविक संरक्षण की तरफ ले जाता है ताकि उन्हें पर्यटन के अनुभवों के भीतर खपाया जा सके। स्वयं उन लोगों के लिए, जिन्हें “वस्तुओं” में परिवर्तित कर दिया गया है, जो परिवर्तन अब घटित हुआ है, उसके आर्थिक

और राजनीतिक निहितार्थ हैं। पर्यटन के नीति-निर्माताओं, पेशेवरों और अनुसन्धानकर्ताओं के लिए यह आवश्यक है कि वे इन निहितार्थों का ध्यान रखें ताकि पर्यटन का व्यवस्थित और स्वस्थ विकास हो।

अभ्यास 3

अपनी प्रगति को जाँचिए

1) अनोखी कलात्मक वस्तुओं के व्यापार (curio trade) का संस्कृति पर क्या प्रभाव पड़ता है?

.....
.....
.....

2) वर्तमान समय के पर्यटन का मुख्य केन्द्र-बिन्दु क्या है?

.....
.....
.....

6.6 सारांश

पर्यटन व्यवस्था इसीलिए, पर्यटन की परिघटना का, माँग-आपूर्ति परिस्थिति के प्रतिबन्धों के दायरे के भीतर, व्यावहारिक कार्यकरण है। यह माँग-आपूर्ति परिस्थिति एक प्रबन्धकीय प्रकार्य के रूप में अक्सर समस्याग्रस्त होती है और यह सुझाव देती है कि एक नीतिगत ढाँचे के भीतर

नियोजित पर्यटन की तरफ स्थानान्तरित हो जाना चाहिए। अन्य लोग इस दृष्टिकोण को एक छद्म-परिवर्तन मानते हैं। नियोजित पर्यटन और पर्यटन-नीति के आलोचक एक ऐसी व्यवस्था की वकालत करते हैं जो पर्यटन के ऐसे प्रभावों की समस्याओं पर विचार करती हो, जो माँग-प्रेरित न हो, बल्कि आपूर्ति-प्रेरित हों। पर्यटन विनिमय अक्सर शक्ति विनिमय होते हैं और पर्यटन के नियन्त्रण का निवेश करने के लिए यह जरूरी है कि इसके नकारात्मक रूपों का प्रतिरोध किया जाए। ऐसा करने से, नकारात्मक रूपों की तरफ ले जाने वाले कुप्रबन्धन से दूर रहते हुए, पर्यटन का विकास स्वस्थ तरीके से होगा।

6.7 शब्दावली

बैंक पैकर्स - कम बजट वाले पर्यटक; कम खर्च करने वाले पर्यटक

अवमूल्यन - किसी अन्य मुद्रा के सापेक्ष किसी मुद्रा को निचले स्थिर मूल्य तक घटाना।

बहुगुणन प्रभाव - निवेश के सापेक्ष आनुपातिक वृद्धि से अधिक का असर।

6.8 अपनी प्रगति को जाँचिए/अभ्यास के लिए संकेत

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 1

- 1) चार-स्तरीय ढाँचा लक्ष्य के अधिकाधिकीकरण के साथ-साथ पर्यटन की परिघटना, माँग और आपूर्ति के पहलुओं, प्रबन्धन और प्रभावों पर विचार करता है। ये सभी मिलकर पर्यटन की व्यवस्था को निर्मित करते हैं। देखें, अनुभाग 4.2।

- 2) रोज़गार जैसे अनेक क्षेत्रों में अपने प्रभावों के कारण। विदेशी मुद्रा के अर्जन आदि के कारण नीति-निर्माता पर्यटन की उपेक्षा नहीं कर सकते।
- 3) भले ही कोई गन्तव्य-स्थल बहुत आकर्षक हो, यह पर्यटन व्यवस्था की प्रभावशीलता पर निर्भर करता है। देखें, उप-अनुभाग 4.2.2।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 2

- 1) ऐसा इसलिए है क्योंकि पर्यटन के वैश्विक ढाँचे में सफलता का आकलन विश्व पर्यटन बाजार में हिस्सेदारी के आधार पर किया जाता है। देखें, अनुभाग 4.3।
- 2) पंचसितारा ठहरने की व्यवस्था, आसान पहुँच, वातानुकूलित कमरे, अवमूल्यन, आराम, वीजा पर नियन्त्रण जैसे कारकों का उल्लेख करें। देखें अनुभाग 4.3।
- 3) आप किसी नियन्त्रण या दायित्व के अधीन नहीं हैं, बल्कि आप अपनी इच्छानुसार कार्य करें।
- 4) अनुभाग 4.4 में उल्लिखित कोहेन के पाँचों बिन्दुओं पर चर्चा करें।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 3

- 1) ऐसा देखा गया है कि कुछ मामलों में यह कला और स्थापत्य की तोड़फोड़ की तरफ ले जाता है क्योंकि इन चीज़ों की नकल भी देखने में आती है। देखें, अनुभाग 4.3।
- 2) वर्तमान समय में, पर्यटन का केन्द्र-बिन्दु मुख्य आकर्षणों के रूप में अनोखी सांस्कृतिक आकृतियाँ हैं।



ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

इकाई 7 परिवहन के साधन

संरचना

7.0 उद्देश्य

7.1 प्रस्तावना

7.2 परिवहन के साधनों का विकास

7.3 सड़क परिवहन

7.4 रेल परिवहन

7.5 जल परिवहन

7.6 वायु परिवहन

7.7 पर्यटन में परिवहन की भूमिका

7.8 राष्ट्रीय परिवहन नीति की ओर

7.9 सारांश

7.10 शब्दावली

7.11 अपनी प्रगति को जाँचिए/अभ्यास के लिए संकेत

.....

7.0 उद्देश्य

कोई पर्यटक अलग-अलग साधनों के माध्यम से यात्रा कर सकता है। इसलिए, परिवहन के अलग-अलग साधनों से परिचित होना - पर्यटक और पर्यटन पेशेवर - दोनों के लिए आवश्यक है। इस इकाई के अध्ययन के बाद आप इस योग्य हो जाएँगे कि आप,

- परिवहन के विभिन्न साधनों के विकास के चरणों को समझ सकें;
- परिवहन के विभिन्न साधनों की पहचान कर सकें;
- पर्यटन के प्रोन्नयन में परिवहन के महत्व का संज्ञान ले सकें; और
- एक राष्ट्रीय परिवहन नीति की आवश्यकता को समझ सकें।

7.1 प्रस्तावना

हमारी सामाजिक-आर्थिक आवश्यकताओं के लिए परिवहन का योगदान उल्लेखनीय है। परिवहन के विभिन्न साधनों के माध्यम से व्यक्तियों और वस्तुओं को एक स्थान से दूसरे स्थान तक लाने और ले जाने की सुविधा प्रदान करने के कारण परिवहन उद्योग ने वैश्विक नेटवर्क व्यवस्था में अपना आधारभूत स्थान हासिल कर लिया है। पर्यटन का विकास परिवहन उद्योग पर निर्भर करता है। कोई भी पर्यटक हमेशा परिवहन के **सुरक्षित, आरामदायक और सुविधाजनक** तरीके के बारे में सोचता है। जब यात्रा के साधन के बारे में विचार किया जाता है तो **लागत और समय** जैसे महत्वपूर्ण पहलुओं के बारे में निश्चय ही सोचना पड़ता है। यहाँ परिवहन उद्योग के सामने यह चुनौती खड़ी हो जाती है कि पर्यटकों की आवश्यकताओं के अनुसार यात्रा के उपयुक्त साधनों को प्रस्तुत करके उन्हें किस प्रकार आकर्षित किया जाए।

यह इकाई ऐतिहासिक व्यवस्था में परिवहन के विभिन्न साधनों के विकास पर संक्षिप्त चर्चा के साथ आरम्भ होती है। यह भारत में उपलब्ध परिवहन के प्रमुख साधनों और उनकी प्रासंगिकता

की व्याख्या करती है। पर्यटन में परिवहन की भूमिका और राष्ट्रीय परिवहन नीति पर भी इस इकाई में चर्चा की गयी है।

7.2 परिवहन के साधनों का विकास

मानव सभ्यता के प्रादुर्भाव के समय से ही, परिवर्तित परिस्थितियों और प्रौद्योगिकी के विकास के अनुसार परिवहन के साधनों में परिवर्तन होता रहा है। जिन मुख्य प्रेरक साधनों का उपयोग किया जाता था वे थे : थलयात्रा के लिए जानवर और समुद्री यात्रा के लिए नौकायन या जहाज। उन्नीसवीं शताब्दी में भाप के इंजन और विद्युत तथा बीसवीं शताब्दी में आन्तरिक दहन इंजन के आविष्कार और अनुप्रयोग ने यात्रा और पर्यटन के क्षेत्र में क्रान्तिकारी परिवर्तन कर दिया और जन परिवहन के वर्तमान दौर की नींव डाली। अगला भव्य आविष्कार 1950 के उत्तरार्द्ध में आया जब जेट इंजनों के साथ वायुयानों का प्रणोदन किया जाने लगा। इसके कारण सम्पूर्ण विश्व के लिए हवाई यात्रा के प्रचुर लाभों का मार्ग खुल गया। यात्रा अब पहले से अधिक तेज हो गयी और अधिक से अधिक लोगों के लिए यात्रा करना सम्भव हो गया।

आइए, अब हम भारत में परिवहन प्रणाली के विकास पर एक संक्षिप्त दृष्टि डालते हैं। व्यापक रूप से इसे निम्नलिखित तरीके से विभाजित किया जा सकता है :

- पूर्व-औपनिवेशिक काल,
- औपनिवेशिक काल, और
- स्वातन्त्र्योत्तर दौर।

- i) **पूर्व-औपनिवेशिक काल** : भारतीय परिवहन उद्योग उन प्राचीन दिनों तक जाता है जब व्यापार मार्ग अनेक ग्रामीण और शहरी केन्द्रों को देश में बन्दरगाहों और बाजारों से जोड़ा करते थे। इतिहासकारों ने गुफाओं, पत्थर पर की गयी कलाकारियों और यात्रा के बीच सम्बन्ध स्थापित करने का प्रयास किया है। भारत में अनेक गुफाएँ प्राचीन व्यापार मार्गों पर स्थित थीं। हड़प्पा और मोहनजोदड़ो की नगर योजनाएँ परिवहन के उद्देश्यों के लिए नगरों में बनाई गयी सुनियोजित सड़कों की तरफ संकेत करती हैं। मुगल काल की समाप्ति तक यह प्रवृत्ति जारी रही। उदाहरण के लिए, प्रसिद्ध ग्राण्ड ट्रंक रोड का निर्माण शेरशाह सूरी के शासनकाल के दौरान किया गया था।
- ii) **औपनिवेशिक काल** : भारत में ब्रिटिश शासन के दौरान सड़क परिवहन और समुद्री बन्दरगाहों का विकास जारी रहा। औपनिवेशिक शासन द्वारा सड़कों के एक जाल का निर्माण किया गया। ऐसा भारत के आन्तरिक इलाकों को बन्दरगाहों से जोड़ने के लिए किया गया था ताकि भारत और यूरोप से कच्चा माल लाया जा सके और भारतीय बाजारों के लिए यूरोप से निर्मित उत्पादों का आयात किया जा सके। इस संजाल को और अधिक विस्तृत करने के लिए तथा प्रशासनिक आवश्यकताओं की पूर्ति हेतु सेना और पुलिस की द्रुत गतिशीलता के लिए 1854 में रेलवे का उद्भव हुआ। पहली अनुसूचित विमान सेवा का प्रारम्भ सन् 1932 में हुआ और अनेक वर्षों तक यह प्रतीकात्मक बनी रही।
- iii) **स्वातन्त्र्योत्तर दौर** : स्वतन्त्रता के पश्चात प्राथमिकताओं में परिवर्तन आ गया। द्वितीय विश्व युद्ध के दौरान रेलवे के पुनर्वास और राजमार्गों के निर्माण को क्षति पहुँची थी या इनकी उपेक्षा कर दी गयी थी। अर्थव्यवस्था और समाज की वैकासिक आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए परिवहन के जाल का पुनर्निर्माण प्राथमिक चिन्ता का

विषय बन गया था। परिवहन के लिए समुद्री, हवाई और अन्य साधनों के विकास पर भी ध्यान दिया गया। वर्तमान समय में, भारत में सरकार की प्रशासनिक आवश्यकताओं को पूरा करने से लेकर समाज की बढ़ती माँगों को पूर्ण करने और देश के समग्र विकास के लिए परिवहन का विकास करने के प्रयास किए जा रहे हैं।

पंचवर्षीय योजनाओं को लागू किए जाने और इसके परिणामों को हासिल किए जाने के बावजूद परिवहन प्रणाली अभी भी अपर्याप्तता की अवस्था का सामना कर रही है। उदाहरण के लिए, परिवहन क्षेत्रक विदेशी प्रौद्योगिकी, पूँजी और ऋणों पर बुरी तरह निर्भर है और परिणामस्वरूप इसके विकास की गति धीमी रही है। अपने सदस्यों की तरफ से आईएटीओ सरकार से वातानुकूलित पर्यटक कोचों के आयात के उदारीकरण का लगातार आग्रह करता रहा है। इस समयावधि में परिवहन के विभिन्न साधनों का विकास कुछ इस प्रकार होता रहा कि ये साधन एक-दूसरे से बिल्कुल भी सम्बन्धित नहीं रहे। इस तरह, भली प्रकार से एकीकृत मल्टी-मॉडल प्रणाली का विकास नहीं हो सका।

वर्तमान समय में भारत में परिवहन के चार मुख्य साधन प्रचलित हैं। ये हैं :

- सड़क परिवहन
- रेल परिवहन
- जल परिवहन
- वायु परिवहन

आइए, सड़क परिवहन से प्रारम्भ करते हैं।

7.3 सड़क परिवहन

सड़क परिवहन लघु और मध्यम दूरियों के लिए उपयुक्त सर्वाधिक आशाजनक और क्षमतावान साधनों में से एक है। उन बहुसंख्यक लोगों को, जो दूरदराज के गाँवों में निवास करते हैं, विभिन्न स्थानों से जोड़ते हुए यह आधारभूत संरचना उपलब्ध कराता है ताकि वे राष्ट्रीय जीवन की मुख्यधारा में आ सकें। सड़क परिवहन के बहुत लाभ हैं; जैसे - लचीलापन, विश्वसनीयता, गति और घर-घर जाकर दी जा सकने वाली सेवाएँ। इसके अतिरिक्त यह परिवहन के अन्य साधनों की दक्षता में वृद्धि करता है और उनके लिए पूरक का काम करता है। यह आन्तरिक और दूरदराज के भौगोलिक इलाकों के लिए बाहर निकलने की महत्वपूर्ण सुविधा प्रदान करता है और तुलनात्मक रूप से यह सस्ता और कम पूँजी-गहन है।

भारतीय सड़कों को निम्नलिखित पाँच श्रेणियों में वर्गीकृत किया गया है :

- राष्ट्रीय राजमार्ग
- राज्यीय राजमार्ग
- जिले की सड़कें
- गाँव की सड़कें
- गाँव की अवर्गीकृत सड़कें

राष्ट्रीय राजमार्ग धमनी-सदृश ऐसे मार्ग हैं जो संघ की राजधानी को राज्यों की राजधानियों, प्रमुख बन्दरगाहों और विभिन्न राजमार्गों से जोड़ते हैं। प्रधानमन्त्री ग्राम सड़क योजना स्वतन्त्रता के बाद की सर्वाधिक महत्वाकांक्षी ग्रामीण अवसंरचना की परियोजना है। राष्ट्रीय राजमार्ग विकास परियोजना भारत की सर्वाधिक गर्व की जाने वाली सफलता की कहानियों में से एक है।

राज्यीय राजमार्ग राज्यों की राजधानियों को राज्य के भीतर के जिला मुख्यालयों, महत्वपूर्ण शहरों और कस्बों से तथा राष्ट्रीय राजमार्गों से और पड़ोसी राज्यों के राजमार्गों से जोड़ते हैं।

जिले की सड़कें ट्रैफिक को प्रमुख सड़कों से प्रत्येक जिले के आन्तरिक इलाकों तथा ग्रामीण क्षेत्रों तक ले जाती हैं। इनका आगे भी **प्रमुख जिला स्तरीय सड़कों** और **अन्य जिला स्तरीय सड़कों** के रूप में वर्गीकरण किया गया है। प्रमुख जिला स्तरीय सड़कें पक्की होती हैं और इनका मानक और लक्षण ऊँचा होता है तथा अन्य जिला स्तरीय सड़कें तुलनात्मक रूप से निचले लक्षण और अभिकल्पन (डिज़ाइन) से युक्त होती हैं।

गाँव की वर्गीकृत सड़कें गाँवों या गाँवों के समूहों को आपस में तथा नज़दीकी जिला स्तरीय सड़क से, अन्य प्रमुख राजमार्गों से, रेलवे स्टेशनों से और नदियों के घाटों से जोड़ती हैं। ये सड़कें ग्रामीण इलाकों में बुनियादी अवसंरचना उपलब्ध कराती हैं।

गाँव की अवर्गीकृत सड़कें अधिकांशतः कच्ची सड़कें हैं। अधिकांश मामलों में इन सड़कों का स्तर बहुत निम्न है, इसलिए ये ग्रामीण क्षेत्रों में पगडण्डियों की तरह हैं।

राष्ट्र को आपस में जोड़ने वाले इन धागों से सम्बन्धित आँकड़े बहुत प्रभावशाली हैं। एकीकृत परिवहन नीति पर आधारित अपने चर्चा प्रपत्र के प्रारूप के सन्दर्भ में आधारभूत संरचना के लिए गठित किए गए कार्यबल के प्रतिवेदन के अनुसार वर्तमान समय में हमारे पास राष्ट्रीय राजमार्गों की कुल लम्बाई 1,42,126 किमी. (अप्रैल, 2019) है, राज्यीय राजमार्गों की कुल लम्बाई 1,76,166 किमी. (मार्च, 2016) है तथा अनौपचारिक नेटवर्क लगभग 57 लाख किमी. का है। इन सबको मिलाकर यह सकल लम्बाई साठ लाख किमी. से भी अधिक है। इन संख्याओं को देखकर आपको यह कहना चाहिए कि हमारा देश सड़कों के नेटवर्क के मामले में एक शानदार प्रतिमान रखता है जो विश्व के विशालतम सड़क नेटवर्क में से एक है।

“सन् 1998 में भारत में राजमार्गों के उन्नयन के लिए एक वृहद कार्यक्रम का प्रारम्भ किया गया। इसे राष्ट्रीय राजमार्ग विकास परियोजना (एनएचडीपी) का नाम दिया गया था। इसके अन्तर्गत चार मेट्रोपालिटन शहरों (दिल्ली, मुम्बई, चेन्नई और कोलकाता) को जोड़ने वाले प्रमुख उत्तर-दक्षिण और पूरब-पश्चिम गलियारों और राजमार्गों को पक्का किया गया और इन्हें चार लेन वाले राजमार्गों के रूप में बनाकर चौड़ा किया गया। भारत में राष्ट्रीय राजमार्ग के कुछ अधिक व्यस्त क्षेत्रों को चार या छह लेन और सीमित पहुँच वाले राजमार्गों में परिवर्तित कर दिया गया है; उदाहरण के लिए, दिल्ली-आगरा, दिल्ली-जयपुर, अहमदाबाद-वड़ोदरा, मुम्बई-पुणे, मुम्बई-सूरत, बेंगलुरु-मैसुरु, बेंगलुरु-चेन्नई, दिल्ली-मेरठ, हैदराबाद-विजयवाड़ा, भुवनेश्वर-पुरी, गुण्टूर-विजयवाड़ा, जम्मू-उधमपुर” [।](http://en.wikipedia.org/wiki/National_Highway_(India))

“भारत सरकार की केन्द्रीय रूप से प्रायोजित और वित्तपोषित सड़क और राजमार्ग परियोजना भारतमाला का लक्ष्य 83,677 किमी. (51,994 मील) लम्बे नवीन राजमार्गों का निर्माण करना था। यह परियोजना सन् 2018 में शुरू की गयी थी। भारतमाला परियोजना के पहले चरण में 34,800 किमी. लम्बे राजमार्गों का निर्माण करना (शेष परियोजनाओं को एनएचडीपी के अन्तर्गत शामिल करते हुए) शामिल था। इसकी अनुमानित लागत सन् 2021-22 आने तक 5.35 लाख करोड़ रुपये (77 बिलियन अमरीकी डॉलर) की थी।”

भारत में यान्त्रिक वाहनों का ट्रैफिक सन् 1951 में 3.06 लाख था जो सन् 1989 में बढ़कर 166.93 लाख हो गया और सन् 2013 में यह बढ़कर 182.5 लाख हो गया और सन् 2016 में यह 230 लाख हो गया। सड़क परिवहन का साठ प्रतिशत निजी क्षेत्रक में जबकि चालीस प्रतिशत सार्वजनिक क्षेत्रक में है। हालाँकि सार्वजनिक क्षेत्रक द्वारा ढोयी जा रही सवारियों का

प्रतिशत 51% है, जबकि निजी क्षेत्रक कुल 49 प्रतिशत सवारियों का ही वहन करता है और वह भी मुख्य रूप से राज्य परिवहन के उपक्रम के माध्यम से। **अन्तरराज्यीय बस प्रणाली** भलीभाँति विकसित है और बसों की गुणवत्ता अलग-अलग होती है। उदाहरण के लिए, अनेक राज्य परिवहन निगम ढेर सारी साधारण बसों, कुछ सेमी-डीलक्स और डीलक्स बसों तथा वातानुकूलित बसों (जो संख्या में बहुत कम हैं) का संचालन करते हैं। अन्तिम तीन श्रेणियों में पहले से बुकिंग कराने की सुविधा उपलब्ध है। बस अड्डों पर सारी सूचनाएँ उपलब्ध हैं। अन्तरराज्यीय बस टर्मिनलों पर, उदाहरण के लिए जैसा एक टर्मिनल दिल्ली में है, व्यावहारिक रूप से समस्त राज्य परिवहन निगम जानकारियाँ देते हैं और अग्रिम बुकिंग काउण्टरों की सुविधा उपलब्ध कराते हैं। वातानुकूलित और डीलक्स बसों को छोड़कर बाकी बसों में सामान को आमतौर पर बसों की छतों पर रखा जाता है। इसलिए, पर्यटकों को यह सलाह दी जानी चाहिए कि अपने सामान की सुरक्षा को लेकर वे सावधान रहें और उन्हें भीगने से बचाने को लेकर सजग रहें। बहुत सारे विदेशी पर्यटक साधारण बसों में यात्रा करना पसन्द नहीं करते हैं। हालाँकि, घरेलू पर्यटकों के लिए यह यात्रा का एक लोकप्रिय साधन है। अनेक बस संचालक ऐसे हैं जो वर्ष भर, विशेषतौर पर तीर्थस्थानों का, भ्रमण कराते हैं। यह भ्रमण ऐसा होता है कि एक ही समय में अनेक क्षेत्रों में जाकर घूमा जा सकता है। टैक्सियाँ, शोफर (chauffeur) द्वारा चलाई जाने वाली कारें, किराये पर ली जाने वाली कारें और मैटाडोर सदृश वाहन सड़क परिवहन से जुड़ी कुछ अन्य सेवाएँ हैं।

सड़क परिवहन से सम्बन्धित इन सामान्य सूचनाओं के आलोक में, आपका पहला कार्य यह होना चाहिए कि आप ऐसे पर्यटक स्थलों के बारे में जानकारी एकत्रित करें जहाँ सड़क परिवहन के माध्यम से जाया जा सकता है। इसके बाद सड़क परिवहन द्वारा पर्यटकों को ले जाने के लिए उपलब्ध सुविधाओं की पहचान करनी चाहिए। उदाहरण के लिए, श्री और श्रीमती ग़ोवर

दिल्ली से पुरी पहुँचे हैं। वे कोणार्क का प्रसिद्ध सूर्य मन्दिर और पुरी के आसपास के ऐतिहासिक स्थलों को देखना चाहते हैं। इन स्थलों की यात्रा के लिए सड़क परिवहन सर्वोत्तम साधन है। परिवहन के लिए जो साधन उपलब्ध हैं, उनमें शामिल हैं - स्थानीय बसें, विभिन्न तरीकों के लग्जरी कोच या टैक्सियाँ। यहाँ आपका कार्य यह भी है कि आप पर्यटकों की विभिन्न आवश्यकताओं के बारे में आँकड़े एकत्रित करें और तदनुसार इस सन्दर्भ में सुझाव दें या बुकिंग करें। वास्तव में, आपका सुझाव अलग-अलग श्रेणियों और पर्यटकों की अलग-अलग आवश्यकताओं पर आधारित होगा। उदाहरण के लिए, श्री और श्रीमती गोवर सम्पन्न हैं और यात्रा में निजता के शौकीन हैं। उनके पास बहुत अधिक समय भी नहीं है। इसलिए उनके लिए आदर्श चुनाव यह होगा कि वे किसी कार के माध्यम से यात्रा करें। यह अपेक्षा की जाती है कि आप विभिन्न तरीकों की सूचनाओं के सन्दर्भ में स्वयं को अद्यतन रखेंगे तथा पर्यटकों को प्रस्तावित करने के लिए आपके पास ताजे नवाचारी विचार भी मौजूद रहेंगे।

7.4 रेल परिवहन

रेलवे परिवहन का ऐसा प्रमुख माध्यम है जो विशेषतौर पर लम्बी दूरी की यात्राओं के लिए उपयुक्त है। भारत जैसे विशाल देश में, रेलवे आन्तरिक परिवहन के लिए धमनियों की तरह कार्य करती है।

“भारतीय रेलवे (आईआर) भारत की राष्ट्रीय रेलवे प्रणाली है जिसका संचालन रेल मन्त्रालय द्वारा किया जाता है। अपने आकार में यह विश्व के चौथे सबसे बड़े रेलवे नेटवर्क का प्रबन्धन करती है। मार्च, 2017 की स्थिति के अनुसार इसके मार्गों की लम्बाई 67,368 किमी. (41,861 मील) है और सकल पथ की लम्बाई 1,21,407 किमी. (75,439 मील) है। मार्गों का लगभग

60% 25 किलोवोल्ट 50 हर्ट्ज एसी के साथ विद्युतीकृत है जबकि इनका 33% हिस्सा दो या दो से अधिक पथों वाला है। सरकार समस्त रेल नेटवर्क को सन् 2023 तक विद्युतीकृत करने और सन् 2030 तक इसे 'नेट-ज़ीरो रेलवे' बनाने के लिए प्रतिबद्ध है।

भारतीय रेलवे (आईआर) प्रतिदिन 20,000 से अधिक सवारी गाड़ियाँ संचालित करता है। ये गाड़ियाँ लम्बी दूरी और उपशहरी मार्गों - दोनों- पर चलायी जाती हैं और 7,349 स्टेशनों से होकर गुज़रती हैं।”

([http://en.wikipedia.org/wiki/Indian Railways](http://en.wikipedia.org/wiki/Indian_Railways))

यह राज्य के स्वामित्व वाली और एक ही प्रबन्धन के तहत संचालित की जाने वाली एशिया की सबसे बड़ी रेलवे प्रणाली है। भारत में रेल पथों के तीन प्रकार हैं :

- i) ब्राड गेज (1.67 मीटर)
- ii) मीटर गेज (1.00 मीटर)
- iii) नैरो गेज (0.76 और 0.61 मीटर)

भारतीय रेलवे छोटी दूरी की बजाय लम्बी दूरी की यात्रा करने वाली सवारियों पर अपना ध्यान केन्द्रित करती रही है क्योंकि छोटी दूरी की यात्रा के लिए सड़क परिवहन का चुनाव करना किफायती होता है।

आर्थिक विकास में अपनी महत्वपूर्ण भूमिका के साथ-साथ पर्यटन प्रणाली में भी रेलवे की उल्लेखनीय भूमिका है। भारत जैसे विशाल देश में, जो कश्मीर से कन्याकुमारी तक विस्तृत है, घरेलू पर्यटकों की बहुसंख्या ऐसी है जो कई-कई घण्टों तक की यात्रा के लिए प्राथमिक रूप से रेलवे पर ही निर्भर है। इसके अतिरिक्त, वेतन के स्तरों और प्रासंगिक श्रेणी के आधार पर कर्मचारियों को अवकाश यात्रा छूट (LTC) के अन्तर्गत रेल और हवाई यात्राएँ करने की भी

अनुमति है। भाप के इंजन को डीजल और विद्युत के इंजनों द्वारा प्रतिस्थापित कर दिए जाने के कारण गतिशीलता और रफ्तार में निश्चय ही तेजी आयी है।

“मार्च, 2017 की स्थिति के अनुसार भारतीय रेलवे के रेल के डिब्बों और इंजन के भण्डार में माल लादने वाले डिब्बों की संख्या 2,77,987, सवारी डिब्बों की संख्या 70,937 और रेल इंजनों (लोकोमोटिव्स) की संख्या 11,452 थी। शताब्दी और राजधानी एक्सप्रेस जैसी अधिकांश प्रीमियम रेलगाड़ियों की रफ्तार 140-150 किमी. प्रति घण्टा (87-93 मील प्रति घण्टा) तक है। नई दिल्ली और झाँसी के बीच चलने वाली गतिमान एक्सप्रेस की रफ्तार 160 किमी. प्रति घण्टा (99 मील प्रति घण्टा) तक है। भारतीय रेलवे सावधानीपूर्वक निर्मित की गयी अर्द्ध-उच्च गति वाली रेलगाड़ियों का भी संचालन करता है जिसका नाम वन्दे भारत (इसे ट्रेन-18 के नाम से भी जाना जाता है) है और यह दिल्ली-वाराणसी और दिल्ली-कटरा के बीच चलती है। इसकी अधिकतम गति 180 किमी. प्रति घण्टा (112 मील प्रति घण्टा) है। माल लादने वाले खण्ड में, भारतीय रेलवे प्रतिदिन 9,200 से अधिक गाड़ियों का संचालन करता है। मालगाड़ियों की औसत गति लगभग 24 किमी. प्रति घण्टा (15 मील प्रति घण्टा) है। मालगाड़ियों की अधिकतम गति 60 से 75 किमी. प्रति घण्टा (37 से 47 मील प्रति घण्टा) के बीच होती है जो उनकी धुरी के भार और लादे गए कण्टेनर के वजन पर निर्भर करती है।”

([https://en.wikipedia.org/wiki/Indian Railways](https://en.wikipedia.org/wiki/Indian_Railways))

रेल यात्रा को अधिक तीव्र और आरामदायक बनाने के लिए इलेक्ट्रॉनिक सिग्नल और अन्य वैज्ञानिक युक्तियों के प्रयोग में वृद्धि की जा रही है। कालका और शिमला या न्यू जलपाईगुड़ी और दार्जीलिंग के बीच चलने वाली खिलौना रेलगाड़ियाँ (Toy Trains) पर्यटकों के लिए आकर्षण के मुख्य विषय हैं। इसी प्रकार, पर्यटकों के लिए पैकेज टूर पेश करते हुए “पैलेस ऑन व्हील्स” का प्रारम्भ किया गया। यह रेलगाड़ी पर्यटकों को आगरा होते हुए राजस्थान के प्रमुख ऐतिहासिक

स्थलों तक ले जाती है। इसी प्रकार, निकट भविष्य में “पैलेस ऑन व्हील्स” जैसी और रेलगाड़ियाँ भी चलायी जानी हैं। रॉयल ओरिएण्ट, डेक्कन ओडिसी, फेयरी क्वीन आदि विलासितापूर्ण पर्यटक रेलगाड़ियों के कुछ उदाहरण हैं। विदेशी पर्यटकों के लिए देश से बाहर **इण्डरेल टिकटों** की बिक्री की जाती है।

एक पर्यटक पेशेवर के रूप में आपके लिए यह आवश्यक है कि आप विभिन्न रेलगाड़ियों और उनके गन्तव्यों, प्रस्थान, आगमन, किरायों आदि के बारे में सूचनाएँ एकत्रित करें और इसके साथ ही साथ पर्यटकों को मिलने वाली विभिन्न छूटों और सुविधाओं के बारे में जानकारी इकट्ठी करें। उदाहरण के लिए, आप दिल्ली से 70 लोगों के एक समूह को दक्षिण भारत ले जाना चाहते हैं। इसके लिए आपको क्या करना होगा? पहला काम तो यह होगा कि आप स्थानीय रेलवे वाणिज्यिक प्रबन्धक या मुख्य आरक्षण सुपरिण्टेण्डेण्ट से सम्पर्क करें। सर्वोत्तम सुझाव तो यह होगा कि अपने पर्यटक समूह के लिए आप अलग से एक कोच आरक्षित कराएँ और दूरभाष या सन्देश के माध्यम से उन-उन रेलवे स्टेशनों को सूचित करें जहाँ-जहाँ आप एक या एक से अधिक दिनों तक ठहरना चाहते हैं। यह सुविधा उपलब्ध है और बहुत किफायती है और इसके जरिये अलग-अलग स्थानों पर आरक्षण कराने के झंझट से भी बचा जा सकता है।

रेलवे के पास उपलब्ध सुविधाओं और हमारे देश के विभिन्न हिस्सों को आपस में जोड़ने वाली अनेक रेलगाड़ियों के साथ पर्यटकों के सामने पेश करने के लिए आप विभिन्न भ्रमण कार्यक्रमों की योजना बना सकते हैं।

अभ्यास 1

अपनी प्रगति को जाँचिए

1) स्वातन्त्र्योत्तर भारत में परिवहन के क्षेत्र में आए महत्वपूर्ण परिवर्तनों में से कुछ का उल्लेख कीजिए।

.....

.....

.....

2) किसी बस के द्वारा किसी भ्रमण (टूर) की व्यवस्था आप कैसे करेंगे?

.....

.....

.....

3) पाँच वाक्यों में यह बताइए कि विभिन्न रेलगाड़ियों में बुकिंग कैसे की जाती है?

.....

.....

.....

7.5 जल परिवहन

सड़क और रेल परिवहन के आने से पहले यह जल-परिवहन ही था जिसके माध्यम से वस्तुओं और मनुष्यों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक लाया और ले जाया जाता था। जल परिवहन को परिवहन के प्राचीनतम तरीके का दर्जा प्राप्त है। नदियों के ऊपर पुलों के निर्माण के बावजूद जल परिवहन अभी भी प्रासंगिक है क्योंकि यह पर्यावरणीय रूप से उत्तम है और इसमें लागत

भी कम आती है। पर्यटन में इसकी प्रासंगिकता का विश्लेषण करने से पहले, आइए जल परिवहन की तीन मुख्य श्रेणियों की व्याख्या करते हैं। ये हैं :

- तटीय जहाजरानी
- अन्तर्देशीय जलमार्ग
- विदेश जाने वाला ट्रेफिक

1) **तटीय जहाजरानी** : भारत के पास 5500 किलोमीटर लम्बी विशाल तटरेखा है। वस्तुओं और यात्रियों के परिवहन के लिए तटीय जहाजरानी की उपयोगिता के सन्दर्भ में उल्लेखनीय सम्भावनाएँ हैं। लम्बी दूरियों के लिए यात्रा करने का यह सर्वाधिक ऊर्जा-दक्ष और सस्ता तरीका है। इस तरीके के माध्यम से अण्डमान और निकोबार द्वीप समूह और लक्षद्वीप द्वीप समूह तक यात्रा करने के लिए सुविधाएँ विद्यमान हैं। एक मौसमी सेवा मुम्बई से गोवा के बीच भी संचालित होती है।

2) **अन्तर्देशीय जलमार्ग** : भारत में नौगम्य अन्तर्देशीय जलमार्ग के अन्तर्गत नदी-प्रणालियाँ, नहरें, पश्चजल, ढलान वाला जल (creeps) और ज्वारीय आन्तरिक जल शामिल हैं। यह 14,500 किमी. लम्बा है जिसमें से 5,200 किमी. (3,200 मील) की लम्बाई नदियों की है और 4,000 किमी. (2,500 मील) की लम्बाई नहरों की है जिसका उपयोग यन्त्रीकृत जहाजों (crafts) के माध्यम से किया जा सकता है। यन्त्रीकृत जहाजों और देशज नावों का उपयोग करते हुए इन जलमार्गों के माध्यम से वार्षिक रूप से 4.4 करोड़ टन (4.9 करोड़ लघु टन) माल (कार्गो) का परिवहन किया जाता है। संयुक्त राज्य अमेरिका, चीन और यूरोपीय संघ जैसे विशाल देशों और भौगोलिक क्षेत्रों की तुलना में, भारत में, जलमार्गों के माध्यम से माल-परिवहन की सम्भावनाओं का उपयोग बहुत ही कम किया जा सका है।

[http://en.wikipedia.org/wiki/Water transport in India](http://en.wikipedia.org/wiki/Water_transport_in_India)

3) भारतीय अन्तर्देशीय जलमार्ग प्राधिकरण का गठन सन् 1986 में किया गया था और यह नोएडा में अवस्थित है। इसका दायित्व जहाजरानी के लिए राष्ट्रीय जलमार्गों का विकास, अनुरक्षण और विनियमन करना है। भारत में परिवहन के एक प्रकार के रूप में इसकी सम्भावनाओं का दोहन करने के लिए इस संस्था द्वारा प्रभावी आकार ग्रहण करना अभी शेष ही है।

4) **विदेश जाने वाला ट्रेफिक :** भारत के पास 12 प्रमुख बन्दरगाह (पश्चिमी तट पर स्थित काण्डला, मुम्बई, न्हावा शेवा, मर्मुगाओ, न्यू मँगलोर और कोच्चि तथा पूर्वी तट पर स्थित कोलकाता, हल्दिया, पारादीप, विशाखापत्तनम, चेन्नई और तूतीकोरिन और पोर्ट ब्लेयर है। इसके अतिरिक्त 139 लघु क्रियाशील बन्दरगाह भी हैं। प्रमुख बन्दरगाह संघ सरकार के सतह परिवहन मन्त्रालय के अधीन हैं और लघु बन्दरगाह राज्य सरकारों के अधीन हैं।

जल परिवहन के बारे में इन आधारभूत सूचनाओं को जानने के बाद आपके भीतर यह रुचि अवश्य उत्पन्न होनी चाहिए कि पर्यटन के प्रोन्नयन (promotion) के लिए इसका उपयोग किस तरह किया जाए। नदियों या समुद्र के किनारे बसे शहरों के सन्दर्भ में, नाव, स्टीमर या जहाज के माध्यम से किए जाने वाले विभिन्न पैकेज टूर्स की योजना को लेकर प्रचुर सम्भावनाएँ विद्यमान हैं। उदाहरण के लिए प. बंगाल पर्यटन विभाग ने पर्यटकों को सुन्दरबन (रॉयल बंगाल टाइगर के लिए प्रसिद्ध) ले जाने के लिए विशिष्ट पर्यटन कार्यक्रम प्रारम्भ किया। यात्रा और ठहरने की व्यवस्था को आरामदायक बनाने के लिए स्वयं इस कार्यक्रम के अन्तर्गत ही अनेक सुविधाओं का प्रावधान किया गया। यह परियोजना सफल रही। एलीफैण्टा गुफाओं तक केवल मोटर लांच के माध्यम से ही पहुँचा जा सकता है जो गेट वे ऑफ़ इण्डिया (मुम्बई) से संचालित की जाती है।

इसी प्रकार गोवा का पर्यटन विभाग आधे दिन और पूरे दिन के लिए समुद्री क्रूज की व्यवस्था करता है। क्रूज जहाजों के जरिये लक्षद्वीप द्वीप समूह तक जाना पर्यटकों का सर्वाधिक रुचिकर अनुभव होता है। दिन के समय में पर्यटकों को नावों की सवारी के जरिये द्वीपों तक ले जाया जाता है और रात होने तक वे जहाज पर वापस आ जाते हैं जहाँ अनेक तरीके के मनोरंजन की सुविधा उपलब्ध रहती है। कुछ ट्रेवल एजेंसियाँ भी पर्यटकों के लिए समुद्री क्रूज की व्यवस्था कराती हैं। इनमें से ट्रेवल कार्पोरेशन आफ इण्डिया सर्वप्रमुख है। छुट्टी बिताने के लिए अण्डमान जाने वाले पर्यटकों को चेन्नई या कोलकाता से जहाज पकड़ना पड़ता है।

कश्मीर की डल झील में किसी हाउसबोट में रहना पर्यटकों लिए आकर्षण का एक अन्य रूप; वाराणसी या इलाहाबाद में नौका यात्राएँ करना; नैनीताल में नौका विहार करना (नौका विहार और जल से सम्बन्धित खेल देश में तेजी से उभर रहे हैं)। कोचीन में, विभिन्न द्वीपों के बीच बसरूपी नौकाएँ (बोट बसें) चलती हैं। हालाँकि वे परिवहन के स्थानीय साधन हैं, फिर भी इनमें यात्रा करने में पर्यटकों को आनन्द आता है।

पर्यटकों के आकर्षण या जलमार्गों के संबंध में आपको स्वयं को अद्यतन रखना चाहिए क्योंकि इस सम्बन्ध में अधिकाधिक क्षेत्रों का विकास हो रहा है।

7.6 वायु परिवहन

अनुसूचित हवाई परिवहन का प्रारम्भ भारत में सन् 1932 में हुआ। सन् 1953 में इसके राष्ट्रीयकरण तक, हवाई परिवहन का अस्तित्व केवल प्रतीकात्मक था और राष्ट्र की अर्थव्यवस्था में इसने अपेक्षाकृत छोटी भूमिका का निर्वहन किया था। चूँकि ब्रिटिश सरकार के लिए इसकी

उपयोगिता सीमित थी और इस उद्योग का तकनीकी स्तर उपयुक्त नहीं था, इसलिए उन्होंने इसे विकसित करने के लिए कभी कोई प्रयास नहीं किया।

भारत में हवाई परिवहन उद्योग का राष्ट्रीयकरण करने वाले एयर कॉरपोरेशन अधिनियम, 1953 के बाद दो निगमों की स्थापना की गई थी, जिनके नाम थे : इण्डियन एयरलाइंस और एयर इण्डिया। इनमें से इण्डियन एयरलाइंस घरेलू सेवाओं और पड़ोसी देशों तक यात्राओं के लिए संचालित की जाती थी, जबकि एयर इण्डिया देश से बाहर आने और जाने के लिए अपनी सेवाएँ प्रदान किया करती थी। वायुदूत का गठन इंडियन एयरलाइंस और एयर इंडिया की सहायक कंपनी के रूप में किया गया था और यह दूरस्थ पहाड़ी और दुर्गम क्षेत्रों में फीडर मार्गों के सन्दर्भ में सेवाएँ प्रदान करता था। हेलीकॉप्टर सेवाओं के संचालन के लिए सन् 1985 में पवन हंस का गठन किया गया और प्रारम्भ में इसका नाम हेलीकॉप्टर कॉरपोरेशन ऑफ इंडिया रखा गया। इसका उद्देश्य भारत में अपतटीय तेल ड्रिलिंग के लिए हेलीकॉप्टर सेवाएँ प्रदान करने के अलावा अंडमान निकोबार और लक्षद्वीप को मुख्य भूमि से जोड़ना तथा जम्मू-कश्मीर, सिक्किम और पूर्वोत्तर राज्यों के दुर्गम और कठिन पहुँच वाले क्षेत्रों को आपस में जोड़ना था।

राष्ट्रीयकरण के पश्चात्, इस उद्योग में, दो वायु निगमों ने प्रौद्योगिकी को अद्यतन बनाया और आज इंडियन एयरलाइंस और एयर इंडिया के पास अत्याधुनिक प्रौद्योगिकी से सुसज्जित सबसे आधुनिक प्रकार के विमानों का सम्पूर्ण रूप से जेट विमानों से युक्त बेड़ा मौजूद है। भूमि पर भी इस बेड़े के सन्दर्भ में आधारभूत संरचनाएँ विद्यमान हैं।

सन् 1990 से सरकार ने निजी ऑपरेटरों को भारत के भीतर ट्रंक मार्गों को संचालित करने और इंडियन एयरलाइंस के साथ प्रतिस्पर्धा करने की अनुमति प्रदान की है। मुक्त आकाश की नीति को सुगम बनाने के लिए एयर कॉर्पोरेशन अधिनियम में संशोधन किया गया है।

सौवें हवाई अड्डे के रूप में सिक्किम में पाकयोंग के संचालन के साथ, हवाई अड्डों की कुल संख्या सन् 2014 के 75 से बढ़कर 100 हो गयी। क्षेत्रीय कनेक्टिविटी को सुगम और प्रोत्साहित करने के लिए अक्टूबर 2016 में उड़ान योजना शुरू की गयी। विमानों की संख्या सन् 2014 के 395 से बढ़कर 587 हो गयी और 900 से अधिक विमान माँग पर तैयार किए जा रहे हैं। घरेलू यात्रियों की यात्रा सन् 2014 में 6.1 करोड़ से बढ़कर 2018 में 12.3 करोड़ हो गई और अन्तरराष्ट्रीय यात्रियों की संख्या 2018 में 4.3 करोड़ (2014) से बढ़कर 6.0 करोड़ हो गई। भारत में दुनिया के सबसे कम हवाई किरायों का बने रहना जारी है और हवाई अड्डों के नेटवर्क तेजी से बढ़ रहे हैं; उड़ान वास्तव में सभी के लिए उपलब्ध हो गयी है। हवाई अड्डे पर सँभाला जाने वाला माल (अंतरराष्ट्रीय और घरेलू दोनों) 2018 में 2.3 मिलियन टन (2014) से बढ़कर 3.4 मिलियन टन हो गया। भारत सरकार ने एयरपोर्ट अवसंरचना (2014 से 2018) पर 16000 करोड़ रुपये का निवेश किया है और अगले पाँच साल में 1 लाख करोड़ रुपये से ज्यादा निवेश करने की योजना बनाई है। ([http://www.civilaviation.gov.in/sites/default/files/4-Year Achievements in Aviation \(Booklet\)](http://www.civilaviation.gov.in/sites/default/files/4-Year%20Achievements%20in%20Aviation%20(Booklet).pdf))

भारत में हवाई परिवहन का उपयोग मुख्य रूप से यात्री परिवहन के लिए किया जाता है और इसलिए भारत में पर्यटन के विकास में इसकी बहुत महत्वपूर्ण भूमिका है। आज सरकार वर्तमान और भविष्य की आवश्यकताओं के अनुसार हवाई अड्डों के उन्नयन और आधुनिकीकरण के लिए भारी मात्रा में खर्च कर रही है।

7.7 पर्यटन में परिवहन की भूमिका

व्यापक भौगोलिक विविधता वाले भारत जैसे विशाल देश में विभिन्न स्थानों को जोड़ने के लिए परिवहन के तेज और कुशल साधन अत्यन्त आवश्यक हैं। एक उद्योग के रूप में पर्यटन तभी विकसित किया जा सकता है जब लम्बी दूरी को तय करने में लगने वाले समय को न्यूनतम से भी न्यूनतम कर लिया जाए। आज के औद्योगिक समाज में, एक पर्यटक के निपटान में लगने वाला समय बहुत सीमित है। फुर्सत वाला कोई पर्यटक कुछ सप्ताहों के लिए संलग्न हो सकता है, जबकि सम्भव है कि किसी व्यापार-पर्यटक के पास संलग्न होने के लिए केवल कुछ ही दिन उपलब्ध हों। किसी भी अन्य सेवा उद्योग की तरह पर्यटन उद्योग में भी उपभोक्ता मनोविज्ञान मौजूद है और इस प्रकार पर्यटक सीमित समय सीमा के भीतर यथासम्भव अधिक से अधिक स्थानों को अपने यात्रा कार्यक्रम में कवर करके अपने खर्च के रिटर्न को अधिकतम करना पसंद करते हैं। इसी तरह, अपने सत्र के अन्त के समापन तक व्यापार प्रतिनिधि दर्शनीय स्थलों की और ऐतिहासिक महत्व के स्थानों की यात्राओं का आनन्द लेते हैं।

विश्व पर्यटक यातायात में भारत की हिस्सेदारी 1% है जिसमें भारत में लगभग 10 मिलियन विदेशी पर्यटकों का आगमन शामिल है (एक मिलियन दस लाख के बराबर होता है)। भारत में अन्तरराष्ट्रीय पर्यटन में वृद्धि हासिल करने के मार्ग में आने वाली विभिन्न बाधाओं में से एक बाधा यह है कि देश में आगमन के मुख्य बिन्दुओं से ऐसे आकर्षक स्थलों तक यात्रा करने की सुविधाओं में गम्भीर कमी विद्यमान है जिसकी यात्रा वे करना चाहते हैं और जहाँ वे ठहरना चाहते हैं। अगले दशक के दौरान हवाई यात्रा क्षमता के विकास के लिए इस आवश्यकता को पूरा करना होगा। पर्यटकों का आवागमन वार्षिक रूप से 10% से 12% तक बढ़ने का अनुमान है।

सड़क परिवहन कम दूरी की यात्रा में एक प्रमुख भूमिका निभाता है। मोटर वाहनों (पंजीकृत) की कुल शक्ति इस प्रकार है:

भारत में पंजीकृत मोटर वाहनों की संख्या

वर्ष (31 मार्च की स्थिति के अनुसार)	समस्त वाहन (कुल) x1000	दुपहिया वाहन x1000	कार, जीप और टैक्सियाँ X1000	बसें X1000	माल दुलाई वाहन X1000	अन्य X1000
2001	54991	38556	7058	634	2948	5795
2002	58924	41581	7613	635	2974	6121
2003	67007	47519	8599	721	3492	6676
2004	72718	51922	9451	768	3749	6828
2005	81499	58799	10320	892	4031	7457
2006	89618	64743	11526	992	4436	7921
2007	96707	69129	12649	1350	5119	8460
2008	105353	75336	13950	1427	5601	9039
2009	114951	82402	15313	1486	6041	9710
2010	127746	91598	17109	1527	6432	11080
2011	141866	101865	19231	1604	7064	12102
2012	159491	115419	21568	1677	7658	13169
2013	182445	132550	24853	1894	8597	14551

*आकलन (स्रोत: <http://mospi.nic.in/statistical-year-book-ndia/2017/189>)

सांख्यिकी और कार्यक्रम क्रियान्वयन मन्त्रालय में एनएसएसओ (राष्ट्रीय प्रतिदर्श सर्वेक्षण संगठन) द्वारा 1998 में किए गए यात्रा सर्वेक्षण के अनुसार, भारत में रात के दौरान की जाने वाली यात्राओं के सन्दर्भ में ग्रामीण जनसंख्या का 72% और शहरी आबादी का 65% बसों का उपयोग करता है (जिसमें श्रेणी ट्राम, वैन और ट्रेकर्स और ट्रक भी शामिल थे) तथा, सर्वाधिक लोकप्रिय परिवहन-माध्यम के रूप में, रेलवे इस मामले में द्वितीय स्थान पर है जिसके जरिये ग्रामीण जनसंख्या के 11% और शहरी जनसंख्या के 25% का परिवहन किया जाता है।

लम्बी दूरी में रेलवे द्वारा प्रस्तुत किए गए लाभों ने इस साधन को पर्यटकों के आवागमन के लिए देश की लम्बाई और चौड़ाई के बीच मुख्य धमनी की कड़ी के रूप में बना दिया है और अन्तर्देशीय परिवहन में इसकी भूमिका कम महत्वपूर्ण नहीं है। सड़क परिवहन के साथ-साथ, यह पर्यटकों के अन्तर्देशीय आवागमन के लिए आधारभूत ढाँचा प्रदान करता है, हालाँकि विदेशी पर्यटकों के लिए इसकी लोकप्रियता और उपयोगिता बहुत कम है क्योंकि वे हवाई परिवहन को पसन्द करते हैं जो सर्वाधिक तीव्र गति और सर्वाधिक आराम प्रदान करता है।

जलमार्ग का हिस्सा; अन्तर्देशीय, तटीय और विदेशी दोनों, पर्यटक यातायात में नगण्य है। पर्वत शृंखलाओं और तीव्र धाराओं में रज्जुमार्ग (रोपवे) का भी एक अलग लाभ है। यह उल्लेखनीय है कि तीव्र धाराओं के मार्ग बहुत जल्दी-जल्दी परिवर्तित होते रहते हैं। देश का 16 प्रतिशत से अधिक क्षेत्र पर्वतीय है। हालाँकि, भारत में रज्जुमार्ग (रोपवे) की कुल लम्बाई मुश्किल से कुछ सौ किलोमीटर ही है और इस प्रकार यह साधन, यद्यपि विशिष्ट क्षेत्रों में काफी उपयुक्त है, फिर भी यह अभी तक अप्रयुक्त ही बना हुआ है।

पर्यटन में हवाई परिवहन का महत्व इस तथ्य से उपजा है कि भारत में एक सुस्थापित सतह परिवहन प्रणाली है। हालाँकि, यह गम्भीर कमियों से ग्रस्त है :

- देश के कुछ हिस्सों में सड़क परिवहन जड़ है, पर्यटन को बढ़ावा देने और इसका विकास करने में अपनी पूरी भूमिका निभाने में असमर्थ है,
- रेल प्रणाली, दूसरी ओर, हालाँकि काफी व्यापक है लेकिन यह केवल कुछ ही हिस्सों में अच्छी है।

हमारे जैसे विशाल देश में, और औसत पर्यटक को प्राप्त कम समय के दृष्टिकोण से, रेल यात्रा भी अन्तरराष्ट्रीय पर्यटकों की आवश्यकताओं को पूर्ण करने के लिए बहुत धीमी है। रेलवे इन कमियों से निपटने के लिए कड़ी मेहनत कर रही है।

भारत में पर्यटकों के आने के बाद, पर्यटक काफी हद तक देश के भीतर अपनी गतिशीलता के लिए हवाई परिवहन पर निर्भर हैं। ऐसा देश की विशालता के कारण है और विकसित देशों के विपरीत, हमारे पास सेवा और चयन की आवश्यक गुणवत्ता की पेशकश करने वाली सड़क/कोच प्रणाली उपलब्ध नहीं है।

हवाई मार्ग से यात्रा के लिए प्रमुख प्रवेश बिन्दु
मुम्बई
दिल्ली
कोलकाता
चेन्नई
तिरुवनन्तपुरम

7.8 राष्ट्रीय परिवहन नीति की ओर

यह एक तथ्य है कि वर्तमान में भारत में उपलब्ध परिवहन के सभी साधन बढ़ती माँग को पूर्ण करने के लिए अपर्याप्त हैं। अन्तर्देशीय जलमार्ग या तटीय नौवहन जैसे कुछ साधन अभी भी अप्रयुक्त हैं।

सन् 1950 के बाद से, परिवहन के विभिन्न साधनों के विकास के लिए, अल्पकालिक और दीर्घकालिक उद्देश्यों और कार्यक्रमों के साथ, स्पष्ट रूप से इन साधनों की भूमिका निर्धारित करने हेतु एक राष्ट्रीय परिवहन नीति की खोज जारी है।

सन् 1950 में मोटर वाहन कराधान जाँच समिति ने परिवहन के सभी साधनों के समन्वित विकास की आवश्यकता पर बल दिया। सन् 1951 में, परिवहन सलाहकार परिषद ने जल, सड़क, रेल के साथ-साथ अन्य साधनों से राष्ट्रव्यापी परिवहन प्रणाली के विकास, समन्वय और संरक्षण की आवश्यकता को दुहराया। सन् 1959 में गठित परिवहन नीति और समन्वय सम्बन्धी समिति (जिसे नियोगी समिति के नाम से भी जाना जाता है) ने परिवहन के सभी साधनों को आच्छादित (कवर) करने वाली राष्ट्रीय नीति की व्यापक रूपरेखा तैयार करने के लिए 1966 में अपना प्रतिवेदन प्रस्तुत किया था। इसके अलावा, सन् 1970 में, अन्तर्देशीय जल परिवहन समिति ने एक राष्ट्रीय परिवहन नीति को प्रतिपादित करने की आवश्यकता पर बल दिया जो परिवहन के प्रत्येक साधन की भूमिका को परिभाषित करेगी और उनके समन्वय और एकीकरण के लिए, जहाँ व्यवहार्य और आवश्यक हो, वहाँ स्पष्ट सिद्धान्तों और प्रक्रियाओं को निर्धारित करेगी। देश के लिए व्यापक परिवहन नीति का प्रस्ताव करने के लिए सन् 1978 में पाण्डे समिति के गठन

के साथ खोज जारी रही। विभिन्न प्रणालियों के इष्टतम, अन्तर-मॉडल मोड की सिफारिश करना और प्रत्येक प्रणाली के भीतर उचित तकनीकी विकल्पों का सुझाव देना आवश्यक था। इस समिति ने मई 1980 में अपना प्रतिवेदन भी सौंपा था। इस समिति ने परिवहन के सभी साधनों के समन्वय की सिफारिश की और महसूस किया कि राष्ट्रीय परिवहन नीति में ऊर्जा संरक्षण पर अधिकाधिक जोर देने वाला दृष्टिकोण विद्यमान होना चाहिए। भारत सरकार ने इस समिति द्वारा की गई सिफारिशों को पूर्ण रूप से स्वीकार कर लिया।

भारत सरकार की राष्ट्रीय परिवहन नीति का उद्देश्य भारत में परिवहन के अधिकारों की रक्षा करना है। इसके उद्देश्य सुरक्षा, अवसंरचना, सार्वजनिक परिवहन और सेवाओं की गुणवत्ता, कौशल विकास, दुर्घटना ट्रामा सेंटर, पर्यावरण संरक्षण, ऊर्जा दक्षता, प्रभाव प्रबन्धन, आधुनिक प्रौद्योगिकी का उपयोग, अनुसंधान और आँकड़ा संग्रह/प्रबंधन से सम्बन्धित हैं।

अभ्यास 2

अपनी प्रगति को जाँचिए

1) पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए जल परिवहन के प्रोत्साहन हेतु अपने सुझाव दीजिए।

.....

.....

.....

2) हवाई परिवहन की नीति में प्रमुख परिवर्तन क्या हैं?

.....

.....

.....

3) पर्यटन, परिवहन उद्योग पर किस प्रकार निर्भर है?

.....
.....
.....

4) परिवहन पर एक राष्ट्रीय नीति की क्या प्रासंगिकता है?

.....
.....
.....

7.9 सारांश

इस इकाई ने आपको भारत में विद्यमान परिवहन के विभिन्न साधनों की विस्तृत रूपरेखा से परिचित कराया है। हमारे देश की विभिन्न भौतिक स्थितियों और यात्रियों की अलग-अलग रुचियों और माँगों को ध्यान में रखते हुए, रेलवे से लेकर हवाई यात्रा तक, परिवहन का हर साधन महत्वपूर्ण है। आज हमें सृजनात्मक रूप से और किफायती तरीके से आगे बढ़ने के लिए एक एकीकृत योजना विकसित करने की आवश्यकता है। प्रत्येक दिन प्रौद्योगिकी में हो रही उन्नति के साथ, परिवहन उद्योग के लिए यह आवश्यक है कि वह इसी के अनुसार अपना पुनर्विन्यास करे तथा पर्यटन के विकास के लिए यह एक आवश्यक पूर्व शर्त है।

7.10 शब्दावली

औपनिवेशिक: यहां इसका उपयोग विभिन्न ऐतिहासिक अवधियों को परिभाषित करने के लिए किया गया है। औपनिवेशिक का सम्बन्ध भारत में ब्रिटिश शासन से है।

एलटीसी: यात्रा रियायत छूट। अधिकांश संगठनों में कर्मचारियों को संगठनों द्वारा यात्रा करने के लिए यह सुविधा दी जाती है। एलटीसी के नियम एक संगठन से दूसरे संगठन में भिन्न होते हैं।

समुद्री परिभ्रमण (सी-क्रेज़स): आनन्द के लिए समुद्र में नौकायन।

खिलौना (ट्वाय) ट्रेन: यह तीन पर्यटन स्थलों ऊटी, शिमला और दार्जिलिंग में चलायी जाती है। यह इन स्थानों पर आने वाले पर्यटकों के प्रमुख आकर्षणों में से एक है।

7.11 अपनी प्रगति को जाँचिए/अभ्यास के लिए संकेत

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 1

- 1) अनुभाग 7.2 देखें।
- 2) अनुभाग 7.3 में दी गयी सूचनाओं के आलोक में और अपनी समझ के आधार पर आपको इस प्रश्न का उत्तर देना है।

3) आपको सूचनाएँ एकत्रित करके इस प्रश्न का उत्तर देना है।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 2

- 1) अनुभाग 7.5 में आप जल-परिवहन के बारे में पढ़ चुके हैं। इससे आपको योजना को सूत्रबद्ध करने में सहायता मिलेगी।
- 2) निजी हवाई संचालकों को दी गयी अनुमति तथा इसके साथ ही सन् 1953 के एयर कॉर्पोरेशन अधिनियम का समापन।
- 3) अनुभाग 7.7 देखें।
- 4) अनुभाग 7.8 देखें।

इकाई 8 विश्व युद्धों के बीच (1914-1950) पर्यटन का उत्कर्ष (boom)

संरचना

- 8.0 उद्देश्य
- 8.1 प्रस्तावना
- 8.2 बीसवीं शताब्दी की अवधि
- 8.3 पर्यटन और अर्थव्यवस्था यानी संकट
- 8.4 परिवहन और तकनीकी प्रगतियाँ
- 8.5 राजनीति और पर्यटन
- 8.6 राष्ट्र संघ (लीग ऑफ नेशंस)
- 8.7 आईयूओटीओ (IUOTO)
- 8.8 बरमूडा समझौता
- 8.9 सारांश
- 8.10 शब्दावली
- 8.11 अपनी प्रगति को जाँचिए/अभ्यास के लिए संकेत

.....

8.0 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के बाद आप इस योग्य हो जाएँगे कि आप,

- पर्यटन के उत्कर्ष को जान सकें;
- राष्ट्र संघ के गठन और इसकी भूमिका को समझ सकें;
- परिवहन और तकनीकी प्रगतियों पर चर्चा कर सकें; और
- बरमूडा समझौते और आईयूओटीओ (IUOTO) के बारे में जान सकें।

8.1 प्रस्तावना

आरम्भिक दिनों के सूत्रपात से ही मनुष्यों ने विभिन्न कारणों से यात्राएँ की हैं। संसाधनों का अर्जन (व्यापार), जल, खाद्य और सुरक्षा पर्यटन की प्रारम्भिक प्रेरणाएँ थीं। लेकिन जब लोगों के मन में सन्तुष्टि और आनन्द के लिए यात्राएँ करने का विचार आया, तो पर्यटन के कारणों में परिवर्तन आ गया। यात्रा के रूप या तरीके के हिसाब से पर्यटन सदैव तकनीक पर निर्भर रहा है। पहिये और नौकाओं जैसी तकनीक के आविष्कार ने परिवहन के लिए सुगम साधन उपलब्ध कराए। प्रत्येक तकनीकी उन्नति ने यात्रा करने के लिए व्यक्तियों के अवसरों को बढ़ाया। जब सरकारों द्वारा आधारभूत संरचनाओं का विकास किया गया और अन्य सुविधाएँ एकत्रित हुईं, तो आत्मिक उन्नति, भूदृश्यों को देखने की ललक और आध्यात्मिक उद्देश्यों के कारण यात्राओं के महत्व में वृद्धि हुई। इस इकाई में आप राजनीति और संगठनों के साथ-साथ पर्यटन के विकास का महत्व समझेंगे।

8.2 बीसवीं शताब्दी की अवधि

द्वितीय विश्व युद्ध के पश्चात अन्तरराष्ट्रीय पर्यटन के विकास के लिए उत्तरदायी सर्वाधिक विश्वव्यापी कारकों को तीन अग्रगण्य शीर्षकों में रखकर चर्चा की जा सकती है : तकनीक में क्रान्तिकारी परिवर्तन, उत्पाद का प्रसार तथा सामाजिक या मौद्रिक कारक।

पुरातन काल से ही यात्रा मनुष्य की अनिवार्य गतिविधियों में शामिल रही है। इस यात्रा के अनेक कारण रहे हैं, जैसे- भोजन, जल, सुरक्षा या संसाधनों के अर्जन (व्यापार) आदि। (के लिए यात्राएँ की गयी) प्राचीन भारतीय ग्रन्थों में तीन शब्द थे - तीर्थाटन, देशाटन और पर्यटन। ये सभी संस्कृत भाषा के शब्द हैं जिनका तात्पर्य ऐसी यात्राओं से हैं जिनका उद्देश्य क्रमशः धार्मिक कारण, व्यापार और वाणिज्य तथा फुरसत और आनन्द होता है।

यह प्रेक्षित करना रोचक है कि जब लोगों के पास आनन्द और अन्वेषण के लिए यात्रा करने का विचार आया तो यात्राओं के कारणों और बुनियादी उद्देश्यों में बहुत अधिक बदलाव आ गया। हम यह भी देखते हैं कि यात्रा, परिवहन के साधन और माध्यम के रूप में, तकनीक पर निस्सन्देह निर्भर करती है। प्रारम्भिक दिनों में, यात्री दूर-दूर तक पैदल यात्रा करके या पालतू जानवरों की सवारी करते हुए जाया करते थे। अगर हम आगे चलकर देखें, तो पहिये और नौवहन जैसी तकनीक के आविष्कार ने परिवहन के नए माध्यमों को उपलब्ध कराया। तकनीक के क्षेत्र में प्रगति के प्रत्येक पहलू ने यात्रा करने के लिए व्यक्तियों के अवसरों को खूब बढ़ाया। यात्रा में रुचि को बढ़ाने वाले अन्य अनेक कारक हैं : शैक्षिक उद्देश्य, प्राकृतिक दृश्यों का आनन्द लेना, धार्मिक कारण और तीर्थयात्रा के लिए किया जाने वाला भ्रमण आदि। ज्यों-ज्यों आधारभूत संरचना विकसित होती गई और सरकारों की मदद से अन्य सेवाओं का विस्तार प्रारम्भ हुआ, त्यों-त्यों यात्रा में रुचि बढ़ती चली गयी।

उस समय भारत ब्रिटिश शासन के अधीन था, इसलिए फुरसत और आनन्द के लिए यात्रा करने के बारे में लोग अधिक सोच भी नहीं सकते थे। इसी कारण भारत में उस अवधि के

दौरान पर्यटन के व्यवसाय में किसी प्रकार की वृद्धि नहीं हुई जबकि पश्चिमी देशों, विशेषकर संयुक्त राज्य अमेरिका, के पास धन का ऐसा अधिशेष था जिसकी आवश्यकता फुर्सत और आनन्द के उद्देश्यों से सम्बन्धित यात्राओं के लिए होती ही है। यह वही समय था जब अमरीकी सरकार ने एक बार फिर देश में पर्यटन उद्योग को प्रोत्साहित करने पर जोर देना प्रारम्भ किया और सन् 1898 में इस विषय को लेकर वहाँ कानून भी बनाया गया। सरकार ने ऐसे कानून बनाए जो विशेषतौर पर पर्यटन उद्योग को प्रेरित करने के लिए अभिकल्पित किए गए थे और इस सन्दर्भ में सन् 1900 में हेनरी फ्लैगलर ने फोर्ट नसाऊ में होटल कॉलोनियल खोला। यह देश का ऐसा पहला होटल था जो समुद्र के किनारे अवस्थित था और यह वर्तमान ब्रिटिश कॉलोनियल होटल की जगह पर स्थित था। फ्लैगलर को यह श्रेय भी जाता है कि उन्होंने फ्लोरिडा और नसाऊ के बीच पर्यटकों के आने-जाने के लिए अपनी स्वयं की जलपोत-व्यवस्था संचालित की, जिसमें जलपोत भाप से चला करते थे।

सन् 1914 में एक पर्यटन विकास बोर्ड की स्थापना की गयी जिसके पास बहामा द्वीपों का विज्ञापन और विपणन करने की शक्तियाँ थीं। इस बोर्ड का वार्षिक बजट तीन हजार पौण्ड का था। नसाऊ जाने के लिए प्रथम विमान सेवा सन् 1919 में शुरू की गयी। जलविमान के सम्बन्ध में चाक (Chalk) के नाम से फ्लोरिडा और बहामा के बीच एक हवाई सेवा भी प्रारम्भ की गयी। सन् 1924 में बिमिनी रॉड और गन क्लब की शुरुआत के साथ ही आउट द्वीप में पर्यटन के विकास में सचमुच एक नए दौर का आरम्भ हुआ। इस भौगोलिक क्षेत्र में यात्रियों की बढ़ती संख्या के परिणामस्वरूप पैन अमेरिकन ने भी सन् 1929 में फ्लोरिडा और नसाऊ के बीच अपनी दैनिक विमान सेवा प्रारम्भ की।

1920-30 के दशक में, सन् 1923 में ब्रिटिश कॉलोनियल होटल के पुनर्निर्माण और सन् 1926 में होटल फोर्ट मांटेग्यू के निर्माण के साथ, पर्यटन उद्योग ने बहुत शानदार वृद्धि के

दिन देखे। पर्यटन में जो वृद्धि सन् 1920 में देखी गयी थी, बाद में वह 1930 की आर्थिक महामन्दी के कारण रुक गयी और अन्य आर्थिक गतिविधियों के साथ-साथ बहामा का पर्यटन उद्योग भी गतिहीन हो गया।

सन् 1850 से 1930 के बीच बहामा की सम्पूर्ण अर्थव्यवस्था पर्यटन पर ही आधारित थी और इसने पर्यटन से जुड़ी गतिविधियों के सम्बन्ध में तीव्र विस्फोट को प्रदर्शित किया था और ऐसा आर्थिक गतिहीनता की लम्बी-लम्बी अवधियों के जरिये घटित हुआ था। सन् 1860 के पहले, नसाऊ उस अवरोध का मुख्य केन्द्र हुआ करता था, जो गृहयुद्ध के कारण संयुक्त राज्य अमेरिका के दक्षिणी राज्यों में घटित हुआ था। गृहयुद्ध के इन वर्षों में बहामा में, इस भीड़भाड़ के परिणामस्वरूप राजस्व की खूब बढ़ोत्तरी हुई।

किन्तु सन् 1865 में गृहयुद्ध समाप्त हो जाने के कारण इस बढ़ोत्तरी में अचानक रुकावट आ गयी। उन्नीसवीं शताब्दी के अन्त तक आते-आते बहामा द्वीपों ने अनानास की खेती के जरिये समृद्धि हासिल की लेकिन यह सफलता अधिक दिनों तक नहीं टिक सकी क्योंकि बेहतर गुणवत्ता और कम लागत के कारण यह खेती स्थानान्तरित होकर हवाई द्वीप में चली गयी।

1920 के दशक को संयुक्त राज्य अमेरिका में मदिरा के विनिर्माण और बिक्री के सम्बन्ध में निषेध का दौर घोषित किया गया। तब नसाऊ, जो कि रम (rum) के मामले में एक प्रमुख केन्द्र था, ने इस व्यवसाय से काफी राजस्व अर्जित किया। इन द्वीपों के अनेक समृद्ध परिवार अपनी सम्पदा के स्रोत को अतीत में जाकर इस अवधि से जोड़ सकते हैं। लेकिन जब सन् 1933 में इस निषेध को समाप्त कर दिया गया तो यह आर्थिक गतिविधि समाप्त हो गयी।

1930 के दशक में बहामाई प्राकृतिक स्पंज उद्योग के पतन के कारण बहामा द्वीपों की आर्थिक कठिनाइयाँ बहुत बढ़ गयीं क्योंकि व्याधियों के कारण स्पंज नष्ट हो रहा था। यह “लाल ज्वार (red tide)” की तरह ही था। कृत्रिम स्पंज के आने से पहले, समुद्र के भीतर उथले जल में उगने वाले स्पंज का व्यक्तिगत रूप से धुलाई और अन्य कामों में व्यापक रूप से उपयोग होता था और बहुत सारे बहामाई लोगों के लिए यह स्पंज आय का एक लाभप्रद स्रोत हुआ करता था।

बहामा द्वीपों में पर्यटन उद्योग के सन्दर्भ में एक वर्ष घोषित करने को लेकर सरकार ने अपनी प्रतिबद्धता दर्शायी। 1930 की अवधि बहामा द्वीपों में व्यवहार्य पर्यटन उद्योग के सन्दर्भ में बहुत सम्भावनायुक्त सिद्ध हुई। सन् 1938 के दौरान बहामा द्वीपों में कुल 57,394 पर्यटक आए, जिसमें से 10,000 पर्यटक रुके। सन् 1941 में पैन एएम ने फ्लोरिडा और नसाऊ के बीच अपनी पहली, बिना रुकने वाली, गैर-जलविमान सेवा शुरू की। जहाँ तक सन् 1940 की अवधि का प्रश्न है, यह द्वितीय विश्व युद्ध के समापन का दौर था और सरकार ने अतीत में जाकर अपने आर्थिक इतिहास को देखा। इस इतिहास में छोटी-छोटी कालावधियों वाली तेजी थी और इसके बाद आने वाली निराशाजनक मन्दियाँ थीं। देश में एक स्थिर अर्थव्यवस्था का सृजन करने के लिए सरकार ने आर्थिक गतिविधियों के दो प्राथमिक क्षेत्रों को विकसित करने का निर्णय लिया। पहला था, पर्यटन उद्योग के सन्दर्भ में एक वर्ष घोषित करना और दूसरा अपतटीय वित्तीय सेवाओं के क्षेत्रक से सम्बन्धित था। परिणामस्वरूप सन् 1949 के दौरान बहामा द्वीपों में, पिछले वर्ष की पर्यटकों की भीड़ की तुलना में, केवल 32,000 पर्यटक ही आए। यह याद रखा जाना चाहिए कि उस समय पर्यटन तीन से चार महीने के छोटे-से मौसम तक सीमित हुआ करता था और बहामाई

सरकार ने अमेरिका और यूरोप के समृद्ध पर्यटकों से अपील की कि वे इस मौसम से इतर समय में भी बहामा घूमने आएँ और बहामा द्वीपों के इलाकों का अन्वेषण करें।

होटलों के निर्माण को प्रेरित करने के लिए सरकार ने सन् 1949 में होटल प्रोत्साहन अधिनियम (सन् 1954 में भलीभाँति संशोधित) पारित किया। इस अधिनियम में सीमा-शुल्क को वापस पेश करने का प्रावधान था तथा इससे मिलती-जुलती कुछ अन्य रियायतें भी थीं।

1950 के दौरान, द्वीप की सरकार के एक प्रमुख सदस्य सर स्टैफोर्ड सैण्ड्स ने पर्यटन विकास बोर्ड को पुनर्जीवित किया और पाँच लाख पौण्ड के बजट का अनुमोदन किया। इस बजट का उपयोग व्यापक विज्ञापनों के लिए तथा उत्तरी अमेरिका और यूरोप में पाँच समुद्रपारीय कार्यालयों को खोलने के लिए किया जाना था।

8.3 पर्यटन और अर्थव्यवस्था यानी संकट

सन् 1920-21 की मन्दी को संयुक्त राज्य अमेरिका के इतिहास में तीक्ष्ण अपस्फीतिकारक मन्दी माना जाता है। इस मन्दी ने अन्य देशों को भी प्रभावित किया और यह मन्दी प्रथम विश्व युद्ध समाप्त होने के चौदह महीने पश्चात शुरू हुई थी। यह मन्दी जनवरी 1920 में शुरू हुई थी और जुलाई 1921 तक बनी रही। प्रथम विश्व युद्ध समाप्त होने के बाद एक तीक्ष्ण मन्दी आयी जो दो सालों तक बनी रही। इसने बहुत जटिलताएँ पैदा कर दीं क्योंकि लाखों दिग्गजों को अर्थव्यवस्था ने निगल लिया था। अर्थव्यवस्था ने धीमे-धीमे पटरी पर आना शुरू किया लेकिन फिर भी युद्धकालीन अर्थव्यवस्था से शान्तिकालीन अर्थव्यवस्था तक स्थानान्तरित होने के लिए अर्थव्यवस्था को एक लम्बी दूरी तय करनी थी। मन्दी के लिए

बहुत सारे कारकों को उत्तरदायी ठहराया गया, जैसे वापस आने वाली फौजें, जिन्हें नागरिकों के श्रमबल के मुकाबले उमड़ने के एक विकल्प के तौर पर देखा गया और यह माना गया कि अर्थव्यवस्था द्वारा अवशोषित किए जा रहे दिग्गजों को वे बचा लेंगी। मजदूर संघों के संघर्षों में असफलता, वित्तीय और मौद्रिक नीति में परिवर्तन तथा मूल्य-अवसरों में परिवर्तन जैसे अन्य कारक भी अर्थव्यवस्था की हालत बिगाड़ने के लिए उत्तरदायी माने जाते हैं।

बेरोजगारी वह प्रमुख मुद्दा थी जिसका अनुभव मन्दी के दौरान किया गया। रोमर के अनुसार, बेरोजगारी की वृद्धि दर 5.2 प्रतिशत से बढ़कर 8.7 प्रतिशत हो चुकी थी। इसके अतिरिक्त, स्टैनले लेबेरगॉट द्वारा भी बेरोजगारी का एक आकलन किया गया है। लेबेरगॉट के मुताबिक, बेरोजगारी 5.2 प्रतिशत से बढ़कर 11.7 प्रतिशत पहुँच चुकी थी। यह स्पष्ट है कि मन्दी के बाद बेकारी में तेजी से गिरावट आयी, और सन् 1923 में यह उस स्तर तक आ गयी जहाँ यह पूर्ण रोजगार के साथ सुसंगत थी। यह भी अनुभव किया गया कि मन्दी के दौरान औद्योगिक उत्पादन भी बहुत घट गया था और यह भी देखा गया कि मई 1920 से जुलाई 1921 तक की अवधि में आटोमोबाइल उत्पादन साठ प्रतिशत तक दुष्प्रभावित हो चुका था तथा कुल मिलाकर सम्पूर्ण औद्योगिक उत्पादन में तीस प्रतिशत की गिरावट आ चुकी थी। किन्तु मन्दी के समाप्त होने पर औद्योगिक उत्पादन शीघ्र ही वापस पटरी पर आ गया। अक्टूबर 1922 में औद्योगिक उत्पादन ने पुनर्यौवन हासिल किया और वापस अपनी ऊँचाइयों पर पहुँच गया।

विभिन्न प्रविधियों और सूचकांकों का प्रयोग करते हुए, विक्टरजार्नोविट्ज़ ने यह निष्कर्ष निकाला है कि 1920-21 की मन्दी के कारण व्यावासायिक गतिविधि पर दूरगामी प्रभाव पड़े। यहाँ तक, कि जार्नोविट्ज़ ने दावा किया है कि यह एक उच्च प्रकार की मन्दी थी जिसका अनुभव सन् 1873 से लेकर महामन्दी के बीच की अवधि में किया गया।

8.4 परिवहन और तकनीकी प्रगतियाँ

आर्थिक विकास हासिल करने में तकनीक महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है क्योंकि यह ऐसे आर्थिक अवसर उत्पन्न करती है जिनकी आवश्यकता उपभोक्ताओं को, यात्रा करने के लिए, होती है। विश्व के विभिन्न कोनों तक पर्यटकों को ले जाने के लिए हवाई यात्रा के योगदान को एक ऐसे प्रमाण के रूप में देखा जा सकता है जिसका योगदान पर्यटन उद्योग में हुई तकनीकी प्रगतियों ने किया है। विमानन उद्योग में कम लागत वाले जहाजों (Low Cost Carriers : LCC) का आना पर्यटन उद्योग में तकनीक को सफलतापूर्वक लागू किए जाने का एक और शानदार उदाहरण है। पर्यटन उद्योग को प्रायः तकनीकों के सुधार, उत्पादन और प्रवर्तन के एक उदाहरण के रूप में देखा जाता है। अपनी प्रकृति में जटिल होने और यह जानने के बावजूद कि बाह्य कारकों में उतार-चढ़ाव के चलते पर्यटन उत्पाद और इनसे जुड़े हितधारक लगातार बदलते रहते हैं, पर्यटन में सूचना तकनीक के विकास और प्रवर्तन का प्रभाव उल्लेखनीय रहा है।

सूचना तकनीक में क्रान्ति के चलते विश्व में नज़दीकियाँ बढ़ी हैं क्योंकि अब गन्तव्य के बारे में तुरन्त की (real time) जानकारी भी हासिल की जा सकती है। सूचना तकनीक ने लोगों को अब इतना अधिक सशक्त कर दिया है कि वे अपने घर बैठे-बैठे गन्तव्य-स्थल पर उपलब्ध आकर्षणों, मौसम, होटलों, टैक्सियों आदि के बारे में जानकारी हासिल कर सकते हैं। पर्यटक और गन्तव्य-स्थल को एक-दूसरे के बहुत निकट लाकर इंटरनेट ने पर्यटन व्यवसाय में तीव्र वृद्धि कर दी है।

यात्रा और पर्यटन उद्योग एक संवेदनशील उद्योग है जिस पर किसी भी बड़ी या छोटी घटना, जैसे - उथल-पुथल, आतंकी हमले, आन्दोलन और हड़तालों आदि का बुरा प्रभाव पड़ सकता है। विमान सेवाएँ पर्यटन उद्योग का सर्वाधिक प्रभावित हिस्सा हैं और ऐसा गन्तव्य-स्थलों पर होने वाले आतंकी हमलों या उपद्रवों के कारण है। उड़ानों के सुचारु संचालन के लिए विमान सेवाओं को बाध्य होना पड़ा कि वे कुछ नई विपणन रणनीतियों को लागू करें। इसके परिणामस्वरूप अब विमान सेवाएँ ई-कॉमर्स पर अधिकाधिक जोर दे रही हैं। अधिकांश विमान सेवाओं ने कुछ नई विपणन रणनीतियों का विकास किया है, जैसे - विशिष्ट आवेदनों को प्रारम्भ करना, जिसमें आज के दौर में अधिक ध्यान प्रबन्धकीय अन्तर्वस्तुओं पर दिया जाता है;वैयक्तीकृत सॉफ़्टवेयर तथा व्यावसायिक सूचनाओं से जुड़ी सामग्रियों का विकास करना। सुरक्षा और प्रभावशीलता जैसी अपनी विशेषताओं के कारण इण्टरनेट तकनीक ने विमानन क्षेत्र में बहुत लोकप्रियता हासिल की है। यह इण्टरनेट तकनीक विमान सेवाओं के लिए भी लाभकारी सिद्ध हुई है क्योंकि इण्टरनेट के कारण विमान सेवाओं की संचालन-लागत घट गयी है और उन्हें उपभोक्ताओं से निकट सम्बन्ध स्थापित करने के अवसर मिले हैं। सूचना तकनीक के क्षेत्र में क्रान्ति के कारण कुछ महत्वपूर्ण विशेषताओं ने ध्यान आकृष्ट किया है। इनमें से कुछ विशेषताएँ निम्नलिखित हैं।

यात्रा और पर्यटन उद्योग में वाकी-टाकी (Walkie-Talkie), इसके प्रभाव

विमानन क्षेत्र में वाकी-टाकी के आगमन से इस क्षेत्र पर अनेक तरीकों से गहन प्रभाव पड़े हैं। यात्रा कराने वाले मध्यस्थों और उनके व्यवसाय के निष्पादन पर इस प्रभाव को देखा जा सकता है। विभिन्न यात्रा पोर्टलों के विकास ने यात्रा-व्यवसाय को वास्तव में पुनःपरिभाषित कर दिया है। इसके कारण बहुत सारे ऑनलाइन यात्रा पोर्टलों का जन्म हुआ है जो पर्यटन

के लेखे-जोखे को उपभोक्ताओं तक प्रभावशाली रूप से समेकित करके पहुँचाते हैं। लुफ्थांसा और ब्रिटिश एयरवे जैसी विमान सेवाओं ने ई-कॉमर्स आवेदन पहले ही प्रारम्भ कर दिया है जिसके माध्यम से इन्होंने अपने ग्राहकों तक इस सुविधा को विस्तारित कर दिया है कि वे आरक्षण प्रणाली तक अपनी सीधी पहुँच रख सकें। इस प्रकार, अब उपभोक्ता इस स्थिति में हैं कि वे किसी भी गजट (मोबाइल फोन या लैपटॉप) के माध्यम से और किसी भी जगह (घर या कार्यालय या किसी मनोरंजन-स्थल) से उड़ानों के बारे में जान सकते हैं, टिकट बुक कर सकते हैं और अन्तिम रूप से टिकट खरीदने से पहले तमाम उपलब्ध विकल्पों की जाँच भी कर सकते हैं।

अभ्यास 1

अपनी प्रगति को जाँचिए

1) मध्य काल में पर्यटन और आर्थिक चरण पर चर्चा कीजिए।

.....

.....

.....

.....

.....

2) तकनीक के महत्व को व्याख्यायित कीजिए।

.....

.....

.....

8.5 राजनीति और पर्यटन

जहाँ तक पर्यटन और राजनीति की बात है, ये दोनों चीज़ें एक-दूसरे से निकटतापूर्वक जुड़ी हुई हैं। राजनीति राज्यों का मार्गनिर्देशन करती है और साथ ही साथ यह समाज में विद्यमान धारणाओं से मार्गनिर्देशित भी होती है। समाज स्वीकार्यता और लोकप्रियता के माध्यम से शासित होता है तथा योग्यता ये बचता है। इसलिए, राजनीति और इसके प्रमुख खिलाड़ियों, जो राजनीतिक प्रक्रिया में शामिल रहते हैं, को ऐसी स्थिति में माना जाता है जिसमें रहकर वे सम्पूर्ण विश्व के पर्यटकों के विचारों को या तो प्रभावित कर सकते हैं या स्पष्टता प्रदान कर सकते हैं।

जो निर्णय पर्यटन उद्योग के संचालन को प्रत्यक्ष या परोक्ष रूप से प्रभावित करते हैं, वे निर्णय राजनीतिज्ञों द्वारा ही लिए जाते हैं। वे विचारों का प्रक्षेपण भी करते हैं और गन्तव्य-स्थल के सम्बन्ध में लोगों के मतों को प्रभावित भी करते हैं। धनराशि और सदस्यता को लेकर जनमत-संग्रह कराने के साथ-साथ वे निगम कर के आरोपण की शुरुआत भी करते हैं। निगरानी रखने वाले परिप्रेक्ष्य के माध्यम से यात्रा-उद्योग को कमजोर बनाने के लिए राजनीतिज्ञ ही पूर्णतः जिम्मेदार होते हैं।

इसलिए, आइए इस पर चर्चा करते हैं कि राजनीति और पर्यटन एक-दूसरे से किस प्रकार सम्बन्धित हैं। राजनीतिज्ञों के पास किसी समुदाय की धारणा को किसी गन्तव्य-स्थल की तरफ मोड़ देने की विशिष्ट शक्ति होती है। यह जन-धारणा किसी भी तरीके की हो सकती

है और यह भी हो सकता है कि यह धारणा दुतरफा हो। इसी तरह, यह भी हो सकता है कि यह धारणा बाहर से देखने वाले परिप्रेक्ष्य से युक्त हो या स्थिति इसके विपरीत भी हो सकती है। उदाहरण के लिए, जो राजनीतिक दल चुनाव लड़ने जा रहा है, उसके पास दोनों विकल्प मौजूद हैं। निर्वाचन में या तो वह दल जीत जाएगा या हार जाएगा किन्तु अगर वह जीतता है तो पर्यटन उद्योग का पूरा दृश्य ही प्रभावित हो जाएगा। इससे देश के भीतर और देश से बाहर के पर्यटन की गतिशीलता पर असर पड़ेगा। ये राजनीतिक दल ही हैं जो अपने-अपने देशों में पर्यटन के भविष्य को निर्धारित करते हैं क्योंकि पर्यटन की गतिशीलता और पर्यटन उद्योग के संचालन से जुड़ी सारी योजनाएँ और नीतियाँ इन दलों की तरफ ही केन्द्रिकृत होती हैं। किसी भी देश में पर्यटन से सम्बन्धित सारे विनियामक प्राधिकरण राजनीतिक दल ही हैं, इसलिए एक ऐसे राजनीतिक दल का होना बहुत महत्वपूर्ण है जो देश की सेवा करने की सदिच्छा रखता हो। यह बहस का विषय है कि क्या आतंकवाद एक राजनीतिक नारा या मूलमन्त्र है या फिर यह आतंकवादियों द्वारा अपने एजेण्डे को आगे बढ़ाने के लिए स्वयं प्रक्षेपित किया जाता है। जो भी हो, आतंकवाद घृणा से उत्पन्न होता है और घृणा कभी भी पर्यटन को प्रोत्साहित नहीं कर सकती। पर्यटन तो विभिन्न संस्कृतियों के ऐसे सम्मिलन का साक्षी रहा है, जो विभिन्न जातियों, पन्थों, समुदायों, धर्मों और रंगों को आकर्षित करता है और उन सबके बीच प्रसन्नता का संचार करता है। यदि किसी गन्तव्य-स्थल पर कोई आतंकवादी घटना होती है, तो यह पर्यटन उद्योग के लिए लज्जा का विषय है।

पर्यटन राजनीतिक और आर्थिक परिवर्तनों के लिए बहुत महत्वपूर्ण रहा है। 1914 के बाद की अवधि पर्यटकों द्वारा किए गए अनेक ऐसे देशों के बहिष्कार की साक्षी रही है, जिनमें राजनीतिक उथल-पुथल थी या अवांछनीय राजनीतिक शासन था। राजनीतिक चर्चाओं में

पर्यटन का व्यापक प्रयोग करना, निष्पक्ष व्यापार और वाणिज्य के लिए दबाव बनाना, तथा आर्थिक रूपान्तरण के लिए पर्यटन को एक उपकरण की तरह प्रयुक्त करने की रणनीति बनाना किसी भी देश द्वारा पर्यटन के विकास के लिए अपनायी गई नीति के प्रति राजनीतिक इच्छा के प्रभाव को दर्शाता है।

8.6 राष्ट्र संघ (लीग ऑफ़ नेशंस)

प्रथम विश्व युद्ध के पश्चात दो या दो से अधिक देशों के बीच की समस्याओं और विवादों का समाधान करने के लिए एक अन्तरराष्ट्रीय राजनयिक समूह का विचार किया गया, जिसका नाम राष्ट्र संघ (लीग ऑफ़ नेशंस) था। यह संयुक्त राष्ट्र संघ की पूर्वगामी संस्था थी। द्वितीय विश्व युद्ध के दौरान इसका संचालन बन्द कर दिया गया।

राष्ट्र संघ का उद्भव अमेरिकी राष्ट्रपति वुड्रो विल्सन (जनवरी, 1918) द्वारा दिए गए चौदह सूत्री भाषण में खोजा जा सकता है। यह भाषण प्रथम विश्व युद्ध में हुए भीषण विनाश और नरसंहार के पश्चात विश्व में शान्ति लाने के प्रति वुड्रो विल्सन के विचारों से सम्बन्धित था। विल्सन का विचार देशों के बीच विवादों के समाधान के लिए एक विश्व-स्तरीय संगठन का सृजन करने का था ताकि ये विवाद युद्ध और रक्तपात के रूप में विस्फोटक न हो जाएँ।

सन् 1919 में राष्ट्र संघ की प्रक्रिया और सांगठनिक संरचना को एक प्रसंविदा के रूप में प्रतिष्ठापित किया गया। यह प्रसंविदा पेरिस शान्ति सम्मेलन में भाग लेने वाले देशों द्वारा विकसित की गयी थी। प्रारम्भ में इसका मुख्यालय लन्दन में बनाया गया और बाद में यह स्थानान्तरित होकर जेनेवा चला गया। सन् 1920 में राष्ट्र संघ के सदस्य देशों की संख्या

48 थी। यह पहला ऐसा संगठन था जिसने विश्व शान्ति को प्रोत्साहित किया। राष्ट्र संघ की प्रसंविदा के अनुसार इसके प्राथमिक लक्ष्य इस प्रकार हैं -

क) यह सामूहिक सुरक्षा और विसैन्यीकरण के माध्यम से युद्ध को रोकता है तथा वार्ता और मध्यस्थता के जरिये अन्तरराष्ट्रीय विवादों का समाधान करता है।

ख) श्रम की दशाओं, देशज निवासियों के प्रति व्यवहार, मानव और नशीले पदार्थों की तस्करी पर पूर्ण प्रतिबन्ध, शस्त्र व्यापार पर नियन्त्रण, वैश्विक स्वास्थ्य के प्रति सावधानी, युद्धबन्दियों की चिन्ता और यूरोप में अल्पसंख्यकों की समग्र सुरक्षा के सम्बन्ध में यह सन्धियाँ स्थापित करता है।

राष्ट्र संघ की संलग्नता और विवादों का निवारण

विलना के नगर के लिए पोलैण्ड और रूस (1920)

ऊपरी सिलेशिया के बारे में पोलैण्ड और जर्मनी तथा तेश्चेन नगर पर इन दोनों देशों के साथ चेकोस्लोवाकिया

- आइलैण्ड द्वीप पर फिनलैण्ड और स्वीडन ।

- हंगरी और रोमानिया के विवाद ।

- फिनलैण्ड और रूस के झगड़े ।

- यूगोस्लाविया और आस्ट्रिया के विवाद ।

- अल्बानिया और ग्रीस के सीमा विवाद ।

- मोरक्को को लेकर फ्रांस और इंग्लैण्ड के बीच के तनाव ।
- कोर्फू द्वीप पर बेनितो मुसोलिनी द्वारा की गयी बमबारी के कारण ग्रीस ने मदद माँगी थी। इस विवाद का समाधान राजदूतों के सम्मेलन (राष्ट्र संघ को दरकिनार कर दिया गया था) द्वारा किया गया।
- ग्रीक और बुल्गारिया का तनाव ।

राष्ट्र संघ के अन्य प्रयास

- 1920 का जेनेवा प्रोटोकाल (अब इसे रासायनिक और जैविक हथियार के सन्दर्भ में देखा जाता है)
- 1930 के दशक में सम्पन्न हुआ विश्व निरस्त्रीकरण सम्मेलन (एडोल्फ़ हिटलर के कारण यह सम्मेलन असफल हो गया)
- अल्पसंख्यकों की सुरक्षा के लिए अधिदेश आयोग। यह आयोग अफ्रीका और फिलिस्तीन में शामिल रहा।
- गैर-कानूनी युद्ध के लिए केलॉग-ब्रियाँ समझौता (1928)। जब जापान ने मंगोलिया पर आक्रमण कर दिया तो राष्ट्र संघ यहाँ असमर्थ सिद्ध हुआ।
- द्वितीय विश्व युद्ध में राष्ट्र संघ असफल रहा।

राष्ट्र संघ की सबसे बड़ी कमी यह रही कि अपने संकल्पों के प्रवर्तन के लिए, अपने आर्थिक अनुमोदनों के लिए या आवश्यकता पड़ने पर सैन्य सहायता के लिए इसके पास अपनी कोई

सैन्य शक्ति नहीं थी और इस मामले में यह प्रथम विश्व युद्ध के मुख्य खिलाड़ियों पर पूर्णतः निर्भर रहा। ऐसा करने में महान शक्तियाँ (ग्रेट पावर्स) अनेक अवसरों पर हिचकिचाती रहीं। उन्हें लगता था कि अनुमोदन कर देने से राष्ट्र संघ के सदस्य देशों को धक्का लग सकता है, इसलिए राष्ट्र संघ इन आवश्यकताओं को पूरा करने में हिचकिचाता रहा और इस प्रकार इसने इन चीजों से एक दूरी बनाए रखी। 1920 के दशक में कुछ उल्लेखनीय उपलब्धियाँ हासिल करने और कुछ प्रारम्भिक असफलताओं के बाद धुरी शक्तियों द्वारा किए गए आक्रमणों को रोकने में राष्ट्र संघ असमर्थ हो गया। राष्ट्र संघ की छवि इस तथ्य के बावजूद दिन-ब-दिन बिगड़ती चली गयी कि संयुक्त राज्य अमेरिका कभी भी इसका सदस्य नहीं रहा और सोवियत संघ इसका सदस्य बहुत बाद में बना। राष्ट्र संघ से स्वयं को बाहर करने वाला पहला देश जर्मनी बना, और इसके पश्चात जापान, इटली, स्पेन और अन्य देशों ने भी स्वयं को राष्ट्र संघ से अलग कर लिया। द्वितीय विश्व युद्ध के प्रारम्भ ने अपने आप ही यह सिद्ध कर दिया कि राष्ट्र संघ अपने उस बुनियादी उद्देश्य को पूर्ण करने में असफल रहा, जिसके लिए इसका गठन किया गया था। यह भविष्य में होने वाले विश्व युद्ध को रोकने में असफल रहा। राष्ट्र संघ की कार्यावधि कुल मिलाकर 26 वर्ष रही और द्वितीय विश्व युद्ध के समापन के पश्चात इसके स्थान पर संयुक्त राष्ट्र संघ अस्तित्व में आ गया। संयुक्त राष्ट्र संघ ने ऐसे सभी कर्तव्यों और अधिकारों को अपने भीतर समाहित कर लिया, जो राष्ट्र संघ को प्रदान किए गए थे।

8.7 आईयूओटीओ (IUOTO)

आईयूओटीओ का तात्पर्य है आधिकारिक यात्रा संगठन का अन्तरराष्ट्रीय संघ (International Union of Official Travel Organization)। आईयूओटीओ एक गैर-सरकारी, तकनीकी संगठन था जो बाद में यूएनडब्ल्यूटीओ (संयुक्त राष्ट्र विश्व पर्यटन संगठन –United Nations World Tourism Organization) के रूप में सामने आया। आधिकारिक पर्यटक संगठन की पहली अन्तरराष्ट्रीय कांग्रेस सन् 1925 में हेग में आयोजित की गयी थी। सन् 1930 में कांग्रेस ने एक औपचारिक संघ बनाने का निर्णय लिया और सन् 1934 में यह आधिकारिक पर्यटक प्रचार संगठन के अन्तरराष्ट्रीय संघ (IUOTPO – International Union of Official Tourist Publicity Organization) के रूप में सामने आया। प्रथम विश्व युद्ध के पश्चात आईयूओटीपीओ का आईयूओटीओ (International Union of Official Travel Organization) के रूप में पुनर्गठन किया गया। यह राष्ट्रीय पर्यटक संगठनों, औद्योगिक और उपभोक्ता समूहों का एक समुच्चय था। आईयूओटीओ ने पर्यटन के प्रोत्साहन को समर्थन प्रदान किया तथा विकासशील देशों के लिए एक आर्थिक साधन के रूप में यात्रा और पर्यटन के विकास में इसने सहायता की।

8.8 बरमूडा समझौता

बरमूडा समझौता, अपने-अपने भूभागों के बीच नागरिक हवाई यात्रा (विमान सेवा) के संचालन के लिए, यूनाइटेड किंगडम और संयुक्त राज्य अमेरिका के बीच का एक औपचारिक समझौता था। इस समझौते पर हस्ताक्षर सन् 1946 में “बरमूडा” नामक स्थान पर किया गया था, इसीलिए इसे “बरमूडा समझौते” के नाम से जाना जाता है। बरमूडा समझौते पर हस्ताक्षर किए जाने से पहले; सन् 1944 में शिकागो सम्मेलन आयोजित किया गया था जहाँ “हवाई क्षेत्र की स्वतन्त्रताओं” पर चर्चा की गयी थी। इस सम्मेलन में संयुक्त राज्य

अमेरिका, यूनाइटेड किंगडम और अन्य देश हवाई क्षेत्र की प्रारम्भिक दो स्वतन्त्रताओं पर सहमत हुए थे। ये दो स्वतन्त्रताएँ थीं - किसी देश के ऊपर से विमान ले जाने की स्वतन्त्रता तथा ईंधन भरने या मरम्मत करने के लिए विमान को किसी देश में उतार सकने की स्वतन्त्रता। किन्तु अन्तरराष्ट्रीय वायु परिवहन के आर्थिक नियन्त्रण के मुद्दे पर ये देश असहमत थे। अनेक देशों ने कार्गो ट्रैफिक और यात्रियों से जुड़ी तीसरी, चौथी और पाँचवीं स्वतन्त्रताओं का संज्ञान लेने से भी इनकार कर दिया। बाद में सन् 1945 में संयुक्त राज्य अमेरिका और यूनाइटेड किंगडम की सरकारें "बरमूडा" में एकत्रित होने के लिए सहमत हुईं और हवाई यातायात की शर्तों पर चर्चा की गयी।

बरमूडा समझौते ने एक-दूसरे के (अमेरिका और यूनाइटेड किंगडम) वाहक-विमानों की उड़ान के लिए असंदिग्ध हवाई यात्रा मार्गों को परिभाषित किया। इस समझौते में दोनों देशों के वाहक-विमानों को किसी भी वायुमार्ग पर (सम्बन्धित भूभागों पर) यात्रा करने के लिए निष्पक्ष और समान सम्भावनाएँ प्रदान की गयीं। इस समझौते में यह निर्णय भी लिया गया कि दोनों देश एक-दूसरे के हितों का ध्यान रखेंगे। समझौते में यह भी प्रस्थापित किया गया कि हवाई किराये सम्बन्धित विनियामक प्राधिकरणों द्वारा संस्तुत होंगे या अन्तरराष्ट्रीय वायु परिवहन संघ (IATA – International Air Transport Association) द्वारा निर्धारित किए जाएँगे। सन् 1978 में द्वितीय बरमूडा समझौते को प्रभावशील बनाया गया और पूर्ववर्ती समझौते को समाप्त कर दिया गया। बरमूडा समझौता एक प्रारम्भिक वायु परिवहन समझौता (द्विपक्षीय) है और यह अनेक आगामी समझौतों के लिए एक आदर्श बना।

अभ्यास 2

अपनी प्रगति को जाँचिए

1) विश्व शान्ति में राष्ट्र संघ की भूमिका पर चर्चा कीजिए।

.....

.....

.....

.....

2) बरमूडा समझौता क्या है?

.....

.....

.....

.....

8.9 सारांश

द्वितीय विश्व युद्ध के पश्चात अन्तरराष्ट्रीय पर्यटन में तेजी से प्रगति हुई है। वर्तमान समय में पर्यटन रोजगार के प्रमुख क्षेत्रकों में से एक है और यह अधिकांश लोगों के लिए, खासकर विकासशील देशों में, उनके दैनिक जीवन का एक अंग बन चुका है। द्वितीय विश्व युद्ध के बाद, विशेषकर परिवहन क्षेत्रक में तकनीकी विकास के कारण तथा सम्पदा, गतिशीलता, फुरसत के समय, नवाचारों, जीवन शैली के प्रतिमानों में परिवर्तनों, फैशन, विपणन,

जागरुकता और नए पर्यटक उत्पादों के विकास को समाहित करने वाले अन्तरराष्ट्रीय समझौतों के कारण यात्रा और पर्यटन की गतिविधियों और इससे सम्बन्धित उद्योग में उत्कर्ष की स्थिति आयी है। इस इकाई में दोनों विश्व युद्धों के बीच यानी सन् 1914 से 1950 के बीच पर्यटन के उत्कर्ष से जुड़े कुछ पहलुओं पर चर्चा की गयी। यहाँ हमने इस अवधि के पर्यटन और अर्थव्यवस्था, परिवहन और तकनीकी प्रगतियों, पर्यटन की राजनीति, राष्ट्र संघ और कुछ अन्य अन्तरराष्ट्रीय संगठनों पर विस्तृत रूप से प्रकाश डालने की कोशिश की है।

8.10 शब्दावली

आईयूओटीपीओ : इसका विस्तृत रूप है आधिकारिक पर्यटक प्रचार संगठन का अन्तरराष्ट्रीय संघ (IUOTPO – International Union of Official Tourist Publicity Organization)।

आईयूओटीओ : इसका विस्तृत रूप है आधिकारिक यात्रा संगठन का अन्तरराष्ट्रीय संघ (International Union of Official Travel Organization)।

बरमूडा समझौता : बरमूडा समझौता सन् 1944 के शिकागो सम्मेलन के फलस्वरूप उत्पन्न हुआ, जिसके अन्तर्गत संयुक्त राज्य अमेरिका और यूनाइटेड किंगडम अन्तरराष्ट्रीय वायु परिवहन के आर्थिक नियन्त्रण को लेकर असहमत हो गए।

8.11 अपनी प्रगति को जाँचिए/ अभ्यास के लिए संकेत

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 1

- 1) कृपया अनुभाग 8.3 देखें।
- 2) कृपया अनुभाग 8.4 देखें।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास -2

- 1) कृपया अनुभाग 8.6 देखें।
- 2) कृपया अनुभाग 8.8 देखें।

इकाई 9 अन्तरराष्ट्रीय पर्यटन का उदय

संरचना

9.0 उद्देश्य

9.1 प्रस्तावना

9.2 परिवहन और पर्यटन का ऐतिहासिक विकास

9.3 विश्व के क्रूजेस (cruises)

1.3.1 क्रूजेस का ऐतिहासिक विकास

1.3.2 क्रूज का वर्गीकरण

9.4 ऑटोमोबाइल और कोच टूर (विश्व स्तर पर विकास)

1.4.1 यात्री कारों के उपयोग के रूप

1.4.1.1 कार शेयरिंग

1.4.1.2 कार पूलिंग

1.4.1.3 कार लीजिंग

9.5 ऑटोमोबाइल का ऐतिहासिक विकास

1.5.1 कोच टूरस

1.5.2 मिनी बस या मिनी कोच

1.5.3 ट्रॉली बस

9.6 कोच टूरस का ऐतिहासिक विकास

9.7 हवाई यात्रा (नागरिक विमानन)

9.8 सारांश

9.9 शब्दावली

9.10 उत्तरों के लिए संकेत

9.0 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के पश्चात आप इस योग्य हो जाएँगे कि आप,

- क्रूज को, क्रूज के प्रकारों को और क्रूजों के वैश्विक संचलन को समझ सकें,
- विश्व स्तर पर ऑटोमोबाइल और कोच टूरस के विकास को जान सकें,
- पर्यटन उद्योग में ऑटोमोबाइल और कोच टूरस के महत्व को समझ सकें, और
- नागरिक विमानन और इसकी प्रगति को समझ सकें।

9.1 प्रस्तावना

पर्यटन उद्योग में परिवहन की महत्वपूर्ण भूमिका है। विद्वानों द्वारा इसे पर्यटन के एक प्रमुख घटक के रूप में व्यापक रूप से स्वीकार किया गया है क्योंकि पर्यटन का अस्तित्व लोगों की गतिशीलता के कारण ही संभव है और इस गतिशीलता में परिवहन के किसी न किसी साधन का ही उपयोग किया जाता है। परिवहन के अलग-अलग साधन मौजूद हैं, जैसे हवाई यात्रा, जल यात्रा, रेल यात्रा और सड़क यात्रा। परिवहन का तरीका सीधे माँग और आपूर्ति से जुड़ा हुआ है। पर्यटक गन्तव्य की पसन्द की तर्ज पर परिवहन के इन साधनों का उपयोग करते हैं। अधिक दूरी पर स्थित गन्तव्य (समुद्रपारीय) के लिए वे रात भर की हवाई सेवाओं का उपयोग करते हैं, और अधिक दूरी पर स्थित अन्य गन्तव्यों के लिए वे रेलों से चलना पसन्द करते हैं तथा कम दूरी के गन्तव्य के लिए वे या तो कारों या बसों का उपयोग करते हैं। क्रूजेज़ (लक्जरी जहाजों), नौकाओं (yachts) और नावों के प्रारम्भ ने परिवहन के क्षेत्र में अलग स्वाद को जोड़ा है। समुद्री परिवहन ने कई छोटे और बड़े तैरते जहाजों का उद्भव देखा जिनका उपयोग पर्यटक की आवश्यकता और पसन्द पर आधारित है। इस वर्तमान इकाई में विद्यार्थियों को क्रूज़ की संकल्पना, उसके ऐतिहासिक विकास और सम्पूर्ण विश्व में उसके संचलन के बारे में बताया जाएगा।

9.2 परिवहन और पर्यटन का ऐतिहासिक विकास

जल

- (खुला समुद्र/नदी क्रूज़ जहाज़
- (आन्तरिक, खुले समुद्र की) नौकाएँ

(ferries)

- सैर करने वाली नौकाएँ
- पर्यटक महत्व से युक्त कार्गो नौकाएँ
- जलयान वाली नौकाएँ, खेल नौकाएँ, नौकाएँ (yachts), हाउसबोट्स, गोण्डोलाज़ (gondolas)
- राफ्ट्स, डोंगी/कश्ती, नौकायन वाली नौकाएँ, सर्फबोर्ड्स,
- पनडुब्बियाँ

स्थलमार्ग

- कार, साइकिल, सेगवेज़ (segways)
- मोटरसाइकिल, मोपेड्स, क्वाड, ट्राइक्स (मिनी, सार्वजनिक सेवा, यात्रा) कोच
- कारवाँ, टूरिस्ट वैन
- स्थानीय सार्वजनिक रेल ट्रैफिक (पारपथ, नगरीय रेलगाड़ियाँ, ट्राम)
- लम्बी दूरी का सार्वजनिक रेल ट्रैफिक (आईसीई, टीजीवी, रेनफे)
- लक्जरी रेलगाड़ियाँ
- म्यूजियम, रेलवे
- (हवाई, केबल) रेलवे, स्की और चेयर लिफ्ट्स, पर्वतीय और चट्टानी रेलवे
- ओवरहेड रेलवे
- फुर्सत के समय का रेलवे (श्रीब, रोलर-कोस्टर, घोस्ट रेलगाड़ियाँ, ट्वाय ट्रेन्स)
- केबल कार
- रेल ट्रालियाँ
- रिक्शाँ
- घोड़ों द्वारा खींची जाने वाली गाड़ियाँ और स्लेज

पर्यटन के लिए परिवहन के साधन

वायुमार्ग

- (यात्री) एयरक्राफ्ट
- हेलीकॉप्टर
- स्पोर्ट्स एयरक्राफ्ट्स और सेलप्लेन्स (sailplanes)
- गुब्बारे, एयरशिप्स (airships)
- स्पेसक्राफ्ट (Spacecraft)
- समुद्री हवाई जहाज़ (Seaplanes)
- हेंग ग्लाइडर्स और पैरागाइड

चित्र – परिवहन के साधनों का वर्गीकरण

(स्वेन क्रॉस और लूसिया क्लीमेर द्वारा “इण्ट्रोडक्शन टू टूरिज्म ट्रांसपोर्ट” से ग्रहीत, पृष्ठ – 6)

परिवहन और पर्यटन का ऐतिहासिक विकास

परिवहन का साधन	पूर्व-औद्योगिक युग	1840-1940	1920-1940	1950	1960-1970	1980-2000	भविष्य
हवाई			प्रोपेलर प्रौद्योगिकी ; नागरिक उड्डयन प्रारम्भ ; यात्रा महँगी और सीमित है ; एयरशिप्स को स्वीकृति की अल्प अवधि ही मिल सकी ; बुनियादी टर्मिनल सेवाएँ	400 किमी. प्रति घण्टा की चाल	जेट एयरक्राफ्ट (B707) ; 800 किमी. प्रति घण्टा की चाल से चलता है ; सस्ता ईंधन ; चार्टर सेवाओं का द्रुत गति से विकास ; सीआरएस और जीडीएस का विकास	चौड़े आकार वाले जेट (B747) ; विस्तारित परास ; ईंधन के मामले में दक्षता ; कोनकोर्ड को छोड़कर किसी मामले में चाल में कोई वृद्धि नहीं ; विस्तारित टर्मिनल सेवाएँ	हाइपरसोनिक एयरक्राफ्ट ; अन्तरिक्ष पर्यटन ; विमानसेवाओं के वैश्विक गठजोड़ ; विशाल क्षमता के साथ नई पीढ़ी के जम्बो जेट्स ; बड़ा हुआ विनियमनीकरण
समुद्री	नौकायन करने वाले जहाज़	भाप के जहाज़ और पैकेट बोट्स	ओशन लाइनर्स और क्रूजेज़ ; हवाई यात्रा से मामूली प्रतिस्पर्धा ; अत्यन्त बुनियादी सुविधाओं से युक्त लघु समुद्री नौकाएँ, जिनकी रफ्तार 40 किमी. प्रति घण्टा से कम है ; यात्री लाइनर्स के लिए चाल में कोई वृद्धि नहीं		उत्तरी अटलाण्टिक मार्गों पर हवाई यात्रा जलयात्राओं को पीछे छोड़ देती है ; होवरक्राफ्ट और हाइड्रोफवाइल्स का विकास	फ्लाई - क्रूज स्थापित ; वृहत्तर और अधिक आरामयुक्त नौवहन ; तीव्र कैटामारानों (catamarans) का विकास	एम्फीबायस (Amphibious) 'ग्राउण्ड इफेक्ट' क्राफ्ट ; पनडुब्बी पर्यटन ; विषय केन्द्रित क्रूज़िंग
सड़क	घोड़ों द्वारा खिंचे जाने वाले वाहन ; कच्ची सड़कें		कार 55 किमी. प्रति घण्टा की रफ्तार तक पहुँचती है किन्तु अविश्वसनीय बनी रहती है ; कारबैक्स (charabancs) से कोचों का विकास		गति और निष्पादन के मामले में कारों का विकास हो जाता है ; ये 100-115 किमी. प्रति घण्टा की रफ्तार से चलने लगती हैं, घरेलू पर्यटन के लिए	अमेरिका में गति सीमित कर दी जाती है, कारों के स्वामित्व की दरों में हल्की-सी वृद्धि होती है, शहरी भीड़, हरित ईंधन, उन्नत कोच, ट्रामों का पुनः प्रारम्भ	नगरीय सड़कों का जाल, स्वचालित सड़क प्रणालियाँ, व्यक्तिगत रैपिड ट्रांजिट, माँग के प्रति प्रत्युत्तरात्मक परिवहन ; सड़क आधारित सार्वजनिक परिवहन का

					सार्वजनिक परिवहन की जगह कारों का प्रयोग होने लगता है ; सड़कें सुधर जाती हैं, मोटरवेज़ शुरू होते हैं		पुनरुत्थान
रेल		भाप के इंजन	रेल का 'स्वर्णिम काल', इनकी रफ्तार कारों की तुलना में भी आगे निकल जाती है		रेल नेटवर्क्स का विद्युतीकरण ; सतत रूप से जारी रहने वाले वेल्डिंगयुक्त पथ	यूरोप में हाई-स्पीड नेटवर्क्स का विकास होता है, व्यावसायिक उत्पादों की पेशगी, भाप के प्रति प्रेम (नोस्टैलजिया) पर आधारित, समर्पित रेल पर्यटन उत्पादों का विकास होता है	मध्यम दुलाई वाले पर्यटन उत्पादों का विकास, वर्द्धित मोटिव पावर प्रौद्योगिकी

स्रोत: कूपर और अन्य (1998, 277) से ग्रहीत (वर्ल्डवाइड डेस्टिनेशंस : द ज्योग्राफी ऑफ़ ट्रेवल एण्ड टूरिज़्म ; बोनीफेस बी, कूपर सी, कूपर आर, पृष्ठ – 80 से लिया गया)

THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

9.3 विश्व के कूजेज़

जब हम किसी लक्जरी समुद्री परिवहन के बारे में सोचते हैं तो मस्तिष्क में कूजेज़ अपने आप आ जाते हैं। ये कूजेज़ छोटे समूहों से लेकर बड़े समूहों तक सबकी आवश्यकताओं की पूर्ति करते हैं यानी एक आला से लेकर व्यापक जनसमुदाय तक। एक बिन्दु से दूसरे बिन्दु तक जाने के उद्देश्य के लिए कूजेज़ को कभी भी उपयुक्त नहीं माना गया, बल्कि इसकी बजाय कूजेज़ ने अवकाश के दौरान अनुभव प्रदान करने की स्थिति उपलब्ध करायी। डाउलिंग (2006) और यूएनडब्ल्यूटीओ (2010) के अनुसार, कूजेज़ को परिवहन के किसी साधन की बजाय एक गतिशील रिसॉर्ट माना जाता है। कूज़ पर्यटन सेवाओं का एक समुच्चय प्रदान करता है, जैसे – परिवहन, ठहरने की व्यवस्था, ऑन बोर्ड सुविधाएँ, और इनके साथ ही यात्रा किए जाने वाले गन्तव्य के यात्रा-कार्यक्रम। एक कूज जहाज एक यात्री जहाज है जिसका एकमात्र उद्देश्य पर्यटकों को सदैव के लिए एक यादगार अनुभव प्रदान करना है। यहाँ हर पर्यटक के लिए अलग केबिन होता है और ऑन-बोर्ड मनोरंजन उपलब्ध कराया जाता है। कुछ अन्य कूजेज़ भी हैं, जिन्हें कार्गो जहाज़ों के रूप में विशेषीकृत किया जाता है। इन कार्गो जहाज़ों में कुछ यात्री तो मौजूद होते हैं, किन्तु इनका उपयोग वाणिज्यिक उद्देश्यों के लिए अधिक किया जाता है। संयुक्त राज्य अमेरिका की कूज इण्डस्ट्री न्यूज़ के अनुसार, एक कूज समुद्र से आबद्ध फुर्सत में यात्रा के माध्यम के रूप में एक जलयान है जो एक सौ या अधिक यात्रियों को ले जाता है तथा समुद्र में न्यूनतम तीन दिनों तक रहता है और इस जहाज़ में सभी सुविधाएँ ऑन-बोर्ड मौजूद रहती हैं। यूएनडब्ल्यूटीओ (2010) के अनुसार, कूज़ पर्यटन को इस प्रकार परिभाषित किया गया है : “ये राष्ट्रीय और अन्तरराष्ट्रीय पर्यटकों द्वारा विशाल मनोरंजक जहाज़ों, जिन्हें कूज शिप कहा जाता है, के माध्यम से की जाने वाली समुद्री यात्राएँ हैं। जिन देशों में यात्रा की जानी होती है, उन देशों के विभिन्न बन्दरगाहों पर इन कूज शिप्स के मार्ग निर्धारित और नियमित होते हैं। इसके साथ ही, इसमें प्रत्येक गन्तव्य द्वारा उपलब्ध कराए जाने वाले उत्पाद, सेवाओं और पर्यटक-आकर्षणों के साथ-साथ समस्त सुविधाएँ भी मौजूद रहती हैं। गिब्सन (2006) कूज पर्यटन को अवकाश बिताने के एक ऐसे तरीके के रूप में परिभाषित करते हैं, जहाँ जलयात्राएँ समुद्र, झील या नदी के माध्यम से की जाती हैं। कोलिन्स अंग्रेजी शब्दकोश के अनुसार, कूजिंग को इस प्रकार परिभाषित किया जा सकता है, “आनन्द लेने के लिए, समुद्री माध्यम से इस प्रकार यात्रा करना कि मार्ग में अनेक बन्दरगाह आते हों।” इस परिभाषा के माध्यम से यह स्पष्ट है कि स्वयं समुद्री यात्रा में अवकाश शामिल होता है। कूज वास्तव में, एक तैरते होटल (फ्लोटल) की तरह होते हैं जो पर्यटकों को आकर्षित करते हैं और यात्रियों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक ले जाते हैं। मैसिनी (2004) के अनुसार, “कूजिंग एक अवकाश आधारित गतिविधि है, जिसमें व्यापार के उद्देश्य के लिए या प्राथमिक रूप से परिवहन के उद्देश्यों के लिए किसी जहाज़ द्वारा की जाने वाली यात्रा या किसी व्यक्ति द्वारा आनन्द के लिए अपने क्राफ्ट के जरिये की जाने वाली यात्रा शामिल नहीं होती।” हालाँकि कुछ ऐसे कूज जहाज़ भी मौजूद हैं जो वस्तुओं और लोगों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक लाते और ले जाते हैं, फिर भी कूजिंग की मुख्य बात यह है कि यह अनुभव हासिल करने, अवकाश बिताने, आराम करने, सीखने और आनन्द लेने के अवसर उपलब्ध कराता है। उपरोक्त से यह स्पष्ट है कि कूजिंग का सम्बन्ध बुनियादी रूप से निम्नलिखित विषयों से है :

- यह एक तैरता हुआ होटल (फ्लोटल) है जो किसी नई चीज़ का अनुभव हासिल करने की आवश्यकता की पूर्ति करता है (लक्जरी)।
- पानी के किसी जहाज़ पर अवकाश बिताना, जिसमें कुछ समुद्री बन्दरगाह रास्ते में पड़ते हों।
- कुछ निर्धारित मार्गों के माध्यम से विभिन्न गन्तव्यों को आपस में जोड़ने के लिए परिवहन का एक साधन।

इसलिए, संक्षेप में हम यह कह सकते हैं कि क्रूजेज़, जहाज़ पर ऑन-बोर्ड अवकाश मनाने का एक तरीका है, जो किसी निर्धारित मार्ग के जरिये विभिन्न गन्तव्य स्थलों को जोड़ता है। चूँकि क्रूज, रास्ते में ठहरने की व्यवस्था उपलब्ध कराते हैं और इसके साथ ही साथ फुर्सत और मनोरंजन के साधन भी उपलब्ध कराते हैं, इसलिए ये गन्तव्य के अंग भी बन जाते हैं।

9.3.1 क्रूजेज़ का ऐतिहासिक विकास

प्रारम्भ में समुद्री जहाज़ों का प्रयोग माल (कार्गो) के परिवहन के लिए किया जाता था। अठारहवीं शताब्दी तक, यात्री परिवहन के लिए व्यापारिक जहाज़ों का उपयोग किया जाता था लेकिन यह एक महँगा, असहज और जोखिम भरा कार्य हुआ करता था। लेकिन उन्नीसवीं सदी में भाप के इंजन के आगमन के कारण क्रूजेज़ के लिए यात्रियों के सन्दर्भ में एक नये युग का प्रारम्भ हुआ। जहाँ तक क्रूजेज़ के विकास का सम्बन्ध है, यह अटलांटिक-पार की यात्राएँ ही थीं जो, यूरोप और अमेरिका के बीच, उन्नीसवीं शताब्दी के प्रारम्भ में शुरू की गयीं और इस प्रकार ये समुद्री वाणिज्यिक परिवहन की प्रथम माध्यम बनीं। इन अटलांटिक-पार की यात्राओं की शुरुआत के साथ यूरोप और अमेरिका के बीच यात्रा का समय आश्चर्यजनक रूप से कम हो गया था। सन् 1838 ई. में भाप के एक अन्य जहाज़, जिसका नाम "सिरियस" था, ने अटलांटिक महासागर को सिर्फ उन्नीस दिनों में ही पार कर लिया था, जबकि आमतौर पर जहाज़ इसे पार करने में सत्तर से सौ दिनों तक का समय या इससे भी अधिक समय लिया करते थे।

जब लकड़ी को स्टील से और नौगम्य जहाज़ों को भाप के जहाज़ों से प्रतिस्थापित कर दिया गया, तो एक और विकास हुआ। इसके कारण जहाज़ का आकार बढ़ गया और विलासितापूर्ण सुविधाएँ भी उपलब्ध हो गयीं। सन् 1880 से 1920 ई. के बीच यूरोप और अमेरिका के बीच व्यापक जनसमुदाय का प्रवासन हुआ और ये जहाज़ प्रवासन के उद्देश्यों को पूरा करने के लिए बहुत सहायक बन गए। शीघ्र ही शिपिंग कम्पनियों ने लोगों को एक स्थान से दूसरे स्थान पर पहुँचाकर धन कमाने में इन जहाज़ों के महत्व को समझा। मैसिनी (Mancini, 2004) के अनुसार, समुद्री जहाज़ों का प्राथमिक उद्देश्य आप्रवासियों का परिवहन था, और इस प्रकार यह माँग को पूरा करता था। जहाज़ दो या तीन श्रेणियों में विभाजित थे; प्रथम श्रेणी के जहाज़ अमीर और समृद्ध लोगों के लिए थे, जिनकी वरीयता लक्जरी और सुरुचिपूर्ण सेवाओं का विकल्प चुनना होता था; द्वितीय श्रेणी मामूली सुविधाओं से युक्त थी और तृतीय श्रेणी के जहाज़ों की सेवाएँ बहुत सीधी-सादी थीं। तृतीय श्रेणी के यात्रियों से यह अपेक्षा की जाती थी कि वे अपने खाने-पीने की चीज़ें स्वयं ही लाएँगे और अपने शयन की व्यवस्था भी स्वयं ही करेंगे। इस प्रकार, हम कह

सकते हैं कि अटलांटिक-पार की यात्राओं के प्रारम्भिक चरणों को क्यूेज़ की बजाय यात्री लाइनें माना जाता था।

सच्चे अर्थों में, पेनिनसुलर एण्ड ओरियंटल स्टीम नेविगेशन कम्पनी आधुनिक लक्जरी क्यूेज़ लाइनर्स का जनक थी। यह एक तथ्य है कि यह कम्पनी मेल वाहक सेवाओं के साथ सम्बद्ध थी तथा लन्दन और आइबेरियन प्रायद्वीप के बीच संचालित होती थी। आर्थर एण्डरसन नामक व्यक्ति ने सन् 1835 ई. में शेटलैण्ड आइल्स और फ्रांस तथा आइसलैण्ड के बीच क्यूेज़ सेवाओं को प्रस्तुत करने का विचार किया था। इसके संचालन के सम्बन्ध में उन्होंने स्थानीय समाचारपत्र में एक डमी विज्ञापन दिया था, किन्तु वास्तव में यह कभी घटित नहीं हुआ। वर्ष 1844 ई. में, "सीलोन" नाम के पी एण्ड ओ लाइनर को एक क्यूेज़ जहाज़ में परिवर्तित कर दिया गया ताकि अवकाश में की जाने वाली यात्राओं को उपलब्ध कराया जा सके। इसके साथ ही साथ, एक अन्य शिपिंग कम्पनी भी भूमध्यसागर में आनन्दपूर्ण यात्राओं के नाम पर अपना संचालन कर रही थी। जर्मन-आधारित हैम्बर्ग-अमेरिकानिशे-पैकेटफाहर्ट-अकटियन-गोसेलशैफ्ट (HAPAG), अतिरिक्त आय के सृजन के लिए, भूमध्यसागर तक की आनन्दपूर्ण यात्राओं हेतु, उच्च मौसमों के दौरान अपने लाइनर्स का उपयोग करती थी। प्रथम अमेरिकी क्यूेज़, जिसका नाम 'क्वेकर सिटी' था, सन् 1867 ई. में प्रारम्भ किया गया। यह एक पैडल-पहियायुक्त स्टीमर था जिसकी यात्राएँ छह महीनों के लिए निर्धारित रहती थीं और ये यात्राएँ प्रमुख गन्तव्य स्थलों, जैसे – बरमूडा, जिब्राल्टर, फ्रांस, स्पेन, इटली, ग्रीस, तुर्की, लेबनॉन और इज़रायल को आच्छादित करती थीं। इस यात्रा का उल्लेख मार्क ट्वेन ने भी किया है और दस्तावेज में इसका भलीभाँति उल्लेख है। क्यूेज़ जहाज़ों द्वारा आयोजित, आनन्दपूर्ण तरीके से की जाने वाली ये प्रारम्भिक यात्राएँ, ऐसी यात्राओं के लिए निर्दिष्ट नहीं थीं, बल्कि इसकी बजाय ये समुद्री परिवहन के लिए एक वैकल्पिक व्यवस्था का कार्य करती थीं। सच्चे अर्थों में, क्यूेज़ के माध्यम से यात्रा करने वाले यात्रियों की आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए अनन्य रूप से नामित और निर्मित प्रथम जहाज़ "प्रिंजेसिन विक्टोरिया लूइज़" था, जिसकी सेवाएँ सन् 1900 में जर्मन-आधारित हैम्बर्ग-अमेरिका क्यूेज़ लाइनर द्वारा शुरू की गयी थीं। हालाँकि प्रथम लक्जरी क्यूेज़ के अस्तित्व को लेकर विवाद है। कुछ विद्वानों के अनुसार, ऐसा सन् 1922 ई. में ही हुआ था जब विशेषरूप से अवकाश-यात्राओं के लिए निर्मित प्रथम आधिकारिक क्यूेज़ का संचालन प्रारम्भ हुआ था।

प्रथम और द्वितीय विश्व युद्ध के बीच की अवधि को क्यूेज़ के लिए स्वर्णयुग माना जाता है। पर्यटकों और आप्रवासियों को आकर्षित करने के लिए शिपिंग कम्पनियाँ महान प्रतिस्पर्धा में डूबी हुई थीं। स्वामित्व वाले विलासितापूर्ण जहाज़ ग्रेट ब्रिटेन, फ्रांस, जर्मनी और इटली जैसे कुछ देशों के लिए प्रस्थिति के प्रतीक बन गए। प्रतिस्पर्धा में, आकार और विलासिता अप्रचलित कारक बन गए, बाद में गति के कारण इसे सँभाला गया। जिस कम्पनी के पास अधिकतम गति का दर्जा होता था, उसे महान प्रतिष्ठा से युक्त माना जाता था, साथ ही साथ उसकी बुकिंग में भी वृद्धि होती थी। सन् 1957 तक क्यूेज़ यात्रियों में जबरदस्त वृद्धि हुई, लेकिन वर्ष 1958 में जेट उड़ानों के आगमन के कारण क्यूेज़ में कड़ी प्रतिस्पर्धा होने लगी। लोगों के पास अब यह विकल्प था कि वे क्यूेज़ जहाज़ों की बजाय विमान से अटलांटिक को पार करें। अगले दो दशकों तक अनेक यात्री लाइन ऑपरेटर्स ने अपने जहाज़ों को क्यूेज़ जहाज़ों में परिवर्तित कर लिया, जिनकी क्षमता 750 से 1200 यात्रियों तक के परिवहन की होती थी। नए लक्षित बाजारों के आधार पर; जहाज़, आकार, सुविधाओं, ऑन-बोर्ड उपलब्ध सेवाओं, क्यूेज़ की रफ्तार और लम्बाई के सन्दर्भ में; क्यूेज़िंग में अनेक बदलाव आए। यह एक तथ्य है कि आधुनिक क्यूेज़ लाइनर बड़े पैमाने पर बाजार-आधारित छुट्टियों के रिसॉर्ट्स के लिए एक आकर्षक और व्यवहार्य विकल्प बन गए हैं। क्यूेज़ लाइन ऑपरेटर्स ने अपने

जहाजों का आधुनिकीकरण किया है और तरण-ताल, स्पा और फिटनेस, कैसीनो, डिस्को, फिल्म थिएटर, पुस्तकालय, विशेष मनोरंजन, बार और सर्व-समावेशी भोजन की सुविधाओं की शुरुआत की है। टाइटेनिक फिल्म और अन्य प्रोत्साहनपरक फिल्मों ने लोगों को क्रूजिंग में भाग लेने के लिए प्रेरित और उत्साहित किया। तथाकथित सन्त आशा राम बापू ने अपने मौसमी आध्यात्मिक पैकेज में से एक कार्यक्रम को प्रसिद्ध लक्जरी क्रूज में निर्धारित किया, जिसने अपने अनुयायियों को क्रूज की सुविधाओं और सेवाओं का आनन्द लेने के लिए आकर्षित किया। हाल ही में मुम्बई और गोवा के बीच रात भर के सफर के साथ क्रूज ऑपरेशन शुरू किया गया है। यह निष्कर्ष निकाला जा सकता है कि आधुनिक क्रूजेज़ कम खर्च करने वाले पर्यटकों से लेकर उच्च भुगतान करने वाले पर्यटकों तक, पर्यटकों के हर खण्ड की आवश्यकताओं को पूरा कर रहे हैं यानी कम सुविधाओं वाले लोगों से लेकर ब्राण्डेड सुविधाओं वाले क्रूजेज़ तक।

मुख्य वैश्विक संस्थाएँ (आईएसीएस, 2011 ; आईएमबी, 2011 ; आईएमओ, 2011 से ग्रहीत)

	अन्तरराष्ट्रीय समुद्री संगठन (आईएमओ)	अन्तरराष्ट्रीय समुद्री ब्यूरो (आईएमबी)	इण्टरनेशनल एसोशिएशन ऑफ क्लासीफिकेशन सोसायटीज़ (आईएसीएस)
सम्बन्धन	संयुक्त राष्ट्र संघ का विशेषीकृत अभिकरण	इण्टरनेशनल चैम्बर ऑफ कॉमर्स का विशेषीकृत विभाग	13 विशालतम सोसायटियों को शामिल करते हुए
स्थापना का वर्ष	1958	1981, एक गैर-लाभकारी संस्था के रूप में	1968, एक गैर-सरकारी संगठन के रूप में
मुख्य उद्देश्य	अन्तरराष्ट्रीय अभिसमयों, संहिताओं का विकास, और समुद्री सुरक्षा और प्रदूषण के सम्बन्ध में सिफारिशें	समुद्री अपराधों और आईएमओ के साथ दुर्व्यवहार के विरुद्ध संघर्ष	जहाजों के डिज़ाइन, निर्माण और जीवन-चक्र के लिए तकनीकी और अभियान्त्रिकीय मानकों का निर्धारण
संचालन के क्षेत्र	समुद्र पर जीवन की सुरक्षा के लिए अन्तरराष्ट्रीय अभिसमय (SOLAS) ; जहाजों से प्रदूषण के निषेध के लिए अन्तरराष्ट्रीय अभिसमय (MARPOL) ; समुद्री जहाजों के लिए प्रशिक्षण, प्रमाणन और निगरानी के लिए अन्तरराष्ट्रीय अभिसमय (STCW)	वर्ल्ड कस्टम्स ऑर्गनाइजेशन के साथ मेमोरैंडम ऑफ़ अण्डरस्टैंडिंग ; इण्टरपोल के साथ पर्यवेक्षक की प्रस्थिति ; विश्व की शिपिंग लेन्स पर राउण्ड-द-क्लॉक निगरानी को कायम रखना, स्थानीय विधिक प्रवर्तन पर निजी हमलों	आईएमओ के साथ सलाहकार की प्रस्थिति ; ऐसी पर्यवेक्षक प्रस्थिति जो नियमों का विकास करती है और उन्हें लागू करती है

		को प्रतिवेदित करना, और प्राईवैसी हॉटस्पॉट्स के सन्दर्भ में चेतावनियों को जारी करना	
--	--	--	--

(स्वेन क्रॉस और लुइसा क्लेमेर द्वारा "इण्ट्रोडक्शन टू टूरिज्म ट्रांसपोर्ट" से ग्रहीत, पृष्ठ – 163)

9.3.2 कूज़ का वर्गीकरण

कूजेज़ की तीन महत्वपूर्ण श्रेणियाँ हैं, जिनका वर्णन नीचे दिया गया है :

1. पहली श्रेणी **रिसॉर्ट कूजेज़** की है। इन कूजेज़ की उल्लेखनीय विशेषता यह है कि ये एक साथ 2,000 से अधिक यात्रियों को समायोजित करने में सक्षम होते हैं। ये, पेट भरने के लिए किसी अतिरिक्त किराए के बिना, भोजन और पेय पदार्थ प्रदान करते हैं। इन कूजेज़ का यात्रा कार्यक्रम 3 से 7 दिनों तक रहता है और ये गर्म जलवायु में अवस्थित गन्तव्यों को चुनता है। ये मनोरंजन, एयरोबिक्स और बिंगो जैसी शिपबोर्ड सुविधाएँ प्रदान करते हैं और यहाँ फिट और गृह-स्वामियों के लिए स्थान होता है। कार्निवाल कूज लाइन्स, नार्वे कूज लाइन्स, रॉयल कैरेबियन कूज लाइन रिसॉर्ट कूज के उदाहरणों में से कुछ उदाहरण हैं।
2. दूसरी श्रेणी **डीलक्स या लक्जरी कूज** की है जो व्यक्तिगत सेवाओं के अपने उच्च स्तर के लिए जानी जाती है क्योंकि उनके पास, यात्रियों की तुलना में, कू का उच्च टर्नओवर होता है। इस तरह के कूज की क्षमता 125 से 950 यात्रियों तक की होती है। उनके केबिन अक्सर एक सूट (suit) रूम होते हैं और क्रिस्टल टेबल वेयर और फाइन चाइना के साथ वे उत्कृष्ट डाइनिंग को प्रस्तुत करते हैं। वे न्यूनतम 14 दिनों के लिए और कभी-कभी एक महीने तक के लिए यात्रा कार्यक्रम का अनुसरण करते हैं। वे शास्त्रीय संगीत, शो और प्रेरक व्याख्यानो के लाइव प्रदर्शनों के रूप में मनोरंजन प्रदान करते हैं।
3. तीसरी श्रेणी **साहसिक या अनोखे कूजेज़** की है जो पुराने लोगों, सेवानिवृत्त सरकारी कर्मचारियों, अच्छी तरह से शिक्षित और पेशेवरों की जरूरतों को पूरा करता है। इस तरह के कूजेज़ के प्रमुख आकर्षण आध्यात्मिक और प्रेरक विमर्श हैं, जिन्हें ऑन-बोर्ड सम्बन्धित क्षेत्रों से विशेषज्ञों को आमन्त्रित करके जहाज़ पर आयोजित किया जाता है। यहाँ जो जहाज़ शामिल होते हैं, वे या तो पुराने होते हैं या फिर प्रायः वे, जिन्हें रिसॉर्ट कूज जहाज़ों के रूप में सेवानिवृत्त कर दिया जाता है। प्रतिभागी, खरीदारी करने और स्मृति चिह्नों की बजाय, यहाँ नए स्थानों और अनुभवों की खोज और अन्वेषण पर अधिक जोर देते हैं। वे पर्याप्त किराये के साथ बुनियादी भोजन सेवाओं का विकल्प चुनते हैं।

1. परिवहन और पर्यटन के ऐतिहासिक विकास का वर्णन कीजिए।

2. अवकाश के दौरान किए जाने वाले पर्यटन में कूजेज़ की भूमिका पर चर्चा कीजिए।

9.4 ऑटोमोबाइल और कोच टूर्स (विश्व स्तर पर विकास)

ऑटोमोबाइल को परिभाषित करने की दृष्टि से देखें तो, यह आम तौर पर एक चार पहिया वाहन है जिसका उपयोग परिवहन उद्देश्य के लिए किया जाता है। आधुनिक समय में, जब पर्यटन को लाभप्रद गतिविधि माना जाता है, ऑटोमोबाइल की भूमिकाओं को सर्वोच्च प्राथमिकता के स्तर पर माना जाता है। तीसरी दुनिया के देशों में पर्यटन ऑटोमोबाइल और कोच टूर्स पर निर्भर है क्योंकि ये पर्यटकों के लिए आर्थिक रूप से व्यवहार्य हैं और आसानी से उपलब्ध हैं। संयुक्त राज्य अमेरिका और कनाडा में, मोटल्स, रेस्तराँ और स्की रिसॉर्ट, एंगलिंग और हंटिंग रिसॉर्ट्स, मनोरंजन पार्क और इसी तरह की अन्य व्यावसायिक संस्थाओं जैसे मनोरंजक बाजारों का पूर्वानुमान निजी यात्री वाहन यातायात के संचालन पर किया जाता है। सतह परिवहन के विकास के परिणामस्वरूप, खाद्य, विश्राम और ईंधन के रूप में मार्ग के किनारे की सुविधाओं से सम्बन्धित उप-उद्योगों की माँग स्वचालित रूप से सामने आई है। ऑटोमोबाइल के अलावा, मोटर चालित वाहन के रूप में यात्रियों के लिए एक और विकल्प उपलब्ध है, और यह विकल्प मोटरसाइकिल है। ऐसे पर्यटक सालाना पर्यटक-आकर्षणों का अन्वेषण कर रहे हैं। हिमाचल प्रदेश, उत्तराखण्ड और सिक्किम जैसे राज्य बाइकर्स को दूरदराज के स्थानों को तलाशने का अवसर प्रदान कर रहे हैं। लोकप्रिय मोटरसाइकिल भ्रमण मध्यम आयु और सेवानिवृत्त मध्यम और उच्च आय वाले व्यक्तियों के लिए बहुत लोकप्रिय है, जिनके पास महँगी मोटरसाइकिलें मौजूद हैं। मनोरंजन वाहन नामक एक अन्य प्रकार का वाहन संयुक्त राज्य अमेरिका जाने वाले अन्तरराष्ट्रीय यात्रियों के बीच भी लोकप्रिय है। ऐसे पर्यटक विरासत, संस्कृति और प्राकृतिक सौन्दर्ययुक्त जगहों पर जाने के लिए अपने यात्रा कार्यक्रम बनाना पसन्द करते हैं। ऐसे यात्रियों की विशेषता यह है कि उनकी पूरी रुचि उनके कैम्पिंग टूर में ही होती है।

जहाँ तक ऑटोमोबाइल के घटकों का सवाल है तो इस सूची में यात्री कारें, टैक्सियाँ और रेंटल (किराये पर ली जाने वाली) कारें शामिल हैं। एक यात्री कार को परिभाषित करने के लिए यह कहा जा सकता है कि यह एक सड़क मोटर वाहन है जिसका उपयोग यात्रियों को ले जाने के लिए किया जाता है और इसमें ड्राइवर की सीट के अलावा आठ से अधिक सीटें नहीं होती हैं। एक अन्य परिभाषा में इसे इस रूप में

परिभाषित किया गया है कि इसमें दस से कम सीटों वाली अनिवार्यताओं के साथ माइक्रो कारें, टैक्सी और यात्री भाड़े वाली कारें शामिल होती हैं। इसमें, एम्बुलेंस और मोटर होम के रूप में, यात्रियों के परिवहन के लिए प्रयुक्त होने वाली वैन भी शामिल हैं।

9.4.1 यात्री कारों के उपयोग के रूप

यद्यपि यात्री कारों के अनेक उपयोग हैं, फिर भी मुख्य रूप से तीन श्रेणियाँ ही प्रयोग में हैं। ये श्रेणियाँ हैं : कार शेयरिंग, कार पूलिंग और कार लीजिंग।

सारणी : यात्री कारों के उपयोग के रूप (सहकडारी, 2008; ओपीएम मीडिया GmbH, 2009; फ्रॉस्ट एण्ड सुलिवान, 2010; ; MOVECO GmbH, 2013 से ग्रहीत)

	रेण्टल कार	कार शेयरिंग	कार पूलिंग	कार लीजिंग
स्वामित्व	कोई स्वामित्व नहीं	कोई स्वामित्व नहीं	बरकरार	बरकरार
संगठन	लाभ के लिए	लाभ और गैर-लाभ के लिए और सहयोगात्मक	गैर-लाभकारी	गैर-लाभकारी
उपयोग की अवधि	1 से 90 दिनों तक के लिए	कुछ ही घण्टों के लिए, असामान्य रूप से कुछ दिनों या सप्ताहों के लिए	1 मार्ग	आमतौर पर कुछ वर्षों के लिए
सदस्यता	नहीं	कभी-कभार	हाँ	नहीं
अधिग्रहण की सम्भावना	कार्यालयी घण्टों के दौरान	किसी भी समय	चालक की सहमति से प्रस्थान का समय	एक बार के लिए, और इसके बाद लीजिंग वाला व्यक्ति स्वतन्त्र रूप से निर्णय कर सकता है
स्टेशन	केन्द्रीय	परिधिमूलक	अधिकांशतः केन्द्रीय	परिधिमूलक
उपयोग	एक के बाद एक	एक के बाद एक	साथ-साथ	एक के बाद एक
लागत	वाहन की श्रेणी, अवधि और माइलेज पर	सदस्यता शुल्क, सुरक्षा, मासिक शुल्क, अवधि,	किराया प्रति व्यक्ति	आमतौर पर पहली किश्त, मासिक दर

	निर्भर	माइलेज		
--	--------	--------	--	--

(स्रोत : स्वेन क्रॉस और लुइसा क्लीमेर द्वारा "इण्ट्रोडक्शन टू टूरिज्म ट्रांसपोर्ट" से ग्रहीत, पृष्ठ-62)

9.4.1.1 कार शेयरिंग

कार शेयरिंग को परिवहन के एक ऐसे साधन के रूप में परिभाषित किया गया है जिसका स्वामित्व किसी फर्म या संगठन के पास होता है और जिसकी साझेदारी, अलग-अलग अवसरों पर, विभिन्न लोगों द्वारा सदस्यता के प्रावधान के साथ की जाती है। इसे, विभिन्न प्रयोक्ताओं के लिए, एक व्यवस्थित कार रेण्टल सेवा के रूप में भी माना जाता है जिसका स्वामित्व फर्मों के पास होता है और जिसका रखरखाव छोटे-छोटे संगठनों द्वारा किया जाता है। उपरोक्त परिभाषाओं के साथ, हम कार शेयरिंग के निम्नलिखित अभिलक्षणों को सामने रख सकते हैं :

- सहभागिता का एक संगठित समूह
- कठोर रूप से, सिर्फ सदस्यों के लिए
- साझेदारी वाले वाहन
- पॉइंस (पार्किंग वाले स्थल)
- स्वयं तक पहुँच प्रदान करने वाले वाहन
- अग्रिम रूप से की गयी बुकिंग
- लघु अवधि के लिए किराये पर वाहन लिए जाने की सुविधा वैध है

उपरोक्त से यह स्पष्ट है कि कार शेयरिंग सदस्यता आधारित गतिविधि है जो कार के स्वामित्व का एक विकल्प प्रस्तुत करती है तथा विशिष्ट तारीखों और समयों पर वाहन का उपयोग करने की अनुमति प्रदान करती है।

9.4.1.2 कार पूलिंग

कार पूलिंग मेट्रोपॉलिटन शहरों में तेजी से प्रचलित हो रहा एक व्यवहार है ताकि संसाधनों की अतिशय खपत और भीड़भाड़ से बचा जा सके। यह एक ऐसी व्यवस्था है, जिसके अन्तर्गत अनेक सहभागी लोग साथ-साथ यात्रा करते हैं और यात्रा पर आने वाले खर्च को साझेदारी के आधार पर आपस में बाँट लेते हैं। दो प्रकार की कार पूलिंग होती है :

- क) औपचारिक : जब दो या दो से अधिक व्यक्ति किसी वाहन में साथ बैठकर यात्रा करते हैं, तो इसे औपचारिक कार पूलिंग कहा जाता है।
- ख) अनौपचारिक : जब कोई व्यक्ति किसी दूसरे व्यक्ति को यात्रा करने के लिए अचानक आमन्त्रित करता है। कुछ यूरोपीय देशों में यह चलन बहुत आम है और इसकी व्यवस्था विभिन्न कार पूलिंग केन्द्रों के माध्यम से की जाती है।

9.4.1.3 कार लीजिंग

कार लीजिंग एक ऐसी प्रक्रिया है, जिसके माध्यम से कोई ग्राहक किसी ऑटोमोबाइल का उपयोग, इसके स्वामित्व का दावा किए बिना, करता है। कारों का स्वामित्व किसी फर्म या संस्थान के पास रहता है किन्तु इन कारों का उपयोग ग्राहक द्वारा निर्धारित नियमों व शर्तों के अधीन किया जाता है। ग्राहक मासिक आधार पर, सम्बन्धित फर्म या संस्थान को, अग्रिम रूप से एक निश्चित धनराशि का भुगतान करने के लिए सहमत होता है। जब लीज (**lease**) की अवधि पूर्ण हो जाती है तो ग्राहक या तो लीज का नवीनीकरण करा लेता है या अवशेष बचे मूल्य को अदा करके वाहन को खरीद लेता है।

परिवहन प्रणालियों का ऐतिहासिक विकास		
वर्ष	परिवहन का माध्यम	चाल (मील प्रति घण्टा)
6000 BC	ऊँटों का काफिला	8
1600 BC	रथ	20
1784 AD	प्रथम इंग्लिश मेल कोच	10
1825	भाप का प्रथम इंजन	13
1890	भाप का उन्नत इंजन	100
1931	स्थल पर गति का रिकॉर्ड (ब्लूबर्ड : सर मैलकॉम कैम्पबेल)	246
1938	स्थल पर गति का रिकॉर्ड (नैपियर-रेलटन कार : जॉन कॉब)	350
1938	पिस्टन एयरक्राफ्ट	400
1952	न्यूयॉर्क से ली हाव्रे तक के लिए लाइनर यूनाइटेड स्टेट्स	41
1958	जेट फाइटर एयरक्राफ्ट	1,300
1958	बोइंग 707 और डीसी-8 एयरक्राफ्ट	600
1961	स्पेस शिप (वोस्तोक / ऑर्बिटिंग)	17,560

1967	रॉकेट प्लेन	4,534
1970	फाइटर बमवर्षक (मिराज IV)	1,450
1970	कॉमर्शियल एयरक्राफ्ट - कोनकोर्ड	1,320
1970	बोइंग 747	625
स्रोत : जेम्स रीजन। मैन इन मोशन। द साइकॉलोजी ऑफ ट्रैवेल (लन्दन : जॉर्ज वीडेनफील्ड और निकोलसन लिमिटेड, 1974)। पृष्ठ 31		

(हुडमैन एल ई, हॉकिन्स डी ई की कृति "टूरिज्म इन कण्टेम्पोरेरी सोसायटी", पृष्ठ 135 से ग्रहीत)

9.5 ऑटोमोबाइल का ऐतिहासिक विकास

सन् 1886 ई. में जर्मनी की कार्ल बेंज ने प्रथम ऑटोमोबाइल का आविष्कार किया। यह तीन पहियों पर चलने वाला एक मोटरवैगन था जिसमें दो व्यक्ति बैठ सकते थे और इसमें पेट्रोल से चलने वाला आन्तरिक दहन इंजन लगा हुआ था। इसी वर्ष, जर्मनी की गॉटलीब डैमलर ने गैसोलीन इंजन युक्त चार पहियों वाली कार बनायी। बहुत सारे संशोधनों से गुजरते हुए, सन् 1908 ई. में, हेनरी फोर्ड, थोक में ऑटोमोबाइल्स का उत्पादन करने वाले, संयुक्त राज्य अमेरिका के प्रथम उद्यमी बने। इस पहल के कारण अनेक कार-रेण्टल कम्पनियों का जन्म हुआ और सन् 1912 तक जर्मनी में मार्टिन सिक्स्ट ने "सिक्स्ट ऑटोफाहरटेन उँद सेल्बस्टफाहरेर" नाम से प्रथम रेण्टल कम्पनी खोली, जिसमें केवल सात कारों का बेड़ा था। सन् 1916 और 1918 के अन्त तक जोए सॉण्डर्स और वाल्टर एल जैकब्स नाम के दो युवकों ने अपनी कार रेण्टल कम्पनियाँ खोलीं। लेकिन सन् 1923 तक, जैकब्स ने कार-रेण्टल का अपना व्यवसाय जॉन हर्ट्ज को बेच दिया लेकिन बाद में इस रेण्टल-व्यवस्था को सन् 1926 में जनरल मोटर्स के हाथों फिर से बेच दिया गया। अमेरिकी कार-रेण्टल कम्पनियों के लिए झटका लगने वाली स्थिति थी क्योंकि वे अपनी छवियों की समस्याओं के लिए लड़ रही थीं। यह देखा गया कि कारें आपराधिक वारदातों में लिप्त थीं और कई बार इनका प्रयोग डकैती, वेश्यावृत्ति आदि उद्देश्यों के लिए किया जाता था। कार रेण्टल कम्पनियाँ रेलवे विस्तार (एक्सटेंशन) का हिस्सा भी बन गयीं क्योंकि इस विस्तार (एक्सटेंशन) ने सेवा-प्रयोक्ताओं को इस विषय में सक्षम बनाया कि वे किसी स्टेशन पर कार रिजर्व कर लें और जब वे अपने अन्तिम गन्तव्य पर पहुँचें, तो उन्हें वहाँ पर रिसीव करने के लिए भी कार मिल जाए। सन् 1932 तक, हर्ट्ज ने शिकागो हवाई अड्डे पर भी अपनी कार रेण्टल की सुविधा खोली। द्वितीय विश्व युद्ध के प्रारम्भ के साथ, जर्मनी में सभी ऑटोमोबाइल को आधिकारिक रूप से एक कमाण्ड के नियन्त्रण में ले लिया गया और इस प्रकार कार रेण्टल कम्पनियों का सुचारू व्यवसाय प्रभावित हुआ। द्वितीय विश्व युद्ध के पश्चात्, कार-रेण्टल कम्पनियाँ संयुक्त राज्य अमेरिका में एक बार फिर पुनर्जीवित हो गयीं और इस बार ये कम्पनियाँ विमानसेवाओं के साथ निकटतापूर्वक जुड़ी हुई थीं। अटलाण्टा और मिलवाउकी जैसे हवाई अड्डों पर फ्रेंचाइजी के माध्यम से हर्ज की फ्लाइ-ड्राइव अवधारणा, इस तरीके से एक नवीन प्रगति थी। "एविस" नाम की एक अन्य रेण्टल-कम्पनी विमानसेवाओं की सहायता से अपनी सेवाओं का आक्रामक विपणन कर रही थी। वर्तमान समय में भी, प्रमुख कार-रेण्टल कम्पनियाँ विभिन्न विमानसेवाओं के साथ निकटतापूर्वक जुड़ी हुई हैं और हवाई अड्डों पर खोले गए अपने कार्यालयों के माध्यम से कार्य कर रही हैं।

जर्मनी में प्रथम विश्व युद्ध के बाद ही कार-रेण्टल का व्यवसाय फला-फूला। वर्ष 1939 में, "यूरोपकार" नाम की कम्पनी अस्तित्व में आयी और उस समय कम्पनी के पास पूरे जर्मनी में 700 ऑटोमोबाइल के साथ 30 रेण्टल-कार स्टेशन थे।

9.5.1 कोच टूर्स

जब कभी समूह को समाविष्ट करने वाले टूर्स (GIT : Group Inclusive Tours) के आयोजन की बात आती है तो जो चीज सबसे पहले मस्तिष्क में आती है, वह है बसों या कोचों की व्यवस्था करना। किसी टूर के यात्रा-कार्यक्रम में, स्थानीय दर्शनीय स्थलों के भ्रमण या स्थानान्तरण जैसे बुनियादी उद्देश्यों के लिए, कोचों को शामिल किया जाता है। कभी-कभी अन्तःक्षेत्रीय उद्देश्य या अन्तरक्षेत्रीय उद्देश्य के लिए बसों या मोटर कोचों की सेवाएँ किराये पर ली जाती हैं। इसके साथ ही, शहरों में इसका उपयोग दैनिक यात्रियों की आवश्यकताओं को पूर्ण करने के लिए भी किया जाता है। अन्तर-नगरीय और अन्तर-राज्यीय दृष्टिकोण भी उन बसों और कोचों के लिए स्वीकार्य है जो एक निश्चित समय सीमा के भीतर गन्तव्यों को जोड़ सकते हैं। हालाँकि बस और मोटर कोच के बीच कोई निश्चित अन्तर नहीं है लेकिन बुनियादी अन्तर यात्रियों की संख्या और प्रदान की गई सेवाओं के प्रकार के कारण विद्यमान है।

जहाँ तक बस की परिभाषा का सवाल है, इसे यात्रियों को लाने और ले जाने वाले एक ऐसे सड़क-मोटर वाहन के रूप में परिभाषित किया गया है, जिसका डिजाइन विशेष रूप से इस प्रकार बनाया गया हो कि इसमें चालकों सहित चौबीस से अधिक व्यक्तियों के लिए स्थान न हो। इसके साथ ही इसमें यह प्रावधान भी होता है कि यात्रीगण सीट पर बैठकर यात्रा करने के साथ-साथ खड़े होकर भी यात्रा कर सकते हों। इसके अतिरिक्त, वाहन का निर्माण इस तरीके से किया जाना चाहिए कि कुछ यात्री खड़े होकर यात्रा कर सकें और बारम्बार उनके आगे बढ़ने या पीछे हटने के लिए पर्याप्त जगह मौजूद हो। अमेरिकन पब्लिक ट्रांसपोर्ट एसोसिएशन (APTA) द्वारा दी गयी एक परिभाषा इस बात पर जोर देती है कि बस पारगमन सेवा का एक ऐसा तरीका है जो डीजल, गैसोलीन, बैटरी या इसी प्रकार के किसी अन्य ईंधन वाले इंजन द्वारा संचालित है, जिसका संचालन एक निर्धारित यात्रा कार्यक्रम के साथ गलियों और सड़क मार्गों पर होता है। यह या तो निर्धारित स्टॉपेज के साथ एक स्थानीय सेवा प्रदान करता है या सीमित स्टॉपेजों के साथ एक लम्बी दूरी को कवर करता है। सेवाओं की प्रकृति (भौगोलिक क्षेत्र के आधार पर) पर विचार करके इसे परिसंचरण (सर्कुलेटर), फीडर, पड़ोस, ट्रॉली, शटल या एक्सप्रेस सेवाओं, सीमित स्टॉप वाली सेवाओं और बस रैपिड ट्रांजिट कहा जाता है।

एक मोटर कोच को यात्रियों को लाने और ले जाने वाले एक ऐसे सड़क-मोटर वाहन के रूप में परिभाषित किया गया है जो चालक सहित 24 या उससे अधिक व्यक्तियों के सीट पर बैठने के लिए डिजाइन किया गया हो और जिसका निर्माण अनन्य रूप से इस प्रकार किया गया हो कि यात्रीगण सीटों पर बैठकर यात्रा कर सकें। एक अन्य परिभाषा में कहा गया है कि मोटर कोच एक ऐसा वाहन है जिसका डिजाइन अनन्य रूप से लम्बी दूरी के पर्यटन पर निकले यात्रियों के परिवहन के लिए किया गया हो। इस वाहन की विशेषता वह एकीकृत संरचना होती है, जिसके अन्तर्गत यात्रियों के बैठने का डेक थोड़ा ऊँचा

होता है और इसके नीचे सामान रखने की व्यवस्था रहती है। इसकी क्षमता 30 यात्रियों के परिवहन की होती है और इसकी लम्बाई 35 फीट होती है।

9.5.2 मिनी बस या मिनी कोच

मिनी बस या मिनी कोच भी कोच टूर्स की एक श्रेणी है और इसे भी परिभाषित करने की आवश्यकता है। परिवहन सांख्यिकी की शब्दावली 2009 के अनुसार, यह एक ऐसा यात्री सड़क मोटर वाहन है जिसे, बैठकर या खड़े होकर यात्रा करने वाले, 10 से 23 व्यक्तियों के परिवहन के लिए डिजाइन किया गया हो। यह भी रेखांकित किया गया है कि ऐसे वाहनों का निर्माण इस तरह के पैटर्न के अनुसार किया जाता है कि यह बैठे हुए यात्रियों को ले जा सके या बैठकर और खड़े होकर, दोनों तरीकों से, यात्रा करने वाले यात्रियों का परिवहन कर सके।

9.5.3 ट्रॉली बस

ट्रॉली बस, बस का एक विशेष रूप है जो अपने मार्ग के साथ-साथ ओवरहेड तारों के माध्यम से विद्युत के माध्यम से संचालित होता है। ट्रॉली बस ट्राम से अलग है क्योंकि इसमें रबर टायर होते हैं और ये पटरियों पर नहीं चलते। यह ट्रांजिट सर्विस का एक ऐसा माध्यम है, जिसमें विद्युत धारा से चलने वाले वाहनों का प्रयोग किया जाता है। यह विद्युत धारा ट्रॉली पोल्स कहे जाने वाले खम्भों के जरिये गुजरने वाले तारों के माध्यम से प्राप्त की जाती है।

मनोरंजन वाहन के प्रकार

<u>मनोरंजन वाहन के प्रकार</u>	<u>विशेषताएँ</u>
<u>मोटर होम</u>	<ul style="list-style-type: none">• किसी ट्रक या बस की चैसिस पर निर्मित मोटर वाहन• यहाँ रहने वाले क्वार्टर्स उपलब्ध रहते हैं जो कैब से विभाजित रहते हैं• शयन का स्थान, स्नान और रसोई की सुविधाएँ
<u>शिविर वैन (campervan)</u>	<ul style="list-style-type: none">• एक आत्म-परिपूर्ण यात्रीगृह के रूप में सुसज्जित वैन• मोटर होम से छोटा होता है• रहने वाले क्वार्टर्स और कैब के बीच कोई विभाजन नहीं होता• भोजन पकाने, धोने और शयन की सिर्फ बुनियादी

	सुविधाएँ ही उपलब्ध रहती हैं
काफिला (कारवाँ)	<ul style="list-style-type: none"> • चलनशील गृह (<i>mobile home</i>) अथवा ट्रेलर • यह किसी सड़क वाहन द्वारा खींचा जाता है • घरेलू सामानों से पूर्णतः सुसज्जित • शयन के लिए क्वार्टर्स, स्नान और रसोई की सुविधाएँ उपलब्ध रहती हैं

(कैम्परवैन एडवेंचर्स, 2011; डिस्कवरी मोटरहोम्स, 2012 से ग्रहीत (स्वेन क्रॉस और लूसिया क्लीमेर की कृति " इण्ट्रोडक्शन टू टूरिज्म ट्रांसपोर्ट" से लिया गया, पृष्ठ – 142)

9.6 कोच टूर्स का ऐतिहासिक विकास

यह 17 वीं शताब्दी के मध्य में हुआ, जब ब्लेज़ पास्कल ने उन यात्रियों के एक विशेष खण्ड की आवश्यकता को पहचाना जो यात्रा के लिए, अपने स्वयं के, वाहनों का खर्च नहीं उठा सकते थे। उन्हें ऐसे पहले वाहन के आविष्कार का श्रेय जाता है, जो बस से मिलता-जुलता था और जिसे घोड़े खींचा करते थे तथा इसकी क्षमता आठ यात्रियों को एक साथ लाने और ले जाने की हुआ करती थी। 17 वीं शताब्दी के अन्त तक पेरिस, लन्दन और बर्लिन जैसी जगहों पर भी परिवहन के इससे मिलते-जुलते साधन प्रस्तुत किए जा चुके थे। 1827 के दौरान, संयुक्त राज्य अमेरिका ने भी न्यूयॉर्क शहर में निर्धारित मार्गों पर घोड़ों द्वारा खींची जाने वाली गाड़ियाँ भी शुरू कीं। भाप-चालित कोच भी शुरू किए गए थे लेकिन वे दैनिक यात्रियों के बीच अलोकप्रिय हो गए क्योंकि वे अत्यधिक ध्वनि प्रदूषण उत्पन्न करते थे और विस्फोट का खतरा सदैव बना रहता था। यह 1886 में ही सम्भव हुआ, जब कार्ल बेंज ने एक स्व-चालित वाहन बनाने का विचार किया और परिणामस्वरूप उन्होंने जर्मनी की सड़कों पर अपनी पहली गैसोलीन-संचालित ऑटोमोबाइल चलाई। सन् 1895 तक, उन्होंने कारखानों के श्रमिकों को लाने और ले जाने के लिए पहली मोटरकृत ओमनीबस पेश कर दी। यह गैसोलीन-संचालित इंजन का प्रयोग किया गया था। 19वीं शताब्दी के दौरान, यूरोप और उत्तरी अमेरिका, दोनों जगहों के शहरी दृश्यों में मोटरकृत बसें आमतौर पर काफी प्रचलित हो चुकी थीं। द्वितीय विश्व युद्ध के पश्चात्, यूरोप में अवकाश के दौरान और लम्बी-लम्बी दूरियाँ तय करके छुट्टी बिताने के मामले में कोचों के माध्यम से यात्रा करना एक फैशन बन चुका था।

9.7 हवाई यात्रा (नागरिक विमानन)

18वीं सदी में हाइड्रोजन गैस की खोज की गई जिसके कारण हाइड्रोजन बैलून का आविष्कार हुआ। 20वीं शताब्दी के प्रारम्भ तक वायुगतिकी (एयरोडायनामिक्स) के सिद्धान्तीकरण और इंजन प्रौद्योगिकी में

प्रगति के परिणामस्वरूप पहली बार नियन्त्रित उड़ानों का संचालित शुरू हुआ। इससे पहले ग्लाइडर्स के साथ बहुत सारे प्रयोग किए जा चुके थे। हालाँकि हवाई यात्रा के ऐतिहासिक विकास को कुछ लोगों की कल्पना करके समझा जा सकता है : टॉवर जम्पिंग, पतंगें, रोटर विंग्स, गर्म हवा के गुब्बारे, एयर शिप्स, और इसके बाद भाप के युग ने सारी चीजों को परिवर्तित कर दिया। वर्ष 1900 से 1902 तक राइट ब्रदर्स ने पतंग और ग्लाइडर डिजाइनों की एक श्रृंखला का निर्माण और परीक्षण किया और व्यावहारिक अनुभव के साथ एक शक्तिशाली डिजाइन बनाया।

उड़ने वाली प्रारम्भिक मशीनों का विकास और उपयोग सैन्य उद्देश्यों के लिए किया गया था। निर्मित एयरक्राफ्ट का उपयोग बमबारी करने, तोपों से गोलीबारी करने और सैन्य परिवहन के लिए किया गया था। दोनों विश्व युद्धों के बीच की अवधि में विमान प्रौद्योगिकी में महत्वपूर्ण प्रौद्योगिकीय प्रगति देखी गयी। द्वितीय विश्व युद्ध के पश्चात्, वाणिज्यिक विमानन में तीव्रता से वृद्धि हुई क्योंकि इसमें उन विमानों का उपयोग किया गया, जिनका उपयोग पहले सैन्य उद्देश्यों के लिए किया जा चुका था। विशाल बमवर्षक एयरफ्रेम के विनिर्माण के कारण इसकी वृद्धि में तेजी आई जिसे बाद में वाणिज्यिक विमानों में परिवर्तित कर लिया गया। जेट प्रौद्योगिकी (जेट युग) के आविष्कार ने आराम, गति, सुरक्षा और यात्रियों की अपेक्षाओं के मामले में उच्च स्तर स्थापित किया और जनता के लिए वृहद पैमाने पर वाणिज्यिक हवाई यात्रा शुरू हुई।

सन् 1980 के बाद के वर्ष विमानन के डिजिटल युग के वर्षों की तरह हैं तथा 21वीं शताब्दी का विमानन ईंधन की बचत करने, विविधीकरण लाने, उच्च वहन क्षमता और हरित यात्रा पर ध्यान देने पर अधिक केन्द्रित है।

ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

विमानन में मील के पत्थर

1903	1909	1910	1914	1918	1927	1939
किट्टी हॉक पर प्रथम पावर्ड उड़ान (ओरविल और विल्बर राइट)	इंग्लिश चैनल के आर-पार प्रथम उड़ान (लुइस ब्लेरियट)	यूरोप में प्रथम वाणिज्यिक वायु सेवाएँ (फिनलैण्ड, फ्रांस, जर्मनी, नीदरलैण्ड्स, यूके)	यूएसए में प्रथम नियमित वायु सेवा (सेण्ट पीटर्सबर्ग - टैम्पा एयरबोट लाइन)	प्रथम नियमित एयर मेल सेवा (वाशिंगटन, डीसी - न्यूयॉर्क सिटी)	पहली अकेली ट्रांस-अटलाण्टिक उड़ान (चार्ल्स लिण्टबर्ग : न्यूयॉर्क - पेरिस)	न्यूयॉर्क और मार्सिलिये (Marseilles) और साउथैम्पटन के बीच, फिक्स्ड विंग एयरक्राफ्ट से युक्त प्रथम ट्रांस-अटलाण्टिक यात्री सेवाएँ (सर्व अमेरिकी)

1952	1958	1970	1976	2004	2007	2011	2012
प्रथम यात्री जेट, डि-हैवीलैण्ड कॉमेट, सेवा में प्रविष्ट होता है (बीओएसी, लन्दन - जोहानसबर्ग)	प्रथम ट्रांस-अटलाण्टिक यात्री जेट सेवाएँ (बीओएसी ; लन्दन - न्यूयॉर्क ; सर्व अमेरिकी, न्यूयॉर्क - पेरिस)	बोइंग बी747 'जम्बो जेट' सेवा में प्रविष्ट होता है (सर्व अमेरिकी)	कोनकोर्ड के साथ प्रथम सुपरसोनिक यात्री जेट सेवाएँ (ब्रिटिश एयरवेज और एयर फ्रांस)	सर्वाधिक लम्बी दूरी की बिना रुकावट वाली यात्री सेवा (सिंगापुर एयरलाइंस, सिंगापुर - नेवार्क, 9535 मील)	एयरबस ए380 "व्हेल जेट" सेवा में प्रविष्ट होती है (सिंगापुर एयरलाइंस)	प्रथम सर्व-संश्लिष्ट मटेरियल पैसेंजर जेट (बोइंग बी787 'ड्रीमलाइनर' सेवा में प्रविष्ट होता है (ऑल निप्पन एयरवेज)	विश्व का विशालतम पैसेंजर एयरक्राफ्ट - 'जम्बो जेट' का एक उन्नत संस्करण - बोइंग बी747-8आई लुफ्तहांसा के साथ सेवा में प्रविष्ट होता है

(रॉबिन्सन पी, लक एम, स्मिथ एस की कृति "टूरिज्म" से ग्रहीत, पृष्ठ-86)

प्रमुख अन्तरराष्ट्रीय अभिसमय

सम्मेलन	वर्ष	विनियमन / विषय
हवाई नैविगेशन के विनियमन पर पेरिस अभिसमय	1919	हवाई क्षेत्र का उपयोग
हवाना अभिसमय	1928	संचालन प्रक्रियाओं का मानकीकरण (जैसे टिकट कराना, सामान की जाँच)
हवाई मार्ग द्वारा अन्तरराष्ट्रीय परिवहन पर वारसा अभिसमय [बाद में हेग प्रोटोकॉल (1955) और मॉण्ट्रियल प्रोटोकॉल (1975) द्वारा संशोधित]	1929	यात्रियों को चोट लगने/ मृत्यु होने, सामान और कार्गो को क्षति पहुँचने पर विमानसेवा का उत्तरदायित्व
नागरिक विमानन पर शिकागो अभिसमय	1944	हवाई क्षेत्र की स्वतन्त्रताएँ

(रॉबिन्सन पी, लक एम, स्मिथ एस की कृति "टूरिज्म" से ग्रहीत, पृष्ठ-97)

नागरिक विमानन :- गैर-सैन्य विमानन को नागरिक विमानन कहा जाता है। इसमें निजी और वाणिज्यिक, दोनों प्रकार के, विमानन शामिल हैं। नागरिक विमानन में दो प्रमुख श्रेणियाँ शामिल हैं :

- (1) नियमित वायु परिवहन (निर्धारित हवाई मार्गों पर नियमित रूप से संचालन करने वाली यात्री और कार्गो उड़ानें)
- (2) सामान्य विमानन (अन्य सभी निजी और वाणिज्यिक नागरिक उड़ानें)

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास 2

1. यात्री कारों के उपयोग के विभिन्न प्रकार कौन-कौन से हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

2. नागरिक विमानन और इसके विकास पर विस्तार से प्रकाश डालिए।

.....

.....

.....

.....

.....

9.8 सारांश

परिवहन, पर्यटन का एक प्रमुख घटक है क्योंकि पर्यटन का अस्तित्व लोगों की गतिशीलता के कारण ही संभव है और इस गतिशीलता में परिवहन के किसी न किसी साधन का ही उपयोग किया जाता है। प्रारम्भ में समुद्री जहाजों का प्रयोग माल (कार्गो) के परिवहन के लिए किया जाता था। अठारहवीं शताब्दी तक, यात्री परिवहन के लिए व्यापारिक जहाजों का उपयोग किया जाता था लेकिन यह एक महँगा, असहज और जोखिम भरा कार्य हुआ करता था। लेकिन उन्नीसवीं सदी में भाप के इंजन के आगमन के कारण कूजेज़ के लिए यात्रियों के सन्दर्भ में एक नये युग का प्रारम्भ हुआ। आधुनिक समय में, जब पर्यटन को लाभप्रद गतिविधि माना जाता है, ऑटोमोबाइल की भूमिकाओं को सर्वोच्च प्राथमिकता के स्तर पर माना जाता है। तीसरी दुनिया के देशों में पर्यटन ऑटोमोबाइल और कोच टूर पर निर्भर है क्योंकि ये पर्यटकों के लिए आर्थिक रूप से व्यवहार्य हैं और आसानी से उपलब्ध हैं। संयुक्त राज्य अमेरिका और कनाडा में, मोटल्स, रेस्तराँ और स्की रिसॉर्ट, एंगलिंग और हंटिंग रिसॉर्ट्स, मनोरंजन पार्क और इसी तरह की अन्य व्यावसायिक संस्थाओं जैसे मनोरंजक बाजारों का पूर्वानुमान निजी यात्री वाहन यातायात के संचालन पर किया जाता है। जहाँ तक ऑटोमोबाइल के घटकों का सवाल है तो इस सूची में यात्री कारें, टैक्सियाँ और रेंटल (किराये पर ली जाने वाली) कारें शामिल हैं। पर्यटन में, अन्तरराष्ट्रीय यात्रा के लिए हवाई यात्रा सर्वाधिक प्रचलित है और इसका अत्यधिक उपयोग किया जाता है। हालाँकि हवाई यात्रा के ऐतिहासिक विकास को कुछ लोगों की कल्पना करके समझा जा सकता है : टॉवर जम्पिंग, पतंगें, रोटर विंग्स, गर्म हवा के गुब्बारे, एयर शिप्स, और इसके बाद भाप के युग ने सारी चीजों को परिवर्तित कर दिया।

9.9 शब्दावली

कूज पर्यटन : यह सेवाओं का एक समुच्चय प्रदान करता है, जैसे – परिवहन, ठहरने की व्यवस्था, ऑन बोर्ड सुविधाएँ, और इनके साथ ही यात्रा किए जाने वाले गन्तव्य के यात्रा-कार्यक्रम।

कार-शेयरिंग : इसे परिवहन के एक ऐसे साधन के रूप में परिभाषित किया गया है जिसका स्वामित्व किसी फर्म या संगठन के पास होता है और जिसकी साझेदारी, अलग-अलग अवसरों पर, विभिन्न लोगों द्वारा सदस्यता के प्रावधान के साथ की जाती है।

नागरिक विमानन : गैर-सैन्य विमानन को नागरिक विमानन कहा जाता है। इसमें निजी और वाणिज्यिक, दोनों प्रकार के, विमानन शामिल हैं।

9.10 अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास के उत्तर

अभ्यास 1.

1. कृपया अनुभाग 9.2 देखें।
2. कृपया अनुभाग 9.3 देखें।

अभ्यास 2.

1. कृपया उप-अनुभाग 9.4.1 देखें।
 2. कृपया अनुभाग 9.7 देखें।
-

.....
.....
.....

इकाई 10 महिलाएँ और पर्यटन

.....
.....
.....

संरचना

- 10.0 उद्देश्य
- 10.1 प्रस्तावना
- 10.2 पुरुष और महिलाएँ : सामाजिक ताने-बाने के दो धागे
- 10.3 महिलाओं की सामाजिक प्रस्थिति
 - 10.3.1 पूर्व वैदिक, वैदिक और मध्यकालीन युग में महिलाएँ
 - 10.3.2 औपनिवेशिक युग में महिलाएँ
 - 10.3.3 आधुनिक युग में महिलाओं की प्रस्थिति
- 10.4 महिलाओं में परिवर्तन और विकास
- 10.5 आज की महिलाएँ - मुक्त और सशक्त
- 10.6 महिला और पर्यटन
 - 10.6.1 आँकड़े एक दृष्टि में
 - 10.6.2 महिलाओं की यात्रा की प्रवृत्तियाँ
 - 10.6.3 पर्यटन में महिलाएँ
- 10.7 पर्यटन में महिलाओं के लिए अवसर और चुनौतियाँ
- 10.8 सारांश
- 10.9 शब्दावली
- 10.10 अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास के उत्तर

.....
.....

.....
.....
.....

10.0 उद्देश्य

.....
.....
.....

इस इकाई के अध्ययन के बाद आप इस योग्य हो जाएँगे कि आप :

- समाज में पुरुष और महिला के महत्व को समझ सकें
 - ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य में महिलाओं की दशा का मूल्यांकन कर सकें
 - महिलाओं की दशा में परिवर्तन और इसके कारण को जान सकें
 - यात्रा और पर्यटन में महिलाओं की भूमिका को व्याख्यायित कर सकें
-
.....
.....

10.1 प्रस्तावना

.....
.....
.....

इस इकाई में पर्यटन का अध्ययन महिलाओं के सन्दर्भ के साथ किया जाएगा। इकाई महिलाओं की यात्रा के इतिहास, समाज में महिलाओं की बदलती प्रस्थिति के कारण यात्रा पर पड़ने वाले प्रभाव तथा महिलाओं के यात्रा आँकड़ों का अध्ययन और यात्रा में महिलाओं की भूमिका को सामने लाने की कोशिश करती है। जेण्डर एक महत्वपूर्ण जनांकिकीय तत्व

को निर्मित करता है तथा उत्पादों के विपणन, ब्राण्डिंग और स्थिति को प्रभावित करता है। इस प्रकार, महिलाओं के यात्रा व्यवहार, उनकी आवश्यकता और चाहतों का अध्ययन करना बहुत महत्वपूर्ण है। पुरुष और महिलाएँ जैविक और मनोवैज्ञानिक रूप से अलग होते हैं और इनकी शारीरिक आवश्यकताएँ भी अलग-अलग होती हैं। अत्यधिक तेजी के साथ पर्यटन में वृद्धि और यात्रा गतिविधि में महिलाओं की बढ़ती भागीदारी के कारण यह आवश्यक हो जाता है कि यात्रा का अध्ययन नारीवादी परिप्रेक्ष्य के साथ किया जाए।

.....
.....
.....

10.2 पुरुष और महिलाएँ : सामाजिक ताने-बाने के दो धागे

.....
.....
.....

ईश्वर ने पुरुषों और महिलाओं से युक्त एक द्विध्रुवीय विश्व का सृजन किया है। पुरुष और महिला हमारे समाज के दो स्तम्भों का निर्माण करते हैं। पुरुषों से महिलाओं को जो चीज़ अलग करती है, वह वाई (Y) गुणसूत्र की उपस्थिति या अनुपस्थिति के कारण उत्पन्न हुआ जीव-वैज्ञानिक अन्तर है। यह अन्तर शारीरिकी में अन्तर के लिए उत्तरदायी है। इसके कारण शारीरिक बनावट और जीव-वैज्ञानिक क्षमताओं में अन्तर आ जाता है। किन्तु कोई व्यक्ति यह कह सकता है कि नर और मादा जीवन प्रक्रिया की महत्वपूर्ण कड़ी को बनाते हैं।

क्षमता, शक्ति और कमजोरी पर निर्भर करते हुए, युगों से दोनों लिंगों (sex) के लिए कुछ भूमिकाएँ निर्धारित कर दी गयीं और वे इन निर्धारित भूमिकाओं तक ही सीमित रहे। लैंगिक (सेक्स) पहचान ईश्वर द्वारा सृजित की गयी थी, लेकिन समाज में

किसी विशेष कार्य के साथ अपने सम्बन्ध और इस कारण थोपे गए प्रतिबन्धों ने उस चीज़ को जन्म दिया, जिसे हम जेण्डर के रूप में जानते हैं। जेण्डर सेक्स की, समाजीकृत और सांस्कृतिक रूप से प्रभावित अभिव्यक्ति है, जो किसी दिए गए समाज के भीतर विशिष्ट भूमिकाओं से सम्बन्धित होती है... विश्व स्वास्थ्य संगठन (डब्ल्यूएचओ) जेण्डर को इस प्रकार परिभाषित करता है: "जेण्डर महिलाओं और पुरुषों की सामाजिक रूप से निर्मित विशेषताओं को सन्दर्भित करता है, जैसे मानक, भूमिकाएँ, तथा महिलाओं और पुरुषों के समूहों का और उनके बीच सम्बन्ध"। जेण्डर में ऐसी भूमिकाएँ और ऐसे व्यवहार शामिल हैं जिनकी उम्मीद समाज द्वारा, किसी विशिष्ट सेक्स के सन्दर्भ में की जाती है। लोग जो विचार और पूर्व-कल्पित धारणाएँ किसी विशेष सेक्स के व्यवहारों, विचारों, और उस व्यक्ति के सेक्स से जुड़ी विशेषताओं के बारे में रखते हैं, उसी के अनुसार वे किसी विशिष्ट सेक्स से उम्मीदें करते हैं। एक और सम्बन्धित शब्द जेण्डर पहचान है जिसका अर्थ है कि कैसे कोई व्यक्ति अपने भीतर महसूस करता है : पुरुष की तरह, महिला की तरह, लड़के की तरह, या लड़की की तरह।

व्यावहारिक रूप से यह असम्भव है कि केवल पुरुषों की या केवल महिलाओं की दुनिया की कल्पना की जाए, पुरुष और महिलाएँ, दोनों एक दूसरे के पूरक हैं और जीवन की पहली के आवश्यक हिस्से हैं। समय के साथ और जेण्डर की सार्वजनिक समझ का विस्तार होने के साथ हम पारम्परिक द्वि-विभागीय (बाइनरी) दृष्टिकोण को तोड़ने और ट्रांसजेण्डर या गैर-बाइनरी व्यक्तियों को आदरपूर्वक स्वीकार करने में सक्षम रहे हैं।

हमारे समाज में प्रौद्योगिकी से जुड़े क्षेत्रों; जैसे कम्प्यूटर, कार, निर्माण कार्य, यहाँ तक कि इलेक्ट्रिक संयन्त्रों और वातानुकूलित प्रणालियों में पुरुषों की उपस्थिति अधिकतम है। कृषि और विज्ञान के क्षेत्रों में भी पुरुषों का प्रभुत्व है। महिलाएँ बच्चों की देखभाल करती हैं : घर पर और विद्यालयों में। महिलाएँ दूसरों की देखभाल से सम्बन्धित व्यवसायों का चयन करती हैं। हाउसकीपिंग में महिलाएं बेहतर होती हैं।

महिलाएँ सौन्दर्य, सद्भाव, शान्ति, और ऐसी चीजों को लेकर आती हैं जो मूर्त तो नहीं हैं, किन्तु आवश्यक हैं।

स्त्री-पुरुष को एक दूसरे की जरूरत होती है। जेण्डरों की तुलना करने से और उन्हें एक-दूसरे के विपरीत रखने से, मानो पुरुष वास्तव में मंगल ग्रह से आते हैं और महिलाएँ शुक्र ग्रह से, जेण्डर अन्तराल बढ़ता है। पुरुषों और महिलाओं के बीच समानता का तात्पर्य है कि अधिकारों, अवसरों और स्वतन्त्रता के मामले में दोनों जेण्डरों (लिंगों) के साथ समान व्यवहार किया जाना चाहिए। यदि पुरुषों और महिलाओं के पास कार्यस्थल पर समान स्तर का समान कौशल है, तो उनके लाभ और वेतन भी समान ही होने चाहिए। हालाँकि, उनके कौशल के अनुसार वेतन में अन्तर हो सकता है, किन्तु उनके जेण्डर की वजह से वेतन कभी अलग-अलग नहीं होना चाहिए। जब पुरुषों और महिलाओं के साथ असमान व्यवहार किया जाता है तो इसे लिंगवाद (सेक्सिज्म) कहा जाता है। लेकिन तीव्र विकास, समृद्धि और खुशहाल समाज का मार्ग पुरुषों और महिलाओं की समानता में निहित है। महिलाएँ अपनी चिन्ताओं को अधिकाधिक व्यक्त कर रही हैं और अपने अधिकारों के लिए संघर्ष कर रही हैं।

10.3 महिलाओं की सामाजिक प्रस्थिति

मानव एक सामाजिक प्राणी है। लेकिन समाजों का विकास समय के साथ-साथ आवश्यकताओं, चुनौतियों और अवसरों के आधार पर क्रमिक रूप से हुआ। जिस तरीके का संरचनाबद्ध समाज हम आज देखते हैं, विकसित होकर यहाँ तक पहुँचने में मानव समूहों को विभिन्न अवस्थाओं से होकर गुजरना पड़ा है। इन सबका प्रारम्भ खानाबदोश (घुमन्तू)

शिकार और संग्रहण, ग्रामीण कृषि, नगरीय, वाणिज्यिक, औद्योगिक और उत्तर-औद्योगिक अवस्थाओं के साथ हुआ। चाहे कोई भी संस्कृति हो, समस्त आधुनिक समाजों का विकास कृषि-प्रधान समाजों से ही हुआ है। पुरुषों और महिलाओं ने समाज में अपने सुपरिभाषित स्थान का आनन्द लिया, हालाँकि औद्योगिक क्रान्ति से पहले पुरुषों की शक्ति और धैर्य राजनीतिक शक्ति का पैमाना था। महिलाओं की तुलना में अधिक ताकत रखने के कारण पुरुषों ने युद्ध लड़े, जानवरों का शिकार किया, इमारतें बनायीं और हलों से खेतों की जुताई की। इसका परिणाम समाजों में जेण्डर से जुड़ी परिभाषित भूमिकाओं के रूप में सामने आया। ये भूमिकाएँ हैसियत और आदर से जुड़ी हुई थीं। इसे सामाजिक प्रस्थिति के रूप में जाना जाने लगा।

सामाजिक प्रस्थिति किसी समाज में लोगों, समूहों और संगठनों से सम्बद्ध आदर, सम्मान, शक्ति, क्षमता और प्रभाव का स्तर है। समाजशास्त्र या नृ-विज्ञान में, सामाजिक प्रस्थिति, समाज में किसी की हैसियत या पद से जुड़ा सम्मान या प्रतिष्ठा है। 'वर्ग' एक आर्थिक शब्द है जबकि 'प्रस्थिति' एक सामाजिक या मनोवैज्ञानिक शब्द है। 'वर्ग' शब्द उन व्यक्तियों के समूह को सन्दर्भित करता है जिनकी आर्थिक व्यवस्था में समान हैसियत होती है। यह एक जैसी आर्थिक परिस्थितियों को साझा करने वाले लोगों का समूह है।

10.3.1 पूर्व-वैदिक, वैदिक और मध्यकालीन युग में महिलाएँ

प्राचीन काल में जेण्डर (लैंगिक) भेदभाव का अस्तित्व नहीं था। महिलाएँ घर की स्वामिनी थीं और उनका बहुत आदर किया जाता था। पूर्व-ऐतिहासिक युग में लोग भोजन की खोज में इधर-उधर घूमा करते थे और इन लोगों में पुरुष और महिलाएँ दोनों शामिल रहते थे, इसलिए आर्थिक जीवन में पुरुषों और महिलाओं दोनों की सहभागिता समान थी।

सम्पूर्ण विश्व में समाज पुरुष प्रधान थे, महिलाओं के साथ पुरुषों के समान व्यवहार नहीं किया जाता था तथा सार्वजनिक और राजनीतिक जीवन में महिलाओं की भूमिका सीमित थी। धर्म में उनकी सक्रिय भूमिका थी। रोमन साम्राज्य में भी कुछ शक्तिशाली महिला शासक मौजूद थीं। कृषि, बाजारों, हस्तकलाओं से जुड़े कार्यों में तथा दाइयों के रूप में और दूसरों के बच्चों को पालने वाली परिचारिकाओं के रूप में महिलाओं की उपस्थिति बहुत व्यापक थी। हालाँकि, सामान्य तौर पर महिलाओं के लिए कोई सामाजिक प्रथाएँ और प्रतिबन्ध नहीं थे।

भारत में, ऐसे प्रमाण मौजूद हैं जो दर्शाते हैं कि यहाँ देवी माँ की उपासना की जाती थी। पत्नियों की हैसियत और उनकी उपस्थिति को मान्यता प्रदान की गयी थी और धार्मिक समारोहों के दौरान उनकी उपस्थिति अनिवार्य होती थी। लड़कियों को शिक्षा प्रदान करने का प्रचलन था और 'स्वयंवर' प्रथा महिलाओं को प्राप्त स्वतन्त्रता का द्योतक थी क्योंकि यह प्रथा महिलाओं को अपनी पसन्द का पति चुनने का अनन्य अधिकार प्रदान करती थी।

समाज पितृसत्तात्मक था तथा सामाजिक, राजनीतिक और आर्थिक क्षेत्रों में पुरुषों का वर्चस्व था। महिलाओं से यह उम्मीद की जाती थी कि वे पुत्र पैदा करें क्योंकि पुत्र ही अन्तिम संस्कार का निष्पादन करता था और वंश को आगे बढ़ाता था। इसके कारण लड़कियों के जन्म को अपशकुन माना जाने लगा। उस समय दहेज और तलाक का अस्तित्व नहीं था। ऋग्वेद में यह उल्लेख है कि अविवाहित पुत्रियों को अपने पिता की सम्पत्ति के उत्तराधिकार का अधिकार प्राप्त था। महिलाओं ने घर-परिवार में सम्मानजनक पद धारण किया। महिलाओं को गाने, नृत्य करने और जीवन का आनन्द लेने की अनुमति थी। सती प्रथा आम तौर पर प्रचलित नहीं थी। कुछ परिस्थितियों में विधवा पुनर्विवाह की अनुमति

दी गई थी। प्राचीन काल से केवल महिलाएँ ही ऐसी थीं जिन्हें स्वतन्त्र छोड़ देने लायक कभी नहीं माना जाता था और यह माना जाता था कि उन्हें सदैव संरक्षण की आवश्यकता है। इस बात के भी प्रमाण उपलब्ध हैं कि महिलाएँ कुछ सार्वजनिक आर्थिक गतिविधियों में सक्रिय थीं; जैसे - मजदूरी करने वाली श्रमिकों, मन्दिर में नर्तकियों, यौनकर्मियों, और दरबारों की परिचारिकाओं के रूप में वे अपनी सेवाएँ प्रदान करती थीं। परवर्ती अवधि में महिलाओं की शुद्धता और सुरक्षा बहुत महत्वपूर्ण हो गयी तथा इसके कारण लड़कियों की विवाह की उम्र घट गयी। इस वजह से लड़कियों की शिक्षा में बाधाएँ उत्पन्न हो गयीं। इस कारण लड़कियाँ अपने अधिकारों के बारे में जानती ही नहीं थीं और अपना जीवनसाथी चुनने में उनकी कोई भी राय नहीं ली जाती थी। इससे महिलाओं की हैसियत और प्रस्थिति बहुत नीचे आ गयी।

मध्यकालीन अवधि के कारण महिलाओं की सामाजिक प्रस्थिति में बहुत कटौती हो गयी। मध्यकाल अनेक सामाजिक बुराइयों को बढ़ावा देने वाली भूमि बन गया और महिलाओं का शोषण अपने चरम पर पहुँच गया, जिससे उबरने के लिए हम अभी भी संघर्ष कर रहे हैं। मुस्लिम आक्रमण समाज में कन्या शिशु हत्या, सती प्रथा, बाल विवाह, परदा प्रथा, अथवा जनाना (महिलाओं का पार्थक्य) लेकर आया और महिलाओं को यौन सन्तुष्टि का साधन मानने की शुरुआत हुई। बहुविवाह अस्तित्व में आ गया, हिन्दू विधवाओं की दशा और अधिक दयनीय हो गयी और उन्हें समस्त अधिकारों से वंचित कर दिया गया। जौहर यानी पत्नियों द्वारा स्वैच्छिक आत्मदाह की प्रथा और सती यानी विधवा स्त्रियों का पति के साथ चिता पर जलकर मर जाना और देवदासी व्यवस्था; जो महिलाओं को ईश्वर की दुल्हन मानती थी और ऐसी महिलाओं का यह कर्तव्य होता था कि वे राजाओं, पुजारियों और यहाँ तक कि उच्च वर्गों के सदस्यों का मनोरंजन करें; के कारण महिलाओं की यातना और अधिक बढ़ गयी।

.....
.....
.....

10.3.2 औपनिवेशिक युग में महिलाएँ

.....
.....
...

अंग्रेजों ने भारत में अपने शासन की स्थापना की और यह 19वीं सदी में आधुनिकीकरण का प्रारम्भ था। उस समय भारत में महिलाओं की स्थिति अपने निम्नतम स्तर पर थी। इसका कारण सती, परदा, शिक्षा का निम्न स्तर, बाल विवाह और देवदासी परम्परा जैसी सामाजिक बुराइयों का प्रचलन था। ब्रिटिश शासन ने निस्संदेह इन सभी बुराइयों को समाप्त करने का प्रयास किया। कुछ शिक्षित भारतीयों के समर्थन से अंग्रेजों ने कुछ साहसिक कदम उठाए और 4 दिसंबर 1892 को कानून बनाकर सती प्रथा को समाप्त करने के लिए प्रस्ताव पारित कर दिया गया तथा इसे जुमाने, कारावास या दोनों के साथ दण्डनीय घोषित कर दिया गया।

महिलाओं ने स्वतन्त्रता संघर्ष में सक्रिय रूप से भाग लिया; जैसे कस्तूरबा गांधी, ज्योतिर्मयी गांगुली, सरोजिनी नायडू, प्रभावती देवी, लतिका घोष, आशालता देवी, नेली सेनगुप्ता, कैप्टन लक्ष्मी सहगल, अरुणा आसफ अली आदि ऐसी ही कुछ महिलाओं के नाम हैं। अनेक सुधार आन्दोलनों का नेतृत्व पुरुष सुधारकों द्वारा किया गया, जिन्होंने महिलाओं की स्वतन्त्रता और विकास के लिए संघर्ष किया; जैसे सन् 1825 का ब्रह्म समाज, 1897 का प्रार्थना समाज और 1875 का आर्य समाज। विधवा पुनर्विवाह को सन् 1856 में कानून द्वारा मान्यता दी गयी। इन सुधारों के बावजूद महिलाएँ चारदीवारी के भीतर कैद ही रह गयीं और मूलभूत मानवाधिकारों से वंचित रहीं।

सम्पूर्ण विश्व में महिलाएँ अपने अधिकारों के लिए संघर्ष कर रही थीं। अठारहवीं शताब्दी में शुरू हुआ औद्योगिकीकरण परिवर्तनकारी था। परिवारों का समर्थन करने के लिए महिलाएँ विनिर्माण उद्योग का हिस्सा बन गयीं जिसने सभी बन्धनों को तोड़ दिया और महिला मुक्ति के लिए यह मील का पत्थर बन गया। बड़ी संख्या में महिलाएँ अब कार्य

करने लगीं और इसलिए बहुत सारे परिवर्तन आवश्यक हो गए। इसके अतिरिक्त अलग-अलग आन्दोलनों के माध्यम से महिलाओं ने समान अधिकारों की माँग शुरू कर दी जिसके कारण अनेक नियमों और विनियमों का मार्ग प्रशस्त हुआ।

पश्चिम में महिलाएँ नयी स्वतन्त्रता का आनन्द ले रही थीं। औद्योगिक क्रान्ति द्वारा लाए गए कारखानों और खानों में महिलाओं का समावेशन हो रहा था और वे समाज में संरचनात्मक परिवर्तन ला रही थीं। इसके कारण उनके उज्वल भविष्य और स्वतन्त्रता का मार्ग प्रशस्त हो रहा था। भारत हालाँकि इन सभी सुधारों से अछूता था और अपनी स्वयं की चुनौतियों और सामाजिक वर्जनाओं से जूझ रहा था।

10.3.3 आधुनिक युग में महिलाओं की प्रस्थिति

उपनिवेशीकरण ने भारतीय अर्थव्यवस्था को बाधित किया और नए कस्बों के विकास का रास्ता खोला। इन नए कस्बों में कारखाने थे, नयी राजस्व प्रणाली थी और सम्पत्ति के अधिकार थे। स्वामी विवेकानन्द ने कहा है कि कोई पक्षी अपने दोनों पंखों की सहायता से ही आकाश में उड़ सकता है और इसी तरह समाज नरों और मादाओं के सह-अस्तित्व और समान भागीदारी से ही प्रगति कर सकता है। उनके अनुसार, समाज के पक्षी के मामले में, नर एक पंख का और मादा दूसरे पंख का निर्माण करती है तथा दोनों की समान सहभागिता और समान योगदान के बिना प्रगति कभी हो ही नहीं सकती।

फ्रांसीसी क्रान्ति ने मानवाधिकारों का मार्ग प्रशस्त किया और महिलाओं ने धीरे-धीरे, अपनी स्वयं की पहचान सृजित करते हुए, अपने स्वयं के मानवाधिकारों की माँग करनी शुरू कर दी। भारत में महिलाएँ सामाजिक बुराइयों के विरुद्ध संघर्ष कर रही थीं; जैसे - बाल विवाह, बहुविवाह की प्रथा, विधवाओं पर गम्भीर प्रतिबन्ध, शिक्षा तक पहुँच का न होना, तथा घरेलू और बच्चों के लालन-पालन से जुड़े कार्यों तक महिलाओं का सीमित होना। महिलाओं के सामाजिक और राजनीतिक अधिकारों में रुचि लेने वाले स्वामी विवेकानन्द, एनी बेसेण्ट, महात्मा गांधी और स्वामी दयानन्द सरस्वती की पहल के माध्यम से, तब से लेकर आज तक, महिलाओं की शिक्षा के क्षेत्र में निरन्तर प्रगति होती चली आयी है। अपनी उन्नति और समानता के लिए महिलाओं ने प्रमुख रूप से संघर्ष किया।

महिलाएँ आज केवल पत्नियाँ या माताएँ या लड़कियाँ ही नहीं हैं, बल्कि वे शिक्षित, अनुसन्धानकर्ता, खिलाड़ी, नृत्यांगना, शिक्षक, चित्रकला की कलाकार भी हैं; वे गायिकाएँ, अभिनेत्रियाँ, विमान चालक (पायलट), चालक (ड्राइवर), अभियन्ता, चिकित्सक, संवाददाता, सेनानी भी हैं; यहाँ तक कि वे लेखिकाएँ भी हैं। मानवाधिकारों और स्वतन्त्रता के परिणामस्वरूप अवसर हासिल करने के बाद महिलाओं को आज भी विभिन्न दूसरी समस्याओं का सामना करना पड़ रहा है; जैसे - उन्हें प्रताड़ना, भेदभाव, वंचना, उत्पीड़न और मारपीट जैसी समस्याएँ झेलनी पड़ती हैं। हमारे देश में महिलाओं को व्यापक सामाजिक दबाव झेलना पड़ता है कि परिवार में एक सुरक्षित और खुशहाल प्रस्थिति हासिल करने के लिए वे बच्चों का, विशेष रूप से पुत्रों का, लालन-पालन करें। लड़कियों का विवाह कम उम्र में हो रहा है; लड़कियों को अपनी शिक्षा-दीक्षा छोड़नी पड़ रही है; बच्चे पैदा करने के कारण उनकी मृत्यु दर बढ़ रही है; तथा उनके विरुद्ध बलात्कार, अपहरण, तस्करी जैसी हिंसा हो रही है। इन सबके कारण लिंगानुपात बिगड़ गया है और परिणामस्वरूप महिलाओं के विरुद्ध हिंसा में वृद्धि हुई है।

भारत में समानता सुनिश्चित करने के लिए अनेक कानून पारित किए गए, अनेक अधिनियम बनाए गए, शैक्षिक संस्थानों/सरकारी नौकरियों में आरक्षण की व्यवस्था की गयी, बालिकाओं के लिए शिक्षा को मुफ्त किया गया और अन्य सुधार भी किए गए। इन सुधारों के कारण महिलाओं के उत्थान में सहायता मिली है। महिलाएँ अब लगभग सभी क्षेत्रों में पुरुषों को मात दे रही हैं। मानव गतिविधि के हर क्षेत्र में अपनी महिलाओं द्वारा हासिल की गई सफलता पर भारत को यथोचित रूप से गर्व हो सकता है। इस बीच महिलाओं की भागीदारी, स्वतन्त्रता और विकास के मामले में विश्व बहुत आगे रहा। सम्पूर्ण विश्व में महिलाएँ अपनी जगह बनाने में, अर्थव्यवस्था के लिए योगदान करने में, पुरुषों के साथ प्रतिस्पर्धा करने में सफल रहीं। वे बाधाओं को हटाने में सक्षम हो गयीं और इस योग्य हो गयीं कि वे समाज में, आपस में, और साथ ही साथ पुरुषों के साथ अपनी समानता की स्थापना कर सकें।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 1

1. पुरुष और महिलाएँ सामाजिक ताने-बाने के दो धागे किस तरह हैं? विस्तार से बताइए।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. अलग-अलग ऐतिहासिक अविधियों में महिलाओं की प्रस्थिति का वर्णन कीजिए।

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

10.4 महिलाओं में परिवर्तन और विकास

महिलाओं की समस्या केवल भारत में ही नहीं विद्यमान रही है, बल्कि प्रारम्भिक युगों से ही महिलाओं के लगातार किए जा रहे शोषण और उन पर थोपे गए प्रतिबन्ध के कारण उन्हें मुख्यधारा से बाहर छोड़ दिया गया। अन्य देशों को इसका अहसास हुआ और महिलाओं का समावेशन बहुत पहले ही शुरू हो गया। कुछ देशों में महिलाएँ अभी भी अपने अधिकारों के लिए संघर्ष कर रही हैं। हालाँकि इसके महत्व को अन्तरराष्ट्रीय स्तर पर महसूस किया गया।

जेण्डर (लैंगिक) समानता को न केवल एक मूलभूत मानवाधिकार के रूप में मान्यता दी गयी, बल्कि इसकी उपलब्धि को बहुत सारे सामाजिक-आर्थिक परिणामों से जोड़ा गया। जैसा कि लोकप्रिय रूप से कहा गया है कि 'महिलाओं ने आधा आसमान सिर पर उठा रखा है', महिलाओं की भागीदारी में वृद्धि होने के कारण अर्थव्यवस्थाओं को गति मिली, उत्पादकता और विकास को प्रेरणा हासिल हुई। फिर भी जेण्डर (लैंगिक) असमानताएँ और पूर्वग्रह की जड़ें प्रत्येक समाज में गहराई तक व्याप्त रही हैं। महिलाएँ अभी भी सम्मानित कार्य और व्यवसाय तक पहुँच स्थापित करने के लिए संघर्ष कर रही हैं। वे जेण्डर (लिंग) के आधार पर वेतन में असमानता और अन्तरालों तथा आत्मिक उन्नति और कल्याण तक उचित प्रवेश हासिल करने के सन्दर्भ में अभी भी संघर्ष कर रही हैं।

पूरी दुनिया में महिलाओं को क्रूरता, दुराग्रह, पक्षपात और पूर्वग्रह भुगतना पड़ता है। राजनीतिक और आर्थिक निर्णय लेने की प्रक्रियाओं में उनकी उपस्थिति बहुत कम है और इसीलिए उनकी बात भी कम ही सुनी जाती है। लम्बे समय से संयुक्त राष्ट्र को वैश्विक स्तर पर जेण्डर (लैंगिक) समानता को बढ़ावा देने के लिए गम्भीर चिन्ताओं का सामना करना पड़ा है।

यह मुद्दा इतना गम्भीर रहा है कि अन्ततः जुलाई 2010 में संयुक्त राष्ट्र महासभा ने यूएन विमेन (UN Women) का गठन किया; जो अन्तरराष्ट्रीय स्तर पर महिलाओं के मुद्दों के प्रति लक्षित दृष्टिकोण से युक्त, जेण्डर (लैंगिक) समानता और महिलाओं के सशक्तिकरण के लिए, संयुक्त राष्ट्र की एक इकाई है। यूएन विमेन, जेण्डर समानता (Gender Parity) हासिल करने के लिए सम्पूर्ण विश्व में मानकों की स्थापना कर रही और चारों ओर महिलाओं के उत्थान के लिए लगातार कार्य कर रही है। यह कार्यक्रमों के चिन्तन और क्रियान्वयन के लिए, कानूनों और नीतियों को प्रस्तावित करने के लिए सरकारों और नागरिक समाज के साथ कार्य कर रही है। यह ऐसी वांछनीय सेवाओं को

शुरू करने के लिए कार्य कर रही है जिससे यह सुनिश्चित हो सके कि महिलाओं के मानक प्रभावी रूप से समुन्नत हैं तथा इन कार्यक्रमों से वैश्विक स्तर पर महिलाओं और लड़कियों को लाभ मिल पा रहा है। यह मुख्य रूप से चार रणनीतिक प्राथमिकताओं पर केन्द्रित है :

- प्राधिकार की व्यवस्थाओं में नेतृत्व करने, सहभागिता करने और इन व्यवस्थाओं से लाभ हासिल करने के लिए महिला समानता को सुनिश्चित करना
- महिलाओं के लिए आय की सुरक्षा, सम्माननीय कार्य और कार्य की दशाओं, शिकायत निवारण और आर्थिक स्वतन्त्रता को सुनिश्चित करना
- महिलाओं के जगत को समस्त प्रकार की क्रूरताओं से मुक्त करना
- दुनिया को धारणीय, शान्तिपूर्ण और सहिष्णु बनाने में महिलाओं और लड़कियों के योगदान को सुनिश्चित करना तथा प्राकृतिक आपदाओं और मानवीय संघर्षों के अवरोध में समान अवसर प्रदान करना

समय के साथ समाज ने अब स्थिरता, प्रगति और विकास में महिलाओं की केन्द्रीय भूमिका और इसके योगदान को महसूस कर लिया है। विश्व के कृषि श्रमबल में महिलाओं का हिस्सा 43% है और कुछ देशों में यह 70% से 80% तक है, जो संवृद्धि के एक प्रमुख हिस्से का निर्मायक है। यह उचित ही कहा जाता है कि महिलाएँ दुनिया को गढ़ने वाली वास्तुकार हैं, माताओं की हैसियत से, बच्चे के स्वास्थ्य और पोषण की रक्षा करते हुए एक स्वस्थ राष्ट्र का निर्माण करने में महत्वपूर्ण शक्ति की हैसियत से तथा व्यापक स्तर पर सम्पूर्ण परिवार के भोजन और आहार के नियोजनकर्ता की हैसियत से। महिलाएँ भोजन और

शिक्षा से लेकर यात्रा करने तक के, अर्थव्यवस्था से जुड़े निर्णयों को लेने में सबसे बड़ी भूमिका निभाती हैं।

एक शिक्षक के रूप में महिलाओं की भागीदारी महत्वपूर्ण है क्योंकि यह ऐसी प्रमुख शक्ति है जो देश को विकसित होने और उसके फलने-फूलने की क्षमता को संचालित कर सकती है। विद्यालय जाने और अध्ययन करने के बच्चों के आग्रह के प्रति माता ही एकमात्र प्रेरणा और बल होती है। महिलाएँ वैश्विक जनसंख्या में 50% की हिस्सेदारी रखती हैं, इसलिए कार्यबल में महिलाओं की भूमिका ने राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था को परिवर्तित कर दिया है। महिलाओं के छोटे-छोटे व्यवसाय भी परिवार की आय में दूरगामी योगदान करते हैं और भविष्य की पीढ़ियों के लिए आर्थिक धारणीयता का निर्माण कर सकते हैं। हाल के दशकों में चरघातांकी विकास के अन्तर्निहित कारणों में से एक कारण कार्यबल और भागीदारी में महिलाओं की वृद्धि तथा उनके ज्ञान का बढ़ा हुआ स्तर रहा है।

वर्षों से राष्ट्रीय और अन्तरराष्ट्रीय स्तरों पर लगातार प्रयास किए गए हैं और सम्पूर्ण विश्व में महिलाओं की प्रस्थिति में सुधार दिखा है। उदारीकरण और भूमण्डलीकरण जागरूकता उत्पन्न करने वाली प्रमुख शक्तियाँ रही हैं। इनके कारण महिलाओं के मुद्दों को अभिव्यक्ति मिली है और जेण्डर समानता और निष्पक्षता आयी है। पूरी दुनिया में कम्पनियाँ जेण्डर-अनुपात के बारे में बात कर रही हैं और महिलाओं को भर्ती करने के लिए विशेष अभियान शुरू कर रही हैं। यह स्थापित हो गया है कि कम्पनियों के कार्यबल और बोर्डों में महिलाओं की उपस्थिति संवृद्धि और विकास को बढ़ावा देती है। शायद ऐसा कोई क्षेत्र नहीं है जहाँ महिलाओं की उपस्थिति न हो और यह कहा जा सकता है कि दुनिया मानव संसाधन की पूर्ण उत्पादकता का उपयोग करने की ओर आगे बढ़ रही है।

.....
.....
.....

10.5 आज की महिलाएँ : मुक्त और सशक्त

.....
.....
.....

आज की महिलाओं को उचित ही 'सुपर वुमेन' कहा जाता है और व्यापक रूप से इसे स्वीकार किया गया है व इसका संज्ञान भी लिया गया है क्योंकि गृह निर्माता की अपनी प्रचलित समकालीन भूमिकाओं का त्याग किए बिना, महिलाओं ने सारी बड़ी हुई जिम्मेदारियों और नई भूमिकाओं को स्वीकार किया है। वह अभी भी बच्चे पैदा करती है और उसका लालन-पालन करती है, चाहे वह कॉर्पोरेट जगत में किसी शीर्ष पायदान पर ही क्यों न विराजमान हो। अपनी पूरी दुनिया का प्रबन्धन करते हुए वह हमेशा बहुत सारे कार्य करती है।

समाज की बदलती रूपावली में महिलाओं की प्रस्थिति में क्रान्तिकारी परिवर्तन आया है। वह अब घर तक ही सीमित नहीं रह गयी है और हर दिन नए मोर्चों को प्राप्त कर रही है और उस पर विजय हासिल कर रही है। वह आर्थिक रूप से स्वतन्त्र, प्रतिस्पर्धी, शिक्षित, एकाग्रचित्र और आत्म-प्रेरित है। महिलाओं को अब अच्छी तरह से लगभग सभी क्षेत्रों में स्वीकार किया जाता है, हालाँकि इन विभिन्न क्षेत्रों में उनकी संख्या अभी भी कम ही है।

कार्यस्थल पर महिलाओं के बारे में मैकिसे सर्वेक्षण द्वारा दिया गया प्रतिवेदन (2018) यह दर्शाता है कि कम्पनियाँ लैंगिक बहुलता (Gender Multiplicity) के प्रति बेहद संवेदनशील हैं और इसके लिए वे सचेत प्रयास करती हैं। लेकिन यह प्रतिज्ञा अभी भी पारिणामिक उन्नति में तब्दील नहीं हो सकी है तथा नौकरियाँ प्राप्त करने और

प्रोन्नति हासिल करने के मामले में जेण्डर अन्तरालों को पाटने में अभी भी उन्हें सफलता नहीं मिल सकी है। और अभी भी; विचारशील, आरामदायक, आमन्त्रणमूलक और सर्वसमावेशी संस्कृति का सृजन करने के लिए; ढेर सारे कदम उठाने की आवश्यकता है ताकि महिलाएँ - और समस्त कर्मचारीगण - सुरक्षित, मजबूत, प्रेरित, सम्माननीय, और कार्य के मामले में समान बन सकें।

Men are more likely to be hired into manager-level jobs, and they are far more likely to be promoted into them.

Promotion rates by gender

For every
100 men
promoted to
manager ...



... only
79 women
are promoted
to manager



McKinsey&Company | Source: 2018 LeanIn.Org and McKinsey Women in the Workplace study

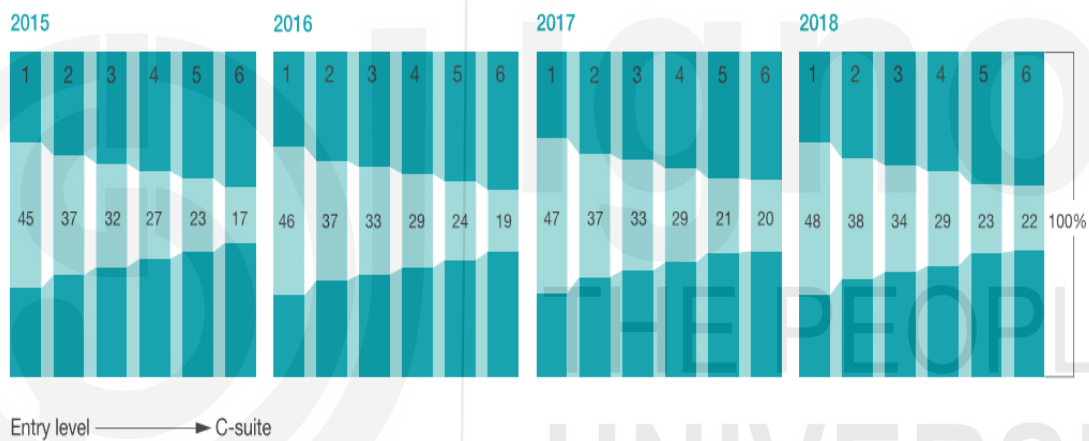
कॉर्पोरेट कार्यस्थल पर लैंगिक बहुलता के अभाव में अनगिनत कारक अपना योगदान देते हैं। कुछ कारकों में शामिल हैं : रोजमर्रा का यौन उत्पीड़न, भेदभाव, अकेलापन और

कमरे में एकमात्र महिला होने का अनुभव। कॉर्पोरेट अमेरिका में कार्य करने वाली महिलाओं में से 35 प्रतिशत महिलाओं ने यह प्रतिवेदित किया है कि उन्हें उनके पेशेवर करियर के किसी न किसी बिन्दु पर यौन उत्पीड़न झेलना पड़ा है। इस उत्पीड़न की तीव्रता घटिया चुटकुले सुनाने से लेकर यौनिक नजरिये से स्पर्श किए जाने तक व्याप्त रही है।

Looking back over the last four years, the agonizingly slow improvement in women's representation in senior management becomes apparent.

Representation of women by corporate role 2015-18, % of employees

1 = Entry level 2 = Manager 3 = Senior manager/director 4 = Vice president 5 = Senior vice president 6 = C-suite



McKinsey&Company | Source: 2018 LeanIn.Org and McKinsey Women in the Workplace study

सर्वेक्षण में सुधार तो दिखा, किन्तु शीर्ष पदों तक पहुँचने वाली महिलाएँ अभी भी बहुत कम हैं। फिर भी, कुल मिलाकर, हम कह सकते हैं महिलाएँ वित्तीय रूप से स्वतन्त्र होती जा रही हैं। बदलते आर्थिक परिदृश्यों, शिक्षा के प्रसार, महिला उदारीकरण तथा अधिक से अधिक महिलाओं के वित्तीय रूप से स्वतन्त्र होने, उच्च कॉर्पोरेट जिम्मेदारियों को ग्रहण करने आदि के साथ महिलाएँ आज अपना जीवन अपने हिसाब से व्यतीत कर रही हैं। अपनी आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए वह अब परिवार या पति पर निर्भर नहीं है। उसने सभी बाधाओं को तोड़ दिया है और खुद को मुक्त कर लिया है।

.....
.....
.....

10.6 महिला और पर्यटन

.....
.....
.....

पर्यटन एक ऐसे विशाल उद्योग के रूप में विकसित हुआ है, जिसके लिए किन्हीं राजनीतिक, सांस्कृतिक, धार्मिक, वैचारिक, दार्शनिक, आर्थिक सीमाओं का कोई मतलब नहीं है। लम्बे समय तक यह छितराए हुए और विखण्डित रूप में रहा, किन्तु धीरे-धीरे इसका विकास एक वाणिज्यिक पहचान के साथ हुआ। अब इसे मेजबान देश के लिए अत्यन्त महत्वपूर्ण मूल्य की एक प्रमुख आर्थिक गतिविधि के रूप में देखा जाता है। इसलिए यह महत्वपूर्ण है कि प्रत्येक देश में अलग से एक पर्यटन मन्त्रालय होता है और अन्तरराष्ट्रीय स्तर पर यूएनडब्ल्यूटीओ विद्यमान है। विश्व पर्यटन पर सन् 1981 की मनीला घोषणा ने यह स्वीकार और घोषित किया कि पर्यटन "राष्ट्रीय समाजों के सामाजिक, सांस्कृतिक, शैक्षिक और आर्थिक क्षेत्रों पर और इनके अन्तरराष्ट्रीय सम्बन्धों पर प्रत्यक्ष प्रभावों के कारण एक ऐसी गतिविधि है जो राष्ट्रों के जीवन के लिए आवश्यक है।" विगत वर्षों में, पर्यटन सतत तीव्रीकरण और विकास का साक्षी रहा है और यह दुनिया में सबसे तेजी से बढ़ते आर्थिक क्षेत्रों में से एक बन गया है। समकालीन पर्यटन सामाजिक-आर्थिक उन्नति के लिए एक प्रमुख चालक है। पर्यटन सम्पूर्ण विश्व की अर्थव्यवस्था के अग्रणी खिलाड़ियों में से एक बन गया है और यह बहुत सारे विकासशील देशों के लिए आय के मुख्य स्रोतों में से एक का प्रतिनिधित्व करता है।

चूँकि लम्बी दूरी के पर्यटन पर पुरुषों का प्रभुत्व था क्योंकि यात्रा का उद्देश्य मुख्य रूप से व्यावासायिक, धार्मिक या युद्ध से सम्बन्धित था। इसके अनेक कारणों में से एक

कारण यह भी था कि यात्रा करना बहुत चुनौतीपूर्ण और खतरनाक था। परिवहन के तेज, आरामदायक और सुरक्षित साधनों के उद्भव और विकास के साथ पर्यटन को अचानक बहुत गति मिली और यह एक मनोरंजक गतिविधि के रूप में अधिकाधिक लोकप्रिय होता चला गया। आर्थिक विकास, स्वतन्त्रता, शिक्षा और महिलाओं की प्रस्थिति में परिवर्तन के साथ, अब यात्रा करना महिलाओं को भी पुरुषों के समान ही प्रिय है।

महिलाओं की यात्रा से सम्बन्धित आँकड़ों से पता चलता है कि महिला उपभोक्ता अब वैश्विक यात्रा अर्थव्यवस्था पर शासन कर रही हैं। वित्तीय स्वतन्त्रता के कारण उनके पास अधिक कमाने और अधिक खर्च करने की उच्च क्षमता है, जो उन्हें परिवार में लिए जाने वाले लगभग सभी निर्णयों में अपनी बात रखने का अवसर देता है। वे अब मुक्त हस्त से धन खर्च कर सकती हैं, विशेष रूप से खुद अपने आप पर, और खुद की देखभाल करने पर।

महिलाओं की क्रय शक्ति एक सार्वकालिक उच्च स्तर पर है और समस्त उपभोक्ता खरीदारी में उनका हिस्सा 85% है, जिसमें ऑटोमोबाइल, स्वास्थ्य देखभाल और यात्रा-योजनाएँ शामिल हैं। महिलाएँ विदेशी गन्तव्यों की यात्रा करके तथा साहसिक और आनुभविक गतिविधियों में लिस होकर सभी बाधाओं को तोड़ रही हैं। अकेले यात्रा करने वाली महिलाओं की संख्या में वृद्धि हुई है। हर उम्र की महिलाएँ - विद्यार्थी, युवा, उद्यमी, गृहिणी, एकल, विवाहित, विधवा, वृद्ध, और साहसी - एक परिवर्तन को जन्म दे रही हैं और सुस्पष्ट यात्री बन रही हैं और इस प्रकार यात्रा उद्योग में एक विस्फोटक संवृद्धि को बल प्रदान कर रही हैं। यह कहना गलत नहीं होगा कि महिलाएँ अब अपनी छिपी शक्तियों और ताकत के प्रति जाग रही हैं और अपनी स्वतंत्र इच्छा के हिसाब से रह रही हैं।

.....
.....
.....

10.6.1 आँकड़े एक दृष्टि में

.....
.....
...

हार्वर्ड बिजनेस रिव्यू के मुताबिक, महिलाएँ \$15 की जबरदस्त खर्च क्षमताओं को नियन्त्रित करती हैं, जो संयुक्त रूप से चीन और भारत के विकास बाजारों की क्षमताओं का दोगुना है। फोर्ब्स के सर्वेक्षण से पता चलता है कि यात्रा से जुड़े समस्त निर्णयों में से 80% निर्णय महिलाएँ ही लेती हैं। जहाँ तक यात्रा-योजनाओं का सम्बन्ध है, सभी क्षमताओं वाली महिलाएँ - एकल, विवाहित, रोजगारोन्मुख महिलाएँ या घर पर रहने वाली माताएँ - प्रमुख निर्णय निर्माता हैं। इस उच्च प्रतिशत के साथ, वे यात्रा के क्षेत्र को लगभग पूरा ही नियन्त्रित करती हैं। बाँण्ड के अनुसार, सांस्कृतिक, नौका-यात्राएँ या प्राकृतिक यात्राएँ करने वाले ग्राहकों में से 75% महिलाएँ हैं। इसके परिणामस्वरूप पिछले छह वर्षों में ऐसी ट्रैवल कम्पनियों में 230% वृद्धि हुई है, जिन्हें सिर्फ महिलाओं द्वारा ही संचालित किया जाता है। इसका मूल्य \$19 ट्रिलियन वार्षिक से अधिक है।

यात्रा करने के सन्दर्भ में महिलाओं के अभिप्रेरण पुरुषों की तुलना में अलग होते हैं। बाजार अनुसन्धानकर्ता येसाविच, पेपरडाइन, ब्राउन एण्ड रसेल, 2005 मॉनीटर के अनुसार, सुन्दर दृश्यों की तरफ 87% महिलाएँ आकृष्ट और प्रेरित होती हैं, जबकि पुरुषों के मामले में यह 72% है।

ट्रैवल इण्डस्ट्री एसोसिएशन के अनुसार, 3.2 करोड़ अकेली अमेरिकन महिलाओं ने पिछले साल में कम से कम एक बार यात्रा की और हर 10 महिलाओं में से 3 महिलाओं ने मार्ग (ट्रैक) बनाया। इससे यात्रा के प्रति महिलाओं की बढ़ती रुचि का पता चलता है। जनांकिकीय विश्लेषण से पता चलता है कि जनगणना ब्यूरो के अनुसार 35 वर्ष और इससे

अधिक उम्र वाली एकल महिलाएँ बढ़ रही हैं। एक औसत साहसिक यात्री 47 वर्षीय महिला है 12 के आकार की पोशाक पहनती है।

व्यावसायिक महिलाएँ बहुत सारे कार्य करने में, यात्रा करने में और प्रायः व्यवसाय के कारण घर से बाहर समय खर्च करने में निपुण होती हैं। सौन्दर्य, खरीदारी और यात्रा के दौरान भोजन करने के साथ, घर से दूर किसी स्थल पर प्रबन्ध करने के सन्दर्भ में इसका तात्पर्य बहुत गहरा है। हवाई अड्डों ने सफलतापूर्वक इस अवसर का दोहन किया है और इन अधिक खर्च करने वाले लोगों की जरूरतों को पूरा कर रहे हैं और उन्हें उनकी यात्राओं के दौरान खाने-पीने के इन उत्सवों की तरफ आकर्षित कर रहे हैं (पाण्डेय, 2015)।

10.6.2 महिलाओं की यात्रा की प्रवृत्तियाँ

उपलब्ध शोध के अनुसार, महिला यात्री सुरक्षा और कनेक्टिविटी को सर्वोच्च प्राथमिकता देती हैं (पाण्डेय, 2015)।

व्यक्तिगत सुरक्षा : महिला यात्री जिन चीजों की उम्मीद करती हैं, उनकी सूची में यह सबसे ऊपर है।

कनेक्टिविटी : अपनी जिम्मेदारियों और बहुत सारे कार्यों के कारण वे हमेशा सक्रिय होती हैं और जुड़े रहने के लिए उन्हें प्रचुर वाई-फाई कनेक्टिविटी की आवश्यकता होती है।

मूल्य प्रदान किया जाना : महिलाएं निष्ठापरक कार्यक्रमों (लॉयल्टी प्रोग्राम्स) में शामिल होती हैं और जो ब्राण्ड उन्हें पसंद होते हैं, उन्हें लेकर अड़ जाती हैं। छूटों, निष्ठा के पुरस्कारों, पेशकशों और विशेषाधिकारों के साथ एक विशेष तरीके का व्यवहार उन्हें पसन्द होता है।

सशक्तीकरण : अधिकांश महिलाएँ व्यक्तिगत देखभाल को बनाए रखने वाले लाउंज को बहुत पसन्द करती हैं। ऐसे लाउंज में मालिश करने वाली कुर्सियाँ होती हैं, खनिजों द्वारा पैरों का उपचार किया जाता है, नाखून को कलात्मक आकार प्रदान करने और फ्रेंच मैनीक्योर की सुविधा होती है, स्वस्थ भोजन का विकल्प होता है, आदि।

व्यक्तिगत आराम : आराम भी महिलाओं के यात्रा पैटर्न में एक महत्वपूर्ण कारक है। यात्रा को तनावमुक्त और सुविधाजनक बनाने की सुविधाएँ; जैसे चेंजिंग रूम, नर्सिंग रूम सभी उम्र की महिलाओं द्वारा पसन्द किए जाते हैं (पाण्डेय, 2015)।

इस उद्योग ने पहले ही प्रत्युत्तर देना प्रारम्भ कर दिया है। उदाहरण के लिए, विण्डहैम होटल्स एण्ड रिसॉर्ट्स ने अमेरिकी एयरलाइंस के साथ साझेदारी की है और अतिरिक्त विशेष स्पा पेशकशों के साथ महिलाओं के लिए होटल बुकिंग पर यह 20% की रियायत प्रदान करता है। जब महिला यात्री अपनी छुट्टियों की योजना बना रही होती हैं तो वे स्वास्थ्य, कल्याण और सुन्दरता को उच्च प्राथमिकता पर रखती हैं।

ऑस्ट्रेलिया स्थित एक टूर मैनेजमेण्ट कम्पनी व्हाइट ग्रुप ने एक थाईलैंड स्पा और वेलेनेस ट्रीटमेंट टूर का प्रारम्भ किया है जो सम्पूर्ण रूप से केवल महिलाओं के लिए ही है, तथा आने वाले महीनों में इसका विस्तार अन्य एशियाई देशों तक होगा।

केसरी टूर्स मुंबई, भारत (अवकाश टीए) के श्री सुधीर पाटिल भी इस क्षेत्र के अद्वितीय विकास का संज्ञान लेते हैं जिसे वे 'वुमन पावर' कहते हैं, जब हाल ही में थाई विवाह समारोहों और स्पा गतिविधियों से परिचित होने के लिए उत्सुक 320 महिलाओं के एक 'लेडीज़ स्पेशल' का भारत से बैंकॉक के लिए प्रस्थान किया गया था। यह एक टर्निंग

प्वाइण्ट था, क्योंकि थाईलैंड की यात्रा करने वाले सभी यात्री महिलाएँ ही थीं। भारत और अन्य देशों के होटलों ने इस अप्रयुक्त और वृद्धिमान हिस्से की क्षमता का अहसास कर लिया है। उन्होंने स्वतन्त्र महिला यात्रियों के लिए सुरक्षा की सर्वोच्च चिन्ता की दिशा में सकारात्मक प्रतिक्रिया देना पहले ही शुरू कर दिया है और गन्तव्य पर उच्चस्तरीय होटल महिलाओं के लिए संरक्षित तल्लों (floors) की पेशकश कर रहे हैं।

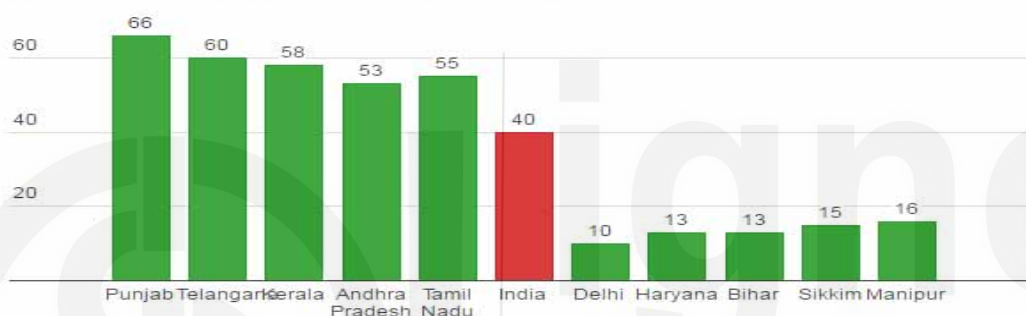
भारत में, पंचसितारा होटल महिला व्यावसायिक यात्रियों के लिए पूरी का पूरी मंजिलें (floors) समर्पित कर रहे हैं, वे ऐसी मंजिलें उपलब्ध करा रहे हैं जो पूर्णतः महिलाओं के लिए ही होते हैं और इन्हें महिलाओं की रुचि और सुविधाओं के हिसाब से बनाया गया होता है। ये बेहतर रक्षा और महिला हाउसकीपिंग स्टाफ के साथ-साथ अन्य असाधारण सेवाएँ उपलब्ध कराते हैं। फ्लेमिंग होटल हांगकांग में शहर के प्रारम्भिक होटलों में से एक बन गया है जिसने उत्साही महिलाओं की मंजिल (फ्लोर) को 'उसके स्थान (Her Space)' के रूप में फैशन से सजा लिया है। यह मंजिल केवल महिलाओं के लिए ही है। इसमें महिला व्यावसायिक यात्रियों की विशिष्ट आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए सेवाएँ प्रदान करने का विशेष प्रावधान है। कमरे नवाचारयुक्त हैं, इनमें व्यक्ति विशेष के लिए भाँति-भाँति की सुविधाएँ मौजूद हैं, जैसे अनुकूलित मिनी बार, वैनिटी किट, लेग मसाजर, ज्वैलरी बॉक्स और फेशियल स्टीमर। दुबई में जुमेराह एमिरेट्स टॉवर होटल में भी एक एक्सक्लूसिव चोपर्ड लेडीज फ्लोर है।

इस मंजिल के कमरों में विशेष रूप से महिला कर्मियों द्वारा ही सेवाएँ प्रदान की जाती हैं। कमरे पुष्पों की सुन्दर व्यवस्था, एक समर्पित श्रृंगार (मेक-अप) फ्रिज और भव्य चोपार्ड (Chopard) स्नान उत्पादों के साथ सुसज्जित हैं। इन-सुइट (in-suite) योगा का प्रावधान है, बाथरोब और किमोनो भी उपलब्ध कराए जाते हैं। एकल महिला यात्री सहज और सुरक्षित महसूस कर सकती हैं क्योंकि मंजिल पर सेवाएँ केवल महिलाओं द्वारा ही प्रदान की जाती हैं। महिला यात्रियों को उत्कृष्ट लिनेन और रजाइयों के साथ सन्तुष्ट किया जाता है, और सामग्रियों के एक अद्वितीय मिश्रण से बनी अनन्य सुविधाएँ भी उपलब्ध करायी जाती हैं।

“एकल महिला यात्रियों” ने, समूह में यात्रा करने वाली महिलाओं की तुलना में, योग और आध्यात्मिकता की कल्याणमूलक और पुनर्यौवनपरक गतिविधियों को तीन गुना अधिक पसन्द किया। समूह में यात्रा करने वाली महिलाएँ दर्शनीय स्थलों की यात्रा करने में और खरीदारी करने में अधिक रुचि रखती हैं।

Percentage of women travelling alone of all single member trips (state wise)

Top five states and bottom five in single woman overnight trips



चार्ट 10.10 घरेलू महिलाओं की यात्रा की प्रवृत्तियाँ, स्रोत : (भारत, 2014)

घरेलू यात्रा के आँकड़ों को छोड़ना नहीं चाहिए, जो कि अछूती नहीं रह गयी हैं और प्रवृत्तियों में बदलावों को दर्शाती हैं। सांख्यिकी और कार्यक्रम मन्त्रालय के राष्ट्रीय नमूना सर्वेक्षण कार्यालय (एनएसएसओ) द्वारा “भारत में घरेलू पर्यटन के प्रमुख संकेतक” (भारत, 2014) नामक जारी प्रतिवेदन के अनुसार, 19% भारतीय परिवारों ने छुट्टियाँ मनाने, फुर्सत में जाने और मनोरंजन करने, स्वास्थ्य और चिकित्सा तथा खरीदारी करने के प्रयोजनों के साथ कम से कम एक रात बाहर रहने वाली यात्राओं को प्रतिवेदित किया है। यह प्रतिशत सर्वेक्षण की तारीख से अन्तिम 30 दिनों के दौरान 21% हो गया। इसका उद्देश्य मुख्य रूप से स्वास्थ्य और चिकित्सा था, जिसके बाद धार्मिक और तीर्थयात्राओं का स्थान था।

परिवारों द्वारा की गयी समस्त एकल सदस्यीय यात्राओं का एक बड़ा हिस्सा, लगभग आधा (48%), महिलाओं द्वारा किया गया था। यह ग्रामीण और शहरी दोनों क्षेत्रों में, मुख्य रूप से स्वास्थ्य और चिकित्सकीय प्रयोजनों के लिए किया गया था।

.....
.....
.....

10.6.3 पर्यटन में महिलाएँ

.....
.....
.....

विभिन्न स्तरों पर महिलाएँ अब अपनी आतिथ्य प्रवृत्ति के साथ आतिथ्य उद्योग को आकार प्रदान कर रही हैं। इस क्षेत्रक की महिला नेताओं ने अन्य महिलाओं के लिए अधिक उत्साहजनक वातावरण निर्मित किया है तथा कार्य और जीवन में सन्तुलन बनाने में सहायता की है। उद्योग के प्रतिवेदनों के अनुसार, सेवा प्रदान करने की महिलाओं की मूलवृत्तियाँ, नाजुक कौशल (सॉफ्ट स्किल्स) और उच्च भावनात्मक पूँजी टीम के भीतर बेहतर परिणाम देती हैं। इस तरह के सकारात्मक परिवर्तनों के साथ आतिथ्य उद्योग में महिलाओं का भविष्य सकारात्मक दिखता है, लेकिन अभी भी एक लम्बा रास्ता तय करना बाकी है। यूएनडब्ल्यूटीओ ने पर्यटन में महिलाओं पर वैश्विक रिपोर्ट 2010 दी जिसमें पहली बार विकासशील देशों के सन्दर्भ में वैश्विक स्तर पर पर्यटन में महिलाओं की भागीदारी को चित्रित करने का प्रयत्न किया गया। प्रमुख निष्कर्ष निम्नलिखित थे -

1. महिलाएँ औपचारिक पर्यटन के एक मजबूत प्रतिशत का निर्माण करती हैं।
2. सेवा और लिपिक स्तरीय कार्यों में महिलाओं की उपस्थिति बहुत अधिक है किन्तु दक्ष स्तरों पर यह बहुत ही कम है।

3. पर्यटन में महिलाओं को वेतन में भेदभाव का सामना करना पड़ता है और उन्हें अपने पुरुष समकक्षों की तुलना में 10% से 15% कम वेतन मिलता है।
4. अन्य क्षेत्रों की तुलना में, पर्यटन क्षेत्र में महिला नियोक्ताओं की संख्या लगभग दोगुनी है।
5. वैश्विक स्तर पर पाँच में से एक पर्यटन मन्त्री महिलाएँ हैं।

उपरोक्त सारी चीजों के आलोक में, यह कहना गलत नहीं होगा कि पर्यटन महिला सशक्तीकरण का वाहन है। वैश्विक स्तर पर, पर्यटन उद्योग महिलाओं के लिए महत्वपूर्ण रोजगार क्षेत्र प्रतीत होता है (कर्मचारियों का 46% महिलाएँ हैं) क्योंकि अधिकांश देशों में सेवा में उनकी प्रतिशतता, सामान्य तौर पर कार्यबल की तुलना में विशेषाधिकार से युक्त है (34-40% महिलाएँ हैं, अन्तरराष्ट्रीय श्रम संगठन के आँकड़े)। पर्यटन गतिविधि में महिलाओं की सहभागिता को प्रोत्साहित करने के लिए, संयुक्त राष्ट्र विश्व पर्यटन संगठन (यूएनडब्ल्यूटीओ), जिसने 27 सितम्बर 2007 को विश्व पर्यटन दिवस के अपने समारोह के लिए "पर्यटन महिलाओं के लिए दरवाजे खोलता है" विषय (थीम) का चुनाव किया था, ने माना कि महिलाओं ने इस क्षेत्र में अपनी उपस्थिति के साथ पर्यटन के उद्देश्य और बेहतरी में अपने अनूठे तरीके से योगदान दिया है।

.....

10.7 पर्यटन में महिलाओं के लिए अवसर और चुनौतियाँ

.....
.....
.....

भारत में, महिलाएँ काम करने की अपनी मनभावन प्रकृति के कारण सेवा क्षेत्रक का प्रतिनिधित्व करती हैं। पर्यटन, विमानन और आतिथ्य सेवाओं का विपणन, अक्सर महिलाओं को क्षेत्रक के 'ब्राण्ड चेहरे (brand face)' के रूप में चुनता है।

कुछ कौशल जो पर्यटन उद्योग में महिलाओं की वृद्धि के लिए और परिणामस्वरूप उनकी सफलता के लिए उत्तरदायी हैं, इस प्रकार हैं :

- सामाजिक, मृदुभाषी, संवेदनशील और सुन्दर सुखद व्यक्तित्व।
- वस्त्र धारण करने की शैली/समझ और आकर्षक होना।
- अपने स्वभाव में समायोजन योग्य होना, देखभाल की भावना से युक्त होना और सहयोगात्मक होना
- उत्तरदायी और अत्यधिक परिश्रमी होना
- ग्राहकों से व्यवहार करने का कौशल और समानुभूति
- शक्तिशाली संचार कौशल आदि

इसके अतिरिक्त, रोजगार के क्षेत्र में पर्यटन का प्रचुर गुणकीय प्रभाव होता है, इसमें प्रवेश लेने में कम बाधाएँ सामने आती हैं, यहाँ व्यक्तिगत आवश्यकताओं के लिए उपयुक्त नौकरियों की विस्तृत विविधता मौजूद होती है, काम के घण्टों को आगे-पीछे किया जा सकता है, जिसके कारण पर्यटन का कार्यस्थल महिलाओं और अल्पसंख्यक समूहों के लिए अन्य उद्योगों की तुलना में अधिक वरेण्य हो जाता है।

- पर्यटन खाद्य उत्पादों, टूर गाइडिंग, हस्तशिल्पों और कई अन्य क्षेत्रों में उद्यमिता के अवसर प्रदान करता है।

- पर्यटन अंशकालिक और शिफ्ट के हिसाब से कार्य उपलब्ध कराता है, जिसके कारण महिलाएँ अपने घरेलू कार्यों को सम्पादित करते हुए सन्तुलन का प्रबन्धन करके पर्यटन के क्षेत्रक में कार्य कर सकती हैं।

महिलाओं के लिए पर्यटन उद्योग की प्रमुख सीमाएँ और चुनौतियाँ इस प्रकार हैं :

- (a) **यौन उत्पीड़न और यौन पर्यटन** : संगठित यौन पर्यटन की रोकथाम पर घोषणा को यूएनडब्ल्यूटीओ द्वारा सन् 1995 में अपनाया गया था, जो यौन पर्यटन को "पर्यटन क्षेत्र के भीतर से या इस क्षेत्र के बाहर से आयोजित ऐसी यात्राओं के रूप में परिभाषित करता है, जो इसकी संरचनाओं और नेटवर्क का उपयोग करके, गन्तव्य पर निवासियों के साथ पर्यटक द्वारा एक वाणिज्यिक यौन सम्बन्ध को प्रभावित करने के प्राथमिक उद्देश्य के साथ" किया जाता है। इससे कई बार महिलाओं के खिलाफ दुर्व्यवहार और हिंसा हो जाती है।
- (b) **पर्यटन शिक्षा/प्रशिक्षण के बारे में महिलाओं का जागरूक न होना और इस क्षेत्रक के प्रचुर अवसरों के बारे में अनभिज्ञता** : प्रतिकूल कारकों में से एक कारक पर्यटन शिक्षा और प्रशिक्षण के बारे में जागरूकता का न होना है। भारत सरकार ने पर्यटन में रोजगार के प्रति जागरूकता पैदा करने के लिए सरकारी अभिकरणों, गैर-सरकारी संगठनों और पर्यटन संस्थानों के माध्यम से अनेक प्रयास किए हैं। उदाहरण के लिए, "हुनर से रोजगार", "सीखने के दौरान कमाई" आदि।
- (c) **पर्यटन शिक्षा के लिए संसाधनों का अभाव** : हालाँकि भारत सरकार ने पर्यटन के समर्थन और बुनियादी ढाँचे के विस्तार के लिए बहुत अतिरिक्त राशि का निवेश किया है, लेकिन पर्यटन संवर्धन और विकास के लिए सन्तोषजनक शोधों की तैयारी नहीं की गयी है जिसके कारण पर्यटन की उन्नति के लिए भी संसाधनों का अभाव है।
- (d) **महिलाओं की छवि का बुरा प्रतिनिधित्व** : महिलाओं से यह उम्मीद की जाती है कि भव्य दिखने के लिए वे "आकर्षक" तरीके से वस्त्र धारण करें और ग्राहकों द्वारा

किए जाने वाले यौन उत्पीड़न से निपटें। महिलाएँ पत्रकों (leaflets), ब्रोशरों (brochures) और विज्ञापनों के माध्यम से किए जाने वाले पर्यटन प्रोत्साहन का नियमित रूप से हिस्सा रही हैं। इसके कारण उनकी छवियाँ टकसाली (Stereotypical) और लिंगवादी (sexist) हो गयी हैं। इसे सकारात्मक तरीके से नहीं लिया जाता और कई माता-पिता अपनी बेटियों को इस क्षेत्र में भेजने से परहेज करते हैं।

(e) पर्यटन संगठनों में पुरुषों का वर्चस्व : पर्यटन क्षेत्रक में महिलाएँ पारम्परिक रूप से बड़ी संख्या में मौजूद रही हैं किन्तु प्रबन्धकीय पदों पर मुख्यतः अनुपस्थित हैं, इसलिए संगठनात्मक संस्कृति को पुरुषों के वर्चस्व से युक्त माना जाता है। इसे करियर की सीढ़ी पर आगे बढ़ने में बाधक के रूप में भी देखा जाता है।

(f) कार्य करने के असुविधाजनक और विचित्र घण्टे/व्यवसाय की मौसमी प्रकृति

(g) कार्य और जीवन में सन्तुलन : एक सेवा उद्योग होने के कारण, यहाँ नौकरी करने के लिए किसी भी व्यक्ति के लिए सातों दिन चौबीसों घण्टे (24*7) उपस्थित रहना पड़ता है इसलिए उसे अपने परिवार के विषय पर समझौता करना पड़ता है। हालाँकि, संगठनों द्वारा नयी नीतियों को शामिल करने के बाद, महिलाओं को अपनी दिनचर्या के सम्बन्ध में अधिक स्वतन्त्रता प्राप्त हुई है। इनमें से अधिकांश नीतियों का बीड़ा महिला नेताओं ने उठाया है क्योंकि वे अधिक संवेदनशील हैं और स्थिति को समझती हैं।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 2

1. जेण्डर (लैंगिक) समानता से आप क्या समझते हैं?

.....
.....
.....

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. वर्तमान विश्व में महिलाओं की दशा का वर्णन कीजिए।

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. यात्रा और पर्यटन विकास में महिलाओं की भूमिका पर चर्चा कीजिए।

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....
.....
.....

10.8 सारांश

.....
.....
...

इसलिए यह निष्कर्ष निकाला जा सकता है कि महिलाएँ जहाँ एक तरफ अपनी यात्राओं में वृद्धि करके पर्यटन संवृद्धि को तीव्र कर रही हैं, वहीं दूसरी तरफ वे पर्यटन उद्योग के कर्मचारियों की बहुसंख्या का निर्माण करती हैं। यह "महिलाओं के लिए महिलाओं द्वारा वाली स्थिति" है। पर्यटन दोनों तरीके से योगदान दे रहा है - आर्थिक स्वतन्त्रता के वाहन के रूप में भी और महिलाओं के लिए व्यक्तिगत मुक्ति के रूप में भी। निस्सन्देह महिलाएँ पर्यटन के एक महत्वपूर्ण धागे का निर्माण करती हैं चाहे हम सेवा प्रदाता की बात करें या ग्राहक की। यह महिलाओं के लिए एक आकर्षक कैरियर उपलब्ध कराता है क्योंकि उद्योग अब बहुत अधिक संगठित, सुरक्षित, पेशेवर रूप से प्रबन्धित और आशाजनक है।

.....
.....
.....

10.9 शब्दावली

.....
.....
...

जेण्डर : जेण्डर सामाजिक रूप से निर्मित महिलाओं और पुरुषों की अद्वितीयता को सन्दर्भित करता है, जैसे - महिलाओं और पुरुषों के समूहों के और इन समूहों के बीच के मानक, भूमिकाएँ और सम्बन्ध।

यौन पर्यटन : पर्यटन क्षेत्र के भीतर से या इस क्षेत्र के बाहर से आयोजित यात्राएँ, जो इसकी संरचनाओं और नेटवर्क का उपयोग करती हैं। ऐसी यात्राओं में गन्तव्य पर निवासियों के साथ पर्यटक द्वारा एक वाणिज्यिक यौन सम्बन्ध को प्रभावित करने का महत्वपूर्ण तर्क जुड़ा होता है।

यूएनडब्ल्यूटीओ : संयुक्त राष्ट्र विश्व पर्यटन संगठन (यूनाइटेड नेशन्स वर्ल्ड टूरिज्म ऑर्गनाइजेशन) ।

.....
.....
.....
10.10 अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास के उत्तर

.....
.....
.....

अभ्यास - 1

- 1) कृपया अनुभाग 1.2 देखें।
- 2) कृपया अनुभाग 1.3 देखें।

अभ्यास - 2

1) कृपया अनुभाग 1.4 देखें।

2) कृपया अनुभाग 1.5 देखें।

3) कृपया अनुभाग 1.6 देखें।

.....
.....

4) See Sec. 1.2

2) See Sec.1.3

1. See Sec 1.4

2. See Sec 1.5

3. See Sec.1.6

Exercise-2

ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

इकाई 11 पर्यटन के प्रारम्भिक रूप

संरचना

11.0 उद्देश्य

11.1 प्रस्तावना

11.2 यात्रा के प्रारम्भिक रूप

11.2.1 थलमार्ग द्वारा यात्राएँ

11.2.2 नहरों और जलमार्गों द्वारा यात्राएँ

11.2.3 गर्म हवा के गुब्बारों द्वारा यात्राएँ

11.2.4 रेलवे द्वारा यात्राएँ

11.3 विभिन्न युगों में यात्राएँ

11.3.1 साम्राज्य का युग

11.3.2 मध्य काल या मध्यकालीन समयावधि

11.3.3 पुनर्जागरण का दौर

11.3.4 भव्य भ्रमण का दौर

11.3.5 गतिशीलता का दौर

11.3.6 आधुनिक दौर या औद्योगिक क्रान्ति का दौर

11.4 युद्धों के बीच केकाल में अवकाशकालीन व्यवहार

11.5 युद्धोत्तर काल और अवकाशकालीन व्यवहार

11.5.1 अवकाशकालीन व्यवहार

11.6 सारांश

11.7 अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास के लिए संकेत

11.8 अतिरिक्त अध्ययन सामग्री

11.9 गतिविधि

.....

11.0 उद्देश्य

यह इकाई यात्रा और पर्यटन के विकास और इतिहास पर चर्चा करती है। इस इकाई के अध्ययन के पश्चात विद्यार्थी इस योग्य हो जाएँगे कि वे :

- यात्रा के प्रारम्भिक रूपों और विभिन्न प्रकारों को बता सकें;
- ऐतिहासिक विकासों की पृष्ठभूमि में यात्रा की प्रवृत्तियों के सिंहावलोकन की व्याख्या कर सकें;
- युद्धों के बीच की अवधि के दौरान देखे गए अवकाशकालीन व्यवहारों पर चर्चा कर सकें; और
- अवकाशकालीन व्यवहारों पर युद्धोत्तर प्रभाव की व्याख्या कर सकें।

11.1 प्रस्तावना

“यात्रा (travel)” शब्द की उत्पत्ति पुराने फ्रेंच शब्द “त्रावेल (travail)” से हुई होगी, जिसका अर्थ है कार्य (work)। इतिहासकारों के अनुसार, यात्रा शब्द का सर्वप्रथम ज्ञात प्रयोग चौदहवीं शताब्दी में किया गया था। पहिले के आविष्कार से बहुत पहले, यात्राएँ अलग-अलग कारणों से की जाती थीं। यात्रा का इतिहास प्राचीन काल तक जाता है, जब धनी यूनानी और रोमन लोग फुर्सत में अपने ग्रीष्मकालीन घरों और नगरों के विनोदगृहों की यात्राएँ किया करते थे। चूँकि ये प्रारम्भिक यात्री पैदल ही यात्रा किया करते थे, इसलिए ये बहुत छोटे-छोटे भौगोलिक क्षेत्रों तक ही सीमित रहे। समय बीतने के साथ, यात्राओं में नौकाओं और जलयानों द्वारा की जाने वाली यात्राएँ भी शामिल हो गयीं, जिसके कारण वृहत्तर भौगोलिक क्षेत्रों तक यात्रा करना सम्भव हो गया। हालाँकि प्रारम्भिक यात्राएँ बहुत धीमी थीं, बहुत खतरनाक थीं, तथा अधिकतर व्यापार और विस्थापन के अधीन थीं; समय बीतने के साथ सांस्कृतिक और प्रौद्योगिकीय प्रगतियों ने यात्रा को बहुत आसान और सुगम बना दिया। यह इकाई शिक्षार्थियों को इससे परिचित कराती है कि वर्षों के बीतने के साथ-साथ यात्राएँ किस प्रकार घटित हुई हैं और किस प्रकार इन्होंने

पैकेज टूर्स का तथा यात्रा और, जिस रूप में हम वर्तमान समय में जानते हैं, उस रूप में पर्यटन उद्योग के विकास का मार्ग प्रशस्त किया है। ऐतिहासिक घटनाओं तथा पर्यटन उद्योग पर इन घटनाओं के प्रभावोंका ज्ञान पर्यटक गतिविधियों के विकास की योजना बनाने में तथा इसे रणनीतिक बनाने में हमारी सहायता करेगा।

11.2 यात्रा के प्रारम्भिक रूप

इतिहास के प्रारम्भिक काल से ही मनुष्यों ने या तो भोजन या फिर उपयुक्त शरण की खोज में यात्राएँ की हैं। समय के साथ-साथ मनुष्यों ने आग के बारे में जाना, भोजन पकाने का कौशल सीखा, जानवरों को पालतू बनाना सीखा और रहने के लिए ऐसे आवासों का निर्माण करना सीखा जो मौसम के अनुकूल हो। इसके बाद मनुष्यों ने हर समय घूमते रहने की बजाय किसी एक स्थान पर टिककर रहना प्रारम्भ किया। एक स्थान पर टिककर रहने ने यात्राएँ करने से मनुष्यों को रोका नहीं क्योंकि बेहतर अवसरों के लिए उन्हें चीजों को घसीटना या खींचना पड़ता था अर्थात् वस्तुओं तथा इसके साथ-साथ स्वयं का भी परिवहन करना पड़ता था। प्रारम्भ में मनुष्यों ने यात्रा के साधन के रूप में थल मार्ग का विकास किया और बाद में जल मार्ग, रेलवे और हवाई माध्यम जैसे यात्रा के साधनों का भी विकास हुआ।

11.2.1 थलमार्ग द्वारा यात्राएँ

पैदल चलना किसी स्थान की यात्रा का सर्वाधिक प्रचलित और सबसे सस्ता माध्यम था और आज भी है। किसी चीज की आपूर्ति के लिए या मित्रों और परिवारों से मिलने के लिए लोग पैदल ही असाधारण दूरियों तक की यात्राएँ कर डाला करते थे। निम्न वर्ग ने शायद ही कभी आनन्द के लिए यात्रा की हो। यात्रा का एक अन्य लोकप्रिय साधन घोड़े की पीठ पर सवारी करते हुए यात्रा करना था। खेतों के आसपास काम करने में और व्यापार या बिक्री के लिए वस्तुओं आदि को कस्बों तक ले जाने में किसान गाड़ियों (carts) का उपयोग किया करते थे। प्रारम्भिक काल में, भारत में थल मार्ग के माध्यम से परिवहन के कुछ अन्य प्रमुख प्रकार बैलगाड़ियाँ और

पालकियाँ थे। प्राचीन काल में विश्व में प्रयोग किए जाने वाले परिवहन के कुछ साधन इस प्रकार थे :

i) बिना पहियों वाली गाड़ी (स्लेज) : 7000-4000 ई.पू.

लकड़ी की स्लेज, आर्कटिक के तटों पर, उत्तरी यूरोप में रहने वाले उन समुदायों के बीच बहुत लोकप्रिय थी जो शिकार करके और मछली पकड़कर अपना गुजारा करते थे। बर्फ पर इन स्लेजों को खींचने के लिए कुत्तों का उपयोग किया जाता था।

ii) घोड़े और रथ

2000 ई. पू. के आसपास मेसोपोटामिया में घोड़े उपलब्ध थे और इसके बाद दो पहियों वाले रथ का विकास होने में बहुत लम्बा समय नहीं लगा। इसकी बाहरी रचना हल्की लकड़ी से की जाती थी और इसके पहिये ठोस नहीं हुआ करते थे, इन पहियों की परिधि झुकी हुई लकड़ियों से बनायी जाती थी और इन झुकी हुई लकड़ियों को तीलियों के जरिये अपने-अपने स्थानों पर दृढ़ता से बाँधकर रखा जाता था। धीमे-धीमे चलते हुए एक घोड़ा इस रथ को 8 मील प्रति घण्टे की चाल से खींच सकता था और घोड़े को अगर सरपट दौड़ाया जाए, तो यह रफ्तार दुगुनी भी हो सकती थी।

iii) किराये की गाड़ी (Stagecoaches), डाक-गाड़ी (Mail coach) और माल-डिब्बे (Wagons)

किराये की गाड़ियाँ अठारहवीं शताब्दी के प्रारम्भ में फ्रांस में प्रस्तुत की गयीं। पहली डाक-गाड़ी सन् 1784 ई. में ब्रिस्टल से लन्दन के बीच चलायी गयी। इन गाड़ियों का उपयोग प्राथमिक रूप से विशिष्ट गाड़ियों में डाक ले जाने के लिए किया जाता था। इनमें अच्छे किस्म के घोड़े जुते होते थे और इनके साथ सशस्त्र रक्षक होते थे। इनमें बाहर का कोई यात्री नहीं होता था। यह इतनी अधिक सफल हुई कि शीघ्र ही इंग्लैण्ड के 16 अन्य शहरों तक इस सेवा का विस्तार कर दिया गया। माल-डिब्बों को चार से छह घोड़ों द्वारा खींचा जाता था और इनका निर्माण शुद्ध रूप से माल-दुलाई के लिए किया गया था।

भारत में सड़क मार्ग का इतिहास 'पगडण्डियों' के साथ शुरू हुआ। पगडण्डियाँ ऐसे छोटे-छोटे रास्तों को कहा जाता था, जिन पर बार-बार चलने के कारण वहाँ एक रास्ता-सा बन जाया करता था। चौथी शताब्दी में मौर्यों के शासन के दौरान सड़कों के विकास में प्रबल और उल्लेखनीय परिवर्तन आ गया। व्यापारियों को सुविधा प्रदान करने के लिए इस दौरान ऊँची-ऊँची सड़कों का निर्माण किया गया। ये सड़कें आधुनिक ग्राण्ड ट्रंक रोड की पूर्वगामी थीं।

काष्ठफलकों वाली सड़कों की रोचक अवधारणा कनाडा में 1830 के दशक में और न्यूयॉर्क में 1845 ई. के मध्य में प्रस्तुत की गयी। इसमें सड़कों का निर्माण करने के लिए लकड़ी के विशाल फलकों का प्रयोग किया जाता था। भारत में, प्राचीन मार्गों को पुनर्जीवित करने और उनका जीर्णोद्धार करने का कार्य ईस्ट इण्डिया कम्पनी द्वारा किया गया।

11.2.2 नहरों और जल मार्गों द्वारा यात्राएँ

नहरों में 'तेज़ी' 1810 के दशक में विद्यमान जलमार्गों को आपस में जोड़ने के एक तरीके के रूप में सामने आयी। सन् 1816 तक संयुक्त राज्य अमेरिका में कुल नहरों की लम्बाई 100 मील तक थी; इनमें से केवल तीन नहरें ही ऐसी थीं जो दो मील से अधिक लम्बी थीं। इससे यह संकेत मिलता है कि छोटी-छोटी और स्थानीय रूप से सम्पर्क स्थापित करने वाली नहरों का प्रचलन अधिक था। सपाट पेंदे वाली नौकाओं (flatboats) का प्रयोग आमतौर पर 1830 के दशक तक किया गया, जब ग्रेट लेक्स में नदियों के माध्यम से किए जाने वाले व्यापार और यात्राएँ प्रभावी होनी शुरू हो गयीं। परिवहन के इस रूप के लाभ ये थे : गति तेज और किफायती थी, तथा प्रमुख बन्दरगाहों तक आन्तरिक जल मार्गों का जुड़ाव था। यद्यपि प्रारम्भिक सत्रहवीं शताब्दी से ही जल परिवहन के क्षेत्र में हमने बहुत अधिक प्रौद्योगिकीय उन्नति कर ली है, फिर भी एक महाद्वीप से दूसरे महाद्वीप तक की जाने वाली यात्राओं में अभी भी जोखिम और समय बहुत अधिक लगता है। अटलाण्टिक के एक तट से दूसरे तट तक जाने में जलपोतों को छह से लेकर आठ सप्ताह तक का समय लगता है और यदि मौसम खराब हो, तो यात्रा का यह समय और भी अधिक लम्बा हो जाता है। दूसरे देशों के साथ अपने व्यापार को सुगम बनाने के लिए भारत ने समुद्री परिवहन का विकास किया है। फिर भी, फाह्यान जैसे यात्रियों द्वारा किए

गए उल्लेख संकेत करते हैं कि भारत में समुद्री मार्ग के जरिये यात्रा करने की तकनीक, रोमवासियों, वाइकिंग या ऐसी अन्य सभ्यताओं की तुलना में, निम्न स्तर की थी।

11.2.3 गर्म हवा के गुब्बारों द्वारा यात्राएँ

नवम्बर, 1780 में एक फ्रांसीसी कागज-विनिर्माता जोसेफ मोण्टगोल्फियर ने एक गुब्बारे को आकाश में 3000 फीट की ऊँचाई तक उड़ाया, जो हवा में दस मिनट तक रहा। यह हवाई माध्यम से यात्रा करने का अग्रगामी था। वर्तमान समय में, हाइड्रोजन के गुब्बारे, अधिक परिष्करण और दक्षता के कारण, गर्म हवा के गुब्बारों की तुलना में ज्यादा प्रचलित हैं।

11.2.4 रेलवे द्वारा यात्राएँ

रेलवे प्रणाली का प्रारम्भिक विकास सन् 1820 और 1830 के दशक में पूर्वी संयुक्त राज्य अमेरिका में घटित हुआ। बाल्टीमोर और ओहायो रेलमार्गों को सन् 1828 में अधिकारपत्र प्राप्त हुआ और मई, 1830 तक यहाँ तेरह मील के रेलपथ पर संचालन होने लगा। चार्ल्सटन, दक्षिणी कैरोलिना में सन् 1833 तक राष्ट्र का दूसरा रेलमार्ग बना लिया गया था जो कुल मिलाकर 136 मील लम्बा था। उत्तर की दिशा में, 1830 के दशक के प्रारम्भ तक बोस्टन से जाने वाली छोटी-छोटी तीन रेल लाइनों का संचालन शुरू हो गया था। इसी दशक के दौरान, नहर की प्रत्येक दो मील की लम्बाई के लिए लगभग तीन मील लम्बा रेलमार्ग बना लिया गया था। इसका परिणाम यह हुआ कि 1840 तक रेलवे और नहर की प्रणालियों के बीच सापेक्षिक समानता की स्थिति आ गयी थी। सन् 1850 में, रेलमार्गों की कुल लम्बाई नहरों की कुल लम्बाई की तुलना में लगभग दो गुने तक बढ़ गयी थी।

इसी समय के दौरान भारत में, देश की पहली रेलगाड़ी सन् 1837 में, मद्रास में रेड हिल्स से चिन्ताद्रीपेट ब्रिज तक चलायी गयी। इस रेलगाड़ी का उपयोग सड़कें बनाने के लिए ग्रेनाइट का परिवहन करने के उद्देश्य से किया जाता था। भारत की पहली सवारी रेलगाड़ी, जिसे भाप के तीन इंजनों द्वारा खींचा गया था, बोरीबन्दर (मुम्बई) और थाणे के बीच, ब्रॉड गेज रेलपथ

पर, 16 अप्रैल 1853 को चलायी गयी थी। यह 34 किलोमीटर तक चली थी और इसमें 14 डिब्बों में 400 लोग सवार थे। बाद में, मई 1854 में मुम्बई-थाणे रेलमार्ग को कल्याण तक विस्तृत कर दिया गया। पूर्वी भारत की पहली सवारी रेलगाड़ी कोलकाता के पास स्थित हावड़ा से हुगली के बीच 15 अगस्त 1854 को चलायी गयी थी। इसने 39 किलोमीटर (24 मील) की दूरी तय की थी। दक्षिण भारत में पहली सवारी रेलगाड़ी 01 जुलाई 1856 को रोयापुरम-वेयासरापैडी (मद्रास) से वल्लाजाह रोड (आर्काट) के बीच चलायी गयी थी और इसने 97 किलोमीटर (60 मील) की दूरी तय की थी। जैसाकि दुनिया के अन्य हिस्सों में हुआ था, भारत में भी रेलवे के आगमन ने उस तरीके को बहुत अधिक बदल दिया, जिस तरीके से लोग भारत में यात्राएँ किया करते थे।

11.3 विभिन्न युगों में यात्राएँ

पिछले अनुभागों में आपने यात्रा के प्रारम्भिक रूपों के बारे में पढ़ा है। आपने उन क्रमिक विकासों के बारे में भी पढ़ा जो घटित हुए और जिन्होंने पर्यटन उद्योग को प्रभावित किया। इसी प्रकार, पर्यटन की संवृद्धि और इसके विकास को भी प्राचीन काल से लेकर आधुनिक काल तक रेखांकित किया जा सकता है।

11.3.1 साम्राज्य का युग

एक उद्योग के रूप में पर्यटन का विकास सम्भवतः साम्राज्य के युग के दौरान होना शुरू हुआ। यह विकास मिस्रवासियों से लेकर यूनानियों तक चलता रहा और अन्ततः रोमन साम्राज्य के पतन के कारण समाप्त हो गया। इस युग के दौरान सरकारी, वाणिज्यिक, शैक्षिक और धार्मिक उद्देश्यों के लिए विशाल संख्या में लोगों ने यात्राएँ करनी शुरू कीं। ये यात्राएँ आवश्यकतावश भी की गयीं और आनन्द के लिए भी की गयीं। मिस्र का साम्राज्य (4850-715 ई.पू.) पहली ऐसी ज्ञात सभ्यता है जिसके पास केन्द्रीकृत स्थलों पर समेकित सरकारी प्रकार्य थे। इन स्थलों तक नौका से यात्रा करना विशेषतौर पर आसान था क्योंकि यात्री नील नदी का प्रयोग कर सकते थे, जो उत्तर दिशा की तरफ बहती थी लेकिन जिस पर लगातार दक्षिण की दिशा में जाने वाली मन्द

हवाएँ बहा करती थीं। जब यात्राएँ आम हो गयीं, तो भोजन और ठहरने की व्यवस्था उपलब्ध कराना आवश्यक हो गया। मिस्र, यूनान और रोम के साम्राज्यों के चरमोत्कर्ष के दौरान यात्राओं को प्रोत्साहित करने वाले बहुत सारे कारक संयुक्त हो गए। यात्रियों की बहुत विशाल संख्या ने नए-नए स्थलों के आनन्दपूर्ण अनुभवों को हासिल करने के लिए खोजबीन शुरू की। इन यात्रियों का सर्वाधिक उल्लेखनीय समूह, जो अपनी विशाल संख्या के कारण उल्लेखनीय था, यूनानी था। यूनानी साम्राज्य (900-200 ई.पू.) ने भूमध्यसागरीय क्षेत्र के अधिकांश भागों में एक सामान्य (उभयनिष्ठ) भाषा के उपयोग को प्रोत्साहन दिया, तथा कुछ यूनानी नगर राज्यों की मुद्राएँ विनिमय के लिए एक सामान्य मुद्रा के रूप में स्वीकार कर ली गयीं। सरकारी गतिविधियों के केन्द्रों के रूप में ये नगर-राज्य अपने-आप में आकर्षण के केन्द्र बन गए। इन नगर राज्यों ने आनन्द प्राप्त करने के लिए पर्यटकों को बहुविध अवसर प्रदान किए, खासकर तब, जब वे अपने घर से दूर हों। रोमन साम्राज्य (500 ई.पू. - 300 ई.) के विकास ने, मध्यवर्गीय और धनवान नागरिकों - दोनों के लिए, विस्तृत पर्यटन अवसरों को बल प्रदान किया। उत्तम सड़कों और जल मार्गों ने यात्राओं को आसान बना दिया। ज्यों-ज्यों इन सड़कों का विकास हुआ, त्यों-त्यों ठहरने की व्यवस्था का भी विकास हुआ, जो लगभग 30 मील की दूरी पर स्थित होते थे और यहाँ तक यात्रा करना सिर्फ एक दिन का ही काम हुआ करता था। सरायों में नए घोड़ों को किराये पर लिया जा सकता था। रोम को गॉल, ब्रिटेन, स्पेन और यूनान से जोड़ने वाली सड़कें सामान्यतः पचास हजार मील की एक प्रणाली के रूप में विस्तृत थीं। सर्वाधिक प्रसिद्ध सड़क एपियन वे थी जो रोम को इटली की "एडी (heel)" से जोड़ती थी। दूरस्थ स्थलों तक यात्रा करने में आने वाली बहुत सारी बाधाओं को हटा दिया गया क्योंकि रोमन मुद्रा को सार्वभौमिक रूप से स्वीकार किया जाता था तथा ग्रीक और लैटिन सामान्य भाषाएँ थीं। इसके अतिरिक्त, एक सामान्य विधिक व्यवस्था ने सुरक्षा और मानसिक शान्ति उपलब्ध करायी तथा लोगों के लिए यह सुगम बनाया कि वे वाणिज्य, साहस और आनन्द के लिए अपने घरों से बाहर निकलकर बहुत दूर तक की यात्राएँ भी कर सकें। बिल्कुल यूनानी नगर-राज्यों की तरह ही रोमन साम्राज्य के नगर भी गन्तव्य-स्थलों के रूप में या किसी यात्री के अन्तिम गन्तव्य के मार्ग में आने वाले पड़ावों के रूप में आकर्षण के केन्द्र बन गए।

11.3.2 मध्यकाल या मध्यकालीन समयावधि

मध्यकाल या मध्यकालीन समयावधि को यात्रा के दृष्टिकोण से अन्धकार के युग के रूप में भी जाना जाता है। मध्यकाल (पाँचवीं से चौदहवीं शताब्दी ई.) में यात्रा लगभग विलुप्त ही हो गयी थी। जब रोमन साम्राज्य का प्रभुत्व खण्डित हो गया, तो यात्रा करना खतरनाक और बहुत कम हो गया। जिस सामन्ती व्यवस्था ने रोमन साम्राज्य को प्रतिस्थापित किया था, उसका परिणाम यह हुआ कि अब अलग-अलग विभिन्न स्वायत्त प्रदेश उभर आए। पहले जो व्यवस्था संगठित थी और नियन्त्रित समाज वाली थी, अब उसमें विखण्डन आ गया और इसका परिणाम यह हुआ कि परिवहन प्रणालियों, मुद्राओं, और भाषाओं आदि की व्यवस्था छिन्न-भिन्न हो गयी और यात्राएँ करना बहुत कठिन हो गया, कभी-कभी तो यात्रा करना एक खतरनाक अनुभव की तरह हो गया।

11.3.3 पुनर्जागरण का दौर

जब रोमन कैथोलिक चर्च ने शक्ति और प्रभाव हासिल किया तो पवित्र भूमि को पुनः प्राप्त करने के लिए लोगों ने धर्मयुद्धों के बारे में बातचीत करना शुरू किया। यद्यपि धर्मयुद्धों के पीछे प्रेरक शक्तियों के रूप में विजय और युद्ध ही प्रमुख थे, लेकिन इसका अन्तिम परिणाम यह हुआ कि लोगों में अपने घरों से बाहर निकलकर नए-नए स्थानों को देखने की और अलग-अलग सभ्यताओं का अनुभव हासिल करने की आकांक्षाएँ जागीं। धर्मयुद्धों के पश्चात्, मार्को पोलो जैसे व्यापारियों ने ऐसे भौगोलिक स्थलों से बहुत परे जाकर यात्राएँ सम्पन्न कीं, जहाँ तक धर्मयोद्धा लोग पहुँच भी नहीं सके थे। मध्य-पूर्व के आर-पार और चीन में पोलो की यात्राओं और उसके साहसिक कार्यों (1275-1295 ई.) के विवरणों ने यात्रा और व्यापार में रुचियों को ऊँचाई पर प्रतिष्ठित करना जारी रखा। पुनर्जागरण के दौरान (चौदहवीं से सोलहवीं शताब्दी) यात्रा में पुनर्जन्म का धीमे-धीमे उभार हुआ। चूँकि चर्च, राजाओं और रानियों ने पहले की तुलना में वृहत्तर भौगोलिक क्षेत्रों को अपने नियन्त्रण में ले लिया, इसलिए व्यापारियों ने अपने गाँवों से बाहर निकलकर बहुत दूर-दूर जाने का साहस दर्शाना शुरू किया। व्यापार मार्ग धीरे-धीरे पुनः खुलने शुरू हो गए क्योंकि

वाणिज्यिक गतिविधियाँ बढ़ने लगी थीं और व्यापारी लोग नए-नए भूभागों की तरफ जाने का साहस करने लगे थे। अनुभवों तथा सीखने के लिए यात्रा करने के विचार का श्रेय सम्भवतः पहले अभिलिखित "पर्यटक" साइरियाकस को है, जो एंकोना का था। यूनानी और रोमन इतिहास के अनुभवों के बारे में सीखने की उसकी ललक उसे भूमध्यसागर के इर्द-गिर्द ले गयी। अन्य संस्कृतियों के अनुभवों से सीखने की आकांक्षा ने ऐसे शैक्षिक लाभों की जागरूकता को प्रतिष्ठा प्रदान की, जिन्हें यात्राओं से प्राप्त किया जा सकता था और इस प्रकार भव्य भ्रमण के दौर (ग्रैंड टूर एरा) का प्रारम्भ हुआ।

11.3.4 भव्य भ्रमण का दौर

भव्य भ्रमण के दौर (1613-1785 ई.), जिसने विलासितापूर्ण यात्रा और पर्यटन की गतिविधियों की ऊँचाइयों को रेखांकित किया, का प्रारम्भ धनवान अंग्रेजों के साथ हुआ और शीघ्र ही यह विस्तृत होकर उन लोगों के बीच भी प्रचलित हो गया जिनके पास समय और धन था। यात्रा, और इन यात्राओं द्वारा प्राप्त ज्ञान, सामाजिक और शैक्षिक अनुभवों का शानदार तरीके से प्रतिनिधित्व करते हुए, प्रस्थिति का एक प्रतीक बन गया। भव्य भ्रमण में हिस्सा लेने वाले लोगों ने पूरे यूरोप की यात्राएँ कीं ताकि "सभ्य संसार" की संस्कृतियों के अनुभवों की खोज की जा सके तथा उन देशों की कलाओं और विज्ञानों से ज्ञान प्राप्त किया जा सके, जिन देशों का भ्रमण किया जा रहा हो। उनकी यात्राएँ उन्हें फ्रांस, स्विट्जरलैण्ड, इटली और जर्मनी के अलग-अलग स्थानों तक विस्तारित समयावधियों के लिए ले गयीं। यह विस्तारित समयावधि प्रायः कई-कई वर्षों की भी हुआ करती थी। यद्यपि भव्य भ्रमण में हिस्सा लेने की आकांक्षा जारी रही, सन् 1750 में शुरू होने वाली औद्योगिक क्रान्ति ने आर्थिक और सामाजिक संरचनाओं को हमेशा के लिए परिवर्तित कर दिया। आर्थिक संवृद्धि और प्रौद्योगिकीय प्रगतियों ने परिवहन के अधिक दक्ष रूपों को जन्म दिया, भौगोलिक और अन्तरराष्ट्रीय सीमाओं के आर-पार बाजारों का एकीकरण हुआ तथा लोगों की विशालतर संख्या के लिए उच्चतर व्यक्तिगत आयों की स्थिति सम्भव हुई। यात्रा व्यापार की एक आवश्यकता बन गयी और साथ ही साथ फुर्सत की एक गतिविधि भी; तथा यात्रियों की बढ़ती ज़रूरतों की पूर्ति के लिए पर्यटन की आपूर्ति करने वाले लोगों ने तेजी से

विकास किया। विस्तृत समयावधियाँ बीतने के साथ, सांस्कृतिक अनुभवों को हासिल करने के लिए फुर्सत की गतिविधि के रूप में की जाने वाली यात्राओं के दिन मुरझा गए क्योंकि बहुत सारे समय की खपत करने वाले इन अवसरों का लाभ लेने योग्य लोगों की संख्या घटती चली गयी।

11.3.5 गतिशीलता का दौर

बढ़ती आर्थिक समृद्धि और फुर्सत के समय के प्रादुर्भाव के साथ-साथ सस्ती यात्राओं की उपलब्धता ने पर्यटन के इतिहास में एक नए दौर की शुरुआत की। जो लोग अब कृषि के दैनिक कामकाज से आबद्ध नहीं रह गए थे, उन लोगों ने कार्यालयों, भण्डारों और कारखानों में अपनी नौकरियों से दूर जाकर अपनी फुर्सत केकीमती पलों को खर्च करने के लिए नवीन तरीके खोजने प्रारम्भ किए। गतिशीलता के दौर (1800-1944 ई.) को, निकट और दूर - दोनों जगहों पर स्थित, नवीन और परिचित स्थलों तक की जाने वाली यात्राओं में बढ़ोत्तरी से पहचाना जा सकता था। चूँकि उन्नीसवीं शताब्दी के प्रारम्भ में नई सड़कें, किराये की गाड़ियाँ, सवारी रेलगाड़ियाँ और पानी में चलने वाले जहाज़ बहुत प्रचलित दृश्यों की तरह हो गए थे, इसलिए पर्यटन उद्योग से जुड़ी गतिविधियों में वृद्धि हुई। कनाडा और संयुक्त राज्य अमेरिका से बहुत पहले ही ग्रेट ब्रिटेन और फ्रांस ने सड़कों और रेलमार्गों की बहुत विस्तृत प्रणालियाँ विकसित कर ली थीं। थामस कुक (1808-1892 ई.) को यह श्रेय दिया जा सकता है कि उसने यात्रा को अन्ततः आम जनता तक टूर पैकेज के रूप में पहुँचाया। सन् 1841 में, 570 लोगों के एक समूह के लिए कुक ने पहला टूर (भ्रमण) आयोजित किया। यह समूह लीसेस्टर, इंग्लैण्ड में एक आत्मसंयम रैली में हिस्सा लेने गया था। ऑटोमोबाइल्स और हवाई यात्रा को प्रस्तुत किया जाना, गतिशीलता के दौर में अगले महत्वपूर्ण चरण थे। यद्यपि ऑटोमोबाइल प्रौद्योगिकी का प्रारम्भ ब्रिटेन, फ्रांस और जर्मनी में हुआ था किन्तु सन् 1914 में यह हेनरी फोर्ड द्वारा मॉडल-टी कावृहद पैमाने पर किया गया उत्पादन ही था जिसके कारण व्यक्तियों को यात्रा करने की स्वतन्त्रता प्राप्त हुई और लाखों लोगों के लिए यात्रा के सम्बन्ध में नए क्षितिज खुले।पंखों के सहारे उड़ना भी अब बहुत पीछे नहीं रह गया था और बहुत दूर के स्थानों तक यात्रा करने में लगने वाला समय घटना प्रारम्भ हो गया। सन् 1903 में नॉर्थ कैरोलिना के किट्टी हॉक में अपने हवाई जहाज़ के सफल परीक्षण के साथ ओरविल और विल्बर राइट ने हवाई जहाज़ के दौर की शुरुआत की।

11.3.6 आधुनिक दौर या औद्योगिक क्रान्ति का दौर

जन पर्यटन के बीज बीसवीं शताब्दी के पूर्वार्द्ध के दौरान तब रोपे गए जब जॉर्ज वेस्टिंगहाउस जैसे उद्योगपतियों ने भुगतानयुक्त अवकाश का सृजन किया। उनका विश्वास था कि कर्मचारियों को कार्य में वार्षिक रूप से एक अन्तराल प्रदान करने पर उत्पादकता में वृद्धि होगी। इस प्रकार, औद्योगिक देशों में कार्यशील और मध्य वर्ग के लोगों को ऐसा आर्थिक साधन और समय प्राप्त हुआ, जिसके कारण नवीन स्थलों तक यात्रा करने के अपने अनुराग को सन्तुष्ट कर सकते थे। द्वितीय विश्व युद्ध के समापन के पश्चात्, कुछ अन्य कारकों ने भी पर्यटन के विकास को प्रोत्साहित करने में सहायता की। कारों का उत्पादन दुबारा बड़ी संख्या में किया जाने लगा; गैस खरीदने की मात्रा पर अब प्रतिबन्ध नहीं रह गया; तथा औद्योगिक देशों में समृद्धि फिर से वापस आनी शुरू हो गयी। चूँकि अमेरिकी परिवार पूरे देश की यात्रा कार से ही किया करते थे, इसलिए मोटल व्यवसाय में तेजी आनी शुरू हो गयी। इसके अतिरिक्त, 1950 के दशक में होटलों और मोटलों ने फ्रैंचाइजी विकास के मॉडल को अपनाते हुए तेजी से अपना विस्तार किया। 1950 के दशक में जेट यात्रा के आगमन तथा 1960 के दशक में इसकी बढ़ती लोकप्रियता ने घरेलू और अन्तरराष्ट्रीय दोनों तरीकों की यात्राओं में और भी अधिक वृद्धि की। समय, धन, सुरक्षा, और यात्रा करने की इच्छा के संयोग ने पर्यटन के विकास में एक ऐसी अद्भुत अवधि का प्रारम्भ किया जो आज तक जारी है।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास 1

1. प्राचीन काल में थल मार्ग द्वारा यात्रा करने के विभिन्न साधनों पर चर्चा कीजिए।

.....

.....

.....

.....

.....
.....
.....
.....
.....

2. मध्यकाल को यात्रा का अन्धकार काल क्यों कहा जाता है?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. औद्योगिक क्रान्ति ने यात्रा और पर्यटन उद्योग के क्षितिज को किस प्रकार परिवर्तित किया?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

11.4 युद्धों के बीच के काल में अवकाशकालीन व्यवहार

इतिहास के सन्दर्भ में, युद्धों के बीच के काल का तात्पर्य है : नवम्बर 1918 में प्रथम विश्व युद्ध की समाप्ति तथा सितम्बर 1939 में द्वितीय विश्व युद्ध के प्रारम्भ के बीच की समयावधि। हालाँकि यह समयावधि बहुत छोटी ही है, पर यह दौर पर्यटन में उल्लेखनीय परिवर्तन लेकर आया। 1929-1930 की आर्थिक महामन्दी से पहले आर्थिक रूप से आरोग्य-लाभ प्राप्त करना पहले से ही एक कठिन कार्य था। यह महामन्दी संयुक्त राज्य अमेरिका से यूरोप तक फैल गयी थी। इसके कारण वे अर्थव्यवस्थाएँ शीघ्र ही विराम की अवस्था में आ गयीं, जिन पर पहले से ही बहुत दबाव था।

बीसवीं शताब्दी में पर्यटन और अवकाशकालीन व्यवहारों के विकास को विभाजित किया जा सकता है ताकि 1915 से 1945 के बीच के विकासात्मक चरण की पहचान की जा सके। यह चरण प्रथम विश्व युद्ध के परिणाम के रूप में सामने आयी पर्यटन की गतिहीनता को आच्छादित करता है। प्रथम विश्व युद्ध के कारण जन-धन की हानि और आर्थिक सुस्ती के तुरन्त बाद शताब्दी का सबसे भीषण प्रकोप 'स्पैनिश फ्लू' के रूप में सामने आया, जिसके कारण विश्व में 2.1 करोड़ लोगों की जानें चली गयीं। लेकिन इस काल में कुछ ऐसे संक्रमणकालीन विकास भी हुए, जिन्होंने तेजी से महत्व प्राप्त किया।

यह संवृद्धि का ऐसा काल था, जिसके दौरान, सन् 1871 से 1913 के बीच, जर्मनी में होटलों में या अवकाश के दौरान ठहरने के लिए की गयी अन्य व्यवस्थाओं में रुकने वाले लोगों की संख्या में वृद्धि हुई। इस काल के दौरान, यह आकलित किया गया कि जनसंख्या में वृद्धि के स्तर की तुलना में पर्यटन में अधिक तेजी से वृद्धि हुई। यात्रीगण मुख्यतः उच्च मध्यम वर्ग से सम्बन्धित थे और शीघ्र ही समस्त मध्य वर्ग इसकी परिधि में आ गया जो उत्तरी और बाल्टिक समुद्रों पर स्थित नए-नए खुले रिसॉर्ट्स में जाने लगे और साथ ही साथ ये लोग स्वास्थ्य-लाभ और द्यूतक्रीडा से जुड़े रिसॉर्ट्स में भी जाने लगे। स्वास्थ्य-लाभ हेतु स्नान के लिए अवकाश पर जाने की गतिविधि जर्मनवासियों ने ब्रिटिश लोगों के बाद ही शुरू की, ब्रिटिश लोग ऐसा स्नान करने वाले सबसे पहले लोग थे। बाद में इसमें समाजीकरण और मनोरंजन जैसे तत्व भी समाविष्ट हुए। हालाँकि ऐसी यात्राएँ धीमे-धीमे बहुत अधिक लोकप्रिय हो गयीं, जैसाकि प्रसिद्ध स्थलों, तटीय रिसॉर्ट्स और समुद्र तटों के विकास से स्पष्ट है। शताब्दी के मोड़ पर स्की और शीत पर्यटन ने यात्रियों को आकर्षित करना जारी रखा।

सन् 1900 के पश्चात् यात्रा करने और अवकाश बिताने का मुख्य उद्देश्य आरोग्यलाभ ही था। हालाँकि, केवल उन्हीं लोगों के पास ही आराम करने का ऐसा स्थापित अधिकार था जो बौद्धिक कार्य में संलग्न थे। इस अधिकार का विस्तार रईसों (nobles), मध्यवर्गीय पेशेवरों और उच्चवर्गीय नौकरशाहों से लेकर उद्यमियों, व्यापारियों, मध्यस्तरीय नौकरशाहों, श्वेत-कॉलर वाले श्रमिकों और शिक्षकों तक कर दिया गया। सन् 1900 से पहले अधिकांश यूरोपीय देशों में अवकाश लेने के दृढ़ अधिकारों का अभाव था। कुछ प्रारम्भिक मामलों के अपवादों को छोड़कर, ऐसा प्रथम विश्व युद्ध के बाद ही स्थापित हो सका कि कोई व्यक्ति एक दिन से अधिक का भुगतानयुक्त अवकाश ले सके। यह केवल राज्य के कर्मचारियों के लिए ही प्रासंगिक था, और अन्य कर्मचारियों के लिए अवकाश, प्रथम विश्व युद्ध के पहले, अपवाद ही बना रहा तथा ऐसा अवकाश प्रथम विश्व युद्ध के पश्चात् ही सम्भव हो सका। स्विट्जरलैण्ड में भी ऐसा ही घटित हुआ। संघीय प्रशासन के नागरिक सेवकों के लिए अवकाश पहले 1879 के विनियमन के अधीन था किन्तु बाद में सन् 1923 में इसे एक विधिक अधिकार के रूप में स्थापित किया गया। स्विट्जरलैण्ड में इस अधिकार का नियमन एकसमान रूप से नहीं किया जाता था। इस स्थिति का विकास स्वतन्त्र रूप से हुआ, यद्यपि 1930 के दशक से सामूहिक कार्य समझौते महत्वपूर्ण हो गए; भुगतानयुक्त एक सप्ताह का अवकाश सामान्य बात हो गयी। सम्पूर्ण श्रमबल के लिए अवकाश के सम्बन्ध में अधिकांश देशों ने अपने कानूनों का विस्तार सन् 1945 के बाद ही किया। अवकाश के अधिकारों पर जर्मनी ने सन् 1963 तक कोई भी सामान्य विधान नहीं बनाया था।

अवकाश बिताने का एक नवाचारी तरीका जो बच्चों समेत परिवारों को समाविष्ट करने के लिए सामने आया, वह था गर्मियों के मौसम में बेहतर जगहों पर जाकर आश्रय खोजना (समर रिट्रीट)। “समर रिट्रीट” शब्द का पहला प्रयोग सन् 1836 में किया गया था। 1870 के दशक से इस शब्द का प्रयोग मध्यवर्गीय अवकाशकालीन व्यवहारों को सन्दर्भित करने के लिए किया जाने लगा। इस मध्यवर्ग के व्यवसायी लोग गर्मियों में समुद्र के किनारे जाने की बजाय आराम के लिए ग्रामीण इलाकों की तरफ जाने लगे। प्रारम्भ में, निम्न मध्यवर्गीय और कामकाजी लोग परिवार के साथ जाकर समर रिट्रीट का खर्च वहन नहीं कर सकते थे, जबकि रविवार की सैर सन् 1914 के पहले एक प्रथा का रूप ग्रहण कर चुकी थी, धीमे-धीमे रविवार की यह सैर सप्ताहान्त (वीकेण्ड) तक विस्तृत हुई और इसके बाद में यह कुछ और दिनों तक के लिए विस्तृत हो गयी।

प्रथम विश्व युद्ध के संकट के उपरान्त समर रिट्रीट ने सरल, स्वास्थ्यवर्द्धक और किफायती अवकाश पेश किए जो 1920 के दशक के पश्चात् कम आय वाले कर्मचारियों और श्रमिकों की पहुँच के अन्दर ही थे। नगरों के प्रति आलोचनात्मक दृष्टिकोण ने ग्रामीण इलाकों के प्रति प्रेम और ग्राम्य जीवन की सरलता के प्रति आकांक्षा को प्रेरणा प्रदान की और लोग वरीय रूप से कम ऊँचाई वाली पहाड़ियों की श्रृंखलाओं की तरफ जाने लगे। यह समर रिट्रीट के विशेषतः एक जर्मन प्रकार की तरफ संकेत करता प्रतीत होता है, जो स्कैण्डिनेवियाई या रूसी अवकाश-कुटीरों (Holiday cottages) की तरफ की जाने वाली यात्राओं से बिल्कुल भिन्न था।

समर रिट्रीट में लोगों की उपस्थिति ने अपने पीछे पर्यटन-अवसंरचना के प्रारम्भिक चिह्न छोड़े; उदाहरण के लिए, पगडण्डियों पर पदचिह्नों की छाप तथा अतिथि गृहों, झोंपड़ियों, वन में स्थित रेस्तराओं, प्रेक्षण करने के लिए मीनारों और मनोरंजन के अवसरों का सृजन किया गया।

सन् 1933 और 1939 के बीच, जर्मनी में राष्ट्रीय समाजवादी शासन नयी लालसाएँ लेकर आया। ये लालसाएँ आमजनों पर लक्षित थीं जिसके कारण यात्रा और अवकाशकालीन व्यवहारों में बढ़ोत्तरी हुई। जिस यात्रा को पहले अनिवार्य रूप से मध्यवर्गीय चरित्र का माना जाता था, उसे इन प्रगतियों ने एक सामाजिक या लोकप्रिय पर्यटन की रचना करके सर्वसुलभ बना दिया। इसकी विशेषता यह थी कि अवकाश बिताने और मनोरंजन के लिए राज्य-संगठन सामने आया। यह कहने की आवश्यकता नहीं है कि पर्यटन ने राजनीतिक प्रणाली और राष्ट्रीय समाजवादी विचारधारा की सेवा की। नव पर्यटन के उपयोग के विभिन्न चरण और इसके क्रमिक प्रतिमान विशिष्ट हैं और ये छिपी हुई क्षमता के रूप में एक वस्तुनिष्ठ पाठ उपलब्ध कराते थे ताकि सर्वाधिकारवादी शासन पर्यटन का राजनीतिक रूप से शोषण कर सके। उपरोक्त से मार्गनिर्देशित, अवकाश बिताने के इस रूप की पहचान सामान्य श्रमबल (Volk) के हित में लोकतन्त्रीकरण करने के इसके दावे के साथ की जा सकती है। हिटलर श्रमिकों को सन्तोषजनक अवकाश प्रदान करना चाहते थे और यह सुनिश्चित करने के लिए सब कुछ कर लेना चाहते थे कि श्रमिकों का यह अवकाश और उनका खाली समय उन्हें सचमुच आरोग्यलाभ उपलब्ध कराए। राष्ट्रीय समाजवादियों ने मनोरंजन को व्यवस्थित करने के लिए एक निकाय का सृजन करके इस लक्ष्य को लागू किया ("आनन्द के माध्यम से राष्ट्रीय समाजवादी संघ की मजबूती"- इसे केडीएफ कहा जाता है) तथा "Reisen, Wandern, Urlaub (यात्रा करना, लम्बी दूरी तक पैदल चलना, अवकाश बिताना - इसे

आरडब्ल्यू कहा जाता है)” नामक एक मन्त्रालय का गठन किया गया। पैदल चलकर किए जाने वाले भ्रमणों, रेलवे की यात्राओं, ठहरने और भोजन की व्यवस्था से युक्त कूजों (cruises) ने शानदार लोकप्रियता हासिल की। यह अभिलिखित आँकड़ों से बिल्कुल स्पष्ट है जो यात्रा में एक ऐसी तेजी की गवाही देते हैं, जैसी तेजी पहले कभी आयी ही नहीं थी।

समग्रता में, सामान्यतः यह सत्य है कि केडीएफ आन्दोलन ने जनता और आवर्ती पर्यटन के विकास में अपना योगदान दिया और इस प्रकार कुछ सीमा तक इसका लोकतन्त्रीकरण भी किया, यद्यपि ऐसा विशाल जनसंख्या की कीमत पर और नाजी शासन को लाभ पहुँचाने के लिए किया गया। केडीएफ अवकाशों की सफलता तीन कारकों की अन्तर्क्रिया पर आधारित थी :

- (1) कार्य की आवश्यकता और धन का अभाव अब अवकाश पर जाने के लिए कोई बाधा नहीं थे;
- (2) अवकाश निम्नतम सम्भव मूल्यों पर पेश किए जाते थे;
- (3) संगठन ने एक परस्पर गुंथित नेटवर्क पर अधिकार प्राप्त किया। इस नेटवर्क ने, किसी और चीज की बजाय, स्वयं को श्रमिकों की आवश्यकताओं के अनुसार ढाल लिया था।

इसी समय जर्मनी का निजी पर्यटन उद्योग भयंकर तेजी के दौर से गुजरा, युवाओं के लिए छात्रावासों का तथा कैम्प लगाने के लिए स्थलों का निर्माण किया गया। अवकाश मनाने वाले मध्यमवर्गीय लोगों के लिए खानपान की व्यवस्था में भी भयंकर तेजी देखी गयी परन्तु धीमे-धीमे स्थिति पर्यटन के पहले वाले रूपों की तरफ ही लौट आयी, जहाँ केवल महँगी और श्रेष्ठ सेवाएँ खरीद सकने की क्षमता वाले लोग ही पर्यटन कर सकते थे।

11.5 युद्धोत्तर काल और अवकाशकालीन व्यवहार

द्वितीय विश्व युद्ध, जो सन् 1945 में समाप्त हुआ, के पश्चात् जन पर्यटन को अतिरिक्त तेजी मिली। इस युद्ध के दौरान, सम्पूर्ण विश्व के बहुत सारे लोगों को, जिनमें 1.7 करोड़ से अधिक कनाडाई और अमेरिकी नागरिक शामिल थे, अनेक नए, अलग और यहाँ तक कि अनोखे स्थलों

पर जाने का अवसर मिला क्योंकि इन लोगों ने विभिन्न तरीके की सैन्य सेवाएँ प्रदान की थीं। सैन्य सेवाओं ने बहुत सारे ऐसे लोगों को यात्राएँ करने के लिए बाध्य कर दिया, जो पहले ऐसा करने के इच्छुक नहीं थे और ये लोग जब इन यात्राओं से वापस अपने-अपने घर लौटे तो इनमें एक उत्साह था कि यात्राओं के इन सकारात्मक अनुभवों को अपने परिवार और मित्रों के साथ साझा करें।

सन् 1950 में, डिनर्स क्लब कार्ड के रूप में क्रेडिट कार्ड का जन्म हुआ। क्रेडिट कार्डों ने यात्रियों को क्रयशक्ति की ऐसी सुविधा दी जिसका पूरी दुनिया में कहीं भी प्रयोग किया जा सकता था और इसके साथ ही यात्रीगण नकद राशि लेकर चलने के जोखिम से बच जाते थे और मुद्राओं की अदला-बदली करने का झंझट भी नहीं होता था। युद्धोत्तर काल के दौरान जो प्रचुर तेजी आयी, वह आर्थिक संवृद्धि, प्रौद्योगिकीय प्रगति, प्रतिस्पर्धा के उच्च स्तर तथा नवीन गन्तव्य-स्थलों और यात्रा करने की नवीन शैलियों के सृजन से जुड़ी हुई थी। समाज के वृहद स्तरों के बीचमनोरंजन से जुड़ी गतिशीलता में वृद्धि को इसी पृष्ठभूमि के आलोक में देखना चाहिए। इस तेजी के आगमन के लिए विभिन्न कारक उत्तरदायी थे। इन कारकों में बढ़ती समृद्धि, नगरीकरण, परिवहन और संचार के नेटवर्क्स का अभूतपूर्व निर्माण, तथा काम करने के घण्टों के घटने के कारण फुर्सत के समय का बढ़ जाना भी शामिल था। इन सभी कारकों ने समाजीकरण को आकार प्रदान किया। यूरोपीय पर्यटन की सर्वोच्च अवस्था सन् 1960 में शुरू हुई। बाजार अर्थव्यवस्था में आर्थिक परिस्थिति और रणनीतिक नवाचारों के प्रत्युत्तर में वाणिज्यिक टूर ऑपरेटर्स और ट्रैवल कम्पनियों ने कुछ चीजों के जरिये प्रतिस्पर्धा के स्वरूप को परिवर्तित कर दिया। ये चीजें थीं : अधिकाधिक सस्ते से सस्ते प्रस्ताव पेश करना, इसे जन पर्यटन की दिशा में ले जाना, नए गन्तव्य-स्थलों और अवकाश बिताने के नए तरीकों से परिचय कराना। यहाँ, पर्यटन ने अपनी स्वयं की संरचनाएँ और द्वितीयक प्रणालियाँ उत्पन्न कीं। अनेक ट्रैवल एजेंसियों और पर्यटक संगठनों का गठन किया गया, जबकि विक्रय भण्डारों ने भी पैकेज वाले अवकाशों की पेशकश की। यात्रा करने के माध्यम के रूप में बसों और रेलगाड़ियों के कारों और काफिलों द्वारा, और बाद में हवाई जहाज़ द्वारा किए गए प्रतिस्थापन ने एक शक्तिशाली अभिप्रेरण उपलब्ध कराया। चार्टर पर्यटन ने फल-फूल रहे बाजार पर कब्जा कर लिया और विदेशों में जाकर अवकाश मनाने के लिए सस्ती पेशकश देकर स्वयं को स्थापित कर लिया। विदेशी पर्यटन ने पहले पड़ोसी देशों को और बाद में

दूर स्थित गन्तव्यों को प्रभावित किया। लगभग 1970 से, विदेशी यात्राएँ स्पष्ट रूप से बहुमत में आ गयीं और विदेशों में जाकर छुट्टियाँ मनाने की यह प्रवृत्ति हालिया समयों में और भी अधिक मजबूत हुई है। सामान्यतः, विदेश जाकर छुट्टियाँ मनाने वाले किशोरों और वयस्कों की संख्या सन् 1991 के पहले के चालीस सालों में तीन गुने से भी अधिक हो गयी।

हालाँकि पर्यटकों की भीड़भाड़ में वृद्धि एक अन्य सामाजिक और संरचनात्मक विस्तार की तरफ संकेत करती है, जो 1990 के दशक से लगातार मजबूती हासिल कर रहा है। छुट्टियाँ और यात्राएँ अब जनसंख्या के सबसे वृहत्तर स्तरों की पहुँच के भीतर आ रही हैं। यह स्थितिप्रत्यक्ष तौर पर पर्यटन की असीम सम्भावनाओं से मेल खाती है, इस तथ्य के बावजूद कि पिछले दशक में थोड़े-बहुत संरचनात्मक विकास भी हुए हैं तथा पर्यटकों का आस्वाद और व्यवहार द्वितीय विश्व युद्ध से यथोचित रूप में स्थिर ही बना रहा है।

11.5.1 अवकाशकालीन व्यवहार

संचार प्रौद्योगिकी में हालिया प्रगतियों; जैसे इण्टरनेट, मोबाइल, तत्काल सन्देश भेजने, उपस्थिति का पता लगा लेने आदि ; ने अवकाश बिताने के स्वरूप को परिवर्तित करना शुरू कर दिया है। अवकाश बिताना उन्नत अर्थव्यवस्थाओं में बड़े पैमाने पर अब एक सामाजिक व्यवहार बन चुका है क्योंकि आर्थिक समृद्धि फुर्सत की तरफ ले गयी है तथा फुर्सत को व्यक्तिगत और सामुदायिक कल्याण के लिए एक आवश्यक अंग माना जाने लगा है। कुछ अवकाशकालीन व्यवहारों का वर्णन निम्नलिखित तरीके से किया जा सकता है :

- 1. परिवार और बच्चों के साथ :** पारिवारिक रूप से अवकाश मनाने का तात्पर्य परिवार के सभी लोगों के साथ मनोरंजन का आनन्द लेने से है। अवकाश मनाने के इस तराके का इरादतन उद्देश्य यह है कि दैनिक कामकाज से थोड़ी राहत मिले तथा आराम के लिए कुछ समय समर्पित किया जा सके और पारिवारिक सदस्यों की एकता के लिए कुछ पल साथ-साथ बिताए जा सकें।

पारिवारिक अवकाश आनुष्ठानिक भी हो सकता है - उदाहरण के लिए, वार्षिक रूप से किसी निर्धारित समय के दौरान - अथवा यह सिर्फ एक बार के लिए भी हो सकता है। इसमें बहुत दूरदराज के किसी स्थान तक की यात्रा शामिल हो सकती है, या फिर जिन

परिवारों का बजट बहुत कम है, उनके लिए यह घर पर रहकर ही अवकाश मनाने जैसा कार्य हो सकता है। पसंदीदा पारिवारिक अवकाशों के कुछ उदाहरणों में पारिवारिक क्लब, लोकप्रिय थीम वाले उद्यानों की यात्राएँ शामिल हो सकती हैं; स्की (ski) अवकाश, समुद्रतटीय अवकाश और भोजन सम्बन्धी अवकाश शामिल हो सकते हैं या इसी से मिलती-जुलती परिवार के साथ की जाने वाली यात्राएँ भी शामिल हो सकती हैं। नाभिकीय परिवारों के गठन के साथ, परिवार के सदस्यों की प्रवृत्ति नए स्थानों पर जाने की होती है और इसका वास्तविक उद्देश्य यह होता है कि परिवार के सदस्य एक-दूसरे के अधिक निकट आ सकें और छोटे बच्चे आपस में घुल-मिल सकें। पारिवारिक पर्यटन की मुख्य प्रेरणा इन चीजों को दिया जाने वाला अधिकाधिक महत्व है : परिवार के एक साथ रहने को प्रोत्साहित करना, पारिवारिक बन्धनों को जीवित बनाए रखना और पारिवारिक स्मृतियों का सृजन करना।

2. **केवल वयस्क** : द्वीपों पर जो अद्यतन प्रवृत्तियाँ उभरी हैं, उनमें से एक यह है कि केवल वयस्क ही वहाँ जाते हैं। रिसॉर्ट्स और होटल विशिष्ट “केवल वयस्क (Adults Only)” पैकेज की पेशकश कर रहे हैं, जहाँ जोड़े और वयस्क, बच्चों से मुक्त होकर, आनन्द ले सकते हैं। इस तरीके की यात्राएँ अब न सिर्फ युवा लोगों और जोड़ों के बीच लोकप्रिय हैं, बल्कि सेवानिवृत्त हो चुके और ऐसे पुराने साथियों के बीच भी लोकप्रिय हैं जो कार्य या व्यवसाय से सेवानिवृत्त होने के बाद साथ-साथ समय बिताना पसन्द करते हैं।
3. **व्यक्तिगत या अकेले ही यात्रा करना** : नए गन्तव्यों पर अकेले जाकर अन्वेषण करने का विचार कुछ लोगों को डरावना लग सकता है, लेकिन अनुसन्धान दर्शाते हैं कि अकेले यात्रा करने से लोकप्रियता लगातार बढ़ती है। अकेले जाकर छुट्टी मनाने की माँग की पूर्ति के लिए अवकाश-कम्पनियाँ अकेले यात्री को आकर्षित करने के लिए अब प्रलोभनों की पेशकश कर रही हैं। इन प्रलोभनों में समर्पित रूप से अकेले यात्रा करके अवकाश बिताने, एक पूरक व्यक्ति को जुटाने तथा जो लोग एक कमरा अकेले ही लेते हैं, उनसे अपेक्षाकृत कम दाम लेने जैसे तरीके शामिल हैं।
4. **साहसिक और क्रीड़ा सम्बन्धी** : पर्यटक किसी विशेष क्रीड़ा के लिए साहसिक और उत्साही हो सकते हैं, इसलिए यह सम्भव है कि वे एक के बाद दूसरी साहसिक यात्रा की तलाश

करते रहें या यह भी सम्भव है कि वे प्रत्येक यात्रा में किसी नयी गतिविधि की खोज करते रहें, जबकि नए पर्यटक गन्तव्यों का अन्वेषण करते हुए देखे जा सकते हैं। साहसिक पर्यटक चरम स्तर तक के साहसी हो सकते हैं और सम्भव है कि वे किसी गतिविधि के अभ्यास के लिए वाणिज्यिक सहायता की खोज ही न कर रहे हों और कठिन दुर्गम स्थानों तक जाने का रास्ता खोज रहे हों। अनेक यात्री ऐसे हैं जो खेलकूद की गतिविधियों और साहसिक क्रीड़ा के मौसम का अनुभव करने के लिए, पूरी धरती पर, नए-नए स्थानों पर जाने का कार्य अपना रहे हों। ओलम्पिक खेलों या खेलकूद की बड़ी प्रतिस्पर्धाओं का अनुभव लेने के लिए यात्रा करने, तथा नदी में राफ्टिंग, डोंगी से चलने (Canoeing), चट्टानों पर चढ़ाई करने आदि साहसिक गतिविधियों को साहस और क्रीड़ा का अनुभव लेने के अभ्यास के रूप में सन्दर्भित किया जा सकता है।

5. दिव्यांग अनुकूल : इस सम्बन्ध में जागरूकता में वृद्धि हो रही है। अनेक दिव्यांग व्यक्ति अपनी छुट्टियों की बुकिंग ऐसे ट्रेवल एजेंट के साथ करना पसन्द करते हैं जो अलग-अलग तरीके की दिव्यांगताओं के बारे में भलीभाँति सजग हो। दिव्यांग अनुकूल गन्तव्यों और होटलों की संख्या में बढ़ोत्तरी के साथ, अब दिव्यांग यात्रीगण दूरदराज के स्थलों तक यात्रा करना भी पसन्द कर रहे हैं। दिव्यांग यात्रियों की सेवा के लिए अनेक राष्ट्रों में कठोर से कठोर नियमों के जरिये बेहतर प्रावधान बनाए गए हैं, जैसे - ऐसे कमरों और स्थलों का अभिकल्पन (डिजाइन) करना, जो सुचारू रूप से उनके संचलन के लिए अनुकूल हों। शौचालयों में हाथ से पकड़कर सहारा देने वाले उपकरणों को लगाने का प्रावधान, व्हील चेयर जैसे चिकित्सकीय उपकरणों के सुचारू रूप से संचलन के लिए रैम्प के निर्माण का प्रावधान आदि इसके उदाहरण हैं।

मनोरंजन उद्यानों और थीम उद्यानों के रूप में, छुट्टियाँ बिताने के लिए बनाए गए, कृत्रिम जगत लगातार महत्वपूर्ण होते जा रहे हैं। ये कृत्रिम जगत उत्तर-आधुनिक छद्म घटनाओं, नकली जगत्तों और अतियथार्थों से निर्मित किए जाते हैं जिसे पर्यटक साहस, मज़े, खेल और प्रतिस्पर्धा के रूप में इस तथ्य के बावजूद भीतर तक ग्रहण करते हैं कि पर्यटक इनकी कृत्रिमता को साफ-साफ देख रहे होते हैं। यह एक ऐसे परिवर्तन का प्रतिनिधित्व करता है जो अपनी व्यवस्थित प्रकृति के कारण उल्लेखनीय है। परिवर्तनशीलता के माध्यम से वैश्विक अभिलक्षण सीमाओं को तोड़ रहे हैं

और इस प्रकार, विशेषीकृत, अनुभव के रूपों और तरीकों की अन्तरपरिवर्तनीयता में निरन्तर वृद्धि के साथ, एक भूमण्डलीकृत व्यवस्था की दिशा में आगे बढ़ रहे हैं।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास 2

1) समर रिट्रीट से आप क्या समझते हैं?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2) पर्यटन में केडीएफ आन्दोलन का योगदान क्या है?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3) युद्धोत्तर काल में देखे गए अवकाशकालीन व्यवहारों पर चर्चा कीजिए।

.....
.....
.....
.....

.....
.....
.....
.....
.....

11.6 सारांश

यद्यपि वर्तमान के पर्यटन के परिप्रेक्ष्य से ऐसा प्रतीत होता है कि प्राचीन काल ने ऐसी यात्राओं को जन्म दिया था जो अपने अभिलक्षणों और सहभागिता करने वाले लोगों की प्रेरणाओं तथा व्यवहारों के बारे में लगभग वैसी ही थीं, जैसी आज की यात्राओं में हुआ करती हैं। प्राचीन यात्रियों के तीन प्रमुख उद्देश्य हुआ करते थे : धर्म, खेलकूद और संस्कृति। इन्हीं उद्देश्यों के लिए वे यात्राएँ किया करते थे, और आधुनिक सन्दर्भों में इन्हें क्रमशः “धार्मिक पर्यटन”, “क्रीड़ा पर्यटन” और “सांस्कृतिक पर्यटन” के रूप में जाना जाता है। प्राचीन पूर्ववर्ती शायद हमेशा इन पर्यटनों को आनन्द के रूप में ही नहीं देखते थे क्योंकि उस समय यात्रा करने के लिए बहुत सारी कठिनाइयाँ उठानी पड़ती थीं और ढेर सारा शारीरिक श्रम करना पड़ता था। यद्यपि यह माना जाता है कि साहसिक पर्यटन का उद्भव हाल-फिलहाल में ही हुआ है, तो भी यह स्पष्ट है कि प्राचीन काल में की गयी यात्राएँ एक वाजिब साहस का प्रतिनिधित्व किया करती थीं, जिसे कुछ यात्रियों ने अवश्य ही बहुत आकर्षक दृष्टि से देखा होगा। बहरहाल, उन दूरस्थ कालों में, जैसाकि आज भी है, ऐसे व्यक्ति अवश्य मौजूद थे जिनके पास बहुत अधिक जिज्ञासाएँ हुआ करती थीं और जो अपने आसपास की दुनिया में तल्लीन होने और उनका अन्वेषण करने के लिए बहुत कठोर प्रयास किया करते थे, वे अपने प्रयासों का निवेश करने और सचमुच गम्भीर जोखिम उठाने के लिए तत्पर रहा करते थे। दोनों विश्व युद्धों के बीच के काल में और युद्धोत्तर काल में यात्रा और पर्यटन की गतिविधियाँ यह दर्शाती हैं कि यात्रा और पर्यटन प्रभावित तो होती रही हैं लेकिन कभी भी खत्म नहीं हुई। नई प्रवृत्तियों और विभिन्न उद्देश्यों का विकास होता रहा।

यात्रा जारी रहेगी किन्तु इसकी प्रेरणा सदैव इसके ऐसे अतीत से और ऐसे प्राचीन तरीकों से मिलती रहेगी, जिन्हें उनके आसपास की दुनिया में घटने वाली घटनाओं ने आकार प्रदान किया होगा।

11.7 अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास के संकेत

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 1

- 1) अनुभाग 11.2.1 देखें और अपने उत्तर की रचना करें।
- 2) अनुभाग 11.3.2 देखें और अपने उत्तर की रचना करें।
- 3) अनुभाग 11.3.6 देखें और अपने उत्तर की रचना करें।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास -2

- 1) अनुभाग 11.4 देखें और अपने उत्तर की रचना करें।
- 2) अनुभाग 11.5 देखें और अपने उत्तर की रचना करें।
- 3) अनुभाग 11.5.1 देखें और अपने उत्तर की रचना करें।

11.8 अतिरिक्त अध्ययन सामग्री

अंग्रेजी पुस्तिका से सीधे ले लिया जाए।

11.9 गतिविधि

कक्षा को न्यूनतम तीन और अधिकतम पाँच लोगों के समूह में विभाजित कीजिए। भव्य भ्रमण (ग्रेण्ड टूर) से सम्बन्धित स्थलों की पहचान कीजिए। इन स्थलों के आकर्षणों, संस्कृति और इतिहास का वर्णन कीजिए। प्रत्येक समूह को इसे कक्षाकक्ष में सबके सामने प्रस्तुत करना चाहिए।

अनुवादक-

श्री प्रांजल धर

कवि और मीडिया विश्लेषक

जी-22, न्यू राजेन्द्र नगर, नई दिल्ली - 110060

मोबा. 9990665881, ईमेल - pranjaldhar@gmail.com

ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

इकाई 12 पर्यटन व्यवसाय का आधार

संरचना

12.0 उद्देश्य

12.1 परिचय

12.2 यात्रा और पर्यटन के प्रति दृष्टिकोण

12.3 पर्यटन के आधार को स्थापित करने वाले कारक

12.4 यात्रा के प्रकार

12.4.1 लम्बी दुलाई

12.5 थॉमस कुक और पैकेज पर्यटन

12.6 जन पर्यटन

12.6.1 जन पर्यटन में तेजी

12.6.2 आधुनिक काल के जन पर्यटन को प्रोत्साहित करने वाले कारक

12.7 आधुनिक पर्यटन के अग्रदूत

12.8 पर्यटन को आकार प्रदान करने में परिवहन की भूमिका

12.8.1 चार्टर उड़ानें

12.8.2 चार्टर रेलगाड़ियाँ

12.8.3 क्रूजेस (Cruises)

12.9 आधुनिक पर्यटन - आला

12.10 सारांश

12.11 अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास के संकेत

12.0 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के पश्चात्, शिक्षार्थी इस योग्य हो जाएँगे कि वे :

- ऐतिहासिक विकासों की पृष्ठभूमि के सम्मुख यात्रा और पर्यटन के प्रति विभिन्न दृष्टिकोणों की व्याख्या कर सकें,
- अनेक वर्षों के बीतने के साथ-साथ यात्रा के विभिन्न प्रकारों पर चर्चा कर सकें,
- आधुनिक पर्यटन के अग्रदूतों और पर्यटन के आधारों के बारे में व्याख्या कर सकें,
- जन पर्यटन में विकास का परीक्षण कर सकें,
- अवकाश पैकेजिंग में थॉमस कुक की भूमिका की जाँच कर सकें; और
- आधुनिक काल के पर्यटन के विस्तार पर ध्यान केन्द्रित करते हुए परिवहन की भूमिका का विश्लेषण कर सकें।

12.1 प्रस्तावना

पर्यटन के इतिहास के संदर्भ में, आधुनिक पर्यटन के सभी विकासों, संरचनाओं और नवाचारों को 19वीं शताब्दी का पहली तिहाई अवधि और 1950 के आसपास प्रस्तुत किया गया था। इसका अपना "प्रारम्भिक चरण" था, जो 1915 तक चला। यह अवधि एक ऐसी व्यापक प्रक्रिया के प्रारम्भ का साक्षी बना, जिसकी विशेषता यह थी कि यात्रा के प्रति मध्यम वर्ग की संस्कृति में एक मूलभूत (प्रोटोटाइप) उद्घाल आया और यात्रा के निर्माण, लोकप्रियकरण और विविधीकरण में इसने अपना योगदान दिया। इसने जन पर्यटन का मार्ग प्रशस्त किया, जिसे अवकाश के समय को बिताने से सम्बन्धित आधुनिक अवधारणाओं के संदर्भ में पहचाना जा सकता है। यह विकास धारावाहिक रूप से आगे बढ़ा और परिवर्तित होती सामाजिक दशाओं और कारकों पर इसका निर्माण हुआ। यह इकाई शिक्षार्थियों का परिचय यात्रा और पर्यटन के विभिन्न दृष्टिकोणों, पैकेज पर्यटन और जन पर्यटन के प्रारम्भ से कराती है, जिनका विकास आगे चलकर आधुनिक पर्यटन के उस रूप में सामने आया, जिन्हें हम आज जानते हैं।

12.2 यात्रा और पर्यटन के प्रति दृष्टिकोण

दृष्टिकोण उस तरीके को संदर्भित करता है, जिस तरीके से कोई स्थिति से निपटता है। इस मामले में, हम जानते हैं कि, अकादमिक अध्ययन के पदों में, पर्यटन एक अंतर-अनुशासनिक विषय है। व्यापार और उद्योग के संदर्भ में, पर्यटन गतिविधियां विमानन, परिवहन, आवास, खाद्य

और पेय पदार्थों आदि जैसे कई अन्य उद्योगों के एक साथ आने के रूप में घटित होती हैं। इसलिए, पर्यटन को समझने के लिए विभिन्न दृष्टिकोणों का अनुसरण किया जा सकता है। यह इस बात पर निर्भर होगा कि अध्ययन का परिप्रेक्ष्य और कारण क्या है। यात्रा और पर्यटन के प्रति विभिन्न दृष्टिकोणों को निम्नलिखित प्रकार से श्रेणीबद्ध किया जा सकता है :

- 1. उत्पाद अनुभव दृष्टिकोण:** गंतव्य स्थल उत्पादों और सेवाओं का एक संयोजन उपलब्ध कराते हैं। इन संसाधनों का उपयोग करके पर्यटक अपने अनुभवों का सृजन करते हैं। उत्पाद दृष्टिकोण में विभिन्न पर्यटक उत्पादों का विश्लेषण शामिल है और यह भी शामिल है कि किस तरह उनका उत्पादन, विपणन और उपभोग किया जाता है। एक मनभावन पर्यटक अनुभव प्रदान करना गंतव्य स्थल की दीर्घकालिक सफलता के लिए महत्वपूर्ण है। यद्यपि अनुभव व्यापक शोध के अधीन हो सकते हैं, लेकिन अलग-अलग लोग अपने अभिप्रेरणों के आधार पर उन्हें अलग-अलग ढंग से देख सकते हैं। पर्यटक-अनुभव पर्यटकों के अनुभवों के सन्दर्भ में एक विशिष्ट रूप से केन्द्रित विश्लेषण उपलब्ध कराता है जो उनकी बढ़ती विविधता और जटिलता को तथा पर्यटकों के लिए उनके महत्व और अर्थ को प्रतिबिम्बित करता है।
- 2. अन्तरविषयी दृष्टिकोण:** इसमें राजनीतिक विज्ञान का दृष्टिकोण भी शामिल होगा क्योंकि यात्रा में सीमाओं को पार करने का कार्य शामिल है तथा पासपोर्ट और वीजा जारी करने के लिए सरकारों से सहायता की भी आवश्यकता होती है और चूँकि अधिकांश देशों में पर्यटन का विकास सरकार द्वारा संचालित विभागों के द्वारा होता है और इसमें राजनीतिक संस्थाएँ शामिल रहा करती हैं।

एक विधिक दृष्टिकोण का भी उपयोग किया जा सकता है क्योंकि पर्यटन उद्योग विधायी निकायों का ध्यान (समाजशास्त्रियों, भूगोलविदों, अर्थशास्त्रियों और मानवविज्ञानियों के ध्यान के साथ-साथ) आकर्षित करता है। इससे ऐसे कानूनों, विनियमों और विधिक वातावरण का सृजन होता है जिसके दायरे में पर्यटक उद्योग को काम करना पड़ता है। परिवहन का महत्व एक प्रासंगिक दृष्टिकोण का सुझाव देता है अर्थात् परिवहन दृष्टिकोण का सुझाव, क्योंकि परिवहन का महत्व अत्यधिक है। पर्यटन व्यापक गतिविधियों का एक उद्योग है, इतना जटिल और इतना बहुमुखी है कि इस

क्षेत्र का अध्ययन करने के लिए बहुत सारे दृष्टिकोणों का होना आवश्यक है। इनमें से प्रत्येक दृष्टिकोण एक अलग काम या उद्देश्य के लिए तैयार किया जाता है।

3. **सामाजिक दृष्टिकोण:** यात्रा और पर्यटन की गतिविधि को एक सामाजिक गतिविधि माना जाता है। यह दृष्टिकोण मेहमानों और मेजबानों दोनों की सामाजिक आदतों और रीति-रिवाजों का विश्लेषण करता है। चूँकि पर्यटन द्वारा समाज के व्यापक प्रभाव को निर्मित करना जारी है, इसलिए इस दृष्टिकोण से पर्यटन और यात्रा गतिविधियों के प्रभाव को समझने में लाभ होगा। व्यवहार विनिमय का प्रयोग पर्यटकों के प्रति अभिवृत्तियों का अनुमान लगाने और व्याख्या करने के लिए किया गया है। इस दृष्टिकोण में इस बात पर भी जोर दिया गया है कि उद्योग में रोजगार, निवास के देश और पर्यटन के प्रति सकारात्मक प्रत्यक्षणों (perceptions) के द्वारा पर्यटन के प्रति सकारात्मक अभिवृत्तियों की भविष्यवाणी की जा सकती है।

4. **भौगोलिक परिघटना का दृष्टिकोण:** पर्यटन एक आर्थिक गतिविधि है जिसे एक गंतव्य स्थल की भौगोलिक और पर्यावरणीय विशेषताओं के माध्यम से विकसित किया जाता है। यह दृष्टिकोण पर्यटन गतिविधियों के संतुलन के साथ पर्यटन के सतत विकास को निर्दिष्ट करता है जो गंतव्य स्थल की वनस्पतियों और जीवों को प्रत्यक्षतः प्रभावित करेगा। पर्यटन के प्रति यह दृष्टिकोण इन चीजों को उभारता है : पर्यटकों की रुचियाँ, पर्यटक स्थल पर स्थानीय लोगों द्वारा सृजित की गयी यात्रियों की गतिशीलताएँ, ऐसे परिवर्तन जो इस मामले में पर्यटन के कारण उत्पन्न होते हैं, जैसे पर्यटन की सुविधाएँ, पर्यटन विकास का फैलाव, भौतिक योजनाएँ आदि। चूँकि पर्यटन का सीधा संबंध प्राकृतिक संसाधनों के दोहन से है, इसलिए यह अनेक गंतव्य स्थलों के भूगोल या जनसांख्यिकी के कई बिंदुओं को स्पर्श करता है।

5. **एक आर्थिक दृष्टिकोण के रूप में:** पर्यटन की गतिविधि आर्थिक उन्नति का एक स्रोत है। आर्थिक दृष्टिकोण पर्यटन के व्यवहार के लिए एक महत्वपूर्ण दृष्टिकोण है क्योंकि अर्थशास्त्र बहुत सारे पर्यटन को संचालित करता है। यह दृष्टिकोण आपूर्ति, माँग, भुगतान संतुलन, विदेशी मुद्रा, रोजगार, व्यय, विकास, गुणकों और अन्य ऐसे आर्थिक कारकों का परीक्षण करता है जो पर्यटन को प्रभावित कर सकते हैं। यह दृष्टिकोण पर्यटन के

विश्लेषण के लिए एक ढाँचा उपलब्ध कराने में तथा देश की अर्थव्यवस्था और आर्थिक विकास में पर्यटन के योगदान का विश्लेषण करने में उपयोगी है।

6. **औद्योगिक दृष्टिकोण:** औद्योगिक या संस्थागत दृष्टिकोण विभिन्न मध्यवर्तियों और संस्थानों पर विचार करता है जो पर्यटन की गतिविधि का निष्पादन और समर्थन करते हैं। यह दृष्टिकोण पर्यटन के प्रोत्साहन और प्रक्रिया में शामिल संगठनों की भूमिका, संचालन के तरीकों, लागतों और आर्थिक व्यवहार्यता से सम्बद्ध समस्याओं की जाँच-पड़ताल करता है। इस दृष्टिकोण में ऐसे विभिन्न टूर ऑपरेटर और ट्रेवल एजेंट शामिल हैं जो पर्यटकों की ओर से या अपने व्यवसायिक हितों के कारण यात्रा कार्यक्रम तैयार करने, टिकट कराने, और एयरलाइनों, रेलवे या होटलों से सेवाएँ खरीदने में शामिल हैं।

12.3 पर्यटन के आधार को स्थापित करने वाले कारक

पर्यटन के आधार को स्थापित करने में सहायता प्रदान करने वाले सबसे महत्वपूर्ण कारक हैं - औद्योगीकरण की उन्नति; जनांकिकीय परिवर्तन; नगरीकरण; परिवहन में क्रांति (रेलवे और जलमार्ग); सामाजिक और श्रम अधिकारों में सुधार; और वास्तविक आय में वृद्धि जिसके कारण उपभोक्ता माँग में वृद्धि होती है।

19वीं शताब्दी के प्रारम्भ से ही, केन्द्रीय यूरोपीय परिवहन प्रणाली के उद्घाटन ने विशाल परिवर्तन उत्पन्न किए, जो वास्तव में "क्रांतिकारी विकास" के पदनाम की हकदार है। इससे पर्यटकों की गतिशीलता में भी उन्नति हुई और नयी प्रवृत्तियाँ भी उत्पन्न हुईं। अल्पावधि के लिए ठहरना और दिन में की जाने वाली यात्राएँ लोकप्रिय हो गईं और परिवहन प्रौद्योगिकी में आधुनिक प्रगति का उपयोग किया गया। भाप की शक्ति से चलना 1812 में स्कॉटलैंड में शुरू हुआ; इसके बाद 1820 में जर्मनी के जलमार्गों पर भाप के जहाजों का निरंतर उपयोग किया जाने लगा। स्विट्जरलैंड ने 1823 में जिनेवा झील पर अपना पहला भाप-संचालित जहाज प्राप्त किया। रेलवे ने भी वृहत्तर गतिशीलता उत्पन्न की। रेलमार्गों के पहले खंड इंग्लैंड में 1825 में, फ्रांस में 1828 में, जर्मनी में 1835 में, स्विट्जरलैंड में 1844/1847 में और इटली में 1839 में खोले गए थे। 1871 में, स्विट्जरलैंड में विट्ज़नाऊ-रिगी रेलवे यूरोप की

पहली पर्वतीय रेलवे थी। परिवहन के नए साधनों ने न केवल परिवहन की वहन क्षमता में वृद्धि की, बल्कि यात्रा करने की लागत भी घटायी। इसके अलावा, “चित्रमालाकृत प्रत्यक्षण (panoramatised perception)” के नए रूप को सामने लाकर, जहाज और रेल यात्रा ने पर्यटकों की दृष्टि के क्षेत्र को व्यापक बनाया।

यह एक और सदी पहले की बात है जब निम्न मध्यम और कामकाजी वर्ग अवकाश पर जा सकता था। सबसे पहले, उन्हें दिन में रेलगाड़ी और जहाज के माध्यम से यात्रा करनी पड़ती थी ताकि कम समय में शहर को पार कर लिया जाए। मध्यवर्गीय पर्यटन के अग्रणी पेशेवर थे : विनिर्माण और व्यापार करने वाले परिवार; राज्य नौकरशाही, स्कूलों और विश्वविद्यालयों में कार्य करने वाले शिक्षित पेशेवर और इनके साथ ही साथ नए ‘स्वतन्त्र (फ्रीलांस) पेशेवर’। इन ‘स्वतन्त्र (फ्रीलांस) पेशेवरों’ में शामिल थे - लेखक, पत्रकार, वकील, कलाकार जो समाज से बाहर पहला कदम बढ़ाने में सक्षम थे। 1860 के दशक से, लोकप्रियकरण के संकेत काफी असाधारण थे। यात्रा लोकप्रिय गतिशीलता और आराम करने की इच्छा का एक रूप बन गयी। बीसवीं सदी के अंत में, पर्यटन दुनिया का सबसे बड़ा एकल उद्योग था। पर्यटन, हालाँकि, न केवल एक आर्थिक और सामाजिक परिघटना है, बल्कि इसे रोजमर्रा के जीवन के विकल्पों के स्वप्न के इर्द-गिर्द केंद्रित अर्थपूर्ण शब्दों में 'ग्रहण' किया जा सकता है। एक सुदीर्घ ऐतिहासिक प्रक्रिया के दौरान उन छवियों का निर्माण किया जाना था और उन्हें कायम रखे जाना था, उनका आविष्कार किया जाना था और उन्हें परिवर्तित किया जाना था, जो छवियाँ आज पर्यटक उत्पादों के लिए विज्ञापनों पर हावी हैं। ऐसा लगता है कि इन विशिष्ट ऐतिहासिक और सांस्कृतिक 'सामग्रियों' के बिना छुट्टियाँ लेने के उल्लेखनीय सामाजिक व्यवहार का विकास न हुआ होता। यहाँ तक कि पर्यटन में शामिल संख्या के मामले में यदि उन्नीसवीं और बीसवीं शताब्दी ने अपना सबसे शानदार विकास देखा, तो भी इसका आधार उस सांस्कृतिक बुनियाद पर टिका है जो आधुनिक काल के प्रारम्भ में सामने आयी। आधुनिक पर्यटन का निर्माण एक दीर्घकालिक प्रक्रिया थी, जिसकी जड़ें ब्रिटेन के सांस्कृतिक और बौद्धिक, आर्थिक और सामाजिक इतिहास में गहराई से निहित थीं।

जिस बात पर जोर दिया गया था वह यह थी कि महज आनन्द लेने के लिए यात्रा करने की बजाय आधुनिक समय के पर्यटन के लिए जमीनी कार्य किया जाए। सामाजिक और राजनीतिक निहितार्थों के साथ यह एक उत्तम व्यवसाय बन गया। चूँकि बाजार, क्षेत्रों और राष्ट्रों से परे खोले गए थे, इसलिए राजनेताओं और राजनयिकों ने दो विभिन्न राष्ट्रों और संस्कृतियों के बीच

शांतिपूर्ण संबंधों और शासन को निर्मित करने के प्रयत्न किए। विनिर्माण कभी-कभी सूचित और शिक्षित श्रमिकों पर अधिक निर्भर हो जाता है और चूँकि विचार और नवाचार गतिशीलता की स्वतन्त्रता और सूचनाओं के आदान-प्रदान पर निर्भर थे, इसलिए दुनिया में अधिक बढ़ी हुई पहुँच और विश्वसनीय कौशलयुक्त पर्यटक का विकास करना एक आवश्यक कार्य था।

यह सत्य है कि रेलवे को पर्यटन के प्रोत्साहन के लिए नहीं बनाया गया था। हालाँकि, 19वीं शताब्दी के मध्य से, पर्यटन ने अपने उद्देश्यों के लिए रेल परिवहन की सुविधा को नियोजित किया। इसलिए रेलवे को आधुनिक जन पर्यटन के जन्म के सन्दर्भ में दाईं माना जाता है। किसी को अभी भी यह ध्यान में रखना चाहिए कि पर्यटनमूलक यात्रा जनसंख्या के विशेषाधिकारप्राप्त भागों के संरक्षण के लिए कायम रही।

12.4 यात्रा के प्रकार

यात्रा के सन्दर्भ में पूर्वाग्रह का अस्तित्व प्रारम्भिक दिनों में से ही था क्योंकि मुख्यतः पुरुष ही थे, जो यात्रा किया करते थे। अधिकांश भाग के लिए, महिलाओं से यह उम्मीद की जाती थी कि वे घर पर रहेंगी और बच्चों की देखभाल करेंगी। निश्चय ही, अन्य लोग भी थे जिन्हें अफ्रीकी अमेरिकी गुलामों की तरह दुनिया के कई हिस्सों में यात्रा करने की अनुमति नहीं थी। उन्हें बिना अनुमति के या अपने आकाओं की संगत के बिना यात्रा करने की अनुमति नहीं थी और यदि उन्हें उनके आकाओं द्वारा हस्ताक्षरित लिखित पास (दस्तावेज) के बिना पकड़ा जाता था, तो उन्हें भगोड़ा मान लिया जाता था। ये तो ऐसे पूर्वाग्रहों के केवल कुछ उदाहरण भर हैं, जो विद्यमान थे, और इनमें से कुछ का अस्तित्व आज भी है। फिर भी लोगों ने यात्राएँ कीं और विभिन्न प्रयोजनों के लिए कीं। यात्रा के उद्देश्य के आधार पर, यात्रा के प्रमुख प्रकारों को नीचे दिए गए विवरण के अनुसार परिभाषित किया जा सकता है :

1. व्यापार

रोमन यात्रियों को काफी हद तक संचार में सुधार, प्रथम श्रेणी की सड़कों और सरायों (आधुनिक होटलों के अग्रदूतों) के रूप में बहुत सुविधाएँ मिलीं और परिवहन के साधन के रूप में इन्हें घोड़ों की सहायता प्राप्त हुई।

2. तीर्थाटन

बीमारी या बड़े खतरे की स्थिति में किसी प्रतिज्ञा को या पापों के शमन के रूप में किसी व्रत पूरा करने के लिए तीर्थ बनाए गए थे। सन् 1388 के प्रारम्भ में अंग्रेजी तीर्थयात्रियों के लिए परमिट प्राप्त करना और उस परमिट को साथ लेकर चलना आवश्यक था। यहाँ तक, कि आज भी विभिन्न धर्मों के लोग विभिन्न धार्मिक स्थलों की यात्राएँ करते हैं, जैसे - मक्का जाने वाले भारत के मुसलमान, और पवित्र धार्मिक स्थलों को जाने वाले हिन्दू।

3. युद्ध

युद्ध के समय के दौरान आपूर्तिकारक सामग्रियों, हथियारों और सैनिकों का परिवहन समुद्र और स्थलीय मार्गों के माध्यम से किया जाता था। पर्वतीय क्षेत्रों के दर्रों के माध्यम से भी ऐसी यात्राएँ सम्पन्न की गईं। इन दर्रों के माध्यम से किए जाने वाले आक्रमणों के ऐतिहासिक अभिलेख बाकायदा दर्ज हैं। उदाहरण के लिए, तुर्कों, मंगोलों और अफगानियों ने भारत के उत्तर में पहाड़ी दर्रों के माध्यम से यात्राएँ की थीं।

4. आधुनिक काल की यात्राएँ

आज, यात्राओं के प्रकार समाज की सदैव परिवर्तित होती आवश्यकताओं के साथ बहुगुणित रूप में विकसित हुई है। परिणामतः, अनेक अलग-अलग और विविध यात्राएँ प्रारम्भ हुई हैं, जैसे :

i). **स्वास्थ्य के लिए यात्रा:** स्वास्थ्य के लिए यात्रा स्वास्थ्य पर्यटन के रूप में विकसित हुई है। यह लम्बे समय से अस्तित्व में थी, किन्तु यह केवल 18वीं शताब्दी ही है, जिसके दौरान इसने महत्व हासिल किया। इंग्लैंड में यह स्पा (Spas) के साथ जुड़ी हुई थी, शायद इसलिए, क्योंकि यह माना जाता था कि गठिया से लेकर यकृत के विकारों और दमा तक के उपचार के लिए ये यात्राएँ स्वास्थ्यवर्द्धक खनिजयुक्त जल प्रदान करती हैं। 'स्पा' शब्द वालोनी बोली के शब्द "एस्पा (Espa)" से आती है, जिसका अर्थ झरना होता है।

ii). **शिक्षा के लिए यात्रा** - दुनिया भर के शिक्षा केंद्रों ने भीड़ों और विद्वानों को आकर्षित किया है। यहाँ तक, कि प्राचीन भारत के नालन्दा और तक्षशिला विश्वविद्यालयों ने सम्पूर्ण विश्व के प्रसिद्ध विद्वानों और शोधकर्ताओं को आकर्षित किया। इस तरह के स्थानों की खोज कवि, मूर्तिकार और ललित कलाओं के अन्य विद्वान किया करते थे। आधुनिक समय में, अमेरिका, कनाडा, ब्रिटेन और ऑस्ट्रेलिया सबसे लोकप्रिय शैक्षिक स्थलों में से हैं।

- iii). **वाणिज्यिक हितों के लिए यात्रा:** प्राचीन काल का व्यापार आज की वाणिज्यिक गतिविधियों के लिए एक अग्रदूत की तरह है, जिसमें प्रौद्योगिकी के आदान-प्रदान, कच्चे माल के हस्तांतरण और व्यापार मेलों के माध्यम से संस्कृति को प्रोत्साहित करने जैसे विनिमय कार्यक्रमों की विस्तृत श्रृंखला शामिल है।
- iv). **साहस और खेल के लिए यात्रा:** युद्धों में निशानेबाजी हमेशा मनुष्यों के लिए रोमांचक रही है, और आज भी यह खेलों में परिलक्षित होती है। अनेक अंतरराष्ट्रीय कार्यक्रमों का आयोजन किया जाता है और इन घटनाओं को देखने के लिए गंतव्य स्थलों पर लोगों की भीड़ उमड़ती है। उदाहरण के लिए, ओलम्पिक खेल, एशियाड खेल, अंतरराष्ट्रीय टूर्नामेंट और मैच विशाल भीड़ को आकर्षित करते हैं। कैनोइंग, राफ्टिंग, पर्वतारोहण, पर्वतीय चट्टानों पर चढ़ाई के विभिन्न खेलों समेत जल से जुड़े खेलों के रोमांच का आनंद लेने के लिए लोग दूर-दूर से यात्राएँ करके आते हैं।

12.4.1 लम्बी दूरी की यात्राएँ

लम्बी दौड़ बहुत लम्बी यात्रा के दौरान तय की गयी दूरी को संदर्भित करती है। यह आम तौर पर उन उड़ानों को संदर्भित करती है जो 12 घंटे या उससे अधिक की होती हैं। इसे अंतरराष्ट्रीय यात्रा पर विश्व युद्धों का अविश्वसनीय प्रभाव कहा जा सकता है। इसके बाद जिस नई दुनिया का विकास तेजी से जारी रहा, इस सन्दर्भ में ब्रिटिश और आयरिश लोगों की बड़ी संख्या विदेशों में बेहतर जीवन की खोज करने लगी। यह दावा किया जाता है कि यात्रा की दर 1900 के दशक में तेजी से आगे बढ़ती रही, जब तक वह 1913 में चरम पर नहीं पहुँच गयी। इसके बाद वाले वर्ष में विश्वयुद्ध के प्रारम्भ के साथ ही इस प्रवृत्ति का नाटकीय रूप से उलटना शुरू हो गया। सन् 1916 तक ब्रिटिश और आयरिश बंदरगाहों से प्रस्थान करने वाले यात्रियों की संख्या में छह गुने की कमी आई और आगे के वर्षों में भी यही क्रम जारी रहा।

युद्ध के प्रयासों में अपनी भूमिकाएँ निभाने के लिए विमानसेवाओं को अच्छी तरह तैयार किया गया था। उनकी युद्धकालिक गतिशीलता के लिए योजनाओं का मसौदा उद्योग के एयर ट्रांसपोर्ट एसोसिएशन के एडगर गोरेल द्वारा सन् 1937 में तैयार किया गया था। जब अमेरिका ने चार साल बाद द्वितीय विश्वयुद्ध में प्रवेश किया तो इस योजना को सुचारू रूप से लागू कर दिया

गया और एयरलाइंस ने तुरंत सेना के साथ मिलकर काम करना शुरू कर दिया। देश भर में और दुनिया भर में विमान, कार्गो और कर्मियों के परिवहन के समन्वय के लिए 1942 में हवाई परिवहन कमान (एटीसी) का गठन किया गया। द्वितीय विश्व युद्ध के समापन तक हवाई यात्रा पुनः स्थापित हो गयी और इसी प्रकार लम्बी दूरी की यात्राएँ भी स्थापित हो गयीं ताकि व्यापार, राजनय और अवकाश के क्षेत्रों का विस्तार किया जा सके।

1950 के दशक के अंत तक, अमेरिका की विमानसेवाएँ यात्रा करने वाली जनता के लिए नई गति, आराम, और दक्षता के एक नये स्तर को सामने लेकर आ रही थीं। लेकिन उड़ान ज्यों ही आम बात हो गई और जेट विमान, पिस्टन इंजन एयरलाइनों का स्थान लेने लगे, हवाई यात्रा का अनुभव बदलने लगा। यात्रियों के ट्रैफिक में लगातार वृद्धि के साथ, व्यक्तिगत सेवा का स्तर घट गया। हवाई यात्रा में रोमांच की जगह तनाव शुरू हो गए। हवा में उड़ना अब कोई कुलीनता या कोई साहस नहीं रह गया था, अब यह एक आवश्यकता बनती चली जा रही थी।

12.5 थामस कुक और पैकेज पर्यटन

पैकेज पर्यटन किसी समय में बड़ी मात्रा में लोगों के साथ अवकाश के दौरान किसी गंतव्य स्थल की यात्रा करने का कार्य है। पैकेज पर्यटन का विकास प्रौद्योगिकी, परिवहन और इंटरनेट के विकास और सुधारों के समानान्तर हुआ है, जिससे संचार तीव्र और आसान हो जाता है। यह पर्यटक को अनुसंधान करने, पता लगाने और बुकिंग करने और यहाँ तक कि ऑनलाइन अपनी छुट्टियों के लिए भुगतान पाने की अनुमति देता है। इस प्रकार यह जन पर्यटन के उदय में योगदान देता है। इसके अतिरिक्त, परिवहन उद्योग में प्रौद्योगिकी में उन्नति भी बड़ी संख्या में लोगों के परिवहन में इस प्रकार सहायता करती है कि वे बहुत कम समय में ही अपनी फुर्सत में पसन्द आने वाले स्थानों की यात्रा कर सकें ताकि लोगों की अधिकाधिक संख्या फुर्सत के समय का आनन्द लेना प्रारम्भ कर सकें।

पश्चिमी दुनिया में पैकेज पर्यटन के विकास को समाज के आर्थिक विकास से जोड़ दिया गया था और यह तथ्य है कि ऐसा इसलिए किया गया था ताकि पर्यटन बाजार के अंदर अधिक शक्तिशाली मध्यम और निम्न वर्ग का समावेश किया जा सके। 1840 के दशक का एक नवाचार यह था कि लोग संगठित समूहों के रूप में, एक समावेशी मूल्य अदा करके,

अवकाश मनाने जाने लगे थे और इससे यात्रियों की लागत भी बहुत कम आया करती थी। इंग्लैंड के एक प्रतिभाशाली उद्यमी थॉमस कुक (1808-1892) को ट्रेवल एजेंसी थॉमस कुक के आविष्कारक के रूप में देखा जाता है और इस तरह उन्हें वाणिज्यिक जन पर्यटन के अग्रणी के रूप में माना जाता है।

थॉमस कुक के मन में भ्रमण की पेशकश करने का विचार तब आया जब वे टेम्पेरेंस सोसायटी की एक बैठक में हिस्सा लेने हार्बरो बाजार से लीसेस्टर जा रहे थे। स्पष्ट सामाजिक-राजनीतिक इरादों से प्रेरित कुक की इच्छा थी कि श्रमिक लोग शहरों के कष्ट और शराबखोरी से दूर जाकर रविवारीय यात्रा का उपयोग ग्रामीण इलाकों की हरियाली के बीच करें। मध्यम वर्ग के लिए कम खर्चीली सर्वसमावेशी छुट्टियों को लेकर कुक बहुत सफल रहा, प्रायः ये छुट्टियाँ विदेशों में बितायी जाती थीं। उनके द्वारा बनाये गए होटलों के वाउचरों और पर्यटकों की विवरणिकाएँ (ब्रोशर्स) उच्चस्तरीय नवाचार के उदाहरणों की तरह थीं। राज्य के प्रमुखों और राजकुमारों से लेकर मध्यम, निम्न मध्यम और कामकाजी वर्गों के औसत प्रतिनिधियों तक इन्होंने मिश्रित ग्राहकों की आवश्यकताओं को पूरा किया। 05 जुलाई 1841 को थॉमस कुक के पहले भ्रमण पर लगभग 500 लोग उसके साथ थे, जिनमें से प्रत्येक ने लीसेस्टर कैम्बेल स्ट्रीट रेलवे स्टेशन से लफबरो (Loughborough) तक की, रेलयात्रा के जरिये, वापसी के लिए एक शिलिंग का भुगतान किया था। सन् 1851 में उन्होंने लन्दन में महान प्रदर्शनी की यात्रा करने के लिए 1,50,000 लोगों की व्यवस्था की थी। चार साल बाद उन्होंने बेल्जियम, जर्मनी, फ्रांस और पेरिस की अंतरराष्ट्रीय यात्रा के लिए योजना बनाई थी।

थॉमस कुक पर्यटन प्रणाली की स्थापना के लिए एक अग्रणी थे और इस तरह बड़े पैमाने पर उन्होंने पर्यटन को संभव बनाया। उन्होंने परिपत्र टिकटों की पेशकश की जिसका उपयोग लगभग सभी इतालवी ट्रेनों में किया जा सकता था। इन टिकटों ने पूर्व निर्धारित मार्गों के साथ ट्रेन से यात्रा करने की अनुमति प्रदान की। इन परिपत्र टिकटों के पूरक के रूप में उन्होंने होटल कूपनों की एक श्रृंखला का अभिकल्पन (डिज़ाइन) तैयार किया। इन कूपनों का, भोजन करने के लिए, आदान-प्रदान किया जा सकता था और निर्धारित आवासों पर इन कूपनों के माध्यम से ठहरा जा सकता था। कुक द्वारा प्रस्तुत किए गए परिपत्र नोटों और पर्यटन विशिष्ट मुद्रा ने इटली के भीतर आसान और प्रभावी यात्राओं को सुगम बनाया। ऐसा करके कुक ने बढ़ती इतालवी अर्थव्यवस्था को न केवल पर्यटन से हासिल राजस्व को बढ़ाकर बल प्रदान किया, बल्कि इतालवी मुद्रा-लीरा के प्रचलन में भी सहायता की।

थॉमस कुक ने 1865 में लन्दन के फ्लीट स्ट्रीट में व्यापार परिसर का अधिग्रहण किया। इस स्थान पर एक दुकान भी थी जहाँ आवश्यक यात्रा सामान, मार्गनिर्देशक पुस्तिकाओं और यात्रा की अन्य आवश्यकताओं को बेचा जाता था। सन् 1872 में उन्होंने अपने पुत्र जॉन मेसन एंड्रयू कुक के साथ साझेदारी बनाई और ट्रेवल एजेंसी का नाम बदलकर थॉमस कुक एंड सन रख दिया। थॉमस कुक और उनकी पत्नी अपने कार्यालय के ऊपर एक छोटा-सा संयमयुक्त होटल भी चलाते थे। 1868 में होटल कूपनों के प्रस्तुतीकरण के साथ व्यवसाय का मॉडल पुनःपरिभाषित हो गया। ये कूपन या तो होटल में ठहरने के लिए मान्य थे या भोजन के लिए इनका आदान-प्रदान किया जा सकता था।

19वीं सदी की ओर, कार्य के सप्ताहों में कमी आई, और इसके कारण मनोरंजन के लिए और भी अधिक समय का मिलना सम्भव हो सका। औद्योगिक क्रांति ने आम लोगों के लिए अवकाश की सुविधा प्रदान की क्योंकि यह प्रौद्योगिकी और मुख्य रूप से रेलवे में सुधार के साथ सामने आयी थी, जिसके कारण अब आम लोग समुद्र के किनारे रिसॉर्ट्स और प्रमुख शहरों की यात्रा कर सकते थे। क्रांति द्वारा प्रदान की जाने वाली सुविधाओं के साथ-साथ स्थानीय अधिकारियों ने भी जन पर्यटन के विकास में प्रमुख भूमिका निभाई। औद्योगिक क्रांति के पश्चात् प्रौद्योगिकी और यात्रा में उन्नति के कारण लोगों का आना-जाना सुगम हो गया क्योंकि रेल सेवाओं में सुधार हो गया था और बाद में, द्वितीय विश्व युद्ध के पश्चात् मोटर कार और हवाई जहाज की सेवाओं में भी सुधार हो गया था। प्रौद्योगिकी और परिवहन में प्रगति ने जनता को बहुत अधिक यात्रा करने की सुविधा प्रदान की, इसलिए गंतव्य स्थलों के लिए यह आवश्यक था कि वे लोगों की एक बड़ी संख्या को सेवाएँ प्रदान करें। इसके कारण ऐसे उत्पादों का वृहद-स्तरीय उत्पादन और वृहद-स्तरीय उपभोग किया जाने लगा, जो प्रत्येक व्यक्ति की आवश्यकता के लिए उपयुक्त थे। अंततः भारी अवैतनिक ऋण के कारण "थॉमस कुक" कंपनी सितंबर 2019 में दिवालिया हो गयी।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास 1

1. यात्रा और पर्यटन के प्रति दृष्टिकोणों की व्याख्या कीजिए।

.....

.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. लम्बी दुलाई या लम्बी दूरी वाली यात्राएँ क्या हैं?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. पर्यटन के प्रति थॉमस कुक का योगदान क्या है?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

12.6 जन पर्यटन

जन पर्यटन किसी समय में बड़ी मात्रा में लोगों के साथ अवकाश के दौरान किसी गंतव्य स्थल की यात्रा करने का कार्य है। जन पर्यटन का विकास प्रौद्योगिकी, परिवहन और इंटरनेट के

विकास और सुधारों के समानान्तर हुआ है, जिससे संचार तीव्र और आसान हो जाता है। यह पर्यटक को अनुसंधान करने, पता लगाने और बुकिंग करने और यहाँ तक कि ऑनलाइन अपनी छुट्टियों के लिए भुगतान पाने की अनुमति देता है। इस प्रकार यह जन पर्यटन के उदय में योगदान देता है। इसके अतिरिक्त, परिवहन उद्योग में प्रौद्योगिकी में उन्नति भी बड़ी संख्या में लोगों के परिवहन में इस प्रकार सहायता करती है कि वे बहुत कम समय में ही अपनी फुर्सत में पसन्द आने वाले स्थानों की यात्रा कर सकें ताकि लोगों की अधिकाधिक संख्या फुर्सत के समय का आनन्द लेना प्रारम्भ कर सकें।

पश्चिमी दुनिया में जन पर्यटन के विकास को समाज के आर्थिक विकास से जोड़ दिया गया था और यह तथ्य है कि ऐसा इसलिए किया गया था ताकि पर्यटन बाजार के अंदर अधिक शक्तिशाली मध्यम और निम्न वर्ग का समावेश किया जा सके। 1840 के दशक का एक नवाचार यह था कि लोग संगठित समूहों के रूप में, एक समावेशी मूल्य अदा करके, अवकाश मनाने जाने लगे थे और इससे यात्रियों की लागत भी बहुत कम आया करती थी। इंग्लैंड के एक प्रतिभाशाली उद्यमी थॉमस कुक (1808-1892) को ट्रेवल एजेंसी थॉमस कुक के आविष्कारक के रूप में देखा जाता है और इस तरह उन्हें वाणिज्यिक जन पर्यटन के अग्रणी के रूप में माना जाता है।

19वीं सदी की ओर, कार्य के सप्ताहों में कमी आई, और इसके कारण मनोरंजन के लिए और भी अधिक समय का मिलना सम्भव हो सका। औद्योगिक क्रांति ने आम लोगों के लिए अवकाश की सुविधा प्रदान की क्योंकि यह प्रौद्योगिकी और मुख्य रूप से रेलवे में सुधार के साथ सामने आयी थी, जिसके कारण अब आम लोग समुद्र के किनारे रिसॉर्ट्स और प्रमुख शहरों की यात्रा कर सकते थे। क्रांति द्वारा प्रदान की जाने वाली सुविधाओं के साथ-साथ स्थानीय अधिकारियों ने भी जन पर्यटन के विकास में प्रमुख भूमिका निभाई। औद्योगिक क्रांति के पश्चात् प्रौद्योगिकी और यात्रा में उन्नति के कारण लोगों का आना-जाना सुगम हो गया क्योंकि रेल सेवाओं में सुधार हो गया था और बाद में, द्वितीय विश्व युद्ध के पश्चात् मोटर कार और हवाई जहाज की सेवाओं में भी सुधार हो गया था। प्रौद्योगिकी और परिवहन में प्रगति ने जनता को बहुत अधिक यात्रा करने की सुविधा प्रदान की, इसलिए गंतव्य स्थलों के लिए यह आवश्यक था कि वे लोगों की एक बड़ी संख्या को सेवाएँ प्रदान करें। इसके कारण ऐसे उत्पादों का वृहद-स्तरीय उत्पादन और वृहद-स्तरीय उपभोग किया जाने लगा, जो प्रत्येक व्यक्ति की आवश्यकता के लिए उपयुक्त थे।

यह विस्तार बाहरी कारकों पर आधारित रहा है; जैसे, भुगतान की छुट्टियों का सामान्यीकरण, जीवन स्तर में बढ़ता स्तर और हवाई यात्रा में वृद्धि जैसे परिवहन के साधनों में तेजी से सुधार। खाली समय के जीवनपर्यन्त वितरण का भी जन पर्यटन पर एक महत्वपूर्ण प्रभाव रहा है। जनसंख्या की वृद्धावस्था और सौंपने योग्य आय वाले सक्रिय समूहों के विकास ने पर्यटन की माँग को और बढ़ा दिया है।

- सम्पोषणीय समृद्धि और इसके परिणामस्वरूप लोगों की आय में वृद्धि
- भुगतानयुक्त खाली समय में वृद्धि
- शैक्षिक मानकों में वृद्धि
- परिवार के आकार में कमी
- अच्छी संचार प्रणाली का विकास
- ट्रेवल एजेंटों का विकास
- एक औद्योगिक समाज में कार्य-जीवन में एकरसता
- लोकप्रिय पर्यटक स्थलों की पहचान

12.7 आधुनिक पर्यटन के अग्रदूत

पर्यटन का प्रमुख विस्तार बीसवीं शताब्दी के दूसरे हिस्से में हुआ, विशेष रूप से 1970 के दशक के बाद से। इसके साथ ही लोकप्रिय स्थलों के लिए जन पर्यटन का उद्भव हुआ। बीसवीं शताब्दी में, पूर्व के किसी भी समय की तुलना में कहीं अधिक लोग दुनिया भर में घूम रहे थे तथा दूरदराज के स्थलों तक जाने के लिए रेलगाड़ियों में और हवाई जहाजों में यात्राओं का अनुभव प्राप्त कर रहे थे। इससे आश्चर्य के एक नवीन अर्थ को बल मिला। आधुनिक पर्यटन उद्योग के लिए मार्ग प्रशस्त करने वाले महत्वपूर्ण ऐतिहासिक अग्रदूतों में शामिल हैं:

1. **परिवहन में प्रमुख तकनीकी नवाचार:** परिवहन पर्यटन उद्योग का एक अभिन्न हिस्सा रहा है और ऐतिहासिक रूप से दुनिया भर में विभिन्न स्थानों से जुड़ा हुआ है। परिवहन और वाहनों के प्रौद्योगिकीय विकास ने पर्यटन के विकास को बढ़ावा दिया है। आधुनिक पर्यटन ने समुद्री मार्गों, रेलवे और वायुमार्ग सेवाओं की अच्छी तरह से स्थापित किया है। कम

विकसित अर्थव्यवस्थाएँ परिपक्व होने और विस्तार करने की तरफ अग्रसर हैं। ऐसा या तो बाजार के खिंचाव की प्रतिक्रिया में या फिर विकास को प्रेरित करने के लिए किए गए निवेशों के परिणामों के रूप में हो रहा है।

2. **पर्यटक सेवाओं की मांग:** सेवा प्रदाताओं के प्रचलन ने निर्देशित और पैकेज पर्यटन को बढ़ावा दिया, ताकि पर्यटन उद्योग में व्यवसाय को उपलब्ध कराया जा सके। 19 वीं शताब्दी में, अनोखे स्थलों के वर्णनों के कारण, यात्रा-मार्गनिर्देशिकाओं के प्रादुर्भाव और टूर पैकेजों के प्रोत्साहन के साथ आधुनिक गाइडबुक का उद्भव हुआ।
3. **आर्थिक और सामाजिक परिवर्तन:** पर्यटन के विकास के सन्दर्भ में आर्थिक और सांस्कृतिक प्रभाव की मात्रा को निर्धारित करना आसान था। बेहतर डिस्पोजेबल (सौंपने योग्य) आय वाले लोगों और व्यवसायों ने मनोरंजन, छुट्टी या व्यापार और वाणिज्य के वृहत्तर उद्देश्य के लिए नए गंतव्य स्थलों की यात्रा करने की खोज शुरू की। धर्मनिरपेक्षीकरण (सेकुलराइजेशन) और शाही विजय दुनिया के प्रति एक विस्तृत दृष्टिकोण की तरफ ले गयी तथा दूरदराज की भूमियों और लोगों में रुचि की बढ़ोत्तरी हुई। डिस्पोजेबल आय बढ़ने के साथ समृद्ध मध्यम वर्ग इसमें सक्षम बना कि वह यात्रा का खर्च वहन कर सके। आधुनिक जीवन के तनाव आराम और मनोरंजन की माँग उत्पन्न करते हैं जो अंततः आधुनिक पर्यटन उद्योग के अग्रदूत बन जाते हैं। औद्योगिक क्रांति के बाद हुए आर्थिक और सामाजिक बदलाव प्रदूषण और शहरीकरण में परिवर्तित हो गए हैं, जिसके कारण आधुनिक जीवन के तनाव उत्पन्न हुए हैं। निजी क्षेत्र के उद्भव ने अर्थव्यवस्थाओं को तेजी प्रदान की और अपने कर्मचारियों को फिर से जीवंत करने के लिए सामाजिक लाभ और भुगतान अवकाश की पेशकश की।
4. **औद्योगिक क्रांति:** 18वीं शताब्दी की औद्योगिक क्रांति ने यात्रा के विकास का प्रारम्भ किया। सुलभ खनिज संसाधनों की बहुतायत ने 19वीं शताब्दी के मध्य में वाणिज्य और व्यापार के विस्तार को प्रेरित किया। औद्योगिक क्रांति ने अंतरराष्ट्रीय शिपिंग लाइनों के विकास का मार्ग प्रशस्त किया जिससे पूरे महाद्वीपों में भारी कार्गो और कच्चे माल को ले जाने में सहायता प्राप्त हुई। इसने रेलवे के एक विशाल नेटवर्क के प्रसार का भी समर्थन किया।

5. **अंतर्राष्ट्रीय संचार नेटवर्क का निर्माण:** संचार प्रौद्योगिकी के लिए पहली कड़ी स्थापित करने के लिए 1850 के दशक में पहला संचार केबल रखा गया था। 1860 और 1870 के दशक के दौरान, ब्रिटिश लोगों ने पूरब की ओर, भूमध्य सागर और हिंद महासागर में, केबल के माध्यम से नेटवर्किंग का विस्तार किया। 1870 में ब्रिटिश लोगों ने नेटवर्किंग प्रणाली के माध्यम से बम्बई को लन्दन से जोड़ा। केबल नेटवर्क के परवर्ती प्रौद्योगिकीय विकास ने दूरसंचार और डेटा नेटवर्क के प्रारम्भ के लिए मार्ग प्रशस्त किया। आज का इंटरनेट वर्ष 1983 में शुरू किए गए डेटा नेटवर्क की उन्नति का परिणाम था, जो 1990 में संज्ञान लेने योग्य बन गया।

6. **होटल और सहायक बुनियादी ढांचे का विकास:** जब ब्रिटेन में पहली सड़कें बनाई गई थीं, तो व्यापारी और अन्य धनी यात्री देश के विभिन्न हिस्सों की यात्रा करते थे। उनकी यात्रा के आश्रय बिंदुओं पर, सड़कों के किनारे स्थित मधुशालाओं में खाने-पीने की व्यवस्था हुआ करती थी। देश भर में बिखरे बड़े जागीरदारों (मेनरों) के घरों ने यात्रियों को सेवाएँ प्रदान कीं। सन् 1550 से ही, आवास व्यवस्था के परिसरों के विषय में कानूनों का अस्तित्व रहा है। 1750 से 1825 तक अंग्रेजों की सरायों ने दुनिया में पहली सरायें होने की प्रतिष्ठा प्राप्त की और 1780 से 1825 के दौरान ये सरायें अपने विकास के चरम पर पहुँच गईं। उन्नीसवीं शताब्दी के प्रारंभिक भाग में रेलवे प्रणाली के विकास के परिणामस्वरूप सराय और मधुशाला के उपयोग में गिरावट आई। 1800 तक संयुक्त राज्य अमेरिका यह मान रहा था कि वह आधुनिक आवास उद्योग के विकास का नेतृत्व कर रहा है। अमेरिकियों की व्यापक यात्रा की आदत ने अमेरिका और विदेशों में होटल उद्योग के जबरदस्त विकास में मदद की। 1990 के मध्य में विश्व युद्ध के बाद पर्यटन की सहायक और पूरक सुविधाओं के विकास का प्रारम्भ किया गया था। इसमें मुख्य रूप से सड़कें, रेलवे, हवाई अड्डे शामिल थे, जो पर्यटकों के लिए पर्यटन स्थल को सुलभ बनाते हैं। इसके अलावा, बुनियादी ढाँचे में स्वास्थ्य देखभाल प्रणाली, सेवाएँ और सार्वजनिक सेवाएँ शामिल हैं।

7. **वाणिज्यिक विमानन का प्रारम्भ:** पहली अनुसूचित हवाई सेवा 01 जनवरी, 1914 को फ्लोरिडा में शुरू हुई। लेकिन आम जनता को सुविधा प्रदान करने वाला वाणिज्यिक विमानन बहुत धीमी गति से आगे बढ़ रहा था। आम जनता के अधिकांश लोग नई

उड़ान मशीनों में सवारी करने से डर रहे थे। विमान डिजाइन में प्रगतियाँ भी धीमी थीं। हालाँकि, प्रथम विश्व युद्ध के आगमन के साथ, विमान के सैन्य मूल्य का जल्दी से संज्ञान लिया गया और अटलांटिक के दोनों ओर की सरकारों की विमानों के प्रति बढ़ती माँग को पूरा करने के लिए उत्पादन में काफी वृद्धि हुई। सबसे महत्वपूर्ण तो यह था कि अधिक शक्तिशाली मोटरों का विकास किया गया, जिसके कारण विमान 130 मील प्रति घंटे तक की गति तक पहुँच सके, जो युद्ध-पूर्व विमानों की गति से दुगुना अधिक है। बढ़ी हुई शक्ति ने बड़े विमानों को भी संभव बनाया। ग्रेट ब्रिटेन और फ्रांस जैसे कुछ यूरोपीय देशों ने इंग्लिश चैनल पर हवाई सेवा शुरू करके वाणिज्यीय विमानन का पोषण किया। हालाँकि, संयुक्त राज्य अमेरिका में ऐसा कुछ भी नहीं हुआ क्योंकि वहाँ प्रमुख नगरों के बीच ऐसी कोई प्राकृतिक बाधाएँ नहीं मौजूद थीं और वहाँ रेलमार्ग के जरिये लोग लगभग हवाई जहाज की रफ्तार से यात्रा कर सकते थे और वह भी बहुत आराम के साथ। वहाँ 1930 के दशक में विमानों में उल्लेखनीय सुधार किए गए और बहुत सारे लोगों का मानना है कि यह विमानन इतिहास में सबसे नवाचारी अवधि थी। 15 अक्टूबर 1932 को जे.आर.डी. टाटा मेल की एक खेप को कराची से जुहू हवाई अड्डे तक ले गए, यह वही विमानसेवा थी जो बाद में एयर इंडिया बन गयी। हाल ही में, निजी विमानसेवाओं का एक मेजबान सक्रिय है और पर्यटन गतिविधियों को सुविधाजनक बनाने तथा उनका प्रोत्साहन करने के लिए सक्रिय रूप से कार्य कर रहा है।

12.8 पर्यटन को आकार प्रदान करने में परिवहन की भूमिका

पर्यटन को ध्यान में रखे बिना, परिवहन पर चर्चा की जा सकती है, लेकिन समर्पित परिवहन सेवाओं के बिना पर्यटन नहीं पनप सकता। परिवहन पर्यटन उद्योग का एक अभिन्न हिस्सा है। यह काफी हद तक परिवहन में सुधार के कारण है कि पर्यटन का विस्तार हुआ है। उड़ान के प्रादुर्भाव के कारण विश्व सिकुड़ गया है, और मोटर वाहन ने यह संभव बना दिया है कि किसी भी जगह की यात्रा कर ली जाए। पर्यटन में परिवहन को बहुधा पर्यटन प्रणाली के एक ऐसे हिस्से के रूप में ही देखा जाता है, जिसके पास पर्यटकों को गन्तव्य स्थलों तक ले जाने

और उस स्थल के इर्द-गिर्द भ्रमण कराने तथा यात्रा पूर्ण होने के पश्चात् इस गन्तव्य स्थल को छोड़ देने का कार्यभार होता है। किसी पर्यटन स्थल की परिवहन प्रणाली पर्यटन अनुभव पर प्रभाव डालती है जो बताती है कि लोग कैसे यात्रा करते हैं और वे अवकाश, गंतव्य स्थल और परिवहन के विभिन्न रूपों का चयन क्यों करते हैं। पर्यटन स्थलों तक पहुँच स्थल की प्रकृति, बुनियादी ढाँचे की स्थिति और सार्वजनिक परिवहन प्रणाली की दक्षता के अनुसार भिन्न-भिन्न होती है।

12.8.1 चार्टर उड़ानें

द्वितीय विश्वयुद्ध के बाद हवाई जहाज का पर्यटन पर क्रांतिकारी प्रभाव पड़ा। आधुनिक युग को जन हवाई यात्रा युग कहा जा सकता है। हवाई यात्रा का विकास युद्ध के बाद की अवधि की सबसे महत्वपूर्ण सामाजिक-आर्थिक परिघटनाओं में से एक रहा है। हवाई यात्रा घरेलू के साथ-साथ अंतरराष्ट्रीय यात्रा के लिए पर्यटक परिवहन का सबसे लोकप्रिय साधन है। हवाई यात्रा अपनी गति, सीमा के कारण आकर्षक है और इसलिए भी, क्योंकि यह एक प्रस्थिति प्रदान करती है और साथ ही यह लम्बी दूरी के सन्दर्भ में यात्रा करते समय मूल्यवान कार्य-समय को बचाती है। अंतरराष्ट्रीय पर्यटन के विकास में हवाई परिवहन ने सबसे महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। मल्टीबिलियन डॉलर एयरलाइंस उद्योग की शुरुआत बहुत ही साधारण तरीके से हुई। 1958 में जेट यात्रा की शुरुआत सबसे नाटकीय घटना थी जिसने हवाई यात्रा के लिए गति, आराम और दक्षता का एक नया आयाम दिया।

दो प्रकार की विमानसेवाएँ होती हैं। ये हैं : अनुसूचित और चार्टर्ड विमानसेवाएँ। विमानसेवाओं को अनुसूचित इसलिए कहा जाता है क्योंकि वे नियमित कार्यक्रम के अनुसार उड़ान भरती हैं। गैर-अनुसूचित विमानसेवाओं को चार्टर विमानसेवाएँ कहा जाता है। माँग होने पर ही चार्टर उड़ान संचालित की जाती है। चार्टर उड़ान एक अनिर्धारित उड़ान है जो किसी नियमित रूप से चलने वाली विमानसेवा का हिस्सा नहीं होती। एक चार्टर उड़ान के साथ, आप पूरा विमान किराये पर ले सकते हैं और प्रस्थान/आगमन के स्थानों और समयों का निर्धारण कर सकते हैं। चार्टर उड़ानें निम्नलिखित श्रेणियों की हो सकती हैं :

- निजी चार्टर
- एकल सत्ता

- सार्वजनिक चार्टर

चूँकि एक चार्टर उड़ान किसी अनुसूचित सेवा का हिस्सा नहीं होती, इसलिए उड़ान तब रवाना हो जाएगी, जब आप चाहते हैं। आप यह भी चुनने में सक्षम हैं कि आप किन शहरों में और किन शहरों से उड़ान भरेंगे। चार्टर उड़ानें विशेष रूप से तब सुविधाजनक होती हैं, जब आपको किसी ऐसे शहर की यात्रा करने की आवश्यकता होती है जहाँ तक जाने के लिए अनुसूचित एयरलाइन सेवा को अपने गंतव्य स्थल तक पहुँचने से पहले कई बार रुकना पड़ता हो या बहुत बढ़ा-चढ़ाकर उसकी लागत बताई गयी हो। निजता या गोपनीयता निजी उड़ान के मुख्य लाभों में से एक है। एक वाणिज्यिक उड़ान के विपरीत, जहाँ यात्रियों को किसी हवाई अड्डे पर भीड़ के झुण्ड का सामना करना पड़ता है और गहन सुरक्षा जाँच से गुजरना पड़ता है, किसी चार्टर उड़ान में यात्री अपनी निजी सुविधा से प्रस्थान करते हैं। ज्यादातर निजी हवाई अड्डों पर यात्री अपनी कारों को बिल्कुल विमान के पास तक ले जा सकते हैं।

12.8.2 चार्टर रेलगाड़ियाँ

पर्यटन उद्योग में रेलवे नेटवर्क बहुत महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। विमान और कोचों के विपरीत रेलगाड़ियाँ तेज, कुशल और विशाल हैं। इनमें एक यात्रा (ट्रिप) में बड़ी संख्या में लोग लाए और ले जाए जा सकते हैं। इन्हें बड़ी संख्या में लोगों की सहायता से प्रबन्धित किया जा सकता है और यही कारण है कि विश्व की रेलवे प्रणालियों में रोजगार का स्तर अधिक है। शर्त सिर्फ इतनी है कि ऐसे स्थानों को रेल पटरियों के जरिये एक-दूसरे से जुड़ा हुआ होना चाहिए। इलेक्ट्रिक रेलवे तन्त्र के प्रादुर्भाव के साथ, इसके विभिन्न हिस्सों (और दूरदराज के क्षेत्रों) के माध्यम से यात्रा आरामदायक हो गयी है। चूँकि विमान सभी महत्वपूर्ण स्थलों पर उतर नहीं सकते या उड़ान नहीं भर सकते, इसलिए यह पर्यटन में रेलगाड़ी को उचित महत्व देता है। रेलगाड़ियों की चार्टरिंग के लिए, नई प्रवृत्ति के तहत, निम्नलिखित कुछ घटनाओं का विकास हुआ है :

- कॉर्पोरेट रेलगाड़ी यात्रा : कॉन्फ्रेंस रेलगाड़ियाँ, आतिथ्य और प्रोत्साहनयुक्त यात्रा
- विलासितापूर्ण रेलगाड़ी की यात्रा : निजी ट्रेन चार्टर, अति विशिष्ट व्यक्तियों का चार्टर

- समूह में रेलगाड़ी में यात्रा करना
- फिल्मों और टेलीविजन के लिए रेलगाड़ियाँ
- विशिष्ट घटनाओं की चार्टरिंग

भारत जैसे देश में सरकार आंतरिक सुरक्षा के साथ-साथ अत्यधिक निवेश के कारण पर्यटकों की रुचियों के सभी स्थानों पर एरोड्रम या हवाई पट्टियों का निर्माण नहीं होने दे सकती है। इसलिए ऐसे क्षेत्रों में भारतीय और विदेशी पर्यटकों को रेलगाड़ियों का प्रयोग करना चाहिए। दिलचस्प बात यह है कि कोच या पूरी ट्रेन बुक करने की संकल्पना यहाँ कुछ देर से आयी। रेलगाड़ियों से यात्रा करने का उत्साह विदेशी पर्यटकों को भी मोहित कर चुका है। भारत में सरकार ने चार्टर रेलगाड़ियों की सेवाएँ भी शुरू कर दी हैं। इन्हें "पैलेस ऑन व्हील्स, द डेक्कन ओडिसी और द फेयरी क्वीन" जैसे नामों के साथ प्रस्तुत किया गया है।

12.8.3 क़ूज़ेस (Cruises)

क़ूज बाजार यात्रा और पर्यटन उद्योग में सबसे तेजी से बढ़ते क्षेत्रों में से एक है और किसी गंतव्य स्थल की अर्थव्यवस्था के लिए यह महत्वपूर्ण योगदान कर सकता है। चूँकि क़ूज लाइनें तेजी से नए स्थलों की तरफ देख रही हैं, क़ूज पर्यटन विकासशील देशों के सन्दर्भ में बंदरगाह सुविधाओं और दिलचस्प भीतरी इलाकों के लिए अवसर प्रदान कर सकते हैं।

क़ूज पर्यटन अवकाश प्रयोजनों के लिए यात्रा का एक रूप है, जिसमें किसी क़ूज जहाज़ पर सर्वसमावेशी अवकाश के कम से कम 48 घंटे बिताने होते हैं। यह उस विशिष्ट यात्रा कार्यक्रम के अनुसार होता है जिसे कोई क़ूज जहाज़ कुछ निश्चित बन्दरगाहों या शहरों के सन्दर्भ में घोषित करता है। क़ूज जहाज़ों की अनेक शैलियाँ और अनेक आकार हैं। ये 100 से लेकर 6,000 से अधिक यात्रियों को ले जाने वाले आकार के हो सकते हैं और इन दोनों स्थितियों के बीच भी बहुत सारे विकल्प उपलब्ध हैं। बजट क़ूज से लेकर लग्जरी क़ूज तक, मूल्यों के मामले में भी ये काफी हद तक एक दूसरे से भिन्न हो सकते हैं।

अवकाश के दौरान क़ूज पर जाने का प्रारम्भ 1822 में प्रायद्वीपीय और ओरिएंटल स्टीम नेविगेशन कंपनी के गठन के साथ शुरू हुआ था। कंपनी ने इंग्लैंड और इबेरियन प्रायद्वीप के बीच मार्गों के साथ एक शिपिंग लाइन के रूप में अपना संचालन शुरू किया, इसे प्रायद्वीपीय स्टीम नेविगेशन कंपनी का नाम दिया गया था। इसने 1837 में मेल डिलीवर करने के लिए

अपना पहला कॉन्ट्रैक्ट जीता। 1840 में, इसने जिब्राल्टर और माल्टा के माध्यम से सिकन्दरिया, मिन्न में मेल डिलीवरी शुरू की।

कंपनी को उसी साल रॉयल चार्टर द्वारा सम्मिलित कर लिया गया था, जो प्रायद्वीपीय और ओरिएंटल स्टीम नेविगेशन कंपनी बन गई थी। आरएमएस स्ट्रैटहर्ड 20वीं शताब्दी के प्रारम्भ का एक पी एण्ड ओ क्लूज जहाज था। कंपनी ने 1844 में लक्जरी क्लूज सेवाओं की पेशकश शुरू की, जिसके अन्तर्गत साउथैम्पटन से समुद्री भ्रमणों के जरिये, जिब्राल्टर, माल्टा और एथेंस जैसे गंतव्यों के लिए समुद्री पर्यटनों का विज्ञापन किया गया था। आधुनिक क्लूज पर छुट्टियाँ मनाने की अग्रदूत ये यात्राएँ अपनी तरह की पहली थीं और पीएण्डओ क्लूज को विश्व की प्राचीनतम क्लूज लाइन के रूप में मान्यता प्रदान की गयी है। कंपनी ने बाद में सिकन्दरिया (अलेक्जेंड्रिया) और कुस्तुनतुनिया (कॉन्स्टेंटिनोपल) जैसे गंतव्य स्थलों के लिए आने और जाने वाली यात्राएँ शुरू कीं। यह 19वीं सदी के उत्तरार्द्ध में तेजी से विस्तार की अवधि से गुजरी, ताकि विशालतर और विलासितापूर्ण जहाजों की तैनाती के माध्यम से दृढ़तापूर्वक आगे बढ़ रहे बाजार की सेवा की जा सके।

पिछले दशकों में क्लूज उद्योग द्वारा अनुभव की गई तीव्र संवृद्धि और विशेषीकरण-प्रक्रिया ने भी आधुनिक क्लूज जहाजों की डिजाइन और सामान्य सौंदर्यशास्त्र, सामग्री, आकार और समग्र ऑनबोर्ड कार्यक्षमताओं, उपकरणों और सुविधाओं को प्रभावित किया है तथा ग्राहकों को संतुष्ट करने के लिए मनोरंजक जहाजों को गुणवत्ता के प्रति अधिक से अधिक संवेदनशील बनाया है। जिन क्लूजों का विकास किया गया है, उनमें से कुछ इस प्रकार हैं:

<ul style="list-style-type: none"> • छोटे क्लूज • विशाल क्लूज • विलासितापूर्ण क्लूज • समुद्री क्लूज 	<ul style="list-style-type: none"> • साहसिक क्लूज • अभियान क्लूज • नदियों के क्लूज
---	---

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास 2

1. आधुनिक पर्यटन के अग्रदूतों की व्याख्या कीजिए।

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. पर्यटन व्यवसाय को आकार प्रदान करने और इसका विस्तार करने में परिवहन की भूमिका का वर्णन कीजिए।

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

12.9 सारांश

पर्यटन अब व्यक्तियों द्वारा की जाने वाली कोई अवकाश गतिविधि नहीं थी, बल्कि 19 वीं शताब्दी में यह एक व्यवसाय बन गयी। पर्यटन के इतिहास में, 19वीं शताब्दी को 'प्रारम्भिक चरण' के रूप में जाना जाता है जिसने यात्रा करने के लिए मध्यम वर्ग की संस्कृति में एक मूलस्तरीय (प्रोटोटाइप) उद्घाल देखा, और इससे जन पर्यटन का मार्ग प्रशस्त हुआ। भाप नेविगेशन और रेलवे ने पर्यटकों की गतिशीलता में सुधार किया, जैसे - दिन के समय में और अल्पावधि में की जाने वाली यात्राओं की नयी प्रवृत्ति विकसित की। यातायात व्यवस्था में सुधार के साथ आधुनिक पर्यटन के लिए जमीनी कार्य की नींव पड़ी। यात्रा के कई कारण और उद्देश्य थे और इससे पर्यटन के विकास में सहायता मिली। थॉमस कुक को आधुनिक पर्यटन के

पिता के रूप में भी जाना जाता है। उन्हें 1841 में पैकेज पर्यटन के विकास का श्रेय दिया जाता है। थॉमस कुक पर्यटन प्रणाली की स्थापना के मामले में अग्रणी व्यक्ति थे और इस तरह उन्होंने जन पर्यटन को संभव बनाया। बीसवीं शताब्दी जन पर्यटन के विस्तार की साक्षी बनी, जहाँ लोग दुनिया भर में घूम रहे थे तथा दूरदराज के स्थलों तक जाने के लिए रेलगाड़ियों में और हवाई जहाजों में यात्राओं का अनुभव प्राप्त कर रहे थे। इससे आश्चर्य के एक नवीन अर्थ को बल मिला। कुल मिलाकर, परिवहन प्रणाली में सुधार के साथ, यह यात्रा के सन्दर्भ में सुगमता ही थी, जिसने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई और आज भी पर्यटन गतिविधियों के विकास और विस्तार में बहुत महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है।

12.10 अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास के संकेत

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 1

1. कृपया अनुभाग 12.2 देखें और अपने उत्तर की रचना करें।
2. कृपया अनुभाग 12.4.1 देखें और अपने उत्तर की रचना करें।
3. कृपया अनुभाग 12.5 देखें और अपने उत्तर की रचना करें।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 2

1. कृपया अनुभाग 12.6 देखें और अपने उत्तर की रचना करें।
2. कृपया अनुभाग 12.8 देखें और अपने उत्तर की रचना करें।

अनुवादक-

श्री प्रांजल धर

कवि और मीडिया विश्लेषक

जी-22, न्यू राजेन्द्र नगर, नई दिल्ली - 110060

मोबा. 9990665881, ईमेल - pranjaldhar@gmail.com

इकाई 13 पर्यटन और भूमण्डलीकरण

संरचना

- 13.0 उद्देश्य
- 13.1 प्रस्तावना
- 13.2 भूमण्डलीकरण क्या है?
- 13.3 राजनीतिक खेल
- 13.4 भूमण्डलीकरण से उठने वाले पहलू
- 13.5 सहयोगी पर्यटक अभियान
- 13.6 नव स्वतन्त्र देशों में पर्यटन
 - 13.6.1 पलाऊ
 - 13.6.2 तिमोर (पूर्वी)
 - 13.6.3 मोण्टीनेग्रो
 - 13.6.4 सर्बिया
- 13.7 औद्योगिकृत और विकसित देशों में पर्यटन
 - 13.7.1 संयुक्त राज्य अमेरिका
 - 13.7.2 जापान
 - 13.7.3 जर्मनी
- 13.8 विकासशील और अल्पविकसित विश्व में पर्यटन
 - 13.8.1 किर्गिस्तान
 - 13.8.2 मेक्सिको
- 13.9 सारांश
- 13.10 अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास के संकेत
- 13.11 अतिरिक्त अध्ययन सामग्री

.....
.....

13.0 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के पश्चात् आप इस योग्य हो जाएँगे कि आप :

- भूमण्डलीकरण को परिभाषित कर सकें,
- पर्यटन में राजनीति की भूमिका की व्याख्या कर सकें,
- औद्योगिक/विकसित, और विकासशील देशों के बीच विभेद कर सकें, और
- इनमें से कुछ देशों में पर्यटन के विकास की अवस्था पर चर्चा कर सकें।

13.1 प्रस्तावना

भूमण्डलीकरण एक ऐसा शब्द है जिसे प्रायः बार-बार दुहराया जाता रहा है। परिवर्तन का वाहन होने के कारण पर्यटन भी भूमण्डलीकरण से अछूता नहीं रहता। वैश्विक शक्तियों का और राज्य के भीतर के मुद्दों का, प्रत्येक देश पर, अलग-अलग प्रभाव पड़ता है। विश्व के सबसे बड़े उद्योगों में से एक उद्योग के रूप में, पर्यटन स्थानीय, क्षेत्रीय और वैश्विक अर्थव्यवस्थाओं को प्रभावित करता है। उदाहरण के लिए, रिसॉर्ट्स सम्पूर्ण विश्व में तटरेखाओं के किनारे-किनारे बिन्दुओं की तरह अवस्थित हैं और ये रिसॉर्ट्स, किसी भी इच्छुक व्यक्ति को तुलनात्मक रूप से अधिक ठण्डी जलवायु से दूर जाकर आनन्द लेने के लिए विकल्प पेश करते हैं तथा यदि कोई व्यक्ति ऊष्णकटिबंधीय समुद्र तट का अनुभव लेना चाहता है, तो उसे राहत देते हुए उसका स्वागत करते हैं। साथ ही साथ, वह व्यक्ति इन रिसॉर्ट्स के माध्यम से स्थानीय संस्कृति और प्रकृति का भी आनन्द ले सकता है। हालाँकि समुदाय के लिए यह लाभ नौकरियों के रूप में सामने आता है, तब भी बहुत बार ऐसा होता है कि अधिक से अधिक धन अपतटीय इलाकों में खर्च हो जाता है। इसके प्रत्युत्तर में, स्थानीय उद्यमियों और सहायक संगठनों ने ऐसी पहलों के साथ सहायता की है जो स्थानीय स्वामित्व को बढ़ावा देते हैं ताकि पर्यटन से उत्पन्न होने वाली सम्पदा देश के भीतर ही बनी रहे। समुदाय आधारित पर्यटन, उत्तरदायी पर्यटन और सामाजिक उद्यमिता - इन सभी का उद्देश्य स्थानीय समुदायों को वृहत्तर लाभ पहुँचाना है।

बहुराष्ट्रीय कम्पनियों के प्रारम्भ और सेवा उपलब्ध कराने की उनकी प्रक्रियाओं के माध्यम से, भूमण्डलीकरण, पर्यटक सेवाओं में एक निश्चित मानकीकरण लेकर आया है। वैश्विक खिलाड़ी यद्यपि किसी स्थानीय इलाके, क्षेत्र और देश के भीतर पर्यटन गतिविधियों के विकास में मदद करते हैं, लेकिन स्थानीय लोगों को सदैव आर्थिक लाभ नहीं मिल पाता। इसलिए, “सोचो वैश्विक रूप से, कार्य करो स्थानीय रूप से (थिंक ग्लोबल, एक्ट लोकल)” की कहावत पर सावधानीपूर्वक विचार करने की और पर्यटन उद्योग में इसे लागू करने की आवश्यकता है। यह इकाई आपको भूमण्डलीकरण की अवधारणा से तथा इससे परिचित कराएगी कि वैश्विक ताकतें किस प्रकार पर्यटन के सन्दर्भ में कार्य करती हैं और परिणामस्वरूप पर्यटन भी भूमण्डलीकृत हो गया है। सबसे पहले भूमण्डलीकरण की अवधारणा पर चर्चा की गयी है ताकि आप इस अवधारणा से परिचित हो सकें।

13.2 भूमण्डलीकरण क्या है?

भूमण्डलीकरण को अनेक तरीकों से परिभाषित किया जा सकता है। इसकी एक व्यापक परिभाषा यह है : "यह सामाजिक प्रक्रियाओं का एक जटिल संजाल (वेब) है जो विश्व भर में आर्थिक, सांस्कृतिक, राजनीतिक और तकनीकी आदान-प्रदान तथा सम्पर्कसूत्रता (connections) को गहन बनाता है और उनका विस्तार करता है।"

अंतरराष्ट्रीय अर्थशास्त्र के लिए पीटरसन संस्थान का मत है कि भूमण्डलीकरण एक ऐसा शब्द है, जिसका प्रयोग विश्व की अर्थव्यवस्थाओं, संस्कृतियों और जनसंख्याओं की बढ़ती अन्तरनिर्भरता का वर्णन करने के लिए किया जाता है। यह अन्तर्निर्भरता वस्तुओं और सेवाओं तथा प्रौद्योगिकी के सीमापारीय व्यापार द्वारा, तथा निवेश, लोगों और सूचनाओं के सीमापारीय प्रवाहों द्वारा उत्पन्न हुई है।

बर्ड और टॉमलिसन (2012) ने उल्लेख किया है कि, सरल तरीके से, भूमण्डलीकरण को सम्पूर्ण विश्व में वस्तुओं, विचारों, मूल्यों और लोगों की आवाजाही के रूप में भी वर्णित किया जा सकता है। इस शब्द का उपयोग पहली बार 1950 के दशक के प्रारम्भ में सम्पूर्ण विश्व की अर्थव्यवस्थाओं और समाजों की बढ़ती अन्तरनिर्भरता का संज्ञान लेने के लिए किया गया था। हालाँकि, दास-व्यापार सहित व्यापार मार्गों के विकास, उपनिवेशीकरण, और आत्रजन के रूप में, भूमण्डलीकरण का अस्तित्व शताब्दियों से रहा है।

आज, हम अलग-अलग देशों में विभाजित हैं और इनमें से प्रत्येक देश अपने राष्ट्रीय स्व-हित के लिए कार्य करता है। इसी के साथ-साथ, बहुराष्ट्रीय निगमों जैसी अन्य संस्थाएँ भी हैं जो सीमाओं को पार करके अपने कार्य करती हैं। इससे वैश्विक आर्थिक और राजनीतिक एकीकरण को बढ़ावा मिलता है। गुट्टल और शलमली (2007) का प्रेक्षण है कि कुछ लोग, एक जटिल और बहुआयामी परिघटना के रूप में, भूमण्डलीकरण को पूँजीवादी विस्तार के एक ऐसे रूप की तरह देखते हैं, जो स्थानीय और राष्ट्रीय अर्थव्यवस्थाओं के एकीकरण को एक वैश्विक, अविनियमित बाजार-अर्थव्यवस्था के साथ संलग्न करता है।

रिची और क्राउच (2003) ने प्रेक्षण किया है कि पर्यटन लगातार वैश्विक शक्तियों के एक समुच्चय के अन्तर्गत कार्य कर रहा है और वैश्विक शक्तियों की ये विस्तृत श्रेणियाँ पर्यटन को उल्लेखनीय रूप से प्रभावित करती हैं। पर्यटन वैश्विक समग्रता का एक हिस्सा है और इसलिए इसे वैश्विक शक्तियों के अनुकूल हो जाना चाहिए या वैश्विक शक्तियों का लाभ उठाना चाहिए; यहाँ तक कि उन वैश्विक शक्तियों का भी, जिनको यह नियन्त्रित नहीं कर सकता या जिन पर यह कोई प्रभाव भी नहीं डाल सकता। इन शक्तियों में से कुछ इस प्रकार हैं :

- जलवायविक शक्तियाँ
- पर्यावरणीय शक्तियाँ
- भौगोलिक शक्तियाँ
- जनांकिकीय शक्तियाँ
- सामाजिक-सांस्कृतिक शक्तियाँ
- आर्थिक शक्तियाँ
- प्रौद्योगिकीय शक्तियाँ
- राजनीतिक शक्तियाँ

ये शक्तियाँ अलग-अलग कार्य नहीं करतीं, बल्कि ये एक-दूसरे पर अत्यधिक निर्भर हैं। तात्पर्य यह है कि प्रत्येक का प्रभाव समग्रता में सभी कारकों के प्रभाव पर निर्भर है।

भूमण्डलीकरण ने पर्यटन उद्योग के कार्य करने के तरीके को परिवर्तित कर दिया है क्योंकि लोगों की गतिशीलता के कारण उनके विचारों और सांस्कृतिक मूल्यों में भी परिवर्तन आ सकता है। यह आदान-प्रदान सभी तरीके की व्यवस्थाओं में घटित होता है, जैसे राजनीतिक,

पर्यावरणीय, प्रौद्योगिकीय, सांस्कृतिक और आर्थिक व्यवस्थाओं में। सम्पूर्ण विश्व में लोगों की बढ़ी हुई समझ ने पर्यटन को बढ़ाने में सहायता की है।

13.3 राजनीतिक खेल

भूमण्डलीकरण के खेल के कारण उत्पन्न राजनीतिक गलतफहमी ने राज्यों के बीच गलतफहमियों को बढ़ाया दिया है। ये गलतफहमियाँ न केवल पर्यटन को प्रभावित कर रही हैं, बल्कि स्वयं भूमण्डलीकरण को भी प्रभावित कर रही हैं। खेले जाने वाली राजनीति में सिर्फ देशों और राज्यों के बीच के राजनीतिक गठजोड़ ही शामिल नहीं होते, बल्कि विभिन्न अन्य खिलाड़ियों और हितधारकों द्वारा निभायी गयी ऐसी भूमिका भी शामिल होती है, जो मुद्रा और पर्यटकों के प्रवाह को प्रभावित करती है। इन दिनों राजनीतिक खेल, इसमें शामिल अर्थशास्त्र से और साथ ही साथ सोशल मीडिया से अधिकाधिक प्रेरित होता है। इनमें से कुछ कारकों पर नीचे चर्चा की गयी है :

- i. **गुटों (blocs) का गठन** : निवेशक, शक्ति के ऐसे नए खिलाड़ी हैं, जिन्हें प्रत्येक देश - चाहे वह विकसित हो या विकासशील - आकर्षित करना चाहता है। यूरोपीय संघ, ब्रिक्स, ओपेक आदि जैसे गुटों के गठन ने वस्तुओं और विचारों की आवाजाही में वृद्धि की है।
- ii. **सोशल मीडिया** : सोशल मीडिया ने ऐसे तरीकों में वृद्धि की है, जिनके माध्यम से कोई यात्री किसी गन्तव्य स्थल के बारे में सूचनाएँ एकत्रित कर सकता है। भूमण्डलीकरण ने ठहरने की व्यवस्था, संसाधनों और परिवहन के सम्बन्ध में विकल्पों को बढ़ाया है। इससे विश्व में पर्यटकों की संख्या में वृद्धि करने में सहायता प्राप्त हुई है।
- iii. **नए आर्थिक गुट** : भूमण्डलीकरण ने उन दिग्गजों पर ध्यान केंद्रित करने में सहायता की है, जो गुटों (blocs) के रूप में सामने आए हैं। चीन, भारत, जापान आदि इसके ज्वलंत उदाहरण हैं। चूँकि इनके पास प्रौद्योगिकी उद्योग में युवा जनसंख्या मौजूद है, इसलिए ये आर्थिक दिग्गज एशिया और अफ्रीका में श्रम का बहिर्घातन (आउटसोर्सिंग) कर रहे हैं।

- iv. **सूचना और संचार प्रौद्योगिकियाँ (आईसीटी) :** आईसीटी ने न केवल व्यापार को आसान बना दिया है बल्कि आईसीटी के कारण पर्यटन को भी तेजी मिली है। जनसंख्या का स्थानान्तरण, जो कि एक जनांकिकीय प्रतिमान (पैटर्न) है, पर्यटन उद्योग को प्रभावित करता है। जिस राज्य के पास रोजगार दर और आय सूचकांक का स्तर ऊँचा होता है, वह यात्रियों की अधिकाधिक संख्या के रूप में, वैश्विक स्तर पर अपना बेहतर योगदान देता है। गंतव्य स्थलों एशियाई पर्यटकों को अधिक देखा जा सकता है, जैसे - चीनी, जापानी और भारतीय पर्यटकों को।
- v. **खर्च करने योग्य आय और खर्च करने योग्य समय :** बहुराष्ट्रीय कंपनियों के प्रवेश के कारण कर्मचारियों की औसत आय बढ़ गयी है और उच्च आय के साथ-साथ अधिक भुगतान किए गए अवकाश भी मिलने लगे हैं। इस संयोजन से पर्यटन के ग्राफ को ऊपर उठने में सहायता मिली है। एशियायी कर्मचारियों को यात्रा के लिए प्रोत्साहन के साथ-साथ भुगतानयुक्त अवकाश भी मिल रहा है।
- vi. **बढ़ी हुई गतिशीलता :** अवकाश यात्रा छूट (एलटीसी) और रियायती हवाई यात्रा के साथ, भूमण्डलीकरण ने गतिशीलता में वृद्धि की है। जो वैश्विक कार्यालय अब सामने आ रहे हैं, उनमें क्रेडिट कार्डों के माध्यम से अंतरराष्ट्रीय वित्तपोषण करने; मुद्रा कार्डों, क्रेडिट कार्डों आदि के कारण मुद्रा विनिमय में सुविधा प्राप्त होने आदि के कारण भी पर्यटन में वृद्धि हुई है।
- vii. **सूचना क्रान्ति (boom) :** सूचनाओं की बौद्धार के कारण अब अल्पज्ञात गन्तव्य स्थल भी प्रमुखता से सामने आ गए हैं। अधिकांश विकसित देशों में वृद्ध लोगों की जनसंख्या अधिक है। अधिकांश वृद्ध जनसंख्या गैर-क्रियाशील है और सूचनाओं में क्रान्ति या तेजी के कारण यह जनसंख्या पहले से अधिक यात्राएँ सम्पन्न कर रही है।
- viii. **सांस्कृतिक पतन :** इसे सांस्कृतिक क्षरण के रूप में भी जाना जाता है। भूमण्डलीकरण के व्यवहार में आने के साथ, संस्कृति की एक वैश्विक शैली तेजी से स्थानीय संस्कृतियों को प्रतिस्थापित कर रही है और इस तरह उत्पाद संस्कृति, जिस पर पर्यटन प्रमुखता से निर्भर करता है, घिस जाती है या परिवर्तित हो जाती है।

13.4 भूमण्डलीकरण से उठने वाले पहलू

भूमण्डलीकरण विश्व को एक-दूसरे के अधिक निकट ले आया है। हम वास्तव में अब एक वैश्विक गाँव हैं, जहाँ एक-दूसरे की संस्कृति और आदतें हमें प्रभावित करती हैं, और कई बार हममें किसी प्रतिक्रिया या परिवर्तन का जन्म होता है। कुछ ऐसे पहलू, जिनके लिए भूमण्डलीकरण को उत्तरदायी ठहराया जा सकता है, इस प्रकार हैं :

i. सांस्कृतिक वस्तुकरण

पर्यटन पर भूमण्डलीकरण का एक प्रमुख प्रभाव सांस्कृतिक वस्तुकरण की प्रक्रिया है। इसका तात्पर्य संस्कृति के हर पहलू को एक मौद्रिक मूल्य प्रदान करने की कोशिश करना है। यह पहलू किसी प्राचीन मंदिर से चोरी की गयी किसी मूर्ति को खरीदने से लेकर हाथीदाँत और मूँगे जैसी लुप्तप्राय वस्तुओं को खरीदने तक कुछ भी हो सकता है। इस प्रवृत्ति के परिणामस्वरूप सांस्कृतिक मूल्यों और विश्वासों का क्षरण या अवमूल्यन होता है।

ii. सहयोगात्मक खपत

इसे साझा अर्थव्यवस्था के रूप में जाना जाता है, जो वैश्विक वित्तीय संकट से पहले प्रारम्भ हुई थी और इस संकट के परिणामस्वरूप इसने शक्ति हासिल की। सहयोगात्मक खपत अर्थव्यवस्था, प्रौद्योगिकी और एक सामाजिक आंदोलन का मिश्रण है जहाँ वस्तुओं और कौशल तक पहुँच स्वामित्व से अधिक महत्वपूर्ण होती है। पर्यटन को साझा करने वाले बाजार-स्थलों में एयरबीएनबी (Airbnb) प्रथम ही था, और सर्वाधिक विख्यात भी; किन्तु जिपकार, उबेर और काउच सर्फिंग समेत अनेक अन्य कम्पनियों ने भी इसमें प्रवेश लिया।

iii. जागरूक उपभोक्तावाद : इसे सामाजिक रूप से जागरूक उपभोक्ता व्यवहार के रूप में भी जाना जाता है। यह एक अन्य आर्थिक प्रवृत्ति है जिसके निहितार्थ पर्यटन उद्योग के लिए विशिष्ट हैं। यह शब्द उन उपभोक्ताओं को सन्दर्भित करता है जो अपने मूल्यों और विश्वासों के अनुसार दुनिया को आकार देने के लिए अपनी क्रय शक्ति का उपयोग कर रहे हैं ताकि संगठन अपनी छवि को और अधिक नैतिक या दायित्वपूर्ण तरीके से प्रस्तुत कर सकें।

फ्रीस्टोन एंड मैकगोल्ड्रिक (2008) ने यह प्रेक्षण किया कि अनेक उपभोक्ताओं द्वारा सामाजिक और पर्यावरणीय रूप से की गयी जिम्मेदार खरीददारी यात्रियों को अधिक टिकाऊ सेवाओं और उत्पादों के लिए निर्देशित कर सकती है। इस बाजार में रुचि रखने

वाले शाँ, ग्रेहान, शियू, हसन, और थॉमसन गंतव्य स्थलों और व्यवसायों के लिए यह आवश्यक है कि वे सामाजिक और पर्यावरणीय मुद्दों के प्रति जागरूक रहें। ये मुद्दे सम्भावित रूप से जैविक उत्पाद और पशु कल्याण से लेकर मानवाधिकारों (2005) तक व्याप्त हो सकते हैं। पर्यटन उद्योग द्वारा जिन कुछ प्रमुख सिद्धान्तों पर विचार किया जाना है, उनमें से एक मान्यता यह है कि पारंपरिक औद्योगिक मॉडल कार्य नहीं कर रहा है और उसे प्रतिस्थापित करने की आवश्यकता है, एक मान्यता यह है कि मुद्दों के बारे में जागरूकता के लिए एक अलग मानसिकता की आवश्यकता है, और यह भी कि परिवर्तन, ऊपर से आने की बजाय तृणमूल (ग्रासरूट) स्तर से आएगा। यह एक ऐसा बदलाव है, जिसके पास लाभप्रदता है और इसकी दृष्टियों में सांस्कृतिक परिवर्तन दृढतापूर्वक निहित है (नीलसन, 2014)।

13.5 सहयोगी पर्यटक अभियान

विपणन में सहयोग (collaboration) व्यापार की अच्छी समझ को निर्मित करता है, और दक्षिण पूर्व एशिया जैसे नए क्षेत्रों में स्थित पर्यटन स्थलों के लिए यह एक प्रमुख मूल्य है। समान लक्ष्यों, मूल्यों और दृष्टिकोणों के साथ कार्य करने वाले साझेदारों के साथ काम करने से संयुक्त संसाधनों को यह शक्ति हासिल हो सकती है कि वे उसकी तुलना में अधिक बड़ा कार्य कर सकें, जितना वे केवल अपने दम पर कर सकते थे। नीचे दिए गए दो उदाहरण इस अवधारणा को बेहतर तरीके से समझाते हैं।

उदाहरण 1 : यदि कोई ऐसा देश है, जिसने वास्तव में वैश्विक, क्षेत्रीय और स्थानीय स्तर पर सहयोग (collaboration) को गले लगाया है, तो वह देश चीन है। 2013 में प्रस्तावित बेल्ट एंड रोड इनीशिएटिव का उद्देश्य; इन मार्गों के अनुदिश संवृद्धि और सामाजिक विकास पर बल प्रदान करते हुए; एशिया, मध्य पूर्व, यूरोप और अफ्रीका के देशों की अर्थव्यवस्थाओं को भूमि-आधारित सिल्क रोड इकोनॉमिक बेल्ट और महासागर-आधारित 21वीं सदी के मैरीटाइम सिल्क रोड से जोड़ना है।

उदाहरण 2: एक और उदाहरण सरकार के शीर्ष स्तर पर संचालित पहल चीन-यूरोपीय संघ पर्यटन वर्ष 2018 है, जिस पर चीन के प्रधानमंत्री ली केकियांग और यूरोपीय आयोग के

अध्यक्ष जीन-क्लाउड जंकर के बीच सन् 2016 में चर्चा की गई थी। 2018 की पहल के लिए; ब्रिटेन, जर्मनी, बेल्जियम, इटली और फ्रांस जैसे देशों द्वारा कुछ निश्चित तरीके के बीजा के सन्दर्भ में अनुमोदन-आवश्यकताओं को घटाने के साथ; सार्वजनिक क्षेत्र के बहुत उच्चतम स्तरों से प्राप्त समर्थन ने चीनी पर्यटकों के लिए बीजा आवेदन प्रक्रिया को सरल बना दिया है। इसके अलावा, इस सहयोग पर जीटीईएफ 2018 में चर्चा और समर्थन किया जाएगा, जब यूरोपीय संघ विशिष्ट रूप से साझेदार क्षेत्र होगा। सन् 2016 में 1.06 करोड़ चीनी पर्यटकों के रात भर बाहर रहने के साथ, निर्माण-परिचालन-अन्तरण (BOT : Build-Operate-Transfer) के लिए अभी भी सरकार से सरकार का सहयोग आवश्यक बना हुआ है।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 1

1) भूमण्डलीकरण से आप क्या समझते हैं?

.....
.....
.....

2) सहयोगात्मक अभियानों पर चर्चा करें? क्या आप भारत से एक उदाहरण प्राप्त कर सकते हैं जो सहयोगात्मक पर्यटन अभियानों को दर्शाता हो?

.....
.....
.....

13.6 नव-स्वतन्त्र देशों में पर्यटन

ऐसे देश मौजूद हैं जिन्होंने हाल ही में अपनी स्वतंत्रता प्राप्त की है और पर्यटन इस वैश्वीकृत दुनिया में इनकी अर्थव्यवस्थाओं पर अपना प्रभाव दिखा रहा है। इनमें से कुछ देशों पर और इन देशों में पर्यटन पर नीचे चर्चा की गयी है :

13.6.1 पलाऊ

पलाऊ ने 1994 में अपनी स्वतंत्रता प्राप्त की; पलाऊ 500 से अधिक द्वीपों का एक द्वीपसमूह है, जो पश्चिमी प्रशांत महासागर में माइक्रोनेशिया क्षेत्र का हिस्सा है। इसकी राजधानियाँ नगेरुलमुड (Ngerulmud) और मेलीकियोक (Melekeok) हैं। कोरोर द्वीप पूर्व राजधानी का स्थल है, जिसका नाम भी कोरोर है, और यह द्वीपों का वाणिज्यिक केंद्र है। वृहत्तर बाबेलडाओब (Babeldaob) में वर्तमान राजधानी, नगेरुलमुड स्थित है और साथ ही इसके पूर्वी तट पर पहाड़ और रेतीले समुद्र तट भी अवस्थित हैं। इसके उत्तर में, पॉम वृक्षों द्वारा घिरे घास के मैदान में बदरुलचाऊ के नाम से विख्यात प्राचीन बेसाल्ट मोनोलिथ स्थित है। पलाऊ ने सन् 2017 में कुल 1,23,000 पर्यटकों को दर्ज किया, जो दुनिया में 177 वें स्थान पर है। यह स्पष्ट है कि अतिथियों की शुद्ध संख्या के मामले में छोटे देशों का प्रदर्शन नियमित रूप से कम ही रहता है। पलाऊ की जनसंख्या के संबंध में पर्यटकों की संख्या को सामने रखकर अगर देखें तो परिणाम बहुत अधिक तुलनीय रूप से सामने आता है - 6.9 पर्यटक प्रति निवासी के हिसाब से; और इस पैमाने पर पलाऊ का स्थान पूरे विश्व में 11वाँ है। माइक्रोनेशिया में यह तीसरे स्थान पर है। पलाऊ ने सिर्फ पर्यटन क्षेत्र में लगभग 14.8 करोड़ अमेरिकी डॉलर उत्पन्न किया। यह इसके सकल घरेलू उत्पाद के 47.72 प्रतिशत के समतुल्य है (स्रोत: <https://www.worlddata.info/oceania/palau/index.php>)।

पलाऊ संकल्प चरण I और II : एक ऐसा कार्य जिसका अनुसरण भूमण्डलीकृत विश्व ने किया एक द्वीपसमूह, जिसका कुल क्षेत्रफल 460 वर्ग किमी. है, के निवासियों की तुलना में आठ गुना अधिक पर्यटकों को अपने पास रखने की वास्तविकता ने पलाऊ संकल्प अभियान को प्रारम्भ करने के लिए प्रेरित किया।

चरण 1

पलाऊ संकल्प अभियान विश्व का पहला ऐसा अभियान था, जिसमें आगंतुकों से पासपोर्ट में एक घोषणा पर हस्ताक्षर करने के लिए कहा गया था ताकि अगली पीढ़ी के लिए इसके पर्यावरण और संस्कृति का संरक्षण किया जा सके। यह एक ऐसा कदम था कि तब से लेकर अभी तक हवाई द्वीप और न्यूजीलैंड इसका पालन करते आ रहे हैं। इसका लक्ष्य आने वाले पर्यटकों की संख्या को बढ़ाना या घटाना कभी भी नहीं था, बल्कि इसका उद्देश्य “प्रकृति में संरक्षणात्मक” था। पलाऊ ने अन्य गंतव्य स्थलों में पतन पर ध्यान दिया है और पलाऊ में जो कुछ भी घटित हो रहा था, उसे रोकने के लिए वह निरोधक कार्रवाई करना चाहता था। यह संकल्प पलाऊ द्वारा लागू की गई कई पहलों में से एक है ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि इसका अविश्वसनीय प्राचीन स्वर्ग आने वाली पीढ़ियों (हमदी, 2019) के लिए संरक्षित है।

चरण 2

व्यवहारों को सबसे अच्छे तरीके से मापने के अतिरिक्त, दूसरा चरण व्यवसायों के लिए एक मान्यता कार्यक्रम का शुभारंभ देखेगा जो संकल्प के अनुसार कार्य करेगा, और उन्हें विपणन का एक उपकरण प्रदान करेगा ताकि उच्च-मूल्य वाले कर्तव्यनिष्ठ आगंतुकों को आकर्षित किया जा सके। इसमें स्कूल जाने वाले बच्चों के आयु वर्ग के शैक्षणिक पाठ्यक्रम के लिए संकल्प सहायक विकसित करना भी शामिल होगा।

13.6.2 तिमोर (पूर्वी)

तिमोर-लेस्ते या पूर्वी तिमोर, दक्षिण पूर्व एशिया का एक ऐसा राष्ट्र है जो तिमोर के द्वीप को आधा आच्छादित करता है। यह समुद्री जीवन के साथ प्रचुर प्रवाल भित्तियों द्वारा निर्मित है। राजधानी का प्रमुख स्थल, डिली, सन् 1975 में पुर्तगाल से और सन् 2002 में इंडोनेशिया से स्वतन्त्रता हासिल करने की कहानी कहता है। प्रतिष्ठित 27 मीटर ऊँची क्रिस्टो री डी डिली की प्रतिमा शहर के ऊपर एक पहाड़ी की चोटी पर स्थित है, और इसके साथ ही यहाँ आसपास की खाड़ी के व्यापक दृश्य मौजूद हैं।

सन् 2002 में, जब पूर्वी तिमोर ने पूर्ण स्वतंत्रता हासिल की, तो यहाँ 69.8 करोड़ वैश्विक पर्यटक आए थे। सन् 2017 तक, चूँकि चीनी और अन्य एशियायी पर्यटकों की संख्या का विस्तार हो गया था, संयुक्त राष्ट्र विश्व पर्यटन संगठन के अनुसार, यह संख्या लगभग दुगुनी होकर 1.3 अरब तक पहुँच गयी थी।

10 सदस्य देशों वाले दक्षिण पूर्व एशियायी देशों के संघ, जिसमें प्रवेश के लिए पूर्वी तिमोर ने आवेदन किया है, ने संयुक्त रूप से सन् 2017 में 11.3 करोड़ पर्यटकों का आगमन हासिल किया था। ऑस्ट्रेलिया, जो हाल ही में पूर्वी तिमोर के साथ एक समुद्री सीमा के चिह्नांकन के लिए सहमत हुआ है, ने मार्च 2018 तक वर्ष में 90 लाख से अधिक आगंतुकों को प्राप्त किया। पिछले वर्ष वाली आए कुल 60 लाख आगंतुकों में से 11 लाख से भी कम आगंतुक ऐसे थे, जो आस्ट्रेलिया से वाली आए थे। इससे यह संकेत प्राप्त होता है कि पूर्वी तिमोर एक संभावित आकर्षक बाजार का लाभ लेने से चूक रहा है, जबकि यहाँ से डार्विन की हवाई यात्रा करने में एक घण्टे से थोड़ा ही अधिक समय लगता है।

सम्भव है कि पूर्वी तिमोर का इतिहास इसके पर्यटन को कम कर देता हो। पूर्वी तिमोर, लगभग एक चौथाई शताब्दी की अवधि तक, इंडोनेशिया की हिंसक अधीनता के अन्तर्गत रहा और उसे सन् 1999 में इससे मुक्ति मिली। इस दौरान लगभग दो लाख लोगों की मृत्यु हुई। तब से अस्थिरता के रुक-रुक कर होने वाले टकरावों के कारण यह देश अपनी संघर्षग्रस्त छवि से मुक्त नहीं हो सका है। ऐसा इस तथ्य के बावजूद भी है कि हाल ही में शान्तिपूर्ण और निष्पक्ष निर्वाचनों का दौर चला। ये निर्वाचन सन् 2002 के बाद से होने वाला पाँचवाँ निर्वाचन था (रफनीन, Roughneen, 2018)। यह मुद्दा पूर्वी तिमोर के भीतर के यात्रियों के लिए भी महँगा पड़ सकता है, और इन यात्रियों को अपेक्षाकृत अधिक कीमत चुकानी पड़ सकती है। यह एक ऐसी बाधा है, जिसका संज्ञान सरकार की पर्यटन योजना में लिया गया है। दूरदराज की अपनी अवस्थिति के कारण और इस तथ्य के कारण कि इसकी अर्थव्यवस्था अमेरिकी डॉलरों में चलती है, तिमोर-लेस्ते तुलनात्मक रूप से खर्चीला पड़ता है तथा अपने बहुत सारे पड़ोसियों के सन्दर्भ में यहाँ खर्च किए गए धन के हिसाब से मूल्य नहीं हासिल हो पाता।

13.6.3 मोण्टीनेग्रो

मोण्टीनेग्रो बीहड़ पहाड़ों, मध्ययुगीन गाँवों और एड्रियाटिक तटरेखा के साथ संलग्न अपने समुद्र तटों की एक संकीर्ण पट्टी से युक्त एक बाल्कन देश है। कोटोर की खाड़ी, एक फिजोर्ड (fjord : दो ऊँची खड़ी चट्टानों के बीच में समुद्र की पतली लम्बी पट्टी) की तरह है। इस खाड़ी के किनारे-किनारे तटों पर बिन्दुओं की तरह अनेक चर्च तथा कोटोर और हर्सेग नोवी जैसे किलाबन्द कस्बे अवस्थित हैं। डुरमिटोर राष्ट्रीय उद्यान, जो कि भालुओं और भेड़ियों का आवास

स्थल है, के अन्तर्गत चूना-पत्थर की बनी अनेक चोटियाँ, हिमनदों झीलें और 1,300 मीटर गहरी तारा नदी घाटी शामिल है।

डब्ल्यूटीटीसी के प्रतिवेदनों (2018) के अनुसार मोण्टीनेग्रो सबसे तेजी से बढ़ते पर्यटन स्थलों में से एक है। सन् 2007 में, दस लाख से अधिक पर्यटकों ने मोण्टीनेग्रो की यात्रा की थी, जिसके कारण 73 लाख लोगों ने यहाँ रात्रि-विश्राम किया (सन् 2006 की तुलना में 23 प्रतिशत की वृद्धि)। इसके कारण सन् 2007 में, पर्यटन राजस्व के रूप में, लगभग 48 करोड़ यूरो का अर्जन हुआ (पिछले वर्ष की तुलना में 39 प्रतिशत की वृद्धि)। सन् 2015 में पर्यटन के सन्दर्भ में 17 लाख लोगों का आगमन हुआ और सन् 2016 में इसमें और भी अधिक वृद्धि हुई। इसी वर्ष लोनली प्लैनेट (लोनली प्लैनेट, 2015) ने कोटोर को यात्रा करने के लिए सर्वोत्तम शहर के रूप में नामित किया, जबकि यह पूरा देश ही पर्यटकों के सन्दर्भ में सूची में लगातार शिखर पर बना हुआ है। सन् 2016 में कुल 18 लाख आगंतुकों के साथ, यह राष्ट्र यूरोप में यात्रा करने के लिए सर्वाधिक लोकप्रिय देशों में 36वें स्थान पर (47 देशों में से) रहा (हिल्सडन 2017)। इसके अतिरिक्त भी, सन् 2017 में 20 लाख से अधिक पर्यटकों ने मोण्टीनेग्रो की यात्रा की। सरकार का उद्देश्य ग्रीनफील्ड निवेश को आकर्षित करना है, ताकि तट के अविकसित हिस्सों; जैसे - जैज़ बीच, वेलिका प्लाज़ा, एडा बोजना और बुलजारिका का सर्वोत्तम उपयोग हो सके।

मोण्टीनेग्रो को विभिन्न प्रकार के आकर्षणों की पेशकश करने वाले एक गंतव्य-स्थल के रूप में प्रस्तुत किया जा सकता है तथा इसकी विभिन्न विशेषताओं का प्रचार करके पूरे वर्ष चलने वाले पर्यटन को संभव किया जा सकता है। इसलिए, मोण्टीनेग्रो का पर्यटन मास्टर प्लान भी, नए बुनियादी ढाँचे और सेवाओं के साथ प्रकृति-आधारित पर्यटन, विशेष रूप से लम्बी पैदल यात्रा और बाइकिंग के लिए, राष्ट्रीय विकास कार्यक्रम का मार्ग प्रशस्त कर रहा है।

13.6.4 सर्बिया

सर्बिया, आधिकारिक तौर पर सर्बिया गणराज्य, दक्षिणी पेनोनियन मैदान और केन्द्रीय बाल्कन में मध्य और दक्षिण-पूर्वी यूरोप के चौराहे पर स्थित एक देश है। जैसा कि सर्बिया गणराज्य के सांख्यिकीय कार्यालय के आँकड़ों द्वारा प्रदर्शित किया गया है, सन् 2017 में, कुल 30.8 लाख पर्यटकों ने सर्बिया की यात्रा की, जो सन् 2016 की जनवरी-दिसंबर की अवधि की तुलना में

12% की वृद्धि को दर्शाता है। जैसा कि सर्बिया के पर्यटन संगठन द्वारा घोषित किया गया है, 15.9 लाख स्थानीय पर्यटक (+8%) थे, जो अतिथियों की कुल संख्या के 51% का प्रतिनिधित्व करते थे और 14.9 लाख (+17%) विदेशी लोग थे जो 49% का प्रतिनिधित्व करते थे। जैसा कि जोड़ा गया है, सन् 2017 में पर्यटकों के रात्रि-विश्रामों की संख्या 83 लाख थी (सन् 2016 की तुलना में 11% की वृद्धि)। इसमें स्थानीय पर्यटकों के रात्रि-विश्रामों की संख्या 51 लाख थी (+ 7%), जो कुल रात्रि-विश्रामों का 62% है जबकि विदेशी पर्यटकों के रात्रि-विश्रामों की संख्या 32 लाख (+16%) थी जो कुल संख्या का 38% है।

स्थानीय अतिथियों ने सर्वाधिक रात्रि-विश्राम स्पा (spas) में (38%) और पर्वतीय स्थानों (34%) में किए, जबकि विदेशी अतिथियों ने सर्वाधिक रात्रि-विश्राम बेलग्रेड (53%) में किया। स्थानीय पर्यटकों के बीच सबसे लोकप्रिय जगह वर्नजैका बाँजा (Vrnjacka Banja) है (603,279 रात्रि-विश्राम, सन् 2016 की तुलना में 5% अधिक)। इसके बाद जलाटीबोर (Zlatibor), कोपाओनिक (Kopaonik), बेलग्रेड, सोकोबाँजा का स्थान आता है, जबकिजबकि, सर्बिया की राजधानी के अलावा, विदेशियों को नोवी सैड, जलाटीबोर, कोपाओनिक और वर्नजैका बाँजा सर्वाधिक पसन्द आता है। सन् 2017 में रात्रि-विश्राम करने वाले पर्यटकों की सर्वाधिक संख्या बोस्निया और हर्जगोविना से थी (234,758, सन् 2016 की तुलना में 5% अधिक)। इसके बाद मोण्टेनेग्रो, तुर्की, क्रोएशिया, रूस आदि से आने वाले पर्यटकों की संख्या का स्थान था (Ekapija.com 2018)।

13.7 औद्योगीकृत और विकसित देशों में पर्यटन

एक विकसित देश, औद्योगीकृत देश, अधिक विकसित देश, या आर्थिक रूप से अधिक विकसित देश (एमईडीसी), एक ऐसा संप्रभु राज्य है जिसमें अन्य कम औद्योगीकृत राष्ट्रों की तुलना में विकसित अर्थव्यवस्था और उन्नत प्रौद्योगिकीय बुनियादी ढाँचा मौजूद होता है। उत्तरी अमेरिका और पश्चिमी यूरोप विकसित या औद्योगीकृत राज्यों के ज्वलंत उदाहरण हैं। अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन के संबंध में, औद्योगीकृत देशों की, विशेषकर उत्तरी अमेरिका और पश्चिमी यूरोप में, कुछ उभयनिष्ठ या सामान्य विशेषताएँ हैं:

- एक साथ मिलकर, ये अंतरराष्ट्रीय पर्यटन के बहुत बड़े प्रतिशत का प्रतिनिधित्व करते हैं: 70 प्रतिशत का।
- इनके दोनों रूप विद्यमान हैं - ये अन्तरराष्ट्रीय पर्यटकों के प्रमुख उत्पादक देश भी हैं और ये अन्तरराष्ट्रीय पर्यटकों के मुख्य प्रापक देश भी हैं।
- आपवादिक मामलों (विशेष रूप से स्पेन) को यदि छोड़ दिया जाए, तो यहाँ आर्थिक गतिविधि के अन्य क्षेत्रों की तुलना में अन्तरराष्ट्रीय पर्यटन को द्वितीयक ही माना जाता है।
- अन्तरराष्ट्रीय पर्यटन का प्रवाह मिलती-जुलती आर्थिक और सामाजिक व्यवस्थाओं के बीच होता है, हालाँकि बहुत बार ऐसा विशाल सांस्कृतिक अन्तरों के साथ होता है (जापान)।
- अन्तरराष्ट्रीय पर्यटन प्रमुखतः निजी क्षेत्र के अन्तर्गत आता है, हालाँकि राष्ट्रीय प्रशासन इस सन्दर्भ में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। सार्वजनिक क्षेत्र का प्रभाव कम होता जा रहा है। आमतौर पर, निजी और सार्वजनिक क्षेत्र की कार्रवाइयों को लचीले समझौतों या बजटीय प्रोत्साहनों में समन्वित कर लिया जाता है।
- मुख्य औद्योगिक देश ओईसीडी (आर्थिक सहयोग और विकास संगठन) के सदस्य हैं और, यूरोप में, अधिकांश देश ऐसे भी हैं जो यूरोपीय संघ के सदस्य हैं। ये दोनों संगठन पर्यटन की नीतियों के समन्वय में, पर्यटन के उद्देश्यों के निर्धारण में और सामान्य आर्थिक नीतियों के हिसाब से विधियों को लागू करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। (Vellas And Becherel 1995)

13.7.1 संयुक्त राज्य अमेरिका

संयुक्त राज्य अमेरिका 50 प्रान्तों का एक देश है जो उत्तरी अमेरिका के एक विशाल हिस्से को आच्छादित करता है। अलास्का उत्तरी-पश्चिमी दिशा में स्थित है और हवाई द्वीप इस देश की उपस्थिति का प्रशान्त महासागर तक विस्तार करता है। न्यूयॉर्क और वाशिंगटन डीसी प्रमुख अटलांटिक तटीय शहर हैं। न्यूयॉर्क एक वैश्विक वित्तीय और सांस्कृतिक केंद्र है तथा वाशिंगटन, डीसी देश की राजधानी है। मिडवेस्टर्न महानगर शिकागो प्रभावशाली स्थापत्य के लिए जाना जाता है और पश्चिमी तट पर लॉस एंजिल्स हॉलीवुड फिल्म निर्माण के लिए प्रसिद्ध है।

यात्रा और पर्यटन संयुक्त राज्य अमेरिका में एक फल-फूल रहा उद्योग है। घरेलू और अन्तरराष्ट्रीय यात्रियों ने सिर्फ 2018 में ही देश के सकल घरेलू उत्पाद में लगभग 1.1 ट्रिलियन अमेरिकी डॉलर का योगदान दिया था। यह कोई आश्चर्य की बात नहीं है कि अन्तरराष्ट्रीय यात्राओं की तुलना में घरेलू यात्रा के खर्च ने लगातार अधिक योगदान दिया है। घरेलू यात्रा का योगदान लगभग 80 प्रतिशत है और यह स्थिति पिछले पाँच सालों से निरन्तर बनी हुई है। यात्रा और पर्यटन उद्योग जिन पहलुओं के सन्दर्भ में अपना योगदान देता है, उनमें अर्थव्यवस्था का केवल सकल घरेलू उत्पाद ही शामिल नहीं है, बल्कि यात्रा और पर्यटन उद्योग अमेरिकी निवासियों को रोजगार के स्रोत भी उपलब्ध कराता है, जिसने सन् 2017 में प्रत्यक्षतः लगभग 52.9 लाख लोगों को नौकरियाँ प्रदान कीं।

ऐसा पूर्वानुमान है कि सन् 2019 में संयुक्त राज्य अमेरिका कुल 8.09 करोड़ अंतरराष्ट्रीय आगंतुकों को प्राप्त करेगा। हालाँकि, इस उद्योग में अंतरराष्ट्रीय आगंतुकों का प्रमुख योगदान है, किन्तु यह योगदान घरेलू यात्रियों द्वारा किए गए समग्र खर्च की तुलना में कम ही है। सम्भव है कि पिछले दशक में, अमेरिका में प्रचलित वैध पासपोर्टों की संख्या बड़े पैमाने पर बढ़ी हो, फिर भी अभी तक अमेरिका घरेलू अवकाश यात्राओं के साथ अपने ही नागरिकों के लिए एक लोकप्रिय यात्रा-स्थल साबित होता चला आ रहा है। सन् 2019 में यह अनुमान है कि 1.86 अरब घरेलू यात्राएँ अमेरिका में सम्पन्न की जाएँगी।

कुछ स्थल, ज़ाहिर है कि दूसरों की तुलना में अधिक आगंतुकों को आकर्षित करते हैं, चाहे ये आगन्तुक अंतरराष्ट्रीय हों या घरेलू। अमेरिका में यात्रियों के लिए एक गर्म स्थान न्यूयॉर्क है। इस शहर को अंतरराष्ट्रीय आगमनों और आगंतुकों द्वारा किए गए खर्च - दोनों के मामले में - विश्व स्तर के शीर्ष 10 शहरों में स्थान दिया गया था। सन् 2019 में जब अमेरिकी यात्रियों से उनके गन्तव्य के बारे में पूछा गया तो उनके लिए न्यूयॉर्क ही शीर्ष घरेलू गन्तव्य स्थल था। इसके बाद गैम्बलिंग पावरहाउल लास वेगास का स्थान था और लास वेगास के बाद विश्व प्रसिद्ध ऑरलैंडो/ डिज़्नी वर्ल्ड का स्थान था। यह कहा जा रहा है, कि सन् 2019 में अमेरिकी यात्रियों के लिए छुट्टी बिताने के सर्वाधिक लोकप्रिय स्थल शहरों की यात्राएँ या मनोरंजन के उद्यान नहीं थे, बल्कि समुद्र तट थे। इसके बाद सर्वसमावेशी पैकेजों का स्थान था (लॉक 2019)।

अमेरिकी पर्यटन का भविष्य चिंताजनक है, क्योंकि यह सम्पूर्ण विश्व के गंतव्यों के बीच अपनी बाजार हिस्सेदारी खो रहा है। अमेरिका में पर्यटन की गिरावट के लिए जिन तीन कारकों को जिम्मेदार ठहराया जा सकता है, वे इस प्रकार हो सकते हैं :

- वैश्विक अर्थव्यवस्था की धीमी गति।
- डॉलर के मुकाबले मुद्राओं का कमजोर होना। पिछले पाँच वर्षों में, अमेरिका की यात्रा करने की लागत, प्रमुख यात्रा बाजारों के लिए, सिर्फ मुद्रा-विनिमय दरों के कारण 10% बढ़ गयी है, जिसमें ब्राजील (42%), मेक्सिको (35%), कनाडा (20%), और यूनाइटेड किंगडम (14%) शामिल हैं। ये सब मिलकर विश्व के बहुत सारे यात्रियों के लिए अमेरिका को एक बहुत अधिक महँगा गन्तव्य-स्थल साबित करते हैं।
- कुछ क्षेत्रों के विरुद्ध अमेरिकी नीतियाँ।

अंतिम बिंदु का समर्थन इस तथ्य के द्वारा किया जाता है कि सन् 2018 के पूर्वार्द्ध में अमेरिका की यात्रा करने वाले मध्य पूर्व, मेक्सिको, चीन और जर्मनी और साथ ही साथ दक्षिण कोरिया और जापान के लोगों में सर्वाधिक गिरावट आयी। पिछले दशक में 23% की औसत वार्षिक वृद्धि दर्ज करने के बाद, सन् 2018 में अमेरिका के लिए चीनी लोगों द्वारा की जाने वाली यात्राएँ रुक गयीं और इसमें कोई भी वृद्धि नहीं हुई। इसी प्रकार, पहले के दस वर्षों में 11% की औसत वृद्धि के स्तर से चल रहा दक्षिण कोरिया भी गिरकर 3% पर आ गया। जापान से यात्रा भी 4 प्रतिशत तक नीचे गिर गयी, जो एक सार्वकालिक महत्वपूर्ण लेकिन सुस्त बाजार की कहानी के जारी रहने को दर्शाता है।

यूरोपीय पक्ष को देखें तो यूरोप की विशालतम और विश्व की चौथी सबसे बड़ी अर्थव्यवस्था जर्मनी से यात्रा करने वाले लोगों में 7% की गिरावट आयी। इसमें सन् 2018 में भयंकर गिरावट आयी थी। इन प्रमुख बाजारों के अलावा, अमेरिका में अर्जेन्टीना से की जाने वाली यात्रा में भी गिरावट आई। अर्जेन्टीना का पेसो अपने मूल्य में नीचे चला गया है और इसकी अर्थव्यवस्था मंदी में है। इसके कारण अर्जेन्टीना के लोगों के पास विदेश जाकर खर्च करने के लिए बहुत कम पैसे बचते हैं। मेक्सिको और कनाडा से की जाने वाली यात्राएँ 3.9 प्रतिशत के रूप में बेहतर हैं, किन्तु फिर भी यह वैश्विक औसत वृद्धि से बहुत पीछे ही हैं। यह अमेरिका की यात्रा किए जाने के सन्दर्भ में एक दीर्घकालिक गिरावट को प्रतिबिम्बित करता है क्योंकि पिछले तीन वर्षों की अवधि में अन्य देश यात्रियों की बढ़ी हुई संख्या के साक्षी रहे (वेण्डर 2019)।

13.7.2 जापान

प्रशांत महासागर में स्थित, जापान चार प्रमुख द्वीपों से मिलकर बना है और मोटे तौर पर यह कैलिफोर्निया के आकार का है। प्रत्येक वर्ष विश्व भर से लाखों पर्यटक यहाँ के समृद्ध इतिहास और संस्कृति, हल्की जलवायु, खरीदारी, रात्रि-जीवन और दृश्यों का आनन्द लेने के लिए जापान की यात्रा करते हैं। यहाँ प्रत्येक आयु वर्ग के यात्रियों के लिए अनेक आकर्षण और विभिन्न गतिविधियाँ उपलब्ध हैं। अधिकांश पर्यटक दुकानों, रेस्तराँओं और संग्रहालयों की यात्रा करने के लिए टोक्यो में ठहरते हैं। अन्य लोकप्रिय शहरों में क्योटो (जापान की पूर्व राजधानी) और ओसाका (जापान का तीसरा सबसे बड़ा शहर) शामिल हैं। जापानी संस्कृति में रुचि रखने वाले यात्री गोल्डेन पैवेलियन जैसे बौद्ध मन्दिरों या हिमेजी कैसल जैसे किलों की यात्रा करते हैं। बाह्य गतिविधियों में रुचि रखने वाले पर्यटक अक्सर किसी जापानी हॉट स्प्रिंग या माउंट फ्यूजी की यात्रा करते हैं।

जापान राष्ट्रीय पर्यटन संगठन (जेएनटीओ) के अनुसार, सितंबर 2019 में जापान आने वाले अन्तरराष्ट्रीय यात्रियों की अनुमानित संख्या लगभग 23 लाख (पिछले वर्ष की तुलना में, +5.2%) थी। यह संख्या 2018 की तुलना में लगभग 110,000 अधिक थी। 2018 में रिकॉर्ड 3.12 करोड़ विदेशी पर्यटक जापान आए; आगंतुकों की संख्या विशेष रूप से जून और अगस्त 2018 के बीच बढ़ गयी थी और दस लाख से भी अधिक हो गयी थी। ऐसा पहली बार हुआ था कि कोई दक्षिण-पूर्व एशियाई देश इस विशाल आँकड़े तक पहुँच सका। यह संख्या पिछले वर्ष की तुलना में 8.7% अधिक थी और सन् 1964 में जब आँकड़ों को एकत्रित करना प्रारम्भ किया गया था, तबसे लेकर अब तक की यह सर्वोच्च संख्या थी। सन् 2020 में, जब टोक्यो ओलम्पिक का आयोजन होगा, चार करोड़ विदेशी यात्रियों के आगमन का सरकार का लक्ष्य गति पकड़ रहा है।

देश के हिसाब से देखें, तो चीन से आने वाले यात्रियों की संख्या गर्मी के महीनों में घट गयी थी। अक्तूबर माह से व्यक्तिगत यात्रा में, समग्रता में, फिर से वृद्धि हुई। यह वृद्धि 13.9% थी और कुल संख्या 84 लाख पहुँच गयी थी। दक्षिण कोरिया के सन्दर्भ में देखें, तो नई और कम लागत वाली विमान सेवाओं के कारण जापान की यात्रा करने के लिए पहले से अधिक सीटें उपलब्ध रहती हैं, जिसके कारण जापान जाने वाले यात्रियों की संख्या में वृद्धि होती है। थाईलैंड ने भी जापान जाने के लिए नई विमान सेवाओं और उड़ानों का विस्तार किया है। यूरोप, उत्तरी अमेरिका और आस्ट्रेलिया से आने वाले यात्रियों ने क्रूज जहाजों की माँग की, जिसके कारण वर्ष 2018 के दौरान यात्रियों की संख्या अनुकूल बनी रही।

जापान को सर्वाधिक यात्री चीन ने प्रदान किए। इस सन्दर्भ में चीन के पश्चात् दक्षिण कोरिया, ताइवान और हांगकांग का नाम आता है। इस प्रकार, जापान आने वाले यात्रियों में, आसपास के क्षेत्र के आने वाले यात्री सर्वाधिक हैं। इसके बाद अमेरिका, थाईलैंड और ऑस्ट्रेलिया का स्थान है। (स्रोत: जापान राष्ट्रीय पर्यटन संगठन के आंकड़ों के आधार पर Nippon.com द्वारा संकलित)।

13.7.3 जर्मनी

जर्मनी जंगलों, नदियों, पर्वत श्रृंखलाओं और उत्तरी सागर के समुद्र तटों के भूदृश्य से युक्त एक पश्चिमी यूरोपीय देश है। इसका इतिहास दो सहस्राब्दियों पुराना है। इसकी राजधानी बर्लिन कला और रात्रि-जीवन के दृश्यों, ब्रैंडेनबर्ग गेट और द्वितीय विश्व युद्ध से जुड़े अनेक स्थलों का घर है। म्यूनिख, 16 वीं शताब्दी के होफब्राउहॉस (Hofbrauhaus) समेत, अपने ओक्टोबरफेस्ट (Oktoberfest) और बीयर हॉल के लिए जाना जाता है। फ्रैंकफर्ट अपनी गगनचुम्बी इमारतों और घरों के साथ यूरोपीय केंद्रीय बैंक के लिए विख्यात है।

जर्मनी आने वाले कुल आगंतुकों में से लगभग आधे लोग विदेश से आए, मुख्य रूप से ब्रिटेन, स्पेन, इटली और नीदरलैंड से, लेकिन अमेरिका से भी लोग यहाँ यात्रा पर आए। कुल 1.35 करोड़ आगंतुकों और 3.3 करोड़ रात्रि-विश्रामों के साथ बर्लिन यूरोप के गन्तव्य स्थलों में अपना तीसरा स्थान बनाए रखने में सफल रहा। 1992 से 2017 तक पर्यटकों की संख्या दुगुनी से भी अधिक हो गयी और इसके बाद पर्यटकों की विशाल भीड़ को बर्लिन के बाहरी जिलों में व्यवस्थित करने के लिए बर्लिन के पर्यटक योजनाकार एक ऐप का उपयोग करने का प्रयास कर रहे हैं।

अवकाश के एक गन्तव्य स्थल के रूप में, जर्मनी में पर्यटन में तेजी सन् 2018 में जारी रही। आपवादिक रूप से गर्म और खिली धूप वाली गर्मी सर्वोत्तम परिस्थितियों का सृजन करती हैं। सुखदायी तापमान और तैराकी के लिए उत्तम मौसम के साथ, अनेक जर्मन लोगों ने उत्तरी और बाल्टिक सागर के तटों पर ठहरकर अपने ही देश में छुट्टियाँ मनाने का फैसला लिया। जर्मन लोगों के बीच, विशेष तौर पर मेकेलेनबर्ग-वेस्ट पोमेरैनिया ने अच्छी लोकप्रियता हासिल की है। संघीय सांख्यिकीय कार्यालय के अनुसार, सिल्ट (Sylt) और आल्प्स के बीच रात्रि-विश्रामों की संख्या कुल मिलाकर चार प्रतिशत बढ़ी और लगभग 47.7 करोड़ तक पहुँच गयी। यह

सार्वकालिक रूप से सर्वोच्च आँकड़ा है। इसमें से, अन्तरराष्ट्रीय पर्यटकों द्वारा किए गए रात्रि-विश्रामों की संख्या 8.77 करोड़ रही। यह 2017 की तुलना में 38 लाख अधिक है। इस प्रकार, 2018 में, जर्मनी लगातार नौवीं बार एक गंतव्य के रूप में अपना आकर्षण बढ़ाने में सक्षम रहा। यह विशेष रूप से उल्लेखनीय है कि, यूरोपीय लोगों के बीच, अवकाश के एक गन्तव्य स्थल के रूप में जर्मनी अपनी स्थिति को और अधिक उन्नत करने में सक्षम रहा।

13.8 विकासशील और अल्पविकसित विश्व में पर्यटन

विकासशील देश (या एक निम्न और मध्यम आय वाला देश : एलएमआईसी), कम विकसित/आर्थिक रूप से कम विकसित (एलडीसी)/ अल्पविकसित देश एक ऐसा देश है जिसका औद्योगिक आधार अन्य देशों की तुलना में कम विकसित होता है और जिसका मानव विकास सूचकांक (एचडीआई) कम होता है। अनेक विकासशील और न्यूनतम विकसित देशों में पर्यटन आर्थिक विकास का सबसे व्यवहार्य और टिकाऊ विकल्प है, और कुछ देशों में, यह विदेशी मुद्रा के अर्जन का मुख्य स्रोत है। ऊष्णकटिबंधीय समुद्र तटों का आनन्द लेने के लिए प्रत्येक वर्ष, मेक्सिको, डोमिनिकन गणराज्य और इंडोनेशिया जैसे गरीब देशों में लाखों पर्यटक आते हैं। सम्पूर्ण विश्व के विकासशील क्षेत्रों में, पर्यटन एक लोकप्रिय और महत्वपूर्ण उद्योग है तथा यह अनेक तरीकों से विकासशील देशों के लिए अच्छा है। अपने सबसे बुनियादी स्तर पर, पर्यटन :

- इन देशों की अर्थव्यवस्थाओं में अति आवश्यक जरूरी विदेशी धन लाता है;
- एक कृषि अर्थव्यवस्था से आगे बढ़कर अपने क्षितिज का विस्तार करता है; और
- सड़क, परिवहन और आधुनिक सुविधाओं तक पहुँच जैसी स्थानीय परिस्थितियों में सुधार करने में भी सहायक हो सकता है।

दीर्घकालिक समय में, पर्यटन इन विकासशील राष्ट्रों में वृहद परिवर्तन ला सकता है क्योंकि पर्यटन उन देशों के लिए एक खतरे की तरह बन जाता है जो राजस्व के इसी अकेले स्रोत पर बहुत अधिक निर्भर रहते हैं। पर्यटकों को सेवा प्रदान करने पर बहुत अधिक ध्यान केन्द्रित

करने से "प्रतिभा पलायन" की स्थिति उत्पन्न हो सकती है क्योंकि श्रमिक उन नौकरियों की तरफ चले जाते हैं जिनके लिए बहुत कम शिक्षा और प्रशिक्षण की आवश्यकता होती है, जैसे - बैरा (वेटर) और टैक्सी चालक। पर्यटन उद्योग किसी देश की देशज स्वायत्तता को कम भी कर सकता है क्योंकि यह उद्योग पूर्ण रूप से बाह्य कारकों, जैसे विदेशी उपभोक्ताओं और जलवायु पर निर्भर होता है।

13.8.1 किर्गिस्तान

किर्गिस्तान गणराज्य मध्य एशिया में स्थित एक देश है। इसकी सीमाएँ चीन, कजाखस्तान, ताजिकिस्तान और उजबेकिस्तान के साथ लगती हैं। किर्गिस्तान एक पर्वतीय देश है जिसमें लगभग 49 लाख लोग निवास करते हैं। इनमें से साठ प्रतिशत लोग नृजातीय किर्गिज़ हैं। भूतपूर्व सोवियत संघ से इसे सन् 1990 के दशक में स्वतन्त्रता मिली। इस देश के पास समृद्ध प्राकृतिक संसाधनों की क्षमता का एक आधार मौजूद है। देश के 90 प्रतिशत से अधिक क्षेत्र की ऊँचाई 1000 मीटर है। इस देश के पास विश्व की कुल भूमि का मात्र 0.13 प्रतिशत ही है, फिर भी यहाँ दुनिया की वनस्पति प्रजातियों का दो प्रतिशत और जंतु प्रजातियों का तीन प्रतिशत पाया जाता है। यहाँ सामाजिक पर्यटन फला-फूला और यह देश के पर्यटन विकास की योजनाओं के लिए यह आधारभूत है। सन् 2018 में, विभिन्न देशों से लगभग 69,50,000 (उनहत्तर लाख पचास हजार) पर्यटक किर्गिस्तान आए थे, लेकिन पर्यटकों की उपस्थिति की गणना के लिए अंतरराष्ट्रीय मानकों के अनुसार, लगभग तीस लाख लोगों ने इस देश की यात्रा की थी (कबर 2019)।

दुर्भाग्यवश बजट का सिर्फ 4 प्रतिशत ही पर्यटन को आवण्टित किया जाता है और आधारभूत संरचना का विकास भी धीमा है। पर्यटन के उद्देश्य यहाँ अवश्य मौजूद हैं, लेकिन कागज पर अधिक और वास्तविकता में कम। देश को न केवल नीतियों की आवश्यकता है बल्कि एक मजबूत राजनीतिक और आर्थिक वातावरण की भी जरूरत है जो पर्यटन के विकास का समर्थन और समन्वय करे (पामर 2006) ।

13.8.2 मेक्सिको

मेक्सिको, जिसका आधिकारिक नाम संयुक्त मैक्सिकन राज्य है, उत्तरी अमेरिका के दक्षिणी हिस्से में स्थित एक देश है। यह उत्तर दिशा में संयुक्त राज्य अमेरिका के साथ, दक्षिण और पश्चिम दिशा में प्रशान्त महासागर के साथ; दक्षिण-पूर्व दिशा में ग्वाटेमाला, बेलीज और कैरेबियन सागर के साथ तथा पूर्व दिशा में मेक्सिको की खाड़ी के साथ अपनी सीमाएँ साझा करता है।

पर्यटन मेक्सिको में एक बड़ा व्यवसाय है! अनुमान लगाया गया था कि लगभग 4.48 करोड़ अन्तरराष्ट्रीय पर्यटक सन् 2019 में मेक्सिको की यात्रा करेंगे। यह सन् 2018 की तुलना में 5.6% की वृद्धि को दर्शाता है। इसकी तुलना में, सन् 2017 के दौरान विकास करते हुए, सन् 2018 में मैक्सिकन पर्यटन उद्योग 7.9% की दर से अपनी पटरी पर आगे बढ़ रहा है, जबकि सम्पूर्ण अर्थव्यवस्था में 2.3% की वृद्धि दर्ज की गई। हालाँकि सन् 2019 के लिए अपेक्षित वृद्धि कम है, वर्तमान में दुनिया में सर्वाधिक घूमे जाने वाले देशों में मेक्सिको का स्थान छठवाँ है। परिषद के लिए 2018 का वार्षिक बजट लगभग 6 अरब पेसोस (29.5 करोड़ अमेरिकी डॉलर) का, जिसमें सन् 2019 में वृद्धि की जाएगी। सन् 2017 में, रिकॉर्ड 3.93 करोड़ विदेशी पर्यटकों ने मेक्सिको की यात्रा की और यहाँ रहते हुए 21.3 अरब अमेरिकी डॉलर से भी अधिक खर्च किए। जनवरी से सितंबर 2018 तक की प्रवृत्तियों को देखते हुए, यह अनुमान लगाया गया है कि मेक्सिको में 2018 के अंत तक 42,423,000 पर्यटक आएँगे और कुल 22.3 अरब अमेरिकी डॉलर खर्च करेंगे। सन् 2017 की तुलना में, यह पर्यटकों में 7.9% की और राजस्व में 4.2% की वृद्धि को दर्शाएगा। सन् 2019 में 4.48 करोड़ पर्यटकों के आने का अनुमान है, जो मेक्सिको में रहते हुए 23.26 अरब अमेरिकी डॉलर खर्च करेंगे। यह सन् 2018 के अपेक्षित खर्च की तुलना में 4.3% अधिक है।

पर्यटकों की संख्या में केवल वे व्यक्ति शामिल हैं जिन्हें प्रवेश हेतु पंजीकरण जारी किया जाता है - फॉर्मा माइग्रेटोरिया मल्टीपल (एफएमएम), जिसे आमतौर पर पर्यटक वीजा के रूप में जाना जाता है। मुहर लगी एफएमएम पूरे मेक्सिको में स्थल यात्रा के लिए वैध है। लागत प्रति व्यक्ति लगभग 533 पेसोस (लगभग USD 26.42) है, लेकिन यदि यात्रा सात दिनों की या उससे कम समय की है और स्थलमार्ग से की जाती है, तो यह मुफ्त है। यात्रा यदि हवाई या पानी के जहाज से की जाती है, तो यह लागत उड़ान की लागत में सम्मिलित रहती है और ट्रेवल कंपनी एकत्र किए गए धन का भुगतान सरकार को करती है। एफएमएम 180 दिनों तक की अवधि के लिए जारी किया जा सकता है।

44.8 मिलियन एफएमएम का मुद्दा सरकार के लिए अतिरिक्त 23.9 अरब पेसोस (1.2 अरब अमेरिकी डॉलर) का उत्पादन करेगा। मेक्सिको में एक सप्ताह या उससे अधिक की छुट्टियाँ बिताने वाले पर्यटकों के लिए, लागत 519,17 अमेरिकी डालर से अधिक पड़ती है, जहाँ होटल के सिर्फ एक कमरे की लागत मेक्सिको सिटी में प्रति रात 49.57 अमेरिकी डालर से लेकर 347 अमेरिकी डालर तक हो सकती है तथा अन्य पर्यटन क्षेत्रों में यह लागत और भी अधिक हो सकती है। मेक्सिको के सकल घरेलू उत्पाद (जीडीपी) में पर्यटन का योगदान 8.7% का है, जो खनन, पेट्रोलियम और वित्तीय सेवाओं सहित अन्य क्षेत्रों द्वारा किए गए योगदानों से अधिक है। वर्ष 2018 के अंत तक, देश भर में 23,200 होटलों के परिचालन में आने की उम्मीद है, जो 834,000 कमरों की पेशकश करेंगे। ये आँकड़े सन् 2017 के अन्त की तुलना में क्रमशः 5.5% और 4.9% की वृद्धि का प्रतिनिधित्व करते हैं। होटल और कमरों की संख्या में वृद्धि सन् 2019 में थोड़ी और अधिक दर पर जारी रहने का पूर्वानुमान है।

पर्यटन विकासशील देशों की स्थिति में सुधार करने और भविष्य में निवेश करने के सन्दर्भ में आय का एक उपयोगी स्रोत हो सकता है, लेकिन इन देशों को पर्यटन पर निर्भरता की बजाय अपनी अर्थव्यवस्थाओं के विविधीकरण की ओर आगे बढ़ने के सन्दर्भ में सावधान रहना चाहिए।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 2

- 1) विकासशील देशों और औद्योगिकृत/विकसित देशों से आप क्या समझते हैं?
.....
.....
.....

- 2) विकासशील देशों में से एक और औद्योगिकृत/विकसित देशों से एक देश को चुनें, इस विशेष देश में पर्यटन की क्षमता और प्रचलित पर्यटन के बारे में विस्तार से बताएँ?
.....
.....
.....

13.9 मेक्सिको

भूमण्डलीकरण सम्पूर्ण विश्व के लोगों के बीच और कंपनियों के बीच अन्तर्क्रिया और एकीकरण की एक प्रक्रिया है। भूमण्डलीकरण की प्रक्रिया ने देशों के लिए स्वयं को विकसित करने के नए रास्ते खोल दिए हैं, फिर भी भूमण्डलीकरण के प्रभाव जटिल, व्यापक और राजनीतिक रूप से आवेशित हैं। चूँकि अनेक प्रमुख प्रौद्योगिकीय उन्नतियाँ घटित हुई हैं, इसलिए इन उन्नतियों के साथ भूमण्डलीकरण सम्पूर्ण समाज को लाभ प्रदान कर सकता है लेकिन ऐसा करते हुए यह भी सम्भावित है कि भूमण्डलीकरण कुछ निश्चित समूहों का नुकसान करता हो। फिर भी, चाहे कोई विकसित देश हो या विकासशील देश, उसके पास चुनाव का विकल्प नहीं है। इसकी बजाय ये देश यह देख सकते हैं कि भूमण्डलीकरण और पर्यटन से लाभ लेने के सर्वोत्तम सम्भव तरीके क्या हो सकते हैं और उस तरीके के हिसाब से ये देश स्वयं को ढाल सकते हैं। सूचना संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) और सोशल मीडिया में वृद्धि से अनेक लाभ मिले हैं और सीमाएँ कम हो गई हैं; तथा भूमण्डलीकरण और पर्यटन के धूसर क्षेत्रों से बचने के लिए इस प्रौद्योगिकी का सर्वोत्तम संभव तरीके से उपयोग किया जा सकता है। इस प्रकार, प्रत्येक देश को इस भूमण्डलीकृत विश्व में पर्यटन को विकसित करने के लिए अपनी रणनीति बनाने की जरूरत है।

13.10 अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास के संकेत

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 1

- 1) कृपया अनुभाग 13.2 देखें और अपने उत्तर की रचना करें।
- 2) कृपया अनुभाग 13.2 देखें और अपने उत्तर की रचना करें।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास -2

- 1) कृपया अनुभाग 13.7 देखें और अपने उत्तर की रचना करें।
- 2) अपने उत्तर की रचना करने के लिए कृपया अनुभाग 13.2 देखें ।

अनुवादक-

श्री प्रांजल धर

कवि और मीडिया विश्लेषक

जी-22, न्यू राजेन्द्र नगर, नई दिल्ली - 110060

मोबा. 9990665881, ईमेल -pranjaldhar@gmail.com



ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

यूनिट 14 पर्यटन के आयाम - I

संरचना

- 14.0 उद्देश्य
- 14.1 प्रस्तावना
- 14.2 पर्यटन के आयाम
- 14.3 संयुक्त उत्पाद के रूप में पर्यटक उपज
- 14.4 पर्यटन के घटक
- 14.5 आकर्षण
 - 14.5.1 प्राकृतिक आकर्षण
 - 14.5.2 मानव निर्मित आकर्षण
 - 14.5.3 हाइब्रिड / मिश्रित आकर्षण
- 14.6 सुगम्यता
 - 14.6.1 सतह पर चलने वाले परिवहन
 - 14.6.2 वायु में गमन करने वाले परिवहन
 - 14.6.3 यातायात की भावी प्रवृत्ति
 - 14.6.4 परिवहन के विकल्प
- 14.7 सारांश
- 14.8 आपकी प्रगति को जाँचने के सूत्र
- 14.9 आगे के अध्ययन हेतु सुझाई गई किताबें
- 14.10 क्रियाकलाप

14.0 उद्देश्य

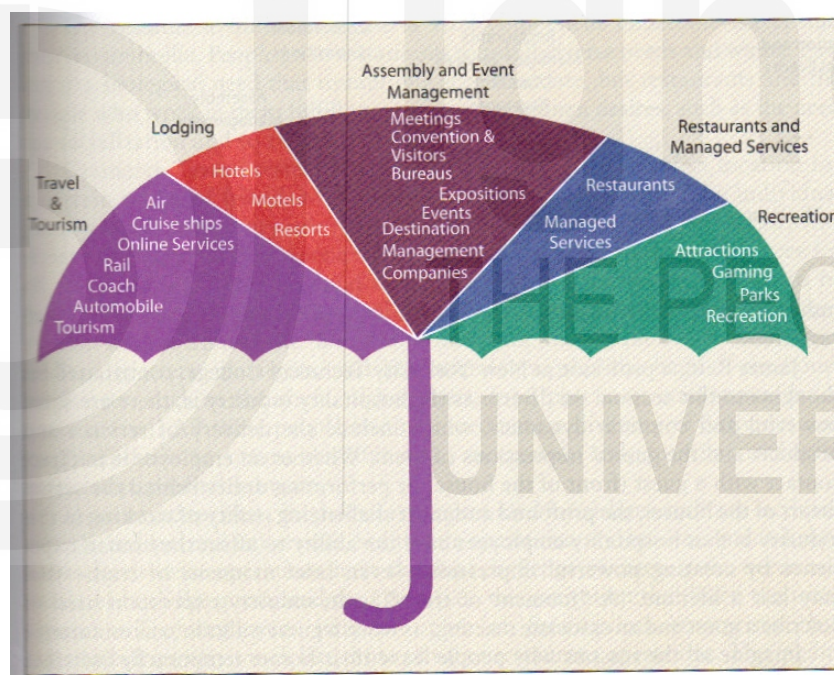
इस यूनिट के अध्ययन के उपरांत आप निम्न के बारे में सक्षम हो पाएंगे :

- पर्यटन के विभिन्न आयामों की पहचान करने में,
- पर्यटन के तत्वों और घटकों की व्याख्या करने में,

- पर्यटन के घटकों (5 A's) को वर्गीकृत करने में,
- पर्यटन के दो A's के रूप में "आकर्षण" और "सुगम्यता" के बारे में पर चर्चा और व्याख्या करने में।

14.1 प्रस्तावना

पर्यटन उद्योग संसार के सबसे बड़े उद्योगों में से एक है। यह एक ऐसा उद्योग है जो बाह्य और आंतरिक व्यवसाय बाधाओं के बावजूद वृद्धि दर और विकास में इजाफा करता है। पर्यटन उद्योग वास्तव में विभिन्न उद्योगों का समन्वयन है जो उनकी संबंधित सेवाओं के पूरक गुणों से संबंधित हैं। अतः 'टूरिज्म अम्ब्रेला' के अंतर्गत विभिन्न पहलू आते हैं जो कि पर्यटन को न केवल एक आर्थिक गतिविधि के रूप में स्थापित करते हैं अपितु पर्यटन को मानव प्रयास के रूप में भी स्थापित करते हैं।



Travel & Tourism-	यात्रा और पर्यटन
Air	वायु परिवहन
Cruise Ships	कूज जहाज
online services	ऑनलाइन सेवाएँ
Rail coach	रेल कोच
Automobile tourism	आटोमोबाइल पर्यटन
lodging	लॉजिंग
Hotels	होटल
Motels	मोटेल
Resorts	रिज़ॉर्ट

Assembly and Event Management	असेंबली और इवेंट प्रबंधन
Meetings	मीटिंग
Conventions & Visitors Bureaus	सम्मेलन और आगंतुक ब्यूरो
Expositions	
Events	प्रदर्शनी
Destinations Managements Companies	गंतव्य प्रबंधन कंपनी
Restaurants and Managed Services	रेस्टोरेन्ट और प्रबंधन सेवाएँ
Restaurants	रेस्टोरेन्ट
Managed Services	प्रबंधन सेवाएँ
Recreation	मनोरंजन
Attractions	आकर्षण
Gaming	गेम्स / खेल
Parks	पार्क
Recreation	मनोरंजन

स्रोत: आतिथ्य और पर्यटन के आयाम (वाकर, 2010)

उपरोक्त तथ्य को ध्याने में रखते हुए हम यह कह सकते हैं कि पर्यटन मात्र कोई एकल उद्योग ही नहीं है अपितु इसके साथ अनेक उद्योग जुड़े हुए हैं जैसे - विमानन, आवास, सतही परिवहन, जल परिवहन, दूरसंचार, आकर्षण प्रबंधन, यात्रा सुविधा मुहैयाकर्ता, आगंतुकों हेतु हस्तशिल्प निर्माता और स्मारिका डिज़ाइनकर्ता तथा इससे संबंधित विभिन्न दुकानें आदि पर्यटन के विविध आयाम हैं। जैसा कि आप यह जानते हैं कि आयाम किसी स्थिति के विभिन्न पहलुओं / तत्वों / विशेषताओं अथवा पक्षों को रेखांकित करता है। चूंकि पर्यटन अपने आप में एक अंतर-अनुशासनात्मक विषय है, इस चलते इसके आयाम भी ऐतिहासिक, मनोवैज्ञानिक, राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक और पर्यावरणीय क्षेत्रों से जुड़े होते हैं। पिछली यूनिट में आपने पर्यटन के ऐतिहासिक आयामों के बारे में अध्ययन किया है कि पर्यटन किस प्रकार साल दर साल विकसित हुआ है। पर्यटन का दूसरा आयाम जिसके बारे में गहन अनुसंधान और अध्ययन हुए हैं वह है- पर्यटन गतिविधि के मनोवैज्ञानिक, स्थायी एवं आर्थिक आयाम। पर्यटन के आयाम प्रमुख रूप से पर्यटन के घटकों को रेखांकित करते हैं जिन्हें सामान्य तौर पर पर्यटन के घटकों (5 A's) को के रूप में रेखांकित किया जाता है जोकि पर्यटन गतिविधि को कायम रखने में सहायता करते हैं। इस यूनिट के माध्यम से अधिगमकर्ताओं को पर्यटन के विभिन्न आयामों से रूबरू कराया जाएगा क्योंकि पर्यटन के विभिन्न आयामों को जानने-समझने से हितधारकों को पर्यटन संबंधी सेवाओं की योजना बनाने, नवोन्मेषी विपणन रणनीतियों की पेशकश करने और पर्यटन नीतियों को आकार देने में सहायता मिलती है।

14.2 पर्यटन के आयाम

वृहत अर्थों में पर्यटन उद्योग उन सभी व्यवसायों से जुड़ा हुआ है जो किसी भी पर्यटक को उसके घर के वातावरण से दूर सुविधा और सामान मुहैया करते हैं जिसमें पर्यटक को आनंदित और अह्लादित करने वाली गतिविधियां शामिल होती हैं। पर्यटन की समस्त गतिविधियाँ पर्यटन के निम्नलिखित किसी न किसी आयाम और उप-आयाम से जुड़ी हुई हैं।

- **ऐतिहासिक आयाम:** पर्यटन का यह आयाम हमें इस बात की जानकारी देता है कि प्रागैतिहासिक काल, प्राचीन सभ्यताओं, मध्यकालीन युग, पुनर्जागरण युग, औद्योगिक युग के दौरान यात्राएं कैसे की जाती थीं तथा वर्तमान युग में यह किस प्रकार एक आधुनिक व्यापक पर्यटन उद्योग के रूप में उभरा है। पर्यटन के ऐतिहासिक आयामों का अध्ययन ऐतिहासिक विकास में इसके तौर-तरीकों को पहचानकर भविष्य हेतु योजना बनाने में हमारी सहायता करता है।
- **पर्यटन के मनोवैज्ञानिक आयाम** के अंतर्गत पर्यटकों की धारणाओं, मूल्यों, दृष्टिकोणों तथा प्रेरक पहलुओं को आँका जाता है। इससे हमें यह जानने में सहायता मिलती है कि पर्यटक यात्रा क्यों करते हैं, वे अपने गंतव्य स्थल का चयन किस प्रकार करते हैं, कितने दिन तक किस स्थान पर रहते हैं, कौन-कौन सी गतिविधियां करते हैं और साथ ही साथ अपने गंतव्य स्थल तक पहुंचने के लिए वे किस मार्ग को अपनाते हैं। पर्यटन के मनोवैज्ञानिक पहलुओं का अध्ययन हमें किसी गंतव्य स्थल को ध्यान में रखते हुए पर्यटकों की पहचान करने और उन्हें आकर्षित करने के उद्देश्य से विपणन रणनीति तैयार करने में सहायता करता है।
- **पर्यावरणीय आयाम** पर्यावरणीय संसाधनों के इष्टतम उपयोग के बारे में जानने में सहायता करते हैं जो कि पर्यटन विकास में एक प्रमुख घटक का सृजन करते हैं, आवश्यक पारिस्थितिक प्रक्रियाओं को कायम रखते हैं तथा प्राकृतिक विरासत एवं जैव विविधता के संरक्षण में सहायता करते हैं। किसी स्थान की प्राकृतिक सुंदरता पर्यटन के प्रारंभिक कारणों में से एक है जिसके चलते पर्यटक उक्त स्थान पर जाते हैं तथा उस प्राकृतिक सुंदरता को कायम रखना पर्यटन के महत्वपूर्ण आयामों में से एक है।
- **पर्यटन के आर्थिक आयाम** किसी पर्यटन स्थल पर स्थायी रोजगार की संभाव्यता को बढ़ाते हैं, उक्त स्थान पर दीर्घकालीन आर्थिक प्रचालनों के माध्यम से स्थानीय अर्थव्यवस्था को विभिन्न प्रकार से प्रभावित करते हैं जिसमें आय भी शामिल है, मूलभूत ढांचे के विकास और आय-अर्जन के अवसरों तथा गरीबी उन्मूलन में योगदान को सुनिश्चित करते हैं। इसके साथ-साथ उस समय नकारात्मक आर्थिक प्रभाव को महसूस किया जाता है जब किसी पर्यटन स्थल से अर्जित धनराशि को निकाल लिया जाता है और उस राशि का इस्तेमाल उक्त क्षेत्र के विकास के लिए पुनः निवेश नहीं किया जाता।
- **पर्यटन का सामाजिक और सांस्कृतिक आयाम** सामाजिक-सांस्कृतिक प्रामाणिकता एवं मेजबान समुदायों की अखंडता के बारे में बताता है कि वे किस प्रकार अपनी सामाजिक-सांस्कृतिक विरासत को निर्मित और संरक्षित करते हैं। पर्यटन का सामाजिक और सांस्कृतिक आयाम हमें अंतर-सांस्कृतिक समझ और सहिष्णुता के बारे में जानने में सहायता करते हैं। वर्तमान समय में पर्यटन अपने आप में 'अनुभवात्मक पर्यटन' होता है। वर्तमान समय में पर्यटक किसी पर्यटन स्थल के प्रामाणिक और अद्वितीय संस्कृति का अनुभव करना चाहते हैं। यह दोनों समुदायों- मेहमानों एवं मेजबानों को प्रभावित करता है तथा पर्यटन के सामाजिक एवं सांस्कृतिक आयामों के अध्ययन को परम

आवश्यक बना देता है जिससे किसी भी पर्यटन स्थल पर दीर्घकालिक पर्यटन गतिविधियों को सुनिश्चित किया जा सके।

पर्यटन के और भी दूसरे आयाम हैं जैसे कि दीर्घकालिकता जो कि अपने आप में एक बड़ा मुद्दा है जिसके कारण किसी पर्यटन स्थल की पारिस्थितिकी और स्थिरता के बारे में पर्यटन के प्रभाव के आयामों का अध्ययन किया जाता है। पर्यटन के सतत विकास आयामों को जानने के उद्देश्य से मुख्य रूप से तीन बातों को निर्धारक मानदंड के रूप में माना जाता है जो हैं – पर्यावरणीय, आर्थिक और सामाजिक-सांस्कृतिक मानदंड। किसी पर्यटन स्थल की स्थिरता के बारे में पर्यटन उद्योग के विकास और प्रभाव को जानने-समझने के लिए संबंधित प्रभावित करने वाले कारकों (जैसे कि पर्यटन संबंधी प्रमुख अनुभव, सूचना, आतिथ्य, उचित कीमत, स्वच्छता, मूलभूत सुविधाएं, पैसे का मूल्य, लॉजिस्टिक्स, भोजन और सुरक्षा) का अध्ययन किया जाता है। पर्यटन उद्योग की अहमियत का अध्ययन करने हेतु यह जरूरी है कि हम इस बात को जानें कि पर्यटन के दूसरे उप-आयामों के साथ पर्यावरणीय, आर्थिक और सामाजिक-सांस्कृतिक आयामों के बीच अंतर-संबंध होता है।

14.3 संयुक्त उत्पाद के रूप में पर्यटक उपज

अपनी प्रकृति के अनुरूप पर्यटन आवश्यक रूप से समाज का आर्थिक, सामाजिक, राजनीतिक और सांस्कृतिक करता है और उन्हें समग्र रूप से प्रभावित करता है और इस प्रकार पर्यटन किसी राष्ट्र के विकास में निर्विवाद रूप से अहम भूमिका अदा कर रहा है। पर्यटन स्थल अपने आप में एक भौगोलिक इकाई होती है जिसका भ्रमण पर्यटक द्वारा किया जाता है। पर्यटन स्थल कोई भी गांव, क्षेत्र, देश अथवा यहां तक कि कोई महाद्वीप हो सकता है। अलग-अलग पर्यटन स्थलों के अलग-अलग महत्व होते हैं जोकि उनके आकर्षण, सुगम्यता, आवास, मूलभूत सुविधाओं की उपलब्धता और उक्त स्थान की अनूठी विशेषताओं पर आधारित होते हैं। इसके फलस्वरूप पर्यटकों को प्रदान की जाने वाली सभी सेवाओं के संयोजन से एक विशिष्ट पर्यटन उपज की निकासी होती है जिसे पर्यटकों को उपलब्ध की जाने वाली वास्तविक एवं मनोवैज्ञानिक संतुष्टि के योग के रूप में परिभाषित किया जा सकता है। इसे एक संयुक्त उत्पाद के रूप में देखा जा सकता है क्योंकि किसी भी पर्यटन स्थल का आकर्षण, परिवहन सुविधाओं, आवास और मनोरंजन सुविधाओं से ग्राहकों को संतुष्टि मिलती है। पर्यटन से जुड़े प्रत्येक घटक जिसमें होटल कंपनियां, एयरलाइंस, ट्रेवल एजेंसियां आदि शामिल हैं और उनसे संबंधित सेवाएँ पर्यटकों को उक्त घटकों के प्रदाताओं द्वारा ही प्रदान की जाती हैं। पर्यटक उपज का विश्लेषण पर्यटन स्थल के आकर्षण, सुगम्यता और आवास के आधार पर किया जा सकता है और इसमें इस बात पर बल दिया जाता है कि पर्यटकों की आवश्यकताओं के अनुसार सुविधाओं और सेवाओं को तैयार किया जाए।

सबसे अहम बात यह है कि पर्यटन उपज मूर्त और अमूर्त उत्पादों एवं सेवाओं का योग होता है जिसे किसी एक एंटरप्राइज़ द्वारा किसी निर्मित उत्पाद की भांति प्रदान नहीं किया जा सकता है। इस उत्पाद में किसी विशिष्ट स्थान / गंतव्य स्थल पर जाकर प्रत्यक्ष रूप से पूर्ण अनुभव प्राप्त करना होता है तथा अनुभव प्राप्त करने में उक्त स्थान के विभिन्न सेवाप्रदाता

अपना योगदान करते हैं। उदाहरणस्वरूप एयरलाइन द्वारा अपनी फ्लाइट में सीटें उपलब्ध कराई जाती हैं, कोई होटल अपने यहाँ कमरे और रेस्तरां उपलब्ध कराते हैं, ट्रेवल एजेंट किसी पर्यटन स्थल पर ठहरने और स्थानीय भ्रमण आदि की बुकिंग करते हैं। पैकेज टूर भी पर्यटन उपज का एक उदाहरण होता है क्योंकि पैकेज टूर अपने आप में एक प्रकार की यात्रा योजना होती है जिसमें छुट्टी के अधिक से अधिक दिन शामिल होते हैं तथा पैकेज टूर में परिवहन, भोजन, आवास, गाइड-सेवा, स्थानीय भ्रमण, मनोरंजन आदि शामिल होते हैं। अतः पर्यटन उपज की बिक्री एक पैकेज के रूप में की जाती है अथवा किसी व्यक्ति द्वारा खुद ही सभी सुविधाओं को संयोजित किया जाता है अथवा पर्यटक का ट्रेवल एजेंट पर्यटक हेतु विभिन्न घटकों को संयोजित करता है। ये विभिन्न घटक पर्यटन के पहलू होते हैं जो इस बात को प्रभावित करते हैं कि पर्यटन गतिविधि किसी गंतव्य स्थल को किस प्रकार से विकसित करेगी।

अपनी प्रगति की जाँच करें -1

1) 'टूरिज़्म अम्ब्रेला' के तात्पर्य की व्याख्या करें?

.....

.....

.....

2) पर्यटन के आयाम से आपका क्या तात्पर्य है?

.....

.....

.....

14.4 पर्यटन के घटक

पर्यटन अपने आप में विभिन्न घटकों अथवा क्षेत्रों का एक संयोजन है जो किसी उद्योग का निर्माण करते हैं। घटक का तात्पर्य किसी मशीनरी के उन हिस्सों से है जिनके बिना मशीनरी प्रक्रिया विफल हो जाएगी। अतः पर्यटन घटक का तात्पर्य पर्यटन के उन हिस्सों से संबन्धित है जो पर्यटन उद्योग की प्रक्रिया को सुचारु बनाते हैं। पर्यटन उद्योग की विशालता को देखते हुए इसे मूल घटकों में बांटने से सहायता मिल सकती है जिसे सामान्यतः पर्यटन का 'ए' (A's) कहा जाता है। इस बात के महत्व को समझने हेतु पर्यटन उद्योग के घटकों को जानना जरूरी है। सच्चाई यह है कि इन घटकों के संयोजन के बिना कोई भी पर्यटन गतिविधि पूरी नहीं हो सकती। पर्यटन के ये घटक अथवा 'ए' (A's) निम्नानुसार होते हैं:

1. **आकर्षण (स्थान) :** आकर्षण अथवा पर्यटन विरासत (Patrimony) उन विशेषताओं के बारे में बताता है जो पर्यटकों को किसी पर्यटन स्थल की ओर खींचती अथवा आकर्षित करती हैं। किसी स्थान के आकर्षण की गणना अथवा विश्लेषण करने का कोई सरल तरीका नहीं है। यह भली भांति जाना जाता है कि जो स्थान किसी व्यक्ति को आकर्षित करे उसके बारे में किसी दूसरे व्यक्ति को भी दिलचस्पी नहीं हो सकती। फिर भी हम यह कह सकते हैं कि कुछ ऐसे आकर्षण केंद्र होते हैं जो किसी भी पर्यटक को किसी स्थान की प्राकृतिक सुंदरता जैसे कि ऐतिहासिक स्मारक आदि की ओर आकर्षित करते हैं। अतः यह किसी पर्यटक को किसी पर्यटन स्थल की ओर आकर्षित करने और खींचने का अहम कारक है।
2. **सुगम्यता:** सुगम्यता का तात्पर्य यह है कि कोई पर्यटक मुख्य रूप से परिवहन के संदर्भ में किसी गंतव्य अथवा पर्यटन स्थल तक किस प्रकार पहुँच सकता है। किसी गंतव्य स्थल में एक लोकप्रिय गंतव्य स्थल होने सभी आवश्यक आकर्षण होने के बाद भी यदि वह स्थल सड़क अथवा परिवहन के दूसरे माध्यमों से जुड़ा हुआ नहीं होगा तो पर्यटक उस गंतव्य स्थल तक जाने से बचेंगे। सुगम्यता का अर्थ परिवहन के सभी साधनों- सड़क, रेल, वायु और जल से है जो गंतव्य स्थल और उसके आकर्षणों तक पर्यटकों की पहुँच को सुगम बनाते हैं।
3. **आवास (लॉजिंग) :** आवास का तात्पर्य उस जगह से है जहां कोई पर्यटक बोर्डिंग और लॉजिंग की सुविधा प्राप्त कर सकता है। सामान्यतः यह कहा जाता है कि व्यक्ति यात्रा करते समय घर से भोजन अपने साथ ले जा सकता है परंतु यात्रा के दौरान वह आवास अर्थात् घर, जहां पर वह रहे, उसे नहीं ले सकता है। पर्यटक की भुगतान करने की क्षमता के आधार पर सात सितारा डीलक्स होटल से लेकर सामान्य बजट क्लास वाले होटल तक की विभिन्न प्रकार की आवास सुविधाएं उपलब्ध होती हैं। वर्तमान समय में आवास का तात्पर्य केवल आश्रय प्रदान तक सीमित नहीं है अपितु विशिष्ट रिसॉर्ट्स के मामले में कई बार यह अपने आप में आकर्षण का केंद्र बन गया है।
4. **सुविधाएं (सहायता सेवाएं) :** पर्यटन के क्षेत्र में सुविधाओं का तात्पर्य उन सेवाओं और सुविधाओं से है जिसकी जरूरत किसी पर्यटक को पर्यटन के दौरान पड़ती है और जिन सुविधाओं को उन्हें उनकी यात्रा के दौरान पर्यटन स्थल पर प्रदान किया जाता है। ये सुविधाएं पर्यटन केंद्र के लिए आवश्यक रूप से सहायक हो सकती हैं जैसे कि निम्न सेवाएँ: सार्वजनिक शौचालय, दिशा-निर्देशक बोर्ड (साइनेज), खुदरा खरीदारी, रेस्तरां और कैफे, आगंतुक केंद्र, दूरसंचार तथा आपातकालीन सेवाएँ।
5. **क्रियाकलाप:** क्रियाकलाप का तात्पर्य पर्यटकों हेतु विभिन्न प्रकार के मनोरंजन और सुविधाओं की उपलब्धता है। वर्तमान समय में पर्यटक किसी क्रियाकलाप को केवल देखने भर से संतुष्ट नहीं होते हैं अपितु वे उस क्रियाकलाप में सक्रिय रूप से भाग लेना भी चाहते हैं। पर्यटन स्थल पर पर्यटकों द्वारा की जाने वाली कुछ गतिविधियाँ हैं:

स्थानीय भ्रमण, खरीदारी, सन-बाथ, ग्रामीण पर्यटन, साहसिक खेल, गोल्फ, नृत्य, कुकिंग कक्षाएं, शराब चखना आदि।

आइए अब हम इन घटकों के बारे में एक-एक करके विस्तारपूर्वक चर्चा करते हैं।

14.5 आकर्षण

आकर्षण को पर्यटन का सबसे महत्वपूर्ण घटक माना जाता है। आकर्षण का तात्पर्य यह है कि किसी व्यक्ति में किसी विशिष्ट पर्यटन स्थल अथवा गंतव्य स्थल की यात्रा करने संबंधी इच्छा को जागृत करना। आकर्षण यात्रा की पूर्व शर्त होती है क्योंकि इसके द्वारा लोग किसी स्थान के प्रति आकर्षित व आनंदित होते हैं और लोग पर्यटन गतिविधियों में शामिल होकर खुश होते हैं। किसी भी गंतव्य स्थल का वातावरण स्वतंत्र रूप से अथवा एकीकृत रूप से एक घटक होता है जोकि प्रमुख रूप से पर्यटकों को प्रेरित करने का कार्य करता है। आकर्षण में प्राकृतिक आकर्षण (लैंडस्केप, सीस्केप, समुद्र तट और जलवायु), मानव-निर्मित आकर्षण (स्मारक, थीम पार्क, संग्रहालय और मेले), और हाइब्रिड अथवा मिश्रित आकर्षण (एकैरियम, वन्यजीव अभयारण्य और राष्ट्रीय उद्यान) सम्मिलित होते हैं। अतः आकर्षण यात्रा की पूर्व शर्त होती हैं और यह अपने आप में वह सबसे महत्वपूर्ण घटक है जो लोगों को किसी पर्यटन स्थल / गंतव्य की ओर आकर्षित करता है और उन्हें उस स्थल से जोड़ता है।

14.5.1 प्राकृतिक आकर्षण: प्राकृतिक आकर्षण का तात्पर्य प्रकृति द्वारा स्वयं निर्मित स्थानों से है अर्थात् जो प्राकृतिक रूप से उपलब्ध हों। प्राकृतिक संसाधन आमतौर पर किसी गंतव्य स्थल के आकर्षण के महत्वपूर्ण घटक होते हैं। इसमें प्राकृतिक संसाधन (जैसे स्वच्छ वायु, भूमि, पेय जल, जल संसाधन, वनस्पतियाँ एवं जीव-जन्तु और वन्य जीव आदि) और प्राकृतिक पर्यावरण (जैसे कि प्राकृतिक जंगलों, पहाड़ों, क्षेत्रों, समुद्र तटों नदियों और तालाबों और झीलों आदि सहित प्राकृतिक लैंडस्केप शामिल हैं)। प्राकृतिक आकर्षण में निम्न शामिल हैं:

1 सुखद मौसम / जलवायु: किसी भी पर्यटन स्थल के सबसे महत्वपूर्ण आकर्षणों में से गर्म सुनहरी धूप एक महत्वपूर्ण आकर्षण है। विशिष्ट रूप से सुहावना मौसम किसी पर्यटक की छुट्टी को सुखद बनाता है अथवा अप्रिय अनुभव कराता है। विषम मौसम वाले देशों के पर्यटक समुद्र तटों की यात्रा करते हैं ताकि वे सर्दी के मौसम में गर्मी और धूप का आनंद ले सकें। यह भली-भांति जाना जाता है कि ठंडे प्रदेशों के लोग ऐसी जगहों का दौरा करते हैं जहां धूप खिली हो तथा उष्णकटिबंधीय स्थानों में रहने वाले लोग ठंडे प्रदेशों में छुट्टी व्यतीत करने का सपना देखते हैं। विषम जलवायु वाले यूरोपीय देशों के लाखों पर्यटक सुहावने मौसम और धूप की तलाश में समुद्र तटों की यात्रा करते हैं। भारत, श्रीलंका, थाईलैंड, इंडोनेशिया, ऑस्ट्रेलिया, फिलीपींस जैसे देशों में समुद्र तट बहुत ही सुंदर हैं जो यहाँ की जलवायु बहुत ही सुहावनी है जहां मौसम ने पर्यटकों को आकर्षित करने में अपनी अहम भूमिका अदा की है। भारत में भी हमने यह देखा है कि शिमला, मनाली, गुलबर्ग जैसे हिल स्टेशन विकसित हुए हैं

जहां गर्म जलवायु/मैदानी भाग के लोग बर्फबारी देखने और ठंडी जलवायु का आनंद लेने के लिए वहाँ जाते हैं। लोग जिस जलवायु प्रदेश में रहते हैं उससे बेहतर और भिन्न जलवायु प्रदेश / मौसम को पसंद करते हैं तथा किसी स्थान की भिन्न जलवायु यात्रा के लिए उन्हें प्रेरित करती है। इस कारण हम यह देखते हैं कि लोग किस प्रदेश से किस प्रदेश में यात्रा करते हैं: -

- समुद्र तटों / घाटों से दूर के लोग समुद्र तटों की,
- बादल छाए रहने वाले प्रदेश/ ठंडे प्रदेश के लोग खिली धूप वाले प्रदेश/ गर्म प्रदेशों की,
- गर्म प्रदेश के लोग ठंडे स्थानों में छुट्टियां व्यतीत करने के लिए;
- और कभी-कभी उष्णकटिबंधीय रेगिस्तान, वर्षावन, मानसून आदि जैसी विषम जलवायु का अनुभव प्राप्त करने के लिए।

2. दर्शनीय स्थान: ये स्थान मनोरम प्राकृतिक दृश्य और जैव विविधता वाले होते हैं जैसे कि भू आकृति, पहाड़ियाँ, चट्टानें, घाटियाँ, भू-भाग और जल निकाय- झीलें, तालाब, नदियाँ, झरने, फव्वारे इत्यादि। विभिन्न स्थानों की छटा और प्राकृतिक सुंदरता ने सदैव ही पर्यटकों को आकर्षित किया है जैसे कि पहाड़, दर्रा, प्रवाल भित्तियाँ, चट्टानें आदि पर्यटकों को अपने सभी रूपों में प्रकृति का आनंद लेने का अवसर प्रदान करती हैं। प्रमुख दर्रे, एरिज़ोना के साथ-साथ भारत और नेपाल की हिमालय पर्वत श्रृंखलाएं, किलिमंजारो और स्विस एल्प्स आदि हर समय के पसंदीदा पर्यटन स्थल रहे हैं। पर्यटकों को आकर्षित करने वाले बहुत से जल निकाय भी होते हैं जैसे कि नदियाँ, झील, झरने, गर्म जल स्रोत, ग्लेशियर आदि जो अपने अस्तित्व की भव्यता से पर्यटकों को आकर्षित करते हैं। कनाडा और संयुक्त राज्य अमेरिका का नियाग्रा फॉल्स एक वह उदाहरण है कि किस प्रकार सुंदर झरने पर्यटकों को अपनी ओर आकर्षित करते हैं। मिन्न के रेगिस्तान, उत्तरी आयरलैंड के विशाल कॉजवे, आइसलैंड के गर्म पानी के स्रोत, एल्प्स के ग्लेशियर, अफ्रीका के जंगल के साथ-साथ दूसरी वनस्पतियाँ जैसे कि जंगल, घास के मैदान, मूर्स रेगिस्तान आदि पर्यटकों में काफी लोकप्रिय हैं और इन्हें पर्यटन उत्पादों के रूप में विकसित किया गया है।

3. वनस्पतियाँ एवं जीव-जन्तु : वनस्पतियाँ भी कई पर्यटकों को अपनी ओर आकर्षित करते हैं क्योंकि पर्यटक विभिन्न प्रकार के पेड़-पौधों के बारे में जानकारी प्राप्त करना पसंद करते हैं और वे यह देखना चाहते हैं कि कौन से पेड़-पौधा किस मौसम में उगता है। कई ऐसे पौधे होते हैं जो किसी क्षेत्र विशेष में ही उगते हैं और कई बार यात्री उन पौधों की किस्मों को देखने के लिए उन क्षेत्रों में जाते हैं जैसे कि भारत में फूलों की घाटी। घने जंगल उन पर्यटकों को आकर्षित करते हैं जो ट्रेकिंग और शिकार को पसंद करते हैं। पर्यटकों को जीव-जन्तु आकर्षित करते हैं जिनमें पक्षी, जंगली स्तनधारी, सरीसृप और अन्य विदेशी तथा दुर्लभ जानवर शामिल हैं।

4. **समुद्र तट:** भारत, श्रीलंका, थाईलैंड, इंडोनेशिया और ऑस्ट्रेलिया के सुंदर तट एशिया और ऑस्ट्रेलिया के प्रसिद्ध पर्यटन स्थलों में शामिल हैं, जबकि यूरोप में फ्रांस, इटली, स्पेन और ग्रीस ने सुंदर समुद्र तटों को विकसित किया है। समुद्र तटीय पर्यटन सदैव ही सभी आयु वर्ग, पृष्ठभूमि और संस्कृतियों के पर्यटकों के बीच बहुत लोकप्रिय रहा है। समुद्र तटों की मूलभूत अहमियत यह है कि वे सुनहरी रेत, हरे-भरे वनस्पति और चमकीले नीले आकाश के साथ सुंदर प्राकृतिक दृश्यों से पर्यटकों को रूबरू कराते हैं। इसके अतिरिक्त वहाँ का मौसम, खास तौर से मध्यम तापमान समुद्र तटों को और भी आकर्षक बना देते हैं। स्वच्छ पानी, महीन पाउडर की भांति रेत वाले समुद्र तट, सामान्यतः प्रवाहों से मुक्त धाराएँ और पानी के अंदर मौजूद चट्टानें सदैव पर्यटकों को आकर्षित करती हैं।
- 5 **द्वीप समूह:** द्वीप समूह प्राकृतिक सुंदरता सहित दुर्लभ वनस्पतियों और जीव-जंतुओं से घिरे हुए होते हैं, जो सामान्यतः मुख्य भूमि पर पाए जाने वाले जीव-जंतुओं और वनस्पतियों से अलग होते हैं। यह द्वीपों को प्रकृति का एक आदर्श स्थान बनाता है, और साहसिक लोगों को यात्रा करने के लिए आकर्षित करता है। उदाहरणस्वरूप पिछले कुछ दशकों में हवाई, मालदीव, मॉरीशस, ताहिती, अंडमान और निकोबार द्वीप समूह आदि पर्यटन गतिविधि के साथ विकसित हुए हैं। समुद्र तटों की प्राकृतिक सुंदरता की भांति द्वीपों की स्थलाकृति सामान्य तौर पर विदेशी वनस्पतियों और जीवों के साथ उत्तेजित करती है।

14.5.2 मानव निर्मित आकर्षण:

मानव निर्मित आकर्षण मानव / मानव जाति द्वारा आनंद, लाइजर अथवा व्यावसायिक गतिविधि के उद्देश्य से सृजित और विकसित किया जाता है। उदाहरणस्वरूप - ऐतिहासिक इमारतें, स्मारक, मंदिर, चर्च, लाइजर पार्क, थीम पार्क, संग्रहालय, डिस्को, कैसिनो, आदि। आगंतुकों की बढ़ती संख्या विशिष्ट रुचि रखने वाले यात्री बन रहे हैं जो कला, विरासत और / अथवा दूसरी अन्य सांस्कृतिक गतिविधियों को अहमियत देते हैं जो यात्रा करने के शीर्ष पांच कारणों में से एक है। मानव निर्मित पर्यटन आकर्षण में निम्न शामिल होते हैं:

- 1 **ऐतिहासिक आकर्षण:** ऐतिहासिक रुचि वाले स्थानों ने सदैव यात्रियों पर अपना गहरा प्रभाव डाला है। लोग ऐतिहासिक स्थानों पर जाने के लिए सदैव उदासीन रहे हैं। अतीत में ऐतिहासिक घटनाओं वाले शहर जैसे कि यूरोप में रोम, बर्लिन और भारत में दिल्ली, अमृतसर और दूसरे शहर ऐतिहासिक महत्व की खोज में आने वाले पर्यटकों के लिए प्रमुख स्थान हैं। ऐतिहासिक आकर्षणों में निम्न शामिल होते हैं:
- पुरातात्विक रुचि के स्थान और क्षेत्र,
 - ऐतिहासिक इमारतें और स्मारक,
 - ऐतिहासिक महत्व के स्थान; और
 - संग्रहालय और कला दीर्घाएँ

2

सांस्कृतिक आकर्षण: सांस्कृतिक आकर्षण स्थानों, परंपराओं, कला रूपों, समारोहों और अनुभवों की कुटीभचित्र (Mosaic) पर आधारित होते हैं जो किसी गंतव्य स्थल / क्षेत्र / राष्ट्र और उसके नागरिकों को चित्रित करते हैं, जो किसी गंतव्य स्थल और देश की विविधता तथा विशेषता को दर्शाते हैं। सांस्कृतिक घटकों में ग्राम्य जीवन, वास्तुकला, पोशाक, कला, हस्तकला, विश्वास, परंपराएं, धर्म, भाषा, स्थानीय भोजन, त्योहार, स्थानीय संगीत, नृत्य, नाटक, जीवन शैली आदि शामिल होते हैं। उदाहरणस्वरूप पेरिस यूरोप की सांस्कृतिक राजधानी के रूप में प्रसिद्ध है तथा लंदन को 'मेलिंग पॉट ऑफ कल्चर' (संस्कृतियों के पिघलने वाले बर्तन) के रूप में जाना जाता है। भारत में तमिलनाडु, असम, पंजाब, राजस्थान और गुजरात अपनी कला और लोककथाओं, भाषा, भोजन आदि के आधार पर अपनी विशिष्ट संस्कृतियों के लिए जाने जाते हैं। मानवनिर्मित सांस्कृतिक आकर्षणों के कुछ दूसरे उदाहरणों की चर्चा निम्नानुसार है: -

- मेले और त्यौहार किसी समुदाय अथवा स्थान की परंपरा और संस्कृति को दर्शाते हैं। साथ ही यह भी महत्वपूर्ण है कि मेले और त्यौहार बारहमासी आकर्षण नहीं होते हैं अपितु वर्ष में किसी एक विशेष समय पर आयोजित होते हैं और इस प्रकार के श्रवण भंगुर और परिवर्तनशील होते हैं। भारत में लोककथाओं, नृत्यों तथा संगीत के रूपों में सांस्कृतिक आकर्षण भी पाए जा सकते हैं।
- इसी प्रकार कला और हस्तशिल्प भी पर्यटकों के आकर्षण का केंद्र है। जहाँ तक कला और शिल्प का मामला है एक राष्ट्र के रूप में भारत विश्व के सबसे समृद्ध देशों में से एक है। पर्यटकों को देशी जीवन और इससे जुड़े रीति-रिवाज के सृजनात्मक और कलात्मक खजाने का दौरा करना और निरीक्षण करना पसंद है। प्रत्येक देश की कुछ पारंपरिक कलाएं और हस्तशिल्प होते हैं जो पर्यटकों को आकर्षित करते हैं जैसे कि थाईलैंड की साबुन की मूर्तियां, बैटिक और भारत में टाई और डार्ई वर्क, ग्लासवर्क, हैंड ब्लॉक प्रिंटिंग, चंदन, जड़ी वर्क आदि।
- तीर्थयात्रा एक अवधारणा है जिसका उपयोग मुख्य रूप से किसी यात्रा अथवा महान आध्यात्मिक और / या धार्मिक महत्व की खोज के लिए किया जाता है; चूंकि यह किसी व्यक्ति की आस्था और विश्वास संबंधी पवित्र स्थान या महत्व की यात्रा होती है। बड़ी संख्या में तीर्थयात्री पवित्र धार्मिक स्थलों अथवा पवित्र स्थानों की तीर्थयात्रा करते रहे हैं। ये पवित्र स्थल मानव निर्मित संस्कृति का हिस्सा होते हैं, हालांकि इन स्थलों का धार्मिक महत्व होता है, कुछ निर्मित संरचना स्थान का प्रतिनिधित्व करती है और सांस्कृतिक अथवा पारंपरिक महत्व तीर्थ यात्रा को बढ़ावा देते हैं। सभी धर्मों के लोग तीर्थयात्रायें करते हैं और यह उनका अभ्यास व्यापक है। उदाहरणस्वरूप, ईसाई धर्म में यरूशलेम अथवा वेटिकन की यात्रा को शुभ माना जाता है। मुसलमानों में मक्का-मदीना की तीर्थयात्रा को आस्था संबंधी एक महान कार्य माना जाता है, जबकि हिंदुओं में चार धाम की तीर्थ यात्रा को पवित्र माना जाता है। भारत में कई तीर्थस्थल हैं और भारतीय मिट्टी (हिंदू धर्म, जैन धर्म, बौद्ध धर्म और सिख धर्म) में जन्म लेने वाले प्रमुख धर्मों से संबंधित पवित्र स्थान हैं।

3 उद्देश्य को ध्यान में रखकर बनाए गए आकर्षण स्थल: ये विशेष आकर्षण होते हैं जो पर्यटकों को आकर्षित करने के मुख्य उद्देश्य से बनाए जाते हैं। मनुष्य द्वारा निर्मित वातावरण वाले ये आकर्षण अनंद्ध्यक और मज़ेदार होते हैं, और इनके अलग-अलग उद्देश्य होते हैं। उदाहरणस्वरूप, संग्रहालय, मनोरंजन केंद्र, थीम पार्क, कैसिनो, खेल कार्यक्रम, विशेष कार्यक्रम, मनोरंजक पार्क, रात्रि जीवन, आदि सभी के सभी आगंतुक को विभिन्न प्रकार के मनोरंजन प्रदान करते हैं या उसके उद्देश्य को पूरा करते हैं, फिर भी इन सभी का उद्देश्य पर्यटकों को आकर्षित करना होता है। इनमें से उद्देश्य निर्मित आकर्षणों के कुछ और उदाहरण नीचे दिए गए हैं:

- अमयूज़मेंट और मनोरंजन पार्क में मनोरंजन उनकी मुख्य विशेषता होती है। इनमें से कुछ नाम गिने जा सकते हैं - संयुक्त राज्य अमेरिका, हांगकांग, पेरिस, सिंगापुर में डिज़्नीवर्ल्ड, भारत में दिल्ली का दिल्ली हाट, मुंबई का एस्सेल वर्ल्ड जैसे थीम पार्क आदि ।
- ओलंपिक, एशियाड गेम्स, कॉमन वेल्थ गेम्स, फीफा, आदि जैसे स्पोर्ट देश और गंतव्य का पता लगाने के अवसर भी हैं। कुछ अन्य कार्यक्रम जैसे कि कन्वेंशन और सम्मेलन, बैठकें, सेमिनार, कार्यशालायें, व्यवसाय मेलों और प्रदर्शनियां आदि आगंतुक और पर्यटकों के लिए भी आकर्षण होते हैं।

14.5.3 हाइब्रिड / मिश्रित आकर्षण

हाइब्रिड अथवा मिश्रित आकर्षण सांस्कृतिक और प्राकृतिक आकर्षण को और अधिक बढ़ाने हेतु निर्मित किए गए आकर्षण को संदर्भित करते हैं। इन्हें मिश्रित आकर्षण इसलिए कहा जाता है क्योंकि ये प्राकृतिक और साथ ही मानव निर्मित आकर्षण को प्रदर्शित करते हैं। उदाहरणस्वरूप- रिसॉर्ट्स, नेशनल पार्क, वन्य जीव अभयारण्य, एक्वेरियम, पालतू पशुओं का चिड़ियाघर, फार्म, चिड़ियाघर, स्वास्थ्य केंद्र आदि । मिश्रित / हाइब्रिड पर्यटन आकर्षण के कुछ उदाहरण निम्नानुसार हैं:

1 स्पा और वेलनेस सेंटर: संपूर्ण संसार में समुद्री तटों पर स्थित स्पा हमेशा से पर्यटन आकर्षण के रूप में लोकप्रिय रहे हैं। प्राकृतिक पानी के झरनों और गर्म पानी के स्रोतों वाले वेलनेस केंद्र, प्राकृतिक आकर्षण सहित मानव निर्मित आकर्षण को आपस में जोड़ते हैं और इस प्रकार वे उनकी संपूर्ण आकर्षण में वृद्धि करते हैं। वैश्विक स्तर पर वेलनेस सेंटर और स्वास्थ्य स्पा का निर्माण प्राकृतिक संसाधनों के नजदीक किया गया है क्योंकि ऐसा हो सकता है कि स्वास्थ्य की बहाली प्रक्रिया में सहायता करने के उद्देश्य से हॉट वॉटर स्प्रिंग्स अथवा मनोरम, निर्मल वातावरण अपने आप में चिकित्सीय हो। हमारे पास भारत में योग, ध्यान और पारंपरिक आयुर्वेदिक मालिश, अरोमाथेरेपी, रिफ्लेक्सोलॉजी आदि सहित समग्र स्वास्थ्य केंद्र हैं जिनका निर्माण प्राकृतिक वातावरण में मनोरम-प्राकृतिक परिवेश में किया गया है।

2 राष्ट्रीय उद्यान, वन्यजीव अभयारण्य, एक्वेरियम और अन्य: वन्यजीवों में जमीन पर पाए जाने वाले स्तनधारियों और सरीसृपों, वनस्पतियों, पक्षियों, कीड़े, मछली सहित समुद्री

स्तनधारियों जैसे कई आयाम हैं। स्पष्ट रूप से पर्यटन निवास वन्यजीवों के लिए बहुत विनाशकारी एवं हानिकारक हो सकता है, यह उनकी भोजन की आदतों को प्रभावित कर सकता है तथा प्रजनन पद्धति को भी बाधित कर सकता है, जंगलों में आग लग सकती है और लोग दुर्लभ पौधों को तोड़/उखाड़ सकते हैं। इसलिए, वन्यजीव वन्य जीव अभयारण्यों और राष्ट्रीय उद्यानों में ही अच्छी प्रकार से संरक्षित और सुरक्षित होते हैं। अफ्रीका के सेरेन्गेटी और मसाई मारा, भारत में जिम कॉर्बेट, काजीरंगा, रणथंभौर, गिर और अन्य। ये राष्ट्रीय उद्यान और वन्यजीव अभयारण्य मिश्रित आकर्षण के आदर्श उदाहरण हैं क्योंकि पर्यटक वन्यजीवों को देखने के प्रति आकर्षित होते हैं परंतु उन्हें केवल यह अवसर तभी मिल सकता है जब प्राकृतिक आकर्षण (फॉना / वन्यजीव) दोनों मानव निर्मित सुरक्षा क्षेत्र (राष्ट्रीय उद्यान / वन्यजीव अभयारण्य) के अधीन हों।

इसी प्रकार जलीय जीव-जन्तु आकर्षण का केंद्र होते हैं परंतु उन्हें मानव निर्मित एक्वेरियम, मेरीन पार्क और रिसॉर्ट, क्रोकोडाएल पार्क आदि में ही देखा जा सकता है।

- 3 रिसॉर्ट्स:** समान्यतः रिसॉर्ट्स कुछ प्राकृतिक मनोरम स्थल और प्रदेशों के आसपास बनाए जाते हैं। समुद्र तट रिसॉर्ट, द्वीप रिसॉर्ट, हिल रिसॉर्ट, स्की रिसॉर्ट आदि लोकप्रिय हैं। इस प्रकार प्राकृतिक स्थान की प्राकृतिक सुंदरता के बिना सुंदर स्थान के आसपास ही रिसॉर्ट बनाए जा सकते हैं न कि उससे अलग प्रदेश में। पर्यटन के उद्देश्य से प्राकृतिक भू-आकृति और मानव निर्मित जगहों का एक साथ समन्वयन जरूरी है ताकि रिज़ॉर्ट पर्यटक के लिए आकर्षण और गतिविधि का गंतव्य स्थल बन सके।

14.6 सुगम्यता

सुगम्यता का तात्पर्य पर्यटन उद्देश्यों के लिए पर्यटक आकर्षण / स्थल / गंतव्य तक पहुँचने वाले साधनों से है। यह पर्यटन का एक महत्वपूर्ण घटक है क्योंकि सुगम्यता के बगैर सुंदर से सुंदर और दर्शनीय स्थान बहुत ही कम महत्व का हो जाता है और पर्यटन स्थल नहीं बन पाता है। इसलिए सुगम्यता किसी आकर्षण तक पहुँचने हेतु पर्यटक के लिए उपलब्ध परिवहन के विभिन्न साधनों को रखांकित करती है। आकर्षण कहीं भी हो सकता है परंतु उन्हें परिवहन के विभिन्न साधनों से जुड़ा होना चाहिए क्योंकि किसी स्थान तक पहुँच परिवहन की उपलब्धता पर निर्भर करता है।

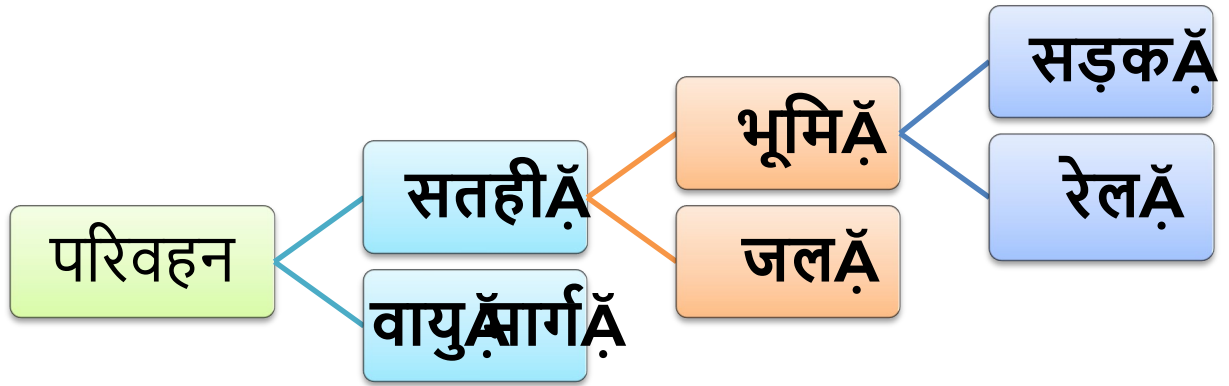
परिवहन न केवल परिवहन के साधनों को सम्मिलित करते हुए पर्यटन को गतिशील बनाते हैं अपितु सड़क, रेल, बंदरगाह और हवाई अड्डे जैसी मूलभूत सुविधायें भी इसमें शामिल हैं। पर्यटकों को शारीरिक रूप से उनके गंतव्य स्थल और उस स्थल पर ले जाने हेतु परिवहन की जरूरत होती है जहां वे जा रहे होते हैं। यह कहा जा सकता है कि परिवहन प्रणाली के रूप में सुगम्यता पर्यटन विकास का एक महत्वपूर्ण कारक है। यूरोप को पर्यटकों को खींचने और आकर्षित करने वाले क्षेत्र के रूप में शीर्ष स्थान पर रखा गया है क्योंकि इस महाद्वीप में विभिन्न प्रकार की परिवहन की उत्कृष्ट प्रणाली उपलब्ध है जैसे यू-रेल, फ्लिक्स बस, फेरी, क्रूज, आदि।

परिवहन प्रणाली में विकास की गति धीमी परंतु स्थिर रही है। प्रारंभिक यात्री पालतू जानवरों की सवारी करते या चलते थे। प्रौद्योगिकी के आविष्कार ने परिवहन के नए साधन प्रदान किए हैं और यात्रा करने के व्यक्तिगत अवसरों को बढ़ाया है। भाप इंजन के आविष्कार से रेलवे और जल परिवहन दोनों अधिक कुशल हो गए और इनमें भाप इंजन व्यापक रूप से इस्तेमाल किए गए। रेलवे प्रणाली के शुरू होने से यूरोप और अन्य विकसित देशों में लंबी यात्रा का मार्ग प्रशस्त हुआ ।

आपने यूनिट 12 में जैसा कि पढ़ा है, रेल यात्रा की निरंतर लोकप्रियता और ऑटोमोबाइल के उद्भव ने पर्यटन के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका अदा की है। उदाहरणस्वरूप मोटर कारों ने सड़क मार्ग से यात्रा करने की गति और यात्रा-क्रम को बढ़ाया। 18 वीं और 19 वीं शताब्दी में आधुनिक संचार और परिवहन प्रणाली अस्तित्व में आई और वैश्विक स्तर पर यात्रा और दर्शनीय स्थलों की यात्रा के लिए आरामदायक परिवहन की मांग के चलते बड़े पैमाने पर पर्यटन में वृद्धि देखी जा सकती है। संचार प्रणाली में सुधार का तात्पर्य यात्रा हेतु ट्रेन, फेरी, बस, एयरलाइंस आदि की अग्रिम बुकिंग की जा सकती है। आधुनिक परिवहन क्षेत्र में जब क्रांति आई तब हवाई जहाज से यात्रा करके दुनिया के किसी भी हिस्से में तेजी से और लंबी यात्रा करने की सुविधा मिलने लगी ।

जैसा कि इस बात का पहले उल्लेख किया गया है, सुगम्यता का तात्पर्य केवल परिवहन वाहनों और प्रौद्योगिकी के बारे में नहीं है अपितु यह परिवहन मूलभूत संरचना के बारे में भी है। परिवहन अवसंरचना में बस टर्मिनल, रेलवे स्टेशन, हवाई अड्डे, बंदरगाह, पोत, मोटर मार्ग और रेल नेटवर्क शामिल होते हैं। परिवहन, परिवहन प्रौद्योगिकी और मूलभूत संरचना में नए आविष्कार का तात्पर्य यात्रा की लागत में बदलाव सहित गंतव्य स्थल तक पहुंचने में लगने वाले समय में बदलाव है; जिससे पर्यटन विकास में अतिरिक्त वृद्धि होती है।

परिवहन वह साधन है जो किसी भी आकर्षण को सुगम्य बना देता है; यह किसी एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुंचने अथवा यात्रा करने का माध्यम होता है। यह आरामदायक, सुरक्षित, विश्वसनीय तथा किफायती होना चाहिए। परिवहन के साधनों के आधार पर परिवहन को निम्नानुसार वर्गीकृत किया जा सकता है:



14.6.1 सतही परिवहन:

सड़क, रेल, नावों और जहाजों का इस्तेमाल करके भूमि अथवा जलमार्ग द्वारा परिवहन को सतही परिवहन कहा जाता है। सतही परिवहन को भूमि और जल परिवहन के रूप में आगे वर्गीकृत किया गया है।

1. भूमि परिवहन

यह सबसे अधिक इस्तेमाल किया जाने वाला परिवहन है और समान्यतः हवाई परिवहन की तुलना में यह परिवहन काफी सस्ता है। भूमि परिवहन में रोडवेज और रेलवे दोनों आते हैं।

क) रोडवेज अथवा सड़क परिवहन को यात्री हेतु 'अंतिम मील तक पहुँच' की सुविधा प्रदान करने के लिए जाना जाता है। आमतौर पर सड़क परिवहन के लिए किराए की टैक्सी / कार सहित बस सेवाओं को उपयोग किए जाने वाले परिवहन के साधनों के रूप में संदर्भित किया जाता है। भारत में सरकारी और निजी ऑपरेटर दोनों ही गंतव्य स्थानों हेतु बस सेवा मुहैया करते हैं और वह विशेष रूप से अपेक्षाकृत छोटी यात्राओं सहित पहाड़ी इलाकों के लिए, जहाँ पर रेल और हवाई परिवहन सेवाएँ समान्यतः उपलब्ध नहीं होती हैं। ट्राम अथवा ट्रेनों की अपेक्षा बसें कम क्षमता के साथ चलती हैं और यात्रियों की सेवा के लिए अपेक्षाकृत सस्ते बस स्टॉप सहित पारंपरिक सड़कों पर चल सकती हैं। इस कारण बसों का उपयोग सामान्य तौर पर छोटे शहरों और कस्बों तथा ग्रामीण क्षेत्रों में किया जाता जाता है और बड़े शहरों में इनका इस्तेमाल शटल सेवाओं के लिए किया जाता है। दूसरी ओर कार सेवाएँ अंतिम छोर तक पहुँचने के लिए बहुत लोकप्रिय हैं। साथ ही सड़क यात्रा के लिए ऑटोमोबाइल द्वारा यात्रा भी दो शहरों के बीच आरामदायक यात्रा के साधन के रूप में युवा और साहसी लोगों के बीच लोकप्रिय है। उदाहरण स्वरूप यूरोप के संदर्भ में, निजी कारों की पर्यटन परिवहन माध्यम के रूप में महत्वपूर्ण हिस्सेदारी है क्योंकि खुली चौड़ी सड़कें एवं सीमाएं तथा रोडवेज की उत्कृष्ट प्रणाली इसे सुविधाजनक बनाती है। संयुक्त राज्य अमेरिका में छुट्टी के दौरान यात्रा माध्यम के रूप में कारवां लोकप्रिय है।

ख) रेलवे / रेल परिवहन को समान्यतः ट्रेन परिवहन के रूप में भी जाना जाता है जो यात्रियों और माल को समर्पित रेल पटरियों पर चलने वाले पहिया वाले वाहनों के माध्यम से स्थानांतरित करने का एक साधन है। रेल परिवहन इस प्रकार हो सकता है:

i) शहरों के बीच - इंटरसिटी रेल लंबी दूरी की यात्री सेवाएं हैं जो कई शहरी क्षेत्रों को एक-दूसरे से जोड़ती हैं। उनके कुछ स्टेशन होते हैं और उनका लक्ष्य उच्च औसत गति है तथा समान्यतः प्रत्येक शहर रेलवे स्टेशन बनाए जाते हैं। ये सेवाएं अंतर्राष्ट्रीय भी हो सकती हैं जैसा कि यूरोप में परिचालन यूरेल के मामले में देखा जाता है।

भारत में रेल परिवहन में विभिन्न श्रेणियों वाली यात्री ट्रेनें, एक्सप्रेस ट्रेनें और अन्य ट्रेनें शामिल हैं; जैसे शताब्दी, राजधानी, मेल इत्यादि। लक्जरी ट्रेन के साथ-साथ हेरिटेज ट्रेनें, जो पैलेस ऑन द व्हील्स, रॉयल ओरिएंट, महाराजा एक्सप्रेस आदि पर्यटकों के आकर्षण को दोगुनी कर देती हैं और ये सभी रेल परिवहन प्रणाली का हिस्सा हैं।

ii) सिटी के भीतर - ट्राम रेल जनित वाहन होते हैं जो शहर की सड़कों अथवा समर्पित पटरियों पर चलते हैं। उनमें बसों की तुलना में अधिक क्षमता होती है और पटरियों के ऊपर अथवा नीचे रेल या तारों के साथ समर्पित मूलभूत संरचना पर चलते हैं और उनके लचीलेपन को सीमित करते हैं। उदाहरणस्वरूप कोलकाता की ट्राम सेवा परिवहन का एक लोकप्रिय साधन है।

दूसरी ओर मेट्रो रेल शहर के अंदर सुरक्षित और सुविधाजनक परिवहन साधन है क्योंकि इसकी एक समर्पित पट्टी ट्रैक सड़क परिवहन की तुलना में इसे सुविधाजनक और तेज बनाती है।

2 जल परिवहन

जल परिवहन मनुष्य को विदित परिवहन के प्रारंभिक साधनों में से एक था और यह पर्यटन के साथ शुरुआत से ही जुड़ा हुआ है। भाप इंजन और पतवार प्रणाली (जिसे नाव को खेने के लिए उपयोग किया जाता है) के आविष्कार के उपरांत शिपिंग तकनीक के नवाचार के बाद 19 वीं शताब्दी में जल परिवहन ने यात्रा और पर्यटन में महत्वपूर्ण योगदान दिया।

जैसा कि हम जानते हैं जल परिवहन आज नदियों, झीलों, महासागरों और समुद्रों में चलने वाली नौकाएँ, फेरी, कटमरैन, जहाज, क्रूज जहाज आदि हो सकते हैं। जल परिवहन का उपयोग यात्रियों और कार्गो दोनों को स्थानांतरित करने हेतु किया जाता है क्योंकि इसे सदैव किसी नदी या चैनल से लक्जरी नदी और समुद्र के परिभ्रमण के लिए सस्ती नियमित नौका सेवा से लेकर परिवहन के सबसे तेज, शीघ्रतम साधन के रूप में पाया गया है। उदाहरणस्वरूप असम में माजुली द्वीप तक पहुंचने के लिए ब्रह्मपुत्र नदी पर सस्ती नौका सेवा सहित ब्रह्मपुत्र नदी क्रूज लक्जरी सेवा भी उपलब्ध है जिसका लुत्फ आप उठा सकते हैं। वर्तमान समय में जल परिवहन विशालकाय क्रूज उद्योग के लिए

भी जाना जाता है, क्योंकि क्रूज वेकेशन क्रूज पर रहने और साइट देखने की गतिविधियों सहित लक्जरी जल परिवहन के लोकप्रिय साधन हैं।

14.6.2 वायु परिवहन:

वायु परिवहन का अर्थ हवाई जहाज और हेलीकॉप्टर आदि के माध्यम से हवाई मार्ग से यात्रा करना होता है। द्वितीय विश्व युद्ध के उपरांत हवाई जहाज प्रौद्योगिकी में उन्नति और वाणिज्यिक उड़ान उद्योग में वृद्धि के कारण लंबी यात्रा के लिए यात्रियों की संख्या में अत्यधिक वृद्धि हुई है। हवाई परिवहन का अन्य परिवहन की तुलना में अधिक फायदे हैं क्योंकि इसे यात्रा का सबसे तेज़ माध्यम माना जाता है और हाल के दिनों में सुरक्षा मानकों में भी सुधार हुए हैं। हाल ही में 'नो-फ़िल्ल्स' उड़ानों की अधिकता, सूचना प्रौद्योगिकी में प्रगति, इंटरनेट के व्यापक उपयोग आदि ने हवाई यात्रा की वृद्धि में अपना योगदान दिया है। इसके बावजूद भी यह परिवहन के अन्य साधनों की तुलना में महंगा है तथा परिवहन के सबसे लोकप्रिय साधन बनने हेतु यह एक निवारक के रूप में कार्य करता है।

14.6.3 भावी रुझान:

परिवहन साधन और माध्यम लगातार यात्रा को तेज, सुरक्षित, लागत प्रभावी तथा पर्यावरण के अनुकूल बनाने के उद्देश्य से विकसित हो रहे हैं। इनके कुछ भावी रुझानों की चर्चा नीचे की गई है:

- 1 हाइपरलूप अवधारणा:** इसे टेस्ला और स्पेसएक्स कंपनी के उद्यमी एलोन मस्क द्वारा 2012 में शुरू किया गया, जिन्होंने इस तकनीक के आधार पर दूसरों को सृजन की अनुमति प्रदान करने के लिए अवधारणा को उजागर करने का फैसला किया। यह होनहार, हाई-स्पीड नवाचार कम दबाव वाली नलियों से युक्त होता है, जिसमें सैन फ्रांसिस्को से लॉस एंजिल्स तक 700 mph तक की गति से 35 मिनट में ही यात्रियों को ले जाने की क्षमता के दबाव वाले कैप्सूल होते हैं।
- 2 सुपर-मैग्लेव ट्रेनें:** वर्ष 1984 से चुंबकीय उत्तोलन (मैग्लेव) प्रौद्योगिकी आधारित ट्रेनें चल रही हैं। 2015 की जापानी मैग्लेव ट्रेन 600 किमी / घंटा से अधिक की गति तक पहुंच गई। सुपर-मैग्लेव ट्रेनों में भावी पीढ़ी के परिवहन नवाचार में उसकी तकनीक का उपयोग किया गया जैसा कि पिछले संस्करणों में सिवाय इसके कि यह हवा के घर्षण को कम करने के लिए एक वैक्यूम ट्यूब का उपयोग करता है और बड़ी हुई गति हेतु अनुमति प्रदान करता है। उदाहरणस्वरूप वाशिंगटन से न्यूयॉर्क के लिए मैग्लेव ट्रेन प्रणाली इन दो शहरों के बीच यात्रा समय को तीन घंटे से एक घंटे कम कर देगी। यद्यपि सैद्धांतिक रूप से सुपर-मैग्लेव ट्रेनें इन शहरों के बीच की यात्रा समय को लगभग 30 मिनट तक कम कर सकती हैं।
- 3. ग्रीनर मोटर वाहन:** पर्यावरण पर कम प्रभाव डालने वाली ग्रीनर वाहनों की खोज लंबे समय से की जा रही है। इलेक्ट्रिक वाहन पेट्रोलियम आधारित ईंधन पर कम निर्भर हैं

और ये ग्रीनहाउस गैस का कम उत्सर्जन करते हैं। यद्यपि इन इलेक्ट्रिक वाहनों का पर्यावरणीय प्रदर्शन इस बात पर निर्भर करता है कि उनकी बिजली का उत्पादन किस प्रकार होता है। हाइड्रोजन वाहनों जिनमें प्रेसराइज़्ड हाइड्रोजन का उपयोग ईंधन सेल्स को चार्ज करने के लिए किया जाता है जो कि इंजन को बिजली मुहैया करने के लिए बिजली उत्पन्न करते हैं उनके बारे में भी पता लगाया जा रहा है।

4. **स्मार्ट सड़कें:** इंटरनेट से जुड़ी स्मार्ट सड़कें (IoT) खतरों या सड़क की प्रतिकूल स्थिति से बचने के सर्वोत्तम तरीकों के बारे में स्मार्ट कारों से तुरंत संवाद कर सकती हैं। यह केवल सुरक्षा संबंधी मुद्दे नहीं है जो तकनीकी रूप से सक्षम सड़कों को संबोधित करने में सहायता करेंगे अपितु इनके द्वारा सड़कों को एक विद्युतीकृत ट्रैक में भी बदला जा सकता है जो परिवहन के साधनों को सड़क पर चलते-चलते ही रिचार्ज करेंगे जैसे कि इलेक्ट्रिक कार और ट्रक। भविष्य में बेतार बैटरी चार्जर सड़कों के नीचे पाए जाएंगे जो वायु प्रदूषण के स्तर को कम करने में सहायता करेंगे और पावर कारों की जीवाश्म ईंधन की जरूरत को खत्म कर देंगे।

परिवहन के क्षेत्र में नवाचार जारी रहेगा और वे गंतव्य स्थल तक पहुंचने के समय को कम करके पर्यटन की सहायता करेंगे अथवा अपने आप में पर्यटक का एक आकर्षण बन सकते हैं।

14.6.4 परिवहन के विकल्प:

आज पर्यटक के लिए परिवहन के विभिन्न साधन और माध्यम उपलब्ध हैं जैसे कि एयरलाइंस, सतही (सड़क और रेल) परिवहन और जल परिवहन। ज़्यादातर पर्यटकों के लिए यात्रा के साधन का चयन गंतव्य स्थल के चयन से जुड़ा हुआ है जिसमें यात्रा की आवश्यकता अर्थात् समय और लागत सहित सुविधा, आराम, सुरक्षा और गति जैसी सुविधायें भी प्रासंगिक होती हैं। इन महत्वपूर्ण कारकों की आगे निम्नानुसार व्याख्या कर गई है:

- 1 **विश्वसनीयता:** परिवहन सुरक्षा मूल्यांकन संगठनों द्वारा सुनिश्चित किए गए अनुसार नियमित और सुरक्षित होना चाहिए।
2. **वहन करने योग्य:** किसी स्थान की दूरी भी पर्यटक की पसंद और परिवहन के साधन को निर्धारित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है, जैसे कि कम दूरी के गंतव्य स्थल की तुलना में लंबी दूरी के गंतव्य स्थल की लागत अधिक होती है और सतही परिवहन की तुलना में हवाई यात्रा महंगी होती है ।
3. **सुविधाजनक:** लोग परिवहन के उन साधनों से यात्रा करते हैं जोकि आसानी से और सुविधाजनक तरीके से उपलब्ध हो जाते हैं। किसी दूर के गंतव्य स्थल तक यातायात के साधनों के सीधे संपर्क सुविधा होने के कारण पर्यटक वहाँ जाना पसंद करते हैं और वे किसी नजदीक के गंतव्य स्थल तक उस स्थिति में नहीं जाते हैं जब वहाँ तक पहुँचने की सीधी परिवहन सुविधा उपलब्ध नहीं होती है।

4. **विविधता:** यात्रा के अलग-अलग साधनों की उपलब्धता जैसे कि - वायु परिवहन, जल परिवहन और सतही परिवहन के कारण लोग अपनी यात्रा योजना में यातायात के सभी साधनों को जोड़ लेते हैं ताकि वे एक अलग अनुभव का आनंद ले सकें। उदाहरणस्वरूप हम देख सकते हैं कि भारत में आने वाले विदेशी बैकपैकर्स (अपने सभी सामानों को बैग में पैक कर अपने कंधों पर ढोने वाले) के रूप में यात्रा करते हैं और वे रेल और स्थानीय बसों से भी यात्रा करना पसंद करते हैं।
5. **आरामदायक:** सुगम्यता को यात्रा के दौरान सहूलियत अथवा परेशानी से जोड़कर देखा जा सकता है जिसके साथ यात्री अपने पसंदीदा गंतव्य स्थल तक पहुँचते हैं। वैश्विक स्तर पर हवाई परिवहन अंतर्राष्ट्रीय आगंतुकों के बीच लोकप्रिय है क्योंकि हवाई परिवहन अपने आप में आरामदायक होता है और इसमें समय भी कम लगता है।

ये महत्वपूर्ण कारक परिवहन में प्रत्येक गंतव्य स्थल अथवा पर्यटन उत्पाद की सफलता को प्रभावित करते हैं, भले ही वह अत्यधिक अनन्य हो। परिवहन के साधनों का इस्तेमाल उपयोगिता स्वरूप किया जाता है जहाँ पर सुगम्यता पर अत्यधिक बल दिया जाता है और जब इसका उपयोग पर्यटन के लिए किया जाता है तो पहुँच और अनुभव दोनों पर बल दिया जाता है जैसा कि निम्न तालिका में दर्शाया गया है:

उपयोगिता के रूप में परिवहन	पर्यटन के रूप में परिवहन
टैक्सी, शहरी बस, मेट्रो	मनोरम कार ट्रेल्स, सिटी वॉकिंग ट्रेल्स
इंटरसिटी रेल और फ्लाइट	कोच, क्रूज़
	वॉकिंग और साइकिलिंग होलिडेज़, हेरिटेज रेलवेज़, कयाकिंग, बैलूनिंग

अपनी प्रगति की जाँच करें - 2

- 1) पर्यटन के **A's** से आपका क्या तात्पर्य है ?

.....

- 2) प्राकृतिक और मिश्रित आकर्षण के बीच कौन से अंतर होते हैं? उदाहरण सहित व्याख्या करें ।

.....
 ..

3) परिवहन के भावी रुझानों के बारे में चर्चा करें।

14.7 सारांश

- पर्यटन तीव्र गति से बढ़ रहा उद्योग है जो मानव जीवन के कई दूसरे पहलुओं से जुड़ा हुआ है जैसे कि अर्थव्यवस्था, राजनीति, पर्यावरण, सामाजिक-सांस्कृतिक आदि। इसी कारण इसकी प्रवृत्ति जटिल है, इसकी कई विशेषताएं हैं और यह बहुआयामी है। पर्यटन के ऐतिहासिक आयामों का अध्ययन ऐतिहासिक विकास में इसके तौर-तरीकों को पहचानकर भविष्य हेतु योजना बनाने में हमारी सहायता करता है। पर्यटन के घटकों को पर्यटन का 'ए' (A's) कहा जाता है जो इस प्रकार होते हैं - आकर्षण, सुगम्यता, आवास, सुविधाएं और क्रियाकलाप। आकर्षण प्राकृतिक अथवा मानव निर्मित अथवा मिश्रित हो सकता है जबकि सुगम्यता के कई साधन हो सकते हैं जैसे कि सतही परिवहन - भूमि और जल तथा वायु परिवहन।

14.8 आपकी प्रगति को जाँचने हेतु सूत्र

अपनी प्रगति की जाँच करें - 1

1. अनुभाग 14.1 का अवलोकन करें और अपना उत्तर दें।
2. अनुभाग 14.2 का अवलोकन करें और अपना उत्तर दें।

अपनी प्रगति की जाँच करें - 2

1. उत्तर देने के लिए अनुभाग 14.4 का अवलोकन करें।
2. उत्तर देने के लिए अनुभाग 14.5 का अवलोकन करें।
3. उत्तर देने के लिए अनुभाग 14.6.3 का अवलोकन करें।

14.9 क्रियाकलाप

क्रियाकलाप - I

अपने शहर / क्षेत्र / राज्य में छह प्राकृतिक, मानव निर्मित और मिश्रित आकर्षणों की पहचान करने का प्रयास करें।

क्रियाकलाप - II

परिवहन और परिवहन प्रणाली में नवीनतम रुझानों की पहचान और चर्चा करें।



ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

यूनिट 15 पर्यटन के आयाम - II

संरचना

- 15.1 उद्देश्य
- 15.2 प्रस्तावना
- 15.3 आवास
 - 15.3.1 होटल उद्योग की वृद्धि और विकास
 - 15.3.2 भारत में आवास उद्योग की वृद्धि और विकास
 - 15.3.3 आवास के प्रकार
 - 15.3.4 आवास की भावी प्रवृत्ति
- 15.4 सुख-सुविधाएँ
- 15.5 गतिविधियाँ
- 15.6 पर्यटन के नए आकर्षण (A's)
- 15.7 सारांश
- 15.8 आपकी प्रगति को जाँचने के सूत्र
- 15.9 आगे के अध्ययन हेतु सुझाई गई किताबें

15.1 उद्देश्य

इस इकाई को पढ़ने के उपरांत आप निम्न के बारे में सक्षम होंगे:-

- पर्यटन उद्योग में आवास के महत्व के बारे में व्याख्या करने में,
- पर्यटकों हेतु उपलब्ध आवास के विभिन्न प्रकारों का वर्गीकरण करने में,
- पर्यटन के एक घटक के रूप में सुविधाओं का वर्णन करने में,
- पर्यटन के प्रमुख घटक के रूप में गतिविधियों के बारे में चर्चा करने में; और
- पर्यटन के नए घटकों की व्याख्या करने में - सहायक सेवाएँ और एम्बिएंस।

15.2 प्रस्तावना

जैसा कि पिछले यूनिट में चर्चा की गई है, पर्यटन के 5 घटक होते हैं, जिन्हें पर्यटन के आकर्षण (A) के नाम से भी जाना जाता है और पर्यटन अनुभव के लिए इनके एक साथ आने की आवश्यकता होती है। ये घटक पर्यटन अनुभव के लिए जरूरी विभिन्न प्रकार की सेवाओं का उल्लेख करते हैं, जैसे कि आकर्षण जो किसी पर्यटक को किसी स्थान पर जाने के लिए प्रेरित करता है, गंतव्य स्थल / साइट तक पहुंचने

के लिए यात्रा का माध्यम और साधन, आवास जहां पर्यटक गंतव्य स्थल पर ठहर सकते हैं, सुविधाएं पर्यटक के लिए गंतव्य स्थान पर आवश्यक सुविधाएं हैं जैसे कि सैनिटरी और स्वच्छता तथा गतिविधियां इस बात को रेखांकित करती हैं कि पर्यटक किसी स्थान या गंतव्य स्थल पर जाकर क्या करते हैं जैसे कि खरीदारी, साइट देखने, साहसिक खेल आदि। पिछले यूनिट में हमने आकर्षण और सुगम्यता के बारे में पर्यटन आकर्षणों के दो A के के बारे में चर्चा की है। इस यूनिट में हम पर्यटन के अन्य दो आकर्षणों (A) जैसे कि आवास, सुविधाओं और गतिविधियों के बारे में चर्चा करेंगे। इस यूनिट में दो नए आकर्षण (A) के बारे में भी चर्चा करेंगे जिन्हें नए पर्यटन घटक माना जाता है जैसे सहायक सेवा और एम्बिएस ।

15.3 आवास

पर्यटन के एक घटक के रूप में आवास में बोर्डिंग एवं लॉजिंग सम्मिलित होते हैं। आवास का तात्पर्य उन पर्यटकों को मुहैया किया जाने वाला कमरा अथवा स्थान होता है जो लंबी दूरी से आते हैं और किसी भी पर्यटन स्थल की यह बुनियादी जरूरत होती है। यह आमतौर पर कहा जाता है कि जब हम किसी गंतव्य की यात्रा करते हैं तो हम अपने घर का बना भोजन अपने साथ ले जा सकते हैं परन्तु हम अपने घर को अपने साथ नहीं ले जा सकते। यहां तक कि यदि हम कैम्पिंग उपकरणों को साथ ले जाते हैं अथवा किसी कारवां द्वारा यात्रा करते हैं, तो हमें तम्बू लगाने अथवा अपने वाहन को पार्क करने हेतु सुविधाओं सहित स्थान की जरूरत होगी। पर्यटन स्थल पर आवास की जरूरत को अनदेखा नहीं किया जा सकता क्योंकि यह क्षेत्र में अहम भूमिका ऐडा करता है। सभी गंतव्य स्थल तभी अधिक कमा पाते हैं जब पर्यटक वहां अधिक रहता है, तो इसका तात्पर्य यह है कि पर्यटक भोजन और आवास का उपयोग करेंगे, यहां तक कि उनके द्वारा स्मारिका की खरीदारी, बाहरी खाने सहित शाम अथवा अगली सुबह की गतिविधियों और मनोरंजन कार्यक्रमों में प्रतिभागिता करेंगे। जब भी कोई पर्यटक किसी गंतव्य स्थान पर रुकता है तो यह उक्त गंतव्य के लिए आर्थिक रूप से फायदेमंद होता है।

इस बात को देखा गया है कि कई गंतव्य स्थलों को उत्कृष्ट आकर्षण केंद्र के रूप में देखा जाता है जो आसानी से सुलभ हैं परन्तु वहां पर पर्यटकों के आवास सुविधा की कमी है जिसके फलस्वरूप पर्यटकों की संख्या कम होती है और उक्त क्षेत्र में आर्थिक लाभ होता कम है। कुल पर्यटक व्यय में आवास का सबसे अधिक हिस्सा होता है, क्योंकि अध्ययनों से जिस बात का पता चला है कि आधुनिक अवकाश गंतव्य में मौजूद आवास सुविधाओं की एक विस्तृत श्रृंखला सहित आवास घटक में सामान्यतः किसी पर्यटक के कुल खर्च में 30-40% हिस्सा होता है।

15.3.1 होटल उद्योग की वृद्धि और विकास

विनिमय के एक माध्यम के रूप में पैसे की स्थापना के साथ आवास उद्योग विश्व के सबसे प्राचीनतम उद्यमों में से एक है। ऐतिहासिक रूप से पारगमन बाजार (जो लोग कहीं और जाने के रास्ते में हैं) की सेवा संबंधी सहायता हेतु प्रमुख परिवहन मार्गों के साथ आवास स्थापित किए गए थे। इस कारण 6वीं ईसा पूर्व के आसपास व्यापार करने वाले लोगों हेतु यात्रा करने की प्रथम वास्तविक प्रेरणा थी एवं सबसे प्रारंभिक सराय (Inns) इस पति और पत्नी द्वारा शुरू किए गए थे जो पैसे के बदले सामान्य पौष्टिक भोजन, प्यास बुझाने (मुख्य रूप से शराब) की सेवा प्रदान करते थे और यात्रियों के रहने के लिए एक बड़ा हॉल प्रदान करते थे।

शुरू-शुरू में सरायों को "पब्लिक हाउस अथवा पब" कहा जाता था और मेहमानों को "पेइंग गेस्ट" कहा जाता था। ग्रामीण परिवेश के साथ इस प्रकार का आवास मध्य युग / अंधकार युग (ईस्वी सन् 400-ईस्वी 500) के समय प्रसिद्ध था और विश्व के प्रारंभिक आवास सुविधाओं में से एक था। यह सामान्यतः एक छोटा सा ग्रामीण लोजिंग की स्थापना थी जहाँ न केवल आश्रय प्रदान किया जाता था अपितु भोजन और मनोरंजन भी और वह भी यात्रियों के साथ-साथ स्थानीय लोगों को भी। सराय को सदैव लंबी यात्रा करने वाले उस यात्री के लिए आराम, गर्मा-गरम भोजन और सुरक्षा का स्थान माना जाता है और जिसे आराम करने और सोने हेतु जगह की जरूरत होती है। कई सौ सालों तक ये स्थितियां बनी रहीं। औद्योगिक क्रांति के आगमन से सराय रख-रखाव के कारोबार में विचार आया। रेल और पानी के जहाजों के विकास ने प्रमुखता से यात्रा को बदल दिया और औद्योगिक क्रांति ने सामाजिक से व्यावसायिक स्थिति में यात्रा को बदल दिया, जिसके फलस्वरूप सरायों में बेहतर सेवाएं प्राप्त हुईं।

1750 से 1820 के युग के दौरान अंग्रेज़ी सरायों ने विश्व में पहली बार प्रतिष्ठा प्राप्त की और ये सराय सामान्यतः लंदन में केंद्रित थे। सरायों को रईसों के खानपान हेतु सीमित प्रतिष्ठानों के लिए आरक्षित किया गया था और आम लोगों के या सार्वजनिक हाउसों को "टैवर्न्स" कहा जाता था। फ्रांस में प्रतिष्ठानों को "हॉटेलरीज" के नाम से जाना जाता था और कम दिखावा वाले घरों को "कैबरेट्स" कहा जाता था। यह माना जाता है कि 1760 के आसपास होटल शब्द का नाम हॉटेलरीज शब्द से लिया गया था। अमेरिका में लोजिंग हाउसों को सराय ("इन") अथवा "कॉफी हाउस" कहा जाता था।

आधुनिक समय में सराय सामान्यतः किसी देश की सड़क अथवा राजमार्ग के किनारे पाए जाते हैं जो किसी बार या रेस्तरां की भांति होते हैं जो भोजन और पेय प्रदान करते हैं और जहाँ केवल कुछ लोगों हेतु एक रात या दो के लिए सोने का स्थान उपलब्ध होता है। सामान्यतः सराय किसी मोटल और एक होटल के बीच के स्तर के होते हैं और वह भी सुविधाओं और स्थान के मामले में किसी औसत होटल की तुलना में आरामदायक हो सकते हैं और जिन्हें लंबी यात्रा पर निकले यात्रियों द्वारा उपयोग किया जाता है जिन्हें अपनी आगे की यात्रा जारी करने से पहले सोने और आराम करने के लिए किसी अस्थायी स्थान की आवश्यकता होती है।

सन् 1800 तक अमेरिका प्रथम श्रेणी के होटलों के विकास में अग्रणी हो गया। आधुनिक होटलों की वास्तविक वृद्धि संयुक्त राज्य अमेरिका के न्यूयॉर्क में 1794 में "सिटी होटल" की पहली इमारत के उद्घाटन के साथ हुई। 1907 ई.एम. स्टैटिशर्स के मार्गदर्शन में पहली होटल श्रृंखला के संचालन की शुरुआत हुई ।

15.3.2 भारत में आवास उद्योग की वृद्धि और विकास

भारत में होटल उद्योग की उत्पत्ति और विकास को सामान्यतः निम्नलिखित तीन काल-अवधियों में वर्गीकृत किया जा सकता है:

1. प्राचीन और मध्यकालीन युग

भारत में आतिथ्य क्षेत्र की शुरुआत 'अतिथि देवो भवः' के हिंदू दर्शन में निहित है, जिसका अर्थ है कि कोई अघोषित अतिथि भगवान समान होता है। भारत में होटल उद्योग की उत्पत्ति की गणना किसी निश्चित समय अवधि से नहीं की जा सकती है; हालांकि सिंधु घाटी सभ्यता और वैदिक युग के दौरान

भी इसकी मौजूदगी के सबूत मिलते हैं। प्राचीन समय में मुख्य रूप से यात्री तीर्थ यात्रा और व्यापार के लिए की जाती थी। हिंदू समुदाय में चार धाम यात्रा की अवधारणा (यानी, भारत के चार कोनों में स्थित धार्मिक स्थलों का दौरा करना) उनके पूर्वजों द्वारा तीर्थयात्रा के महत्व का एक महत्वपूर्ण संकेतक है। उस दौरान आराम मुहैया प्रदान करने वाले घरों को धर्मशाला (संस्कृत में 'धर्म' शब्द का अर्थ 'धर्म' और शाला का अर्थ विद्यापीठ होता था) के नाम से जाना जाता था जो मुख्य रूप से तीर्थयात्रा और व्यावसायिक गतिविधि करने वाले यात्रियों और मेहमानों के लिए आवास की सुविधा प्रदान करता था। यहाँ उन्हें आराम करने और रात बिताने के लिए एक सुरक्षित स्थान प्रदान किया जाता था। प्रसिद्ध चीनी विद्वान फा यान (399-424 ईस्वी) और ह्येन सांग (629-643 ईस्वी), जो क्रमशः चंद्रगुप्त विक्रमादित्य और हर्षवर्धन के शासनकाल के दौरान भारत आए उन्होंने अपने वर्णनों में यात्रियों के लिए भारत में मौजूद आश्रयों के अस्तित्व का उल्लेख किया है।

मध्ययुगीन काल में, 11 वीं और 13 वीं ईसा पूर्व के बीच, कई 'सरायों' और 'मुसाफिरखानों' का निर्माण सुल्तानों द्वारा डाक प्रणाली के संदेश वाहकों के आराम करने के लिए मुख्य रूप से हुआ।

2. औपनिवेशिक काल

औपनिवेशिक काल के दौरान 17वीं ई.पू. में यूरोपीय लोगों के आगमन के साथ भारत में होटल उद्योग का संगठित अस्तित्व शुरू हुआ। प्रारंभिक होटल ज्यादातर विदेशी मूल के लोगों द्वारा संचालित किए जाते थे जो यूरोपीय उपनिवेशवादियों और बाद में राज के अधिकारियों की आवश्यकताओं को पूरा करते थे। इस प्रकार की पहली संपत्तियों में पुर्तगाली जार्ज, पैडी गूज और रैकेट कोर्ट जैसे सराय थे, जो 1837 और 1840 के दौरान बॉम्बे में स्थापित किए गए थे। सन् 1900 तक, लगभग सभी होटल पश्चिमी परंपराओं के अनुरूप निर्मित किए जाते और चलाए जाते थे। भारतीय शैली के पहले होटल थे सरदार गृह जिसकी स्थापना 1900 में हुई और माधवाश्रम जिसकी स्थापना 1908 में की गई।

3. आधुनिक युग

एक बड़े पैमाने पर पर्यटन के विकास के साथ, आवास क्षेत्र में अग्रणी होटल श्रृंखलाएं और निगम उभर कर सामने आए हैं। इन होटल श्रृंखलाओं ने अपने ब्रांडों को विभिन्न प्रकार के बाजारों में ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए कीमत और छवि से विविधता प्रदान की है। कुछ अंतरराष्ट्रीय होटल श्रृंखलाएं वैश्विक आवास बाजार में अपनी मजबूत पकड़ रखती हैं क्योंकि वे अपने उत्पादों को वितरित करने हेतु एक समान विपणन छवि बनाने संबंधी नीति पर काम करती हैं।

स्वतंत्रता प्राप्ति के उपरांत भारत में भी होटल व्यापार में बड़ी छलांग देखने को मिली है। ओबेरॉय ग्रुप ऑफ होटल्स और ताज ग्रुप ने कई ब्रिटिश संपत्तियों को अपने अधीन किया है तथा सेवाओं और गुणवत्ता के उच्च मानकों को बनाए रखा है और साथ ही विदेशों तक अपने व्यापार का विस्तार किया है। बाद के दशकों में आईटीसी कॉर्पोरेट जैसे भी आईटीसी वेलकम ग्रुप के अंतर्गत संपत्तियों के साथ होटल उद्योग में शामिल हो गया। 1950 के दशक में क्लब मैडिटेरेनै और इसी प्रकार के क्लब हॉलिडे डेस्टिनेशंस का निर्माण हुआ है जो वर्तमान समय के सभी समावेशी रिसॉर्ट्स के अग्रदूत हैं। पिछले कुछ दशकों में अनेक प्रसिद्ध अंतरराष्ट्रीय होटल श्रृंखलाएं भारत में आई हैं। इन श्रृंखलाओं में हयात होटल और रिसॉर्ट, इंटर कॉन्टिनेंटल होटल और रिसॉर्ट, मैरियट इंटरनेशनल, हिल्टन होटल, बेस्ट वेस्टर्न इंटरनेशनल आदि सम्मिलित हैं।

15.3.3 आवास के प्रकार

आवास को मेन्सा के 2009 में "एक ऐसे प्रतिष्ठान के रूप में परिभाषित किया गया है जो शुल्क के बदले में अपने निवास स्थान या कार्य स्थल से दूर रहने वाले लोगों के लिए सोने, आराम करने, विश्राम करने और मनोरंजन के लिए सुविधाएं और सेवाएं मुहैया करता है।" आवास को विभिन्न मानदंडों के आधार पर वर्गीकृत और उप-विभाजित किया जा सकता है। उपलब्ध कराई गई प्राथमिक सेवा के आधार पर आवास को उप-क्षेत्रों में विभाजित किया जा सकता है जैसे कि-

- **लॉजिंग** में होटल, अपार्टमेंट, कैंपसाइट्स, लॉज केबिन, लॉज, विला, रिसॉर्ट्स, सराय और ट्री हाउस आदि शामिल होते हैं।
- **खाद्य सेवा** उप क्षेत्र में फास्ट फूड ऑपरेटर, वेंडिंग आउटलेट, रेस्तरां, काम चलाऊ खानपान / संस्थागत खानपान आदि शामिल होते हैं।
- **मनोरंजन** उप क्षेत्र में ऐसे संगठन शामिल होते हैं जो प्रत्यक्ष या रिकॉर्ड किए गए संगीत, डिस्कोथीक, क्लब, पारंपरिक मनोरंजन संगीत आदि को पेश करते हैं।

सामान्य तौर पर ये तीन सेवाएं सभी आवास स्थानों पर प्रदान की जाती हैं परन्तु इसके लिए सेवा प्रदाता के विभिन्न प्रकार के कौशल वाले व्यक्ति होने चाहिए।

गत आधी सदी के दौरान आवास क्षेत्र विकसित और परिवर्तित हुआ है और बाजार ने आवास की सीमा और मूलभूत कैंपिंग और बैकपैकिंग सुविधाओं से लेकर मेगा-रिसॉर्ट्स और हॉलिडे गांवों तक के प्रसार को देखा है। कभी-कभी आवास अपने आप एक महत्वपूर्ण पर्यटक आकर्षण होता है, जैसा कि विशेष प्रकार के रिसॉर्ट्स के मामले में होता है। गैर-पारंपरिक प्रकार के आवास जैसे हॉलिडे विलेज, युवा छात्रावास, अपार्टमेंट घर, पर्यटक कॉटेज शिविर और कारवां स्थल भी चलन में होते हैं। सेवाओं के स्तर और सेक्टर की संरचना के आधार पर आवास क्षेत्र को दो श्रेणियों में वर्गीकृत किया जा सकता है। इसे इस प्रकार वर्गीकृत किया गया है:

1. संगठित क्षेत्र / सेवा / पारंपरिक आवास -

यह होटल, मोटल, रिसॉर्ट्स, लॉज, पेंशन हाउस आदि द्वारा मुहैया की गई सेवाओं को रेखांकित करता है, जिसमें अतिथि को आवास और भोजन की सेवा प्रदान की जाती है।

2. असंगठित क्षेत्र / स्व खानपान / अनुपूरक / वैकल्पिक आवास -

यह उस परिसर को रेखांकित करता है जो आवास तो प्रदान करता है परन्तु अन्य सहायक सेवाओं को मुहैया नहीं करता। इसके उदहारण हैं:- युवा हॉस्टल, धर्मशाला, शिविर, कारवां, गेस्ट हाउस, होम स्टे आदि।

15.3.3.1 आवास के प्रकार - संगठित क्षेत्र

आवास के विभिन्न प्रकारों में होटल पर्यटकों और व्यापार करने वाले यात्रियों हेतु रातोंरात आवास के सबसे महत्वपूर्ण और व्यापक रूप से मान्यता प्राप्त सेवा प्रदाताओं में से एक हैं। होटल एक ऐसा स्थान होता है जहां पर्यटक भोजन और आश्रय पा सकते हैं, बशर्ते कि वह इसके लिए भुगतान करने की उपयुक्त स्थिति में हो। होटल को ब्रिटिश कानून द्वारा परिभाषित किया गया है, जहां किसी बोनाफाइड अतिथि को भोजन और आश्रय प्राप्त होता है, बशर्ते कि वह इसके लिए भुगतान करने की स्थिति और प्राप्त करने की स्थिति में हो। होटल को एक प्रतिष्ठान के रूप में भी परिभाषित किया जाता है जिसका

प्राथमिक व्यवसाय आम जनता हेतु आवास की सुविधा प्रदान करना होता है और जो निम्नलिखित सेवाओं में से एक या एक से अधिक को मुहैया करता है जिसके खाद्य और पेय सेवाएँ; कक्ष परिचर सेवाएँ; एवं अतिथि और उसके सामान की सुरक्षा, लॉन्ड्री सेवा तथा फर्नीचर और फिक्स्चर का उपयोग।

आवास और होटल उद्योग में नए रुझानों और नवाचारों को देखा जा रहा है जो होटल के वर्गीकरण के लिए अनेक नए आधार प्रदान करते हैं। होटलों के प्रकारों को निम्नानुसार वर्गीकृत किया जा सकता है:

1. कक्ष प्रभार के आधार पर वर्गीकरण:

- i) बजट होटल - बजट होटल विशेष रूप से बाजार क्षेत्र में कम अथवा किफायती दर वाले होटल होते हैं। बजट होटल स्वतंत्र भी हो सकते हैं या श्रृंखला / समूह संपत्तियों से संबंधित भी हो सकते हैं।
- ii) मिड- मार्केट / मिड-रेंज सर्विस होटल: मिड मार्केट होटल मामूली सेवाएं प्रदान करते हैं जैसे कि रूम सर्विस, राउंड-द-क्लॉक, कॉफी शॉप, ट्रांसफर सुविधाएं आदि और वह भी लगजरी होटलों की भव्यता और व्यक्तिगत ध्यान के बिना तथा यात्रियों के बड़े समूह को आकर्षित करते हैं।
- iii) लगजरी होटल - लगजरी होटल एक ऐसा होटल होता है, जो बेहद शानदार होता है और सामान्यतः इसकी कीमत औसत से अधिक होती है। लगजरी का तात्पर्य भव्यता और अधिकता है और ये होटल उन सेवाओं को प्रदान करते हैं जो व्यक्तिगत होते हैं जो मेहमानों को सुख की भावना मुहैया करते हैं।

2. आकार के आधार पर वर्गीकरण:

- i) छोटे होटल - पच्चीस (25) कमरे अथवा उससे कम कमरे वाले होटल को छोटे होटलों के रूप में वर्गीकृत किया जाता है।
- ii) मध्यम होटल - छब्बीस (26) से सौ (100) कमरे वाले होटल को मध्यम होटल कहा जाता है।
- iii) बड़े होटल - एक सौ एक (101) से लेकर तीन सौ (300) तक के अतिथि कमरे वाले होटल बड़े होटल कहलाते हैं।
- iv) बहुत बड़े होटल: तीन सौ (300) से अधिक अतिथि कमरे वाले होटल बहुत बड़े होटल के रूप में जाने जाते हैं।

3. स्थान के आधार पर वर्गीकरण:

- i) बिज़नेस / कमर्शियल / डाउनटाउन होटल - बिज़नेस होटल शहर के केंद्र स्थल या बीचों बीच में स्थित होते हैं या व्यावसायिक केंद्र से थोड़ी दूरी पर स्थित होते हैं (यानी शहर के वाणिज्यिक केंद्र, शॉपिंग क्षेत्र, थिएटर, सार्वजनिक कार्यालयों आदि के नजदीक)। ये होटल व्यापार यात्रियों के लिए होते हैं और कमरे की दरें सामान्यतः ज्यादा होती हैं क्योंकि उन्हें व्यवसाय यात्रियों को प्रदान की जाने वाली अतिरिक्त सुविधाओं के लिए अपने निवेश के बदले वसूली करनी होती है।

- ii) उप-शहरी होटल - शहर के बाहरी क्षेत्र में स्थित होटलों को उप-शहरी होटल के रूप में जाना जाता है। ये होटल एक व्यावसायिक होटल की सभी सुविधाएं प्रदान करने के उद्देश्य से बनाए जाते हैं, लेकिन शहर की चहल-पहल से दूर होते हैं और आमतौर पर इनके कमरे की दरें भी मध्यम होती हैं।
- iii) रिसॉर्ट्स होटल - रिज़ॉर्ट होटल, हिल स्टेशनों, समुद्र तटों और ग्रामीण इलाकों जैसे दर्शनीय पर्यटन स्थलों पर बने होते हैं। इन होटलों में सामान्यतः एक प्राकृतिक वातावरण होता है जो प्रदूषण - मुक्त होता है और ये शहरों से दूर होते हैं। ये होटल गोल्फ, वेलनेस, आदि जैसी अवकाश गतिविधियों के साथ आवास की सुविधाओं का संयोजन करते हैं और इस प्रकार कमरे की दरें अतिरिक्त सेवा के आधार पर भिन्न-भिन्न होती हैं।
- iv) एयरपोर्ट होटल - एयरपोर्ट होटल हवाई अड्डे के परिसर अथवा प्रवेश के दूसरे बंदरगाहों पर या उसके निकट बने होते हैं। ये होटल एक वाणिज्यिक होटल की सभी सेवाएं प्रदान करते हैं और इनकी सेवाएँ उन यात्रियों, चालक दल के सदस्यों, हवाई अड्डों के आगंतुकों आदि के लिए उपलब्ध होती हैं, जिन्हें अपनी आगे की यात्रा के लिए आवास-स्थल की जरूरत होती है। सभी एयरपोर्ट होटल पारगमन होटल होते हैं परन्तु सभी पारगमन होटल एयरपोर्ट होटल नहीं होते हैं।
- v) मोटल - मोटल शब्द की संरचना दो शब्दों 'मोटर' और 'होटल' के विलय से हुई है। वे मुख्य रूप से राजमार्गों पर स्थित होते हैं और मामूली आवास, भोजन और पेय, गैराज सुविधाएं, पार्किंग स्थल और राजमार्ग यात्रियों के वाहनों के लिए फिर से ईंधन प्रदान करने जैसी सुविधाएं उपलब्ध कराते हैं।
- vi) रोटल - रोटल का तात्पर्य "रोलिंग होटल" है, यानी एक ऐसा होटल जो पहियों पर घूमता है, जिसे मोटल ऑन व्हील्स के रूप में भी जाना जाता है। कारवां जैसे वाहन जो आवास भी मुहैया कर सकते हैं और एक गंतव्य से दूसरे गंतव्य तक परिवहन के वाहन के रूप में भी कार्य करते हैं, रोटल के उदाहरण हैं। भारत में रोटल का सबसे अच्छा उदाहरण पैलेस ऑन व्हील्स जैसी लक्जरी ट्रेनें हैं जो पूरी तरह से वातानुकूलित हैं, अच्छी तरह से सुसज्जित हैं और जिनमें रेस्तरां और बार भी हैं। इनके किरायों में ट्रेन टिकट, भोजन, मादक पेय और दर्शनीय स्थल सब शामिल होते हैं।
- vii) फ्लोटेल - फ्लोट्स वे होटल हैं जो पानी की सतह पर झील, नदी अथवा समुद्र में स्थित होते हैं और पानी या अर्ध-पनडुब्बी प्लेटफार्मों के शीर्ष पर बने हुए मुख्य भूमि से दूर शानदार होटल हो सकते हैं। सामान्य तौर पर वे मेहमानों को जैसे कि भोजन और पेय की सुविधा के साथ आवास, लक्जरी क्रूज लाइनर, डल झील की हाउस बोट आदि प्रदान करते हैं।
- viii) लोटल - कोई लोटल एक होटल ही है जो हेलीकॉप्टर लैंडिंग के लिए हेली-पैड से सुसज्जित होता है।

4. ठहरने की अवधि के आधार पर वर्गीकरण:

- i) ट्रांजिट / ट्रांसिएंट होटल - ट्रांजिट होटल उन मेहमानों को कमरे मुहैया करते हैं जो किसी अन्य गंतव्य स्थल के मार्ग में होते हैं और केवल थोड़े समय हेतु सुविधाओं का इस्तेमाल करना चाहते हैं। इन होटलों में ठहरने की अवधि कुछ घंटों से कम हो सकती है और इसलिए इनमें 24 घंटे

चेक इन और चेकआउट का समय होता है। इस प्रकार के होटल सामान्यतः बंदरगाहों, राजमार्गों और हवाई अड्डों के नजदीक होते हैं और वे परिवहन के एक विशेष रूप से संबंधित होते हैं।

- ii) आवासीय होटल / सर्विस अपार्टमेंट - इन होटलों को अपार्टमेंट होटल भी कहा जाता है, जहां पर एक लंबी अवधि के आधार पर कमरा बेचा जाता है, आमतौर पर हफ्तों या महीनों या यहां तक कि किसी एक ही ग्राहक के लिए लंबी अवधि के लिए। इन्हें अपार्टमेंट और व्यक्तिगत कमरे अथवा किराए पर लेने के लिए यूनिटों के साथ डिज़ाइन भवनों में बनाए जाते हैं और वह निवासी की ही निगरानी में। इनमें एक आंतरिक लॉबी प्रवेश द्वार का कार्य करती जिससे होकर सभी किरायेदारों को अपने अपार्टमेंट, कमरे या यूनिटों तक जाना होता है।
- iii) अर्ध - रेजिडेंट होटल: अर्ध-निवासी होटल सामान्यतः ऐसे लोगों द्वारा संरचित होते हैं जो किसी स्थान पर रहते हुए किसी दूसरी जगह स्थानांतरित होते हैं। इनमें रहने की अवधि हफ्तों से लेकर कुछ महीनों तक हो सकती है। इनमें ट्रांजिट और आवासीय दोनों प्रकार के होटल सम्मिलित होते हैं।
- iv) अधिक दिन तक ठहरने वाले होटल: अधिक दिन तक ठहरने वाले होटल, सुविधाओं सहित ठहरने के प्रकार हैं जो घर जैसी अधिक सुविधाएं प्रदान करने के लिए होते हैं। इन होटलों में सामान्य तौर पर खुद ही कपड़े धोने की सुविधा होती है और इन होटलों द्वारा 5 या 7 दिनों तक अधिक ठहरने के लिए छूट प्रदान की जाती है। अधिक दिनों तक ठहरने वाले होटल व्यवसाय यात्रियों के लिए विस्तारित असाइनमेंट, परिवारों और दूसरे लोगों को रिलोकेशन के बीच अस्थायी आवास की आवश्यकता को पूरा करते हैं।

5. सुविधाओं और सेवा प्रदान करने के आधार पर वर्गीकरण

- i) बुटीक होटल - बुटीक होटल की अवधारणा की शुरुआत उत्तरी अमेरिका में हुई जो आमतौर पर शानदार होटल परिवेशों का वर्णन करता है। बुटीक होटल थीम्ड, स्टाइलिश और / अथवा आकांक्षात्मक तरीके से सुसज्जित होते हैं और वे आवास एवं सेवाएँ असाधारण और व्यक्तिगत स्तर पर प्रदान करते हैं। सामान्यतः वे किसी मुख्यधारा के होटल से छोटे होते हैं और उनमें 3 से 100 अतिथि कमरे होते हैं। इन होटलों के लक्षित बाजार समझदार यात्री होते हैं, जो गोपनीयता, लक्जरी और सेवा वितरण के बारे में कॉर्पोरेट यात्रियों को अधिक महत्व देते हैं।
- ii) स्टार श्रेणी के होटल - पर्यटन मंत्रालय द्वारा होटलों का वर्गीकरण एक समिति द्वारा किया जाता है, जिसके अंतर्गत HRACC (होटल और रेस्तरां अनुमोदन और वर्गीकरण समिति) के नाम से जाना जाता है, जो आमतौर पर प्रत्येक तीन वर्ष में होटलों का निरीक्षण करती है। समिति द्वारा एसी कमरों की संख्या, फर्श क्षेत्र, सुगम्यता, पर्यावरण के अनुकूल प्रथाओं, अग्निशमन सुविधा, बार लाइसेंस और होटल द्वारा मुहैया की जाने वाली अन्य सुविधाओं और सेवाओं की संख्या की समीक्षा की जाती है और होटल को एक स्टार श्रेणी सौंपी जाती है कि श्रेणियां 1 स्टार से 5 स्टार तक होती हैं।
- iii) हेरिटेज होटल (विरासत होटल) - हेरिटेज होटल छोटे किलों, महलों अथवा हवेलियों, शाही और अभिजात परिवारों की हवेलियाँ होती हैं जो पर्यटक को अपनी संपत्ति उपलब्ध करते हैं। ये होटल इतिहास की झलक पेश करते हैं और लोक कलाकारों द्वारा मनोरंजन करते हैं एवं पारंपरिक भोजन उपलब्ध करके अपने क्षेत्र की झलक देने के लिए अपना सर्वश्रेष्ठ प्रयास करते हैं

और इन कमरों को मुहैया करते हैं जिनका अपना-अपना इतिहास होता है। भारत में हेरिटेज होटलों को हेरिटेज, ग्रैंड एंड क्लासिक के रूप में वर्गीकृत किया गया है।

- iv) कैसीनो होटल - कैसीनो होटल द्वारा जुआ खेलने की सुविधा प्रदान की जाती है। ये होटल कैसिनो को बढ़ावा देकर मनोरंजन, आवास और भोजन की व्यवस्था करके ग्राहकों को प्रथम श्रेणी की सुविधा प्रदान कर आकर्षित करते हैं।
- v) सम्मेलन केंद्र - कोई सम्मेलन केंद्र एक होटल ही होता है जो किसी सम्मेलन प्रतिनिधिमंडल की आवश्यकताओं को पूरा करता है। ये होटल सम्मेलनों के प्रतिनिधियों को कमरे मुहैया करते हैं, बैठक के लिए वांछित एक कॉन्फ्रेंस हॉल, सम्मेलन के दौरान और बाद में भोजन और पेय आवश्यकताओं को पूरा करते हैं और साथ ही प्रतिनिधियों को अन्य आवश्यक उपकरणों को मुहैया करते हैं।
- vi) ग्रीन होटल - ग्रीन होटल पर्यावरण के अनुकूल वाले होते हैं, जो ऊर्जा, पानी की बचत को बढ़ावा देते हैं, और टोस अपशिष्ट को कम करते हैं। किसी ग्रीन होटल की मूल परिभाषा पर्यावरणीय रूप से जिम्मेदार आवास है जो हरा-भरा रहने की प्रथाओं का पालन करता है।
- vii) कैप्सूल होटल - कैप्सूल होटल जापान में लोकप्रिय हैं और जापानी भाषा में "कैपसेरू हॉटेरू" कहा जाता है और सामान्यतः "केवल पुरुष प्रतिष्ठान" होते हैं। इस लॉजिंग में छोटे, बॉक्स जैसे सोने के लिए डिब्बे बने होते हैं (सामान्यतः 6x3x3 फीट के) जो अक्सर रेलवे स्टेशनों के पास पाए जाते हैं और जो मेहमानों हेतु कमरे के सस्ते विकल्प मुहैया करते हैं। प्रत्येक डिब्बा सामान्य तौर पर एक घड़ी अलार्म, पंखा, रेडियो / टीवी और पर्दे से सुसज्जित होता है, साथ ही एक बिस्तर, चप्पलें, रात में पहनने का कपड़ा (नाइट रॉब) और एक तौलिया शामिल होता है।

6. स्वामित्व और प्रबंधन के आधार पर वर्गीकरण:

- i) व्यक्तिगत / स्वतंत्र स्वामित्व - इन होटलों को किसी विशिष्ट होटल की संपत्ति के विशेष स्वामित्व और नियंत्रण का अधिकार होता है और किसी अन्य संपत्ति के माध्यम से कोई संबद्धता या अनुबंध नहीं होता है। सामान्यतः स्वायत्त होते हैं और नीति, प्रक्रियाओं और वित्तीय दायित्व के बारे में किसी भी दूसरे होटल के साथ उनका कोई संबंध नहीं होता है।
- ii) शृंखला / समूह - किसी शृंखला को होटल के एक समूह के रूप में परिभाषित किया जाता है जो किसी एकल व्यवसाय व्यवस्था के अंतर्गत स्वामित्व या प्रबंधित होता है और जिसका अपना मुख्यालय, विपणन समझौते, बिक्री समझौते तथा आंतरिक संचालन प्रक्रियाएं होती हैं। किसी शृंखला में एक प्रबंधन समझौते के अंतर्गत अनेक ब्रांड हो सकते हैं। यह उन्हें आरक्षण प्रणाली, प्रबंधन सहायता, वित्तीय ताकत, विशेषज्ञता, मैन पावर, विशिष्टता, माल और प्रचारक सहायता मुहैया करने वाले एक बड़े केंद्रीय संगठन के फायदे प्रदान करता है।
- iii) प्रबंधन अनुबंध - प्रबंधन अनुबंध संपत्ति के मालिक और किसी होटल ऑपरेटर (प्रबंधन ठेकेदार) के बीच एक अनुबंध होता है जिसके द्वारा मालिक होटल के संचालन और प्रबंधन हेतु पूर्ण जिम्मेदारियों को संभालने के उद्देश्य से एक एजेंट के रूप में ऑपरेटर को नियुक्त करता है। ऑपरेटर प्रतिष्ठित नाम वाला कोई होटल शृंखला हो सकता है और संपत्ति की ब्रांडिंग सहित एक

निश्चित सेवा गुणवत्ता मानक प्रदान करने और कायम रखने की देख-रेख कर सकता है। अनुबंध में उसके नवीकरण और समाप्ति संबंधी धाराएँ होती हैं।

- iv) फ्रेंचाइज - फ्रेंचाइजी किसी कंपनी द्वारा किसी दूसरी कंपनी अथवा व्यक्ति को दिया गया प्राधिकार होता है जो अपने अनूठे उत्पाद / सेवाओं को बाजार में बेचने और विपणन के लिए, कंपनी के ट्रेडमार्क, सद्भावना, ब्रांड छवि और नाम का उपयोग करता है वह भी एक निर्दिष्ट समय के लिए पूर्व द्वारा निर्धारित किए गए दिशा निर्देशों / नियमों के अनुरूप और एक निश्चित शुल्क सहित एक निर्दिष्ट स्थान पर। होटल श्रृंखलाएं अक्सर फ्रेंचाइजी के अंतर्गत ही संचालित की जाती हैं।
- v) टाइम शेयर - ये किसी लंबे पट्टे पर स्वामित्व और किराए पर दी गई संपत्ति होती हैं और इन्हें 'अवकाश स्वामित्व' के नाम से जाना जाता है। यह संपत्ति के स्वामित्व से जुड़ा हुआ है, जिस पर कई उपयोगकर्ता का अधिकार होता है; और संपत्ति की कीमत उस सप्ताह पर निर्भर करती है जिसमें खरीदने का इरादा है। ये अग्रिम खरीद की अवधारणा पर आधारित होटल होते हैं - जिनसे प्रत्येक वर्ष निर्धारित दिनों और निर्धारित वर्षों के लिए अतिथि को ठहरने और आनंद उठाने का अधिकार मिलता है। सामान्यतः शेयर धारकों को अपार्टमेंट के रखरखाव हेतु वार्षिक योगदान का भुगतान करना पड़ता है और वे प्रबंधन के माध्यम से यूनिट को किराए पर भी दे सकते हैं, परन्तु संपत्ति के स्वामित्व संबंधी किसी भी अधिकार का दावा नहीं कर सकते।
- vi) सह-स्वामित्व: सह-स्वामित्व यूनिटों को कोडो के नाम से भी जाना जाता है जो एकल मालिकों द्वारा खरीदी जाती हैं और एकल स्वामित्व में होती हैं; जो कॉम्प्लेक्स के सामान्य लगत जैसे कि इंश्योरेंस और रख-रखाव आदि को शेयर करते हैं। सह-स्वामित्व वाले होटलों में मालिक प्रबंधन कंपनी को सूचित करता है कि वे कब यूनिट पर कब्जा करेंगे और प्रबंधन कंपनी शेष वर्ष के लिए यूनिट किराए पर लेने के लिए स्वतंत्र होती है; और मालिक को राजस्व का एक बड़ा हिस्सा (प्रबंधन कंपनी) भुगतान करती है।

15.3.3.2 आवास के प्रकार - असंगठित क्षेत्र / वैकल्पिक आवास

असंगठित क्षेत्र वह होता है जहां पर आने वाले पर्यटकों की संख्या और उनके प्रवास की अवधि का रिकॉर्ड सदैव सही नहीं होता है। इसके अतिरिक्त, भारत में इन सभी आवास प्रदाताओं हेतु कोई नियामक संस्था अथवा संघ नहीं माना जाता है। ये आवास निम्न प्रकार के होते हैं:

- i) सराय / धर्मशाला - ये लॉजिंग संपत्तियाँ ज्यादातर लोकप्रिय तीर्थ स्थानों पर पाई जाती हैं, जो सामान्यतः कल्याण ट्रस्ट, सामाजिक संगठन अथवा यहां तक कि राज्य द्वारा निर्मित की जाती हैं और नाम मात्र के शुल्क पर बुनियादी सुरक्षा और सोने एवं आराम करने की सुविधा मुहैया करती हैं।
- ii) डाक बंगला / सर्किट हाउस / निरीक्षण बंगला / फर्स्ट लॉज - ये ब्रिटिश राज की विरासत के अनुरूप देश भर में औपनिवेशिक अधिकारी के लिए दूरदराज और दर्शनीय स्थानों पर रेस्ट हाउस के रूप में निर्मित किए गए थे और अब ये विभिन्न राज्य सरकारों के स्वामित्व में हैं। इनका लाभ मूलभूत सुविधाओं के साथ कम शुल्क का भुगतान करके स्थानीय जिला प्रशासन के माध्यम से उठाया जा सकता है।

- iii) लॉज / बोर्डिंग हाउस - लॉज मामूली होटल होते हैं जो शहर के केंद्र से दूर स्थित होते हैं अथवा किसी दूरस्थ गंतव्य स्थल पर स्थित होते हैं और ये आत्मनिर्भर प्रतिष्ठान होते हैं जो स्वच्छ और आरामदायक कमरे, भोजन तथा और पेय सेवा जैसी मानक सुविधाएं मुहैया करते हैं। बोर्डिंग हाउस वे प्रतिष्ठान होते हैं जो सामान्यतः एक निश्चित अवधि में, जैसे कि सप्ताहांत में ठहरने के लिए आवास और भोजन उपलब्ध करते हैं।
- iv) यूथ हॉस्टल - शिक्षा, रोमांच, और मनोरंजन जैसे विभिन्न कारणों से युवा यात्रा करते हैं और इन हॉस्टलों की स्थापना उन युवाओं की जरूरतों को पूरा हेतु की गई थी जो होटल के अधिक किराए का भुगतान नहीं कर सकते। सामान्यतः यूथ हॉस्टल में कम लागत वाले कमरे अथवा साझा स्नानागार और कैफेटेरिया सुविधाएं उपलब्ध होती हैं।
- v) यात्री निवास - यात्री निवास विभिन्न शहरों में घरेलू पर्यटकों को कम लागत, स्वयं सेवा आवास मुहैया करता है और वह भी ग्राहक को आराम देने हेतु और उसके सामर्थ्य पर जोर देते हुए ये संपत्तियाँ (ये यात्री निवास) ऐतिहासिक, सांस्कृतिक और प्राकृतिक स्थलों पर स्थित होते हैं।
- vi) रेलवे / एयरपोर्ट रिटायरिंग रूम (रेलवे / एयरपोर्ट विश्राम कक्ष) - रिटायरिंग रूम पारगमन यात्रियों की सुविधा हेतु बने होते हैं और प्रमुख रेलवे स्टेशन और घरेलू तथा अंतरराष्ट्रीय हवाई अड्डों पर स्थित होते हैं। यात्रियों के लिए रिटायरिंग रूम की बुकिंग पुष्ट दरों पर और करंट टिकट और कन्फर्म टिकट के माध्यम से स्टेशन उपलब्ध होते हैं तथा स्टेशन अधीक्षक या हवाई अड्डे के प्रबंधक द्वारा की जा सकती है।
- vii) होम स्टे आवास: विभिन्न स्थलों पर होम स्टे आवास भिन्न-भिन्न घरों द्वारा प्रदान किया जाता है। सामान्य रूप से अतिथि आवास के बदले भुगतान करता है, जबकि एफ एंड बी सेवाओं के नियम विभिन्न मेजबानों के भिन्न-भिन्न हो सकते हैं। मेहमान पारंपरिक होटलों की जगह होम स्टे पसंद करते हैं क्योंकि वे गंतव्य स्थल की संस्कृति का अनुभव करना चाहते हैं।
- viii) कैम्पिंग ग्राउंड्स / टूरिस्ट कैम्प: कैम्पिंग सबसे लोकप्रिय मनोरंजक गतिविधियों में से एक है, जिसमें टेंट में प्रकृति के नजदीक रहते हैं, जबकि कारवांनिंग में मनोरंजक वाहन या कारवां शामिल होते हैं। सामान्यतः कैम्पिंग ग्राउंड खुले स्थानों में शहरों के अन्दर होते हैं और पानी, बिजली, और शौचालय सहित पार्किंग स्थान मुहैया करते हैं, जहां कोई टेंट लगा सकता है अथवा अपने कारवां को पार्क कर सकता है। कैम्पिंग ग्राउंड में सेवाओं और लागत की गुणवत्ता के बारे में कुछ नियम होते हैं और सामान्यतः इन्हें नगरपालिकाओं द्वारा निर्धारित और बनाया जाता है।

11.3.4 आवास की भावी प्रवृत्ति

आवास की भावी प्रवृत्ति पर प्रौद्योगिकी और कृत्रिम बुद्धिमत्ता (एआई) का प्रभुत्व होगा। अत्याधुनिक स्मार्ट रूम अतिथि अनुभव के अगले स्तरों में से एक होंगे, जहां कोई कमरा मेहमानों को जानता होगा और उनकी प्राथमिकताओं के बारे में वह परवाह करेगा। वे अतिथि ही वरीयता और पसंद के अनुसार कमरे के तापमान और यहां तक कि टेलीविजन को भी नियंत्रित कर सकते हैं। अपने घरों में ध्वनि सक्रिय उपकरणों का इस्तेमाल करने वाले ज्यादा लोगों के साथ, कमरे को और अधिक "स्मार्ट" बनाने के उद्देश्य से इन उपकरणों का इस्तेमाल करना स्वाभाविक है। किसी होटल के कमरे में रोशनी, तापमान और अन्य सुविधाओं का पता लगाना कठिन हो सकता है और स्मार्ट कमरे उस समस्या को कम कर सकते हैं। होटल द्वारा प्रदान किए गए स्मार्ट फोन या टैबलेट मेहमान एयर कंडीशनिंग, प्रकाश, प्रत्येक

कमरे की खिड़कियों, गेस्ट सर्विस आदेश, कर्मचारियों के साथ बातचीत, कमरे में भोजन का आदेश, होटल के बारे में सभी जानकारी फ्लाइट शेड्यूल आदि संबंधित अलर्ट को अधिसूचित कर सकता है।

सूचना प्रौद्योगिकी सेवा मानकों एवं संचालन में सुधार करेगी। होटल की वेबसाइट में कैलेंडर उपलब्ध होगा जो स्पष्ट रूप से यह दर्शाएगा कि कौन से कमरे कब उपलब्ध होंगे और साथ ही साथ एक अप सेल पैनल, क्रॉस-सेल पैनल और मल्टी रूम बुकिंग कार्यक्षमता सहित आसान और लोकप्रिय भुगतान पर उपलब्ध होगा। होटल भी सरल और आंखों को सुकून पहुँचाने वाले मोबाइल ऐप के द्वारा इस प्रकार की सेवाएं प्रदान करेंगे।

आतिथ्य उद्योग के अनेक व्यवसायों ने पहले से ही हाउसकीपिंग और उन दूसरे कार्यों में सहायता करने के लिए कुछ अनुकूल रोबोटों को लागू करना शुरू कर दिया है, जिनके लिए प्रत्यक्ष बातचीत की आवश्यकता नहीं होती है। गैर-रोबोटिक दृष्टिकोण से, मेहमानों को बिना किसी गलती के अतिथि अनुभव प्रदान करने हेतु एआई का पहले से ही बड़े पैमाने पर इस्तेमाल किया जा रहा है। किसी भी व्यक्ति-से-व्यक्ति के आदान-प्रदान की गुणवत्ता में सुधार करके एआई अंततः ग्राहक के अनुभव में सहायता करेगा।

अपनी प्रगति की जाँच करें - 1

1) आवास और पर्यटन के बीच क्या संबंध होता है?

.....
.....

2) वैकल्पिक आवास से क्या तात्पर्य है?

.....
.....
.....

3) आवास क्षेत्र के भावी रुझानों के बारे में एक संक्षिप्त नोट लिखें।

.....
.....
.....

15.4 सुख-सुविधाएं

सुख-सुविधाएं वे सेवाएं होती हैं जो पर्यटकों की आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए उस समय प्रदान की जाती हैं, जब वे अपने घर से दूर, पर्यटन गतिविधि में होते हैं। अधिकांश सुख-सुविधाएं स्थानीय, राज्य और राष्ट्रीय एजेंसियों के बीच आपसी सहयोग से प्रदान की जाने वाली सरकारी सेवाएं होती हैं।

हालांकि स्थानीय निवासियों की आवश्यकताओं और पर्यटकों को प्रदान की जाने वाली सेवाओं के बीच संतुलन बनाए रखने हेतु निजी क्षेत्र की भूमिका समान रूप से महत्वपूर्ण होती है।

सुख-सुविधाएं पर्यटन के सृजन के लिए आकर्षण, आवास और सुगम्यता के साथ सम्मिलित की जाने वाली लाभकारी सेवाएं होती हैं। सुख-सुविधाओं बगैर कोई गंतव्य केवल एक स्थान होगा, आवास कोई स्थानीय होटल होगा, कोई परिवहन स्थानीय परिवहन होगा, आदि। सुख-सुविधाएं भवन या निर्माण नहीं होती हैं अपितु वे एक संपत्ति अथवा इमारत के अंदर अतिरिक्त सुविधाएँ / आरामदायक चीजें / लाभ होती हैं जो लोगों को सुविधा और आराम प्रदान करने के लिए बनाए गए होते हैं। दूसरे शब्दों में, वे ऐसी चीजें / सेवाएँ होती हैं जो लोगों को आराम, सुविधा अथवा आनंद मुहैया करती हैं। इसलिए किसी इमारत में जितनी अधिक सुविधाएं होती हैं, उतनी ही संभावना होती है कि यह संभावित किरायेदारों और मेहमानों को आकर्षित करने में वह इमारत प्रतिस्पर्धा में बढ़त हासिल करेगी।

किसी होटल में सुख-सुविधाओं में उच्च रसोई गुणवत्ता सेवा, वॉलेट सेवा, गुणवत्ता वाले उत्पाद, लिफ्ट, एयर कंडीशनिंग, उपयोग के लिए टीवी और कंप्यूटर, बालकोनी, कपड़े धोने की सुविधा, स्विमिंग पूल, खेल के मैदान, आदि जैसी चीजें शामिल हो सकती हैं। दुकानें, आगंतुक सूचना केंद्र, होटल और रेस्तरां, स्वीकृत गाइड, पर्यटक पुलिस, सड़क, पेयजल, शौचालय ब्लॉक, डस्ट बिन, स्थानीय वाहन, भोजन और पेय पदार्थ जैसी सुविधाएं पर्यटकों को आराम से गंतव्य स्थल तक जाने के लिए महत्वपूर्ण होती हैं। इसके अतिरिक्त, लोग उन सुख-सुविधाओं और सेवाओं की तलाश करते हैं जो उनके जन्म स्थान पर नहीं मिलती हैं इसलिए यदि कोई गंतव्य स्थल दिलचस्प शॉपिंग सुविधाओं, उत्कृष्ट भोजन, लक्जरी उत्पाद आदि जैसी बेहतर सुख-सुविधाएं प्रदान करता है, तो यह सब उस गंतव्य स्थल के लिए एक अतिरिक्त महत्व का हो जाता है।

गंतव्य सुविधाओं / सेवाओं का गंतव्य लाइफ साइकिल (जीवन चक्र) के दौरान पर्यटकों द्वारा उपभोग किया जाता है जैसे यात्रा जानकारी, मनोरंजन, परिवहन, खानपान, आवास, भाषा अनुवाद, सुरक्षा, बैंकिंग, टूर गाइडिंग, प्राधिकरण इत्यादि। इन्हें व्यापक रूप से निम्नानुसार वर्गीकृत किया जा सकता है:

- 1. गंतव्य अवसंरचना के तत्व:** इनका विकास यात्री को ध्यान में रखकर किए जाते हैं क्योंकि ये किसी भी यात्री केंद्र हेतु जरूरी होते हैं और किसी भी यात्री गंतव्य के सफल होने के लिए इसे जरूरी सहायता या सहायक सेवा माना जाता है। ये अवसंरचनात्मक तत्व किसी भी गंतव्य शटल के लिए बहुत बुनियादी होते हैं और इन सेवाओं के बिना गंतव्य स्थल या किसी पर्यटक का निवास आरामदायक नहीं हो सकता है और इसमें निम्न शामिल हो सकते हैं - सड़क, पानी, बिजली की आपूर्ति, संचार सुविधाएं, सीवेज और जल निपटान, सुरक्षा और संरक्षा, चिकित्सा सेवाएं और स्वच्छता। ये समर्थन सेवाएँ पर्यटकों को गंतव्य स्थल पर रहने का आनंद लेने में सहायता करती हैं क्योंकि ये पर्यटन के बुनियादी ढांचे का निर्माण करते हैं।
- 2. गंतव्य स्थल पर जोड़े गए तत्व -** ये मौजूदा आकर्षण में अतिरिक्त जोड़े गए तत्व होते हैं और इसमें निर्मित वातावरण शामिल है जो पर्यटकों के लिए संतुष्टि स्तर को सुविधाजनक बनाता है। इन सुविधाओं अथवा सेवाओं के उदाहरण निम्नानुसार हैं -

- मार्गदर्शक / अनुरक्षण सेवाएं:
- वीजा, टिकट आदि हेतु ट्रेवल एजेंसी।
- कार और बस पार्किंग क्षेत्र,

- आसपास के क्षेत्रों के भ्रमण हेतु सड़क और परिवहन नेटवर्क।
- स्टेशन, यात्री टर्मिनल और संबंधित सुख-सुविधाएं
- शौचालय और आपातकालीन फोन, साइनेज, पार्किंग आदि सुविधाओं से सुसज्जित प्रमुख राजमार्ग, टोल राजमार्ग।
- विभिन्न भोजन मेनू के साथ खाद्य सेवा प्रतिष्ठानों अथवा रेस्तरां, कॉफी शॉप, कैफे और बार की पर्याप्त संख्या।
- सम्मेलन स्थल
- पर्यटन स्थल की सफलता अथवा असफलता के रूप में गुणवत्तापूर्ण पर्यटन प्रदान करने हेतु सुरक्षा और संरक्षा आगंतुकों के लिए एक सुरक्षित और संरक्षित वातावरण मुहैया करने में सक्षम होने पर निर्भर करता है।
- बिजली, पानी, संचार प्रणाली

15.5 गतिविधियाँ

गतिविधियाँ वह होती हैं जो पर्यटक गंतव्य स्थल पर मनोरंजन के लिए करते हैं। उदाहरणस्वरूप, नौका विहार, स्कूबा डाइविंग, कैनोइंग, ऊंट की सवारी और किसी जगह का दौरा। गतिविधियाँ पर्यटन उद्योग के 'पाँचवें (5वें) ए' घटक का निर्माण करती हैं। अलग-अलग रुचियों वाले अनेक पर्यटक विभिन्न स्थलों की गतिविधियों में शामिल होते हैं, जो उनके ठहरने की अवधि को भी परिभाषित करते हैं। उदाहरणस्वरूप, पहाड़ी की सैरगाह में प्रकृति की सैर, ट्रेकिंग, लंबी पैदल यात्रा, फलों को तोड़ना, बर्ड वॉचिंग और दूसरी मनोरंजक गतिविधियाँ पर्यटकों के मनोरंजन के लिए उपलब्ध होती हैं और इसके फलस्वरूप गंतव्य स्थल पर रुकने की अवधि बढ़ सकती है। गतिविधियाँ शारीरिक हो सकती हैं, उदाहरणस्वरूप, हाइकिंग और ट्रेकिंग अथवा पैसिव, जैसे कि सन बास्किंग। कई बार गतिविधियाँ प्रमुख आकर्षण का कारक बन जाती हैं जो अपने आप में आकर्षण का महत्व बढ़ा देती हैं। इन गतिविधियों को निम्नानुसार वर्गीकृत किया जा सकता है-

1. **प्रकृति आधारित गतिविधियाँ** - इनमें नेचर वाँक, ट्रेकिंग, लंबी पैदल यात्रा, वाइल्डलाइफ़ नाइट-स्पांटिंग, बर्ड वॉचिंग, साइक्लिंग, एम्फ़िवियंस / कीडे / सरीसृप स्पांटिंग, जैव विविधता हॉटस्पाट की यात्रा, दर्शनीय स्थल, सूर्योदय को देखना और अन्य प्राकृतिक गतिविधियाँ शामिल होती हैं।
2. **ऐतिहासिक और वास्तुशिल्प** - इनमें ऐतिहासिक स्थलों की यात्रा, कहानी कहने के सत्र, पौराणिक कथाओं और गंतव्य के लोककथाओं, पारंपरिक कपड़ों को पहनना, ऑडियो-वीडियो जानकारी तथा स्थलों से संबंधित ऐतिहासिक एवं वास्तुशिल्प जैसी अन्य गतिविधियाँ शामिल होती हैं।
3. **सांस्कृतिक गतिविधियाँ** - उन गतिविधियों में प्रतिभागिता करना जो गंतव्य स्थल की संस्कृति का प्रतिनिधित्व करती हैं जैसे पारंपरिक संगीत और नृत्य प्रदर्शन, संग्रहालय, नाटक, कहानी सत्र, लाइट एंड साउंड शो, मेले और त्यौहार, फूड फेस्टिवल आदि।
4. **खेल गतिविधियाँ** - खेल गतिविधियाँ एवं साहसिक खेल गतिविधियाँ लोकप्रिय हैं और किसी गंतव्य स्थल की प्रसिद्धी में अहम भूमिका निभाती हैं। खेल एवं साहसिक गतिविधियों जैसे कि पैराग्लाइडिंग, स्नोकेलिंग, विंड-सर्फिंग और सर्फ-बोर्डिंग, लगभग किसी भी समुद्र तटीय गंतव्य स्थल पर देखे जा सकते हैं। कुछ गंतव्य स्थल और भी अधिक विदेशी गतिविधियों वाले होते हैं, जैसे

कि अंडरसीट वॉक, यहां तक कि मिनी-पनडुब्बी, कयाकिंग, हॉट एयर बैलूनिंग, स्काइडाइविंग, माउंटेन क्लाइम्बिंग, स्कीइंग, फिशिंग और ये सब बातें गंतव्य स्थान पर निर्भर करती हैं।

5. **समुद्र तटीय पर्यटन गतिविधियाँ** - समुद्र पर्यटन गतिविधियों में जल तथा भूमि संसाधन का उपयोग करना जैसे तैराकी, सर्फिंग, नौकायन, नौका विहार, स्नोर्केलिंग, विंड सर्फिंग, वाटर स्कूटरिंग, पैरासेलिंग, मोटरबोट सवारी, स्कूबा डाइविंग आदि शामिल होता है।
6. **मनोरंजन** - मनोरंजन गतिविधियाँ जो कोई गंतव्य स्थल पर मुहैया करते हैं वे किसी भी गंतव्य स्थल के आकर्षण को बढ़ाते हैं। इन मनोरंजन गतिविधियों में कैसिनो, शॉपिंग फेस्टिवल, मनोरंजन पार्क, मनोरंजन और शॉपिंग कॉम्प्लेक्स, सिनेमा, क्लब इत्यादि जैसी गतिविधियाँ शामिल होती हैं।

15.6 पर्यटन के अन्य आकर्षण (A's)

पर्यटन के उपर्युक्त 5 ए (आकर्षण) के साथ अन्य पहलू भी होते हैं जो पर्यटन उद्योग हेतु महत्वपूर्ण माने जाते हैं। पर्यटन उद्योग की आधुनिक आवश्यकता और पहलुओं को समझने के उद्देश्य से शिक्षाविद पर्यटन उद्योग में अधिक आकर्षणों को (A) जोड़ रहे हैं। पर्यटन के ये नए आकर्षण (A) निम्नानुसार हैं:

1. उपलब्ध पैकेज -

उपलब्ध पैकेज किसी गंतव्य स्थल पर जाने के लिए पर्यटकों हेतु उपलब्ध विकल्प टूर पैकेज का उल्लेख करते हैं। उदाहरणस्वरूप कोई पर्यटक सप्ताहांत के लिए एक विशेष समुद्री तटीय रिसॉर्ट का दौरा करना चाहता है परंतु यदि वह रिसॉर्ट केवल एक सप्ताह के लिए ही पैकेज बेचता है तो पर्यटक सप्ताहांत की यात्रा के लिए कोई अन्य रिसॉर्ट चुनने के लिए मजबूर हो जाएगा। यह किसी भी गंतव्य स्थल अथवा यहां तक कि कूज यात्रा के पैकेज यात्रा के लिए सही हो सकता है। यहां पर उपलब्ध पैकेज टूर पैकेज को रेखांकित करता है, जिसमें किसी भी यात्रा के साधन का उपयोग करके गंतव्य पर जाना, गंतव्य की सीमा में यात्रा करना, आवास, भोजन और पेय पदार्थ, दर्शनीय स्थलों का भ्रमण, गाइड एवं अनुरक्षण सेवाएं, वीजा एवं विदेशी मुद्रा यदि आवश्यक हो, आदि बातें अन्य बातों सहित शामिल हैं। उपलब्ध पैकेजों की जरूरत इसलिए होती है ताकि यदि किसी व्यक्ति की 3 दिनों की छुट्टी या अवकाश हो तो पर्यटक तीन दिनों में सबसे अधिक सुविधा देने वाले पैकेज का चयन करेगा। इस तरह संभावित पर्यटक उस लोकप्रिय गंतव्य स्थल के टूर पैकेजों की अनदेखी करेगा, जिसके लिए अधिक समय की आवश्यकता होती है; और इसके विपरीत उस गंतव्य स्थल पर जाएगा जहाँ कम समय लगे। उपलब्ध पैकेज किसी भी गंतव्य स्थल को लोकप्रिय बना भी सकते हैं अथवा नहीं भी।

2. सहायक सेवाएं -

सहायक सेवाएं किसी भी गंतव्य स्थल पर पर्यटकों को प्रदान की गई अन्य जोड़ी गई सुविधाओं को संदर्भित करती हैं। हालाँकि सुख-सुविधाएं और सुविधाएं सामान्य होती हैं और समय-समय पर इनका पर्यटन और आतिथ्य में इस्तेमाल किया जाता है ताकि इस बात को दर्शाया जा सके कि लोगों को प्रदान किए जाने वाले लाभ/सुविधा समान नहीं होते हैं। सुख-सुविधाओं और सुविधाओं के बीच यह अंतर है कि सुख-सुविधाएं मुख्य रूप से मेहमानों के आनंद और आराम के लिए प्रदान की गई चीजों को संदर्भित करती हैं, जबकि सुविधाएं किसी विशेष उद्देश्य हेतु

बनाई गई चीजें और स्थान होते हैं, इस प्रकार वे मेहमानों को उनकी आवश्यकताओं संबंधी सुविधा प्रदान करती है। इसलिए सहायक सेवाएं पर्यटकों की विशेष जरूरतें होती हैं, जिसका वे आनंद ले भी सकते हैं अथवा नहीं भी।

उदाहरणस्वरूप, अस्पतालों का निर्माण चिकित्सा सहायता संबंधी विशेष कार्य के निष्पादन के लिए किया जाता है, और इस प्रकार इसका उद्देश्य बिना आनंद के लोगों को सुविधा प्रदान करना है। सहायक सेवाएं कई प्रकार की हो सकती हैं जैसे कि स्वास्थ्य सेवा प्रदान करना, स्थान की सुरक्षा की निगरानी करना, तकनीकी प्रगति विकसित करने के साथ-साथ लोगों को आराम प्रदान करने तक हो सकती हैं।

पर्यटन तथा होटल उद्योग में कुछ सहायक सेवाओं में यात्रा बीमा, चिकित्सा सुविधाएं, दूरसंचार सुविधाएं, शैक्षिक सुविधाएं, अनुसंधान सुविधाएं, स्वास्थ्य क्लब, स्पा, सामुदायिक सेवा केंद्र, बैक्रेट हॉल, चाइल्डकेयर केंद्र (शिशु देखभाल केंद्र), व्यवसाय सेवा केंद्र, मूवी थिएटर, पार्किंग एरिया आदि शामिल होते हैं।

अपनी प्रगति की जाँच करें - 2

1) गतिविधियों और रहने की अवधि के बीच क्या संबंध होता है?

.....
.....
.....

2) सुख-सुविधाओं से क्या तात्पर्य है?

.....
.....
.....

3) पर्यटन के नए आकर्षण (A) के बारे में एक संक्षिप्त नोट लिखें।

.....
.....
.....

15.7 सारांश

पर्यटन के क्षेत्र में उत्पाद अनेक समन्वित प्रयासों का योग होता है। आवास जैसे पर्यटक घटक पर्यटकों के अनुभव का एक मूल तत्व होते हैं। इस अनुभव को गंतव्य स्थल पर सुख-सुविधाओं और गतिविधियों के

साथ जोड़ा जा सकता है क्योंकि इनके बिना आकर्षण का कोई अर्थ नहीं होगा। पर्यटन के सभी घटकों में आवास एक महत्वपूर्ण अंश करता है, क्योंकि इससे कमरे में रहने की रातों में वृद्धि हो सकती है जो गंतव्य स्थल के आर्थिक विकास को बढ़ावा देगा। आधुनिक समय में आवास कमरे की गणना, भोजन और पेय पदार्थों की सेवाओं और अन्य अनुकूलित सेवाओं के वादे के साथ की जाती है। जहाँ गतिविधियाँ गंतव्य स्थल को एक पहचान देती हैं वहीं गतिविधियाँ और उपलब्ध पैकेज पर्यटकों द्वारा गंतव्य स्थल की पसंद को प्रभावित कर सकते हैं। दूसरी ओर सुख-सुविधाओं और सहायक सेवाओं से यह सुनिश्चित होता है कि पर्यटकों को सुविधा के साथ-साथ आरामदायक, सुखद यात्रा का अनुभव प्राप्त हो सके। पर्यटकों की यात्रा के तत्वों में कई बातें शामिल होती हैं जैसे कि वह क्या करता है / करती है और वह किन सेवाओं के कारण गंतव्य तक जाता है और वहाँ रहता है। पर्यटन के नए पहलुओं का तात्पर्य यह है कि पर्यटन नए कारकों से प्रभावित हो रहा है और नए करक लगातार पर्यटन अनुसंधान को प्रभावित करते हैं और नए आकर्षण (A) को पर्यटन के घटकों के रूप में जोड़ा जा रहा है।

15.8 आपकी प्रगति को जाँचने के सूत्र

अपनी प्रगति की जाँच करें - 1

1. उत्तर देने के लिए अनुभाग 15.3 को देखें।
2. अनुभाग 15.3.3.2 का अवलोकन करें और अपना उत्तर दें।
3. अनुभाग 15.4 को देखें और अपना उत्तर दें।

अपनी प्रगति की जाँच करें - 2

1. उत्तर देने के लिए अनुभाग 15.5 को देखें।
2. उत्तर देने के लिए अनुभाग 15.4 को देखें।
3. उत्तर देने के लिए अनुभाग 15.6 को देखें।

15.9 आगे के अध्ययन हेतु सुझाई गई किताबें

एक्सपेडिया, इंक रिपोर्ट्स .2014— एक्सपेडिया, इंक) .एनएसडीएक्यू :एक्सपी (

एट अप्रोचेस टू द स्टडी ऑफ टूरिज़्म (वर्मा दीप्ति)

कामरा .के .के .एवं चाँद एम., बेसिक्स ऑफ टूरिज़्म :थ्योरी, ऑपरेशन एंड प्रैक्टिस कनीशिका . पब्लिशर्स.

शार्पले, आर., द मैनेजमेंट ऑफ टूरिज़्म, सेज पब्लिकेशन्स .

जे .स्टीवन एवं ब्रॉट, पी., टूरिज़्म :ए माडर्न सिंथेसिस, थॉम्सन लंदन

मिशेल, एम .एवं कोर्टमैन, इंटीग्रेशन टू ट्रेवल एंड टूरिज़्म :एन इंटरनेशनल अप्रोच

गोल्दनेरे एवं रितचीस बी टूरिज़्म प्रिन्सिपल्स, प्रेक्टिसेस एंड फिलॉसफीस

स्वेन, एस.के . एंड मिश्रा, जे .एमटूरि .ज़्म प्रिन्सिपल्स : एंड प्रेक्टिसेस ऑक्सफोर्ड हायर एजुकेशन

सिन्हा, पी.सी., टूरिज़्म मैनेजमेंट, अनमोल पब्लिकेशन्स, नई दिल्ली .

भाटिया, ए.के., टूरिज़्म डेवेलपमेंट प्रिन्सिपल्स : एंड प्रेक्टिस, एस्टर स्टर्लिंग पब्लिशर्स

जयपालन एन., एन इंट्रोडक्शन टू टूरिज़्म, अटलांटिक पब्लिशर्स.



ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

यूनिट 16 पर्यटन गाइड एवं सहचर (एस्कॉर्ट्स)

संरचना

- 16.0 उद्देश्य
- 16.1 प्रस्तावना
- 16.2 पर्यटन गाइड और सहचर की परिभाषा
 - 16.2.1 पर्यटक गाइड कौन होते हैं?
 - 16.2.2 पर्यटन सहचर (पर्यटन एस्कॉर्ट्स) कौन होते हैं?
 - 16.2.3 गाइड और पर्यटन सहचर के बीच अंतर
 - 16.2.4 पर्यटक गाइड और सहचर का महत्व
- 16.3 गाइड के प्रकार
 - 16.3.1 लाइसेंसिंग प्राधिकरण के आधार पर वर्गीकरण
 - 16.3.2 रोजगार अनुबंध के आधार पर वर्गीकरण
 - 16.3.3 समय की प्रतिबद्धता के आधार पर वर्गीकरण
 - 16.3.4 गाइडिंग स्थल (विशेषज्ञता) के आधार पर वर्गीकरण
- 16.4 पर्यटक गाइड की भूमिका और जिम्मेदारियां
 - 16.4.1 गाइडिंग की नैतिकता
 - 16.4.2 पर्यटक गाइड की भूमिका
 - 16.4.3 पर्यटक गाइड की जिम्मेदारियां
 - 16.4.5 प्रभावी पर्यटक गाइड की योग्यताएं
 - 16.4.6 अच्छे पर्यटन गाइडिंग अनुभव की तकनीक
- 16.5 पर्यटन सहचर की भूमिका और जिम्मेदारियां
 - 16.6.1 पर्यटन सहचर की जिम्मेदारियां
 - 16.6.2 पर्यटन सहचर की योग्यताएं
 - 16.6.3 पर्यटन की एस्कॉर्टिंग

16.6 सारांश

16.7 आपकी प्रगति को जाँचने के सूत्र

16.0 उद्देश्य

इस यूनिट के अध्ययन के उपरांत आप निम्न के बारे में सक्षम हो पाएंगे:

- गाइड और सहचर की पहचान करने में,
- गाइड और पर्यटन सहचर के बीच अंतर जानने में,
- विभिन्न प्रकार के गाइडों का वर्गीकरण करने में,
- गाइड और पर्यटन सहचर की जिम्मेदारियों की व्याख्या करने में;
- सफल गाइड बनने के कौशल और तकनीकों के बारे में चर्चा करने में; एवं
- पर्यटन एस्कॉर्टिंग की समस्याओं का वर्णन करने में।

16.1 प्रस्तावना

पिछले यूनिटों में हमने पर्यटन की वृद्धि और विकास के बारे में चर्चा की है, आधुनिक अर्थव्यवस्थाओं के लिए पर्यटन के महत्व को स्थापित किया है और साथ ही पर्यटन के विभिन्न घटकों के बारे में भी चर्चा की है। पर्यटन एस्कॉर्टिंग और गाइडिंग पर्यटन उद्योग का एक हिस्सा है जिसका पर्यटक अनुभव करते हैं। एरिक फ्राइडहेम (1992) उल्लेख करते हैं कि "गाइडिंग, परामर्श और यात्री को प्रश्रय देना विश्व के सबसे प्रारंभिक व्यवसायों में से एक है"। वर्तमान समय में पर्यटन एस्कॉर्टिंग और गाइडिंग एक आकर्षक व्यवसाय है और साथ ही अपने आप में एक जटिल कार्य भी है। कई बार पर्यटन गाइड और पर्यटन सहचर का इस्तेमाल एक-दूसरे के पूरक के रूप में किया जाता है परंतु यह अलग-अलग अवधारणा होती है। इस यूनिट में पर्यटन गाइड और पर्यटन सहचर को परिभाषित किया गया है और साथ ही दोनों के बीच के अंतर को समझाया गया है। इस यूनिट में पर्यटन सहचर और गाइड की भूमिका तथा जिम्मेदारियों के बारे में, यात्रा आयोजन की प्रक्रिया / प्रबंधन, पर्यटन गाइडिंग के विभिन्न पहलुओं और साथ ही साथ इस व्यवसाय में सफल होने के लिए आवश्यक कौशल और गुणों की चर्चा की गई है।

16.2 पर्यटन गाइड और सहचर की परिभाषा

हम में से अधिकांश लोग पर्यटन गाइड को गाइड के रूप में देखते हैं और पर्यटन सहचर तथा पर्यटन गाइड के कार्य के बीच के सूक्ष्म अंतर को लेकर भ्रमित रहते हैं। दोनों के कार्यों के बीच सूक्ष्म अंतर के कारण कई बार पर्यटन सहचर के कार्य को पर्यटन गाइड का कार्य मान लिया जाता है।

16.2.1 पर्यटक गाइड कौन होते हैं?

पर्यटन गाइड वह व्यक्ति होता है जिसे किसी गंतव्य स्थल अथवा केंद्र के बारे में पूरी जानकारी होती है क्योंकि वह उक्त गंतव्य स्थल और उसके आकर्षणों के बारे में जानता है। किसी पर्यटन स्थल की संस्कृति, खान-पान, वनस्पति एवं जीव-जंतुओं, परंपराओं, त्योहारों आदि के बारे में पर्यटन गाइड के पास अंतर्दृष्टि होनी चाहिए और साथ ही अतिथियों के लिए उनकी यात्रा को यादगार बनाने के लिए उसके द्वारा अपने व्यक्तिगत थीम / शैली को जोड़ सकता है। अतिथि कोई भी व्यक्ति अथवा समूह हो सकता है तथा पर्यटक गाइड के पास निम्न गुण होने चाहियें-

- जो दर्शनीय स्थलों की यात्रा, खरीदारी इत्यादि के बारे में अतिथियों का नेतृत्व करे और जिसे किसी स्मारक के खुलने और बंद होने के बारे में जानकारी हो,
- जिसे चयनित स्थानों का रास्ता मालूम हो और वहाँ तक पहुँचने के साधनों की जानकारी हो,
- जो केवल अतिथियों को ही नहीं अपितु मेजबान समुदाय और पर्यटन स्थल को सुरक्षा प्रदान करे,
- जो पर्यटकों को मनोरंजक तरीके से गंतव्य स्थल और केन्द्रों के बारे में जानकारी दे जैसे कि कहानियों और दंत कथाओं द्वारा; एवं
- जो अतिथि / आगंतुक के साथ-साथ स्थानीय लोगों के साथ संवाद करने के लिए कम से कम द्विभाषिक दक्षता वाला हो ।

वर्ल्ड फेडरेशन ऑफ टूरिस्ट गाइड एसोसिएशन (डब्ल्यूएफटीजीए) के अनुसार, "पर्यटन गाइड एक ऐसा व्यक्ति होता है जो आगंतुकों को उनकी पसंदीदा भाषा में जानकारी देता है और किसी क्षेत्र की सांस्कृतिक और प्राकृतिक विरासत के बारे में उन्हें बताता है जिसकी जानकारी किसी व्यक्ति को सामान्य तौर पर नहीं होती है - और गाइड बनने के लिए यह जरूरी है कि व्यक्ति के पास उपयुक्त प्राधिकरण द्वारा विशिष्ट योग्यता और / मान्यता हो" (यूरोपियन कमेटी फॉर स्टैंडर्डराइजेशन का एन 13809 (सीईएन) जिसे डनलबेन, स्कॉटलैंड कन्वेंशन 2003 द्वारा डब्ल्यूएफटीजीएटी में अपनाया गया)। इस प्रकार के विनिर्देशों को आमतौर पर उपयुक्त प्राधिकरण द्वारा जारी किया जाता है और / अथवा मान्यता प्रदान की जाती है।

इस बारे में भी भ्रम होता है कि यह हमारा गाइड है अथवा पर्यटन गाइड है या सिर्फ गाइड ही है। उदाहरणस्वरूप, भारत में आमतौर पर हम उन्हें गाइड अथवा पर्यटन गाइड कहते हैं। उन्हें पर्यटन गाइड कहना उपयुक्त होगा क्योंकि गाइड कोई नेता अथवा प्रेरक भी हो सकता है जो किसी को राय बनाने या निर्णय लेने में सहायता कर सकता है और पर्यटन गाइड शब्द का उपयोग केवल तभी सही होता है जब गाइड पूरे पर्यटन पैकेज के दौरान पर्यटन ग्रुप के साथ होता है। दूसरी ओर कोई पर्यटक गाइड सीमित समय हेतु पर्यटकों के साथ होता है और वह कई बार किसी विशेष स्थल या गंतव्य स्थल तक ही सीमित होता है।

16.2.2 पर्यटन सहचर (पर्यटन एस्कॉर्ट्स) कौन होते हैं?

पर्यटन सहचर कई बार किसी पर्यटन लीडर को भी कहा जाता है जो एक पेशेवर होता है और जो ग्राहकों से मिलने एवं अभिवादन करने में माहिर होता है तथा उन्हें गंतव्य स्थल तक

ले जाता है, अतिथियों की सहायता करता है, समूह के समय को विनियमित और प्रबंधित करता है, प्रतिभागियों की उपस्थिति और भागीदारी को सुनिश्चित करता है, सुविधाओं और सेवाओं को सत्यापित और पुष्टि करता है, यात्रा कार्यक्रम उपलब्ध कराता है और यात्रा के बारे में अतिथियों को समझता है, समूह की सद्भावना कायम रखता है, किसी भी भ्रमण का प्रबंधन करता है, संग्रहालयों या परिवहन के साधनों के लिए टिकट खरीदता है, रेस्तरां और आवास सुविधाओं हेतु आरक्षण करता है; और आम तौर पर यात्रा के दौरान सामने आने वाली किसी समस्या को हल करता है। चूंकि पर्यटन सहचर / पर्यटन लीडर कोई गाइड नहीं होता है इसलिए वह विशिष्ट स्पष्टीकरण और जानकारी प्रदान नहीं करता है परंतु किसी भी तरह की सामान्य जानकारी प्रदान कर सकता है।

पर्यटन सहचर वह व्यक्ति होता है जो आगंतुकों को किसी सार्वजनिक स्थान जैसे कि संग्रहालय अथवा किसी आर्ट गैलरी या दर्शनीय स्थलों की यात्रा कराता है और मनोरंजक पर्यटन पर लेकर जाता है। पर्यटन सहचर सामान्यतः आगंतुकों के साथ कहीं आने-जाने के लिए जिम्मेदार होते हैं।

वर्ल्ड फेडरेशन ऑफ टूरिस्ट गाइड एसोशिएशन (WFTGA) के अनुसार "वह व्यक्ति जो टूर ऑपरेटर की ओर से यात्रा कार्यक्रम सुनिश्चित करता है, और जिसके द्वारा अतिथियों को स्थानीय व्यावहारिक जानकारी दी जाती है और जिसके द्वारा यात्री / उपभोक्ता को ये सब सुविधाएं बेची जाती हैं उसे टूर ऑपरेटर साहित्य में टूर मैनेजर / टूर निदेशक / पर्यटन सहचर के रूप में वर्णित किया गया है और इसी नाम से जाना जाता है"।

16.2.3 गाइड और पर्यटन सहचर के बीच अंतर

पर्यटन गाइड और पर्यटन सहचर दो अवधारणायें हैं जिन्हें आम तौर पर एक ही रूप में इस्तेमाल किया जाता है। हालांकि इन दोनों के कार्य में सूक्ष्म अंतर होता है और साथ ही साथ उचित प्राधिकरण द्वारा दोनों को मान्यता प्रदान की जाती है।

जब हम सहचर शब्द का इस्तेमाल करते हैं तो इसका तात्पर्य यह है कि सहचर आपके पीछे चल रहे होते हैं अथवा आपकी निगरानी / सुरक्षा कर रहे होते हैं। इसके विपरीत जब हम गाइड शब्द का प्रयोग करते हैं तो इसका तात्पर्य यह है कि आप उनका अनुसरण कर रहे होते हैं और वे आपका नेतृत्व कर रहे होते हैं। मेंसिनी (2003) का यह कथन है कि "पर्यटन गाइड वे होते हैं जो लोगों को सीमित अवधि के लिए स्थानीय भ्रमण पर ले जाते हैं। इसके विपरीत पर्यटन सहचर वह व्यक्ति होता है जो किसी समूह के एक से अधिक दिवसीय यात्रा कार्यक्रमों का प्रबंधन करता है"।

पर्यटन गाइड वह योग्य व्यक्ति होता है जिसे किसी विशेष क्षेत्र में विशेषज्ञता हासिल होती है जैसे कि कला, इतिहास, प्राकृतिक आकर्षण इत्यादि और जो कला, संग्रहालय, स्मारकों, प्राकृतिक आकर्षण और अन्य दर्शनीय स्थलों तक लोगों के साथ जाता है तथा यात्रियों को ऐतिहासिक, सांस्कृतिक और संबंधित जानकारी देता है। इसके विपरीत पर्यटन सहचर वह योग्य व्यक्ति होता है जो यात्रियों के साथ देश में और देश के बाहर विभिन्न स्थानों की यात्रा करता है और

साथ ही नियोजित यात्राओं के नियमित संचालन को सुनिश्चित करने में सहायता करता है तथा वह भी यात्रा की संपूर्ण अवधि में आवश्यक सहायता सेवाएं प्रदान करने के साथ-साथ महत्वपूर्ण जानकारी भी देता है।

उपरोक्त के आधार पर पर्यटन गाइड और एस्कॉर्ट्स के बीच प्रमुख अंतर की गणना निम्नानुसार की जा सकती है: -

- पर्यटक गाइड एक लाइसेंसधारी पेशेवर होता है; जबकि पर्यटन सहचर एक लाइसेंसधारी पेशेवर हो भी सकता है और नहीं भी। भारत में पर्यटन गाइड हेतु लाइसेंसिंग प्राधिकरण पर्यटन मंत्रालय है जो क्षेत्रीय गाइड लाइसेंस जारी करता है।
- पर्यटन सहचर वह व्यक्ति होता है जो पर्यटन की पूरी अवधि के दौरान पर्यटक / पर्यटन समूह के साथ गंतव्य स्थल तक जाता है जबकि कोई गाइड पर्यटक / पर्यटन समूह के साथ उनकी संपूर्ण यात्रा में उनके साथ जा भी सकता है और नहीं भी तथा वह भी उसकी अपनी विशेषज्ञता के आधार पर।
- यदि जरूरत हो तो कोई पर्यटन गाइड पर्यटन सहचर भी बन सकता है, परंतु लाइसेंस के बिना पर्यटन सहचर कभी भी गाइड नहीं बन सकता।

16.2.4 पर्यटक गाइड और सहचर का महत्व

पर्यटन सहचर और पर्यटन गाइडिंग पर्यटन महत्व की श्रृंखला के बहुत महत्वपूर्ण घटक होते हैं जो पर्यटकों की बार-बार की यात्रा को सुनिश्चित करने में महत्वपूर्ण भूमिका अदा करते हैं। पर्यटन सहचर एवं पर्यटन गाइड किसी गंतव्य स्थल / क्षेत्र / देश के राजदूतों के रूप में कार्य करते हैं क्योंकि वे पर्यटकों से मिलने और उनका स्वागत करने वाले पहले व्यक्ति होते हैं तथा जब पर्यटक दर्शनीय गंतव्य स्थल / देश को छोड़कर अपने देश/ घर जाते हैं तो अक्सर उन्हें अंतिम विदाई देने वाले व्यक्ति पर्यटन सहचर एवं पर्यटन गाइड ही होते हैं। पर्यटक अपनी यात्रा के दौरान पर्यटन सहचर एवं पर्यटन गाइड के संग नियमित संपर्क में होते हैं तथा पर्यटन सहचर एवं पर्यटन गाइड के साथ अपनी बातचीत के आधार पर किसी गंतव्य स्थल के बारे में एक धारणा को लेकर अपने घर वापस जाते हैं। पर्यटन सहचर एवं पर्यटन गाइड से हुई बातचीत और उनके द्वारा प्रदान की गई सेवाओं के आधार पर अतिथि (पर्यटक) संतुष्ट अथवा असंतुष्ट ग्राहक के रूप में अपने घर लौटते हैं।

यात्रा के दौरान अधिकांश लोग इतिहास, भूगोल, वास्तुकला एवं संस्कृति के संदर्भ में किसी गंतव्य स्थल के बारे में अधिक जानकारी प्राप्त करने के लिए गाइड की सेवाएँ लेते हैं। अतः यह महत्वपूर्ण है कि गाइड द्वारा प्रदान की गई जानकारी प्रामाणिक हो और उससे अतिथि को किसी प्रकार की असुविधा न हो। इस बात का ध्यान रखा जाना चाहिए कि पर्यटक किसी गंतव्य स्थल की सकारात्मक और सटीक छवि के साथ अपने घर को लौटें।

16.3 गाइड के प्रकार

"पर्यटन गाइड" की एक सामान्य परिभाषा होती है जिसके बारे में उपरोक्त चर्चा की गई है। पर्यटक गाइड प्रमाणित और लाइसेंसधारी होते हैं तथा किसी स्थान के भ्रमण में अतिथियों / आगंतुकों की उत्कृष्ट एवं अनूठे तरीके से सहायता करते हैं। चार अलग-अलग मानदंडों के आधार पर पर्यटन गाइड को वर्गीकृत किया जा सकता है। उपलब्ध पर्यटक गाइड के बारे में आइए अध्ययन करते हैं:

16.3.1 लाइसेंसिंग प्राधिकरण के आधार पर वर्गीकरण

जैसा कि आप इस बात को जानते हैं कि पर्यटन गाइड एवं पर्यटन सहचर के बीच मुख्य अंतर यह होता है कि पर्यटन गाइड लाइसेंसधारी पेशेवर होते हैं जबकि पर्यटन सहचर लाइसेंसधारी हो भी सकते हैं और नहीं भी। भारत में पर्यटन गाइड के लिए हमें तीन लाइसेंसिंग प्राधिकरण देखने को मिलते हैं और लाइसेंसिंग प्राधिकरण के आधार पर हम गाइड को वर्गीकृत कर सकते हैं जो इस प्रकार हैं:

1. साइट / स्थानीय / सिटी गाइड - इन गाइडों को स्थानीय निकायों द्वारा चयनित एवं प्रशिक्षित किया जाता है और स्थानीय गाइड के रूप में कार्य करने हेतु लाइसेंस प्रदान किया जाता है। उदाहरणस्वरूप भारतीय पुरातत्व सर्वेक्षण (एएसआई) ने एक नई गाइड नीति को शुरू किया है जिसे पूरे देश में उसके स्मारक स्थलों पर लागू किया जाएगा। इस नई नीति के अनुसार भारतीय पुरातत्व सर्वेक्षण (एएसआई) लोगों को उनकी योग्यता के आधार पर चुनेगा और उन्हें गाइड का लाइसेंस प्रदान करेगा तथा उन सभी गाइडों को भारतीय पुरातत्व सर्वेक्षण (एएसआई) द्वारा चलाए जा रहे छह सप्ताह के प्रशिक्षण कार्यक्रम में भाग लेना होगा। ये सभी लाइसेंसधारी गाइड केवल भारतीय पुरातत्व सर्वेक्षण (एएसआई) के स्मारक स्थलों पर गाइड का कार्य कर सकेंगे।
2. राज्य-स्तरीय गाइड - भारत के सभी राज्यों के राज्य पर्यटन विकास निगम द्वारा पर्यटक गाइडों का चयन किया जाता है और उन्हें तदुपरान्त प्रशिक्षित किया जाता है तथा लाइसेंस प्रदान किया जाता है ताकि वे उक्त राज्य की सीमा के भीतर ही पर्यटक गाइड के रूप में कार्य कर सकें। उदाहरणस्वरूप उड़ीसा पर्यटन विकास निगम केवल उड़ीसा में ही कार्य करने हेतु किसी व्यक्ति को पर्यटन गाइड का लाइसेंस प्रदान करेगा।
3. क्षेत्र-स्तरीय गाइड - भारत सरकार के पर्यटन मंत्रालय द्वारा क्षेत्र-स्तरीय पर्यटन गाइडों का चयन किया जाता है जो किसी राज्य की सीमा से बाहर भी कार्य कर सकते हैं। पर्यटन मंत्रालय के अनुसार क्षेत्र-स्तरीय गाइडों के पाँच अधिकार क्षेत्र अथवा संचालन क्षेत्र निम्नानुसार होंगे:
 - (i) उत्तरी क्षेत्र: दिल्ली, हरियाणा, हिमाचल प्रदेश, जम्मू और कश्मीर, पंजाब, राजस्थान, उत्तराखंड, उत्तर प्रदेश राज्य तथा चंडीगढ़ केंद्र शासित प्रदेश।

- (ii) दक्षिणी क्षेत्र: तमिलनाडु, आंध्र प्रदेश, कर्नाटक, केरल राज्य और पांडिचेरी एवं लक्षद्वीप केंद्र शासित प्रदेश।
- (iii) पश्चिमी और मध्य क्षेत्र: महाराष्ट्र, मध्य प्रदेश, छत्तीसगढ़, गुजरात, गोवा राज्य और दादरा-नगर हवेली तथा दमन एवं दीव केंद्र शासित प्रदेश।
- (iv) पूर्वी क्षेत्र: पश्चिम बंगाल, बिहार, झारखंड, उड़ीसा राज्य, अंडमान एवं निकोबार द्वीप समूह केंद्र शासित प्रदेश।
- (v) पूर्वोत्तर क्षेत्र: अरुणाचल प्रदेश, असम, मेघालय, मणिपुर, मिजोरम, नागालैंड, सिक्किम और त्रिपुरा राज्य।

उपरोक्त प्रत्येक क्षेत्र के अधिकार क्षेत्र में राज्य / केंद्र शासित प्रदेश शामिल हैं जोकि भारत सरकार के पर्यटन मंत्रालय के संबंधित क्षेत्रीय कार्यालय के अंतर्गत आते हैं। (स्रोत: पर्यटन मंत्रालय, भारत सरकार)

16.3.2 रोजगार अनुबंध के आधार पर वर्गीकरण

रोजगार अनुबंध के आधार पर पर्यटन गाइड्स को वर्गीकृत किया जा सकता है अथवा जिस प्रकार से वे गाइडिंग रोजगार को अपनाते हैं उसके आधार पर वर्गीकृत किया जा सकता है। वे निम्न प्रकार के हो सकते हैं:

1. स्वतंत्र गाइड (फ्रीलांस गाइड) - ये गाइड किसी विशेष टूर एंड ट्रैवल कंपनी अथवा होटल या किसी अन्य संगठन के संलग्न नहीं होते हैं। वे स्वतंत्र होते हैं और किसी भी टूर कंपनी के साथ कार्य कर सकते हैं अथवा पर्यटन स्थल पर पर्यटक को अपनी सेवाएं मुहैया कर सकते हैं। ये कुछ कंपनियों के साथ अनुबंध के अंतर्गत भी हो सकते हैं और अपनी इच्छानुसार असाइनमेंट का चयन कर सकते हैं।
2. स्टाफ / पर्यटन कंपनी गाइड - ये पर्यटन गाइड किसी पर्यटन कंपनी के पेरोल पर होते हैं और पर्यटक गाइडों को वेतन प्रदान किया जाता है।
3. स्वयंसेवी गाइड - स्वयंसेवी गाइड को व्याख्याता (docent) के नाम से भी जाना जाता है। ये वे गाइड होते हैं जो किसी पर्यटन स्थल पर निःशुल्क कार्य करते हैं या स्वयं सेवा करते हैं। विशेष रूप से व्याख्याता (docent) किसी संग्रहालय में कार्य करते हैं। इनके उदाहरण राष्ट्रीय संग्रहालय, नई दिल्ली के स्वयंसेवी गाइड हैं।

16.3.3 समय की प्रतिबद्धता के आधार पर वर्गीकरण

पर्यटक गाइड को उस समय के आधार पर वर्गीकृत किया जा सकता है जिसे वे व्यवसाय को समर्पित करते हैं।

1. फुल टाइम गाइड - वे पर्यटन गाइड जो सालों भर कार्य करते हैं उन्हें फुल टाइम पर्यटन गाइड कहा जाता है।

2. मौसमी गाइड - अंतर्गामी पर्यटकों का मौसम अक्टूबर से मार्च तक होता है। कुछ पर्यटन गाइड ऐसे होते हैं जो अंतर्गामी मौसम के दौरान विदेशी अंतर्गामी पर्यटकों के लिए पर्यटन गाइड के रूप में कार्य करते हैं न कि साल बाकि महीनों में ।

16.3.4 गाइडिंग स्थल (विशेषज्ञता) के आधार पर वर्गीकरण

1. विरासत / सांस्कृतिक गाइड - सांस्कृतिक अथवा विरासत गाइड की सेवा किसी को भुगतान के आधार पर या स्वैच्छिक आधार पर नियोजित की जाती है जो गाइडिंग और व्याख्या सिद्धांतों का इस्तेमाल करते हुए ऐतिहासिक, सांस्कृतिक और विरासत महत्व के किसी क्षेत्र या स्थल के आसपास भुगतान करने वाले या गैर भुगतान करने वाले पर्यटकों का संचालन करते हैं ।
2. प्रकृति गाइड (नेचर गाइड) - प्रकृति पर्यटन गाइड पर्यटन समूहों को प्राकृतिक आकर्षण, राष्ट्रीय उद्यानों और अन्य बाह्य स्थलों पर लेकर जाते हैं, जहां वन्य जीवन और दर्शनीय स्थान पर्यटन का कारण (फोकस) होते हैं। ये गाइड प्राकृतिक विज्ञान के विशेषज्ञ होते हैं और आगंतुकों को जीव विज्ञान, भूविज्ञान और स्थान के इतिहास के बारे में जानकारी देने की ये भी क्षमता रखते हैं।
3. इको-टूरिज्म गाइड - वे गाइड जो पर्यावरण के महत्व का प्रचार प्रसार और व्याख्या करते हैं, न्यूनतम प्रभाव के तौर तरीकों को बढ़ावा देते हैं, प्राकृतिक और सांस्कृतिक पर्यावरण की स्थिरता को सुनिश्चित करते हैं तत्वा बड़े पैमाने पर पर्यटकों को पारिस्थितिक या सांस्कृतिक मामलों के बारे में उनके अपने स्वयं के जीवन के बारे में विचार करने के लिए प्रेरित करते हैं उन्हें इको-टूरिज्म गाइड के नाम से जाना जाता है। (स्रोत: इको टूरिज्म में गुणवत्ता आश्वासन और प्रमाणन)
4. संग्रहालय गाइड - संग्रहालय गाइड वह गाइड होता है जो आगंतुकों को संग्रहालय की यात्रा करवाता है और जो आगंतुकों को संग्रहालय के संग्रह की विभिन्न वस्तुओं के बारे में जानकारी प्रदान करता है; और इस बात को सुनिश्चित करने के लिए भी जिम्मेदार होता है कि आगंतुक संग्रहालय के नियमों का उल्लंघन न करें ।
5. ऑन-साइट गाइड - वह गाइड जो केवल किसी विशेष स्थान की यात्रा पर पर्यटकों को ले जाता है और केवल उसी विशेष स्थल पर उपलब्ध होता है जिसे ऑन-साइट गाइड के नाम से जाना जाता है। ऑन-साइट गाइड किसी विशिष्ट भवन या सीमित क्षेत्र के यात्रा का संचालन करते हैं ।
6. सिटी गाइड - कोई पर्यटक मोटर कोच, वैन, टैक्सी अथवा हॉप-ऑन, हॉप-ऑफ बस या पैदल यात्रा करके शहर का दौरा कर सकता है और गाइड जो उन्हें शहर की विशेषताओं के बारे में बताता है और टिप्पणी करता है उसे सिटी गाइड कहा जाता है।
7. विशिष्ट गाइड - विशिष्ट गाइड में विशेष कौशल होते हैं जो किसी पर्यटक की मांगों के लिए अनुरूप अत्यधिक विशिष्ट होते हैं। ये गाइड बाइक पर्यटन, वाइट वाटर राफिंग

यात्राएं, लंबी पैदल यात्रा या ऐसी यात्राएँ करवाते हैं जिनमें अधिक शारीरिक की जरूरत होती है और साथ ही वे असामान्य यात्राएं करवा सकते हैं। विशेषज्ञता के आधार पर कई बार उन्हें एडवेंचर पर्यटन गाइड के नाम से भी जाना जाता है।

8. स्टेप-ऑन गाइड - इस प्रकार के गाइड आमतौर पर संयुक्त राज्य अमेरिका में देखे जाते हैं और सामान्यतः वे स्वतंत्र गाइड होते हैं। वे ऐसे विशेषज्ञ माने जाते हैं जो किसी यात्री समूह से सबसे पहले आगे आकर मिलते हैं और जिस क्षेत्र का दौरा किया जाता है वहां कोच या वैन मुहैया कर सकते हैं तथा सम्बंधित जानकारी देने के लिए आगे आते हैं; और यात्रा का रुख जब किसी अन्य स्थल की ओर हो जाता है तो वे उक्त यात्री समूह को छोड़ देते हैं ।
9. व्यक्तिगत / निजी गाइड: व्यक्तिगत अथवा निजी गाइड भी एक प्रकार के सिटी गाइड होते हैं और कई बार वे ड्राइवर- सह- गाइड भी होते हैं। इन गाइडों के पास अपने खुद के वाहन होते हैं और चूंकि यात्रा का क्षेत्र छोटा होता है इसलिए ड्राइवर - सह- गाइड किफायती होते हैं । उदाहरण स्वरुप - किसी द्वीप की यात्रा ।
10. क्रूज शिप पर्यटन गाइड - वे गाइड जो क्रूज जहाजों हेतु कार्य करते हैं उन्हें क्रूज शिप पर्यटन गाइड अथवा समुद्री छोर यात्रा गाइड के रूप में वर्गीकृत किया जा सकता है। ये गाइड समुद्री छोर के भ्रमण लिए पर्यटक समूह को लेकर जाते हैं और क्रूज शिप ऑपरेटरों के यहाँ स्थायी रूप से कार्यरत होते हैं।

भूमिका और आवश्यकता के आधार पर गाइड के कई दूसरे प्रकार हो सकते हैं। फिर भी उन सभी की भूमिका और जिम्मेदारियां एक समान होती हैं। इसकी चर्चा अगले भाग में की गई है।

अपनी प्रगति की जाँच करें - 1

- 1) गाइड और सहचर के बीच क्या अंतर होता है?
.....
.....
.....
- 2) लाइसेंसिंग प्राधिकरण के आधार पर गाइड के कौन-कौन से प्रकार होते हैं?
.....
.....
.....

3) गाइड के महत्व के बारे में चर्चा करें।

.....
.....
.....

16.4 पर्यटक गाइड की भूमिका और जिम्मेदारियां

पर्यटक गाइड एक लाइसेंसधारी पेशेवर होते हैं जो सामान्यतः पर्यटकों को विभिन्न प्रकार के पर्यटक आकर्षणों जैसे कि पुरातात्विक स्थलों, संग्रहालयों, चर्चों, स्मारकों तक लेकर जाते हैं और पर्यटकों को उनकी रुचि की सभी जानकारी और स्पष्टीकरण प्रदान करते हैं। गाइड की सभी जिम्मेदारियों और भूमिका को स्थापित करना महत्वपूर्ण है, क्योंकि पर्यटन गाइड की भूमिका लोगों की कल्पना की सीमा की तुलना में कहीं अधिक जटिल होती है। आइए गाइड की कार्य नैतिकता के बारे में चर्चा करते हुए इसकी शुरुआत करते हैं।

16.4.1 गाइड की आचारसंहिता

आचारसंहिता, मूल्य, नैतिकता और सिद्धांत कुछ ऐसी अवधारणाएं होती हैं जिनका इस्तेमाल हम अपने जीवन में उनके बार पारस्परिक रूप से करते हैं। मूल्य यह बताता है कि किसी व्यक्ति के जीवन में क्या महत्वपूर्ण है। सिद्धांत वांछनीय व्यवहार संबंधी बाधाओं (नैतिकता, आचारसंहिता, नियम, कानून आदि) के बारे में हमारी पसंद को इंगित करते हैं। आचारसंहिता और नैतिकता यह बताते हैं कि किसी के जीवन में किसी उचित व्यवहार माना जाता है और किसे नहीं। आचारसंहिता बाहरी स्रोत द्वारा किसी व्यक्ति को प्रदान किए गए नियमों की श्रृंखला को रेखांकित करता है, उदाहरण स्वरूप उनका पेशा। दूसरी ओर नैतिकता सही और गलत के बारे में किसी व्यक्ति के सिद्धांतों का उल्लेख करती है।

अतः नीतिपरक व्यवहार कार्यस्थल पर उचित व्यवहार को नियंत्रित करने वाले मूल्यों के समूह को रेखांकित करता है। कार्य आचारसंहिता का तात्पर्य यह है कि कर्मचारी कार्य करने और सही नैतिक व्यवहार के नियमों के अंतर्गत कार्य करने के स्वीकार्य पेशेवर तरीकों के नियमों के भीतर कार्य करेंगे। कार्य आचारसंहिता में निम्नलिखित शामिल होते हैं - अपने नियोक्ता के प्रति सम्मान / जहां आप कार्य करते हैं, प्रतिबद्धता, समय की पाबंदी, परिश्रम, ईमानदारी, निष्ठा और अपने कार्य में गर्व की अनुभूति। व्यावसायिक आचारसंहिता कार्य की आचारसंहिता को आगे बढ़ाती है और इस बात का उल्लेख करती है कि कोई व्यक्ति गलत - सही का भेद समझता है; किसी भी स्थिति में सही कार्य करता है; चीजों को बेहतर बनाने की कोशिश करता है; और दूसरों की संपत्ति का सम्मान करता है।

पेशेवर जीवन में आचारसंहिता बहुत महत्वपूर्ण है और यही किसी असफल गाइड से सफल गाइड को अलग करती है। इस कार्य आचारसंहिता का पालन करना पर्यटन गाइड की

जिम्मेदारी होती है। पर्यटन गाइडिंग में आचारसंहिता मुख्य रूप से रोजगार के तीन क्षेत्रों पर लागू होती है:

- ✓ टूर गाइडिंग की अन्तर्निहित बातें - पर्यटकों को जब भी सूचना प्रदान की जा रही हो तो गाइड में निम्नलिखित गुण होने चाहिए :
 - सूचना के बारे में सत्य और ईमानदार रहें,
 - कभी भी स्वयं ही सूचना तैयार न करें ; तथा
- ✓ यात्रा कार्यक्रम में विज्ञापित और वादा किए गए सभी उत्पादों और सेवाओं को प्रदान करें (जैसे पर्यटकों को किसी गंतव्य के सभी स्थलों पर लेकर जाना) ।
- ✓ गाइडिंग के दौरान और बाद का व्यवहार - किस गाइड को इस प्रकार से व्यवहार करने की जरूरत होती है जो उसकी कार्य आचारसंहिता को दर्शाता हो । गाइड को निम्नलिखित कार्य करना चाहिए -
 - स्थानीय सामाजिक, आर्थिक और पर्यावरणीय मुद्दों के प्रति संवेदनशील रहते हुए पर्यटन गाइड सेवा प्रदान करना जिससे जिम्मेदार पर्यटन के सिद्धांतों को पूरा किया जा सके ।
 - अपने नियोक्ता से पूछे बिना या सुझावों के बिना पर्यटकों को पर्यटन पर जाने के लिए कभी न कहें,
 - पर्यटकों से गैरकानूनी वस्तुओं को न तो खरीदें और न ही बेचें अथवा कोई लाभ प्राप्त करें,
 - सदैव उस टूर कंपनी के प्रति वफादार रहें जिसने आपको पर्यटन हेतु नियुक्त किया है,
 - कर उद्देश्यों हेतु अपनी आय को घोषित करें, और
 - यात्रा कार्यक्रम के अतिरिक्त विशेष सेवाओं के लिए रिश्वत न लें या पर्यटकों से शुल्क न लें ।
- ✓ पर्यटन और गतिविधियों का प्रबंधन - पेशेवर आचारसंहिता जिस प्रकार से यात्रा की योजना बनाई, संगठित और प्रबंधित की जाती है उससे परिलक्षित होती है । गाइड को निम्नलिखित कार्य नहीं करना चाहिए -
 - विशेष छूट के लिए स्थानों / दुकानों पर जाने के लिए यात्रा कार्यक्रम में बदलाव न करें, यदि यह यात्रा की गुणवत्ता और मूल्य को बदलता हो तो ।
 - किसी भी गतिविधि को छोड़ने से बचें और आस्था के कारण किसी स्थल पर न रुकें ।

16.4.2 पर्यटक गाइड की भूमिका

पर्यटन गाइड वह व्यक्ति होता है जिसका अनुगमन पर्यटकों का समूह एक स्थान से दूसरे स्थान पर जाने के लिए करता है। पर्यटन गाइड की प्राथमिक भूमिका निम्नानुसार होनी चाहिए -

1. अधिनायक (लीडर) - गाइड को एक अधिनायक (लीडर) होना चाहिए जो पर्यटकों के समूह को एक जगह से दूसरी जगह स्थानांतरित कर सके और जिसका अनुगमन कोई भी पर्यटक खुशी-खुशी एक जगह से दूसरी जगह पर करे ।

2. शिक्षक - गाइड के लिए क्षेत्र, इलाके और स्थान के बारे में जानकार होना बहुत जरूरी होता है। प्रदान की जाने वाली सूचना को सही तरीके से साझा किया जाना चाहिए और किसी को भी नहीं रोका जाना चाहिए, न तो अतिथि को और न ही मेजबान को इससे रोका जाना चाहिए ।
3. मेजबान - पर्यटकों के लिए गाइड मेजबान होता है और उसके अनुसार ही गाइड को व्यवहार करना चाहिए। गाइड को स्थानीय परंपरा और संस्कृति के बारे में जानकारी साझा करने और एक मेजबान की भांति विनम्रतापूर्वक व्यवहार करना नहीं भूलना चाहिए।
4. दुभाषिया - दुभाषिया की भांति गाइड द्वारा पर्यटकों को स्थानीय परंपराओं और संस्कृति के बारे में बताना चाहिए। उसे मेजबान समुदाय और मेहमान के बीच दुभाषिया भी होना चाहिए क्योंकि भाषा उन दोनों समुदायों के बीच अवरोध हो सकती है।
5. जनसंपर्क प्रतिनिधि - गाइड न केवल किसी टूर कंपनी का अपितु देश या गंतव्य स्थल का किसी पर्यटक समूह के समक्ष सार्वजनिक चेहरा होता है।

16.4.3 पर्यटक गाइड की जिम्मेदारियां

पर्यटकों को व्यवस्थित करना, सूचित करना और उनका मनोरंजन करना गाइड की भूमिका और जिम्मेदारियां हैं।

गाइड मुख्य रूप से स्वतंत्र, स्व-नियोजित, और अक्सर मौसमी होते हैं और कई बार अनौचित्यपूर्ण समय में भी कार्य करते हैं। पर्यटन गाइड की जिम्मेदारियां अनेक होती हैं जबकि आचारसंहिता उनमें से एक है। पर्यटन गाइड की कुछ जिम्मेदारियां निम्नानुसार हैं-

- पर्यटन-गाइड को उन स्थानों के बारे में परिचित होना चाहिए जहां पर लोग आते हैं, क्योंकि यह लोगों के व्यवहार के तरीकों को प्रभावित करता है। जन्मभूमि के आधार पर सांस्कृतिक अंतर और अपेक्षाएं तथा सेवा के स्तर भिन्न हो सकते हैं;
- यात्रा संबंधी विवरण के बारे में समूहों या उनके प्रतिनिधियों के साथ संवाद करें जैसे कि - एकत्रित होने का समय और स्थान, गंतव्य, आवास, परिवहन, आत्रजन मामले (यदि विदेशी यात्रा की जानी हो) और लागत ;
- बस में चढ़ते ही आगंतुकों का अभिवादन करें और यदि आवश्यक हो तो लोगों को उनकी सीट भी बताएं ;
- यात्रा शुरू होते ही समूह को सामग्री वितरित करें, जिसमें ऑडियो हेडसेट और ब्रोशर शामिल होते हैं;
- शहर के रुचिकर स्थानों के बारे में समूह को बताएं और किसी भी प्रश्न का उत्तर दें, जिसके लिए प्रत्येक जांच बिंदु के व्यापक इतिहास को सीखने की जरूरत है;

- यात्रा के दौरान प्रत्येक स्थल / स्थान पर पर्यटकों के सहज प्रवेश के लिए टिकट खरीदें अथवा टिकट की व्यवस्था करें;
- आगंतुकों को उन विशिष्ट स्थानों के बारे में दिशा-निर्देश प्रदान करें जिन्हें वे बाद में देखना चाहते हैं;
- समूह के व्यवहार की निगरानी करें और विशेष रूप से जब समूह में छोटे बच्चे भी शामिल हों और इ बात को सुनिश्चित करें कि सभी नियमों का अनुपालन करें ;
- प्रत्येक समय एक सकारात्मक, मैत्रीपूर्ण व्यवहार को कायम रखें और चुटकुले के साथ साथ एक ही समय में व्यावहारिक टिप्पणी करने का भी प्रयास करें;
- सदैव यात्रा समूह की सुरक्षा और सुविधा को सुनिश्चित करें; तथा
- इस बात को सुनिश्चित करें कि यात्रा समूह के सभी सदस्य शेड्यूल का पालन करें और होटल अथवा मूल स्थान पर सुरक्षित रूप से लौट आएं।

16.4.4 प्रभावी पर्यटक गाइड की योग्यताएं

पूरे विश्व में पर्यटक यात्रा करते हैं और एक गंतव्य स्थल / देश से दूसरे गंतव्य स्थल/ देश के पर्यटन गाइड के कौशल, ज्ञान, व्यवहार और व्यावसायिकता की तुलना करने में सक्षम होते हैं। अतः पर्यटन गाइड को अंतर्राष्ट्रीय पर्यटकों द्वारा सम्मानित किए जाने के लिए हर समय व्यावसायिकता के उच्च मानकों को प्रदर्शित करना पड़ता है। किसी पर्यटन गाइड में अनेक दक्षताएं (कौशल, ज्ञान और व्यवहार करने का तरीका) होती हैं जो उनकी पेशेवर प्रोफाइल का निर्माण करती है जैसे कि -

1. समय की पाबंदी - समय की पाबंदी से यह पता चलता है कि कोई व्यक्ति अपने समय का सम्मान करने के लिए दूसरे व्यक्ति का पर्याप्त सम्मान करता है। पर्यटक, विशेष रूप से अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक समय के बारे में बहुत सावधान रहते हैं और पर्यटन गाइड वह व्यक्ति होता है जिससे पर्यटक हर समय सबसे पहले मिलते हैं ।
2. श्रेष्ठ सम्प्रेषण कौशल - अच्छा मौखिक सम्प्रेषण, अच्छी प्रस्तुति, सार्वजनिक रूप से बोलने की दक्षता सहित विभिन्न भाषाओं में निपुण होने से गाइड के श्रेष्ठ सम्प्रेषण कौशल का निर्माण होता है।
3. सुन्दर व्यक्तित्व - आत्म विश्वास, मैत्रीपूर्ण व्यवहार , सुवक्ता / स्पष्ट व्यक्तित्व किसी गाइड के लिए एकदम सही होगा क्योंकि उसे पर्यटकों और समूह के सदस्यों का ध्यान रखने की जरूरत होती है।
4. विनम्र और सम्मानजनक - यह महत्वपूर्ण है कि गाइड को पर्यटकों और उनकी जन्मभूमि के बीच के सांस्कृतिक अंतर के बारे में पता हो और उसके प्रति सम्मानजनक हो। इसके अतिरिक्त दिव्यांग लोगों को सम्मानपूर्वक और विनम्रता के साथ देख भाल करना चाहिए तथा उनके प्रति सहानुभूति भी होनी चाहिए परंतु उनके प्रति कभी भी तरस या उदासीनता की भावना नहीं होनी चाहिए।

5. उत्साही और मैत्रीपूर्ण - पर्यटन कार्यक्रम के बारे में गाइड को उत्साही होना चाहिए और पर्यटकों से बातचीत करते समय उसे सक्रिय होना चाहिए। यह इस बात को सुनिश्चित करेगा कि पर्यटक यात्रा में भाग लें और एक अच्छा अनुभव लेकर जाएँ ।
6. व्यवहारकुशल और धैर्यवान - गाइड को धैर्यवान और संयम रखने की आवश्यकता होती है क्योंकि कई बार पर्यटक कुछ ऐसे सवाल पूछ सकते हैं जो गाइड के जीवन मूल्यों (वैल्यू सिस्टम) के विरुद्ध हों परंतु अप्रिय परिस्थितियों से निपटने के लिए गाइड को लचीला और तैयार रहना चाहिए।
7. प्रश्नों हेतु तैयार और मुखर - पर्यटकों द्वारा सवाल पूछे जाने हेतु गाइड को खुले दिमाग वाला होना चाहिए। साथ ही समूह को अप्रिय सवालों और स्थितियों से दूर रखने के लिए गाइड को पर्याप्त रूप से मुखर होना चाहिए।
8. ईमानदार और विश्वसनीय - अतिथियों को गाइड के साथ सहज महसूस करने और साझा किए गए ज्ञान को स्वीकार करने के लिए गाइड ईमानदार और विश्वसनीय होना चाहिए।
9. अच्छी याददाश्त वाला - यात्रा को अद्वितीय बनाने के उद्देश्य से पर्यटन गंतव्य स्थल से जुड़ी असामान्य जानकारी एकत्र करने के लिए गाइड पर्याप्त युक्तिसंपन्न होना चाहिए। गंतव्य स्थल के ऐतिहासिक तथ्यों (इतिहास के शौकीन) और साथ उसके सांस्कृतिक पहलुओं को कायम रखना बहुत महत्वपूर्ण होता है।
10. हास्यवृत्ति (सेंस ऑफ ह्यूमर) - सेंस ऑफ ह्यूमर अनेक सेतुओं का निर्माण कर सकती है और अजनबियों के बीच से भी हमें कई दोस्त बना सकती है। अच्छी हास्यवृत्ति वाला बाह्य व्यक्तित्व उन गाइडों के लिए बहुत महत्वपूर्ण है जो अजनबियों से नियमित रूप से अपने रोज़गार के दौरान मिलते हैं।
11. अच्छा स्वास्थ्य - पर्यटन गाइडिंग का तात्पर्य सामान्यतः घंटों खड़े रहने के साथ-साथ प्रति दिन चलना भी होता है। अतः यह महत्वपूर्ण है कि किसी गाइड को रोज़गार की मांगों को पूरा करने के लिए अच्छे स्वास्थ्य और शारीरिक फिटनेस वाला होना चाहिए ।
12. समय प्रबंधन - प्रत्येक अनुभवी गाइड यह जानता है कि उनके पास यात्रा के बारे में अपना निश्चित समय है और उन्हें घड़ी की सुई पर लगातार नजर गड़ाए रखना चाहिए और निरंतर आधार पर अपनी मानसिक योजना को में रद्दोबदल करना चाहिए । यह संबंध और समय, दूरी तथा अतिथि अनुभव के बीच निरंतर बदलाव गाइड का अभिन्न अंग होता है और किसी गाइड की सोच का यह दूसरा स्वभाव होना चाहिए। अक्सर अप्रत्याशित विलंब या अवसर उत्पन्न होते हैं और प्रत्येक गंतव्य अथवा गतिविधि के जोड़ के साथ समय / दूरी / अनुभव मैट्रिक्स में भी बदलाव किया जाना चाहिए।

16.4.5 अच्छे पर्यटन गाइडिंग अनुभव की तकनीक

पर्यटन गाइडिंग एक कौशल है जिसे उचित प्रशिक्षण द्वारा सीखा और अर्जित किया जा सकता है। कुछ तकनीकों का उल्लेख निम्नानुसार किया गया है जो पर्यटकों और गाइड दोनों के लिए एक यादगार अनुभव प्राप्त करने में सहायता करते हैं।

1. आत्म प्रस्तुति (सेल्फ प्रेजेंटेशन) - प्रथम मुलाकात के तरीके से ही किसी समूह पर पहली छाप पड़ती है और वह छाप ज्यादातर अमौखिक सम्प्रेषण की होती है। मुस्कराहट, आत्म विश्वास, प्राधिकार, वेश-भूषा और साफ-सफाई पर्यटकों पर पहली छाप छोड़ती है और बाद में आपसी संबंध को कायम रखने में इन सब बातों की प्रमुख भूमिका होती है। यात्रा समूह के लीडर, सदस्यों और ड्राइवर का अभिवादन पहली धारणा बनाने और संबंध कायम करने के लिए बहुत जरूरी है।
2. गाइडिंग के फिजिकल (शारीरिक) पहलू - गाइड करते समय आँखों से आँखों का मिलना बहुत महत्वपूर्ण होता है। उदाहरण स्वरूप किसी स्मारक के बारे में बताते समय समूह का ध्यान रखें न कि स्मारक का। गाइड की शारीरिक स्थिति (बॉडी पोजिशन) ऐसी होनी चाहिए कि उसे सभी सदस्य सुन सकें और समूह की स्थिति (ग्रुप पोजिशन) गाइड के इर्द-गिर्द होनी चाहिए।
3. प्रस्तुति की विषयवस्तु - इस बात को सुनिश्चित करें कि आपने वह सभी जानकारी एकत्र कर ली है जो समूह के सदस्यों को सरलतापूर्वक समझ में आ सके। इसकी शुरुआत एक कहानी से करें और कहानी व्यक्तिगत भी हो सकती है तथा कहानी को प्रासंगिक बनाने के लिए इसमें ऐतिहासिक और सांस्कृतिक तथ्यों के साथ उपाख्यानों को शामिल करें। जब तक यह आसानी से समझ में न आये तब तक आंकड़ों या अधिक निरर्थक बातों के इस्तेमाल से बचने की कोशिश करें। सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि समय पर इस खत्म करें और लंबा न खींचें।
4. वाणी का उतार-चढ़ाव (वॉयस प्रोग्रेस) - विषयवस्तु को बताते समय आवाज़ की गति और स्वर उतना ही महत्वपूर्ण है जितना कि विषयवस्तु। उच्चारण और आवाज का उतार-चढ़ाव सूचना को सही तरीके से संप्रेषित करने में सहायता करता है।

16.5 पर्यटन सहचर की भूमिका और जिम्मेदारियां

पर्यटन सहचर लोगों के समूहों के साथ / यात्रा समूह के साथ यात्राओं को आयोजित करते हैं और वह भी ज्यादातर पैकेज टूर के साथ। पर्यटन सहचर आमतौर पर टूर कंपनियों के लिए कार्य करते हैं जो उनके ग्राहकों की भांति विविध होते हैं। उदाहरण स्वरूप कुछ लोग कुछ गतिविधियों के विशेषज्ञ होते हैं, जैसे कि - पुरातात्विक खुदाई या पर्वतारोहन। दूसरे लोग छात्र या सेवानिवृत्त, बजट पर्यटन, धार्मिक पर्यटन आदि के विशेषज्ञ होते हैं। सहचर के साथ जाने वाले पर्यटक सहचर द्वारा परिवहन, आवास और दर्शनीय स्थलों को देखने की व्यवस्था और अपनी सुरक्षा तथा सुविधा चाहते हैं। पर्यटन सहचर को पर्यटन लीडर के नाम से भी जाना जाता है, क्योंकि वह आने वाले अतिथियों से मिलने की पहल करता है और यह सुनिश्चित करता है कि यात्रा समूह की जरूरतों और मांगों को पूरा किया जाए। पर्यटन सहचर

टूर कंपनियों के बीच की कड़ी होते हैं और पर्यटन संबंधी पर्यटकों की संपूर्ण संतुष्टि के लिए बहुत महत्वपूर्ण होते हैं।

16.6.1 पर्यटन सहचर की जिम्मेदारियां

1. पर्यटन सहचर की भूमिका और जिम्मेदारियां अनेक होती हैं। परंपरागत रूप से पर्यटन सहचर की भूमिका एक पर्यटन लीडर की होती है और वह पर्यटन कंपनी का सार्वजनिक चेहरा होते हैं। पर्यटन सहचर की जिम्मेदारियों की चर्चा निम्नानुसार की गई है : -
2. अतिथियों का स्वागत - पर्यटन सहचर हवाई अड्डे अथवा रेलवे स्टेशन पर पधारे हुए समूह से मिलते हैं और यह सुनिश्चित करते हैं कि पर्यटकों की सूची उन अतिथियों से मेल खा रही है जो आ चुके हैं। पर्यटक के सामान सहित कोई भी छूटना नहीं चाहिए।
3. आवास व्यवस्था - होटल में अतिथियों के चेक इन और चेक आउट का ध्यान पर्यटन सहचर द्वारा रखा जाना चाहिए। समूहों की चेक इन और चेक आउट एक लंबी प्रक्रिया है और इस प्रक्रिया के दौरान सहचर को समूह सहूलियत को सुनिश्चित करने की आवश्यकता होती है।
4. पर्यटन का लॉजिस्टिक्स - रास्ते में उन्हें कई आपूर्तिकर्ताओं का सामना करना पड़ता है और सहचर यह सुनिश्चित करने के जिम्मेदार होते हैं कि सभी आपूर्तिकर्ता पर्यटन ऑपरेटरों और आपूर्तिकर्ताओं के बीच हुए समझौतों के अनुसार अपने दायित्वों को पूरा करें। वादा की गई सभी सेवाएं आपूर्तिकर्ताओं द्वारा प्रदान की जानी चाहिए जैसे कि होटल, गाइड, परिवहन आदि।
5. यात्रा कार्यक्रम - सहचर को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि यात्रा कार्यक्रम का पालन किया जाए और यात्रा विवरणिका में उल्लिखित सुविधाओं को व्यवस्थित और वितरित किया जाए। बिना किसी आपात स्थिति इसमें कोई बदलाव न किया जाए।
6. सुरक्षा और संरक्षा - यात्रा के दौरान पर्यटकों की सुरक्षा सहचर के साथ जुड़ी हुई होती है क्योंकि वह पर्यटक के विपरीत क्षेत्र को सही प्रकार से जानता है। सुरक्षा सुनिश्चित करने का एक तरीका यह है कि प्रत्येक अतिथि को महत्वपूर्ण फोन नंबर और पता लिखित रूप में दिया जाए और साथ ही उन्हें एक बिल्ला भी दिया जाए ताकि कोई खो न जाए। पर्यटक के सामान की सुरक्षा भी सहचर की जिम्मेदारी होती है।
7. कस्बे में पर्यटकों द्वारा खरीदारी के समय सहायता करना - पर्यटक स्मृति चिन्ह खरीदने और गंतव्य स्थल पर खरीदारी करने का आनंद उठाते हैं और इसके लिए सहचर द्वारा सहायता प्रदान की जानी चाहिए ताकि पर्यटकों की फिजूलखर्ची को कम किया जा सके और बेईमान दुकानदारों द्वारा पर्यटकों को बेवकूफ न बनाया जाए।

8. सुगम्यता और पहुंच योग्य - पर्यटन सहचर का कार्य पर्यटकों को यात्रा के दौरान आराम से रखना होता है ताकि उन्हें एक शानदार अनुभव प्रदान किया जा सके। सहचर समूह के सभी सदस्यों के आध्यात्मिक और भौतिक भलाई के लिए भी जिम्मेदार होते हैं ताकि यह सुनिश्चित हो सके कि आपके पास उनके लिए अच्छा समय है।
9. चिकित्सा सहायता - सहचर हेतु यह महत्वपूर्ण है कि वह पर्यटन समूह के सदस्यों की किसी भी प्रकार की चिकित्सा स्थिति से अवगत हो ताकि वह किसी भी चिकित्सा आपात स्थिति के लिए तैयार रहे। सहचर के पास प्रत्येक गंतव्य स्थल पर यात्रा समूह के दौरान डॉक्टरों का नाम और फोन नंबर होना चाहिए ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि अतिथियों के लिए यदि आवश्यक हो तो चिकित्सा सहायता प्रदान की जा सके ।
10. शिकायतें - सभी समर्थन के बावजूद अतिथियों के पास शिकायतें हो सकती हैं और यात्रा खत्म होने से पहले उन शिकायतों को हल करना अच्छा होता है ताकि अतिथि सुखद स्मृतियों के साथ शहर छोड़ सकें और पर्यटन कंपनी को माउथ पब्लिसिटी का लाभ प्राप्त हो सके ।
11. आपात स्थिति - सहचर को आपातकालीन स्थिति को संभालने के लिए तैयार रहना चाहिए जैसे कि पासपोर्ट का खो जाना, चोरी, समूह के किसी एक सदस्य की मृत्यु, चिकित्सा आपातकाल जिसमें समूह का कोई एक सदस्य पीछे छूट जाता है इत्यादि । सहचर के पास सदैव आकस्मिक योजना तैयार रहनी चाहिए।
12. विदाई - ग्राहक अनुभव प्रबंधन का यह कहना है कि सेवा प्रदाताओं और साइटों से सम्बंधित अंतिम बातों और बर्तावों को किसी भी यात्रा के उपरान्त सबसे अधिक याद रखा जाता है। सहचर को हवाई अड्डे अथवा रेलवे स्टेशन तक पर्यटन समूह को विदा करने की जरूरत होती है । अतिथियों के सामान की गणना भी यह सुनिश्चित करने के लिए की जानी चाहिए कि यात्रा सुखद और यादगार रही ।

16.6.2 पर्यटन सहचर की योग्यताएं

पर्यटन सहचर लगातार लंबे समय तक अतिथियों के नए-नए समूह के साथ रहते हैं । प्रत्येक कुछ दिनों में ही लोगों के नए समूह के साथ मैत्रीपूर्ण संबंध बनाने के लिए और यह सुनिश्चित करने के लिए कि उनके पास एक सुखद प्रवास है, विशेष प्रयास और गुणवत्ता की जरूरत होती है क्योंकि पर्यटक यह चाहते हैं कि उनका पर्यटन सहचर एक अधिनायक और दोस्त दोनों हो। पर्यटन सहचर के लिए निम्न बातें जरूरी हैं :

- आगंतुकों के नए समूह के साथ बातचीत करने और उन्हें आसानी से रखने हेतु उत्कृष्ट सम्प्रेषण कौशल और हंसमुख व्यक्तित्व की आवश्यकता होती है,
- समस्याओं के वैकल्पिक समाधान / निष्कर्ष / दृष्टिकोण की शक्तियों और कमजोरियों की पहचान करने के लिए पर्यटन सहचर के पास संगठनात्मक क्षमता, तर्क और कारण होना चाहिए।

- उसके पास किसी से घुलने मिलने और सहायता करने की प्रवृत्ति होनी चाहिए ताकि दूसरों के कार्यों में हाथ बंटाय जा सके।
- उसकी वित्तीय तीक्ष्णता भी महत्वपूर्ण होती है क्योंकि यात्रा के दौरान खर्चों को पर्यटन सहचर द्वारा रख रखाव किया जाना चाहिए,
- दूसरे लोग क्या कह रहे हैं, यह समझने के लिए सुनने की सक्रिय क्षमता होनी चाहिए क्योंकि बताये जा रहे बिंदुओं को समझने में समय लगता है , उचित सवाल पूछने चाहिए और अनुचित समय पर हस्तक्षेप नहीं करना चाहिए ,
- उसे शारीरिक रूप से स्वस्थ होना चाहिए ताकि वह यात्रा के दौरान शारीरिक गतिविधियों में भाग लेने में सक्षम हो और अतिथियों की सुरक्षा को सुनिश्चित कर सके ,
- एयरलाइन की हड़ताल और बस की खराबी जैसे संकटों का शांति से जवाब देने में उए सक्षम होना चाहिए; तथा
- उसे समय प्रबंधन का एक अच्छा छात्र होना चाहिए क्योंकि यात्रा में समय सीमा का पालन करना चाहिए और पर्यटन सहचर को न केवल अपने समय का प्रबंधन करना चाहिए उसे अपितु दूसरों के समय का भी प्रबंधन करना चाहिए ।

16.6.3 पर्यटन की एस्कॉर्टिंग

पर्यटन एस्कॉर्टिंग में सावधानीपूर्वक तैयारी, आयोजन, योजना और प्रबंधन शामिल होते हैं । पर्यटन शुरू होने से पहले ही पर्यटन सहचर को योजना बनाने की जरूरत होती है। आइए इन सभी क्रिया कलापों के बारे में विस्तार से चर्चा करते हैं।

1. तैयारी -

- ✓ यात्रा के बारे में जानें - यात्रा मार्ग और गंतव्य स्थल के बारे में भी ,
- ✓ यात्रा के दौरान काम आने वाले आपूर्तिकर्ताओं के बारे में जानकारी एकत्रित करें,
- ✓ अतिथियों की जन्मभूमि के बारे में पता लगाएं और यदि उन्हें कोई विशेष आवश्यकता हो तो उसका भी पता लगाएं ; तथा
- ✓ समूह के सदस्यों से साझा की जाने वाली जानकारी को एकत्रित करें

2. आयोजन -

- ✓ इस बात को सुनिश्चित करने के लिए कि यात्रा से संबंधित छोटे से छोटा विवरण भी भूल या छूट ने जाए इसलिए यात्रा से संबंधित चेकलिस्ट प्राप्त करें,
- ✓ वाउचर सहित यात्रा कार्यक्रम यदि कोई हो तो, उसे टूर कंपनी से प्राप्त किया जाना चाहिए ,
- ✓ स्वागत भाषण की योजना बनाई जानी चाहिए जो संक्षिप्त हो, जानकारीपूर्ण हो और साथ ही अभी हास्यपूर्ण और कुछ यात्रा सुझावों से युक्त हो ।

3. योजना -

- ✓ यात्रा को अद्वितीय बनाने के लिए दिलचस्प गतिविधियों के साथ यात्रा योजना तैयार करें । उदाहरण स्वरूप - संगीत, कला और इतिहास के कुछ निर्दिष्ट क्षेत्रों के विद्वानों / शिक्षाविदों को विशेषज्ञ राय के लिए वक्ताओं के रूप में आमंत्रित किया जा सकता है
- ✓ इस प्रकार से योजना तैयार करें कि पर्यटकों को कोई सांस्कृतिक आघात न पहुंचे और गतिविधियाँ और स्थल दर्शन योजना किसी भी मेहमान शामिल होने से न रोकें।

4. प्रबंधन -

- ✓ समय प्रबंधन पर्यटन प्रबंधन का सबसे महत्वपूर्ण हिस्सा है क्योंकि सब कुछ समय से जुड़ा होता है ,
- ✓ प्राकृतिक आपदाओं या घटनाओं से निपटने के तरीके को सुनिश्चित करना चाहिए और आकस्मिक योजना तैयार रहनी चाहिए ,
- ✓ किसी भी प्रकार की आपात स्थिति को प्रबंधित करना चाहिए जैसे कि - समूह के किसी सदस्य लापता होना, कनेक्टिंग फ़्लाइट या ट्रेन आदि का छूट जाना ।

अपनी प्रगति की जाँच करें - 2

4) गाइडिंग की आचारसंहिता का क्या अर्थ है?

.....

.....

.....

5) गाइड के क्या गुण होते हैं?

.....

.....

.....

6) सहचर की जिम्मेदारियों की चर्चा करें ।

.....

.....

.....

16.7 सारांश

गाइडिंग और एस्कॉर्टिंग किसी टूर पैकेज के आवश्यक घटक होते हैं और इस प्रकार पर्यटन उद्योग पर्यटन अनुभव में चार चाँद लगाते हैं। यद्यपि पर्यटन गाइड और पर्यटन सहचर का प्रयोग एक दूसरे के लिए किया जाता है पर दोनों के अलग-अलग कार्य विवरण होते हैं। मुख्य रूप से गाइड लाइसेंसधारी होते हैं जबकि पर्यटन सहचर को किसी लाइसेंस की आवश्यकता नहीं होती है। पर्यटन गाइड और सहचर की भूमिका और जिम्मेदारियां अलग अलग होती हैं और कई बार ये अतिव्यापी होती हैं। सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि ये दोनों देश की यात्रा पर आने वाले लोगों के दिलो दिमाग पर पर्यटन की छाप छोड़ने में महत्वपूर्ण भूमिका अदा करते हैं। पर्यटन गाइड और पर्यटन सहचर, पर्यटन उद्योग के ब्रांड एंबेसडर और छवि निर्माता होते हैं।

16.8 आपकी प्रगति को जाँचने हेतु सूत्र

अपनी प्रगति की जाँच करें - 1

1. खंड 16.2.3 को देखें और अपना उत्तर दें।
2. खंड 16.3.1 को देखें और अपना उत्तर दें।
3. खंड 16.2.4 को देखें और अपना उत्तर दें।

अपनी प्रगति की जाँच करें - 2

1. खंड 16.4.1 को देखें और अपना उत्तर दें।
2. खंड 16.4.5 को देखें और अपना उत्तर दें।
3. खंड 16.6.1 को देखें और अपना उत्तर दें।

इकाई 17 पर्यटन संगठन

संरचना

- 7.0 उद्देश्य
- 7.1 प्रस्तावना
- 7.2 पर्यटन संगठनों की आवश्यकता
- 7.3 यूएनडब्ल्यूटीओ : संयुक्त राष्ट्र विश्व पर्यटन संगठन
 - 7.3.1 यूएनडब्ल्यूटीओ का उद्भव
 - 7.3.2 यूएनडब्ल्यूटीओ की सांगठनिक संरचना
- 7.4 आईएटीए : अन्तरराष्ट्रीय हवाई यातायात संघ
 - 7.4.1 आईएटीए की भूमिका और गतिविधियाँ
 - 7.4.2 आईएटीए के सदस्य और सदस्यता के लाभ
 - 7.4.3 एक मानकीकरण एजेंसी के रूप में आईएटीए
- 7.5 आईएटीओ : दूर संचालकों का भारतीय संघ
 - 7.5.1 आईएटीओ के लक्ष्य और उद्देश्य
 - 7.5.2 आईएटीओ की सदस्यता
 - 7.5.3 आईएटीओ के अल्पकालिक और दीर्घकालिक एजेण्डे
- 7.6 टीएएआई : भारतीय ट्रेवल एजेंट्स संघ
 - 7.6.1 टीएएआई की गतिविधियाँ
 - 7.6.2 टीएएआई के समारोह
- 7.7 सारांश
- 7.8 अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास के लिए संकेत
- 7.9 अतिरिक्त अध्ययन सामग्री
- 7.10 गतिविधियाँ

17.0 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के पश्चात आप इस योग्य हो जाएँगे कि आप :

- विभिन्न पर्यटन संगठनों के उद्भव पर चर्चा कर सकें,
- विभिन्न संगठनों की भूमिका की व्याख्या कर सकें,
- प्रत्येक संगठन के उद्देश्य में विभेद कर सकें, और
- पर्यटन को प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से प्रोत्साहित करने में प्रत्येक पर्यटन संगठन के योगदान की सूची बना सकें।

17.1 प्रस्तावना

पर्यटन को, इसके हितधारकों द्वारा बनाए गए विभिन्न पर्यटन संगठनों के अपार समर्थन के कारण, उद्योग का दर्जा मिल सकता है। पर्यटन उद्योग के साथ चुनौती यह है कि यह विशाल है और इसके अन्तर्गत अनेक उप-उद्योग और क्षेत्र शामिल रहते हैं। पर्यटन संगठन, पर्यटन उद्योग के हितों को आगे बढ़ाने के लिए और इस उद्योग में शामिल विभिन्न व्यवसायों को एक साथ लाने के लिए बनाया गया एक संगठन है। इन व्यवसायों को संरेखित होने, तालमेल स्थापित करने, समझौते करने, टाई-अप करने, संयुक्त व्यवसाय करने के लिए पर्यटन संगठनों के माध्यम से एक मंच मिलता है। पर्यटन के एक विद्यार्थी के रूप में, किसी व्यक्ति को पर्यटन गतिविधियों के विकास और संवर्द्धन में प्रत्येक संगठन के योगदान और उनकी भूमिका के बारे में पता होना चाहिए। यह इकाई इनमें से कुछ अन्तरराष्ट्रीय और राष्ट्रीय पर्यटन संगठनों और पर्यटन उद्योग में उनकी भूमिका पर एक दृष्टि डालती है।

17.2 पर्यटन संगठनों की आवश्यकता

पर्यटन संगठन अन्तरराष्ट्रीय, राष्ट्रीय और गैर-सरकारी पर्यटन से सम्बन्धित संगठनों को सन्दर्भित करते हैं जो पर्यटन को विकसित करने, प्रोत्साहित करने और प्रबन्धित करने में सहायता करते हैं। उदाहरण के लिए, हमारे पास आईएटीए (इण्टरनेशनल एयर ट्रांसपोर्ट एसोसिएशन), आईसीएओ (अन्तर्राष्ट्रीय नागरिक उड्डयन संगठन), एफएचआरएआई (फेडरेशन ऑफ होटल एंड रेस्तराँ एसोसिएशंस ऑफ इण्डिया) आदि जैसे संगठन मौजूद हैं। संगठन शिक्षा और प्रशिक्षण, विपणन, विनियम, निवेश, पर्यावरण प्रबन्धन और/या सामाजिक-सांस्कृतिक कार्यक्रमों जैसी गतिविधियों में शामिल हो सकते हैं। इन पर्यटन संगठनों के कुछ साझा एजेंडा इस प्रकार हैं :

- i) विभिन्न पर्यटन पेशेवरों और उद्योग के सदस्यों के लिए बातचीत करने का एक साझा मंच प्रस्तुत करना;
- ii) मानकों के एक सामान्य समुच्चय के साथ यात्रा और पर्यटन कम्पनियों को कार्य करने में सहायता प्रदान करना,
- iii) एक ऐसा निकाय उपलब्ध कराना जो सरकार के समक्ष सामूहिक रूप से उनके सरोकारों व आवश्यकताओं को सम्बोधित कर सके,
- iv) अन्तरराष्ट्रीय और साथ ही घरेलू यात्रा को प्रोत्साहित करना;
- v) यात्रा और पर्यटन में नवीन प्रवृत्तियों और उभरते गन्तव्यों की पहचान करना; और
- vi) उन लाभों को रेखांकित करना, जो यात्रा उद्योग के कारण विभिन्न गन्तव्यों को प्राप्त होते हैं।

17.3 यूएनडब्ल्यूटीओ : संयुक्त राष्ट्र विश्व

पर्यटन संगठन

विश्व पर्यटन संगठन (यूएनडब्ल्यूटीओ) दायित्वपूर्ण, टिकाऊ और सार्वभौमिक रूप से सुलभ पर्यटन को प्रोत्साहित करने के लिए जिम्मेदार संयुक्त राष्ट्र का एक विशेष अभिकरण है। यह पर्यटन के क्षेत्र में अग्रणी अन्तरराष्ट्रीय संगठन है, जो सम्पूर्ण विश्व में आर्थिक विकास,

समावेशी विकास और पर्यावरणीय स्थिरता के चालक के रूप में पर्यटन को प्रोत्साहित करता है तथा ज्ञान और पर्यटन-नीतियों को आगे बढ़ाने में इस क्षेत्र को नेतृत्व और समर्थन प्रदान करता है। यह पर्यटन नीति से जुड़े मुद्दों के लिए और पर्यटन-ज्ञान के व्यावहारिक स्रोत के रूप में एक वैश्विक मंच की तरह कार्य करता है। यह सामाजिक-आर्थिक विकास में पर्यटन के योगदान को अधिकतम बनाने हेतु पर्यटन के लिए वैश्विक आचार संहिता के कार्यान्वयन को प्रोत्साहित करता है, जबकि इसके सम्भावित नकारात्मक प्रभावों को घटाता है। इसके अतिरिक्त, यह सम्पूर्ण विश्व में निर्धनता-उन्मूलन की दिशा में और धारणीय विकास व शान्ति को बल प्रदान करने की दिशा में, संयुक्त राष्ट्र सतत विकास लक्ष्यों (एसडीजी'ज़) को हासिल करने के एक उपकरण के रूप में पर्यटन को प्रोत्साहित करने के लिए प्रतिबद्ध है।

यूएनडब्ल्यूटीओ बाजार-ज्ञान उत्पन्न करता है, प्रतिस्पर्धी और धारणीय पर्यटन नीतियों और साधनों को बढ़ावा देता है, पर्यटन शिक्षा और प्रशिक्षण पर बल प्रदान करता है, और विश्व के 100 से अधिक देशों में तकनीकी सहायता परियोजनाओं के माध्यम से पर्यटन को विकास का एक प्रभावी उपकरण बनाने के लिए कार्य करता है।

यूएनडब्ल्यूटीओ के उद्देश्य; नस्ल, लिंग, भाषा या धर्म के आधार पर बिना किसी भेदभाव के; आर्थिक विकास, अन्तरराष्ट्रीय समझ, शान्ति, समृद्धि और सभी के लिए मानवाधिकारों और मौलिक स्वतन्त्रताओं के सार्वभौमिक पालन में योगदान देने के लिए धारणीय पर्यटन को बढ़ावा देना है। इन लक्ष्यों को आगे बढ़ाने में यूएनडब्ल्यूटीओ पर्यटन के क्षेत्र में विकासशील देशों के हितों पर विशेष ध्यान देता है।

17.3.1 यूएनडब्ल्यूटीओ का उद्भव

जहाँ तक यूएनडब्ल्यूटीओ के इतिहास का सम्बन्ध है, यूएनडब्ल्यूटीओ की उत्पत्ति का इतिहास अतीत में सन् 1925 तक जाता है जब सरकारी पर्यटक संगठनों की पहली अन्तरराष्ट्रीय कांग्रेस हेग में आयोजित की गयी थी। कांग्रेस की वार्षिक बैठक जारी रही और सन् 1930 में उसने

एक औपचारिक संघ बनाने का फैसला किया, जो 1934 में सरकारी पर्यटक प्रचार संगठनों के अन्तरराष्ट्रीय संघ (आईयूओटीपीओ) के रूप में सामने आया।

द्वितीय विश्व युद्ध के समापन के बाद और अन्तरराष्ट्रीय यात्राओं की संख्या में वृद्धि के साथ, आईयूओटीपीओ (IUOTPO) ने स्वयं को सरकारी यात्रा संगठनों के अन्तरराष्ट्रीय संघ (आईयूओटीओ) के रूप में पुनर्गठित किया। आईयूओटीओ एक तकनीकी और गैर-सरकारी संगठन है, जो राष्ट्रीय पर्यटन संगठनों, उद्योग और उपभोक्ता समूहों के संयोजन से बनाया गया था। आईयूओटीओ का लक्ष्य और उद्देश्य न केवल सामान्य रूप से पर्यटन को बढ़ावा देना था, बल्कि एक अन्तरराष्ट्रीय व्यापार घटक के रूप में पर्यटन से उसके सर्वश्रेष्ठ को निचोड़ना और विकासशील राष्ट्रों के लिए पर्यटन को आर्थिक विकास की एक रणनीति के रूप में स्थापित करना भी था।

1960 के दशक के अन्त में, आईयूओटीओ ने अन्तरराष्ट्रीय स्तर पर अपनी भूमिका बढ़ाने के लिए और परिवर्तन की आवश्यकता का अनुभव। सन् 1967 में टोक्यो में 20वीं आईयूओटीओ महासभा ने अन्य अन्तरराष्ट्रीय अभिकरणों, विशेष रूप से संयुक्त राष्ट्र के सहयोग से अन्तरराष्ट्रीय स्तर पर कार्य करने के लिए आवश्यक क्षमताओं से युक्त एक अन्तर-सरकारी निकाय के निर्माण की आवश्यकता की घोषणा की। आईयूओटीओ (IUOTO) के अस्तित्व के दौरान, संगठन और संयुक्त राष्ट्र (यूएन) के बीच घनिष्ठ सम्बन्ध स्थापित किए गए थे और प्रारम्भिक सुझावों में आईयूओटीओ संयुक्त राष्ट्र का हिस्सा बन गया था। हालाँकि, एक मसौदा अभिसमय के परिसंचरण के पश्चात्, यह आम सहमति बनी कि पारिणामिक रूप से जो भी अन्तर-सरकारी संगठन आकार ग्रहण करेगा, वह संयुक्त राष्ट्र से निकटतापूर्वक जुड़ा हुआ होगा किन्तु अपनी पूरी प्रशासनिक और वित्तीय स्वायत्तता की रक्षा करेगा।

सन् 1970 में आईयूओटीओ महासभा ने विश्व पर्यटन संगठन (डब्ल्यूटीओ) बनाने के पक्ष में मतदान किया। आईयूओटीओ की संविधियों के आधार पर और निर्धारित 51 राज्यों द्वारा अनुसमर्थन के पश्चात् दिनांक 01 नवंबर, 1974 को डब्ल्यूटीओ संचालन में आ गया।

सन् 2003 में पन्द्रहवीं आम सभा में डब्ल्यूटीओ महापरिषद और संयुक्त राष्ट्र ने डब्ल्यूटीओ को संयुक्त राष्ट्र की विशेष एजेंसी के रूप में स्थापित करने पर सहमति जताई। इस सहयोग का महत्व डब्ल्यूटीओ को बड़ी हुई दृश्यता और मान्यता उपलब्ध कराना था। मानव समाज की अन्य प्रमुख गतिविधियों की तरह पर्यटन समानता के आधार पर होगा।

सन् 2004 में, यूएनडब्ल्यूटीओ ने पर्यटन नैतिकता पर वैश्विक समिति की स्थापना की, जो ग्लोबल कोड ऑफ एथिक्स फॉर टूरिज्म (1999 में अपनाया गया) के कार्यान्वयन के लिए गठित निकाय है। समिति, जिसके सदस्य अपनी राष्ट्रीयता या देश से जुड़ाव की बजाय अपनी पेशेवर क्षमताओं के कारण निर्वाचित किए जाते हैं, संहिता को प्रोत्साहित करता है और इसका प्रचार-प्रसार करता है। समिति अपने सिद्धान्तों के कार्यान्वयन का मूल्यांकन और निगरानी करती है। सन् 2008 में रोम में समिति का स्थायी मुख्यालय स्थापित किया गया।

वर्तमान में, 2019 में, यूएनडब्ल्यूटीओ की सदस्यता के अन्तर्गत 158 देश, 6 भूक्षेत्र तथा निजी क्षेत्रक, शैक्षिक संस्थानों, पर्यटन संघों और स्थानीय पर्यटन प्राधिकरणों का प्रतिनिधित्व करने वाले 500 से अधिक संबद्ध सदस्य शामिल हैं। इसका मुख्यालय मैड्रिड में स्थित है। यूएनडब्ल्यूटीओ की आधिकारिक भाषाएँ अरबी, अंग्रेजी, फ्रेंच, रूसी और स्पेनिश हैं।

17.3.2 यूएनडब्ल्यूटीओ की सांगठनिक संरचना

एक संगठन के रूप में, यूएनडब्ल्यूटीओ के अपने उद्देश्य और लक्ष्य हैं जिन्हें इस संगठन को हासिल करना है। संगठनात्मक पदानुक्रम के आर-पार दिशाओं का प्रवाह यह सुनिश्चित करता है कि संगठन का निष्पादन सुचारू रूप से संचालित हो। इस वृहद वैश्विक संगठन के कार्यकरण को समझने के लिए यूएनडब्ल्यूटीओ के सांगठनिक ढाँचे पर नीचे चर्चा की गयी है :

- i) महासभा

महासभा विश्व पर्यटन संगठन की प्रमुख सभा है। यह प्रत्येक दो वर्ष में कार्य के बजट और कार्यक्रम को मंजूरी देने के लिए और पर्यटन क्षेत्र के लिए अत्यधिक महत्व के विषयों पर बहस करने के लिए बैठक करती है। प्रत्येक चार वर्ष में यह एक महासचिव का चुनाव करती है। महासभा पूर्ण सदस्यों और सहयोगी सदस्यों से मिलकर बनी है। सम्बद्ध सदस्य और अन्तरराष्ट्रीय संगठनों के प्रतिनिधि पर्यवेक्षक के रूप में भाग लेते हैं। पर्यटन नैतिकता पर विश्व समिति महासभा का एक सहायक अंग है।

महासभा यूएनडब्ल्यूटीओ का सर्वोच्च अंग है। इसके साधारण सत्र प्रत्येक दो वर्ष में आयोजित किए जाते हैं तथा इसमें यूएनडब्ल्यूटीओ के पूर्ण और सहयोगी सदस्यों के प्रतिनिधियों के साथ-साथ यूएनडब्ल्यूटीओ से संबद्ध सदस्यों के प्रतिनिधि भी भाग लेते हैं। इसे वरिष्ठ पर्यटन अधिकारियों और निजी क्षेत्र के उच्च स्तरीय प्रतिनिधियों की सबसे महत्वपूर्ण वैश्विक बैठक माना जाता है।

ii) कार्यकारी परिषद

कार्यकारी परिषद यूएनडब्ल्यूटीओ का शासी बोर्ड है, जो यह सुनिश्चित करने के लिए उत्तरदायी है कि संगठन अपना कार्य भली प्रकार से कर रहा है और अपने बजट का पालन कर रहा है। यह वर्ष में कम से दो बार मिलती है और प्रत्येक पाँच पूर्ण सदस्यों के लिए एक के अनुपात में महासभा द्वारा चुने गए सदस्यों से बनी है।

यूएनडब्ल्यूटीओ के मुख्यालय के मेजबान देश के रूप में, स्पेन की, कार्यकारी परिषद में स्थायी सीट है। एसोसिएट सदस्यों और सम्बद्ध सदस्यों के प्रतिनिधि पर्यवेक्षक के रूप में कार्यकारी परिषद की बैठकों में भाग लेते हैं।

कार्यकारी परिषद का कार्य महासचिव के परामर्श से अपने निर्णयों और महासभा की संस्तुतियों के कार्यान्वयन के लिए सभी आवश्यक उपाय करना और उस पर महासभा को रिपोर्ट करना है। परिषद की बैठक वर्ष में कम से दो बार होती है। परिषद में, निष्पक्ष और न्यायसंगत भौगोलिक वितरण प्राप्त करने की दृष्टि से, महासभा द्वारा

निर्धारित प्रक्रिया के नियमों के अनुसार प्रत्येक पाँच पूर्ण सदस्यों के लिए एक सदस्य के अनुपात में महासभा द्वारा निर्वाचित पूर्ण सदस्य शामिल होते हैं।

परिषद के लिए निर्वाचित सदस्यों के पद का कार्यकाल चार वर्ष का होता है और परिषद के कुल सदस्यों में से आधे का निर्वाचन प्रत्येक दो वर्ष में कराया जाता है। स्पेन कार्यकारी परिषद का स्थायी सदस्य है। परिषद अपने सदस्यों में से एक अध्यक्ष और दो उपाध्यक्षों का चुनाव करती है।

iii) समितियाँ

यूएनडब्ल्यूटीओ सदस्यों की विशेषीकृत समितियाँ प्रबन्धन और कार्यक्रम की अन्तर्वस्तु पर सलाह देती हैं। इनमें शामिल हैं :

- कार्यक्रम समिति,
- बजट और वित्त सम्बन्धी समिति,
- सांख्यिकी एवं पर्यटन उपग्रह खाते पर समिति,
- बाजार एवं प्रतिस्पर्धात्मकता सम्बन्धी समिति,
- पर्यटन समिति का सतत विकास,
- पर्यटन नैतिकता पर वैश्विक समिति
- निर्धनता-न्यूनीकरण पर समिति तथा सम्बद्ध सदस्यता के लिए आवेदनों की समीक्षा के लिए समिति।

iv) सचिवालय

सचिवालय यूएनडब्ल्यूटीओ के कार्य के कार्यक्रम को लागू करने तथा सदस्यों और सहयोगी सदस्यों की आवश्यकताओं को पूर्ण करने के लिए उत्तरदायी है। इस समूह का नेतृत्व महासचिव करते हैं, जो यूएनडब्ल्यूटीओ के मैड्रिड स्थित मुख्यालय में कर्मचारियों की निगरानी करते हैं। सचिवालय में जापान के ओसाका में स्थित एशिया-प्रशान्त के लिए एक क्षेत्रीय सहायता कार्यालय भी शामिल है, जो जापानी सरकार द्वारा वित्तपोषित है। इसके अतिरिक्त, संयुक्त राष्ट्र प्रणाली, विश्व व्यापार

संगठन और अन्य राजनयिक संगठनों में यूएनडब्ल्यूटीओ का प्रतिनिधित्व करने के लिए स्विट्जरलैण्ड के जिनेवा में स्थित एक सम्पर्क कार्यालय भी सचिवालय में शामिल है।

v) आयोग

यूएनडब्ल्यूटीओ (UNWTO) के पास छह क्षेत्रीय आयोग हैं - अफ्रीका, अमेरिका, पूर्वी एशिया और प्रशान्त, यूरोप, मध्य-पूर्व और दक्षिण एशिया। आयोग वर्ष में कम से कम एक बार बैठक करते हैं और उस क्षेत्र के सभी पूर्ण सदस्यों और सहयोगी सदस्यों से मिलकर बने होते हैं। क्षेत्र से सम्बद्ध सदस्य पर्यवेक्षक के रूप में भाग लेते हैं।

आम सभा के सहायक अंगों के रूप में सन् 1975 में स्थापित, छह क्षेत्रीय आयोग आमतौर पर एक वर्ष में एक बार मिलते हैं। वे सदस्य देशों को, महासभा के सत्रों के बीच, एक-दूसरे के साथ और सचिवालय के साथ सम्पर्क बनाए रखने में सक्षम बनाते हैं, जिसके लिए वे अपने प्रस्ताव प्रस्तुत करते हैं और अपनी चिन्ताओं को सामने रखते हैं। प्रत्येक आयोग, अपने सदस्यों में से, एक अध्यक्ष और उपाध्यक्ष का चुनाव करते हैं। इनकी पदावधि दो वर्ष की होती है जो महासभा के एक सत्र से शुरू होती है और अगले सत्र पर समाप्त हो जाती है।

17.4 आईएटीए : अन्तरराष्ट्रीय हवाई यातायात

संघ

आईएटीए (इण्टरनेशनल एयर ट्रांसपोर्ट एसोसिएशन) की स्थापना 19 अप्रैल 1945 को क्यूबा के हवाना में की गई थी। आधुनिक आईएटीए 1919 में हेग में स्थापित अन्तर्राष्ट्रीय एयर ट्रेफिक एसोसिएशन का उत्तराधिकारी है। सन् 1919 विश्व की प्रथम अन्तरराष्ट्रीय अनुसूचित सेवाओं का वर्ष है।

आईएटीए का दृष्टिकोण (विज़न) इस प्रकार है : एक निरापद, सुरक्षित और धारणीय हवाई परिवहन उद्योग, जो हमारे विश्व को आपस में जोड़ता है और समृद्ध करता है, के भविष्य के विकास को आकार प्रदान करने के लिए एक साथ काम करना। आईएटीए का मिशन है : एयरलाइन उद्योग का प्रतिनिधित्व करना, नेतृत्व करना और उनकी सेवा करना।

17.4.1 आईएटीए की भूमिका और गतिविधियाँ

यह विश्व के उपभोक्ताओं के लाभ के लिए निरापद, विश्वसनीय, सुरक्षित और किफायती हवाई सेवाओं को प्रोत्साहित करने में अन्तर-विमानसेवा सहयोग के लिए प्रमुख वाहन है। अन्तरराष्ट्रीय अनुसूचित हवाई परिवहन उद्योग सन् 1945 में जो कुछ था, आज उससे 100 गुने से भी अधिक बड़ा है। विश्व के हवाई यातायात के 82 प्रतिशत का परिवहन करने वाले, आईएटीए के सदस्यों में विश्व की अग्रणी यात्री और कार्गो एयरलाइंस शामिल हैं। कुछ उद्योग उस संवृद्धि की गतिशीलता से मेल खा सकते हैं, जो आईएटीए के भीतर विकसित मानकों, प्रथाओं और प्रक्रियाओं के बिना बहुत ही कम शानदार होता।

एयरलाइन व्यवसाय के सम्बन्ध में आईएटीए की बहुत महत्वपूर्ण भूमिका है। इनमें से कुछ पर नीचे चर्चा की जा रही है :

i) एयरलाइन उद्योग का प्रतिनिधित्व करना

आईएटीए निर्णय-निर्माताओं के बीच हवाई परिवहन उद्योग की समझ में सुधार करता है और उन लाभों के प्रति जागरूकता में वृद्धि करता है, जो राष्ट्रीय और वैश्विक अर्थव्यवस्थाओं को, विमानन के कारण हासिल होते हैं। सम्पूर्ण विश्व में एयरलाइनों के हितों की वकालत करके आईएटीए अनुचित नियमों और प्रशुल्कों को चुनौती देता है,

नियामकों और सरकारों को लेखाबद्ध रखता है, और संवेदनशील विनियमन के लिए प्रयास करता है।

पिछले 70 से अधिक वर्षों में, आईएटीए ने वैश्विक वाणिज्यिक मानकों का विकास किया है जिस पर हवाई परिवहन उद्योग का निर्माण किया गया है। आईएटीए का लक्ष्य लागत को कम करते हुए और दक्षता में सुधार करते हुए प्रक्रियाओं को सरल बनाने और यात्री-सुविधा में वृद्धि करने के माध्यम से एयरलाइनों की सहायता करना है।

ii) एयरलाइन उद्योग की सेवा करना

आईएटीए एयरलाइनों को; स्पष्ट रूप से परिभाषित नियमों के अन्तर्गत निरापद, सुरक्षित, कुशलता से और अर्थक्षम रूप से; संचालित करने में सहायता करता है। उद्योग के सभी हितधारकों को उत्पादों और विशेषज्ञ सेवाओं की एक विस्तृत श्रृंखला के साथ पेशेवर सहायता प्रदान की जाती है।

iii) रणनीतिक साझेदारियाँ

रणनीतिक साझेदारी कार्यक्रम विमानन समाधान प्रदाताओं के लिए एक मंच है जो उद्योग के प्रमुख हितधारकों के साथ सम्बन्धों को निर्मित करने और उन्हें मजबूत करने में सहायता करता है। विभिन्न आईएटीए कार्य समूहों में अपनी भागीदारी के माध्यम से, रणनीतिक साझेदार एयरलाइनों की प्राथमिकताओं में एक अनूठी अन्तर्दृष्टि प्राप्त करते हैं और हवाई परिवहन उद्योग की सेवा में आईएटीए के साथ मिलकर काम करने के लिए मान्यता प्राप्त करने का अवसर प्राप्त करते हैं।

आईएटीए रणनीतिक साझेदारी कार्यक्रम वास्तव में सभी पहलुओं या एयरलाइन संचालनों तक विस्तृत, संलग्नता के 40 से अधिक क्षेत्रों पर अपना ध्यान केंद्रित करता है। सदस्य

100 से अधिक कार्य-समूहों और कार्य-बलों के लिए अपने ज्ञान का योगदान करते हैं, जो उद्योग को आगे बढ़ाने और आईएटीए की सदस्य एयरलाइनों की ओर से नीतियाँ और विनियम तैयार करने के लिए उत्तरदायी हैं। भागीदारी के क्षेत्रों में शामिल हैं :

- एयरक्राफ्ट और एयरलाइन संचालन
- कार्गो
- पर्यावरण
- वित्त
- संरक्षा और सुरक्षा
- यात्री

17.4.2 आईएटीए के सदस्य और सदस्यता के लाभ

अपनी स्थापना के समय, आईएटीए के पास 31 देशों से 57 सदस्य थे। इनमें से अधिकांश सदस्य यूरोप और उत्तरी अमेरिका से थे। आज, 2019 में, इसके पास विश्व के प्रत्येक भाग से, 120 राष्ट्रों से लगभग 290 सदस्य हैं। आईएटीए की सदस्यता अनुसूचित और गैर-अनुसूचित हवाई सेवाओं के संचालन वाली एयरलाइनों के लिए खुली हुई है जो आईएटीए परिचालन सुरक्षा लेखा-परीक्षा (आईओएसए) पंजीकरण को कायम रखते हैं।

सदस्यों को अनेक तरीकों से लाभ होता है। सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि आईएटीए एक शक्तिशाली, एकीकृत और अनुभवी आवाज उपलब्ध कराता है जो निम्नलिखित के माध्यम से अपने सदस्यों के हितों का समर्थन और प्रोत्साहन करती है :

- अन्तरराष्ट्रीय मान्यता और लॉबीइंग
- उद्योग की प्रमुख प्राथमिकताओं को लक्षित करना
- उद्योग में परिवर्तन का संचालन करना
- लागतों को कम करना
- संचार के अभियान
- प्रशिक्षण और अन्य सेवाएँ

17.4.3 एक मानकीकरण एजेंसी के रूप में आईएटीए

आईएटीए के प्राथमिक कार्यों में से एक एयरलाइन उद्योग के हितों की देखभाल करना है; और इसके साथ ही यह उपलब्ध करायी गयी सेवाओं के मानकीकरण का नियामक भी है। नीचे कुछ क्षेत्रों का उल्लेख किया गया है, ये ऐसे क्षेत्र हैं जहाँ आईएटीए सक्रिय रूप से उद्योग के साथ अपने लाभ के लिए काम कर रहा है और अपने उद्देश्यों का प्रतिनिधित्व कर रहा है : -

i) उद्योग की प्राथमिकताएँ

- विनियामक और कानूनी वातावरण में सुधार।

- यह सुनिश्चित करना कि सरकारों द्वारा कुशलतर विनियमन सिद्धान्तों का उपयोग किया जा रहा है।
- उपभोक्ता संरक्षण का प्रचार करना और उद्योग के सिद्धान्तों के साथ विनियामक कदमों का संरेखन करना।
- बेलगाम यात्री
- हवाई अड्डों के स्लॉट्स : वैश्विक स्लॉट्स के दिशानिर्देशों की समीक्षा को पूर्ण करना तथा परिणामों को सुनिश्चित करना। वैश्विक रूप से सुसंगत हवाई अड्डे की स्लॉट आब्रण्टन प्रक्रिया को मजबूत बनाना।
- एयरपोर्ट और एएनएसपी प्रभारों, ईंधन फीस और करों को कम करना।
- उत्सर्जन की समीक्षा के लिए आईसीएओ में एक वैश्विक समझौते को लागू करने हेतु कार्य करना।
- धारणीय विमानन ईंधन (एसएएफ) के व्यवसायीकरण के मार्ग में आने वाली बाधाओं को हटाना। एसएएफ के परिनियोजन का वाणिज्यिक आधार पर प्रोत्साहन करना ताकि सन् 2025 तक वैश्विक विमानन की ईंधन आपूर्ति का 2 प्रतिशत धारणीय स्रोतों से प्राप्त किया जा सके।
- वितरण, भुगतान, सामान और डाटा मानकों के स्वीकरण को बल प्रदान करना
- विमान परिचालन डाटा : विमान-विनिर्माताओं के बीच अभियान का आयोजन करना ताकि एयरलाइनें अपने एयरक्राफ्ट डाटा तक पहुँच सकें।
- सुरक्षा लेखा-परीक्षा के रूपान्तरण को जारी रखना।
- आईएटीए ऑपरेशनल सेफ्टी ऑडिट (आईओएसए) तथा जमीनी संचालन के लिए आईएटीए सेफ्टी ऑडिट (आईएसएजीओ) के लिए ऑडिट परिणामों की विश्वसनीयता और निरन्तरता को सुनिश्चित करने के लिए गुणवत्ता प्रक्रियाओं के डिजिटलीकरण को जारी रखना।

ii) उद्योग की प्रमुख प्राथमिकताओं को लक्षित करना

- सुरक्षा इस उद्योग की सर्वोच्च प्राथमिकता बनी हुई है और आईएटीए उद्योग के मानकों को हासिल करने के लिए अपने सदस्यों की सहायता करता है।

- आईओएसए (IOSA), जो आईएटीए की सदस्यता के लिए अनिवार्य है, आईएटीए के सुरक्षा कार्यक्रम का एक महत्वपूर्ण घटक है।
- आईएटीए, विश्व स्तर पर सुरक्षा उपायों में सामंजस्य और सुरक्षा प्रक्रियाओं में सुधार करने के लिए, आईसीएओ के साथ सक्रिय रूप से कार्य कर रहा है।
- आईएटीए, विमानन के पर्यावरणीय प्रभाव को कम करने के सन्दर्भ में प्रभार का निर्वहन कर रहा है और कार्बन-तटस्थ (न्यूट्रल) विकास की ओर उद्योग के संचालन में सहायता कर रहा है ताकि अन्ततः एक कार्बन-मुक्त भविष्य का सृजन किया जा सके।
- सदस्यों के पास यह अवसर होता है कि वे प्रमुख पहलों, जैसे नवीन वितरण क्षमता (एनडीसी), पर उद्योग की प्राथमिकताओं के संचालन में सहायता कर सकें। आईएटीए उद्योग में परिवर्तन का संचालन कर रहा है।
- आईएटीए की वित्तीय निपटान प्रणालियाँ (आईएसएस) वैश्विक हवाई परिवहन उद्योग की रीढ़ हैं, जो लागत को नियन्त्रित करने, नकदी प्रवाह में सुधार करने और दक्षता को अधिकतम करने में सहायता करती हैं। आईएटीए लागत को कम करने और एयरलाइनों के पैसों की रक्षा करने में सहायता करता है।
- आईएटीए अपने सदस्यों को एटीसी प्रभारों, ईंधन और कराधान से सम्बन्धित लागतों में कटौती प्राप्त करने में भी सहायता कर रहा है।
- सदस्यों के सम्मेलनों, समितियों और समूहों में भागीदारी एयरलाइन और उद्योग के विभिन्न साझेदारों तक अभूतपूर्व पहुँच को मुहैया कराती है। इससे संचार में वृद्धि में सहायता मिलती है।
- आईएटीए की वार्षिक आम बैठक और विश्व हवाई परिवहन शिखर सम्मेलन प्रमुख अन्तरराष्ट्रीय एयरलाइनों के प्रतिनिधियों को एक साथ ले आते हैं।
- आईएटीए, आईएटीए एजेंसी कार्यक्रम के माध्यम से, ट्रेवल एजेंट समुदाय के साथ प्रभाव हासिल करने में सहायता करता है।

-
.....
.....
.....
.....
.....
.....
- 3) एयरलाइन उद्योग के लाभ के लिए आईएटीए द्वारा शुरू की गई गतिविधियों पर चर्चा करें।

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

17.5 आईएटीओ – इण्डियन एसोसिएशन ऑफ टूर ऑपरेटर्स

इण्डियन एसोसिएशन ऑफ टूर ऑपरेटर्स (आईएटीओ) भारतीय पर्यटन उद्योग की राष्ट्रीय शीर्ष संस्था है। इसकी स्थापना सिर्फ सात सदस्यों के साथ 13 जनवरी 1982 को की गयी थी। इसके पास अब पर्यटन उद्योग के विभिन्न क्षेत्रों से जुड़े 1600 से अधिक सदस्य हैं, जैसे ट्रेवल

एजेण्डा, होटल, एयरलाइंस, सरकारी पर्यटन विभाग/विकास निगम, शैक्षिक संस्थान, परिवहन ऑपरेटर्स तथा राष्ट्रीय और अन्तरराष्ट्रीय, दोनों तरीके के, टूर ऑपरेटर्स।

आईएटीओ के पास आज अन्तरराष्ट्रीय स्वीकृति और सम्बन्धसूत्र मौजूद हैं। अमेरिका, नेपाल और इण्डोनेशिया में अन्य पर्यटन संघों के साथ इसका घनिष्ठ सम्बन्ध है और उनके साथ इसकी निरन्तर अन्तर्क्रिया है, जहाँ यूएसटीओए, नाटो और एएसआईटीए इसके सदस्य निकायों में शामिल हैं; और यह न केवल भारत, बल्कि पूरे क्षेत्र का भ्रमण करने वाले अन्तरराष्ट्रीय यात्रियों को बेहतर सुविधा प्रदान करने के लिए पेशेवर निकायों के साथ अपनी अन्तरराष्ट्रीय नेटवर्किंग में वृद्धि कर रहा है।

आईएटीओ भारत में पर्यटन उद्योग को प्रभावित करने वाले सभी महत्वपूर्ण मुद्दों पर भारत सरकार के साथ मिलकर बातचीत करता है, जिसमें पर्यटन सुविधा को सर्वोच्च प्राथमिकता दी गई है। यह सभी सरकारी मन्त्रालयों/विभागों, वाणिज्य और उद्योग मण्डलों, राजनयिक मिशनों आदि के साथ मिलकर वार्तालाप करता है; और विभिन्न स्तरों पर उद्योग के महत्वपूर्ण मुद्दों को सम्बोधित करने के लिए पर्यटन उद्योग के लिए एक मंच की तरह रहा है। यह निर्णय-निर्माताओं और उद्योग के बीच साझा माध्यम के रूप में कार्य करता है, और, पर्यटन सुविधा के अपने साझा एजेंडे को तालमेल के योग्य बनाते हुए, दोनों पक्षों के लिए पूरा परिप्रेक्ष्य प्रस्तुत करता है। 1982 के अभिसमय के दौरान, निर्यातकों के रूप में पर्यटन उद्योग की मान्यता के लिए आईएटीओ की माँग को सरकार ने अन्ततः सन् 2002 में स्वीकार कर लिया। आईएटीओ लगातार विभिन्न मंचों पर महत्वपूर्ण मुद्दों पर चर्चा करता है और निरन्तर अनुनय-विनय के कारण इसे सरकार के साथ उद्योग को प्रमुख रूप से सम्पर्कित करने का अनूठा स्थान प्राप्त हुआ है।

भारतीय पर्यटन उद्योग की राष्ट्रीय शीर्ष संस्था होने के कारण, आईएटीओ सदैव अपने सामाजिक दायित्व के प्रति सक्रिय रूप से उत्तरदायी रहा है। सभी आईएटीओ सदस्य न केवल राष्ट्रीय आपात स्थिति और प्राकृतिक आपदाओं के दौरान, बल्कि एक जारी उद्यम के रूप में भी अपने सामाजिक दायित्वों को पूरा करने में सक्रिय रूप से भाग लेते हैं। सभी आईएटीओ

सदस्य पेशेवर नैतिकता के उच्चतम मानकों का प्रेक्षण करते हैं और अपने ग्राहकों को व्यक्तिगत सेवा प्रदान करते हैं।

आईएटीओ में 12 कार्रवाई (एक्शन) समितियाँ हैं। इनमें से प्रत्येक समिति, सदस्यों द्वारा सहायता प्राप्त संयोजक की अध्यक्षता में, एक विशेष क्षेत्र पर केंद्रित होती है। वे हैं :

- साहसिक पर्यटन विकास समिति
- नागरिक उद्भयन, प्रेस और जनसम्पर्क समिति
- घरेलू पर्यटन विकास समिति
- शिकायत समिति
- मार्गनिर्देशक समन्वय समिति
- मेजबान समिति
- होटल सम्बन्ध विकास समिति
- आईएटीओ समाचार समिति
- कानूनी मामलों, बीमा और उपभोक्ता से सम्बन्धित समिति
- विशेषाधिकार कार्ड विकास समिति
- रेलवे समन्वय और विकास समिति
- भूतल परिवहन विकास समिति
- वेबसाइट विकास समिति

आईएटीओ के सदस्य एक-दूसरे के साथ बातचीत के लिए प्रत्येक माह के पहले शनिवार को मिलते हैं और इसमें एक अतिथि वक्ता होता है, जो वर्तमान मुद्दों पर विशद जानकारी देता है। सदस्यों को इस मीटिंग में माह भर की घटनाओं पर अद्यतन किया जाता है।

अध्यायों और कार्रवाई समितियों से प्राप्त पुनर्भरण (फीडबैक) के साथ, अनसुलझे और प्रमुख मुद्दों पर ध्यान केंद्रित किया जाता है और इस पर आईएटीओ के वार्षिक सम्मेलन में चर्चा की जाती है। सभी आईएटीओ वार्षिक सम्मेलन भारत के विभिन्न राज्यों में प्रत्येक वर्ष आयोजित

किए जाते हैं। विभिन्न राज्य इस राष्ट्रीय उद्योग अभिसमय को आयोजित करने के लिए एक-दूसरे के साथ होड़ करते हैं।

17.5.1 आईएटीओ के लक्ष्य और उद्देश्य

इंडियन एसोसिएशन ऑफ टूर ऑपरेटर्स की स्थापना अंतिम लाभ के लिए अन्तरराष्ट्रीय समझ और सद्भावना को प्रोत्साहित करने हेतु सामान्य हित में की गयी है। एसोसिएशन की समस्त आय का उपयोग आईएटीओ के लक्ष्यों और उद्देश्यों को बढ़ावा देने की दिशा में किया जाएगा। संगठन के लक्ष्य और उद्देश्य इस प्रकार हैं :

1. राष्ट्रीय एकता, अन्तरराष्ट्रीय कल्याण और सद्भावना को प्रोत्साहित करना।
2. देश भर में पर्यटन के विकास को बढ़ावा देने, प्रोत्साहित करने और सहायता करने तथा पर्यटन व्यापार के कल्याण को हर प्रकार से सुरक्षित करने के लिए पहल करने के लिए सभी कदम उठाना।
3. भारत में वाणिज्य मण्डलों, अन्य मर्केटाइल और सार्वजनिक निकायों, सरकारी विभागों या समितियों, अन्तरराष्ट्रीय हवाई यातायात संघ और विभिन्न विदेशी और स्थानीय संघों के साथ संचार करना तथा यात्रा व्यापार के हित में सहयोग, कम्पनियों और सरोकारों के साथ संवाद करने के लिए उपायों को बढ़ावा देना और उन पर कार्रवाई करने के लिए सदस्यों को मनोनीत करना।
4. टूर ऑपरेटर्स और ट्रेवल एजेंटों के बीच, उनकी सामान्य भलाई और लाभ से जुड़े सभी विषयों पर मैत्रीपूर्ण भावना को प्रोत्साहित करना और उन्हें बढ़ावा देना।
5. कार्यकारी समिति द्वारा इस प्रकार के प्रयोजन के लिए गठित की जाने वाली उप-समिति द्वारा निपटारे के लिए विवादों का उल्लेख करते हुए इस संघ के सदस्यों के विवादों को सौहार्द्रपूर्ण ढंग से निपटाने का प्रयास करना।
6. इस एसोसिएशन के सदस्यों के हितों को विदेशी टूर ऑपरेटर्स की कुप्रथाओं से बचाने का प्रयत्न करना।

7. उद्योग में उच्च नैतिक मानकों को स्थापित करना और उन्हें कायम रखना।
8. इस तरह के कल्याणकारी कार्यों को शुरू करना, जिन्हें सदस्य व्यक्तिगत रूप से नहीं ले सकते।
9. दूसरे देशों में भी मिलते-जुलते संगठनों से संबद्धता हासिल करना।
10. प्रजाति, रंग, पंथ या राष्ट्रीयता के भेदभाव के बिना; पर्यटन और यात्रा सुविधाओं का आनन्द लेने के लिए सभी आगन्तुकों के लिए समान अवसर को बढ़ावा देना।
11. विदेशों में विभिन्न एयरलाइनों और भारत सरकार के पर्यटन कार्यालयों और इसी तरह के अन्य संगठनों के साथ संयुक्त रूप से विदेशी प्रचार पर्यटन का आयोजन करना।
12. सेमिनारों, समूह चर्चाओं, अध्ययन के पाठ्यक्रम, सांस्कृतिक बैठकों के आयोजन में सहायता करना।
13. पर्यटन से सम्बन्धित गतिविधियों में उत्कृष्टता के लिए पुरस्कार स्थापित करना।
14. भारत में और भारत से बाहर भी, दोनों जगहों पर, पर्यटन और अन्तरराष्ट्रीय भ्रातृत्व के विकास के क्षेत्र में विशेष रूप से उच्च शिक्षा, अध्ययन और अनुसन्धान को आगे बढ़ाने के लिए छात्रवृत्ति द्वारा विद्यार्थियों की सहायता करना।
15. पहल करना और यह सुनिश्चित करना कि पर्यटन-व्यापारों से सम्बन्धित किसी भी सेवा को प्रभावित करने वाली समस्याएँ एसोसिएशन की मध्यस्थता के माध्यम से हल कर ली जाएँ, ऐसा न होने पर समस्याओं का निपटारा करने के लिए एसोसिएशन के सदस्यों की ओर से संयुक्त कानूनी कार्रवाई की जाए।
16. एसोसिएशन के सदस्यों की उपलब्धियों के बारे में नियमित रिपोर्ट प्रस्तुत करना और उपरोक्त विषयों के लिए सभी प्रासंगिक या अनुकूल कार्यों को सम्पन्न करना।
17. अपने सदस्यों के लाभ के लिए सूचना सामग्री को मुद्रित और प्रकाशित करना।

17.5.2 आईएटीओ की सदस्यता

कार्यकारी समिति में एसोसिएशन के सदस्य शामिल होंगे और इस समिति को एसोसिएशन के कार्यों का प्रबन्धन सौंपा जाएगा। कार्यकारी समिति के न्यूनतम सदस्य 15 और अधिकतम 17 होंगे और इसमें सक्रिय सदस्यों में से सात पदाधिकारी शामिल होंगे - अध्यक्ष, वरिष्ठ उपाध्यक्ष, उपाध्यक्ष, माननीय सचिव, माननीय संयुक्त सचिव, माननीय कोषाध्यक्ष, तुरन्त पूर्व के अध्यक्ष।

एसोसिएशन की सदस्यता में शामिल होंगे :

- (a) **सक्रिय सदस्य** : एक फर्म या कम्पनी जिसने भारत में व्यापार का एक स्थान स्थापित कर लिया है और पर्यटन विभाग द्वारा दो वर्ष की न्यूनतम अवधि के लिए इसे टूर ऑपरेटर/ट्रैवल एजेंट के रूप में मान्यता प्रदान कर दी गयी है, तथा एक वर्ष में पर्यटन और विदेशी मुद्रा आय को बढ़ावा देने की गतिविधि के प्रमुख हिस्से के रूप में इसे न्यूनतम 20,00,000 रुपये मिलते हैं, सक्रिय सदस्यता के लिए योग्य होगी, बशर्ते एक आवेदन किया गया हो और कार्यकारी समिति द्वारा इसे स्वीकार कर लिया गया हो। हालाँकि किसी फर्म या कम्पनी के केवल एक ही कार्यालय को एसोसिएशन के सक्रिय सदस्य के रूप में स्वीकार किया जाएगा।
- (b) **एसोसिएट सदस्य** : किसी सक्रिय या सम्बद्ध सदस्य के विदेशी कार्यालयों सहित कोई अन्य कार्यालय एसोसिएशन की एसोसिएट सदस्यता के लिए पात्र होगा। उन्हें एसोसिएशन की कार्यवाही में मतदान करने का कोई अधिकार नहीं होगा।
- (c) **संबद्ध (एलाइड) सदस्य** : कोई भी फर्म या कम्पनी, जो नियमित रूप से पर्यटन और यात्रा उद्योग; जैसे वाहक कम्पनियों, होटल मालिकों, रेस्तराँओं, भ्रमण एजेंटों, परिवहन ठेकेदारों, अग्रेषित और समाशोधन एजेंटों, शिपिंग कम्पनियों, राज्य पर्यटन निगमों/संगठनों, होटल विपणन प्रतिनिधियों/एजेंसियों, व्यापार प्रकाशनों और कोई विदेशी फर्म/कम्पनी/निगम/संगठन; से संलग्न या सम्बद्ध है, वह सम्बद्ध सदस्य के रूप में सदस्यता के लिए पात्र होगा। सम्बद्ध सदस्यों को संघ की गतिविधियों में भाग लेने का अधिकार होगा किन्तु मतदान करने का अधिकार नहीं होगा। कार्यकारी समिति

में सम्बद्ध सदस्यों का प्रतिनिधित्व पद धारित करने वाले लोगों द्वारा किए गए नामांकन के आधार पर होगा। पद धारित करने वाले ये लोग विभिन्न राष्ट्रीय व्यापार संघों से होंगे जो आईएटीओ की कार्यकारी सदस्यता के साथ अपने संघ के आधार पर सदस्यता का आदान-प्रदान करेंगे।

(d) **अन्तर्राष्ट्रीय सदस्य** : कोई भी अन्तर्राष्ट्रीय फर्म या कम्पनी जो पर्यटन और यात्रा उद्योग से जुड़ी हुई है या संलग्न है, एसोसिएशन के सहयोगी सदस्यों के रूप में सदस्यता के लिए पात्र होगी। ऐसे सदस्यों को संघ की गतिविधियों में भाग लेने का अधिकार होगा, किन्तु मत देने का नहीं।

(e) **मानद सदस्य** : कार्यकारी समिति उन व्यक्तियों को आमन्त्रित कर सकती है जो हॉल ऑफ फेम पुरस्कार विजेता हैं और समाज के प्रतिष्ठित सदस्य हैं और/या जिन्होंने संघ के मानद सदस्य बनने के लिए राष्ट्रीय या अन्तरराष्ट्रीय क्षेत्र में पर्यटन और यात्रा उद्योग की सेवाओं के लिए अपनी सेवाओं द्वारा स्वयं को प्रतिष्ठित किया है। कार्यकारिणी समिति के सभी सदस्यों द्वारा सर्वसम्मति से मतदान करके ऐसे सदस्यों को एसोसिएशन में आमन्त्रित किया जाएगा।

कार्यकारी समिति किसी भी समय सदस्यों के विभिन्न वर्ग बना सकती है और प्रवेश शुल्क और सदस्यता तय कर सकती है, और उनके सम्बन्धित अधिकारों और विशेषाधिकारों को परिभाषित कर सकती है। कार्यकारी समिति के पास प्रवेश शुल्क/सदस्यता शुल्क के भुगतान को वितरित करने का अधिकार होगा, यदि वह ऐसा करना उचित समझे। सभी मामलों में कार्यकारी समिति का निर्णय अन्तिम होगा।

17.5.3 आईएटीओ के अल्पकालिक और दीर्घकालिक एजेण्डे

एक संगठन के रूप में आईएटीओ के पास कुछ अल्पावधि और दीर्घकालिक एजेंडे हैं, जिन्हें उसे प्राप्त करना है। ये अल्पकालिक और दीर्घकालिक, दोनों प्रकार के एजेंडे हैं, और नीचे इन पर चर्चा की गयी है :

1. आईएटीओ का अल्पकालिक एजेण्डा

- अधिक दक्षता और त्वरित संचार सुनिश्चित करने के लिए आईएटीओ सचिवालय का उन्नयन करना।
- डेटा और सूचनाओं के साथ आईएटीओ वेबसाइट का पुनःसृजन, रोजमर्रा के आधार पर अद्यतनीकरण।
- नियमित संवादों के माध्यम से आईएटीओ सदस्यों को एकजुट करना और, किसी कम्पनी के आकार पर ध्यान दिए बिना, सदस्यों के द्वारा अधिक भागीदारी का सृजन करना।
- आईएटीओ समाचार पत्र को प्रभावी ढंग से उद्योग के समाचार और विचारों को कवर करने के लिए पुनर्व्यवस्थित करना।
- दीर्घकालिक प्रगति को सुगम बनाने और उस पर ध्यान केंद्रित करने के लिए संचालन समिति का तत्काल गठन करना।
- निर्णयों की कुशल और समय पर हैंडलिंग के लिए आईएटीओ सचिवालय का पुनर्विन्यास करना, जबकि कमाण्ड सिस्टम की दूसरी पंक्ति को सही जगह स्थापित कर रखा गया हो।
- सही सूचनाओं और सहायता के साथ सदस्यों की सुविधा के लिए अन्तरराष्ट्रीय हवाई अड्डों पर 24 घण्टे हेल्पलाइन।

2. आईएटीओ का दीर्घकालिक एजेण्डा

- एक साझा मंच और कार्रवाई कार्यक्रम को एक साथ रखकर पूरे उद्योग के भीतर विभिन्न हितों का प्रतिनिधित्व करने वाले विभिन्न संघों को एकजुट करना।

- नए कानून बनाने से पहले सरकार के साथ निर्णय लेने में त्वरित भागीदारी सुनिश्चित करने, नीतियों में संशोधन और/या अन्यथा सरकार के साथ निर्णय लेने में त्वरित भागीदारी सुनिश्चित करने के लिए सरकार के साथ एक मजबूत लॉबीइंग करना।
- सम्पूर्ण विश्व में अन्तरराष्ट्रीय पर्यटन निकायों और संघों के साथ तेजी से सम्पर्क, समन्वय और आदान-प्रदान, और जीओआईटीओ (GOITO) के वैश्विक कार्यालयों के साथ एक नियमित बातचीत स्थापित करना।
- राज्य स्तर के ऐसे नौकरशाहों और राजनेताओं को आजीवन सदस्यता प्रदान करना, जो पर्यटन की बेहतरी के लिए प्रयास में शामिल रहे हैं, ताकि प्रभावी समर्थन सुनिश्चित किया जा सके और लॉबी को ताकत मिल सके।
 - लघु और बड़े पैमाने पर पर्यटन परियोजनाओं के लिए ऋण देने के लिए प्रमुख वित्तीय संस्थानों के साथ व्यवस्था स्थापित करना।
 - हमारे सदस्यों और/या देश के भीतर व्यावासायिक यात्राएँ करने वाली आईएटीओ टीमों के लिए निश्चित छूट से युक्त किराये की पेशकश के लिए घरेलू एयरलाइनों के साथ विशेष कोटे की व्यवस्था करना।
 - गाइड, उद्यमियों, युवाओं, अन्य लोगों के पेशेवर प्रशिक्षण की सुविधा के लिए एक आईएटीओ स्कूल ऑफ टूरिज्म एण्ड क्लब की स्थापना करना ताकि भूमि आबण्टन की व्यवस्था की जा सके और इसके लिए धनराशि जुटाई जा सके।
 - विदेशी एजेण्टों/बाजारों/निधियों की प्राप्ति आदि के विरुद्ध सदस्यों के आन्तरिक हितों की रक्षा के लिए एक उचित कानूनी प्रकोष्ठ का गठन करना।
 - रणनीतिक रूप से वैश्विक आधार पर आईएटीओ के लोगो (logo) को बढ़ावा देना, विशिष्ट जनसम्पर्क और अन्य सतत प्रयासों के माध्यम से अपनी पहचान और शक्ति-मूल्य को मजबूती से स्थापित करना।
 - पर्यटन और/अथवा इसके प्रभावों की ओर बहुत गम्भीर ध्यान दिलाने के लिए, प्रधानमन्त्री कार्यालय के साथ संचार के एक माध्यम को धीरे-धीरे खोलना और स्थापित करना।
 - सचिवालय में एक आईएटीओ सन्दर्भ-डेटा पुस्तकालय को उपलब्ध कराना, जिसमें शामिल हो (क) विपणन डेटा, विपणन की प्रवृत्तियाँ (ख) व्यापार मेलों और

प्रदर्शनियों की तारीख, (ग) विदेश यात्रा के लिए रसद, अनुशंसित होटल, रेलगाड़ियाँ, विशेष सुझाव, स्थानीय खर्च के बजट, सहायता टेलीफोन नम्बर।

- वीजा मंजूरी और पासपोर्ट सेवाओं के लिए आईएटीओ की सिफारिशों को स्वीकारने के लिए तैयार करना।
- उपभोक्ता संरक्षण कानून के विरुद्ध सुरक्षा के लिए विशेष प्रकार का बीमा कवरेज।
- भारत के विभिन्न भागों में अन्तर्राष्ट्रीय हवाई अड्डों के विकास को ध्यान में रखते हुए अलग-अलग गन्तव्य के विपणन को पूरी तरह से प्रोत्साहित करने हेतु अधिक स्वतन्त्र कार्यकरण के लिए आईएटीओ के क्षेत्रीय अध्यायों का पुनःसक्रियकरण करना।
- आप्रवासन (इमिग्रेशंस) में पहुँचने पर सभी देशों के पर्यटकों को तत्काल सटीक सामान्य सूचना/सन्दर्भ/सहायता प्रदान करने के लिए आईएटीओ और प्रमुख सूचनाओं को कवर करने वाली कॉम्पैक्ट आईएटीओ इंडिया आगमन पुस्तिका का मुद्रण करना।

17.6 टीएएआई : ट्रैवेल एजेण्ट्स एसोसिएशन ऑफ इण्डिया

ट्रैवेल एजेण्ट्स एसोसिएशन ऑफ इण्डिया (TAAI) का गठन, भारतीय स्वतन्त्रता-प्राप्ति के चार वर्ष पश्चात, वर्ष 1951 के अन्त में किया गया था। इसका गठन बारह ऐसे प्रमुख ट्रैवेल एजेण्टों के एक समूह द्वारा किया गया था, जिन्होंने यह महसूस किया था कि संगठित लाइनों के साथ और ठोस व्यापार सिद्धान्तों के अनुसार भारत में यात्रा उद्योग को विनियमित करने के लिए एक संघ बनाने का समय आ गया है। यह गुणवत्ता में वृद्धि और उद्योग के विकास का समर्थन करने की क्षमता के साथ सबसे प्रभावी ढंग से जारी है। टीएएआई (TAAI) भारत का प्रमुख, नोडल, सबसे बड़ा एवं सबसे पुराना यात्रा और पर्यटन संघ है।

टीएएआई का प्राथमिक उद्देश्य इस प्रकार है :

- उद्योग में संलग्न लोगों के हितों की रक्षा करना,
- इसकी व्यवस्थित संवृद्धि और विकास को प्रोत्साहित करना; और
- बेईमान और विश्वसनीय ऑपरेटरों द्वारा शोषण से यात्रा करने वाली जनता की रक्षा करना।

बारह सदस्यों के साथ विनम्र तरीके से प्रारम्भ हुए टीएएआई में इस समय लगभग ढाई हजार सदस्य हैं, जिनमें शामिल हैं : सक्रिय, एसोसिएट, एलाइड, सरकारी और गैर-निवासी सदस्य। इस प्रकार टीएएआई ने एक लम्बी यात्रा तय कर ली है।

टीएएआई का मिशन यह है कि यह हमारे देश की यात्रा से सम्बन्धित गतिविधि में पेशेवर, नैतिक और गतिशील सभी चीजों का प्रतिनिधित्व करता है। टीएएआई को भारत में यात्रा और पर्यटन की आवाज के रूप में मान्यता दी गई है। टीएएआई के लक्ष्य और उद्देश्य इस प्रकार हैं:

- टीएएआई यात्रा करने वाली जनता के हित के प्रति सचेत है और यात्रा व्यापार के भीतर उच्च नैतिक मानकों को बनाए रखता है।
- टीएएआई का लक्ष्य उद्योग में सेवा और व्यावसायिकता के मानक में लगातार सुधार करके भारत में यात्रा और पर्यटन उद्योग का विकास करना है ताकि भारत के भीतर के और विदेशों के यात्रियों और पर्यटकों की आवश्यकताओं को पूरा किया जा सके।
- टीएएआई, अपने सदस्यों के बीच यात्रा और पर्यटन उद्योग के विभिन्न क्षेत्रों में पारस्परिक सहयोग को बढ़ावा देते हुए, एक समग्र इकाई की तरह इस उद्योग की ठोस प्रगति और विकास में योगदान देने में संलग्न है।

टीएएआई के सदस्यों में लगभग 2500 प्रमुख भारतीय पर्यटन कम्पनियाँ शामिल हैं। टीएएआई अपने सदस्यों को टीएएआई की 20 क्षेत्रीय इकाइयों से लगातार मार्गदर्शन दिलाता है। यह टीएएआई और इसके नेतृत्व के विकास के लिए अद्भुत है। प्रत्येक इकाई के पास प्रभावी ढंग

से प्रशासन के लिए एक निर्वाचित अध्यक्ष, सचिव और कोषाध्यक्ष होते हैं। सदस्य एजेंसियों को नियमित रूप से बैठक करने का अवसर प्राप्त होता है। टीएएआई रोड शो; प्रस्तुतियों; उद्योग अपडेट पर बातचीत का सर्वाधिक प्रभावी ढंग से समर्थन करता है।

17.6.1 टीएएआई की गतिविधियाँ

टीएएआई सक्रिय रूप से एयरलाइनों और आईएटीए के साथ जुड़ा हुआ है। आईएटीए की एपीजेसी (एजेंसी प्रोग्राम ज्वाइंट काउंसिल) के सदस्य के रूप में, टीएएआई एयरलाइन व्यवहारों के मामलों पर बहस करता है। टीएएआई की सक्रिय एयरलाइंस काउंसिल टीएएआई को घरेलू और अन्तरराष्ट्रीय एयरलाइंस से जोड़ती है। टीएएआई भारत सरकार के पर्यटन मन्त्रालय के साथ भी मिलकर कार्य करता है। टीएएआई सरकार द्वारा बुलाई गयी पर्यटन बैठकों में सक्रिय रूप से भाग लेता है। टीएएआई भारत के राज्य पर्यटन बोर्डों के साथ सक्रिय रूप से सम्बद्ध है। टीएएआई के पास एक विशाल सदस्यता है जो सक्रिय रूप से कई उद्योग वर्टिकल्स में शामिल है, और इस प्रकार इसका ध्यान इनको प्रभावी ढंग से बढ़ावा देना तथा अवसरों के साथ सदस्यों को जोड़ देना है।

गन्तव्य-प्रोत्साहन (डेस्टिनेशन प्रमोशन) पर टीएएआई की मजबूत पकड़ रही है। पर्यटन मन्त्रालयों और सरकारों; राष्ट्रीय पर्यटन प्राधिकरणों और बोर्डों के साथ टीएएआई का जुड़ाव काफी गहरा है। द्विपक्षीय पर्यटन के प्रोत्साहन हेतु टीएएआई के पास 25 से अधिक देशों के साथ समझौता ज्ञापन (एमओयू) विद्यमान हैं ताकि इन देशों में आउटबाउण्ड को बढ़ावा दिया जा सके। टीएएआई, गन्तव्य या आकर्षण को प्रभावी ढंग से भारत भर में अच्छी तरह से प्रोत्साहित करने हेतु, किसी भी देश के लिए एकल बिन्दु सम्पर्क (वन प्वाइंट कॉण्टैक्ट) है। टीएएआई की कुछ अन्य गतिविधियों का उल्लेख नीचे किया गया है :

1. टीएआई विचारों और अनुभवों की अन्तर्क्रिया के लिए एक शक्तिशाली मंच के रूप में कार्य करता है।
2. टीएआई उद्योग में यात्रा और पर्यटन के विकास को बढ़ावा देने, उसे कायम रखने और प्रोत्साहित करने में सहायता करता है।
3. टीएआई सम्मेलनों और सेमिनारों के माध्यम से आने वाले कल की चुनौतियों का सामना करने के लिए सदस्यों को शिक्षित और सुसज्जित करता है।
4. टीएआई देश में नियन्त्रण और नियामक प्राधिकरणों ध्यान आकृष्ट करता है और उनके साथ उद्योग की समस्याओं पर चर्चा करता है तथा अपने सदस्यों की उत्तरजीविता और बेहतरी के लिए कार्य करता है।
5. टीएआई वैश्विक निकायों के साथ घनिष्ठ सम्पर्क रखता है और देश के यात्रा और पर्यटन उद्योग को प्रभावित करने वाले मामलों का प्रतिनिधित्व करता है।
6. टीएआई यात्रा और पर्यटन के बारे में उपयोगी जानकारी एकत्रित करता है और उनके मार्गदर्शन के लिए अपने सदस्यों तक इस जानकारी का प्रसार करता है।
7. टीएआई यात्रा उद्योग के विभिन्न क्षेत्रों के बीच बेहतर समझ विकसित करने में सहायता करता है और विभिन्न श्रेणियों के अन्तर्गत सदस्यता की पेशकश करके उन्हें अपने साथ लाता है।
8. टीएआई अपने सदस्यों के बीच बन्धुत्व को बढ़ावा देता है।
9. टीएआई ने पड़ोसी देशों और दुनिया भर के विभिन्न ट्रेवल एजेंट संघों के साथ कई समझौता ज्ञापनों (एमओयू) पर हस्ताक्षर किए हैं।

17.6.2 टीएआई के समारोह

टीएआई अभिसमय (इण्डियन ट्रेवल कांग्रेस) टीएआई का एक वार्षिक समारोह है, जो गन्तव्य पर निर्भर करते हुए, 800 से 1400 प्रतिनिधियों को इस वैश्विक उद्योग में लाता है। इन समारोहों के पास अनेक चीजों के लिए उत्कृष्ट अवसर मौजूद होते हैं, जैसे नेटवर्क

स्थापित करना, अद्यतन होना, प्रोत्साहित करना या खरीदना और सर्वाधिक महत्वपूर्ण यह कि ज्ञान-प्राप्ति के सत्रों के माध्यम से सीखी गयी चीजों को घर ले जाना। टीएएआई भारत सहित सम्पूर्ण विश्व में इन समारोहों का आयोजन करता है।

टीएएआई की बिजनेस-टू-बिजनेस (B2B) प्रदर्शनी, आईटीटीई (ITTE); भारत यात्रा और पर्यटन एक्सपो भी बहुत लोकप्रिय हैं जो टीएएआई के अभिसमयों में वैश्विक विक्रेताओं और क्रेताओं के लिए अवसर प्रदान करती हैं क्योंकि टीएएआई गन्तव्य विपणन को बढ़ावा देने में माहिर है। उद्योगकर्मियों के लिए यात्रा विशेषज्ञ कार्यक्रमों का आयोजन करने के लिए टीएएआई पर्यटन बोर्डों के साथ साझेदारी करता है। यह टीएएआई की कौशल विकास पहलों के एक हिस्से के रूप में होता है।

टीएएआई के लिए एक और महत्वपूर्ण गतिविधि दूतावासों, वाणिज्य दूतावासों और उच्चायोगों के साथ निकटता से सम्बद्ध होना है। टीएएआई अपनी उन गतिविधियों के लिए अच्छी तरह से जाना जाता है जो वीजा आवेदनों में अपने ग्राहकों की प्रभावी सहायता करने के लिए ट्रैवल एजेंसियों में कर्मियों का समर्थन करती हैं। टीएएआई ने दूतावासों, वाणिज्य दूतावासों, उच्चायोगों और वीएफएस के साथ साझेदारी करके वीजा मामलों को पेशेवर बनाने के विषय पर अनेक कौशल विकास कार्यशालाओं का आयोजन किया है। यह टीएएआई की सतत रूप से जारी रहने वाली एक गतिविधि है।

टीएएआई को भारत सरकार द्वारा होटल वर्गीकरण की गतिविधि में सहायता करने के लिए भी मान्यता प्राप्त है। टीएएआई का प्रतिनिधि उस पैनल पर है, जो स्टार के दर्जे की माँग करने वाले होटलों को प्रमाणित करने के लिए दौरा करता है। टीएएआई को विमानपत्तन के सलाहकार बोर्डों में भी मान्यता प्राप्त है और टीएएआई के अनेक अध्यक्ष विमानपत्तन सलाहकार बोर्ड के सदस्य हैं।

टीएएआई पर्यटन में शिक्षा को बढ़ावा देने के लिए शैक्षिक पहलों के साथ सम्बद्ध है। टीएएआई ने ऐसे अनेक विश्वविद्यालयों, महाविद्यालयों और शैक्षिक संस्थानों के साथ भागीदारी की है;

जो एमबीए (ट्रैवल एंड टूरिज्म) पाठ्यक्रमों सहित पर्यटन और प्रबन्धन में स्नातक की पेशक करते हैं।

टीएएआई की गतिविधि के क्षेत्र विमानन; पर्यटन - आउटबाउण्ड और इनबाउण्ड; एमआईसीई - इनबाउण्ड और आउटबाउण्ड; साहसिक पर्यटन; खेल पर्यटन; शिक्षा आदि तक विस्तृत और व्याप्त हैं। सदस्य इन सभी गतिविधियों में शामिल हैं और इस सर्वाधिक बढ़ते उद्योग को नेतृत्व प्रदान करने के लिए भारत में इसके समान शक्तिशाली और विस्तृत कोई अन्य यात्रा और पर्यटन संघ नहीं मौजूद है। टीएएआई समय के साथ-साथ विकसित हुआ है और इस प्रकार से आगे बढ़ने के लिए उत्सुक है कि वैश्विक स्तर पर ठोस भागीदारी की जा सके।

अपनी प्रगति को जाँचिए - 2

1) आईएटीओ के लिए अल्पकालिक और दीर्घकालिक एजेंडों की क्या आवश्यकता है?

इन दोनों एजेण्डों में क्या अन्तर हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2) टीएएआई द्वारा आयोजित समारोहों के महत्व पर चर्चा करें।

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

17.7 सारांश

पर्यटन संगठनों को अपनी भूमिका निभानी है, चाहे ये संगठन स्थानीय हों, राष्ट्रीय हों या अन्तरराष्ट्रीय हों। राज्य/केंद्र शासित प्रदेश सरकारों के प्रयासों में समन्वय करने और उनका पूरक बनने, निजी निवेश को उत्प्रेरित करने, प्रचार और विपणन प्रयासों को मजबूत करने और प्रशिक्षित जनशक्ति संसाधन उपलब्ध कराने में इसकी महत्वपूर्ण भूमिका है। यह अक्सर संगठनों के अधिकारों के लिए लड़ता है तथा जनमत और सरकारों को प्रभावित करता है। एक स्वस्थ पर्यटन उद्योग के लिए पर्यटन संगठनों को एक प्रभावशाली भूमिका निभानी है क्योंकि वे पर्यटन उद्योग की आवाज हैं और किसी देश और क्षेत्र में पर्यटन के विकास के लिए महत्वपूर्ण हैं।

17.8 अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास के लिए संकेत

अपनी प्रगति को जाँचिए - 1

1. अनुभाग 17.2 देखें और अपने उत्तर की रचना करें।
2. अनुभाग 17.3.2 देखें और अपने उत्तर की रचना करें।
3. अनुभाग 17.4.3 देखें और अपने उत्तर की रचना करें।

अपनी प्रगति को जाँचिए - 2

1. अपने उत्तर की रचना करने के लिए अनुभाग 7.5.3 देखें।
2. अपने उत्तर की रचना करने के लिए अनुभाग 7.6.2 देखें।

17.9 अतिरिक्त अध्ययन सामग्री

IATO - <https://iato.in/pages/view/9>

TAAI - <https://www.travelagentsofindia.com/>

UNWTO - <https://www.unwto.org/>

UNWTO -

https://en.wikipedia.org/wiki/World_Tourism_Organization

IATA - <https://www.iata.org/Pages/default.aspx>

IATA -

https://en.wikipedia.org/wiki/International_Air_Transport_Association

17.10 गतिविधियाँ

गतिविधि - I

अपने शहर/राज्य में कुछ पर्यटन संगठनों का पता लगाने की कोशिश कीजिए और उनकी गतिविधियों के बारे में जानकारी एकत्रित कीजिए।

गतिविधि - II

यूएनडब्ल्यूटीओ द्वारा विश्व पर्यटन दिवस के लिए इस वर्ष तय किए गए विषय के आधार पर अपने सहपाठियों के साथ एक छोटी-सी गतिविधि/समारोह का आयोजन करने का प्रयास कीजिए।

.....

.....

अनुवादक :

श्री प्रांजल धर

कवि, मीडिया विश्लेषक और अनुवादक

जी-22, एन.पी.एल. कॉलोनी

न्यू राजेन्द्र नगर, नई दिल्ली - 110060

.....

.....

इकाई 18 पर्यटन सेवा संगठन

संरचना

- 18.0 उद्देश्य
- 18.1 प्रस्तावना
- 18.2 मानकीकरण को समझना
 - 18.2.1 मानकीकरण के लिए मुख्य मानदण्ड
 - 18.2.2 मानकीकरण के अनुकूल परिस्थितियाँ (advantages)
 - 18.2.3 मानकीकरण के लाभ (benefits)
 - 18.2.4 मानकीकरण के संगठन - एक परिचय
 - 18.2.5 मानकीकरण का खतरा
- 18.3 पर्यटन उद्योग में मानकीकरण
 - 18.3.1 पर्यटन और सम्बन्धित सेवाओं के लिए आईएसओ/टीसी 228
 - 18.3.2 आईएसओ/टीसी 228 की संरचना और सक्रिय कार्य समूह
 - 18.3.3 आईएसओ/टीसी 228 के लाभ
- 18.4 आवास क्षेत्रक और मानकीकरण
 - 18.4.1 होटलों की श्रृंखला
 - 18.4.2 होटल-श्रृंखलाओं के लाभ और हानियाँ
- 18.5 कूज पर्यटन में मानकीकरण
 - 18.5.1 कूज लाइंस इण्टरनेशनल एसोसिएशन (CLIA)
- 18.6 सारांश
- 18.7 अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास के संकेत
- 18.8 अतिरिक्त अध्ययन सामग्री
- 18.9 गतिविधियाँ

18.0 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के पश्चात आप इस योग्य हो जाएँगे कि आप :

- मानकीकरण की अवधारणा और पर्यटन उद्योग के लिए इसकी प्रासंगिकता को समझ सकें।
- मानकीकरण के मानदण्डों, अनुकूल परिस्थितियों, लाभों और जोखिमों का परीक्षण कर सकेंगे।
- पर्यटन और सम्बन्धित सेवाओं के लिए आईएसओ/टीसी 228 के सन्दर्भ में मानकीकरण के बारे में एक अन्तर्दृष्टि प्राप्त कर सकेंगे।
- आवास क्षेत्र में मानकीकरण की प्रक्रिया की पहचान कर सकेंगे
- यात्रा उद्योग में मानकीकरण के महत्व के बारे में जान सकेंगे; और
- कूज उद्योग में मानकीकरण के विभिन्न आयामों के बारे में जानकारी हासिल कर सकेंगे।

18.1 प्रस्तावना

यात्रा और पर्यटन उद्योग दुनिया के सबसे बड़े उद्योगों में से एक है और प्रत्येक वर्ष इसका विकसित होना जारी है। यह एक गतिशील उद्योग भी है और यह अनिवार्य रूप से कई क्षेत्रों का सम्मिश्रण है, जो अपने ग्राहकों को यात्रा-अनुभव की एक श्रृंखला उपलब्ध कराने के लिए एक साथ कार्य करते हैं। विभिन्न यात्रा और पर्यटन संगठन ग्राहकों की देखभाल

का बेहतर स्तर प्रदान करने के लिए एक साथ कार्य करते हैं। हितधारकों के बीच प्रतिस्पर्धा तीव्र है और इस प्रकार खिलाड़ियों को ऐसी रणनीतियाँ विकसित करनी पड़ती हैं जो ग्राहकों के लाभों और लागतों के बीच सन्तुलन स्थापित कर सकें और इसके बाद प्रतिस्पर्धी बढ़त भी हासिल कर सकें। इसके कारण कई बार संगठन, जो वे उपलब्ध करा सकते हैं, उससे अधिक उपलब्ध कराने का वादा करके अपने ग्राहकों को इस भावना से ग्रस्त कर देते हैं कि वे ग्राहक ठग लिए गए हैं। उद्योग के सामने एक और चुनौती इसमें शामिल कई क्षेत्रों के कारण उत्पन्न होती है जिन्हें पूर्ण पर्यटन पैकेज प्रदान करने के लिए मिल-जुलकर कार्य करना पड़ता है। अक्सर किसी एक क्षेत्र में ग्राहकों की उम्मीदों को पूरा करने में विफलता, इसमें शामिल अन्य सभी क्षेत्रों को बदनाम कर दिया करती है। उदाहरण के लिए, कोई टूर ऑपरेटर परिवहन, आतिथ्य, खाद्य उद्योग आदि के साथ की गई वार्ताओं और सहयोग के बाद एक टूर पैकेज का निर्माण करता है। यदि किसी निश्चित गन्तव्य पर पैकेज में शामिल होटल ग्राहक के अपेक्षित मानक पर खरा नहीं उतरता है, तो इससे टूर ऑपरेटर की विश्वसनीयता को नुकसान पहुँचता है और यह महत्वपूर्ण व्यवसाय हाथ से बाहर निकल सकता है।

इन चुनौतियों से निपटने के लिए, ग्राहकों के हितों की सुरक्षा करने और विश्वसनीयता पैदा करने के लिए, हितधारकों को इस प्रकार सेवाओं के मानकीकरण का सृजन करना होगा। मानकीकरण के माध्यम से, अलग-अलग विशेषताओं और संरचनाओं से युक्त समान सेवाएँ तुलनीय हो जाती हैं। सेवाओं का मानकीकरण विश्वसनीयता, प्रभावशीलता, विश्वास और बेहतर आर्थिक दक्षता को भी बढ़ावा देता है। सबसे महत्वपूर्ण तो यह है कि यह सेवा प्राप्तकर्ता को लाभ पहुँचाती है। मानक पारदर्शिता में - और इसलिए सेवाओं की तुलनीयता में - योगदान देते हैं। जब गुणवत्ता का मूल्यांकन किया जा सकता हो, तो सेवाओं की तुलना एक-दूसरे के साथ की जा सकती है और उनका मूल्यांकन किया जा सकता है (गौब, 2007)।

मानकीकरण प्रमुख क्षेत्रीय और वैश्विक बाजारों तक पहुँच को सुलभ बनाकर आर्थिक लाभ उत्पन्न करता है। यह ग्राहकों के खरीदारी करने से जुड़े निर्णयों का भी समर्थन करता है। सेवा क्षेत्र के लिए इस अनुभव का बड़ा महत्व है। सेवाओं के मानकीकरण से सेवाओं के

उत्पादन में सुधार हो सकता है। यह सुरक्षा को प्रोत्साहित करेगा और स्वास्थ्य, पर्यावरण और उपभोक्ताओं की रक्षा करेगा। मानक नवाचारी सेवाओं की व्यवहार्यता और व्यावहारिकता का तेजी से परीक्षण कराने में भी सक्षम हो सकते हैं। ग्राहक और सेवा-प्राप्तकर्ता कम जोखिम, अधिक पारदर्शिता और सम्बन्धित उच्च स्तर की तुलनीयता का लाभ उठा सकते हैं।

18.2 मानकीकरण को समझना

मानकीकरण का अर्थ है उन समझौतों का एक ऐसा ढाँचा, जिसका पालन किसी उद्योग या संगठन के सभी प्रासंगिक पक्षों द्वारा यह सुनिश्चित करने के लिए किया जाना चाहिए कि अच्छी सेवा के सृजन या निष्पादन से जुड़ी सभी प्रक्रियाएँ निर्धारित दिशानिर्देशों के भीतर ही की जा रही हैं। ऐसा यह सुनिश्चित करने के लिए किया जाता है कि अन्तिम उत्पाद में सुसंगत गुणवत्ता विद्यमान है, और निकाला गया कोई भी निष्कर्ष उसी वर्ग की अन्य सभी समतुल्य मदों के साथ तुलनीय हो। मानकीकरण सर्वोत्तम प्रथाओं को समन्वित करने और जटिल समस्या पर काम करने वाले व्यक्तियों और समूहों के बीच प्रभावी समन्वय को सुगम बनाने का अवसर प्रदान कर सकता है (लैम्ब और अन्य, 2007)। मानकीकरण उन विकल्पों का उन्मूलन करना है जो अक्षम होते हैं और संघर्ष के लिए अनुकूल होते हैं।

एक मानक मात्रा, भार, सीमा, मूल्य, या गुणवत्ता के मापन के लिए किसी प्राधिकरण द्वारा स्थापित किया गया एक नियम या आदर्श है (मेरियम-वेबस्टर शब्दकोश 2014)। संक्षेप में, एक मानक यह परिभाषित करता है कि किस काम को करना चाहिए या किस काम का निष्पादन करना चाहिए। मानक किसी विशेष सामग्री, उत्पाद, प्रक्रिया या सेवा के विनिर्माताओं, उपभोक्ताओं और नियामकों जैसे सभी इच्छुक पक्षों को एक साथ लाकर बनाए जाते हैं। मानकीकरण से सभी पक्षकारों को बड़ी हुई उत्पाद सुरक्षा और गुणवत्ता के

साथ-साथ लेन-देन की कम लागत और कीमतों के जरिये से लाभ प्राप्त होता है (मानकों के लिए यूरोपीय समिति 2009)।

भूमण्डलीकरण एक अटल घटना प्रतीत होती है। वैश्वीकरण ने संगठनों के भीतर इस बात की बढ़ती हुई आवश्यकता उत्पन्न कर दी है कि वे कठोर परिभाषाओं, प्रमुख निष्पादन सूचकांकों (केपीआई'ज़) और प्रक्रियाओं को स्थापित करें। कोई लचीला संगठन अपनी मूल सक्षमताओं पर केन्द्रित होता है और जरूरत पड़ने पर रणनीतिक भागीदारों से मदद माँगता है। यदि संगठनों के भीतर उपलब्ध जानकारी मानकीकृत है तो अनुपूरक गतिविधियों का सम्पूर्ण विश्व में बहिर्घोषितन (आउटसोर्सिंग) करना बहुत आसान हो जाता है और इसमें शामिल जोखिम भी कम हो जाता है।

18.2.1 मानकीकरण के लिए मुख्य मानदण्ड

मानकीकरण के लिए मुख्य मानदण्ड इस प्रकार हैं :

- उन्नत सूचना और संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी),
- प्रौद्योगिकी का हस्तान्तरण,
- एक समान शब्दावली,
- आकार और आयाम समन्वित और अनुकूलित हैं,
- प्रक्रिया की विविधता घटी हुई है,
- प्रकार्यों की आवश्यकताएँ और विशेषताएँ निर्दिष्ट हैं।

18.2.2 मानकीकरण के लिए अनुकूल

परिस्थितियाँ

प्लैनन (एक वैश्विक सॉफ्टवेयर प्रदाता) में, उत्पाद प्रबन्धन के निदेशक डेविड स्टिलब्रोअर के अनुसार, किसी वैश्वीकृत अर्थव्यवस्था में काम करने वाले संगठनों के लिए मानकीकरण की मुख्य अनुकूल परिस्थितियाँ इस प्रकार हैं :

1. लेन-देन की लागत का कम होना :

जब संगठनों के भीतर और व्यावसायिक भागीदारों के बीच समान परिभाषाओं और डेटा प्रारूपों (मॉडल्स) का उपयोग किया जाता है, तो आन्तरिक और बाहरी, दोनों प्रकार की लेन-देन की लागत कम हो जाती है। यह लाभ लेन-देन के हर पहलू में स्पष्ट है, समझौते की व्यवस्था करने से लेकर अन्तिम निष्पादन पर आधारित समझौतों तक।

2. अधिक सुलभ जानकारी :

आँकड़ों का मानकीकरण सूचना को संलग्न सभी पक्षकारों के लिए अधिक सुलभ बनाता है, खासकर जब पूरे क्षेत्र में एक ही मानक का उपयोग किया जाता हो क्योंकि इससे आधार-निर्धारण यानी बेंचमार्किंग सम्भव हो जाती है। इससे पारदर्शिता को भी बढ़ावा मिलता है।

3. श्रृंखला में किसी भी कमजोर लिंक से बचना :

मानकीकरण के लिए विशिष्ट स्थितियों हेतु अधिक सामान्य दृष्टिकोण की भी आवश्यकता होती है। प्रक्रियाओं और सूचनाओं के मानकीकरण से, व्यक्तियों, विभागों या आपूर्तिकर्ताओं पर निर्भरता कम हो जाती है। यह समग्र श्रृंखला में संगठन को इन अलग-अलग घटकों द्वारा होने वाली गलतियों के सन्दर्भ में कम सुभेद्य बनाता है।

4. गुणवत्ता और प्रक्रियाओं में निश्चितता :

संगठनों को तब अधिक विश्वास होता है जब उनके विभाग और आपूर्तिकर्ता मान्यता प्राप्त मानकों का उपयोग करें। यह बाजार के अन्य खिलाड़ियों के विरुद्ध अधिक आसानी से तुलना करने के लिए प्रक्रियाओं और परिणामों को अधिक पारदर्शी

बनाता है।

5. **रणनीतिक और समकालिक साझेदारियों को बढ़ावा देना** : मानकों को संहिताबद्ध ज्ञान के रूप में देखा जा सकता है। हालांकि, एक मानक प्राप्त करने के लिए, सर्वोत्तम प्रथाओं को आम तौर पर क्षेत्र के विशेषज्ञों द्वारा स्वीकार किए जाने की आवश्यकता होती है। संगठन इस तालमेल से मूल्य उत्पन्न कर सकते हैं, क्योंकि ज्ञान का एक ऐसा विश्वसनीय स्रोत उत्पन्न होता है जो उन्हें अपने संगठनों के परिपक्वता-स्तर को बढ़ाने और भागीदारों के साथ अधिक आसानी से जुड़ने में सहायता कर सकता है।

18.2.3 मानकीकरण के लाभ

मानकीकरण के कुछ लाभ इस प्रकार हैं :

- **स्पष्टता में सुधार** - क्योंकि एक मानक प्रक्रिया कयास लगाने की या अतिरिक्त खोज करने की आवश्यकता को खत्म कर देगी। प्रक्रियाओं के प्रभावी मानकीकरण का तात्पर्य यह है कि किसी विशेष कार्य को, जो किसी स्पष्ट और मापनयोग्य अन्तिम परिणाम के पदों में सुपरिभाषित है, करने का एक सटीक तरीका मौजूद है।
- **गुणवत्ता की गारण्टी प्रदान करता है** - क्योंकि कार्य एक पूर्व-परिभाषित, अनुकूलित तरीके से किया जाता है।
- **उत्पादकता को बढ़ावा देता है** - क्योंकि आपके कर्मचारियों को प्रश्न पूछने के लिए इधर-उधर नहीं भटकना होगा और जवाबों के लिए इधर-उधर नहीं जाना होगा।
- **कर्मचारियों के मनोबल को ऊँचा उठाता है** - क्योंकि कर्मचारियों को प्रक्रिया में महारत हासिल होने के कारण और अपने कौशलों को समुन्नत करने के कारण गर्व का अहसास हो सकता है।
- **ग्राहक सेवा को परिपूर्ण बनाता है** - क्योंकि हर टिकट की देखरेख सर्वोत्तम तरीके

से की जाती है।

18.2.4 मानकीकरण के संगठन : एक परिचय

एक मानक संगठन, जिसे कभी-कभी मानक निकाय के रूप में जाना जाता है, दिए गए आवेदनों के लिए आधिकारिक मानकों का समर्थन करने के प्राधिकार से युक्त कोई संगठन है। बड़ी कम्पनियाँ मानकीकरण द्वारा परिचालन लागत को तर्कसंगत बनाने और देश की सीमाओं पर भी सेवाएँ प्रदान करने का प्रयास करती हैं। साझा सेवा संगठन (एसएसओ) इन उद्देश्यों के लिए एक अच्छा उपकरण हो सकता है।

साझा सेवा संगठनों का उपयोग करने के बहुत सारे लाभ होंगे। मानकीकृत और अधिक पारदर्शी प्रक्रियाएँ एक समूह के भीतर सेवाओं के अधिक केन्द्रीकृत नियन्त्रण और आबण्टन को सम्भव बनाती हैं। स्थानान्तरण से युक्त मूल्य निर्धारण के साथ साझा सेवा केन्द्रों का संचालन कम्पनी के भीतर बाजार के निकट वाली स्थिति को उत्पन्न करता है जो साझा सेवा केन्द्र की दक्षता को सुनिश्चित कर सकता है और गुणवत्तापरक सेवाओं के वितरण को बाध्य कर सकता है। इन संगठनात्मक समाधानों का एक और लाभ यह है कि सेवा केन्द्रों और ग्राहकों के बीच सहयोग पूरी कम्पनी को प्रभावित करता है। यह इस तरह के प्रबन्धन ढाँचे का निर्माण करता है जो संगठनात्मक पारदर्शिता को बढ़ाता है, उद्देश्य की रचना करता है तथा सटीक और मापन-निष्पादन की माँग करता है।

18.2.3 मानकीकरण का खतरा

गतिशील वातावरण में कठोर प्रक्रियाएँ नवीन परिस्थितियों के प्रति संगठन को सुधारने की योग्यता और उसे भुनाने की क्षमता पर रोक लगाती हैं। मानकीकरण प्रक्रियाओं को अनम्य

बना सकता है। इसलिए मानकीकरण की हानियों को पहचानना भी आवश्यक है। इन्हें इस प्रकार सूचीबद्ध किया जा सकता है :

1. अद्वितीयता की हानि :

यदि कोई कम्पनी किसी ऐसे ग्राहक आधार को निर्मित करती है, जो अपने अद्वितीय आला उत्पादों को महत्व देता हो, या यदि कम्पनी किसी विशेष बाजार में कार्य करती हो, तो इसकी प्रक्रियाओं का मानकीकरण करने का तात्पर्य यह हो सकता है कि यह अपने कुछ पूर्व ग्राहकों को खो दे। उदाहरण के लिए, यदि कोई रेस्तराँ एक विविधतापूर्ण और अनोखे मेन्यू (menu) के आधार पर अपनी प्रतिष्ठा निर्मित करता है, तो एक अधिक अपेक्षित ग्राहक अनुभव को उपलब्ध कराने के लिए मानकीकृत मेन्यू में किए जाने वाले परिवर्तनों के कारण इसके पूर्व-ग्राहक अधिक विविधता प्रदान करने वाले प्रतियोगियों को दोष दे सकते हैं।

2. अनुक्रियात्मकता की हानि : जब कोई कम्पनी नए बाजारों में विस्तार करती है, विशेष रूप से विदेशी बाजारों में, तो मानकीकरण फर्म के विरुद्ध कार्य कर सकता है। हालाँकि, थोक में अपने ट्रेडमार्क हैम्बर्गर खरीदने के लिए, यह किसी रेस्तराँ के लिए अधिक सस्ता हो सकता है, अगर यह एक नए बाजार में विस्तृत होता है, जहाँ लोग अक्सर ही चिकन खरीदते रहते हैं, तो इसके मानकीकरण के उपाय बाजार के प्रति अनुक्रिया करने की इसकी गति को बहुत धीमा कर सकते हैं और लागत को हासिल करना तक भी मुश्किल हो सकता है।

3. व्यवसाय के कुछ पहलुओं के लिए अनुपयुक्त होना :

मानकीकरण व्यापार के कुछ क्षेत्रों में लाभप्रद हो सकता है, जैसे उत्पादन, लेकिन किसी व्यवसाय के कुछ पहलुओं को ग्राहकों की आवश्यकताओं के अनुरूप होना चाहिए। ग्राहक सेवा, विज्ञापन, वितरण और उत्पादों के मूल्य निर्धारण को सफल होने के लिए स्थानीय बाजार की स्थितियों से प्रेरित होना चाहिए।

4. रचनात्मकता और अनुक्रिया के समय का गला घोटना :

मानकीकरण में यह क्षमता होती है कि वह विकार की स्थिति में किसी व्यवसाय को प्राप्त कर सके। एक बार लागू कर दिए जाने के बाद मानक शीघ्र ही

यथास्थिति बन जाते हैं और कॉर्पोरेट संस्कृति में आरोपित हो सकते हैं, उन्हें बदलना तब बहुत मुश्किल हो जाता है, जब बदलाव की आवश्यकता हो। हालाँकि, बाजार की स्थिति अक्सर बदलती रहती है, और जो कम्पनियाँ शीघ्र परिवर्तन कर सकती हैं, वे इसका लाभ लेने की सर्वोत्तम स्थिति में होती हैं। मानकीकरण रचनात्मकता को दबा भी सकता है, विशेष रूप से उत्पाद के डिजाइन के सन्दर्भ में।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 1

1. मानकीकरण से आप क्या समझते हैं? मानकीकरण के लिए मुख्य मानदण्डों को सूचीबद्ध करें।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. मानकीकरण के लिए अनूकूल परिस्थितियों और लाभों पर चर्चा करें।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....
.....
.....
.....

3. मानकीकरण से जुड़े विभिन्न खतरे क्या-क्या हैं?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

18.3 पर्यटन उद्योग में मानकीकरण

पर्यटन विभिन्न उत्पादों और गतिविधियों (या क्षेत्रकों) को पेश करता है, जिनमें आवास, खाद्य और पेय, व्यावसायिक सेवाएँ और अवकाश शामिल हैं लेकिन यह यहीं तक सीमित नहीं है (बॉवी और बटल, 2004, पृष्ठ 26)। पेशगी का यह मिश्रण वस्तुओं के रूप में उत्पादों के विरुद्ध अद्वितीयता और अन्तरों को प्रस्तुत करता है, न केवल किसी सेवा उत्पाद की सामान्य विशेषताओं के कारण, बल्कि इस कारण भी, जैसाकि लुम्सडन द्वारा वर्णित किया गया है : “पर्यटन गतिविधि निवास और कार्य के स्थल से दूर ही घटित होती है; गतिशीलता यहाँ अल्पकालिक और अस्थायी होती है; इसमें दैनन्दिन गतिविधियाँ शामिल होती हैं; इसमें समाज के लिए विचारणीय लाभ और हानियाँ शामिल हो सकती हैं” (लुम्सडन, 1999, पृष्ठ 4, 5)।

सन् 2017 के बाद अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटन का हिस्सा विश्व में सेवाओं के निर्यात का 30% है और साथ ही यह स्थानीय समुदायों को आर्थिक लाभ पहुँचाता है और वृहत्तर वैश्विक कनेक्टिविटी को प्रोत्साहित करता है। वास्तव में, अन्तरराष्ट्रीय पर्यटन में वृद्धि के साथ, अन्तरराष्ट्रीय मानक इतने अधिक महत्वपूर्ण हो जाएँगे, जितने पहले कभी नहीं थे। स्पेनिश पर्यटक गुणवत्ता संस्थान (आईसीटीई) के अध्यक्ष मिगुएल मिरोन्स के अनुसार, उद्योग को उन उपकरणों को देखना चाहिए जो सेवा और बुनियादी ढाँचे की गुणवत्ता पर ध्यान केन्द्रित करते हैं, जो कि पर्यटक अनुभव का एक महत्वपूर्ण घटक है। वे आगे सुझाव देते हैं कि पर्यटन उद्योग के भीतर धारणीयता तभी हासिल की जा सकती है जब उत्पादों और सेवाओं का विकास गुणवत्ता को ध्यान में रखते हुए किया गया हो।

पर्यटन में मानकीकरण और गुणवत्ता के विकास ने पिछले दशकों में महत्वपूर्ण प्रगति की है। मानकीकरण सामान्य मानदण्डों को एकजुट करने के लिए निर्देशित उपकरणों की खोज में राष्ट्रीय और अन्तरराष्ट्रीय दोनों स्तरों पर पर्यटन गतिविधियों तक पहुँच गया है, ताकि सेवाओं के प्रावधान में अधिक सजातीय परिणाम हासिल किए जा सकें और ग्राहक को आश्वस्त किया जा सके कि प्रदान की जाने वाली सेवा स्थापित आवश्यकताओं के अनुसार है। आजकल, एक क्षेत्र के रूप में, पर्यटन मानकों के प्रकाशन में तथा सार्वजनिक और निजी संगठनों को गुणवत्ता प्रमाणपत्र प्रदान करने में वृद्धि हुई है।

पिछले दशकों में, पर्यटन क्षेत्र में सर्वाधिक बार लागू किया जाने वाला अन्तरराष्ट्रीय मानक गुणवत्ता प्रबन्धन पर आईएसओ 9001 रहा है, क्योंकि यह एक सामान्य मानक है जिसे किसी संगठन के प्रकार, आकार और भौगोलिक स्थिति का ध्यान रखे बिना सभी संगठनों के अनुकूल किया जा सकता है। कई पर्यटन एजेंसियों के सामने आने वाली कठिनाइयों के कारण, 2003 में आई.आर.ए.एम. ने "पर्यटन सेवाओं पर आईएसओ 9001:2000 आवश्यकताओं की व्याख्या के लिए मार्गदर्शन" के विकास पर काम करना शुरू कर दिया। इसका परिणाम IRAM 30400:2004 का प्रकाशन था, जो पर्यटन पर पहला राष्ट्रीय मानक था। इस मानक ने ट्रेवल एजेंसियों, होटलों, रेस्तराँओं और अन्य संगठनों को यह

समझने में सक्षम बनाने के लिए एक ढाँचा प्रदान किया कि प्रत्येक संगठन के लिए आवश्यकताओं को कैसे अनुकूलित किया जा सकता है।

18.3.1 पर्यटन और सम्बन्धित सेवाओं के लिए आईएसओ/टीसी 228

आईएसओ/टीसी 228 यूएनई (स्पेन) और आईएनएनओआरपीआई (ट्यूनीशिया) के जुड़वाँ नेतृत्व के अन्तर्गत सन् 2005 में बनायी गयी एक समिति है, जिसमें मेल-जोल के लिए 103 देश और 23 संगठन शामिल हैं। आईएसओ/टीसी 228 अन्तरराष्ट्रीय मानकीकरण संगठन (आईएसओ) की एक तकनीकी समिति है जो पर्यटन सेवा प्रदाताओं द्वारा प्रदान की जाने वाली शब्दावली और विशिष्टताओं के लिए अन्तरराष्ट्रीय स्तर पर स्वीकृत मानकों को विकसित करने के लिए उत्तरदायी है, जिसमें सम्बन्धित गतिविधियाँ, पर्यटन स्थल और उनके द्वारा उपयोग की जाने वाली सुविधाओं और उपकरणों की आवश्यकताएँ शामिल हैं, ताकि पर्यटन के खरीदारों, प्रदाताओं और उपभोक्ताओं को संसूचित निर्णय लेने के लिए मानदण्ड उपलब्ध कराए जा सकें।

आईएसओ/टीसी 228 पर्यटन और सम्बन्धित सेवाओं के क्षेत्र में मानकीकरण के लिए जिम्मेदार है। इसके विषयक्षेत्र में यह शामिल है कि यह "पर्यटन सेवा प्रदाताओं द्वारा प्रदान की जाने वाली शब्दावली और विनिर्देशों का मानकीकरण करता है, जिसमें; पर्यटन के खरीदारों, प्रदाताओं और उपभोक्ताओं को संसूचित निर्णय लेने के लिए मानदंड प्रदान करने हेतु; सम्बन्धित गतिविधियाँ, पर्यटन स्थल और उनके द्वारा उपयोग की जाने वाली सुविधाओं और उपकरणों की आवश्यकताएँ शामिल हैं"। यह तकनीकी समिति ("टीसी") पर्यटन उद्योग के लिए अपने उत्पादों, सेवाओं और प्रस्तावों का बेहतर व्यावसायीकरण करने और पर्यटन संगठनों की प्रतिस्पर्धात्मकता बढ़ाने के लिए एक उपकरण है।

आईएसओ/टीसी 228 का मुख्य उद्देश्य अन्तरराष्ट्रीय मानकों (आईएस) और अन्य आईएसओ दस्तावेजों को विकसित करना है जो वास्तव में बाजार की आवश्यकताओं का प्रत्युत्तर देते हैं और सदैव उद्योग की विविधता का सम्मान करते हैं, उपभोक्ताओं को गन्तव्य के प्रकार की परवाह किए बिना उनकी जरूरतों के लिए सर्वोत्तम उत्पाद/सेवा का चयन करने में सहायता करते हैं। यह रणनीतिक व्यापार योजना ("एसबीपी") प्रदान की जाने वाली चीजों (deliverables) के निर्माण के लिए उच्च स्तरीय रोडमैप प्रदान करती है जो दुनिया में कहीं भी संचालित किसी भी आकार और प्रकृति के संगठनों द्वारा प्रदान की जाने वाली पर्यटन सेवाओं का समर्थन और सुधार करती है। विशेष रूप से, यह इस टीसी का इरादा है कि विश्व स्तर पर प्रासंगिक अन्तरराष्ट्रीय मानकों का उत्पादन किया जाए जो हर जगह उपयोग किए जाते हैं।

18.3.2 आईएसओ/टीसी 228 की संरचना और सक्रिय कार्य समूह

आईएसओ/टीसी 228 गतिशील कार्य समूहों के कार्य के लिए एक मंच प्रदान करता है, जो निम्नलिखित क्षेत्रों को कवर करता है:

- डब्ल्यूजी 1 - गोताखोरी की सेवाएँ,
- डब्ल्यूजी 2 - स्वास्थ्य पर्यटन सेवाएँ,
- डब्ल्यूजी 7 - साहसिक पर्यटन
- डब्ल्यूजी 8 - छोटी नौकाओं (Yacht) के बन्दरगाह (Harbours)
- डब्ल्यूजी 11 - बेयरबोट चार्टर्स (Bareboat Charters)
- डब्ल्यूजी 13 - धारणीय पर्यटन
- डब्ल्यूजी 14 - पहुँच योग्य पर्यटन
- डब्ल्यूजी 15 - ठहरने की सुविधा

- डब्ल्यूजी 16 - रेस्तराँ

इन कार्य समूहों के अतिरिक्त, समिति के कार्य के समन्वय, योजना और संचालन से सम्बन्धित कार्यों में अध्यक्ष और सचिवालय की सहायता करने के लिए या सलाहकार प्रकृति के अन्य विशिष्ट कार्यों को करने के लिए एक चेयर एडवाइजरी ग्रुप (सीएजी) भी है।

18.3.3 आईएसओ/टीसी 228 के लाभ

आईएसओ/टीसी 228 के कार्य से अपेक्षित लाभ इस प्रकार हैं :

- पर्यटन उत्पादों और सेवाओं के आदान-प्रदान में पारदर्शिता उत्पन्न करना
- पर्यटन बाजार में उपभोक्ता के विश्वास को बढ़ाना
- पर्यटन बाजार में निष्पक्ष प्रतिस्पर्धा के लिए सहायता करना
- पर्यावरण के अनुकूल पर्यटन उत्पादों और सेवाओं की पहचान करके पर्यावरण संरक्षण को बढ़ावा देना
- नैतिक पर्यटन की नीतियों का समर्थन करना
- लोगों की क्षमताओं की परवाह किए बिना, "सभी के लिए पर्यटन" का समर्थन करना
- व्यक्तिगत और सम्पत्ति की सुरक्षा में सुधार करना
- नवाचारों के लिए अनुकूलन करना
- व्यापकतम अर्थों में नए बाजारों को खोलना
- विकासशील देशों की सहायता करना ताकि वे स्वयं को प्रोत्त कर सकें और इस प्रकार आर्थिक और सामाजिक लाभों को उपलब्ध कराना
- ज्ञान का स्थानान्तरण करना
- ग्राहकों की सन्तुष्टि में सुधार करना

ये सभी कारक एक सामान्य और साझे अपेक्षित लाभ में योगदान देंगे जो पर्यटन बाजार को प्रोत्साहित करेगा।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 2

1. पर्यटन उद्योग में मानकीकरण की क्या आवश्यकता है?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. पर्यटन और सम्बद्ध सेवाओं के लिए आईएसओ/टीसी 228 के बारे में संक्षेप में लिखिए।

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. पर्यटन और सम्बद्ध सेवाओं के लिए आईएसओ/टीसी 228 के अपेक्षित लाभ क्या हैं?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

18.4 आवास क्षेत्रक और मानकीकरण

आवास क्षेत्रक पर्यटन उद्योग के लिए केन्द्रीय है। किसी गन्तव्य तक पर्यटन-प्रवाह काफी हद तक इस क्षेत्रक के आकार पर निर्भर करता है। पर्यटक अनुभव आवास उद्योग द्वारा प्रदान की जाने वाली सेवाओं की गुणवत्ता पर निर्भर करता है। इस उद्योग की पाँच प्रमुख विशेषताएँ हैं :

1. मौसमी होना : पर्यटन जलवायु पर अत्यधिक निर्भर है और इसलिए अधिकांश गन्तव्यों में पर्यटन गतिविधियों का एक छोटा और तेज मौसम (पीक सीजन) होता है। इससे होटलों की ठहराने की क्षमता काफी प्रभावित होती है। इसलिए इस क्षेत्रक को माँग के उतार-चढ़ाव से निपटने के लिए रणनीतियाँ विकसित करनी होती हैं।

2. **श्रम गहन होना** : यह क्षेत्रक अपने कार्यबल पर भी बहुत निर्भर है जिसे, एक बार फिर, माँग के उतार-चढ़ाव के साथ प्रबन्धित किया जाना होता है। इससे सेवा के मानकीकरण की चिन्ताएँ भी बढ़ती हैं।

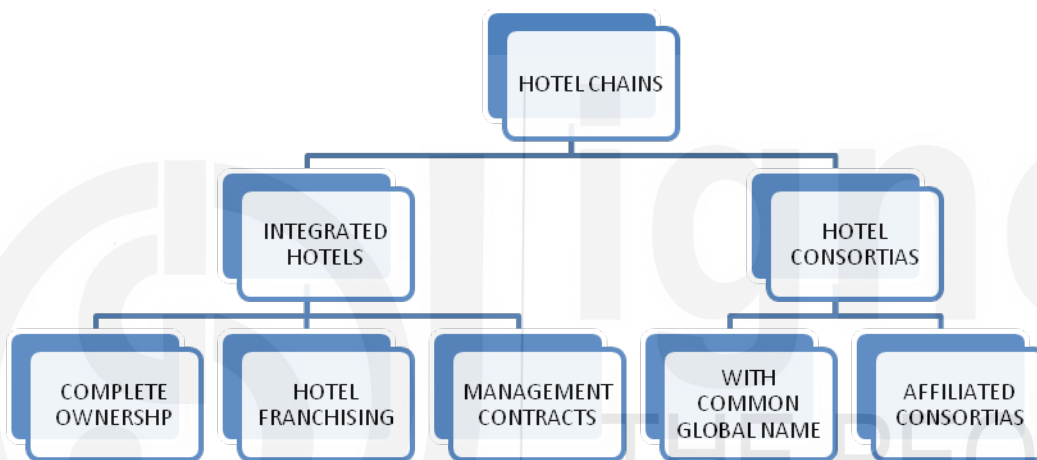
3. **भंगुरता (perishability)** : किसी विशेष तिथि पर कमरे के खाली होने से होटल का नुकसान होता है और इस बिना उपभोग किए गए कमरे की पेशकश को बाद की तारीख में उपयोग हेतु भण्डारित नहीं किया जा सकता है। यह इस क्षेत्र के लिए चिन्ता का एक और कारण है।

4. **अत्यधिक पूँजी लागत** : अपेक्षित बुनियादी ढाँचा बनाने के लिए पूँजी निवेश बहुत अधिक करना पड़ता है और निवेश का रिटर्न पाने में लम्बा समय लगता है। इस प्रकार सफलता के लिए यह आवश्यक है कि होटल कठोर मानकों से युक्त सेवाएँ प्रदान करें।

5. **विपणन की सीमाएँ** : यह इसलिए उत्पन्न होती है क्योंकि इस क्षेत्रक के उपयोगकर्ताओं की भौगोलिक अवस्थिति होटल के आसपास कहीं भी नहीं होती। इसलिए लक्षित समूह तक पहुँचना इतना आसान नहीं होता और इसलिए प्रचार गतिविधियों के लिए पर्याप्त धन की आवश्यकता होती है।

अन्तरराष्ट्रीय यात्रा में वृद्धि के कारण, अन्तरराष्ट्रीय होटल निगमों के बीच प्रतिस्पर्धा उत्तरोत्तर कड़ी होती जा रही है। जो पर्यटक विदेशों की यात्रा करते हैं, उनकी प्रवृत्ति यह होती है कि वे जाने-पहचाने होटल ब्राण्ड्स और उनकी मानकीकृत गुणवत्ता वाली सेवाओं से परिचय का अहसास करते हैं और इन्हीं होटलों में रुकने की सम्भावना उनके लिए अधिक होती है। होटल शृंखलाओं को, ब्राण्ड वफादारी (किंग, 2005) सृजित करने की प्रमुख विपणन रणनीति के रूप में, वैश्विक विस्तार की एक ऊँची दर को बनाए रखने के लिए प्रेरित किया जाता है। ऐसा करके, वे न केवल उन लोगों की बाजार आवश्यकताओं को सन्तुष्ट करेंगे, जो विदेश की यात्राएँ करते हैं, बल्कि घरेलू ग्राहकों के सामने भी ब्राण्ड को प्रस्तुत कर सकेंगे। वैश्विक होटल निगम यह उम्मीद करते हैं कि घरेलू ग्राहक विदेश यात्रा करते समय ब्राण्ड से परिचित होंगे, इस प्रकार कम्पनी (हांग, जोन्स, और सांग, 1999) को लाभ हासिल होंगे।

इसलिए एक ब्राण्ड पहचान बनाना, अनिवार्य रूप से एक ऐसी प्रक्रिया है जिसमें पेशकशों का मानकीकरण शामिल रहता है ताकि दूर स्थित लक्षित बाजार गन्तव्य पर स्थित होटल के सेवा मापदण्ड की पहचान करने में सक्षम बन सकें। और यह पहचान वे लक्षित बाजार अपने मस्तिष्क में स्थित इस बोध के साथ कर सकें कि जैसा होटल उनके निवास बिन्दु के निकट स्थित है, उससे मिलता-जुलता होटल उन्हें गन्तव्य स्थल के आसपास मिल जाएगा। आवास क्षेत्र में मानकीकरण करने के विभिन्न तरीके हैं। निम्नलिखित प्रवाह (फ्लो) चार्ट इस क्षेत्र में सम्भव मानकीकरण के प्रकार पर प्रकाश डालता है :



स्रोत : लेखक

आइए, उपरोक्त में से प्रत्येक को परिभाषित करके और प्रत्येक के लाभों और कमियों की जाँच करके वस्तुस्थिति को समझें।

18.4.1 होटलों की शृंखला

एक चेन होटल एक ऐसा होटल है जो किसी शृंखला का हिस्सा है या एक ही कम्पनी या मालिक द्वारा संचालित होटलों के किसी समूह का हिस्सा है। इसलिए एक होटल चेन एक ऐसी प्रशासनिक कम्पनी है जो समान नाम वाले, किन्तु अलग-अलग क्षेत्रों में स्थित, बहुत सारे होटलों का प्रबन्धन करती है। वे होटल के सम्पूर्ण या आंशिक स्वामी हो सकते

हैं और वे अपने प्रशासन, विपणन और प्रोत्साहन (प्रचार) का प्रबन्धन करते हैं। इसलिए शृंखला के प्रकार के आधार पर उन्हें दो श्रेणियों में विभाजित किया जा सकता है :

1. **एकीकृत चेन होटल** : ये ऐसी होटल शृंखलाएँ हैं जो लगातार और समरूप होटल उत्पादों का विकास कर रही हैं। इसलिए, उनके भौगोलिक स्थान अलग-अलग होने के बावजूद, शृंखला से सम्बन्धित प्रत्येक होटल की संरचना और सेवाओं में एकरूपता होगी। इस तरह की चेन मुख्य रूप से होटल के नियन्त्रण या स्वामित्व के आधार पर तीन प्रकार की हो सकती है :

- **सम्पूर्ण स्वामित्व** : ऐसे होटल एक ही प्रबन्धन टीम के अन्तर्गत और एक साझा ब्राण्ड नाम के साथ काम करते हैं। इससे यह सुनिश्चित हो जाता है कि ग्राहकों को होटल के स्थान पर ध्यान दिए बिना सेवाओं की एकरूपता का आश्वासन दिया जा सकता है; उदाहरण के लिए - ओबेरॉय ग्रुप ऑफ होटल्स। यह नाम मूलतः कॉर्पोरेट जगत की आवश्यकताओं के लिए सर्वाधिक उपयुक्त व्यावसायिक होटल का एक पर्याय बन गया है।
- **होटल फ्रेंचाइजिंग** : एक बार जब किसी होटल मालिक के पास एक सुस्थापित बुनियादी ढाँचा मौजूद हो जाता है और वह ब्राण्ड पहचान की खरीदने में सक्षम बन जाता है, तो फ्रेंचाइजिंग की प्रक्रिया होटल मालिक को ऐसे सक्षम स्वामियों के साथ समझौते करके अन्य भौगोलिक स्थानों पर अपना विस्तार करने का अवसर देती है जो लाभ में हिस्सेदारी के आधार पर अपने होटल के प्रतिष्ठान का विस्तार करना चाहते हैं। इस प्रकार फ्रेंचाइजी प्रदान करने वाले प्रतिष्ठान द्वारा फ्रेंचाइजी को अपने होटल की ब्राण्ड पहचान और नाम उपलब्ध करा दिया जाता है। इससे एक पारस्परिक सहजीवी व्यापार समझौता सुनिश्चित होता है जहाँ होटल मालिक व्यापार का विस्तार करने में सक्षम हो और दूसरी ओर फ्रेंचाइजी को व्यापार शुरू करने के लिए प्रारम्भिक मुद्दों और समस्याओं का सामना नहीं करना पड़ता है।
- **प्रबन्धन अनुबन्ध** : किसी होटल प्रबन्धन अनुबन्ध को किसी प्रबन्धन कम्पनी (या ऑपरेटर) और किसी सम्पत्ति-स्वामी के बीच एक समझौते के रूप में परिभाषित किया गया है, जिसके तहत ऑपरेटर; स्थापित तरीकों और प्रक्रियाओं के माध्यम

से; दिशा, पर्यवेक्षण और विशेषज्ञता उपलब्ध कराके सम्पत्ति के प्रबन्धन की जिम्मेदारी लेता है। होटल प्रबन्धन कम्पनी एक ऐसी कम्पनी है जिसके पास होटल के संचालन की ऐसी विशेषज्ञता है जो होटल मालिकों के लिए उपयोगी है। ऑपरेटर मालिक की ओर से, किसी शुल्क के लिए, मालिक के साथ बातचीत के बाद निर्दिष्ट की गयी शर्तों के अनुसार होटल चलाता है। भलीभाँति बातचीत से युक्त प्रबन्धन समझौतों के लिए यह आवश्यक है कि वे दोनों पक्षों के हितों को संरेखित करें। एक मालिक के रूप में, प्रमुख लक्ष्य प्रबन्धन कम्पनी का चयन करना होना चाहिए जो लाभप्रदता को अधिकतम बनाएगा।

2. **होटल संघ (Hotel Consortia)** : कोई होटल कंसोर्टियम दो या अधिक व्यक्तियों, कम्पनियों, संगठनों या सरकारों (या इन संस्थाओं के किसी भी संयोजन) का एक ऐसा संघ है जिसका उद्देश्य एक साझा लक्ष्य को प्राप्त करने के लिए किसी उभयनिष्ठ गतिविधि या अपने संसाधनों के संयोजन को सम्पन्न करना होता है। कंसोर्टियम एक लैटिन शब्द है जिसका अर्थ है "साझेदारी", "संघ" या "समाज"।

एक होटल कंसोर्टियम होटलों का एक ऐसा संगठन है जो विपणन और प्रचार गतिविधियों, खरीदारी और कर्मियों और प्रशिक्षण जैसी कॉर्पोरेट प्रबन्धन सेवाओं को स्थापित करने के लिए संसाधनों को संयुक्त करता है। होटल संघ को 'आमतौर पर, होटलों के एक संगठन' के रूप में परिभाषित किया जा सकता है, लेकिन यह आवश्यक नहीं है कि इसका स्वामित्व स्वायत्त हो, जो संयुक्त क्रय/व्यापार व्यवस्था को स्थापित करने और विपणन सेवाओं को संचालित करने के लिए संसाधनों को संयुक्त करता है। ये लक्ष्य अक्सर एक केन्द्रीकृत कार्यालय की स्थापना के माध्यम से प्राप्त किए जाएँगे, जिनकी गतिविधियों का वित्तपोषण सदस्य होटल इकाइयों पर लेवी/सदस्यता के माध्यम से किया जाएगा। (लिटलजॉन, 1982 पृष्ठ 79)।

होटल संघों को दोनों मामलों में होटल कम्पनियों के समान माना जाता था, इनके द्वारा किए जाने वाले प्रकार्यों के मामले में भी और होटल सदस्यों के लिए इनके द्वारा कायम रखी जाने वाली कॉर्पोरेट पहचान के मामले में भी। हालाँकि, होटल कम्पनियों के विपरीत, इनके पास होटलों का स्वामित्व या संचालन का कार्य नहीं होता।

18.4.2 होटल-शृंखलाओं के लाभ और हानियाँ

होटल शृंखलाएँ स्वतन्त्र होटल के पूर्णतः विपरीत होती हैं। जैसाकि किसी भी व्यावसायिक उद्यम के मामले में होता है, यहाँ भी लाभों और हानियों का इनका अपना समुच्चय विद्यमान होता है। अब हम होटल-शृंखलाओं के लाभों और हानियों, दोनों, का परीक्षण करेंगे।

लाभ

होटल-शृंखलाओं के अनेक लाभ होते हैं, जो निम्नलिखित कारणों से हो सकते हैं:

- **बाजार तक पहुँच** : होटल-शृंखलाएँ यह सुनिश्चित करती हैं कि जिन-जिन भौगोलिक क्षेत्रों में वे अपने सफल व्यवसाय को दुहरा सकती हैं, उन-उन भौगोलिक क्षेत्रों में वे ऐसा करती हैं। इस प्रकार किसी निश्चित स्थान पर कोई निश्चित व्यक्ति उस स्थान पर स्थित किसी होटल से परिचित हो सकता है। जब व्यक्ति किसी ऐसे अपरिचित गन्तव्य की यात्रा करता है, जहाँ पर भी वही होटल-शृंखला मौजूद हो, तो व्यक्ति होटल में रहना पसन्द करेगा।
- **आकारजन्य अर्थव्यवस्थाएँ** : इसका तात्पर्य लागत के स्तर पर होने वाले लाभ से है, जो अपने आकार के कारण होटल को प्राप्त हो सकता है। चूँकि शृंखला संचालन में कई इकाइयाँ होती हैं, इसलिए वे कम लागत पर आवश्यक उपकरणों की थोक खरीद को सुनिश्चित कर सकती हैं।

- **सुव्यवस्थित संचालन** : होटल-शृंखलाएँ उत्पादों और सेवाओं को मानकीकृत करते हैं ताकि उनके संचालन को सुव्यवस्थित किया जा सके और इस प्रकार सेवाओं के निरन्तर बने रहने को सुनिश्चित किया जा सके।
- **विपणन शक्ति** : बाजार तक वृहत्तर पहुँच के कारण यह होटल को अधिक दृश्यता की अनुमति देता है। प्रकाशन और प्रचार लागत के मामले में भी साझेदारी कर ली जाती है, जिससे ये रणनीतियाँ लागत के सन्दर्भ में अधिक प्रभावी बन जाती हैं।
- **सेवा विकल्प** : होटल-शृंखलाएँ अक्सर ग्राहकों और शृंखला के भीतर की इकाइयों, दोनों, को अतिरिक्त सेवाएँ प्रदान करने में सक्षम होती हैं। ग्राहकों के साथ सम्बन्धों के प्रबन्धन में भी वृद्धि की जाती है। इकाई के स्तर पर पूर्ण परामर्श सम्भव हो जाता है; जैसे उद्घाटन से पहले की स्थितियाँ, निर्माण योजनाएँ, कर्मचारी प्रशिक्षण, प्रौद्योगिकी की साझेदारी।
- **वित्त तक पहुँच** : शृंखला जितनी अधिक बड़ी होती है, बैंकों और वित्तपोषण करने वाली एजेंसियों से पैसे उधार लेना उतना ही अधिक आसान हो जाता है। जुटाए गए कोष (फण्ड) का उपयोग संचालनों को वित्तपोषित करने या संवृद्धि के लिए पूँजी निवेश को वित्तपोषित करने में किया जा सकता है।

होटल-शृंखलाओं की हानियाँ

इन्हें मोटे तौर पर निम्नलिखित तीन श्रेणियों के तहत सूचीबद्ध किया जा सकता है :

- **परिचालन सम्बन्धी बाधाएँ** : जबकि होटल शृंखला का उद्देश्य सेवा का मानकीकरण होता है, इसके कारण कुछ फ्रेंचाइजियों या स्वामियों के ऊपर कुछ लगाम लग सकती है, यहाँ तक कि मामूली परिवर्तन करने के लिए भी एक सीमा और प्रतिबन्ध पैदा हो सकता है।
- **वित्तीय तनाव** : कई बार कम्पनी के सिर्फ आकार के कारण ही कम्पनी के वित्तीय संसाधनों पर तनाव पड़ सकता है।
- **कानूनी ताकतें** : चूँकि शृंखलाओं में अक्सर मालिक-ऑपरेटर अनुबन्धों या साझेदारियों की जटिल संरचनाएँ मौजूद होती हैं, इसलिए यह असहमतियों की स्थितियों में प्रमुख खतरों के रूप में सामने आ सकता है।

18.5 कूज पर्यटन उद्योग में मानकीकरण

एक कूज को इस रूप में परिभाषित किया गया है 'आनन्द के लिए किसी यात्री पोत (लाइनर) में आमतौर पर बहुत सारे बन्दरगाहों से होते हुए समुद्री यात्रा करना' (कोलिंग्स अंग्रेजी शब्दकोश)। इसकी विशेषता यह होती है कि यहाँ पोत एक चलायमान रिसॉर्ट की तरह होता है, जो यात्रियों (मेहमानों) को एक स्थान से दूसरे स्थान तक ले जाता है। आज पोतों को परिवहन के साधन के रूप में नहीं बल्कि तैरते हुए (फ्लोटिंग) होटल के रूप में देखा जाता है। तेजी से उन्हें तैरते हुए रिसॉर्ट्स के रूप में देखा जा रहा है। विश्व पर्यटन संगठन (डब्ल्यूटीओ) (2003) के अनुसार आवास और सम्बन्धित रिसॉर्ट सुविष्ट पोत के 75 प्रतिशत हिस्से में मौजूद रहती हैं और शेष 25 प्रतिशत में इनके संचालन के लिए समर्पित व्यवस्था विद्यमान रहती है। ये फ्लोटिंग रिसॉर्ट्स रेस्तराँ, बार, खेल सुविधाओं, शॉपिंग सेंटर, मनोरंजन स्थलों, संचार केन्द्रों आदि के साथ अपने भूमि आधारित समकक्षों का अनुसरण करते हैं। केबिन आकार में अधिक बड़े और अधिक शानदार होते जा रहे हैं। प्रवृत्ति अधिकाधिक ऐसी केबिनों को गढ़ने की है, जिसमें खिड़कियाँ और/या बालकनी हो। कूज कम्पनियाँ अपने ब्राण्ड के नाम को अधिकाधिक बढ़ावा दे रही हैं और उन्हें सम्मानजनक स्थिति प्रदान करने की कोशिश कर रही हैं ताकि बढ़ती हुई प्रतिस्पर्धा के दौर में ग्राहक उत्पादों की पहचान करने में सक्षम बन सकें। इसके अतिरिक्त, यह ग्राहकों को इस सन्दर्भ में सक्षम बनाती है कि वे मूल्यों की अपेक्षाकृत कम तुलना कर सकें और आसानी से निर्णय ले सकें। उदाहरण के लिए, कार्निवल कूजेज़ लाइंस अपने ब्राण्ड नाम के साथ 'आनन्दपूर्ण (Fun) पोतों' की विशेषताओं को संयुक्त करता है, जबकि क्वीन एलिजाबेथ 2 अपनी प्रचार थीम, 'आपके जीवन में सिर्फ एक बार के लिए, जियो', के साथ एक अधिक अनन्य छवि और अद्वितीय अनुभव का सुझाव देती है। डिज़नी के कूजेज़ बच्चों के लिए एक विशिष्ट ब्राण्ड अपील पैदा करते हैं। ज्यों-ज्यों कूज बाजार बढ़ता है, ब्राण्डिंग और मानकीकरण की आवश्यकता और भी अधिक उल्लेखनीय हो

जाएगी। हालिया वर्षों में, क्रूज उद्योग को परिभाषित करने वाले अभिलक्षणों में से एक, क्रूज लाइंस प्रमुख खिलाड़ियों के समेकन के रूप में रही है। आज यहाँ तीन प्रमुख कम्पनियों का प्रभुत्व है : कार्निवाल कॉर्पोरेशन, रॉयल कैरेबियन क्रूजेज़ और स्टार क्रूजेज़ ग्रुप। कार्निवाल कॉर्पोरेशन सबसे बड़ी कम्पनी है और इसमें 60 से अधिक जहाज और 13 ब्राण्ड शामिल हैं। टैड एरिसन द्वारा जब यह कम्पनी शुरू की गयी थी, तब सन् 1972 में इसके पास सिर्फ एक पोत था और आज यह कम्पनी एक प्रमुख वैश्विक पर्यटन ब्राण्ड हो गयी है। इसकी पैरेंट कम्पनी कार्निवाल क्रूजेज़ लाइंस में 21 पोतों का बेड़ा है और यह दुनिया के सर्वाधिक युवा बेड़ों में से एक है। कार्निवाल की सफलता काफी हद तक इसके 'आनन्दपूर्ण (fun) पोतों' के विपणन के कारण है, जिसने 1980 और 1990 के दशक में सक्षम क्रूजरों के हितों को ऊपर उठाया। सन् 1996 में इसने, मुख्य रूप से पहली बार यात्रा करने वाले यात्रियों को ध्यान में रखते हुए, अपनी 'अवकाश गारण्टी' शुरू की जिसके अनुसार अगर कोई यात्री क्रूज के अनुभव से सन्तुष्ट नहीं है तो उसे मार्ग में आने वाले प्रथम बन्दरगाह पर उतरने का अवसर दिया जाएगा और उसका पूरा पैसा भी वापस कर दिया जाएगा। इसने पैराडाइज सहित उद्योग में कई अन्य नवाचारों को भी पेश किया। पैराडाइज पूर्ण रूप से धूम्रपानमुक्त प्रथम पोत है। रॉयल कैरेबियन क्रूजेज़ विश्व का दूसरा सबसे बड़ा क्रूज समूह है। इसमें आरसीआई और सेलिब्रिटी क्रूजेज़ शामिल हैं तथा यह सर्वाधिक प्रमुखता से उत्तर अमेरिकी बाजार पर अपना ध्यान केन्द्रित करता है। तीसरा प्रमुख निगम स्टार क्रूजेज़ ग्रुप है, जिसकी स्थापना मलेशियाई कम्पनी जेण्टिंग इण्टरनेशनल ग्रुप द्वारा सन् 1993 में की गई थी। इसने तेजी से प्रमुखता हासिल कर ली और एशिया प्रशान्त क्रूज क्षेत्र पर प्रभुत्व स्थापित कर लिया, तथा सन् 2000 में, यह नार्वेजियन क्रूज लाइन और ओरिएण्ट लाइन का अधिग्रहण कर लिया। सन् 2004 में इसने हवाई द्वीप में केन्द्रित एनसीएल अमेरिका को प्रारम्भ किया।

अपने अवकाश की योजना बनाते समय संसूचित निर्णय लेने के लिए सक्षम क्रूज पोत यात्रियों को संगत मानकों की आवश्यकता होती है। पर्यटन उद्योग के लिए यह महत्वपूर्ण है कि क्रूज पोतों की गुणवत्ता के बारे में सटीक जानकारी उपलब्ध है। क्रूज पोत का आकलन करते समय कई घटकों पर विचार किया जा सकता है। कुछ घटक अमूर्त हैं : माहौल,

चालक दल का मैत्रीभाव, व्यक्तिगत सेवा, आनन्द आदि। मूर्त कारक पोत के डिजाइन में निहित हैं: खाली स्थान, पोत का आकार, शारीरिक गतिविधियाँ और केबिन का आकार। निम्नलिखित भौतिक कारक हैं जिन्हें आमतौर पर क्रूज शिप गाइड द्वारा स्टार रेटिंग के लिए एक आधार के रूप में रेखांकित नहीं किया जाता है।

- **सकल पंजीकृत टनभार :** किसी पोत का आकार सकल पंजीकृत टनभार (जीआरटी) द्वारा मापा जाता है। यह संलग्न आन्तरिक जगह को सन्दर्भित करता है, जिसका उपयोग किसी क्रूज गाइड स्टार रेटिंग सिस्टम्स पोत पर राजस्व का उत्पादन करने के लिए किया जाता है।
- **अधिकारी और चालक दल की संख्या :** किसी पोत पर अपेक्षित सेवा यात्रियों की संख्या और चालक दल के सदस्यों की संख्या के अनुपात पर आधारित होती है। इस प्रकार प्राप्त अनुपात यात्रियों के लिए सम्भावित सेवा आराम-स्तर को परिभाषित करता है। स्वीकार्य स्तर यह है कि हर तीन यात्रियों के लिए चालक दल का एक सदस्य उपलब्ध हो।
- **केबिन का औसत वर्ग फुट और बरामदे :** पहले, यात्रीगण पोतों को साधारणतः महासागरों को पार करने के लिए परिवहन के एक साधन के रूप में ही देखते थे। उन्हें छोटे केबिनों में या यहाँ तक कि निचले डेक पर स्टियरेज में चारपाइयों पर रहना पड़ता था। आजकल, पोतों का डिजाइन पर्यटन और आनन्द के उद्देश्यों से युक्त क्रूजेज़ के हिसाब से किया जा रहा है, जहाँ केबिन पहले से बड़े होते हैं और सामाजिकता के उद्देश्य से खुला क्षेत्र अधिक होता है। पुराने पोतों के पास केबिनों की संख्या कम है और केबिनों का आकार भी छोटा है तथा उच्च परिचालन लागत और कम राजस्व के कारण विशाल क्रूजेज़ लाइन्स के लिए वे आकर्षक भी नहीं हैं। दूसरी ओर, पिछले 10 वर्षों में आए नए पोतों के पास निजी बरामदों के साथ-साथ बाहरी केबिनों की भी एक बड़ी संख्या मौजूद है। अनेक यात्री निजता, शान्ति और समुद्री दृश्यों का आनन्द लेने के लिए अतिरिक्त भुगतान करने को तैयार रहते हैं और इन चीजों को एक बरामदा ही उपलब्ध करा सकता है।
- **प्रारम्भ का वर्ष :** जिम वेस्ट लिखते हैं कि 'कई बार पोत का आकार पोत की उम्र से कम महत्वपूर्ण होता है'। उनका तर्क यह है कि नए पोत सम्मेलन कक्ष,

इण्टरनेट कम्प्यूटर, बच्चों के खेलने के लिए ढेर सारी जगह और स्वास्थ्य सुविधाओं के साथ-साथ नवीनतम प्रौद्योगिकी उपलब्ध कराते हैं।

18.5.1 कूज लाइंस इण्टरनेशनल एसोसिएशन (CLIA)

कूज लाइंस इण्टरनेशनल एसोसिएशन (CLIA) विश्व का सबसे बड़ा कूज एसोसिएशन है तथा कूज उद्योग के प्रोत्साहन और विकास के लिए समर्पित है। CLIA में विश्व की 60 से अधिक प्रमुख कूज लाइन्स शामिल हैं और यह संयुक्त राष्ट्र संघ के अभिकरण अन्तरराष्ट्रीय समुद्री संगठन (IMO) के लिए एक गैर-सरकारी परामर्शदाता संगठन के रूप में कार्य करता है।

CLIA का गठन मूल रूप से उत्तरी अमेरिका में सन् 1975 में किया गया था और सन् 1996 में इण्टरनेशनल कूज काउंसिल ऑस्ट्रेलेशिया के रूप में व्यापार करने वाले ऑस्ट्रेलेशिया अध्याय का विकास हुआ। CLIA का उद्भव इसलिए हुआ था क्योंकि कूजिंग के विशिष्ट विशेष लाभों को प्रोत्साहित करने के लिए एक संघ की आवश्यकता थी। सन् 2006 में इसका विलय इण्टरनेशनल काउंसिल ऑफ कूज लाइंस (आईसीसीएल) के साथ हो गया, जिसका गठन सन् 1990 में कूज उद्योग की विनियामक और नीतिगत विकास प्रक्रिया में भाग लेने के लिए समर्पित एक सह-इकाई के रूप में किया गया था।

CLIA का मिशन ऐसी नीतियों और व्यवहारों को बढ़ावा देना है जो एक रक्षित, सुरक्षित और स्वस्थ कूज पोत पर्यावरण को बल प्रदान करता हो; अपने ट्रेवल एजेण्ट सदस्यों को शिक्षित और प्रशिक्षित करता हो; तथा कूज अवकाश के मूल्य, वांछनीयता और वहनीयता को प्रोत्साहित और व्याख्यायित करता हो। 20,000 से अधिक ट्रेवल एजेंसियाँ दुनिया भर

में CLIA से सम्बद्ध हैं और CLIA की मुहर को प्रदर्शित करती हैं (जो कूज अवकाशों की बिक्री के मामले में प्राधिकारियों के रूप में उनकी पहचान करती है)। यह कूज सेवाओं के मानकीकरण का एक तरीका है।

CLIA ने सुरक्षा, सार्वजनिक स्वास्थ्य, पर्यावरणीय दायित्व, सुरक्षा, आपातकालीन चिकित्सा प्रतिक्रिया और चालक दल की देखभाल, यात्री संरक्षण और समर्थनकारी विधायी पहलों के लिए लगातार अपनी प्रतिबद्धता प्रदर्शित की है।

CLIA के सदस्यगण निम्नलिखित के सन्दर्भ में लगातार प्रयास करते हैं:

- यात्रियों और चालक दल, दोनों, के लिए एक सुरक्षित, स्वस्थ, सुरक्षित पोत पर्यावरण
- अपने पोत संचालनों के द्वारा समुद्र, समुद्री जीवन और गन्तव्यों पर पड़ने वाले पर्यावरणीय प्रभाव को न्यूनीकृत करना
- नियामक पहल का पालन, तथा समुद्री नीतियों और प्रक्रियाओं में सुधार के प्रयास का नेतृत्व
- एक ऐसा नियामक वातावरण, जो उद्योग के सतत विकास को बल प्रदान करे
- एक सुरक्षित, विश्वसनीय, सस्ता और सुखद कूज अनुभव।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास - 3

1. आवास (accommodation) उद्योग की विशेषताओं की व्याख्या कीजिए।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....
.....
.....
.....

2. कूज उद्योग को किस प्रकार मानकीकृत किया जा सकता है? इस उद्योग में सीएलआईए की भूमिका बताइए।

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

18.6 सारांश

पर्यटन उद्योग के वैश्विक आयाम के लिए यह आवश्यक है कि इसे मानकीकृत किया जाए क्योंकि यह अवस्थिति की परवाह किए बिना अद्वितीय और उच्च गुणवत्तायुक्त सेवाएँ उपलब्ध कराने की अनुमति प्रदान करता है। इसका सर्वाधिक महत्वपूर्ण प्रभाव अन्तरराष्ट्रीयकरण और कॉर्पोरेट छवि का प्रोत्साहन है। मानकीकरण आमतौर पर इस सम्बन्ध में स्वीकृत दिशानिर्देशों को स्थापित करके प्राप्त किया जाता है कि किसी उत्पाद या सेवा को कैसे सृजित या समर्थित किया जाए, साथ ही साथ यह, कि व्यवसाय कैसे संचालित किया जाए या कुछ आवश्यक प्रक्रियाओं को किस प्रकार संचालित किया जाए। मानकीकरण का लक्ष्य चयनित वातावरण के भीतर के विभिन्न व्यवहारों या संचालनों के बीच स्थिरता

या एकरूपता के स्तर को लागू करना है। मानकीकरण यह सुनिश्चित करता है कि विभिन्न वस्तुओं या निष्पादनों का उत्पादन निर्धारित दिशानिर्देशों के माध्यम से समान तरीके से किया गया है। इसका उपयोग यह सुनिश्चित करने के लिए किया जा सकता है कि व्यवसाय संहिताओं और उत्पादन प्रथाओं का पालन करें। इन रणनीतियों को लागू करके, इस उद्योग के नेताओं को, उनकी उपलब्धता और पहुँच के सम्बन्ध में, इस तरह सक्षम बनाया जा सकता है कि वे वैश्विक बाजार पैमाने की सीमाओं को सफलतापूर्वक स्थापित कर सकें। इस इकाई में हमने आवास और कूज उद्योग जैसे पर्यटन के महत्वपूर्ण क्षेत्रों पर भी चर्चा की है। इसके अतिरिक्त, इस पर भी चर्चा की गयी है कि किस प्रकार एक आच्छादनकारी संगठन (अम्ब्रेला ऑर्गनाइजेशन) बनाकर और इनका हिस्सा बनकर, मानकीकरण के माध्यम से पेश की जा रही सेवाओं की विश्वसनीयता को निर्मित करने के माध्यम से, क्षेत्रक को लाभ प्राप्त हो सकता है।

18.7 अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास के संकेत

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास 1

1. उत्तर के लिए कृपया अनुभाग 18.2 और 18.2.1 देखें।
2. उत्तर के लिए कृपया अनुभाग 18.2.2 और 18.2.3 देखें।
3. उत्तर के लिए अनुभाग 18.2.5 देखें।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास 2

1. कृपया अनुभाग 18.3 देखें और अपने उत्तर की रचना करें।
2. उत्तर के लिए कृपया अनुभाग 18.3.1 देखें।

3. कृपया अनुभाग 18.3.3 को पढ़ें।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास 3

1. कृपया अनुभाग 18.4.1 देखें और अपने उत्तर की रचना करें।
2. कृपया अनुभाग 18.5 और 18.5.1 देखें और अपने उत्तर की रचना करें।

18.8 अतिरिक्त अध्ययन सामग्री

- International Tourism, by François Vellas and Lionel Bécherel, Macmillan Business 2005
- Cruise Ship Tourism, Edited by Ross K. Dowling, CAB International 2006.
- <https://whatis.techtarget.com/definition/standards-organization>
- <https://www.process.st/process-standardization/>
- <https://planonsoftware.com/us/whats-new/blog/five-reasons-why-organizations-can-no-longer-avoid-standardization/>
- <https://smallbusiness.chron.com/disadvantages-standardization-business-25120.html>
- Standardization And Quality Management In Tourism: A Comprehensive Approach, Romero, A. (comp.), <http://www.profenturismo.org.ar/upload/LIBRO%20CALIDAD%20%20INGLES.pdf>
- https://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/687806/ISO_TC_228__Tourism_and_related_services_.pdf?n

18.9 गतिविधियाँ

गतिविधि - 1

भारत के किसी शहर के ऐसे होटलों की एक सूची बनाइए जो किसी विशिष्ट एकीकृत होटल-श्रृंखला या होटल संघ से सम्बन्धित हैं।

गतिविधि - 2

पोतों के आकार, कमरों की संख्या, सेवाओं, यात्रा की अवधि और कवर किए गए गन्तव्यों के सन्दर्भ में भारत के तटों को स्पर्श करने वाले क्रूजेज़ के बारे में जानकारी एकत्र करें।

गतिविधि - 3

ऐसे तरीके सुझाएँ जिनके माध्यम से आप किसी भी यात्रा/पर्यटन से सम्बन्धित व्यवसाय का मानकीकरण करेंगे।

.....
.....
अनुवादक-

श्री प्रांजल धर

कवि, मीडिया विश्लेषक और अनुवादक

जी-22, न्यू राजेन्द्र नगर, नई दिल्ली - 110060

मोबाइल - 9990665881

.....
.....

इकाई 19 भारत में पर्यटन नीतियाँ

संरचना

- 19.0 उद्देश्य
- 19.1 प्रस्तावना
- 19.2 पर्यटन नीति : अर्थ और महत्व
- 19.3 भारत में पंचवर्षीय योजनाओं की अवधारणा
 - 19.3.1 पंचवर्षीय योजनाएँ और भारत में पर्यटन
- 19.4 राष्ट्रीय पर्यटन नीति 1982
- 19.5 पर्यटन के लिए राष्ट्रीय कार्य योजना (एनएपीटी) 1992
- 19.6 राष्ट्रीय पर्यटन नीति 2002
 - 19.6.1 रणनीतिक उद्देश्य और रणनीतियाँ
- 19.7 राष्ट्रीय पर्यटन नीति 2015 का प्रारूप (ड्राफ्ट)
- 19.8 राज्य स्तर पर राज्य पर्यटन नीति : एक सिंहावलोकन
- 19.9 सारांश
- 19.10 अतिरिक्त अध्ययन सामग्री
- 19.11 अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास के लिए संकेत

.....

.....

19.0 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के बाद, आप इस योग्य हो जाएँगे कि आप :

- पर्यटन नीति के अर्थ और इसके महत्व को समझ सकें
- भारत में पंचवर्षीय योजनाओं की अवधारणा की व्याख्या कर सकें
- पर्यटन नीति 1982, पर्यटन पर राष्ट्रीय कार्य योजना (एनएपीटी) 1992 और राष्ट्रीय पर्यटन नीति 2002 के मुख्य तत्वों को रेखांकित कर सकें
- राष्ट्रीय पर्यटन नीति 2015 के प्रारूप (ड्राफ्ट) में मुख्य बिन्दुओं को समझ सकें,
- राज्य स्तर पर पर्यटन नीति का एक सिंहावलोकन प्रस्तुत कर सकें।

19.1 प्रस्तावना

पर्यटन आज एक अरब डॉलर का उद्योग है और इसके द्वारा पैदा होने वाले राजस्व के लिए इसकी बहुत माँग है। यह एक वाणिज्यिक गतिविधि है जो न केवल यात्रा और पर्यटन उपक्रमों/उद्यमों जैसे आवास, परिवहन और टूर ऑपरेशन व्यवसायों में, बल्कि अप्रत्यक्ष रूप से कई अन्य सहायक क्षेत्रों में भी प्रत्यक्ष माँग और संवृद्धि उत्पन्न करती है। उदाहरण के लिए, एक पर्यटक किसी होटल में रहता है और इसका भुगतान किया जाता है, जो होटल के खाते में जाता है। इससे होटल को सीधा लाभ होता है। होटल प्रबन्धन न केवल अपने कर्मचारियों को भुगतान करने के लिए अपने खाते में अर्जित धन का उपयोग करता है (जिन्हें प्रत्यक्ष लाभार्थी भी माना जा सकता है क्योंकि ये लोग होटल में काम कर रहे होते हैं), बल्कि ऐसे अन्य लोगों को भुगतान करने के लिए भी इस अर्जित धन का उपयोग किया जाता है, जो इसके पेरोल (payroll) पर नहीं हैं; जैसे खाद्य पदार्थों की आपूर्ति करने वाले विक्रेताओं को, या रखरखाव सम्बन्धी सेवाएँ प्रदान करने वाले लोगों को; जैसे नलसाजों (प्लम्बर) को, बिजली का काम करने वाले कारीगरों को, फर्नीचर की मरम्मत करने वाले मिस्त्रियों को, आदि।

हालाँकि पर्यटन का स्पष्ट लाभ आर्थिक प्रकृति का है, पर्यटन विकास का समग्र प्रभाव न केवल अर्थव्यवस्था तक सीमित है बल्कि यह सामाजिक-सांस्कृतिक, पर्यावरणीय और यहाँ तक कि

राजनीतिक जैसे अन्य क्षेत्रों को भी प्रभावित करता है। फिर, ये सारे प्रभाव सकारात्मक ही नहीं हैं और पर्यटन विकास के कई नकारात्मक प्रभावों को चिन्ता के स्रोत के रूप में देखा गया है। पर्यटन गतिविधियों का यह समग्र प्रभाव और इसका शाखित विस्तार पर्यटन के विकास का मार्गदर्शन और निर्देशन करने के लिए एक तरह की विनियमित सार्वजनिक नीति स्थापित करने की आवश्यकता को प्रदर्शित करता है ताकि सकारात्मक प्रभावों को अधिकतम किया जा सके और नकारात्मक प्रभावों को न्यूनतम किया जा सके। पर्यटन संसाधनों की प्रचुरता वाले भारत जैसे विकासशील देश के लिए, जहाँ जनसंख्या तो बहुत अधिक है किन्तु सुसंगठित पर्यटन उद्योग नहीं मौजूद है, एक ठोस पर्यटन नीति की आवश्यकता और अधिक महत्वपूर्ण हो जाती है। यह इकाई भारत में पर्यटन नीतियों के विवरण को ध्यान में रखेगी लेकिन सबसे पहले हमें यह समझना चाहिए कि पर्यटन नीति से वास्तव में हमारा तात्पर्य क्या है और यह कितनी महत्वपूर्ण है।

19.2 पर्यटन नीति : अर्थ और महत्व

'नीति (पॉलिसी)' का शब्दकोशीय अर्थ, आधिकारिक तौर पर विचारों/योजनाओं के एक सहमत समुच्चय को या कार्य योजना (course of action) को सन्दर्भित करता है जिन्हें स्वीकृत किया गया है, जिन पर आगे कार्य किया जाएगा और जिनका उपयोग निर्णय लेने के लिए एक आधार के रूप में किया जाएगा। साधारण शब्दों में कहें, तो नीति कुछ निर्धारित उद्देश्यों या लक्ष्यों को प्राप्त करने की रणनीति का मन्त्र प्रदान करती है। इस शब्द का एक निश्चित औपचारिक अर्थ है और इसलिए आम तौर पर यह कार्यालयी दस्तावेजों और अभिकथनों में पाया जाता है। सड़क परिवहन सुरक्षा नीति, किसी कम्पनी की शिकायत से निपटने की नीति, क्रेडिट कार्ड का उपयोग करने की नीति आदि नीति के ही उदाहरण हैं।

पर्यटन के सन्दर्भ में बनाई जाने वाली नीतियाँ पर्यटन नीति के क्षेत्र में आती हैं। यह देखते हुए कि पर्यटन एक बहुमुखी/बहुआयामी घटना है (यह आप पिछली इकाइयों में पहले ही सीख चुके

हैं) और इस तथ्य के कारण कि पर्यटन में सार्वजनिक संसाधनों का उपयोग शामिल रहता है, पर्यटन नीति पर अक्सर सार्वजनिक नीति की परास (डोमेन) के अन्तर्गत चर्चा की जाती है। अब, सार्वजनिक नीति से आपका क्या तात्पर्य है? सार्वजनिक नीति उन नीतियों को सन्दर्भित करती है जो, जनता के वृहत्तर हित हेतु, सरकार या अन्य सार्वजनिक निगमों के उद्देश्यों को प्राप्त करने के लिए बनायी और लागू की जाती हैं। यहाँ हमें यह भी समझना चाहिए कि नीति निर्माण केवल वहीं तक सीमित नहीं है जो सरकारी स्तर पर बनाए जाते हैं। नीति और नियोजन पर्यटन में हर उद्यम और सेवा के लिए आवश्यक है, चाहे वे होटल हों, ट्रेवल एजेंसी हों, टूर ऑपरेटर हों, परिवहन कम्पनियाँ हों, शॉपिंग आउटलेट हों, स्थानीय निकाय आदि हों, और इसीलिए उनमें से हर एक अपनी-अपनी नीतियों और योजनाओं को सूत्रबद्ध करता है। हालाँकि, समग्र पर्यटन नीति तैयार करना अक्सर सरकार का ही विशेषाधिकार होता है; इसलिए पर्यटन नीति को "पर्यटन से सम्बन्धित विविध उद्देश्यों को प्राप्त करने के इरादे से, कभी-कभी निजी या सामाजिक अभिकर्ताओं के सहयोग से सरकारों द्वारा संचालित विमर्शों, निर्णयों और प्रथाओं के एक समुच्चय के रूप में परिभाषित किया जा सकता है (वेलास्को, 2017)।"

जैसा कि आपने सीखा है, समग्र पर्यटन विकास में, और इसीलिए इसके विनियमन में, सरकारों के हस्तक्षेप की आवश्यकता इसलिए है क्योंकि पर्यटन विभिन्न क्षेत्रों को प्रभावित करता है। ये प्रभाव विभिन्न गन्तव्यों के लिए विशिष्ट होंगे और इस प्रकार, पर्यटन नीतियाँ अलग-अलग देशों के लिए विशिष्ट रूप से विकसित की जाती हैं। हालाँकि, कुछ निश्चित प्रमुख क्षेत्र हैं जिनके सन्दर्भ में, दुनिया भर में गन्तव्यों के आरपार, पर्यटन नीतियाँ विशेष रूप से जोर देती हैं। इनमें निम्नलिखित के लिए अनुसरण शामिल हैं :

- पर्यटन की संवृद्धि
- गन्तव्य स्थल का विपणन और ब्राण्डिंग
- धारणीय भूमि उपयोग की गतिकी
- यात्रियों के लिए एक सुरक्षित, सन्तोषप्रद और तृप्तिकारक अनुभव उपलब्ध कराना
- पर्यटन के विभिन्न हितधारकों के बीच समन्वय

- पर्यटन के नकारात्मक प्रभावों का शमन, विशेष तौर पर पर्यावरण और सामाजिक-सांस्कृतिक व्यवस्था के सन्दर्भ में
- उन उद्यमियों को सुविधा प्रदान करना, जो पर्यटन गतिविधि में अपने व्यवसाय का प्रारम्भ करना चाहते हैं
- नवीन ज्ञान के अनुसन्धान और उत्पादन में निवेश

इस प्रकार, पर्यटन नीति किसी गंतव्य के पर्यटन विकास की दृष्टि और दिशा को दस्तावेजीकृत करती है और उसकी रूपरेखा निर्मित करती है। पर्यटन नीति बनाने के महत्व ढेर सारे हैं। आइए, इनमें से कुछ को हम सूचीबद्ध करें। एक पर्यटन नीति निम्नलिखित को सुनिश्चित करने में सहायता करती है :

- पर्यटन क्षेत्र की गतिविधियों में सरकार की सक्रिय संलग्नता
- आगे की कार्यकारी और विधायी पहलों के लिए एक दिशानिर्देश के रूप में कार्य करना
- पर्यटन उद्योग के भीतर की प्रक्रियाओं और प्रथाओं का मानकीकरण। इसके परिणामस्वरूप पर्यटन उत्पाद की गुणवत्ता में एकरूपता और समग्र सुधार को बल मिलेगा।
- पर्यावरणीय और मानव संसाधनों का समुचित उपयोग
- पर्यटन गतिविधि में स्थानीय समुदाय की पर्याप्त भागीदारी
- सामाजिक-आर्थिक लाभों में वृद्धि
- स्वस्थ आगन्तुक-मेजबान सम्बन्ध

अब पर्यटन नीति के उद्देश्यों को किस प्रकार हासिल किया जाए? खैर, इसके लिए विभिन्न साधनों का उपयोग किया जाता है जिसमें पर्यटन योजनाएँ, विधायन और विनियमन, पर्यटन कराधान, शिक्षा और प्रशिक्षण, विपणन आदि शामिल हैं। अब हमें भारत में पर्यटन नीतियों पर अपना ध्यान केन्द्रित करना चाहिए। यदि किसी व्यक्ति को भारत में पर्यटन नीति के बारे में या किसी भी नीतिगत मामले के बारे में इस सम्बन्ध में अध्ययन करना है, तो पंचवर्षीय योजनाओं के बारे में जानकारी रखना मूलभूत मानदण्ड है।

19.3 भारत में पंचवर्षीय योजनाओं की

अवधारणा

सन् 1947 में भारत को स्वतन्त्रता मिलने के बाद भारत सरकार ने देश के आर्थिक और सामाजिक विकास की निगरानी के लिए योजना आयोग नामक अभिकरण की स्थापना की। आयोग ने एक केन्द्रीकृत और एकीकृत आर्थिक योजना प्रारूप अपनाया जिसमें उस समय के दो प्रचलित आर्थिक मॉडलों - पूँजीवादी अर्थव्यवस्था और समाजवादी अर्थव्यवस्था के संयुक्त पहलुओं को शामिल किया गया। अर्थव्यवस्था के इन दो रूपों की सबसे बुनियादी समझ यह है कि जहाँ एक पूँजीवादी अर्थव्यवस्था व्यक्तिगत अधिकारों के सिद्धान्त पर आधारित होती है और यहाँ परिसम्पत्तियों और व्यापार के निजी स्वामित्व को प्रोत्साहित किया जाता है, वहीं एक समाजवादी अर्थव्यवस्था समानता के सिद्धान्त पर आधारित होती है और यहाँ व्यक्तिवाद की बजाय सामूहिक अधिकारों को प्रोत्साहित किया जाता है तथा व्यापार और परिसम्पत्तियों को राज्य/सरकार द्वारा नियन्त्रित किया जाता है। इस प्रकार भारत में एक मिश्रित अर्थव्यवस्था है। भारत में योजनाएँ आमतौर पर पाँच साल की अवधि के आधार पर तैयार की जाती थीं और इसलिए लोकप्रिय शब्दावली 'पंचवर्षीय योजना' का प्रचलन हुआ। इस मॉडल को, सन् 1991 में विघटन से पहले विश्व के सबसे बड़े और सबसे शक्तिशाली देशों में से एक पूर्ववर्ती सोवियत संघ (यूएसएसआर) में जोसेफ स्टालिन द्वारा लागू किए गए पाँच साल के योजना प्रारूप से लिया गया था। भारत में प्रत्येक पंचवर्षीय योजना वास्तव में एक अल्पकालिक योजना थी जो बदले में एक व्यापक दीर्घकालिक 20 वर्षीय परिप्रेक्ष्य योजना का हिस्सा हुआ करती थी।

बदलते समय के साथ योजना आयोग का 'ऊपर से नीचे' का दृष्टिकोण नीतिगत थकान देख रहा था और नए संस्थागत योजना ढाँचे की आवश्यकता महसूस की जा रही थी। अपने सुधार एजेण्डे

को ध्यान में रखते हुए सन् 2015 में भारत सरकार ने योजना आयोग को प्रतिस्थापित करने के लिए इसकी जगह एक सलाहकार संस्था नेशनल इंस्टीट्यूशन फॉर ट्रांसफॉर्मिंग इण्डिया या नीति (एनआईटीआई) आयोग का गठन किया। योजना आयोग के विघटन से पहले, सन् 1950 से 2014 तक, योजना आयोग ने कुल 12 पूर्ण पंचवर्षीय योजनाओं का सूत्रबद्धीकरण किया, जैसा कि नीचे सारणी 1 में सूचीबद्ध है :

सारणी 1 : योजना आयोग के अन्तर्गत पंचवर्षीय योजनाएँ

पहली पंचवर्षीय योजना (1951-1956)
दूसरी पंचवर्षीय योजना (1956-1961)
तीसरी पंचवर्षीय योजना (1961-1966)
योजना अवकाश (1966-1969), पंचवर्षीय योजना भारत-पाकिस्तान संघर्ष के कारण शुरू नहीं हो सकी; सूखे की स्थिति
चौथी पंचवर्षीय योजना (1969-1974)
पाँचवीं पंचवर्षीय योजना (1974-1979)
रोलिंग प्लान (1978-1980) केन्द्र में राजनीतिक अव्यवस्था
छठवीं पंचवर्षीय योजना (1980-1985)
सातवीं पंचवर्षीय योजना (1985-1990)
वार्षिक योजनाएँ (1990-1992) राजनीतिक अव्यवस्था
आठवीं पंचवर्षीय योजना (1992-1997)
नौवीं पंचवर्षीय योजना (1997-2002)
दसवीं पंचवर्षीय योजना (2002-2007)
ग्यारहवीं पंचवर्षीय योजना (2007-2012)
बारहवीं पंचवर्षीय योजना (2012-2017)

19.3.1 भारत में पंचवर्षीय योजनाएँ और पर्यटन

पर्यटन विकास हमेशा से देश की पंचवर्षीय योजनाओं का एक अभिन्न हिस्सा रहा है, भले ही पहली पंचवर्षीय योजना के दौरान अलग से बजट आवण्टन नहीं किया गया था क्योंकि पर्यटन तब एक अलग विभाग नहीं था लेकिन परिवहन और संचार मन्त्रालय द्वारा उसकी देखभाल की गयी थी। 12 पंचवर्षीय योजनाओं में से प्रत्येक के दौरान फोकस के मुख्य क्षेत्रों और अन्य महत्वपूर्ण मील के पत्थरों को नीचे तालिका 2 में संक्षेप में बताया गया है :

सारणी 2 : पंचवर्षीय योजनाओं के दौरान फोकस के क्षेत्र और पर्यटन विकास के महत्वपूर्ण मील के पत्थर

पंचवर्षीय योजनाएँ	फोकस के क्षेत्र / महत्वपूर्ण मील के पत्थर
पहली पंचवर्षीय योजना (1951-1956)	<ul style="list-style-type: none">• अलग से कोई बजट नहीं• जोर इस पर दिया गया था कि प्रचार सामग्री का उत्पादन किया जाए, प्रदर्शनियों में सहभागिता की जाए तथा देश के भीतर भी और विदेशों में भी पर्यटन कार्यालय खोले जाएँ• 1955-56 में परिवहन मन्त्रालय की पर्यटक यातायात शाखा का 'द टूरिस्ट ट्रेफिक डिवीजन' के रूप में प्रोन्नयन
दूसरी पंचवर्षीय योजना (1956-1961)	<ul style="list-style-type: none">• प्रमुख पर्यटन गन्तव्य स्थलों पर परिवहन और आवास सुविधाओं का विकास• पहली बार पर्यटन उद्योग के लिए अलग से कोष की व्यवस्था की गयी (336.38 लाख रुपये)

	<ul style="list-style-type: none"> • सन् 1958 में पर्यटन के लिए अलग से विभाग
तीसरी पंचवर्षीय योजना (1961-1966)	<ul style="list-style-type: none"> • पर्यटन, खासतौर पर साहसिक पर्यटन से सम्बन्धित गतिविधियों का विकास • सन् 1956 में भारत पर्यटन विकास निगम (ITDC) का गठन • पर्यटन और नागरिक उड्डयन मन्त्रालय का सृजन
चौथी पंचवर्षीय योजना (1969-1974)	<ul style="list-style-type: none"> • पर्यटक सुविधाओं का विस्तार और सुधार • विदेशी मुद्रा अर्जन, रोजगार सृजन
पाँचवीं पंचवर्षीय योजना (1974-1979)	<ul style="list-style-type: none"> • आवास और परिवहन सुविधाओं में वृद्धि, चयनित क्षेत्र का एकीकृत विकास, विदेशों में पर्यटन का प्रोत्साहन
छठवीं पंचवर्षीय योजना (1980-1985)	<ul style="list-style-type: none"> • पर्यटन के सम्बन्ध में राष्ट्रीय पर्यटन नीति, 1982 का निर्माण
सातवीं पंचवर्षीय योजना (1985-1990)	<ul style="list-style-type: none"> • पर्यटक सर्किटों का विकास, पर्यटन उत्पादों का विविधीकरण • पर्यटन पर राष्ट्रीय समिति का गठन • सन् 1989 में पर्यटन वित्तीय निगम का गठन • सन् 1986 में पर्यटन को उद्योग का दर्जा प्रदान किया गया
आठवीं पंचवर्षीय योजना (1992-1997)	<ul style="list-style-type: none"> • विशेष पर्यटन क्षेत्रों का प्रारम्भ, पूर्ण ढाँचागत सुविधाएँ प्रदान करना, पर्यटन के लिए मास्टर प्लान को सूत्रीकृत करने के लिए राज्यों का आह्वान • सन् 1992 में, 'पर्यटन के लिए राष्ट्रीय कार्रवाई योजना' (NAPT) नामक एक कार्य योजना तैयार की गयी

नौवीं पंचवर्षीय योजना (1997-2002)	<ul style="list-style-type: none"> • सार्वजनिक और निजी प्रयासों के प्रभावी समन्वय के माध्यम से चयनित केन्द्रों और सर्किटों का विकास • सन् 2002 में पर्यटन का स्वतन्त्र मन्त्रालय • सन् 2002 के दौरान अतुल्य भारत अभियान का प्रारम्भ
दसवीं पंचवर्षीय योजना (2002-2007)	<ul style="list-style-type: none"> • भारत को शीर्ष अग्रणी अन्तरराष्ट्रीय पर्यटन स्थलों में शामिल करना, राष्ट्रीय विकास में पर्यटन की भूमिका और इसके विकास में बाधा डालने वाली बाधाओं को दूर करने पर ध्यान केन्द्रित करना • राष्ट्रीय पर्यटन नीति 2002
ग्यारहवीं पंचवर्षीय योजना (2007-2012)	<ul style="list-style-type: none"> • अन्तरराष्ट्रीय पर्यटकों के आगमन और प्राप्तियों में वृद्धि
बारहवीं पंचवर्षीय योजना (2012-2017)	<ul style="list-style-type: none"> • पर्यटन क्षेत्र में संवृद्धि को सुधारना • राष्ट्रीय पर्यटन नीति 2015 का प्रारूप (ड्राफ्ट)

अब तक भारत में दो 'राष्ट्रीय पर्यटन नीति' तैयार की गयी हैं, जिनमें से एक सन् 1982 में और दूसरी 2002 में तैयार की गयी थी। इनके बीच, सन् 1992 में पर्यटन के लिए एक राष्ट्रीय कार्य योजना शुरू की गयी थी। राष्ट्रीय पर्यटन नीति 2015 का प्रारूप भी जनता और हितधारकों के मतों को आमन्त्रित करते हुए परिचालित किया गया था। हम संक्षेप में इनमें से प्रत्येक पर बाद के खण्डों में अलग से चर्चा करेंगे।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास 1

19.4 राष्ट्रीय पर्यटन नीति 1982

भारत में प्रथम पर्यटन नीति पर्यटन मन्त्री द्वारा 3 नवम्बर 1982 को लोक सभा और राज्य सभा में पेश की गयी थी। उक्त नीति निम्नलिखित 11 बिन्दुओं में समाहित थी : पर्यटन के आयाम; पर्यटन के प्राचल (Parameters); पर्यटन विकास के चरण; उद्देश्य; घरेलू पर्यटन; पर्यटन-एक साझा प्रयास; पर्यटन का प्रभाव; कार्रवाई की योजना; संरक्षण और विकास; एक नया लोकाचार तथा मूल्य और निष्कर्ष।

यह नीतिगत दस्तावेज 'पर्यटन के आयामों' के साथ खुलता है जिसमें विश्व यात्रा के आँकड़े और भारत में यात्रा का प्राक्कलन दिया गया था। इसके बाद इसने पर्यटन के लाभों पर, विशेष रूप से बेहतर अन्तरराष्ट्रीय समझ बढ़ाने पर; लचीले पर्यटन संचालन के प्रकार्यात्मक लाभ पर, जो इसे छोटी और बहुराष्ट्रीय दोनों व्यवस्थाओं में लागू करता है; विदेशी मुद्रा अर्जन की क्षमता आदि पर प्रकाश डाला। पर्यटन नीति, 1982 वास्तव में, पर्यटन विकास के लिए एक परिप्रेक्ष्य नीति से अधिक, पर्यटन की प्रस्थिति को रूपरेखाबद्ध करने वाली परिचयात्मक किस्म की नीति थी। इसका मुख्य फोकस भारत की क्षमता का अन्वेषण करना और एक पर्यटन गन्तव्य के रूप में इसका विपणन करना था ताकि बताए गए लाभों को हासिल किया जा सके। नीति में दिए गए कुछ प्रमुख प्रस्ताव थे :

1. घरेलू पर्यटकों के लिए सुविधाओं में उल्लेखनीय रूप से सुधार और विस्तार करना
2. अन्तरराष्ट्रीय पर्यटन के विकास को उच्च प्राथमिकता प्रदान करना
3. सांस्कृतिक रुचि के प्रमुख केन्द्रों पर, राज्य सरकारों समेत सम्बन्धित अभिकरणों के साथ समन्वय स्थापित करते हुए, योजनाबद्ध तरीके से उपयुक्त पर्यटक सुविधाएँ प्रदान करना
4. अधिक अन्तरराष्ट्रीय पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए भारत की समृद्ध विरासत को प्रोत्साहित करना

5. क्षेत्रीय पर्यटन अर्थात् दक्षिण एशियाई क्षेत्र के देशों के बीच, जिससे भारत सम्बन्धित है, पर्यटन पर अधिक ध्यान देना।

नीतिगत दस्तावेज में 'कार्रवाई की योजना' पर अलग से एक अनुभाग का उल्लेख है, हालाँकि उनमें से कुछ ठोस कार्य योजनाओं के बजाय सामान्य सुझाव ही हैं। कुछ योजनाओं में शामिल हैं :

1. 5 से 10 वर्षों के परिप्रेक्ष्य में 'ट्रैवेल सर्किट' अवधारणा के आधार पर चयनित केन्द्रों पर पर्यटक अवसंरचना का विकास करना
2. भारत के विभिन्न भागों से युवाओं के आवागमन को सुगम बनाने के लिए युवा छात्रावासों के मौजूदा मामूली नेटवर्क का विस्तार करना ताकि पर्यटन के माध्यम से राष्ट्रीय एकता में उन्हें भी शामिल किया जा सके
3. धर्मशालाओं, सरायों आदि के माध्यम से सस्ती आवास सुविधा बढ़ाना ताकि समाज के निम्न मध्यम और निर्धन हिस्सों को देश के अन्य हिस्सों की यात्रा करने में और देश के अन्य हिस्सों के बारे में जानने में सक्षम बनाया जा सके।
4. मौजूदा पर्यटन आधार को व्यापक बनाने, नए बाजारों का अन्वेषण करने और अन्तरक्षेत्रीय यात्रा को प्रोत्साहित करने के लिए एक व्यावहारिक विपणन रणनीति दृष्टिकोण को अपनाना
5. जनशक्ति विकास और प्रशिक्षण को उचित महत्व प्रदान करना
6. पर्यटन विकास में निजी क्षेत्र की भागीदारी को आमन्त्रित करना
7. पर्यटन को एक निर्यात उद्योग का दर्जा प्रदान करना

हालाँकि पर्यटन नीति 1982 एक मानक पर्यटन नीतिगत दस्तावेज के लिए आवश्यक कुछ मुद्दों पर ध्यान नहीं दे पायी, लेकिन देश की प्रथम पर्यटन नीति होने के कारण, देश में भविष्य के सभी पर्यटन विकास पहलों के लिए इसके गम्भीर निहितार्थ हैं।

19.5 पर्यटन के लिए राष्ट्रीय कार्य योजना (एनएपीटी) 1992

पर्यटन विभाग ने निम्नलिखित उद्देश्यों के साथ मई 1992 में 'पर्यटन के लिए राष्ट्रीय कार्य योजना : नेशनल एक्शन प्लान फॉर टूरिज्म (एनएपीटी)' नामक एक कार्य योजना तैयार की :

1. क्षेत्रों का सामाजिक-आर्थिक विकास
2. रोजगार के अवसरों को मौजूदा आँकड़ों से बढ़ाकर कम से कम दोगुना करना
3. घरेलू पर्यटन का विकास करना, विशेष रूप से बजट श्रेणी के लिए, ताकि उनके लिए एक किफायती अवकाश को सुनिश्चित किया जा सके
4. राष्ट्रीय विरासत और पर्यावरण का संरक्षण
5. अन्तरराष्ट्रीय पर्यटन का विकास और विदेशी मुद्रा अर्जन को 2440 करोड़ रुपये से बढ़ाकर 10,000 करोड़ रुपये करने के लिए इष्टतमीकरण
6. पर्यटन उत्पादों का विविधीकरण, विशेष रूप से अवकाशमूलक, साहसिक, सम्मेलनपरक और प्रोत्साहनमूलक पर्यटन के क्षेत्र में
7. 5 वर्षों के भीतर विश्व पर्यटन में भारत की हिस्सेदारी को मौजूदा 0.4% से बढ़ाकर 1% तक करना

एनएपीटी पिछली पर्यटन नीति 1982 से आगे एक महत्वपूर्ण कदम था। यहाँ अधिक विशिष्ट सूचनाओं और योजनाओं की रूपरेखा निर्मित की गयी थी। उदाहरण के लिए, निम्नलिखित के बारे में सूचनाएँ :

- आयकर अधिनियम की धारा 80 एचडीडी के अन्तर्गत दी गयी राजकोषीय रियायतों के बारे में; जिससे यदि किसी होटल का विदेशी मुद्रा अर्जन आयकर से मुक्त है, तो खाते

पर अर्जित आय पर 50% की छूट और शेष 50% पर भी छूट यदि इसका पुनर्निवेश पर्यटन में ही किया जाता है

- ग्रामीण क्षेत्रों, हिल स्टेशनों, तीर्थ स्थलों और निर्दिष्ट पर्यटन स्थलों में स्थापित होटलों को यह रियायत कि उन्हें व्यय कर से मुक्त रखा जाएगा और दस वर्षों के लिए आयकर के 50% से मुक्त रखा जाएगा
- गहन विकास के लिए विशिष्ट यात्रा सर्किटों की पहचान (जैसाकि नीचे दिया गया है)

कुल्लू - मनाली - लेह;

ग्वालियर - शिवपुरी - ओरछा - खजुराहो

बागडोगरा - सिक्किम - दार्जीलिंग, - कलिमपोंग

भुवनेश्वर - पुरी - कोणार्क

हैदराबाद - नागार्जुनसागर - तिरुपति

मद्रास - मामल्लपुरम - पॉण्डिचेरी

ऋषिकेश - नरेन्द्र नगर - गंगोत्री - बद्रीनाथ

इन्दौर - उज्जैन - महेश्वर - ओंकारेश्वर - माण्डू

जैसलमेर - जोधपुर - बीकानेर - बाड़मेर

इसके अतिरिक्त, अवसंरचनात्मक विकास और पर्यटन के पर्यावरणीय निहितार्थों जैसे जिन बिन्दुओं को पर्यटन नीति 1982 में स्थान नहीं मिल सका था, उन बिन्दुओं को एनएएफटी में सम्मिलित किया गया। नीतिगत दस्तावेज में दी गयी पर्यटन के लिए राष्ट्रीय कार्य योजना की संक्षिप्त रूपरेखा के सारांश को नीचे पुनः प्रस्तुत किया जा रहा है :

A. ऐसे विषय, जिनका सम्बन्ध पर्यटन मन्त्रालय से है

- a. गहन निवेश और विकास के लिए अधिसूचित क्षेत्रों के रूप में विशिष्ट पर्यटन क्षेत्रों का सृजन
- b. निर्दिष्ट क्षेत्रों/ सर्किटों में पर्यटन और पर्यटन से सम्बन्धित उद्योग के लिए वित्त प्रदान करने हेतु निर्दिष्ट पर्यटन क्षेत्रों के लिए सहायता (एएसटीए) प्रदान करने के लिए योजना को स्टार प्रदान करना
- c. विरासत होटलों/ हेल्थ रिसॉर्ट्स की विशिष्ट श्रेणी का सृजन करना और उन्हें उपलब्ध कराना - तकनीकी/सलाहकारी सहायता प्रदान करना, वित्तीय संस्थानों से ऋणों की व्यवस्था करना, ब्याज पर साहाय्यिकी (सब्सिडी), विपणन और परिचालन विशेषज्ञता
- d. पैलेस-ऑन-व्हील्स की सफलता को आधार बनाते हुए महत्वपूर्ण पर्यटक मार्गों पर पर्यटक रेलगाड़ियों का प्रारम्भ
- e. निर्दिष्ट सर्किटों में रिवर क्रूजों का संचालन
- f. विशिष्ट लक्ष्यों के सन्दर्भ में विदेशी कार्यालयों को और अधिक जवाबदेह बनाने के लिए उनका सुधार करना
- g. समस्त प्रमुख बाजारों में भारत की सकारात्मक छवि निर्मित करने के लिए सूचना प्रणाली में सुधार करना
- h. चयनित पर्यटन गन्तव्यों के लिए विशिष्ट विमानसेवा/होटल पैकेज
- i. प्रमुख अन्तरराष्ट्रीय हवाई अड्डों पर विमानसेवाओं, रेलगाड़ियों, होटलों, पर्यटन सूचनाओं के बारे में जानकारी उपलब्ध कराने का प्रावधान

B. ऐसे विषय, जिनका सम्बन्ध अन्य मन्त्रालय से है

- a. प्रमुख अन्तरराष्ट्रीय हवाई अड्डों पर पर्यटक सुविधाएँ - आप्रवासन, सीमा शुल्क, सामान, मुद्रा बदलने की सुविधाएँ, एयरपोर्ट कोच/टैक्सियाँ

b. घोषित नीति और स्वचालित निकासी (ऑटोमेटिक क्लियरेंस) के माध्यम से उदारीकृत चार्टर उड़ानें

एनएपीटी 1992 भारत में पर्यटन विकास के लिए आवश्यक कुछ प्रमुख क्षेत्रों में चिन्ताओं को दूर करने के लिए एक कार्य योजना थी।

19.6 राष्ट्रीय पर्यटन नीति 2002

सन् 1982 में प्रथम राष्ट्रीय पर्यटन नीति के बीस वर्ष बाद सन् 2002 में दूसरी राष्ट्रीय पर्यटन नीति तैयार की गयी। इन बीस वर्षों के बीच पर्यटन पर राष्ट्रीय कार्य योजना (एनएपीटी) 1992 आयी थी। इसके बारे में आप पिछले अनुभाग में पढ़ चुके हैं। एनएपीटी (NAPT) 1992 एक कार्य योजना थी और सभी कार्य योजनाओं की तरह यह एक नीतिगत दस्तावेज में उल्लिखित दृष्टिकोणों और निर्देशों पर आधारित थी। इस प्रकार, यह विचार करते हुए कि प्रथम पर्यटन नीति अब समय की जरूरतों का प्रत्युत्तर नहीं दे पा रही थी, एक पूर्ण राष्ट्रीय पर्यटन नीति के निर्माण की आवश्यकता पिछले लम्बे समय से चली आ रही थी। स्वयं यह तर्क एनटीपी 2002 की प्रस्तावना की प्रारम्भिक पंक्तियों में दिया गया था -

“पर्यटन क्षेत्र के महत्व और देश में पर्यटन विकास के उद्देश्यों को रेखांकित करते हुए पर्यटन पर एक राष्ट्रीय नीति सन् 1982 में संसद में पेश की गयी थी। यह नीति कठोर लाइसेंसिंग प्रक्रियाओं के साथ एक बन्द अर्थव्यवस्था के वातावरण में तैयार की गयी थी। इस नीति में निजी क्षेत्र की भूमिका पर जोर नहीं दिया गया था और विदेशी निवेश की परिकल्पना नहीं की गयी थी। इस नीति में घरेलू पर्यटन और उत्पाद विकास की आवश्यकता पर पर्याप्त जोर नहीं दिया गया था..... पर्यटन दुनिया के अधिकांश हिस्सों में आर्थिक विकास का एक प्रमुख इंजन है। कई देशों

ने पर्यटन क्षमता का उपयोग करके अपनी अर्थव्यवस्थाओं को बदल दिया है ---पर्यटन में विविध प्रकार के बड़े पैमाने पर रोजगार पैदा करने की क्षमता है - सर्वाधिक विशेषीकृत से लेकर अकुशल तक; और हम सभी जानते हैं कि भारत को जिस चीज की सर्वाधिक आवश्यकता है, वह है बड़े पैमाने पर रोजगार का सृजन।”

इस प्रकार राष्ट्रीय पर्यटन नीति 2002 को आर्थिक विकास के एक प्रमुख इंजन के रूप में पर्यटन को स्थापित करने और पर्यावरण की दृष्टि से टिकाऊ तरीके से रोजगार और गरीबी उन्मूलन के लिए इसके प्रत्यक्ष और गुणकीय प्रभावों का उपयोग करने के उद्देश्य से तैयार किया गया था। यह नीति और भी अधिक महत्वपूर्ण थी क्योंकि उपलब्ध आँकड़ों के अनुसार, दुनिया भर में पर्यटन विकास तीव्र गति से हो रहा था लेकिन जहाँ तक भारत का सम्बन्ध है, बहुत अधिक प्रगति नहीं हुई। लगभग एक दशक से विश्व पर्यटक यातायात में भारत का हिस्सा 0.38 प्रतिशत पर ही रुका हुआ था। एनटीपी 2002 में विशेष रूप से उल्लेख किया गया है कि "यदि भारत को इस क्रान्ति में सार्थक तरीके से आगे निकलना है; तो इसे अपनी रणनीतियों के साथ-साथ कार्यान्वयन की अपनी मशीनरी की तकनीकों और उपकरणों को बदलना चाहिए।" एनपीटी 2002 के मुख्य व्यापक उद्देश्य निम्नलिखित थे :

1. पर्यटन को आर्थिक संवृद्धि के एक इंजन के रूप में स्थिति प्रदान करना;
2. रोजगार सृजन, आर्थिक विकास और ग्रामीण पर्यटन को प्रोत्साहन प्रदान करने के लिए पर्यटन के प्रत्यक्ष और गुणकीय प्रभावों का दोहन;
3. पर्यटन विकास के एक तरीके या चालक के रूप में घरेलू पर्यटन पर ध्यान केन्द्रित करना;
4. बढ़ती वैश्विक यात्रा और व्यापार का तथा एक गन्तव्य-स्थल के रूप में भारत की विशाल अप्रयुक्त क्षमता का लाभ उठाने के लिए भारत को एक वैश्विक ब्राण्ड के रूप में स्थान प्रदान करना;
5. सरकार के साथ निजी क्षेत्रक की महत्वपूर्ण भूमिका को, एक पहलकारी सुविधाप्रदायक और उत्प्रेरक के रूप में, स्वीकार करना;

6. राज्यों, निजी क्षेत्रक और अन्य एजेंसियों के साथ साझेदारी में भारत की अद्वितीय सभ्यता, विरासत और संस्कृति के आधार पर एकीकृत पर्यटन सर्किट का सृजन और विकास;
7. यह सुनिश्चित करना कि भारत आने वाला पर्यटक शारीरिक रूप से मजबूत हो जाए, मानसिक रूप से पुनर्जीवित हो जाए, सांस्कृतिक रूप से समृद्ध हो जाए, आध्यात्मिक रूप से ऊँचा उठ जाए और "अन्तरतम से भारत को महसूस करे"।

पर्यटन विकास को बल देने के लिए सात प्रमुख क्षेत्रों (7S) की पहचान की गयी। ये क्षेत्र हैं :

- स्वागत
- सूचना
- सुविधा
- सुरक्षा
- सहयोग
- संरचना (आधारभूत संरचना का विकास)
- सफाई

एनपीटी 2002 में पर्यटन की महत्वपूर्ण भूमिका और इसके कई लाभों पर भी प्रकाश डाला गया। इस सम्बन्ध में पर्यटन स्थल के रूप में भारत के स्वॉट (SWOT) विश्लेषण को भी शामिल किया गया। स्वॉट (SWOT) का विवरण निम्नलिखित है :

- **S-Strength** : भारत की मजबूती (Strength) इसमें निहित है कि यह एक जीवन्त सभ्यता है और दुनिया में चार प्रमुख धर्मों और दर्शनों का; समृद्ध प्राकृतिक और ग्रामीण परिदृश्यों का; प्राचीन और आधुनिकता के मिश्रण का और सबसे बढ़कर अपनी समृद्ध सांस्कृतिक विविधता का घर है।

- **W-Weakness** : भारत की कमजोरी (Weakness) को इस प्रकार चित्रित किया गया है : सरकार द्वारा पर्यटन क्षेत्र को प्रदान की गयी कम प्राथमिकता में सूचीबद्ध प्रतिस्पर्धी बाधाएँ; अन्तरराष्ट्रीय पर्यटन पर आवश्यकता से अधिक ध्यान, वह भी घरेलू पर्यटन की कीमत पर; सुरक्षा परिदृश्य जो भारत की धारणा को एक रक्षित और सुरक्षित गन्तव्य के रूप में प्रभावित करता है; गुणवत्ता के मुद्दे, चाहे वे सुविधाएँ हों या सेवाएँ, परिवहन हो, बुनियादी ढाँचा हो या भारत में पर्यटकों के प्रवेश की सुविधा हो; कराधान की बहुलता और उच्च दर; सीमित उपलब्धता और बाजार के त्रुटिपूर्ण आँकड़े; अपर्याप्त विपणन; आकर्षक परियोजना वित्तपोषण की कमी; प्रतिबन्धात्मक भूमि उपयोग नीति जो पर्यटन विकास के लिए उपयुक्त भूमि की उपलब्धता को सीमित करती है तथा सामुदायिक भागीदारी की कमी।
- **O-Opportunities** : भारत के लिए अवसरों (Opportunities) में तीन मुख्य बिन्दु शामिल हैं, पहला ग्रामीण पर्यटन को विकसित करने के लिए घरेलू शहरी आबादी की इसकी विशाल क्षमता है; दूसरा इसकी समृद्ध और विविधतापूर्ण विरासत की शक्ति है जो अन्तरराष्ट्रीय यात्रा बाजार में अपने हिस्से को बढ़ा सकती है जबकि तीसरा बिन्दु विश्व की सबसे बड़ी अर्थव्यवस्थाओं में से एक के रूप में इसकी अपनी ताकत है जो व्यापार से सम्बन्धित यात्रा और पर्यटन गतिविधियों के विकास की सम्भावना को खोलती है।
- **T-Threats** : पर्यटन क्षेत्र के भारत के विकास के लिए खतरे (Threats) ऊपर बतायी गयी प्रतिस्पर्धी बाधाओं (कमजोरी) को प्रभावी ढंग से हल करने में विफलता की ओर इशारा करते हैं। यदि एक बाहरी दृष्टिकोण से देखें, तो इन खतरों में शामिल हैं : प्रभावी ढंग से बढ़ती अन्तरराष्ट्रीय प्रतियोगिता को सन्बोधित न करना; कुछ चयनित यात्रा बाजारों पर अत्यधिक निर्भरता; उच्च मात्रा किन्तु कम आर्थिक प्रतिफल के आधार पर अन्तरराष्ट्रीय पर्यटन का विकास, क्षेत्रीय संघर्ष तथा पर्यटन विकास के प्रतिकूल प्रभाव का ऊँचा स्तर।

बताए गए व्यापक लक्ष्यों की पृष्ठभूमि में, पर्यटन स्थल के रूप में भारत के पर्यटन और स्वाँट विश्लेषण निष्कर्षों के लाभों के बारे में एनपीटी 2002 ने पर्यटन क्षेत्र के विकास के लिए भारत सरकार के दृष्टिकोण को रेखांकित किया, जो इस प्रकार है :

“पर्यटन के माध्यम से भारत के लोगों के लिए जीवन की एक बेहतर गुणवत्ता हासिल करना जो शारीरिक स्फूर्ति, मानसिक कायाकल्प, सांस्कृतिक संवर्धन और आध्यात्मिक उन्नयन के लिए एक अनूठा अवसर प्रदान करेगा ”

इस विजन को हासिल करने के लिए पाँच प्रमुख रणनीतिक उद्देश्यों की पहचान की गयी। इसे निम्नलिखित उप-अनुभाग में व्याख्यायित किया गया है।

19.6.1 रणनीतिक उद्देश्य और रणनीतियाँ

देश में पर्यटन विकास के विजन (दृष्टिकोण) को पूर्ण करने के लिए पाँच सूचीबद्ध रणनीतिक उद्देश्य निम्नलिखित सारणी में दिए गए हैं :

सारणी 3: रणनीतिक उद्देश्य, एनएपीटी (NAPT) 2002

1. एक राष्ट्रीय प्राथमिकता गतिविधि के रूप में पर्यटन विकास को स्थिति प्रदान करना और उसे कायम रखना
2. एक पर्यटन स्थल के रूप में भारत की प्रतिस्पर्धात्मकता में वृद्धि करना और उसे कायम रखना
3. भारत के मौजूदा पर्यटन उत्पादों में सुधार करना और नयी बाजार

आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए इनका विस्तार करना

4. विश्वस्तरीय आधारभूत संरचना का सृजन

5. धारणीय और प्रभावी विपणन योजनाओं और कार्यक्रमों का विकास करना

आइए, अब वर्णित उद्देश्यों में से प्रत्येक को प्राप्त करने के लिए अनुशंसित महत्वपूर्ण रणनीतियों पर चर्चा करें :

रणनीतिक उद्देश्य 1 : एक राष्ट्रीय प्राथमिकता गतिविधि के रूप में पर्यटन विकास को स्थिति प्रदान करना और उसे कायम रखना

रणनीतियाँ :

- भारत के संविधान की समवर्ती सूची में पर्यटन को शामिल करना
- प्रभावी सम्पर्क (linkages) तथा विभागों के बीच घनिष्ठ समन्वय उपलब्ध कराने के लिए पर्यटन मन्त्रियों का एक समूह गठित करना
- एक पर्यटन सलाहकार परिषद का गठन करना
- पर्यटन उपग्रह खाता प्रणाली (Tourism Satellite Account System) को अपनाने के लिए आधार की तैयारी करना
- एक 'राष्ट्रीय पर्यटन जागरूकता अभियान' की योजना बनाना और उसका प्रबन्धन करना

रणनीतिक उद्देश्य 2 : एक पर्यटन स्थल के रूप में भारत की प्रतिस्पर्धात्मकता में वृद्धि करना और उसे कायम रखना

रणनीतियाँ :

- वीजा और परमिट जारी करने में तेजी लाना और 'आगमन पर वीजा' सुविधा का कार्यान्वयन करना
- दूतावासों/उच्चायोगों द्वारा वीजा जारी करने की व्यवस्था को कम्प्यूटरीकृत करना
- देश में अन्तरराष्ट्रीय और प्रमुख हवाई अड्डों का प्रबन्धन करने के लिए पेशेवर प्रबन्धन एजेंसियाँ
- प्रमुख पर्यटक गन्तव्य स्थलों पर तैनाती के लिए विशेष पर्यटक पुलिस बल का सृजन करना

रणनीतिक उद्देश्य 3 : भारत के मौजूदा पर्यटन उत्पादों में सुधार करना और नयी बाजार आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए इनका विस्तार करना

रणनीतियाँ :

- सांस्कृतिक पर्यटन का विस्तार
- समुद्र-तटीय रिसॉर्ट्स के विकास के लिए निजी क्षेत्रक को दीर्घकालिक पट्टे के लिए पश्चिमी तट पर सरकारी स्थलों की पहचान करना
- कोच्चि तथा अण्डमान और निकोबार द्वीप समूह को, अन्तरराष्ट्रीय कूज गन्तव्य स्थलों के रूप में, विकसित करने और इन्हें स्थिति प्रदान करने के लिए एक समर्पित कूज टर्मिनल का विकास करना
- पाकशाला संस्थान के विकास के लिए निजी-सार्वजनिक भागीदारी को लागू करना, जो प्राचीन पाक परम्पराओं पर अनुसन्धान करेगा और उन्हें दस्तावेजीकृत करेगा तथा पाकशाला से जुड़े पेशेवरों के एक अत्यधिक कुशल श्रमबल का सृजन करना। विचार यह है कि भारत के पारम्परिक व्यंजनों की विविधता की पैकेजिंग के द्वारा उन्हें पूँजीकृत किया जाए।
- गाँव-पर्यटन का सक्रिय रूप से प्रोत्साहन और विकास

- वन्यजीव अभयारण्यों और राष्ट्रीय उद्यानों को एकीकृत करने की आवश्यकता है तथा स्थल (साइट) की तैयारी और आगन्तुक-प्रबन्धन योजनाओं को प्राथमिकता प्रदान करने की जरूरत है
- साहसिक पर्यटन संचालकों (ऑपरेटरों) के लिए विनियमनों और प्रमाणन शुरू किया जाना चाहिए ताकि वे न्यूनतम सुरक्षा और संरक्षण के मानकों को हासिल कर सकें
- घरेलू पर्यटन पर जोर
- बैठकों, पहलों, अभिसमय (कन्वेंशन) और प्रदर्शनी की बाजार हिस्सेदारी बढ़ाने के लिए आवश्यक है कि मुम्बई में एक विश्वस्तरीय अन्तरराष्ट्रीय कन्वेंशन सेण्टर का निर्माण किया जाए
- पारिस्थितिकीय पर्यटन (इकोटूरिज्म) को भारत में प्राथमिकता वाला एक पर्यटन उत्पाद बनाया जाना चाहिए। मार्गनिर्देशकों (गाइड्स) और दुभाषियों (इंटरप्रेटर्स) के रूप में स्थानीय समुदाय की जागरूकता, शिक्षण और प्रशिक्षण के माध्यम से इसे एक तृणमूल (ग्रासरूट) स्तरीय, समुदाय आधारित आन्दोलन बनाया जाना चाहिए।
- व्यक्ति की समग्र चिकित्सा और उसका कायाकल्प भारत का सबसे अद्वितीय पर्यटन उत्पाद हो सकता है
- अद्वितीय आवास उत्पादों के विकास के लिए उद्यमियों को बीज पूँजी (seed capital) उपलब्ध कराने हेतु एक योजना स्थापित करने के लिए कदम उठाये जाने चाहिए। इसे उपयुक्त नियन्त्रणों के साथ, राज्य स्तर पर वित्तपोषित और प्रशासित किया जा सकता है
- पारम्परिक शिल्प के लिए समर्पित शॉपिंग सेण्टरों को प्रोत्साहित किया जाना चाहिए; इसकी जानकारी उपलब्ध करायी जानी चाहिए कि विशिष्ट शिल्पयुक्त वस्तुएँ कहाँ से खरीदी जाएँ और पूर्वग्रहमुक्त शॉपिंग गाइड्स को बढ़ावा दिया जाना चाहिए; हस्तशिल्प क्षेत्र को बढ़ावा देने वाले प्रतिष्ठित गैर-सरकारी संगठनों को वित्तपोषण सहायता प्रदान की जानी

चाहिए; पारम्परिक शिल्प के कारीगरों की एक निर्देशिका बनायी जानी चाहिए और उसका प्रचार किया जाना चाहिए; विनियमन और विधायन के द्वारा दलाली को नियन्त्रित किया जाना चाहिए तथा 'मेड इन इण्डिया' को प्रोत्साहित किया जाना चाहिए

- भारत के अनूठे आयोजनों, मेलों और त्यौहारों को बढ़ावा देने के लिए, भारत के लिए भविष्य के शीर्ष बाजारों में, 'फेस्टिवल ऑफ़ इण्डिया' को फिर से प्रस्तुत किया जाना चाहिए
- दिल्ली और मुम्बई को 'विश्वस्तरीय नगरों' के रूप में स्थिति प्रदान करनी चाहिए तथा इस प्रस्थिति को लाभ प्रदान करने वाले व्यावसायिक बुनियादी ढांचे, शहरी वातावरण और सार्वजनिक सेवाओं के स्तर का इस प्रकार विकास करना चाहिए कि व्यापार यात्राएँ आकर्षित हो सकें
- पर्यटन के लिए प्रमुख सांस्कृतिक स्थलों के एक राष्ट्रीय रजिस्टर को तैयार और प्रकाशित करना चाहिए तथा दिल्ली को भारत की सांस्कृतिक राजधानी के रूप में स्थिति प्रदान करनी चाहिए, जिसे सतत रूप से चलने वाले और जीवन्त सांस्कृतिक कार्यक्रमों के एक कैलेण्डर से समर्थन मिलना चाहिए

रणनीतिक उद्देश्य 4 : विश्वस्तरीय आधारभूत संरचना का सृजन

रणनीतियाँ :

- अन्तरराष्ट्रीय मानक गन्तव्य-स्थलों के रूप में एकीकृत सर्किट का विकास
- सड़क परिवहन और राष्ट्रीय राजमार्ग मन्त्रालय विश्व धरोहर स्थलों और पर्यटन की दृष्टि से महत्वपूर्ण स्थलों को जोड़ने वाले राजमार्गों के निर्माण और सुधार के लिए पर्यटन मन्त्रालय के साथ सहयोग करेगा

- रेलवे के सम्बन्ध में, निम्नलिखित उपाय आवश्यक हैं :
 - पूर्व निर्धारित यात्रा कार्यक्रम के साथ और निजी क्षेत्र की भागीदारी के साथ विशेष पर्यटक ट्रेनों का प्रारम्भ;
 - महत्वपूर्ण स्थलों के बीच विशेष पर्यटन सेवा प्रदान करने के लिए विशेष कोचों पर निजी स्वामित्व वाले संगठनों द्वारा किए गए निवेश पर त्वरित अवमूल्यन की अनुमति दी जानी चाहिए;
 - निजी क्षेत्र को, विशिष्ट पर्यटन केन्द्रों की सेवा करने के लिए, रेलवे स्टेशनों पर स्थित रेलवे होटलों का दीर्घकालिक पट्टा प्रदान करने के लिए प्रोत्साहित किया जाना चाहिए ताकि वे बजट पर्यटकों के लिए स्वच्छ और सस्ती आवास सेवा प्रदान करने हेतु अपना संचालन कर सकें
 - भारतीय रेलवे के स्वामित्व वाले मुम्बई सीएसटी, लखनऊ रेलवे स्टेशन आदि जैसे कई विरासत भवनों को प्रभावी ढंग से बनाए रखा जा सकता है और इनका विपणन किया जा सकता है
 - विशेष पर्यटक रेलगाड़ियों का विकास करके दार्जिलिंग, नीलगिरि, माथेरान, कांगड़ा और शिमला में पहाड़ी रेलवे की विपुल पर्यटन क्षमता का दोहन करना आवश्यक
 - रेलवे विरासत पर्यटन को प्रोत्साहित करने के लिए भाप चालित लोकप्रिय विशेष पर्यटक रेलगाड़ियों; जैसे रॉयल ओरिएण्ट, बुद्ध परिक्रमा, पैलेस-ऑन-व्हील्स, फेयरी क्वीन आदि; को स्थायी रूप से जारी रखा जाना चाहिए।
 - विशेष पर्यटन और आतिथ्य पर ध्यान देते हुए शताब्दी और राजधानी जैसी और अधिक रेलगाड़ियों की योजना बनाई जानी चाहिए
- प्रचुर जलमार्ग संसाधनों को भुनाने के लिए, दो रणनीतियां दी गयी थीं, एक भारत की समुद्री तटरेखा के अनुदिश यात्री सेवाओं के संचालन को नियन्त्रित करने वाली व्यवस्था को उदार बनाना था तथा दूसरा गंगा और ब्रह्मपुत्र जैसी नदियों की क्षमता का अद्वितीय पर्यटन उत्पाद के रूप में दोहन करना है।

रणनीतिक उद्देश्य 5 : धारणीय और प्रभावी विपणन योजनाओं और कार्यक्रमों का विकास करना

रणनीतियाँ :

- जिस तरह अन्य देशों द्वारा स्थिति को प्रस्तुत करने का दृष्टिकोण अपनाया जा रहा है, उसी तरह एक भारत पर्यटन ब्राण्ड की स्थिति का सृजन करना; उदाहरण के लिए थाईलैण्ड का 'अद्भुत (अमेज़िंग) थाईलैंड' और मलेशिया का 'मलेशिया, सच्चे अर्थों में (truly) एशिया' ब्राण्ड
- भारत की छवि को अपने प्रतिस्पर्धियों की तुलना में गन्तव्य के रूप में स्थापित करने के लिए भारत के प्राथमिक स्रोत बाजारों में बाजार अनुसंधान का एक व्यापक कार्यक्रम आयोजित करना; मूल्य निर्धारण, सुरक्षा, स्वास्थ्य, गुणवत्ता, भारत की यात्रा की योजना बनाते समय सूचना तक पहुँच जैसे मुद्दों पर पर्यटक की उम्मीद; ग्राहकों का खरीदारी करने का व्यवहार और मीडिया का प्रभाव
- विपणन उद्देश्य के लिए इण्टरनेट जैसी डिजिटल प्रौद्योगिकी का उपयोग

उपर्युक्त बिन्दुओं से हम देख सकते हैं कि राष्ट्रीय पर्यटन नीति 2002 पर्यटन उद्योग के लगभग हर पहलू को स्पर्श करती है और इस प्रकार देश में पर्यटन के विकास में एक महत्वपूर्ण मील का पत्थर है। हालाँकि, पूरी नीति के प्रति एक आलोचकीय दृष्टिकोण यह है कि, जबकि रणनीतिक उद्देश्य और संगत रणनीतियाँ दी गयीं और सुझायी गयीं थीं, एक वास्तविक ठोस 'कार्रवाई की योजना' के लिहाज से यह अपर्याप्त ही रहा।

19.7 राष्ट्रीय पर्यटन नीति 2015 का प्रारूप

आपने सीखा है कि राष्ट्रीय पर्यटन नीति 2002 को ठोस 'कार्रवाई की योजना' द्वारा समर्थित नहीं किया गया था। इस कमी को दूर करने और बदलते यात्रा उद्योग और अन्य वैश्विक विकास और सम्बन्धित क्षेत्रों में उन्नति की तुलना में क्षेत्रक की नीति की लगातार जाँच करने की आवश्यकता को पहचानने के लिए पर्यटन मन्त्रालय ने उक्त नीति पर पुनः गौर किया और राष्ट्रीय पर्यटन नीति 2015 का प्रारूप (मसौदा) तैयार किया। प्रारूप तैयार करने की प्रक्रिया के दौरान, एक प्रमुख कार्य कार्यशालाओं/बैठकों के माध्यम से उद्योग संघों और हितधारकों; राज्य सरकारों और केन्द्र शासित प्रदेशों तथा पर्यटन क्षेत्रक के नेताओं और राय-निर्माताओं के साथ परामर्श करना था। संयुक्त राष्ट्र विश्व पर्यटन संगठन (यूएनडब्ल्यूटीओ) सहित वैश्विक निकायों के फीडबैक को भी ध्यान में रखा गया है। नीति के प्रारूप को मन्त्रालय की वेबसाइटों और प्रमुख समाचारपत्रों में जारी किए गए विज्ञापनों पर अपलोड किया गया है, जिसमें आम जनता के विचार/सुझाव आमन्त्रित किए गए हैं।

जैसा कि उक्त प्रारूप नीति में कहा गया है, यह नीति भारत की क्षमता के अनुरूप विकास हासिल करने के मुद्दों को सम्बोधित करने का प्रयास करती है। ऐसा यह निम्नलिखित ढाँचों के अन्तर्गत करती है :

- जिम्मेदारी (यूएनडब्ल्यूटीओ की वैश्विक आचार संहिता के अनुरूप)
- सामाजिक, पर्यावरणीय और सांस्कृतिक संरक्षण, अनुरक्षण और संवर्धन
- सामुदायिक विकास के लिए अवसर
- युवाओं और महिलाओं के लिए रोजगार सृजन
- लघु और मध्यम उद्यमों (एसएमई) का विकास

नीति के प्रारूप के विजन, मिशन और उद्देश्य की रूपरेखा स्पष्ट रूप से अभिव्यक्त है। विजन और मिशन नीचे बॉक्स में पुनः प्रस्तुत किए जा रहे हैं :

बॉक्स 1: राष्ट्रीय पर्यटन नीति 2015 के प्रारूप में उल्लिखित विजन और मिशन

विजन

भारतीयों को अपने देश की जानकारी हासिल करने तथा दायित्वपूर्ण, समावेशी ढाँचे के तरीके से आर्थिक संवृद्धि, रोजगार सृजन और निर्धनता उन्मूलन के लिए पर्यटन की क्षमता का अहसास करने के साथ-साथ वैश्विक यात्रियों के लिए भारत को "अवश्य अनुभव लें (Must EXPERIENCE)" और "पुनः यात्रा करने आएँ (Must REVISIT)" के रूप में विकसित करना और उसे स्थिति प्रदान करना

मिशन

- धारणीय विकास पथ के माध्यम से अन्तरराष्ट्रीय पर्यटकों के आगमन और राजस्व की हिस्सेदारी बढ़ाना।
- गन्तव्य-स्थल के आरपार उच्च प्रसार के साथ पुनरावृत्तिमूलक, वर्ष भर के दौरान की जाने वाली यात्राओं को उत्प्रेरित करना।
- घरेलू पर्यटन का प्रोत्साहन।
- आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक और पर्यावरण की दृष्टि से एक जिम्मेदार, टिकाऊ तरीके से पर्यटन का विकास और प्रोत्साहन करना।
- विदेशी और घरेलू दोनों पर्यटकों के लिए एक स्वागत योग्य, सुरक्षित और टिकाऊ गन्तव्य के रूप में भारत को स्थिति प्रदान करना।

- 'अतुल्य भारत' के ब्राण्ड की छवि को बल प्रदान करना।
- एक विश्वस्तरीय और प्रामाणिक स्थानीय अनुभव उपलब्ध कराना।
- पर्यटन के विकास और संवर्धन में राज्य सरकारों, केन्द्र शासित प्रदेशों और हितधारकों को तैनात करना।
- पर्यटन विकास में सार्थक, न्यायसंगत सामुदायिक भागीदारी को सुनिश्चित करना।

नीति का सबसे व्यावहारिक हिस्सा यह है कि इसमें निम्नलिखित क्षेत्रों पर स्पष्ट रोड मैप के साथ एक ठोस कार्य योजना मौजूद है :

- शासन (गवर्नेंस) और प्रशासन
- उत्पाद विकास
- आधारभूत ढाँचा
- कौशल विकास
- प्रमाणन और प्रत्यायन
- सूचना प्रौद्योगिकी
- प्रचार और विपणन
- अन्तरराष्ट्रीय सहयोग
- बाजार अनुसन्धान

ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

19.8 राज्य स्तर पर पर्यटन नीति : एक

सिंहावलोकन

आपने यह सीख लिया है कि भारत में राष्ट्रीय पर्यटन नीतियाँ केन्द्र सरकार के स्तर पर बनायी जाती हैं। पर्यटन मन्त्रालय राष्ट्रीय नीतियाँ बनाने की नोडल एजेंसी है। इसी तरह राज्य स्तर पर पर्यटन नीतियाँ सम्बन्धित राज्यों के पर्यटन विभाग द्वारा बनायी जाती हैं। राष्ट्रीय नीति वृहत्तर दृश्य पर केन्द्रित होती है और देश में समग्र पर्यटन विकास के लिए दिशा-निर्देश प्रदान करती है। राज्य स्तर पर पर्यटन नीतियाँ राष्ट्रीय नीति के अन्तर्गत आने वाले दिशा-निर्देशों के भीतर बनायी जाती हैं लेकिन प्रत्येक सम्बन्धित राज्य की आवश्यकताओं के लिए विशिष्ट होती हैं। भारत एक विशाल देश है जिसकी सबसे अनूठी विशेषताएं इसकी विविधता में निहित हैं। यहाँ तक कि प्रत्येक राज्य और केन्द्र शासित प्रदेश के भीतर भी लोगों की भाषा, भोजन, रीति-रिवाज, परिधान आदि के मामले में विविध सांस्कृतिक अन्तर हैं। भारत का परिदृश्य भी दुनिया के सबसे ऊँचे पहाड़ी क्षेत्रों में से एक से लेकर रेगिस्तान, पठारों, मैदानों, पहाड़ियों और एक लम्बे समुद्र तट तक विविधता से परिपूर्ण है। इस प्रकार, पर्यटन नीतियों के निर्माण की यह द्विस्तरीय व्यवस्था और अधिक प्रासंगिक हो जाती है - राज्यों की पर्यटन नीतियाँ, जो राष्ट्रीय पर्यटन नीति की छतरी के अन्तर्गत आती हैं।

भारत के अधिकांश राज्यों ने अपनी-अपनी राज्य पर्यटन नीति तैयार की है। सक्रिय पर्यटन नीति वाले कुछ राज्य सिक्किम, पंजाब, उत्तर प्रदेश, हिमाचल प्रदेश, उत्तरखण्ड, आन्ध्र प्रदेश, महाराष्ट्र, केरल, मणिपुर आदि हैं। कुछ ऐसे राज्यों के उदाहरण भी मौजूद हैं जो राज्य पर्यटन नीति के अतिरिक्त अन्य विशिष्ट नीति को तैयार कर रहे हैं। इसका सबसे अच्छा उदाहरण गोवा की पर्यटन झोपड़ी नीति 2019-22 है जो अस्थायी मौसमी संरचनाओं, समुद्र तटीय झोपड़ियों/डेक-बेड्स/छतरियों/झोपड़ियों और अन्य संरचनाओं के निर्माण के लिए दिशा-निर्देश प्रदान करती है। पर्यटन नीति बनाना एक सकारात्मक और आवश्यक कदम है लेकिन इससे भी महत्वपूर्ण बात यह है कि नीतिगत दस्तावेजों में दिए गए ऑपरेटिव दिशा-निर्देशों का कार्यान्वयन किया जाए। यदि यह सिर्फ कागजों पर ही रहता है तो पर्यटन नीति बनाने का मूल उद्देश्य धराशायी हो जाएगा।

-
.....
3. विश्वस्तरीय आधारभूत संरचना के सृजन के लिए राष्ट्रीय पर्यटन नीति 2002 में दी गयी रणनीतियों की रूपरेखा बनाइए।
-
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

19.9 सारांश

पर्यटन विकास के सकारात्मक और नकारात्मक दोनों प्रभाव होते हैं। पर्यटन नीति का मुख्य उद्देश्य पर्यटन के विकास का मार्गदर्शन और निर्देशन करना है ताकि सकारात्मक प्रभावों को अधिकतम किया जा सके और नकारात्मक प्रभावों को कम किया जा सके। भारत में, राष्ट्रीय पर्यटन नीति पर्यटन मन्त्रालय द्वारा बनायी जाती है जबकि राज्य स्तर पर, सम्बन्धित राज्य पर्यटन विभाग उन्हें तैयार करता है। आज तक दो राष्ट्रीय पर्यटन नीति मौजूद हैं - एक 1982 में और दूसरी

2002 में तैयार की गयी है। इन दोनों के बीच पर्यटन पर एक राष्ट्रीय कार्य योजना को सन् 1992 में दस्तावेजीकृत किया गया था। भारत सरकार का नवीनतम नीति दस्तावेज राष्ट्रीय पर्यटन नीति 2015 का प्रारूप है। इसका विजन है : भारतीयों को अपने देश की जानकारी हासिल करने तथा दायित्वपूर्ण, समावेशी ढाँचे के तरीके से आर्थिक संवृद्धि, रोजगार सृजन और निर्धनता उन्मूलन के लिए पर्यटन की क्षमता का अहसास करने के साथ-साथ वैश्विक यात्रियों के लिए भारत को "अवश्य अनुभव लें (Must EXPERIENCE)" और "पुनः यात्रा करने आएँ (Must REVISIT)" के रूप में विकसित करना और उसे स्थिति प्रदान करना। किसी नीतिगत दस्तावेज के लिए जो महत्वपूर्ण है, वह यह है कि इस नीति के प्रचालनात्मक (ऑपरेटिव) मार्गनिर्देशों का फलप्रद क्रियान्वयन किया जाए।

19.10 अतिरिक्त अध्ययन सामग्री

- राष्ट्रीय पर्यटन नीति 1982
<http://tourism.gov.in/sites/default/files/policy/Tourism%20Policy%201982.pdf>
- पर्यटन पर राष्ट्रीय कार्य योजना 1992
<http://tourism.gov.in/sites/default/files/policy/National%20Action%20Plan%20For%20Tourism%201992compressed.pdf>
- राष्ट्रीय पर्यटन नीति 2002
<http://tourism.gov.in/sites/default/files/policy/National%20Tourism%20Policy%202002.pdf>
- राष्ट्रीय पर्यटन नीति 2015 का प्रारूप
<http://tourism.gov.in/sites/default/files/policy/Draft National Tourism Policy 2015.pdf>

19.11 अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास के संकेत

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास 1

1. कृपया अनुभाग 19.2 देखें और अपने उत्तर की रचना करें।
2. कृपया उप-अनुभाग 19.3.1 के अन्तर्गत सारणी 2 देखें।

अपनी प्रगति को जाँचिए अभ्यास 2

1. कृपया अनुभाग 19.4 देखें और अपने उत्तर की रचना करें।
2. कृपया अनुभाग 19.6 देखें।
3. कृपया उप-अनुभाग 19.6.1 देखें (रणनीतिक उद्देश्य 4)

.....
.....

अनुवादक -

श्री प्रांजल धर

कवि, मीडिया विश्लेषक और अनुवादक

जी-22, एन.पी.एल. कॉलोनी, न्यू राजेन्द्र नगर, नई दिल्ली - 110060,

मोबाइल - 9990665881

.....



ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY