

NEERAJ®

**पर्यटन विकास : उत्पाद,
संचालन और स्थिति अध्ययन**
(TOURISM DEVELOPMENT: PRODUCTS,
OPERATIONS AND CASE STUDIES)

Reference Book Including Question Papers

By:
Dr. V.B. Singh
M.A. (Sociology, Political Science, English,
History, Philosophy) LL.B., Ph.D.

New Edition



NEERAJ PUBLICATIONS

(Publishers of Educational Books)
(An ISO 9001 : 2008 Certified Company)

1507, 1st Floor, NAI SARAK, DELHI - 110 006

Ph. 23260329, 69414105 Fax 011-23285501

E-mail: info@neerajbooks.com Website: www.neerajbooks.com

Price: Rs. 160.00



NEERAJ®

T.S.-2

पर्यटन विकास : उत्पाद,
संचालन और स्थिति अध्ययन
(Tourism Development: Products, Operations and Case Studies)

By: Dr. V.B. Singh

M.A. (History, Sociology, Political Science,
English, Philosophy) LL.B., Ph.D.

***Question Bank cum Chapterwise Reference Book
Including Many Solved Question Papers***



**NEERAJ
PUBLICATIONS**

(Publishers of Educational Books)
(An ISO 9001 : 2008 Certified Company)

Sales Office:
1507, 1st Floor, Nai Sarak, Delhi - 6
Ph.: 011-23260329, 45704411,
23244362, 23285501
E-mail: info@neerajignoubooks.com
Website: www.neerajignoubooks.com

MRP ₹ 240/-

Published by:

NEERAJ PUBLICATIONS

Sales Office : 1507, 1st Floor, Nai Sarak, Delhi-110 006

E-mail: info@neerajignoubooks.com

Website: www.neerajignoubooks.com

Reprint Edition with Updation of Sample Question Paper Only

Typesetting by: *Competent Computers*

Printed at: *Novelty Printer*

Notes:

1. For the best & upto-date study & results, please prefer the recommended textbooks/study material only.
2. This book is just a Guide Book/Reference Book published by NEERAJ PUBLICATIONS based on the suggested syllabus by a particular Board /University.
3. The information and data etc. given in this Book are from the best of the data arranged by the Author, but for the complete and upto-date information and data etc. see the Govt. of India Publications/textbooks recommended by the Board/University.
4. Publisher is not responsible for any omission or error though every care has been taken while preparing, printing, composing and proof reading of the Book. As all the Composing, Printing, Publishing and Proof Reading etc. are done by Human only and chances of Human Error could not be denied. If any reader is not satisfied, then he is requested not to buy this book.
5. In case of any dispute whatsoever the maximum anybody can claim against NEERAJ PUBLICATIONS is just for the price of the Book.
6. If anyone finds any mistake or error in this Book, he is requested to inform the Publisher, so that the same could be rectified and he would be provided the rectified Book free of cost.
7. The number of questions in NEERAJ study materials are indicative of general scope and design of the question paper.
8. Question Paper and their answers given in this Book provide you just the approximate pattern of the actual paper and is prepared based on the memory only. However, the actual Question Paper might somewhat vary in its contents, distribution of marks and their level of difficulty.
9. Any type of ONLINE Sale/Resale of "NEERAJ BOOKS/NEERAJ IGNOU BOOKS" published by "NEERAJ PUBLICATIONS" on Websites, Web Portals, Online Shopping Sites, like Amazon, Flipkart, Ebay, Snapdeal, etc. is strictly not permitted without prior written permission from NEERAJ PUBLICATIONS. Any such online sale activity by an Individual, Company, Dealer, Bookseller, Book Trader or Distributor will be termed as ILLEGAL SALE of NEERAJ IGNOU BOOKS/NEERAJ BOOKS and will invite legal action against the offenders.
10. Subject to Delhi Jurisdiction only.

© Reserved with the Publishers only.

Spl. Note: This book or part thereof cannot be translated or reproduced in any form (except for review or criticism) without the written permission of the publishers.

How to get Books by Post (V.P.P.)?

If you want to Buy NEERAJ IGNOU BOOKS by Post (V.P.P.), then please order your complete requirement at our Website www.neerajignoubooks.com. You may also avail the 'Special Discount Offers' prevailing at that Particular Time (Time of Your Order).

To have a look at the Details of the Course, Name of the Books, Printed Price & the Cover Pages (Titles) of our NEERAJ IGNOU BOOKS You may Visit/Surf our website www.neerajignoubooks.com.

No Need To Pay In Advance, the Books Shall be Sent to you Through V.P.P. Post Parcel. All The Payment including the Price of the Books & the Postal Charges etc. are to be Paid to the Postman or to your Post Office at the time when You take the Delivery of the Books & they shall Pass the Value of the Goods to us by Charging some extra M.O. Charges.

We usually dispatch the books nearly within 4-5 days after we receive your order and it takes Nearly 5 days in the postal service to reach your Destination (In total it take atleast 10 days).



NEERAJ PUBLICATIONS

(Publishers of Educational Books)

(An ISO 9001 : 2008 Certified Company)

1507, 1st Floor, NAI SARAK, DELHI - 110006

Ph. 011-23260329, 45704411, 23244362, 23285501

E-mail: info@neerajignoubooks.com Website: www.neerajignoubooks.com

CONTENTS

पर्यटन विकास : उत्पाद, संचालन और स्थिति अध्ययन (TOURISM DEVELOPMENT: PRODUCTS, OPERATIONS AND CASE STUDIES)

Question Bank – (Previous Year Solved Question Papers)

Question Paper—June, 2019 (Solved)	1
Question Paper—June, 2018 (Solved)	1-2
Question Paper—June, 2017 (Solved)	1-2
Question Paper—June, 2016 (Solved)	1
Question Paper—June, 2015 (Solved)	1-3
Question Paper—June, 2014 (Solved)	1-6
Question Paper—June, 2013 (Solved)	1
Question Paper—June, 2012 (Solved)	1
Question Paper—June, 2011 (Solved)	1
Question Paper—June, 2010 (Solved)	1

S.No. Chapterwise Reference Book Page

पर्यटकों और मेजबानों को समझना

1. विदेशी पर्यटक (Foreign Tourists)	1
2. घरेलू पर्यटक (Native Tourists)	9
3. मेहमान-मेजबान संबंध (Guest-Host Relation)	12
4. समाजशास्त्र, मानवशास्त्र और पर्यटन (Sociology, Anthropology and Tourism)	19

गाइड और यात्रा मार्ग-निर्देशक

5. एक शहर की खोज : गाइड और नगर भ्रमण (Search of a City: Guide and a Tour to City)	25
6. एक स्मारक का वर्णन : ताजमहल (Description of a Memorial: Taj Mahal)	31

<i>S.No.</i>	<i>Chapter</i>	<i>Page</i>
7.	पर्वतीय गाइड : शेरपा (Mountaineer Guide: Sherpa)	35
8.	एक संग्रहालय की यात्रा (Visiting a Museum)	39
9.	राष्ट्रीय उद्यान का भ्रमण : एक गाइड का नजरिया (Tour to a National Park: A Guide's Outlook)	45
<u>पर्यटक स्थल : उत्पाद और संचालन-1</u>		
10.	नृत्य और संगीत : खजुराहो उत्सव (Dance and Music: Khajuraho Festival)	49
11.	व्यापारिक शहर : मुंबई (Business Town: Mumbai)	52
12.	भोजन, रीति-रिवाज, उत्सव और मेले (Food, Customs, Festivals and Fairs)	57
<u>पर्यटक स्थल : उत्पाद और संचालन-2</u>		
13.	रोमांच और खेलकूद (Adventure, Games and Sports)	62
14.	समुद्रतटीय और द्वीपीय आरामगाह : कोवलम व लक्षद्वीप (Sea-Beach and Island Spas: Kovalam and Lakshadweep)	70
15.	भारत के हिल स्टेशन (Hill Stations of India)	77
16.	वन्य-जीव : जिम कॉर्बेट तथा गिर राष्ट्रीय उद्यान (Wild Life: Zim Corbett and Gir National Park)	82
<u>पर्यटक स्थल : उत्पाद और संचालन-3</u>		
17.	तीर्थस्थल (Pilgrimage Spots)	87
18.	उत्सव (Festivals)	92
19.	नृजातीय पर्यटन (Ethnic Tourism)	97
20.	शिल्प और लोक कला (Handicraft and Folk Art)	101

<i>S.No.</i>	<i>Chapter</i>	<i>Page</i>
<u>प्रोत्साहनमूलक कौशल : स्थिति अध्ययन-I</u>		
21.	भारत महोत्सव : विदेशों में सांस्कृतिक छवि निर्माण (Bharat Mahotsava: Cultural Image Making Abroad)	107
22.	इंडियाफेस्ट (Indiafest)	112
23.	कलिंग-बाली यात्रा (Kalinga-Bali Voyage)	117
24.	पैलेस ऑन व्हील्स (Palace on Wheels)	122
<u>प्रोत्साहनमूलक कौशल : स्थिति अध्ययन-2</u>		
25.	पाटा : यात्रा-हाट का एक अध्ययन (PATA Travel Mart: A Study)	126
26.	विदेशों में विपणन : पर्यटन विभाग, भारत सरकार (Marketing Abroad: Tourism Department, Government of India)	129
27.	राज्य सरकार की पर्यटन प्रोत्साहन योजनाएँ (महाराष्ट्र का स्थिति अध्ययन) [State Government's Tourism Encouraging Plans (Study of Position in Maharashtra)]	134
<u>दूसरों से सीखिए</u>		
28.	सीटा (SITA)	145
29.	एयर इंडिया (Air India)	150
30.	राजमार्ग सेवाएँ : हरियाणा पर्यटन (Highway Services: Haryana Tourism)	156
31.	विरासत होटल (Heritage Hotels)	159
		■ ■

**Sample Preview
of the
Solved
Sample Question
Papers**

Published by:



**NEERAJ
PUBLICATIONS**

www.neerajbooks.com

QUESTION PAPER

(June - 2019)

(Solved)

पर्यटन विकास : उत्पाद, संचालन और स्थिति अध्ययन

समय : 3 घण्टे |

| अधिकतम अंक : 100

नोट : (i) किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए।
(ii) सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

प्रश्न 1. मजबूत मेहमान-मेजबान संबंधों को बढ़ावा देने में पर्यटन के विभिन्न प्रकारों में गन्तव्य किस प्रकार इस्तेमाल किए जा सकते हैं? कुछ महत्वपूर्ण उदाहरणों का भी उल्लेख कीजिए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-3, पृष्ठ-13, 'मेहमान-मेजबान पारस्परिक संपर्क', पृष्ठ 14, 'विभिन्न स्थितियाँ'

प्रश्न 2. अपनी पसंद के किसी एक स्थान का चयन कीजिए और उन कारकों की व्याख्या कीजिए, जिन्हें आप उस स्थान पर पर्यटक समूह के दौरे की योजना बनाते समय ध्यान में रखेंगे?

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-5, पृष्ठ-25, 'भ्रमण की योजना'

प्रश्न 3. राष्ट्रीय उद्यानों और वन्यजीव उद्यानों में वन्यजीव पर्यटन संबंधी गतिविधियों की संभावनाओं और समस्याओं की चर्चा कीजिए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-9, पृष्ठ-45, 'प्रकृति से साहचर्य', पृष्ठ-46, वन्यजीव पर्यटन की समस्याएँ'

प्रश्न 4. आप स्वयं को एक पर्यटक-गाइड मानिए और यह लिखिए कि आप किसी पर्यटक समूह के सामने ताजमहल का वर्णन किस प्रकार करेंगे।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-6, पृष्ठ-31, 'परिचय योजना की शुरुआत और निर्माण'

प्रश्न 5. भारत में पहाड़ी पर्यटन पर एक विस्तृत टिप्पणी लिखिए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-15, पृष्ठ-77, 'पहाड़ी पर्यटन में आकर्षण के बिन्दु', 'पहाड़ी पर्यटन उद्योग के समन्वयात्मक प्रभाव', पृष्ठ-78, 'प्रतिनिधित्व आरामगाहें'

प्रश्न 6. पिछले कुछ वर्षों से धार्मिक पर्यटन की अवधारणा किस प्रकार बदल गई है? उपयुक्त उदाहरणों का उल्लेख करते हुए अपने उत्तर में व्याख्या कीजिए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-17, पृष्ठ-91, प्रश्न 1, पृष्ठ-87, 'परिचय', 'तीर्थस्थल एवं पर्यटन : अंतर्संबंध'

प्रश्न 7. भारतीय पर्यटन को बढ़ावा देने के एक साधन के रूप में विदेशों में 'इंडियाफेस्ट' के आयोजन के महत्त्व की चर्चा कीजिए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-22, पृष्ठ-112, 'परिकल्पना'

प्रश्न 8. भारत में विरासत होटलों के वर्गीकरण के लिए दिशा-निर्देशों का उल्लेख कीजिए। इस अवधारणा में सरकार किस प्रकार सहायक सिद्ध हो सकती है तथा इस संदर्भ में और क्या किया जा सकता है? व्याख्या कीजिए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-31, पृष्ठ-159, 'वर्गीकरण के मानदंड', पृष्ठ-161, प्रश्न 2

प्रश्न 9. निम्नलिखित में से प्रत्येक पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए-

(क) हवाई रोमांचक खेल

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-13, पृष्ठ-64, 'हवाई रोमांचक खेल'

(ख) जल आधारित रोमांचक खेल

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-13, पृष्ठ-64, 'रोमांचक जल क्रीड़ाएँ'

(ग) समुद्रतटीय आरामगाह की विशेषताएँ

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-14, पृष्ठ-70, 'समुद्रतटीय एवं द्वीपीय पर्यटन'

(घ) पर्वतीय गाइड

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-7, पृष्ठ-35, 'पथ-प्रदर्शक बनने की प्रक्रिया', 'शोरपा'

प्रश्न 10. भारत में राजमार्ग पर्यटन की संभावनाओं की चर्चा कीजिए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-30, पृष्ठ-156, 'परिचय', पृष्ठ-157, प्रश्न 1, पृष्ठ-156, 'हरियाणा से गुजरते राजमार्ग', 'राजमार्गों पर सेवाएँ'

QUESTION PAPER

(June - 2018)

(Solved)

पर्यटन विकास : उत्पाद, संचालन और स्थिति अध्ययन

समय : 3 घण्टे |

| अधिकतम अंक : 100

नोट : (i) किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए।
(ii) सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

प्रश्न 1. नगर यात्रा की तैयारी एवं उसे संचालित करते समय यात्रा गाइड/अनुरक्षी द्वारा विचारणीय विभिन्न बिन्दुओं का विस्तारपूर्वक वर्णन कीजिए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-5, पृष्ठ-25, 'परिचय', 'अध्याय का विहंगावलोकन'

प्रश्न 2. पर्यटन उत्पाद के रूप में खजुराहो उत्सव की संकल्पना कैसे बनाई गई? इस (उद्यम) से प्राप्त अनुभवों की रूपरेखा बनाकर इस प्रकार के आयोजनों में सुधार के उपाय बताइए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-10, पृष्ठ-51, प्रश्न 4-6

प्रश्न 3. किसी पर्वत-गाइड के लिए कौन-कौन से कौशल अपेक्षित हैं? हिमालय क्षेत्र में पर्वतारोहण संबंधी गतिविधियों में शेरपाओं की भूमिका पर विचार कीजिए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-7, पृष्ठ-36, प्रश्न 1, 2, पृष्ठ-37, प्रश्न 3-5, पृष्ठ-38, प्रश्न 6 और 7

प्रश्न 4. निम्नलिखित पर्यटन उत्पाद तैयार करते समय उनकी संभाव्यता एवं सतर्कता बिन्दुओं पर टिप्पणी लिखिए-

(a) पाक-शैली/पकवान

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-12, पृष्ठ-58, 'भोजन'

(b) स्थानीय रीति-रिवाज

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-12, पृष्ठ-59, 'रीति-रिवाज'

इसे भी देखें-किसी एक स्थान के लोगों के रीति-रिवाज और जीवन-शैली को दूसरे लोगों तक किस प्रकार पहुंचाया जा सकता है, जो इसे नहीं जानते। उन्हें इसके बारे में किस ढंग से बताया जाए कि उत्सव और मौज-मस्ती का वातावरण बनने के साथ संस्कृति विशेष के रीति-रिवाजों की जानकारी मिल जाए। इसका सबसे अच्छा तरीका है-लोगों को संस्कृति विशेष की गतिविधियों में शामिल करना। छुट्टी मनाने निकले लोग नए

अनुभव प्राप्त करना चाहते हैं। वे वहां के जीवन में घुल-मिलकर उसे महसूस करना चाहते हैं। राजस्थान में पर्यटकों का राजस्थानी परंपरागत परिधान पहनना, समूह-भोज में शामिल होना एवं राजस्थानी नर्तकों के साथ नाचना इसके उत्कृष्ट उदाहरण हैं।

गोवा में पणजी तक मांडोवी नदी पर पोत विहार का अपना ही सुख है। इस यात्रा में पर्यटकों के साथ स्थानीय गाना-बजाना और नृत्य भी होता चलता है। यात्रा आरंभ होते ही नृत्य-संगीत आरंभ हो जाता है और थोड़ी देर में पर्यटक भी इस नाच-गान में शामिल हो जाते हैं। काफी दिनों तक पर्यटकों के मन में वापसी के बाद भी यह गीत-संगीत गूंजता रहता है। गोवा के समुद्री तटों की अविस्मरणीय यादें और कुछ कलाकृतियाँ इसकी संस्कृति व रीति-रिवाज को अमर बना देते हैं।

स्थानीय भोजों या "थीम डिनर" के आयोजन से रीति-रिवाज, भोजन और उसके साथ पूरी संस्कृति की झलक देखी की जा सकती है। आजकल ऐसे भोज यात्रा कार्यक्रम का हिस्सा होते हैं और कभी-कभी यही आकर्षण का प्रमुख केन्द्र बन जाता है। ग्रामीण माहौल दिखाने के लिए भोज-घर को ग्रामीण परिवेश में या राजशाही दिखाने के लिए महल को भोज-घर में ढाला जा सकता है। इससे भोजन के आनंद के साथ स्थानीय रीति-रिवाजों से भी पर्यटक प्रत्यक्ष हो जाते हैं।

भारत में भी रीति-रिवाजों की जीवंतता की अवधारणा पर गंभीरता से विचार किया जा रहा है अर्थात् पर्यटकों की सक्रिय भागीदारी या हिस्सेदारी पर भी बल दिया जाने लगा है।

नये शहर में प्रवेश करते ही यात्री अक्सर वहां के दर्शनीय स्थलों के बारे में सोचकर अभिभूत हो उठते हैं। भारत के बारे में यह और सही है जहां हर जगह स्मारक और बाजार, इम्पोरियम और दर्शनीय स्थल हैं। अतः पर्यटक दिन भर एक स्मारक से दूसरे स्मारक को देखता चलता है, गाइड और सूचना पुस्तिकाओं

Sample Preview of The Chapter

Published by:



**NEERAJ
PUBLICATIONS**

www.neerajbooks.com

पर्यटन विकास : उत्पाद, संचालन और स्थिति अध्ययन (Tourism Development: Products, Operations and Case Studies)

पर्यटकों और मेजबानों को समझना

विदेशी पर्यटक
(Foreign Tourists)

1

परिचय

किसी अपरिचित व्यक्ति से मिलने पर कुछ निश्चित प्रकार के सवाल पूछे जाते हैं; जैसे—आप किस देश से आये या आई हैं? आपकी रुचियाँ क्या हैं? आप किस प्रकार का भोजन पसन्द करते अथवा करती हैं? आने वाले अतिथि से भी यही प्रश्न पूछे जाने चाहिए ताकि उसके ठहरने को और अधिक सुविधाजनक बनाने अथवा उसे बेहतर ढंग से समझने में सहायता मिल सके। पर्यटन जैसे सेवा क्षेत्र (सर्विस सेक्टर) के उद्योग की प्रत्येक शाखा में काम कर रहे लोगों को अपने ग्राहक की विस्तारपूर्वक जानकारी होनी चाहिए। अतएव इसकी रूपरेखा तैयार करना महत्वपूर्ण हो जाता है।

इस अध्याय में निम्नलिखित महत्वपूर्ण मुद्दों का अध्ययन किया गया है—

- पर्यटकों की रूपरेखा अंकित करने का तात्पर्य,
- पर्यटकों की रूपरेखा तैयार करने का कारण,
- विदेशी पर्यटकों की रूपरेखा में विश्लेषित लक्षण,
- अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटक आवागमन और विश्व पर्यटक आगमन की जानकारी,
- पर्यटन के क्षेत्र में व्यय करने और उससे खूब आय प्राप्त करने वाले देशों का विवरण।

अध्याय का विहंगावलोकन

पर्यटकों की रूपरेखा

पर्यटक-रूपरेखा के लिए पर्यटकों का नियमित सर्वेक्षण आवश्यक है। विशेष उद्देश्यों के लिए समय-समय पर सावधि सर्वेक्षण भी होने

चाहिए। जैसे—1988-89 में भारत आने वाले अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटकों का सर्वेक्षण निम्नलिखित उद्देश्यों के लिए किया गया था—

- अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटकों से संबंधित सामाजिक, आर्थिक और जनसंख्यामूलक तत्त्वों का आकलन करना।
- भ्रमण के लिए भारत को चयन करने संबंधी उनके निर्णय को प्रभावित करने वाले तत्त्वों की पहचान करना।
- निवास, भोजन, पेय, मनोरंजन, खरीददारी और आंतरिक यात्रा जैसे विभिन्न आयामों पर अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटकों के व्यय की प्रकृति का अनुमान लगाना।
- उन पर्यटक स्थलों की पहचान करना जहाँ अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटक भ्रमण करने जाते हैं। प्रत्येक स्थान पर उनके ठहरने की अवधि और निवास के लिए प्रयुक्त स्थान का पता लगाना।
- विभिन्न आवास व्यवस्थाओं, उनकी दरों, विभिन्न सुविधाओं और सेवाओं के बारे में पर्यटकों की प्राथमिकताओं को ज्ञात करना।
- पर्यटन संबंधी विभिन्न पक्षों के सन्दर्भ में पर्यटकों की सन्तुष्टि के स्तरों का अनुमान लगाना।
- अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटकों के लिए एक उपभोक्ता मूल्य सूचकांक बनाने के लिए एक भारित रेखाचित्र (Weighted Diagram) तैयार करना।
- भारत से गुजरने वाले पर्यटकों की जनसंख्यामूलक विशेषताओं का आकलन करना और यह ज्ञात करना कि उन्होंने भारत का भ्रमण क्यों नहीं किया।

2/NEERAJ : पर्यटन विकास : उत्पाद, संचालन और स्थिति अध्ययन

पर्यटकों की रूपरेखा बनाना (Making Outlines of Tourists) पर्यटकों की रूपरेखा बनाते समय प्रायः विश्लेषित किए जाने वाले विशिष्ट लक्षणों में निम्नलिखित बातें भी सम्मिलित रहती हैं—

1. **निवास/आवास स्थान (Residence)**—पर्यटकों के आवास स्थान का अर्थ होता है—“वह जगह जहाँ उसने विगत वर्ष (12 महीने) का अधिकांश समय व्यतीत किया हो अथवा वह वहाँ थोड़े समय ही रहा हो लेकिन 12 महीने के अन्दर ही वहाँ रहने के लिए लौटकर जाना चाहता हो।

2. **शैक्षणिक स्तर (Educational Standard)**—शैक्षणिक स्तर का अर्थ होता है वह सर्वोच्च स्तर जहाँ तक पर्यटक ने शिक्षा पूरी कर रखी है। शैक्षणिक स्तर के सन्दर्भ में पर्यटकों को प्रायः निम्न पाँच श्रेणियों में वर्गीकृत किया जाता है—

- कभी स्कूल न जाने वाला पर्यटक,
- प्राथमिक शिक्षा पूरी करने वाला पर्यटक,
- माध्यमिक शिक्षा पूरी करने वाला पर्यटक,
- विश्वविद्यालय तथा कॉलेज से स्नातक स्तर का अध्ययन पूरा करने वाला पर्यटक,
- अन्य अध्ययन करने वाला पर्यटक।

3. **आर्थिक स्थिति (Economic Status)**—किसी व्यक्ति की आर्थिक स्थिति उत्पादन कार्य के लिए उसकी उपलब्धता को परिभाषित करेगी। उत्पादन कार्य के लिए प्रस्तुत व्यक्ति को आर्थिक रूप से सक्रिय कहा जायेगा। शेष सभी को गैर आर्थिक रूप से सक्रिय व्यक्ति माना जायेगा। पर्यटकों को निम्नांकित आर्थिक स्थितियों के रूप में वर्गीकृत किया जाना चाहिए—

(1) **आर्थिक रूप से सक्रिय पर्यटक**—इसमें निम्नलिखित समाहित हैं—

- रोजगारशुदा,
- बेरोजगार।

(2) **गैर आर्थिक रूप से सक्रिय पर्यटक**—इसमें निम्नलिखित समाहित हैं—

- छात्र-छात्राएँ,
- गृहणियाँ,
- पेंशन प्राप्तकर्ता या बँधी हुई आय वाले लोग,
- अन्य।

4. **व्यवसाय (Occupations)**—आर्थिक रूप से सक्रिय व्यक्ति के व्यवसाय का अर्थ उस काम से है, जिसमें वह लगा हुआ है। पर्यटक सर्वेक्षणों में व्यवसायों के निम्नांकित समूहों की पहचान की गई है—

- विधायक (सांसद), वरिष्ठ अधिकारी और मैनेजर,
- पेशेवर लोग,
- तकनीशियन और संबंधित व्यवसायों में लगे लोग,
- क्लर्क,
- सेवा कर्मचारी, दुकानों और बाजारों में बिक्री में रत कर्मचारी,
- कुशल खेतिहर मजदूर और मछुआरे,
- दस्तकारी और उससे संबंधित व्यापार से जुड़े मजदूर,
- संयंत्र और मशीन के ऑपरेटर और उन्हें जोड़कर खड़ा करने वाले मिस्री,

(ix) प्राथमिक व्यवसाय और

(x) सशस्त्र सेनाओं में काम कर रहे लोग।

5. **वैवाहिक स्तर (Marital Status)**—पर्यटकों का वैवाहिक स्तर इस प्रकार से दर्ज किया जाना चाहिए—

- अविवाहित,
- वर्तमान में विवाहित,
- तलाकशुदा/अलग-अलग रहने वाले,
- विधुर अथवा विधवा।

6. **बारम्बारता (Frequency)**—किसी भी पर्यटक स्थल के नैसर्गिक आकर्षण का अनुमान पर्यटकों द्वारा वहाँ बारम्बार जाने के प्रतिशत के आधार पर लगाया जाता है। प्रति पर्यटक औसत आगमन के आधार पर तैयार यह आँकड़ा भ्रमण की बारम्बारता कहलाता है।

छुट्टियों और मनबहलाव के लिए पर्यटक स्थल का चुनाव करने में पर्यटक अनेक पक्षों का ध्यान रखते हैं, जैसे—

- पर्यटन स्थलों से जुड़ी सुरक्षा की भावना,
- पर्यटकों को आकर्षित करने की क्षमता,
- वहाँ सैर-सपाटे पर होने वाला व्यय।

हर श्रेणी के पर्यटकों के सन्दर्भ में इन पक्षों की पहचान करना पर्यटन को प्रोत्साहन देने वाली प्रभावी रणनीति बनाने के लिए आवश्यक है।

विदेशी पर्यटकों की रूपरेखा

पर्यटकों की जनसांख्यिकीय (demographic) रूपरेखा प्रायः उनके द्वारा भरे जाने वाले अवरोहण पत्रों (disembarkation cards) से प्राप्त की जाती है। यात्रा के विशिष्ट उद्देश्यों, उन्हें प्रभावित करने वाले पक्षों आदि से संबंधित विवरण समय-समय पर कराए जाने वाले विदेशी पर्यटक सर्वेक्षणों से प्राप्त होते हैं।

1. **देश, जहाँ के वासी हैं**—भारत आने वाले पर्यटकों में पश्चिमी यूरोप और उत्तरी अमेरिका के पर्यटकों की संख्या सर्वाधिक होती है। पाकिस्तान और बंगलादेश के नागरिकों को छोड़कर 1992 के दौरान भारत आने वाले पर्यटकों में 55.9 प्रतिशत पर्यटक इन्हीं दोनों क्षेत्रों के थे। भारत आने वाले पर्यटकों का संख्या की दृष्टि से दक्षिण एशिया के पड़ोसी देशों में दूसरा स्थान है। 1992 के दौरान भारत आने वाले पर्यटकों का क्षेत्रवार विवरण इस प्रकार है—

भारत आने वाले पर्यटकों का क्षेत्रवार विवरण

क्षेत्र	पर्यटकों की संख्या	प्रतिशत
1. पश्चिमी यूरोप	606,160	42.3
2. उत्तर अमेरिका	195,652	13.6
3. दक्षिण एशिया	147,929	10.3
4. पश्चिम एशिया	138,872	9.7
5. दक्षिण पूर्व एशिया	93,865	6.5
6. पूर्वी एशिया	86,571	6.0
7. अफ्रीका	70,131	4.9
8. पूर्वी यूरोप	49,004	3.4
9. आस्ट्रेलिया	35,484	2.5
10. मध्य व दक्षिण अमेरिका	11,069	0.8
कुल	1,434,737	100.00

पर्यटकों की दृष्टि से इंग्लैण्ड का प्रथम और अमेरिका का द्वितीय स्थान है। इस दृष्टि से अन्य महत्वपूर्ण देश हैं—जर्मनी, फ्रांस, श्रीलंका, जापान, इटली, कनाडा, भूतपूर्व सोवियत संघ के देश, सिंगापुर, मलेशिया, संयुक्त अरब अमीरात इत्यादि।

निम्नलिखित देशों से आने वाले पर्यटकों की संख्या कुल पर्यटकों का कम से कम एक प्रतिशत है, उनका राष्ट्रवार विवरण तालिका में दिया गया है—

प्रमुख देशों से पर्यटकों का विवरण (1992)

देश	पर्यटकों की संख्या	प्रतिशत
इंग्लैण्ड	2,43,051	16.9
सं.रा. अमेरिका	1,52,322	10.6
जर्मनी	84,849	5.9
फ्रांस	74,348	5.2
श्रीलंका	72,077	5.0
जापान	60,350	4.2
इटली	51,234	3.6
कनाडा	43,240	3.0
भूतपूर्व सोवियत संघ के देश	39,493	2.8
सिंगापुर	35,513	2.5
मलेशिया	35,441	2.5
सं.अ. अमीरात	32,185	2.2
नीदरलैंड	30,329	2.1
स्विट्जरलैंड	29,047	2.0
ऑस्ट्रेलिया	26,946	1.9
नेपाल	25,488	1.8
स्पेन	24,907	1.7
सऊदी अरब	23,636	1.6
ईरान	17,945	1.2
ओमान	17,123	1.2
केन्या	16,921	1.2
अफगानिस्तान	16,789	1.2
यमन अरब गणराज्य	16,632	1.1

2. आयु (Age)—अधिकांशतः भारत आने वाले अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटक 25 से 54 वर्ष के आर्थिक दृष्टि से सक्रिय आयु वर्ग के होते हैं। 1992 में कुल पर्यटकों में इस आयु वर्ग के पर्यटकों की संख्या 70 प्रतिशत से अधिक थी। सर्वाधिक पर्यटक (26.9%) 25-34 वर्ष के आयु वर्ग में थे, जबकि 35-44 वर्ष के आयुवार के पर्यटकों का दूसरा स्थान था।

1992 के दौरान पर्यटकों का आयुवार विवरण इस प्रकार है—

आयु वर्ग	पर्यटकों का प्रतिशत
3-4	7.1
15-24	11.0
25-34	26.9
35-44	25.6
45-54	25.6
55-64	8.2
65 से अधिक	3.2
कुल	100.00

3. लिंग (Sex)—भारत आने वाले अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटकों में महिलाओं की उपेक्षा होती है। महिला पर्यटकों की संख्या पुरुष पर्यटकों से केवल आधी है। 1992 के दौरान पुरुष पर्यटकों की संख्या कुल पर्यटकों की 66 प्रतिशत थी।

4. यात्रा का उद्देश्य (Objective of Tour)—भारत आने वाले पर्यटकों की यात्रा का मुख्य उद्देश्य प्रायः छुट्टियाँ मनाना और दृश्यावलोकन रहता है। इस तरह के पर्यटकों की संख्या में वर्ष प्रति वर्ष वृद्धि होती रही है। दूसरे स्थान पर व्यापारिक पर्यटकों का समूह है। 1992 के दौरान 75.9 प्रतिशत पर्यटकों की यात्रा का उद्देश्य छुट्टियाँ मनाना और दृश्यावलोकन था, जबकि 17.8 प्रतिशत का उद्देश्य व्यापार था।

इसका विवरण इस प्रकार है—

यात्रा के उद्देश्य के अनुसार पर्यटकों का आगमन (1992)

क्रमांक	यात्रा का उद्देश्य	प्रतिशत
1.	छुट्टियाँ मनाना और दृश्यावलोकन	75.9
2.	व्यापार	17.8
3.	मित्रों व संबंधियों से मिलना	1.7
4.	अध्ययन	1.1
5.	सम्मेलन	0.3
6.	अन्य	3.2
	कुल	100.0

5. व्यवसाय (Occupation)—व्यवसाय के अनुसार भारत भ्रमण पर आने वाले पर्यटकों की स्थिति इस प्रकार है—

(i) सर्वाधिक पर्यटक, विक्रय या सेवा क्षेत्रों के कर्मचारी होते हैं।

(ii) वैज्ञानिकों और तकनीशियनों का वर्ग दूसरे स्थान पर होता है।

(iii) छात्र तीसरे स्थान पर आते हैं।

1992 में भारत आये पर्यटकों का व्यवसाय संबंधी विवरण निम्न प्रकार है—

व्यवसाय के आधार पर पर्यटकों का विवरण (1992)

क्रमांक	व्यवसाय	प्रतिशत
1.	सरकारी प्रशासक और अधिकारी	7.4
2.	उद्यमी/मालिक	9.0
3.	वैज्ञानिक/तकनीशियन	18.2
4.	कर्मचारी	30.1
5.	छात्र	13.7
6.	गृहिणियाँ	9.8
7.	अन्य	11.8
	कुल	100.00

6. यात्राओं की बारम्बारता (Frequency of Tours)—भारत आने वाले पर्यटकों में पुनः आने वाले यात्रियों की संख्या में वृद्धि हुई है। 1989-90 के दौरान पर्यटकों में लगभग 41.8 प्रतिशत पुनः आने वाले थे। इनमें 13.8 प्रतिशत पाँच या इससे अधिक बार भारत आ चुके थे। इन पर्यटकों में पश्चिम एशिया और दक्षिण-पूर्व एशिया के पर्यटकों की संख्या सर्वाधिक थी। इस बारे में विस्तृत विवरण इस प्रकार है—

4/NEERAJ : पर्यटन विकास : उत्पाद, संचालन और स्थिति अध्ययन

राष्ट्रीयता और यात्राओं की संख्या के अनुसार पर्यटकों का प्रतिशत में विवरण (1992)

क्षेत्र/देश	यात्राओं की संख्या					कुल
	1	2	3	4	5+	
इंग्लैंड	63.2	13.7	4.2	5.1	13.8	100.0
फ्रांस	62.8	18.0	6.0	4.6	8.6	100.0
पश्चिमी जर्मनी	62.3	17.3	7.9	1.5	11.0	100.0
शेष पश्चिम यूरोप	65.0	10.9	5.8	3.8	14.5	100.0
पूर्वी यूरोप	62.7	19.3	3.5	3.3	11.2	100.0
पश्चिम एशिया	53.8	13.6	4.0	4.2	24.4	100.0
दक्षिण-पूर्व एशिया	49.0	19.0	7.0	7.9	17.1	100.0
जापान	53.9	25.7	5.1	2.8	12.5	100.0
अमेरिका	65.4	16.3	5.5	3.2	9.6	100.0
कनाडा	71.0	13.4	3.8	2.0	9.8	100.0
आस्ट्रेलिया	70.0	8.3	11.4	2.5	7.8	100.0
शेष विश्व	47.1	23.2	7.3	7.2	15.2	100.0
	58.2	16.5	5.7	5.8	13.8	100.0

1988-89 के सर्वेक्षण की मुख्य बातें

भारत सरकार ने पर्यटन-उद्योग की महत्ता को प्रभावी ढंग से समझने और समस्याओं को सुलझाने के लिए सर्वेक्षण का सहारा लिया। वर्ष 1988-89 में सरकार ने विभिन्न पर्यटक स्थलों एवं आवागमन के साधनों पर नजर रखकर एक रूपरेखा तैयार कराई, जिससे कुछ महत्वपूर्ण बातों का पता चला, जो पर्यटन-विकास के लिए कुछ आवश्यक रणनीतियों को बनाने के लिए महत्वपूर्ण साबित हो सकती थीं—

(i) पर्यटन के कारण—सर्वेक्षण से पता चला कि कितने प्रतिशत लोग घूमने के लिए, कितने व्यवसाय के लिए तथा कितने शिक्षा के लिए पर्यटन करते हैं।

(ii) पर्यटकों की आवश्यकताएँ—इस सर्वेक्षण से पर्यटकों की सुविधा-असुविधा की जानकारी मिली, जो पर्यटन-मंत्रालय एवं निजी-विभागों के लिए पर्यटकों की रुचि, आवश्यकता आदि के अनुरूप व्यवस्था करने की दिशा मिली।

(iii) महत्वपूर्ण जानकारियाँ—1988-89 का सर्वेक्षण एक युगांतकारी कदम था जिससे विदेशी पर्यटन के सभी प्रमुख तथ्यों की जानकारी हासिल हुई और सरकार ने विदेशी मुद्रा के आगमन के संदर्भ में कदम उठाए।

भारत सरकार द्वारा 'अतुल्य भारत' कार्यक्रम इसका महत्वपूर्ण उदाहरण है।

आदतें, विशेष रुचियाँ आदि—1989-89 का सर्वेक्षण पर्यटकों की संपूर्ण जानकारी, जो पर्यटन से संबंधित है, का अवलोकन करने में सक्षम रही। अतः विदेशी पर्यटकों की सुविधाओं का ख्याल इन्हीं रूपरेखाओं के तहत किया जाना था। इस संदर्भ में उनके व्यवहार, रहन-सहन, खान-पान, सुख-सुविधा, रुचियाँ आदि की जानकारी मिली। इनकी आदतें एवं रुचियाँ पर्यटन-प्रयोजन पर निर्भर करती हैं। कुल मिलाकर वातावरण और संस्कृति के संदर्भ में जानकारी मिली जो

विभिन्न आकर्षक एवं लुभावनी सुविधाओं के रूप में शामिल की जा सकती है।

अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटक आवागमन

पर्यटन पेशेवरों (Tourism Professionals) को पर्यटकों के आवागमन, उनसे होने वाली आय और उनकी क्षेत्रवार संख्या की नवीनतम जानकारी होनी चाहिए।

1. अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटक आगमन (International Tourists Transmigration)—अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटक आवागमन तीव्र गति से बढ़ रहा है। यह 1950 की 2.5 करोड़ की संख्या से 1992 में 47.6 करोड़ तक जा पहुँचा है। 1982 और 1991 के वर्ष अपवाद हैं क्योंकि इन वर्षों में अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटक आवागमन में आंशिक कमी आई।

वर्ष	अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटक आगमन (हजार में)	परिवर्तन की दर (प्रतिशत)
1950	25,282	
1960	69,320	10.61
1970	1,65,787	15.52
1980	2,87,771	1.65
1985	3,29,636	2.97
1990	4,55,594	6.40
1991	4,56,502	0.03
1992	4,81,672	5.5
1993	5,00,000	3.8

स्रोत : डब्ल्यू. टी. ओ.

गत चार दशकों में वृद्धि की दर (प्रतिशत में) निम्न प्रदत्त तालिका में दर्शाई गई है—