टूरिस्ट गाइड
Tourist Guide

NSQF स्तर - 3

व्यवसाय सिद्धांत
(TRADE THEORY)

सेक्टर : पर्यटन और आतिथ्य

Sector : Tourism & Hospitality

(संशोधित पाठ्यक्रम जुलाई , 2022 - 1200 घंटों के अनुसार)

(As per revised syllabus July 2022 - 1200 hrs)

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

Directorate General of Training

प्रशिक्षण महानिदेशालय
कौशल विकास एवं उद्यमिता मंत्रालय
भारत सरकार

राष्ट्रीय अनुदेशात्मक
माध्यम संस्थान, चेन्नई

पो.बा. सं. 3142, CTI कैम्पस, गिण्डी, चेन्नई - 600 032

सेक्टर : पर्यटन और आतिथ्य

अवधि : 1- वर्ष

व्यवसाय : टूरिस्ट गाइड - 1 वर्ष - व्यवसाय सिद्धांत - NSQF स्तर - 3 (संशोधित 2022)

प्रकाशक एवं मुद्रण :

राष्ट्रीय अनुदेशात्मक माध्यम संस्थान

पो. बा. सं. 3142,
गिण्डी, चेन्नई - 600 032.
भारत.
ई-मेल : chennai-nimi@nic.in
वेब-साइट : www.nimi.gov.in

प्रकाशनाधिकार © 2022 राष्ट्रीय अनुदेशात्मक माध्यम संस्थान, चेन्नई

प्रथम संस्करण : अप्रैल 2023

Rs./-

© NIMI
NOT TO BE REPUBLISHED

सर्वाधिकार सुरक्षित

इस प्रकाशन का कोई भी भाग किसी भी रूप में या किसी भी साधन के माध्यम से इलैक्ट्रानिक या यांत्रिक फोटो कापी सहित, रिकार्डिंग या किसी सूचना भण्डारण और पुनःप्राप्ति द्वारा प्रकाशक की लिखित पूर्वानुमति के बिना न तो उपयुक्त किया जा सकता है और ना ही प्रसारित किया जा सकता है ।

प्राक्कथन

भारत सरकार ने राष्ट्रीय कौशल विकास नीति के हिस्से के रूप में 2022 तक 30 करोड़ लोगों को कौशल प्रदान करने का एक महत्वाकांक्षी लक्ष्य निर्धारित किया है, जो हर चार भारतीयों में से एक है। औद्योगिक प्रशिक्षण संस्थान (ITI) विशेष रूप से कुशल जनशक्ति प्रदान करने के मामले में इस प्रक्रिया में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। इसे ध्यान में रखते हुए, और प्रशिक्षुओं को वर्तमान उद्योग प्रासंगिक कौशल प्रशिक्षण प्रदान करने के लिए, आईटीआई पाठ्यक्रम को हाल ही में उद्योगों, उद्यमियों, शिक्षाविदों और आईटीआई के प्रतिनिधियों जैसे विभिन्न हितधारकों और मीडिया विकास समिति के सदस्यों की मदद से अद्यतन किया गया है।

राष्ट्रीय अनुदेशात्मक माध्यम संस्थान (NIMI), चेन्नई अब वार्षिक पैटर्न के तहत **पर्यटन और आतिथ्य** सेक्टर में **टूरिस्ट गाइड - प्रथम वर्ष - व्यवसाय सिद्धांत - NSQF स्तर - 3 (संशोधित 2022)** के लिए संशोधित पाठ्यक्रम के अनुरूप अनुदेशात्मक सामग्री लेकर आया है। NSQF स्तर - 3 (संशोधित 2022) व्यवसाय सिद्धांत प्रशिक्षुओं को एक अंतर्राष्ट्रीय समकक्षता मानक प्राप्त करने में मदद करेगा जहां उनकी कौशल दक्षता और योग्यता को दुनिया भर में विधिवत मान्यता दी जाएगी और इससे पूर्व शिक्षा की मान्यता का दायरा भी बढ़ेगा । NSQF स्तर - 3 (संशोधित 2022) प्रशिक्षुओं को जीवन भर सीखने और कौशल विकास को बढ़ावा देने के अवसर भी मिलेंगे। मुझे कोई संदेह नहीं है कि NSQF स्तर - 3 (संशोधित 2022) के साथ ITI के प्रशिक्षक और प्रशिक्षु, और सभी हितधारक इस अनुदेशात्मक मीडिया पैकेज (IMP) से अधिकतम लाभ प्राप्त करेंगे और यह NIMI का प्रयास देश में व्यावसायिक प्रशिक्षण की गुणवत्ता में सुधार लाने के लिए एक लंबा रास्ता तय करेगा।

NIMI के निदेशक, कर्मचारी तथा माध्यम विकास समिति के सदस्य इस प्रकाशन में प्रदत्त अपने योगदान हेतु अभिनंदन के पात्र है।

जय हिन्द !

© NIMI
NOT TO BE REPUBLISHED

अपर सचिव/महानिदेशक (प्रशिक्षण)
कौशल विकास एवं उद्यमिता मंत्रालय,
भारत सरकार

नई दिल्ली - 110 001

भूमिका

राष्ट्रीय अनुदेशात्मक माध्यम संस्थान (NIMI) की स्थापना 1986 में चेन्नई में तत्कालीन रोजगार एवं प्रशिक्षण (DGE&T) श्रम एवं रोजगार मंत्रालय (अब प्रशिक्षण महानिदेशालय, कौशल विकास और उद्यमिता मंत्रालय के तहत), भारत सरकार, तकनीकी सहायता फेडरल रिपब्लिक ऑफ जर्मनी सरकार के साथ की। इस संस्थान का मुख्य उद्देश्य शिल्पकार और शिक्षुता प्रशिक्षण योजनाओं के तहत निर्धारित पाठ्यक्रम NSQF स्तर - 3 (संशोधित 2022) के अनुसार विभिन्न ट्रेडों के लिए शिक्षण सामग्री विकसित करना और प्रदान करना है।

भारत में NCVT/NAC के तहत शिल्पकार प्रशिक्षण का मुख्य उद्देश्य ध्यान में रखते हुए अनुदेशात्मक सामग्री तैयार की जाती है, जिससे व्यक्ति एक रोजगार हेतु कौशल प्राप्त कर सके । अनुदेशात्मक सामग्री को अनुदेशात्मक माध्यम पैकेज्स (IMP) के रूप में विकसित किया जाता है। एक IMP में, थ्योरी बुक, प्रैक्टिकल बुक, टेस्ट और असाइनमेंट बुक, इंस्ट्रक्टर गाइड, ऑडियो विजुअल (वॉल चार्ट और पारदर्शी चित्र) और अन्य सहायक सामग्री शामिल हैं।

प्रस्तुत व्यावसायिक सिद्धान्त पुस्तक प्रशिक्षु को सम्बन्धित ज्ञान देगी जिससे वह अपना कार्य कर सकेंगे। परीक्षण एवं नियत कार्य के माध्यम से अनुदेशक प्रशिक्षुओं को नियत कार्य दे सकेंगे । वॉल चार्ट और पारदर्शी चित्र अद्वितीय होती हैं, क्योंकि वे न केवल प्रशिक्षक को किसी विषय को प्रभावी ढंग से प्रस्तुत करने में मदद करते हैं बल्कि प्रशिक्षु की समझ का आकलन करने में भी उसकी मदद करते हैं। अनुदेशक निर्देशिका (इंस्ट्रक्टर गाइड), अनुदेशक को अपने अनुदेश कार्यक्रम की योजना बनाने, अनुदेशात्मक सामग्री की आवश्यकताओं की योजना बनाने, दिन-प्रतिदिन के पाठों और प्रदर्शनों की योजना बनाने में सक्षम बनाता है।

IMP प्रभावी टीम वर्क के लिए विकसित किए जाने वाले आवश्यक जटिल कौशल से भी संबंधित है। पाठ्यक्रम में निर्धारित संबद्ध ट्रेडों के महत्वपूर्ण कौशल क्षेत्रों को शामिल करने के लिए भी आवश्यक सावधानी बरती गई है।

एक संस्थान में एक पूर्ण अनुदेशात्मक मीडिया पैकेज (IMF) की उपलब्धता प्रशिक्षक और प्रबंधन दोनों को प्रभावी प्रशिक्षण प्रदान करने में मदद करती है।

अनुदेशात्मक मीडिया पैकेज (IMP), NIMI के स्टाफ सदस्यों और विशेष रूप से सार्वजनिक और निजी क्षेत्र के उद्योगों, प्रशिक्षण महानिदेशालय (DGT), सरकारी और निजी ITI के तहत विभिन्न प्रशिक्षण संस्थानों से लिए गए मीडिया विकास समिति के सदस्यों के सामूहिक प्रयासों का परिणाम हैं।

NIMI इस अवसर पर विभिन्न राज्य सरकारों के रोजगार और प्रशिक्षण निदेशकों, सार्वजनिक और निजी दोनों क्षेत्रों के उद्योगों के प्रशिक्षण विभागों, DGT और DGT फील्ड संस्थानों के अधिकारियों, प्रूफ रीडरों, व्यक्तिगत मीडिया डेवलपर्स और समन्वयक को धन्यवाद देता हैं, जिनके सक्रिय समर्थन के के बिना NIMI इस सामग्री को प्रकाशित करने में सक्षम नहीं होता।

चेन्नई - 600 032 **कार्यकारी निदेशक**

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

आभार

नेशनल इंस्ट्रक्शनल मीडिया इंस्टीट्यूट (NIMI) **प्रथम वर्ष- NSQF स्तर - 3 (संशोधित 2022)** आईटीआई के लिए **पर्यटन और आतिथ्य** सेक्टर के तहत **टूरिस्ट गाइड** के व्यवसाय के लिए इस IMP (व्यवसाय सिद्धांत) को लाने के लिए निम्नलिखित मीडिया डेवलपर्स और उनके प्रायोजक संगठन द्वारा विस्तारित सहयोग और योगदान के लिए ईमानदारी से हार्दिक धन्यवाद देता है ।

मीडिया विकास समिति के सदस्य

श्री के. एस. यज्ञ मूर्ति	-	क्षेत्रीय प्रबंधक (सेवानिवृत्त), TTDC, चेन्नई - 02

NIMI समन्वयक

श्री निर्माल्य नाथ	-	उप निदेशक NIMI - चेन्नई - 32
श्री एन. अशफाक अहमद	-	सहायक प्रबंधक NIMI, चेन्नई - 32
श्री वी. वीरकुमार	-	जूनियर तकनीकी सहायक NIMI, चेन्नई - 32

NIMI ने अनुदेशात्मक सामग्री के विकास की प्रक्रिया में सराहनीय एवं समर्पित सेवा देने के लिए DATA ENTRY, CAD, DTP आपरेटरों की पूरी-पूरी प्रशंसा करता है ।

NIMI उन सभी कर्मचारियों के प्रति धन्यवाद व्यक्त करता है जिन्होंने अनुदेशात्मक सामग्री के विकास के लिए सहयोग दिया है।

NIMI उन सभी का आभार करता है जिन्होंने परोक्ष या अपरोक्ष रूप से अनुदेशात्मक सामग्री के विकास में सहायता की है ।

© NIMI
NOT TO BE REPUBLISHED

परिचय

व्यवसाय अभ्यास

व्यवसाय अभ्यास मैनुअल को प्रैक्टिकल वर्कशॉप में इस्तेमाल करने के लिए तैयार किया गया है। इसमें **टूरिस्ट गाइड** व्यवसाय के दौरान प्रशिक्षुओं द्वारा पूरा किए जाने वाले व्यवसाय अभ्यासों की एक श्रृंखला शामिल है, जो अभ्यास करने में सहायता के लिए निर्देशों/सूचनाओं द्वारा पूरक और समर्थित हैं। इन अभ्यासों को यह सुनिश्चित करने के लिए डिज़ाइन किया गया है कि NSQF स्तर - 3 (संशोधित 2022) पाठ्यक्रम के अनुपालन में सभी कौशल शामिल हैं।

यह मैनुअल 7 मॉड्यूल्स में विभाजित है। नीचे जो निम्न प्रकार है :-

मॉड्यूल - 1 पर्यटन का परिचय

मॉड्यूल - 2 सरकारी पर्यटन विभाग की भूमिका

मॉड्यूल - 3 परिवहन क्षेत्र

मॉड्यूल - 4 समय प्रबंधन और सामाजिक आर्थिक प्रभाव

मॉड्यूल - 5 ट्रैवल एजेंसियां और इसका संचालन

मॉड्यूल - 6 भारतीय भूगोल

मॉड्यूल - 7 संचार और विज्ञापन

शॉप फ्लोर में कौशल प्रशिक्षण की योजना किसी व्यावहारिक वस्तु के आसपास केंद्रित व्यावहारिक अभ्यासों की एक श्रृंखला के माध्यम से की जाती है। हालांकि, ऐसे कुछ उदाहरण हैं जहां व्यक्तिगत अभ्यास परियोजना का हिस्सा नहीं बनता है।

व्यावहारिक मैनुअल विकसित करते समय प्रत्येक अभ्यास को तैयार करने के लिए एक ईमानदार प्रयास किया गया है जिसे समझना आसान होगा और औसत से कम प्रशिक्षु द्वारा भी किया जा सकता है। हालांकि डेवलपमेंट टीम स्वीकार करती है कि इसमें और सुधार की गुंजाइश है। NIMI मैनुअल में सुधार के लिए अनुभवी प्रशिक्षण संकाय के सुझावों की प्रतीक्षा करता है।

व्यवसाय सिद्धान्त

व्यवसाय सिद्धान्त के मैनुअल में **पर्यटन और आतिथ्य** सेक्टर में **टूरिस्ट गाइड** - व्यवसाय सिद्धान्त NSQF स्तर - 3 (संशोधित 2022) के पाठ्यक्रम के लिए सैद्धांतिक जानकारी शामिल है। सामग्री को NSQF स्तर - 3 (संशोधित 2022) में निहित व्यवसाय अभ्यास के अनुसार अनुक्रमित किया गया है। व्यवसाय सिद्धान्त पर पाठ्यक्रम प्रत्येक अभ्यास में शामिल कौशल के साथ सैद्धांतिक पहलुओं को यथासंभव हद तक जोड़ने का प्रयास किया गया है। कौशल प्रदर्शन के लिए अवधारणात्मक क्षमताओं को विकसित करने में प्रशिक्षुओं की मदद करने के लिए यह सहसंबंध बनाए रखा गया है।

व्यवसाय सिद्धान्त को व्यवसाय अभ्यास पर मैनुअल में निहित संबंधित अभ्यास के साथ पढ़ाया और सीखा जाना है। संबंधित व्यवसाय अभ्यास के बारे में संकेत इस मैनुअल की प्रत्येक शीट में दिए गए हैं।

शॉप फ्लोर में संबंधित कौशल का प्रदर्शन करने से पहले प्रत्येक अभ्यास से जुड़े व्यवसाय सिद्धान्त को कम से कम एक कक्षा में पढ़ाना / सीखना बेहतर होगा। व्यवसाय सिद्धान्त को प्रत्येक अभ्यास के एक एकीकृत भाग के रूप में माना जाना चाहिए।

सामग्री स्वयं सीखने के उद्देश्य के लिए नहीं है और इसे कक्षा के निर्देश के पूरक के रूप में माना जाना चाहिए।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

विषय-क्रम

अभ्यास सं.	अभ्यास के शीर्षक	अध्ययन के परिणाम	पृष्ठ सं.
	माड्यूल 1 : पर्यटन का परिचय (Introduction to Tourism)		
1.1.01	पर्यटन उद्योग का परिचय (Introduction to tourism industry)		1
1.1.02	पर्यटन को परिभाषित कीजिए (Define tourism)	1,2 &3	18
1.1.03	पर्यटन - परिभाषा, रूप, घटक और प्रकार टाइपोलॉजी (Tourism - Definition, forms, components & types typologies)		20
1.1.04	पर्यटन प्रेरणाओं को समझना (Understanding tourism motivations)		27
1.1.05	पर्यटन - पर्यटन उद्योग के घटक और अंतर्राष्ट्रीय और राष्ट्रीय पर्यटन के विकास और विकास को प्रभावित करने वाले कारक (Tourism - Components of tourism industry and factors affecting growth & development of international & national tourism)		31
	माड्यूल 2 : सरकारी पर्यटन विभाग की भूमिका (Role of Government Tourism Department)		
1.2.06	पर्यटन और पर्यटन विभाग में सरकार की भूमिका (Role of government in tourism & tourist department)	4	35
1.2.07	राष्ट्रीय व्यापार संघ और अंतरराष्ट्रीय संगठन (National trade association & international organisation)		39
	माड्यूल 3 : परिवहन क्षेत्र (Transport Sector)		
1.3.08	परिवहन क्षेत्र - मोड और सापेक्ष महत्व (Transport sector - Modes and relative significance)	4	66
	माड्यूल 4 : समय प्रबंधन और सामाजिक आर्थिक प्रभाव (Time Management & Social Economic Impact)		
1.4.09	समय प्रबंधन पर अभ्यास करें (Practice on time management)		126
1.4.10	ट्रैवल एजेंसियां और टूर ऑपरेशन (Travel agencies & tour operation)		141
1.4.11	यात्रा शब्दावली (Travel terminology)		147
1.4.12	यात्रा सरकार विभाग के लिए अनुमोदन की प्रक्रिया (Procedure for approval for travel govertment department)		150
1.4.13	पर्यटन विपणन (Tourism marketing)		160
	माड्यूल 5 : ट्रैवल एजेंसियां और इसका संचालन (Travel Agencies & Its Operation)		
1.5.14	ट्रैवल एजेंसी और उसके कार्यों की भूमिका (Role of travel agency & its functions)		163
1.5.15	विभिन्न स्थानों में परिवहन का तरीका (Mode of transportation in different locations)		166

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

विषय-क्रम

अभ्यास सं.	अभ्यास के शीर्षक	अध्ययन के परिणाम	पृष्ठ सं.
1.5.16	आरक्षण (हवाई परिवहन और होटल आवास) (Reservation (Air transport & hotel accommodation)		172
1.5.17	पर्यटन - परिवहन (Tourism - Transportation)		177
1.5.18	विश्व व्यापार संगठन और विश्व पर्यटन (WTO & world tourism)		180
1.5.19	एक नई ट्रैवल एजेंसी शुरू करना (Starting a new travel agency)		190
1.5.20	एक नई ट्रैवल एजेंसी शुरू करना (Concept & types of pakage tour)		213
	माड्यूल 6 : भारतीय भूगोल (Indian Geography)		
1.6.21	भारतीय और विश्व भूगोल (Indian and world geographes)		216
1.6.22	प्रदर्शनियों, मेलों और त्योहारों (Exhibitions, fairs & festivals)		220
1.6.23&24	विपणन पर्यटन का अर्थ और भूमिका (Meaning & role of marketing tourism)		241
1.6.25	पर्यटन विपणन की विशेष विशेषताएं (Special features of tourism marketing)		243
1.6.26	विभाजन, उत्पाद और स्थिति का मूल (Basic of segmentation, product and positioning)		247
	माड्यूल 7 : संचार और विज्ञापन (Communication & Adverstising)		
1.7.27	मौखिक और लिखित संचार (Oral and written Communication)		260
1.7.28	कंप्यूटर - इसके भाग और उपयोग (Computer - Its parts and uses)		267
1.7.29	पर्यटन में कंप्यूटर अनुप्रयोग (Computer application in tourism)		286
1.7.30-32	पर्यटन - लेखा (Tourism - Accounting)		296
1.7.33-35	पर्यटन - विमानन भूगोल (Tourism - Aviation geography)		305

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

सीखने / मूल्यांकन योग्य परिणाम

इस पुस्तक के पूरा होने पर आप यह कर सकेंगे

Sl.No.	Learning / Outcome	Refer Ex:No
1	Enumerate the Duties and responsibilities of Tourist Guides.	1.1.01
2	Assess the types of tourists visiting diff erent places and ascertain their needs.	1.1.02 & 1.1.03
3	Motivate tourists visiting diff erent places and promote tourism.	1.1.04 & 1.1.05
4	Identify diff erent categories of accommodation available in the city and diff erent modes of transport available for the tourists.	1.2.06 - 1.3.08
5	Prepare a project report on travel destinations covering history.	1.4.09
6	Interact with diff erent transportation agencies like airline, Railways, taxies etc. to fi nd out their routes, timings of fl ights and Trains, the fares of diff erent classes of airlines, trains & rental taxis including Radio cabs.	1.4.10 & 1.4.11
7	Plan the inbound and out bound Tour programmer for Indian Nationals in India.	1.4.12 & 1.4.13
8	Plan tour programme for inbound and out bound foreign nationals taking into consideration factors such as (food habit, sensitivity, interpreter, caterer etc.	1.5.14 - 1.5.16
9	Perform bookings, cancellation, changing of tickets & concession given in Railways.	1.5.17 & 1.5.18
10	Perform bookings, cancellations and changing of air tickets & the concessions given.	1.5.19
11	Carryout the registration procedure of diff erent types of vehicles, the formalities involved etc.	1.5.20
12	Prepare handouts on present & future tourism zones as specifi ed by WTO, IATA, Geography, PATA areas.	1.6.21 & 1.6.22
13	Carryout survey of tourists at a tourist place to prepare their profi le and arrange site-seeing tours to local boys and girls to a tourist place.	1.6.23 - 1.6.25
14	Plan and prepare the advertisements for newspapers, magazines etc. and make broachers for tourist offi ce, hotels, etc. for tour promotion of tourist activities.	1.6.26 - 1.7.27
15	Prepare MS-offi ce fi les and other packages related with tourism.	1.7.28
16	Handle CRS, typing letters, fax messages, mail merging, sending fax and e-mail.	1.7.29 - 1.7.32
	Prepare simple profi t and loss account and balance sheet using an accounting package, mailing list of customers along with Storing and retrieving information of customer's creating and using a database packages.	
17	Draw charts on tourism systems interrelating tourism market, transportation, destination and marketing in the context of India's popular tourism states.	1.7.33 - 1.7.35

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

SYLLABUS

Duration	Reference Learning Outcome	Professional Skill (Trade Practical) (With indicative hour)	Professional Knowledge (Trade Theory)
Professional Skill 42 Hrs; Professional Knowledge 12 Hrs	Enumerate the Duties and responsibilities of Tourist Guides. (Mapped NOS: **THC/Q4407)**	1 Familiarize with the Significance of Training in the Tourist industry. (42 hrs.)	a) Introduction to Tourism industry b) Career opportunities in Tourism industry. c) Different types of Tourism industry. d) An orientation programme on the course and related job opportunities by the industry expert and instructor. e) Organizational hierarchy of Tourist industry f) Attributes of Tourism industry service personnel g) Communication skills & etiquettes h) Duties and responsibilities of Tourist Guides. (12 Hrs)
Professional Skill 42 Hrs; Professional Knowledge 12 Hrs	Assess the types of tourists visiting different places and ascertain their needs. (Mapped NOS: **THC/N4410)**	2 The demand, infrastructure facilities, types of tourist visiting different places & prepare a report. (18 hrs.) 3 Make a survey of any 10 places of tourist interest in state to know about their perceptions about availability of accommodation, transportation & other infrastructure facilities &prepare a report. (24 hrs.)	a Tourism: Definition, Meaning, Nature & Scope. b Definition & differentiation of: Tourist, Traveler, Visitor and excursionist. Domestic & international tourists, c Forms of tourism: Inbound, outbound, domestic and international. d Leisure, recreation Tourism their Interrelationship. e Components and element of Tourism. f Type & Typologies of Tourism. g World geography in details about continents & countries, capital and languages etc. (12 Hrs)
Professional Skill 42 Hrs; Professional Knowledge 12 Hrs	Motivate tourists visiting different places and promote tourism. (Mapped NOS: **THC/N4421)**	4 Motivation of different types of Tourists visiting different places. (18 hrs.) 5 Visit to Railway Station/ Airlines to find out different packages offered to promote tourism & prepare a report. (24 hrs.)	a Understanding Tourism motivations b Nature, Characteristics & components of tourism industry: - Tourism attraction, - Accommodation,

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

			- Catering - Shopping, - Entertainment, - Infrastructure, - Hospitality, - Transport. c Factors affecting growth and development of International a national Tourism. (12 Hrs)
Professional Skill 63 Hrs; Professional Knowledge 18 Hrs	Identify different categories of accommodation available in the city and different modes of transport available for the tourists. (Mapped NOS: **THC/N4410)**	6 Study of tourist facilities available in state. (20 hrs.) 7 Collect the information regarding different categories of accommodation available in the city. (30 hrs.) 8 Collect information regarding different modes of Transport Available for the tourist. (13 hrs.)	a Role & function of Govt. & Tourist Boards, ITDC, State Govt. Tourist Dept. & Tourism Corporations, National Trade Associations & International organization, Pacific Asia Travel Association (PATA), Indian association of Tour operators (IATA), Travel Agent's Association of India (TAAI), Federation of Hotel & Restaurant Association of India (FHRAI), Adventure Tour Operators Association (ATOT). b Tourism Infrastructure- Types, forms & Significance. c Accommodation- Forms & Types. d Transport Sector- Modes & relative significance. e Other supporting Infrastructure required for Tourism f Transport systems of India- Indian Railways (Luxury Trains) Road Transport etc. (18 Hrs)
Professional Skill 21 Hrs; Professional Knowledge 06 Hrs	Prepare a project report on travel destinations covering history. **THC/N9407**	9 Prepare project report on travel destinations covering history. (21 hrs.)	a Time management, resource management, manpower management and inventory b Management cost - benefit analysis, Economic Impact of Tourism - Income and employment multipliers of Tourism, balance of payment foreign exchange etc. c Socio cultural Impacts on Tourism. d Impacts of Tourism on ecology & environment. (06 Hrs)

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

Professional Skill 42 Hrs; Professional Knowledge 12 Hrs	Interact with different transportation agencies like airline, Railways, taxies etc. to find out their routes, timings of flights and Trains, The fares of different classes of airlines, trains& rental taxis including Radio cabs. (Mapped NOS: **THC/N4410)**	10 Operations & understand organization & role of travel Agency. (18 hrs.) 11 Interact with different transportation agency like airline, Railways, taxies etc. to find out their routes, timings of flights and Trains, The fares of different classes of airlines, trains& rental taxis including Radio cabs. (24 hrs.)	a Travel agencies & tour operators - meaning, role, future prospects & types. b Departmental organizational setup, linkage & arrangements with hotels, airlines & transport agencies & other segments of tourism industry, c Travel terminology. (12 Hrs)
Professional Skill 42 Hrs; Professional Knowledge 12 Hrs	Plan the inbound and out bound Tour programmer for Indian Nationals in India. (Mapped NOS: **THC/N4410)**	12 Tour planning inbound and out bound. (16 hrs.) 13 Programme for Indian National in India depending upon cost, mode of transport etc. (26 hrs.)	a Procedure for approval of Travel agents, tour operators by Dept. of Tourism, GOI b IATA rules & regulations & procedure for getting IATA Certificate. c Basis of approval of a travel agency. d Fiscal and non-fiscal incentives available to branch agencies & tour operators. e Terms and conditions to become sub agent of IATA approved agencies f Assessing locality, capital investment, risk & market potential for opening a travel Agency. (12 Hrs)
Professional Skill 63 Hrs; Professional Knowledge 18 Hrs	Plan tour programme for inbound and out bound foreign nationals taking into consideration factors such as (food habit, sensitivity, interpreter, caterer etc.) **THC/N9408**	14 Practical exercises/ field visits to know the procedure for booking accommodation in a hotel for a tourist. (15 hrs.) 15 Visit to the Passport Office to learn the procedure of obtaining passport for a tourist. (15 hrs.) 16 Tour planning programme for inbound and out bound foreign nationals taking into consideration factors much as (food habit, sensitivity, interpreter, caterer etc.) (33 hrs.)	a Role and functions of travel agents and tour operators, b Providing travel information & counseling to the tourists. c Mode of transport in different localities, d Reservation (both air transport & Hotel accommodation). e Procedure of ticketing: Ticket bookings, Cancellation, Changing tickets in railways road transport & sea travel for domestic & International travel. f Documentation - passport, VISA, handling business & corporate clients, handling conferences & connections, incentive tours. Procedures of hotel booking & cancellation. (18 Hrs)

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

Professional Skill 63 Hrs; Professional Knowledge 18 Hrs	Perform bookings, cancellation, changing of tickets & concession given in Railways. (Mapped NOS: **THC/N4410)**	17 Exercises in reading timetable to know the types of trains, class of travel, types of fare & use of Railway Time Table. (30 hrs.) 18 Visit to a Railway station to study the procedure for bookings, cancellation, changing of tickets & concession given in different respect. (33 hrs.)	a On Line Bus booking & cancellation. b Idea of map for different types of transport. c Current and popular travel trade abbreviations & other terms in air, rail, road & sea travel, Indian airlines, Indian railways, ABC, TIM, Air Tariff Manual, large tariff manual, hotel bookings. (18 Hrs)
Professional Skill 63 Hrs; Professional Knowledge 18 Hrs	Perform bookings, cancellations and changing of air tickets & the concessions given. (Mapped NOS: **THC/N4410)**	19 Visit to the office of an airline/travel agency to study its workings in respect of bookings, cancellations and changing of air tickets & the concessions given in different respect. (63 hrs.)	a Procedure of travel insurance covering life, baggage, sickness etc. b Procedure of becoming agent of national & International airline. c Basics of air ticketing: - (domestic & international) types of fares, - Details of ticket, Procedure for booking, - Cancellation, - Rules governing working of basic fares - Extra mileage percentage - Baggage rules & bounding, d Familiarization with travel related foreign exchange regulations, coding, decoding, time differentials, GMT, CRS, outbound tour making of package programmes, e Travel related documents, Visas, ITC, health certificate, RBI regulations, passport, tax, currency conservation, customs, travel insurance. (18 Hrs)
Professional Skill 63 Hrs; Professional Knowledge 18 Hrs	Carryout the registration procedure of different types of vehicles, the formalities involved etc. (Mapped NOS: **THC/N4204)**	20 Visit the office of regional transport office to learn the registration procedure of different types of vehicles, the formalities involved etc. (63 hrs.)	a Concept and types of package tour: - Itenery preparation and techniques, - Handling of tour file, - Costing of tour, - Charter operations, - Documentation for surface transport,

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

			- Contract carriage permits, - State carriage, - All India tourist permit, - Taxes, registration, license & fitness certificate. (18 Hrs)
Professional Skill 63 Hrs; Professional Knowledge 18 Hrs	Prepare handouts on present & future tourism zones as specified by WTO, IATA, Geography, PATA areas. **THC/N9409**	21 Prepare handouts on present & future tourism zones as specified by WTO, IATA, Geography, PATA areas. (30 hrs.) 22 Tourist generating regions to India and preferred tourist destination. (33 hrs.)	a Meaning and concept of resources, attractive destinations and resorts. b Types of resources - natural, man-made, socio-cultural, religious, Indian heritage. c Basic knowledge of Indian and world geography, culture wild life, fairs, festivals, trade fair exhibitions, musical concerts, coastal areas and sea beaches, museums, art galleries, places of historical importance, islands, etc. selection of tour sites in different states. (18 Hrs)
Professional Skill 42 Hrs; Professional Knowledge 12 Hrs	Carryout survey of tourists at a tourist place to prepare their profile and arrange site-seeing tours to local boys and girls to a tourist place. **THC/N9410**	23 Make a survey of tourists at a tourist place to prepare their profile. (15 hrs.) 24 Arrange site-seeing tours to local boys and girls to a tourist place. (15 hrs.) 25 Communication skill, imparting running comments of the area concerned. (12 hrs.)	a Meaning and roll of tourism marketing, b Difference between selling and marketing, c Special features of tourism marketing, d Marketing concept, e Elements of marketing Product promotion, Physical distribution Price. (12 Hrs)
Professional Skill 63 Hrs; Professional Knowledge 18 Hrs	Plan and prepare the advertisements for newspapers, magazines etc. and make broachers for tourist office, hotels, etc. for tour promotion of tourist activities. **THC/N9411**	26 Collection of advertisements from newspapers, magazines and making an analysis of the same. (30 hrs.) 27 Collection of broachers from tourist office, hotels, etc. to understand tour promotion of tourist activities is being done. (33 hrs.)	a Basis of segmentation, identifying target market, types of tourism, profile of tourist, establishing a product, creating a position statement, principles of product positioning, pricing the product. Meaning, importance, methods, tourism communication, advertising, publicity, VCR, coupons, picture postcard, personal selling, press and media, public relations and communications. b Marketing techniques of travel agency, marketing of fairs and festivals, marketing of conventions, incentive travel, workshops, and seminars. (18 Hrs)

© NCVT NOT TO BE REPUBLISHED

Professional Skill 42 Hrs; Professional Knowledge 12 Hrs	Prepare MS-office files and other packages related with tourism. **THC/N9412**	28 Practical knowledge of Computer operating systems, MS-office and other packages related with tourism. (42 hrs.)	a Use of communication systems such as internet, e-mail, fax etc., b Basics of computer, parts of computer, operating systems of computer. (12 Hrs)
Professional Skill 42 Hrs; Professional Knowledge 12 Hrs	Handle CRS, typing letters, fax messages, mail merging, sending fax and e-mail. **THC/N9413** Prepare simple profit and loss account and balance sheet using an accounting package, mailing list of customers along with Storing and retrieving information of customer's creating and using a database packages. **THC/N9414**	29 Visit to travel agency, airlines for familiarity with handling of CRS, typing letters, fax messages, mail merging, sending fax and e-mail. (12 hrs.) 30 Preparing simple profit and loss account and balance sheet using an accounting package. (10 hrs.) 31 Preparing mailing list of customers. (10 hrs.) 32 Storing and retrieving information of customer's creating and using a database packages. (10 hrs.)	a Basic application of computers, knowledge of MS-office, making road, transport, airlines, hotel booking and different packages, developing tour packages, travel accounting, basics of accounting systems. b Maintenance of ledger, simple final accounts, familiarity with foreign exchange, credit card transactions. (12 Hrs)
Professional Skill 42 Hrs; Professional Knowledge 12 Hrs	Draw charts on tourism systems interrelating tourism market, transportation, destination and marketing in the context of India's popular tourism states. **THC/N9415**	33 Draw map of India and locate major tourist destination and adjoining tourism market. (06 hrs.) 34 Study tours to locate tourist organization tourist offices, regional tourist offices, Directorate of Tourism, etc. to analyse their strength and weaknesses in attracting serving tourists. (18 hrs.) 35 Draw charts on tourism systems interrelating tourism market, transportation, destination and marketing in the context of India's popular tourism states. (18 hrs.)	a Aviation Geography- - Time differences, - Flight time, - Elapse time, b Booking Familiarization, Important Airlines, Airport of India, c Coding & decoding of country domestic ticketing. (12 Hrs)
Project work/ Industrial visit			

NOT TO BE REPUBLISHED

© NIMI
NOT TO BE REPUBLISHED

पर्यटन उद्योग का परिचय (Introduction to tourism industry)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **यात्रा की अवधारणाओं को बताएं**
- **पर्यटन की अवधारणाओं को बताएं**
- **स्वच्छता जागरूकता के महत्व की व्याख्या करें**
- **यात्रा उद्योग में उपलब्ध विभिन्न पदों को समझें**
- **पर्यटन कर्मियों के लिए उपलब्ध विभिन्न अवसरों को अच्छी तरह से समझें**
- **इस कोर्स का महत्व और भविष्य में करियर के विकास और अवसरों के बारे में सुनिश्चित होगा**

यात्रा अवधारणा (Travel Concept)

शुरुआती दिनों में यात्रा शुरू हुई। स्टेज कोच के आगमन के साथ भूमि यात्रा उन्नत हुई जो पहली बार 15वीं शताब्दी में हंगरी में विकसित हुई थी। कोच चार पहियों के बीच चमड़े की पट्टियों पर लटकी हुई एक बंद गाड़ी थी।

यात्रा का तरीका (Mode of travel): पहिया, रेलवे, एयरलाइंस आदि का आविष्कार और नेटवर्क या मार्ग, वाहन, यात्रा की लागत, दस्तावेज़ीकरण और सुरक्षित मार्ग, सड़क के किनारे की सुविधा और उपयुक्तता सभी ने विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है।

शिक्षा (Education): यात्रियों के लिए शिक्षा हमेशा से महान प्रेरक रही है। भारत में महान विश्वविद्यालय हुए हैं। जैसे 'तक्षशिला' और 'नालंदा' जो दूर-दूर के छात्रों के लिए शिक्षा के केंद्र बने रहे। आवास क्षेत्र जैसे शयनगृह, युवा केंद्र और युवा छात्रावास आदि मुख्य रूप से लाभान्वित होते हैं।

स्वास्थ्य (Health): स्वास्थ्य 'स्पा', प्राकृतिक झरनों (त्वचा की बीमारियों और गठिया आदि के लिए) सेनिटोरिया, हिल रिसॉर्ट्स और समुद्री रिसॉर्ट्स आदि की यात्रा भी पर्यटन के प्रवर्तक रहे हैं।

धर्म (Religion): पूरी दुनिया में लोगों ने धर्म के लिए यात्रा की। विशेष रूप से भारत में जहां पवित्र नदियों में डुबकी लगाने के लिए यात्रा, काशी, मदुरै, महाबलीपुरम, और अजमेर, वैष्णो देवी, कश्मीर में अमरनाथ जैसे मंदिरों के शहरों की यात्रा और "चारधाम" यात्रा तीर्थयात्रियों ने यात्रा की।

मित्रों और सम्बन्धियों से भेंट (Visiting Friends and Relatives): यह भी यात्रा का एक महत्वपूर्ण कारण रहा है। चूंकि आजकल लोग अपने स्वयं के वाहन से यात्रा करते हैं, मुख्य रूप से सड़क के किनारे खानपान प्रतिष्ठान और मोटल आदि इससे लाभान्वित होते हैं।

ऐतिहासिक स्थलों का भ्रमण (Visits to Historical Places): यात्रा प्रोत्साहन का भी एक महत्वपूर्ण कारण है।

साहसिक कार्य (Adventure): रोमांच हमेशा नए और अनछुए में निहित होता है, जैसे मार्कोपोलो, क्रिस्टोफर कोलंबस और वास्को डी गामा आदि जैसे प्रसिद्ध यात्राओं और नाविकों द्वारा की गई यात्राएं।

संस्कृति और विरासत (Culture and heritage): इस कारक ने पर्यटन गतिविधियों को बढ़ाने में भी बड़ी भूमिका निभाई है।

दार्शनिक प्रवचन (Philosophical Discourses): भारत और यूनान हमेशा से ही दार्शनिक प्रवचनों के महान केंद्र माने जाते रहे हैं और दूर-दूर से दार्शनिकों की यात्रा होती रही है।

खेल (Sports): 776 ईसा पूर्व में पहले ओलंपिक के समय से लेकर आज तक खेल और एथलेटिक मीट जैसे कि एशियाई खेल, और ग्रैंड प्रिक्स दौड़, प्रतिभागी और दर्शक यात्रा करते रहे हैं।

मेले और त्यौहार (Fairs and festivals): राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय मेले जैसे पुष्कर मेला, सूरज।

ट्रैवल एजेंट (Travel agent): एक व्यक्ति जो होटल और सार्वजनिक वाहकों में ग्राहकों के लिए स्थान और सुविधाएं बुक करता है और व्यवसाय स्थापित करने के लिए कमीशन प्राप्त करता है।

ट्रैवल एजेंसी (Travel agency): यह एक ऐसी एजेंसी है जो किसी यात्री की यात्रा के दौरान उसके लिए आवश्यक नियंत्रित सेवाओं की व्यवस्था करती है।

पर्यटन अवधारणा (Tourism Concept)

पर्यटन क्या है? (What is Tourism?)

पर्यटन 'लोगों की आवाजाही की एक गतिविधि है जो सभी मनुष्यों की प्रशंसा के योग्य है। इसे यात्रा के दौरान लोगों (आगंतुकों) के आवागमन की गतिविधि और प्रदाता (आगंतुकों को विभिन्न सेवाओं और उत्पादों की आपूर्ति करने वाले व्यक्ति या एजेंसी) की गतिविधियों के रूप में भी कहा जा सकता है। पर्यटन लोगों का उन जगहों से बाहर के गंतव्यों की ओर अस्थायी आवाजाही है जहां वे आम तौर पर रहते हैं और काम करते हैं, और इन स्थलों पर रहने के दौरान उनकी गतिविधियां। आगे पर्यटन को न केवल एक आगंतुक को प्रदाता की गतिविधियों के रूप में कहा जा सकता है बल्कि यह लोगों को शामिल करने वाली एक प्रक्रिया भी है और लोगों के बारे में है, अर्थात लोगों को बेहतर तरीके से जानना।

पर्यटन, यात्रा का सिद्धांत और अभ्यास है। पर्यटन नियमित जीवन से संरचित विराम है। इसमें रोजमर्रा की जिंदगी से अलगाव शामिल है और एक अन्य नैतिक और मानसिक स्थिति में प्रवेश प्रदान करता है, जहां अभिव्यंजक और सांस्कृतिक आवश्यकताएं अधिक महत्वपूर्ण हो जाती हैं। इसलिए इसे

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

मनोरंजन या जीवन के नवीनीकरण के साथ पहचाना जा सकता है। इसे एक आधुनिक अनुष्ठान के रूप में माना जा सकता है जिसमें लोग "इस सब से दूर हो जाते हैं"; विशेष रूप से सामान्य कार्य जगत (जिसमें घर के साथ-साथ कार्यस्थल भी शामिल है)। इस संबंध में एक महत्वपूर्ण बात यह है कि पर्यटन में सामान्य जीवन की लंबी अवधि की तुलना में छोटी अवधि शामिल होती है। पर्यटन में मूल रूप से तीन चरण होते हैं

a शुरुआत (जब पर्यटक अपने घर से अलग/बाहर जाता है)।

b मध्य (उसके मूवमेंट की अवधि जब वह परिवर्तन का अनुभव करने के लिए नए स्थानों पर आता है) और

c अंत (दौरे की समाप्ति के बाद उसके घर लौटने की प्रक्रिया)।

मनोरंजन के रूप में पर्यटन खेल के समान है, क्योंकि खेल एक स्वतंत्र गतिविधि है, जो बिना किसी भौतिक रुचि के, समय और स्थान की सीमाओं के साथ जुड़ा हुआ है, जो सामाजिक समूहों के गठन को बढ़ावा देता है।

पर्यटन की उत्पत्ति (Origin of tourism)

पर्यटन की उत्पत्ति के लिए किसी विशिष्ट काल या युग की स्थापना करना अत्यंत कठिन कार्य है। चूंकि पर्यटन आंदोलन के साथ जुड़ा हुआ है, इसलिए यह कहा जा सकता है कि मानव जाति के विकास के साथ पर्यटन गतिविधियों की शुरुआत हुई। प्राचीन और प्रागैतिहासिक काल में लोग भोजन की तलाश में और जलवायु परिस्थितियों जैसे बारिश के मौसम, सर्दी और गर्मी के मौसम से आश्रय के लिए और अन्य लोगों से सुरक्षा के लिए भी जाते थे। खानाबदोश एक जगह से दूसरी जगह घूमते रहते हैं। इस अवधि के लिए पर्यटन की उत्पत्ति को जिम्मेदार ठहराया जा सकता है। पर्यटन, विभिन्न और अद्वितीय स्थलों को देखने के लिए एक स्थान से दूसरे स्थान पर जाने के लिए पैसे देने का कार्य, लगभग 12वीं शताब्दी से सभ्य जीवन का एक तथ्य रहा है। बेशक, उन दिनों में यह मूल रूप से उच्च, उच्च वर्ग थे जिनके पास समय, पैसा और एक स्थान से दूसरे स्थान पर जाने में रुचि थी। वैसे "यात्रा" शब्द मध्यकालीन अंग्रेजी शब्द "ट्रेवेल" से आया है जिसका अर्थ है बड़ी कठिनाई झेलना, और यह अपने शुरुआती दिनों में यात्रा का एक बहुत अच्छा वर्णन है। मार्को पोलो की यात्राओं के बारे में बहुत कुछ लिखा गया है, जिन्हें हाल तक दुनिया का पहला पर्यटक माना जाता था।

पर्यटन को बढ़ावा देने वाले कारक (Factors that promoted Tourism)

सभी अवधियों के दौरान पर्यटन को बढ़ावा देने वाले सामान्य रूप से उपयोग किए जाने वाले कारकों की अवधारणा का अध्ययन करना महत्वपूर्ण है।

प्रेरणा (Motivation): नए अनुभव का मूल्य और जीवन की गुणवत्ता में सुधार के लिए जीवित रहने से यात्रा का परिवर्तन। इसमें निम्नलिखित शामिल हैं;

a (i) ज्ञात क्षेत्रों और लोगों से अज्ञात क्षेत्रों और लोगों (ii) ज्ञात संस्कृति से अज्ञात संस्कृति में जाने की एक व्यक्ति की जिज्ञासा।

b एक व्यक्ति क्या पाने की आशा करता है; नए क्षेत्र और स्थान को देखें और कुछ करें। कुछ देखने के लिए और हर नए अनुभव का मूल्यांकन करने के लिए जो उसे नई जगह और क्षेत्र में मिलता है?

हॉलिडे (Holiday): holiday शब्द Holy और Days से बना है, इस लिए इस शब्द हॉलिडे को कहते है।

धर्म (Religions): यूरोप में पुराने दिनों में, धर्मों के अनुष्ठान के लिए एक कार्य चक्र के अंत में एक दिन निर्धारित किया जाता था और इस दिन को अवकाश कहा जाता था। बाद में इन छुट्टियों में संत दिवस और अन्य पर्व भी जोड़े गए। इन दिनों कोई काम नहीं होता था और लोग इन दिनों का आनंद उठाते थे। इन दिनों को बाद में अवकाश कहा जाने लगा। कोई काम नहीं होता था और लोग उपवास (fasting) और मौज-मस्ती में शामिल होते थे। गेम्स और स्पोर्ट्स ऐसे अवसरों का मुख्य आकर्षण थे।

व्यवसाय (Business): व्यापारिक कारणों से लोगों की आवाजाही शुरू से ही लोगों को यात्रा करने के लिए एक महान प्रेरक रही है, व्यापारी अपने माल के साथ एक शहर से दूसरे शहर में व्यापार के लिए जाते थे। आज 85% हवाई यात्रा व्यवसाय से संबंधित है और इससे व्यापार केंद्रों के साथ नए होटलों के विकास में मदद मिलती है। कार किराए पर लेने का व्यवसाय भी फला-फूला। बिजनेस मैन हवाई अड्डे पर उतरते ही एक कार किराए पर ले सकता है। इस समूह की मांग आम तौर पर हवाई किराए में बेलोचदार वृद्धि (inelastic increase) है; कमरे का किराया और रेस्टोरेंट में भोजन की लागत उनकी मांग को नहीं बदलती है।

पर्यटक (Tourist): वे लोग जो विभिन्न कारणों से यात्रा करते हैं और 24 घंटे से अधिक समय विभिन्न आनंद/अवकाश, सांस्कृतिक गतिविधियों, ऐतिहासिक स्थानों की यात्रा, व्यवसाय, सम्मेलन, अध्ययन, धर्म, कुछ शौक और तीर्थ यात्रा आदि के लिए अपने क्षेत्र से बाहर रहते हैं।

पर्यटकों की विभिन्न श्रेणियां हैं (Various categories of tourists are)

a घरेलू (Domestic): एक ही देश के विभिन्न राज्यों और अन्य हिस्सों से आने वाले पर्यटक।

b अंतर्राष्ट्रीय (International): दूसरे देशों से आने वाले पर्यटक।

c इनबाउंड (Inbound): अन्य क्षेत्रों/देशों से आपके क्षेत्र/देश में आने वाले पर्यटक।

d आउटबाउंड (Outbound): अपने स्थानीय क्षेत्रों/देश से दूसरे क्षेत्रों/देश में जाने वाले पर्यटक।

स्वच्छता जागरूकता (Hygiene Awareness)

पहली नजर में हमारे आधुनिक शब्द में स्वच्छता संतोषजनक लगती है। फिर भी, हमारे समाज में कमजोर समूह बढ़ रहे हैं, जिसका अर्थ है कि इसमें शामिल कई लोगों की भलाई के लिए स्वच्छता एक महत्वपूर्ण कारक है। इसके अलावा, नीदरलैंड में, उदाहरण के लिए, हर साल अनुमानित 2 मिलियन खाद्य जनित संक्रमण होते हैं, जिनमें से 30 से 50% की उत्पत्ति परिवार के घरों में होती है। यह इंगित करता है कि दैनिक जीवन में महत्वपूर्ण कारक जैसे कि खाद्य संरक्षण और तैयारी आम तौर पर स्वच्छता से बहुत दूर हैं। यह संभवतः एक ओर दूषित खाद्य पदार्थों के कारण है, और दूसरी ओर आबादी में भोजन के प्रबंधन और संरक्षण के साथ-साथ सफाई और कीटाणुशोधन प्रक्रियाओं के बारे में ज्ञान की गंभीर कमी है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

घर में ह्मिडिफायर, रेफ्रिजरेटर और माइक्रोवेव ओवन, एयर कंडीशनिंग सिस्टम और गर्म पानी की आपूर्ति जैसी आधुनिक तकनीकी सुविधाओं से निपटने के दौरान अपर्याप्त ज्ञान से स्वच्छता संबंधी समस्याएं हो सकती हैं। सूक्ष्मजीव बहुत लचीले होते हैं और मनुष्य द्वारा बनाई गई किसी भी नई स्थिति में खुद को बहुत तेजी से अनुकूलित कर सकते हैं। घरों का अत्यधिक इन्सुलेशन हो सकता है।

पर्यटन उद्योग में करियर के अवसर (Career Opportunities in Tourism Industry)

यात्रा और पर्यटन उद्योगों के बीच दुनिया के सबसे बड़े विदेशी मुद्रा अर्जक में से एक है, जो दुनिया भर में लाखों लोगों को प्रत्यक्ष रूप से और कई संबद्ध सेवा उद्योगों के माध्यम से अप्रत्यक्ष रूप से रोजगार प्रदान करता है। एक बहुत व्यापक उद्योग, इसमें सरकारी पर्यटन विभाग, आप्रवासन और सीमा शुल्क सेवाएं, ट्रैवल एजेंसियां, एयरलाइंस, टूर ऑपरेटर, होटल आदि और कई संबद्ध सेवा उद्योग जैसे एयरलाइन खानपान या कपड़े धोने की सेवाएं, गाइड, दुभाषिए, पर्यटन प्रचार और बिक्री आदि शामिल हैं।

यात्रा और पर्यटन उद्यमों में हजारों कर्मचारियों के साथ प्रमुख अंतरराष्ट्रीय, मुट्ठी भर कर्मचारियों वाले छोटे निजी ट्रैवल एजेंट शामिल हैं। यात्रा और पर्यटन उद्योग में काम अनिवार्य रूप से उन लोगों के लिए सेवाएं प्रदान करने से संबंधित है जो व्यवसाय या छुट्टी के दिन घर से दूर हैं। यात्रा अवकाश यात्रा हो सकती है जिसमें पैकेज टूर, तीर्थयात्री यात्रा, साहसिक यात्रा आदि या विशुद्ध रूप से व्यवसाय शामिल है। उद्योग में हर कार्यात्मक स्तर पर काम में लोगों के साथ सीधे व्यवहार करना शामिल है।

ट्रैवल एजेंट पर्यटकों और व्यापारियों की जरूरतों का आकलन करते हैं और उपलब्ध कई यात्रा विकल्पों में से सर्वोत्तम संभव यात्रा व्यवस्था करने में उनकी मदद करते हैं। इसके अलावा, कई प्रमुख क्रूज लाइनें, रिसॉर्ट्स और विशेष यात्रा समूह हर साल यात्रा करने वाले लाखों लोगों के लिए ट्रैवल पैकेज को बढ़ावा देने के लिए ट्रैवल एजेंटों का उपयोग करते हैं। कार्गो, टिकटिंग और पासपोर्ट, वीजा आदि जैसे क्षेत्र ताकि अपने ग्राहकों को सही सलाह दी जा सके, और जब आवश्यक हो तो कागजी कार्रवाई का ध्यान रखा जा सके। इसके अलावा, मार्केटिंग, काउंटर सेल्स, या गाइड सेवाओं में सभी पर्यटन कर्मचारियों को सामान्य पृष्ठभूमि के संदर्भ में उन जगहों के बारे में जानकारी होनी चाहिए जहां उनके ग्राहक जाते हैं, वहां हवाई, रेल और सड़क से कनेक्शन कैसे प्राप्त करें और उपलब्ध सुविधाएं। भारत में, यात्रा और पर्यटन, एक उद्योग के रूप में, कई अन्य स्थानों की तुलना में कुछ हद तक धीमा रहा है।

हालांकि, यात्रा में दुनिया भर में रुचि बढ़ने के साथ, और सरकार की गतिविधियों के प्रोत्साहन के साथ, यह बड़े पैमाने पर विस्तार और सुधार के दौर से गुजर रहा है। यह उन सभी के उज्ज्वल भविष्य की भविष्यवाणी करता है जो यात्रा और पर्यटन के क्षेत्र में करियर बनाना चुनते हैं। उत्साह और कड़ी मेहनत की क्षमता वाले युवा यात्रा और पर्यटन में बहुत जल्दी शीर्ष पदों पर पहुंच सकते हैं या यहां तक कि अपनी एजेंसियों के प्रमुख भी बन सकते हैं। उद्योग में एक नौकरी कम कीमतों पर कई स्थानों को देखने के अवसर सहित अच्छे रिटर्न के साथ-साथ भत्तों को भी देती है।

योग्यता शैक्षिक उद्योग में आगे बढ़ने के लिए स्नातक स्तर, स्नातकोत्तर स्तर, डिप्लोमा और सर्टिफिकेशन कोर्सेज उपलब्ध हैं। प्रदान की जाने वाली स्नातकोत्तर डिग्री मास्टर ऑफ टूरिज्म एडमिनिस्ट्रेशन (MTA) है, जो पर्यटन मंत्रालय, भारत सरकार द्वारा अनुमोदित दो साल का पूर्णकालिक कार्यक्रम है। भारतीय पर्यटन और यात्रा प्रबंधन संस्थान और कुछ विश्वविद्यालय पर्यटन में MTA की डिग्री प्रदान करते हैं। पोस्ट ग्रेजुएट डिग्री उद्योग में प्रबंधकीय और प्रशासनिक पदों पर पहुंचने में सहायक हो सकती है। इंटरनेशनल एयर ट्रांसपोर्ट एसोसिएशन (IATA), एक विश्व संगठन जो यात्रा, पर्यटन और कार्गो उद्योग के लिए प्रशिक्षण में मान्यता प्राप्त मानक प्रदान करता है, प्रमाणन पाठ्यक्रम प्रदान करता है। कई बड़ी ट्रैवेल एजेंसियां अल्पावधि प्रशिक्षण कार्यक्रम भी चलाती हैं और अधिकतर उम्मीदवारों को शामिल कर लेती हैं। स्नातक स्तर पर यात्रा और पर्यटन पाठ्यक्रमों में प्रवेश के लिए पात्रता उच्चतर माध्यमिक परीक्षा उत्तीर्ण है। स्नातकोत्तर स्तर पर पात्रता किसी भी क्षेत्र में स्नातक होने के साथ-साथ प्रवेश परीक्षा में पास होने के बाद समूह चर्चा और संस्थान द्वारा आयोजित साक्षात्कार है। कम से कम एक विदेशी भाषा में प्रवीणता को प्राथमिकता दी जाती है। जनसंपर्क या विज्ञापन में डिप्लोमा करियर की दृष्टि से मददगार होता है। पत्राचार पाठ्यक्रमों के माध्यम से इन योग्यताओं को हासिल करना भी संभव है। प्रमाणन पाठ्यक्रम के लिए योग्यता 10+2 है। पर्यटन निदेशालय और विभागों में अधिकारियों की भर्ती राज्य और केंद्र सरकारों की सिविल/प्रशासनिक सेवाओं से सिविल सेवाकरने वाले उम्मीदवारों में से की जाती है। सरकारी संगठनों में परिचालन संबंधी नौकरियों के लिए यात्रा और पर्यटन में डिग्री आवश्यक है। पर्यटन विभाग के कार्यालय में सूचना सहायकों का चयन कर्मचारी चयन आयोग द्वारा आयोजित प्रतियोगी परीक्षाओं के माध्यम से किया जाता है। योग्यता अंग्रेजी में दक्षता के अलावा भारतीय इतिहास, कला और वास्तुकला के ज्ञान के साथ स्नातक है। इन रिक्तियों को रोजगार समाचार के माध्यम से विज्ञापित किया जाता है।

अवधि (Duration): पाठ्यक्रम के आधार पर प्रशिक्षण की अवधि एक से दो वर्ष के बीच भिन्न होती है। प्रमाणन पाठ्यक्रमों के लिए एक वर्ष से कम की अवधि हो सकती है। व्यक्तिगत विशेषताएं: उद्योग में अच्छा संचार और प्रस्तुति कौशल आवश्यक है जहां ग्राहक की सेवा अत्यंत महत्वपूर्ण है। एक निवर्तमान, मिलनसार व्यक्तित्व; क्षेत्र में सफल होने के लिए लोगों को संभालने की क्षमता, मौखिक प्रवाह, भाषाओं के लिए योग्यता फायदेमंद होगी। किसी को भी क्षेत्र में उपलब्ध सुविधाओं और सेवाओं का अद्यतन ज्ञान होना चाहिए। प्रशासनिक या प्रबंधकीय स्तर पर, संगठित करने की क्षमता, निर्णय लेने की क्षमता, समस्याओं को हल करना, एक टीम के भीतर प्रभावी ढंग से काम करना आवश्यक होगा। नौकरी की संभावनाएं और करियर विकल्प एक बहुत व्यापक क्षेत्र होने के कारण, पर्यटन क्षेत्र में रोजगार का दायरा बहुत उज्ज्वल है और संभावना अभी भी काफी हद तक अप्रयुक्त है। कैरियर के अवसर सार्वजनिक और निजी दोनों क्षेत्रों में मौजूद हैं। सार्वजनिक क्षेत्र में केंद्र और राज्य के पर्यटन निदेशालयों और विभागों में अधिकारी, सूचना सहायक, पर्यटक गाइड आदि के रूप में अवसर हैं।

योग्य पर्यटन पेशेवरों के लिए एक और अच्छी संभावनाएं निजी क्षेत्र में ट्रैवल एजेंसियों, टूर ऑपरेटरों, एयरलाइंस, होटल, परिवहन और कार्गो कंपनियों

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

आदि के साथ हैं। परिवहन और संचार नेटवर्क में जिसके परिणामस्वरूप देश में घरेलू और विदेशी पर्यटकों का प्रवाह आसान हो गया है। चूंकि यह रोजगार का एक नया क्षेत्र है, इसलिए अधिक योग्य और अनुभवी लोग उपलब्ध नहीं हैं और पदोन्नति की संभावनाएं भी बहुत उज्ज्वल और तेज हैं।

कुछ वर्षों के अनुभव के बाद, ग्राहक की सभी यात्रा आवश्यकताओं को पूरा करके और अतिरिक्त कर्मचारियों को लेकर धीरे-धीरे व्यवसाय का निर्माण करके अपना खुद का व्यवसाय शुरू कर सकते हैं। करियर विकल्प पर्यटन विभाग: पर्यटन विभाग में आरक्षण और काउंटर स्टाफ के रूप में नौकरियां हैं। बिक्री और विपणन कर्मचारी, टूर प्लानर और टूर गाइड। राज्य और केंद्र सरकार की सिविल/प्रशासनिक सेवाओं से लिए गए सिविल सेवा करने वाले उम्मीदवारों में से निदेशालय और पर्यटन विभाग के अधिकारियों की भर्ती की जाती है। वे पर्यटन गतिविधियों की योजना और प्रचार में शामिल हैं। सरकारी संगठनों में परिचालन संबंधी नौकरियों के लिए यात्रा और पर्यटन में डिग्री आवश्यक है। पर्यटन विभाग के कार्यालय में सूचना सहायकों का चयन कर्मचारी चयन आयोग द्वारा आयोजित प्रतियोगी परीक्षाओं के माध्यम से किया जाता है। योग्यता अंग्रेजी में दक्षता के अलावा भारतीय इतिहास, कला और वास्तुकला के ज्ञान के साथ स्नातक है। इन रिक्तियों को रोजगार समाचार के माध्यम से विज्ञापित किया जाता है। सूचना सहायक पर्यटक स्थलों और उपलब्ध सेवाओं के बारे में जानकारी देते हैं और पर्यटकों के यात्रा कार्यक्रम की योजना बनाने में मदद करते हैं।

पर्यटन मंत्रालय तीन प्रकार के गाइड, क्षेत्रीय, राज्य और स्थानीय को मान्यता देता है। एक क्षेत्रीय गाइड को भारतीय पुरातत्व सर्वेक्षण द्वारा जीवन के लिए पर्यटन मंत्रालय से दो साल का नवीकरणीय लाइसेंस प्राप्त होता है। गाइड विभिन्न स्मारकों और कलाकृतियों और देशों की परंपराओं और विरासत के बारे में विस्तृत जानकारी देते हैं।

एयरलाइंस (Airlines): एयरलाइन में काम करना, चाहे ग्राउंड स्टाफ पर हो या फ्लाइट में, इन दिनों कई लोगों के लिए एक रोमांचक विकल्प है। एयरलाइंस में ट्रैफिक असिस्टेंस, रिजर्वेशन और काउंटर स्टाफ, एयरहोस्टेस और फ्लाइट पर्सर्स, सेल्स एंड मार्केटिंग स्टाफ और कस्टमर सर्विस के रूप में काम कर सकते हैं। यात्रा और पर्यटन में एक कोर्स या होटल प्रबंधन पर एक योग्यता इसमें शामिल होने में मदद करती है। एयरलाइंस में नौकरियां हालांकि चुनौतीपूर्ण हैं और रोमांचक स्थलों की यात्रा की संभावना को वहन करती हैं। कुछ एयरलाइनों द्वारा पेश किए गए परिवार के लिए मुफ्त टिकट एक अतिरिक्त लाभ है। घरेलू और अंतरराष्ट्रीय एयरलाइंस जैसे एयर इंडिया, इंडियन एयरलाइंस, जेट एयरवेज, एयर सहारा, एअरोफ़्लोत, ब्रिटिश एयरवेज, कैथे पैसिफिक, अमीरात, सिंगापुर एयरलाइंस आदि आकर्षक वेतन और कई लाभों के साथ रोजगार के अवसर प्रदान करते हैं।

टूर ऑपरेटर (Tour Operators): टूर ऑपरेटर विभिन्न पर्यटन स्थलों के लिए आयोजित पर्यटन आयोजित करते हैं और पर्यटकों की यात्रा और ठहरने का प्रबंधन करते हैं। घरेलू और अंतरराष्ट्रीय पर्यटकों के लिए पर्यटन संचालित करने वाली कई कंपनियां हैं। कुछ हिल स्टेशनों जैसे सामान्य स्थलों के लिए हो सकते हैं, लेकिन अन्य रिवर राफ्टिंग, हैंग ग्लाइडिंग, रॉक क्लाइम्बिंग और कैंपिंग जैसी असामान्य गतिविधियों के लिए हैं। टूर ऑपरेटरों को अवधारणा को बेचने और फिर समूहों के साथ गंतव्यों तक जाने के लिए लोगों की आवश्यकता होती है। विदेशी समूहों के लिए एजेंसियां ऐसी लड़कियों को तरजीह देती हैं जो मिलनसार और मददगार हों। घरेलू समूहों के लिए, पुरुषों को प्राथमिकता दी जाती है। फिर भी , एक आकर्षक और मिलनसार व्यक्तित्व, गतिविधियों का ज्ञान और अक्सर उनमें पर्यटकों के साथ भाग लेना आवश्यक गुण हैं। टूर ऑपरेटर के साथ काम करने की उम्मीद रखने वाला व्यक्ति समूहों के साथ यात्रा करने में सक्षम होना चाहिए और ग्राहक के लिए पर्यटन को सुखद बनाने के लिए गंतव्यों पर लोगों को जानना चाहिए। हालांकि कोई भी इस उद्देश्य के लिए टूरिस्ट गाइड का कोर्स कर सकता है, गतिविधियों की जानकारी रखने वाले लोग आसानी से टूर ऑपरेटरों के रूप में शामिल हो सकते हैं। नौकरी कुछ मामलों में मौसमी हो सकती है।

ट्रैवल एजेंसियां (Travel Agencies): ट्रैवल एजेंट पर्यटकों और व्यापारियों की जरूरतों का आकलन करते हैं और उपलब्ध कई यात्रा विकल्पों में से सर्वोत्तम संभव यात्रा व्यवस्था करने में उनकी मदद करते हैं। कई रिसॉर्ट्स, यात्रा समूह यात्रियों को अपने टूर पैकेजों को बढ़ावा देने के लिए ट्रैवल एजेंटों का उपयोग करते हैं। वे यात्रा से जुड़ी लगभग हर चीज से निपटते हैं जिसमें गंतव्य के लिए सबसे छोटा रास्ता, यात्रा का तरीका, जरूरी दस्तावेज (वीजा, पासपोर्ट, टीकाकरण प्रमाणपत्र आदि), रहने के लिए उपयुक्त स्थान, वर्तमान विनिमय दर, यात्रा के लिए पर्यटक आकर्षण शामिल हैं। , जलवायु और वे ग्राहकों की प्राथमिकताओं, बजट और विशेष जरूरतों को ध्यान में रखते हुए यात्रा की योजना बनाएंगे। ट्रैवल एजेंसियों में रिजर्वेशन और काउंटर स्टाफ, सेल्स एंड मार्केटिंग स्टाफ, टूर एस्कॉर्ट्स और टूर ऑपरेटर्स, कार्गो और कूरियर एजेंसियों आदि के लिए अवसर हैं। यात्रा और टिकटिंग में 3-6 महीने की अवधि का शॉर्ट टर्म कोर्स या डिप्लोमा प्रवेश पाने में मदद करेगा। एक एजेंसी में। कई बड़ी ट्रैवेल एजेंसियां अल्पावधि प्रशिक्षण कार्यक्रम भी चलाती हैं और अधिकतर उम्मीदवारों को शामिल कर लेती हैं। कुछ एजेंसियां नए स्नातकों को भर्ती करती हैं और उन्हें कार्य पर प्रशिक्षित करती हैं। अधिकांश ट्रैवल एजेंसियों की मांग है कि लोगों का व्यक्तित्व आकर्षक हो और ग्राहकों के साथ व्यवहार करने की क्षमता हो। स्थलों और प्रक्रियाओं का ज्ञान बहुत हद तक मदद करता है।

होटल (Hotels): होटल उद्योग मूल रूप से एक सेवा उद्योग है जो आगंतुकों को भोजन और आवास प्रदान करता है। यह वह है जिसमें व्यापक प्रकार के कौशल के साथ बड़ी मात्रा में जनशक्ति की आवश्यकता होती है। अकेले भारत में अगले दशक में लगभग 1,80,000 रिक्तियों को भरने की उम्मीद है। एक होटल अपने विभिन्न विभागों जैसे संचालन, फ्रंट ऑफिस, हाउस कीपिंग, खाद्य और पेय पदार्थ, लेखा, इंजीनियरिंग / रखरखाव, बिक्री, जनसंपर्क और सुरक्षा आदि में करियर के अवसर प्रदान करता है। कोई भी व्यक्ति कुछ विभागों में या सीधे प्रवेश के माध्यम से इस क्षेत्र में प्रवेश कर सकता है। होटल प्रबंधन संस्थान। ऐसे कई संस्थान हैं जो होटल मैनेजमेंट का कोर्स करवाते हैं। कई होटल विदेशों में प्रशिक्षण के अवसर भी प्रदान करते हैं, जो युवाओं को तेजी से पदोन्नति प्राप्त करने की अनुमति देते हैं।

परिवहन (Transport): एयरलाइंस के अलावा, यात्रा सुविधाओं में रेल सेवाएं, कोच ऑपरेटर, किराए पर कार देने वाली कंपनियां आदि शामिल हैं। जो कुछ भी पर्यटकों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक ले जाता है -

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

हवाई, सड़क, रेलवे, समुद्र आदि से यात्रा और पर्यटन के अंतर्गत आता है। पर्यटक लगभग इन सभी यात्रा सुविधाओं का उपयोग करते हैं।

पारिश्रमिकयात्रा और पर्यटन उद्योग में नौकरियां अच्छा पारिश्रमिक और अनुलाभ प्रदान करती हैं, जिसमें कर्मचारियों और उनके परिवारों के लिए मुफ्त यात्रा शामिल है। वेतन उद्योग के भीतर भिन्न हो सकता है और विदेशी एयरलाइंस और एजेंसियों में अधिक है। विभिन्न स्तरों पर मूल वेतनमान लगभग हैं:* काउंटर क्लर्क रु. 1,500-2,000 * सहायक रुपये 2,000-2,500 * जूनियर एग्जीक्यूटिव रु. 3,000-3,500* क्षेत्रीय प्रबंधक रु. 3,800 -4,500 * महाप्रबंधक रु. 5,000-6,000 * एयर होस्टेस- घरेलू के लिए 6,000 रुपये मूल वेतन अंतरराष्ट्रीय एयरलाइंस में 40,000 रुपये क्षेत्रीय गाइड: उनके शुल्क आठ घंटे के लिए 400 रुपये और उससे अधिक हो सकते हैं। पर्यटक पीक सीजन के तीन से चार महीनों में वे 30,000-40,000 रुपये या उससे अधिक कमा सकते हैं।

पाठ्यक्रम और संबंधित नौकरी के अवसरों पर अभिविन्यास (Orientation on the course and related job opportunities)

टूर गाइडिंग को समझना (Understanding Tour Guiding)

वास्तव में शुरू करने से पहले नौकरी के ब्योरे को जानना हमेशा मददगार होता है। टूर गाइड के लिए, टूर गाइडिंग के मूलभूत सिद्धांतों को समझना महत्वपूर्ण है। यह नौकरी की रूपरेखा निर्धारित करता है और यह आपके कार्य जीवन के सामान्य ज्ञान की अनुमति देता है।

पर्यटक, गंतव्य (destination) का अनुभव करने के लिए किसी देश में आते हैं। यात्रा का कारण कोई भी हो, अनिवार्य रूप से व्यक्ति देश का आगंतुक होता है और एक प्रामाणिक अनुभव चाहता है। इसलिए जरूरत है किसी ऐसे व्यक्ति की जो देश या दर्शनीय स्थान का जानकार हो। साहसिक और आउटडोर मनोरंजन क्षेत्र या आकर्षण क्षेत्र लोगों को भुगतान करने वाले ग्राहक - आगंतुक की मांगों को पूरा करने की मांग करता है।

चाहे पेरू में टिटिकाका झील के लिए एक पारिस्थितिक पर्यटन यात्रा पर, ऑरलैंडो में डिज़्नीलैंड का दौरा या लास वेगास में गेमिंग के अलावा कुछ गतिविधि, अधिकांश यात्रियों को यात्रा विशेषज्ञ या टूर गाइड के साथ सुरक्षित महसूस होता है और उनकी आवश्यकता होती है। वे यात्री अपवाद हैं जिन्हें "ड्रिफ्टर्स" कहा जाता है।

कोहेन (1972) द्वारा वर्णित ड्रिफ्टर की भूमिका में कहा गया है कि "पर्यटन उद्योग के साथ सभी कनेक्शनों को ठुकरा दिया जाता है और यात्रा घर और परिचितों से यथासंभव दूर होने का प्रयास करती है। कोई निश्चित यात्रा कार्यक्रम नहीं होने के कारण, घुमक्कड़ स्थानीय लोगों के साथ रहता है, अपने तरीके से भुगतान करता है और खुद को उनकी संस्कृति में डुबो देता है।

इसी तरह, खोजकर्ता की भूमिका वह होती है जहां यात्रा स्वतंत्र रूप से आयोजित की जाती है (बड़े पैमाने पर पर्यटक समूह का हिस्सा नहीं) और beaten ट्रैक से बाहर निकलने की तलाश में है। हालाँकि आरामदायक आवास और विश्वसनीय परिवहन की मांग की जाती है, जबकि पर्यावरण के बुलबुले को इस अवसर पर छोड़ दिया जाता है, अगर चीजें कठिन हो जाती हैं तो यह कदम उठाने के लिए है। कूपर, फ्लेचर एट अल (1998) इन टूरिज्म प्रिंसिपल्स एंड प्रैक्टिस -2nd संस्करण Pearson Education Limited England

आपके पसंदीदा दौरे की आपकी याद क्या है?

एक सारांश लिखें यदि इसमें देश, दौरे के प्रकार, टूर गाइड के गुण और दौरे की विशेषताएं शामिल हों।

यह पसंदीदा दौरा क्यों है?

लोग विभिन्न कारणों से पर्यटन करते हैं। समूह में भ्रमण करने से झंझटों से मुक्ति मिलती है, धन और समय बचाने की इच्छा होती है और समान रुचियों वाले लोगों का साथ मिलता है।

यदि व्यक्ति भ्रमण करते हैं, तो इसका कारण किसी अनजान स्थान पर सुरक्षा की भावना होना, देश, राज्य या प्रांत के अधिकांश भाग को देखने के लिए समय की बचत करना और किसी अनुभवी गाइड से सटीक जानकारी प्राप्त करना है।

कुल मिलाकर यात्रा करने का उद्देश्य पैसे का सही मूल्य प्राप्त करना, सटीक जानकारी और एक व्यवस्थित यात्रा करना है। भ्रमण का उद्देश्य मौज-मस्ती करना है।

परिभाषाएं (Definitions)

इस इकाई के लिए चरण निर्धारित करने के लिए, आइए हम परिभाषाओं के साथ शुरुआत करें:

टूर ऑपरेटर (Tour operator)

- आवास, परिवहन और जमीनी व्यवस्था के लिए एक निश्चित मूल्य के साथ एक ब्रोशर में दी जाने वाली छुट्टियों को पैकेज और बेचें। कभी-कभी कूरियर या प्रतिनिधि की सेवा पैकेज में शामिल होती है।

  (हॉर्नर, पॉलीन (1999) ट्रैवल एजेंसी प्रैक्टिस Pearson Education Limited England)

- एक ऐसा व्यक्ति है जो एक व्यवसाय का मालिक है जो भुगतान करने वाले पर्यटकों को निर्धारित मार्गों पर ले जाता है।

टूर गाइड या टूरिस्ट गाइड (Tour Guide or Tourist Guide)

- यह वह व्यक्ति है जो लोगों को सीमित अवधि के दर्शनीय स्थलों की यात्रा पर ले जाता है। (मैनसिनी (2003))
- एक व्यक्ति जो आगंतुकों को उनकी पसंद की भाषा में मार्गदर्शन करता है और उस क्षेत्र की सांस्कृतिक और प्राकृतिक विरासत की व्याख्या करता है जिसके पास आमतौर पर एक क्षेत्र-विशेष होता है
- योग्यता आमतौर पर उपयुक्त प्राधिकारी द्वारा जारी और/या मान्यता प्राप्त होती है।

  (WFTGA द्वारा अपने डनब्लेन, स्कॉटलैंड कन्वेंशन 2003 में अपनाई गई मानकीकरण के लिए यूरोपीय समिति (CEN) का En 13809) http://wftga.org/page.asp?id=l5

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

टूर मैनेजर/टूर एस्कॉर्ट/टूर डायरेक्टर (Tour Manager/Tour Escort/Tour Director)

- यह वह व्यक्ति है जो लोगों को सीमित अवधि के दर्शनीय स्थलों की यात्रा पर ले जाता है।
- यह एक ऐसा व्यक्ति है जो एक बहु-दिवसीय दौरे पर समूह की गतिविधियों का प्रबंधन करता है। इस व्यक्ति को टूर कंडक्टर, टूर कूरियर, टूर एस्कॉर्ट, टूर डायरेक्टर या टूर लीडर भी कहा जा सकता है। (मैनसिनी (2003))
- एक व्यक्ति जो टूर ऑपरेटर की ओर से एक यात्रा कार्यक्रम का प्रबंधन करता है, यह सुनिश्चित करता है कि कार्यक्रम को टूर ऑपरेटर के साहित्य में वर्णित अनुसार किया जाता है और यात्री/उपभोक्ता को बेचा जाता है और जो स्थानीय व्यावहारिक जानकारी देता है।
- टूरिस्ट गाइड असिस्टेंट टूर मैनेजर टूरिस्ट गाइड भी हो भी सकते हैं और नहीं भी। उन्हें विशिष्ट क्षेत्रों में काम करने के लिए प्रशिक्षित या लाइसेंस नहीं दिया जाता है, जब तक कि उनके पास क्षेत्र के आधार पर उचित आवश्यकताएं या कानूनी अधिकार न हों।

  (WFTGA द्वारा अपने डनब्लेन, स्कॉटलैंड कन्वेंशन 2003 में अपनाई गई मानकीकरण के लिए यूरोपीय समिति (CEN) का En 13809) http://wftga.org/page.asp?id=15

टूर पैकेज (Tour Package)

- इसमें छुट्टी के वे तत्व शामिल हैं - परिवहन, आवास और स्थानान्तरण - एक टूर ऑपरेटर द्वारा एक समावेशी मूल्य पर बेचा जाता है।

टूर ऑपरेटरों का एक उदाहरण स्थानीय टूर ऑपरेटर हैं, जो देश के भीतर पर्यटन के लिए घरेलू ग्राहकों को सेवाएं प्रदान करते हैं। इस व्यक्ति को टूर पैकेजर भी कहा जा सकता है।

टूर कंडक्टिंग बनाम टूर गाइडिंग (Tour Conducting versus Tour Guiding)

टूर कंडक्टिंग टूर के प्रबंधन के बारे में है, इसमें समूहों के साथ यात्रा करना, समूहों के साथ रहना, समस्याओं से निपटने वाले लोगों को नियंत्रित करना और उनका मनोरंजन करना और कई बार पर्यटन का मार्गदर्शन करना शामिल है। टूर कंडक्टर दो से तीन सप्ताह के लिए टूर के प्रकार के आधार पर उस समूह के साथ हो सकता है।

टूर गाइडिंग आमतौर पर कम समय के लिए होती है। यह समय के निर्धारित हिस्से के लिए एक दर्शनीय स्थान या आकर्षण पर विशिष्ट गतिविधि को संदर्भित करता है।

टूर ऑपरेटरों के प्रकार (Types of Tour Operators)

किसी व्यक्ति या समूह के भ्रमण करने के तरीकों की विशाल संख्या के कारण, विभिन्न प्रकार के टूर गाइड उपलब्ध होने के साथ-साथ टूर ऑपरेटरों की कई अलग-अलग श्रेणियां हैं। पहले इनबाउंड ऑपरेटर और आउटबाउंड ऑपरेटर का उल्लेख किया गया था। मोटर कोच ऑपरेटर और इंटरमोडल ऑपरेटर भी हैं। इन प्रकारों में क्या अंतर है?

इन-बाउंड टूर ऑपरेटर हैं, जो विदेशी आगंतुकों को सेवाएं प्रदान करते हैं। एक उदाहरण एक कनाडाई टूर ऑपरेटर होगा जो अपनी शाखाओं या अन्य कंपनियों के माध्यम से विदेश में पर्यटन बेचता है। कनाडा में आने वाले यूनाइटेड किंगडम या कॉन्टिनेंटल यूरोप से आने वाले समूह को इनबाउंड ऑपरेटर द्वारा सेवा प्रदान की जाती है।

ऐसे आउटबाउंड टूर ऑपरेटर भी हैं जो स्थानीय पर्यटकों को सेवाएं प्रदान करते हैं जो अपने देश के बाहर के स्थलों की यात्रा करना चाहते हैं। यह संचालिका समूहों को स्वदेश से दूसरे देशों में ले जाती है।

निम्नलिखित वेबसाइटों को देखें और एक क्रूज शिप टूर गाइड होने में क्या शामिल है, इस पर नोट्स बनाएं।

http://www.ehow.com/video_2275938_get-started-as-cruise-ship.html

http://www.ehow.com/video_2275936_get-hired-as-cruise-ship.html

http://www.jobmonkey.com/landtours/html/shore_guide.html

टूर गाइड की कमाई (Earning of Tour Guides)

आमतौर पर एक ऑन-साइट टूर गाइड न्यूनतम वेतन देता है या काम के लिए स्वयंसेवक हो सकता है। वे टूर गाइड जो काफी अच्छा वेतन कमाते हैं, वे सरकार द्वारा नियोजित (उदाहरण के लिए, पार्क रेंजर्स) या निगमों द्वारा (उदाहरण के लिए, किसी कारखाने का दौरा करने वाले) हैं।

सिटी गाइड, एडवेंचर गाइड (विशेष टूर गाइड) और व्यक्तिगत गाइड ऑन-साइट गाइड की तुलना में बेहतर भुगतान करते हैं। बेशक वेतन स्थान, कंपनी और स्थिति के आधार पर भिन्न होता है।

ऑस्ट्रेलिया में टूर गाइड और टूर ऑपरेटरों के लिए और यात्रा और पर्यटन उद्योग के लिए वेतनमान की जांच करें:

http://mycareer.com.au/jobs/-/hospitalitv-travel-tourisrn/tourguiding-tour-operators/

http://content.mycareer.com.au/salary-centre/hospitality-travel-tourisrn/

सामान्य कमाई और लाभ के लिए विजिट करें

http://www.jobmonkey.com/landtours/html/earnings_benefits.html

टूर गाइडिंग अपील (Tour Guiding Appeal)

चूंकि एक टूर गाइड का वेतन वांछनीय से कम हो सकता है, इस पेशे में काम करने के लिए व्यक्तियों का चयन करने का कारण यह दिखाना चाहिए कि वे अनुलाभ हैं।

- "चमकने" और व्यक्तिगत रूप से विकसित होने का अवसर है।

टूर एस्कॉर्ट के विपरीत, टूर गाइड घड़ी के चारों ओर समूह के लिए ज़िम्मेदार नहीं है, लेकिन एक समय में कुछ घंटों के लिए। गाइड एक कलाकार की

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

तरह सीमित समय के लिए ध्यान का केंद्र होता है, और एक विशेष स्थान पर एक 'प्राधिकरण' (authority) होता है।

- नए लोगों से मिलना
- नेटवर्किंग क्षमता
- अपने खुद के खर्चे पर नई और रोमांचक जगहों की यात्रा करने का अवसर। करियर के रूप में टूर गाइडिंग के कई फायदे हैं, जिनमें से नज़ारे या आकर्षण को देखने के लिए अपने लिए कोई कीमत नहीं चुकानी पड़ती है, क्योंकि कार्यस्थल गाइडों के लिए किसी भी प्रवेश शुल्क का भुगतान करता है, विशेष रूप से वे जो फ्री-लांसिंग या स्टेप-ऑन गाइड के रूप में स्वतंत्र हैं।
- टिप्स के साथ वेतन बढ़ाना
- सेवानिवृत्त व्यक्तियों, छुट्टी पर जाने वाले छात्रों या अंशकालिक नौकरी के लिए उपयुक्त।

स्टेप-ऑन गाइड जो आने वाली टूर कंपनी के लिए फ्री-लांसर के रूप में कार्य करते हैं, उन्हें मौसम के अनुसार काम करने का लाभ मिलता है। इसलिए छात्र या शिक्षक या सेवानिवृत्त इस नौकरी को प्रमुख या चरम पर्यटन सीजन के दौरान ग्रहण कर सकते हैं जब वे छुट्टी पर हो सकते हैं। इसलिए यह आपकी आय या भत्ते को पूरा करने का एक शानदार तरीका है।

एक टूर गाइड के लिए आवश्यक गुण

जैसा कि स्थापित किया गया है कि विभिन्न प्रकार हैंटूर गाइड और ऑपरेटरों। हालाँकि, कुछ विशेषताएँ या गुण हैं जो सभी अंतर्राष्ट्रीय टूर गाइडों में होने चाहिए। इन गुणों में शामिल होंगे:

- भरोसेमंद - ऊर्जावान (trustworthy - energetic)
- रोगी - संगठित (patient - organized)
- अनुकूलनीय या लचीला - नैतिक (adaptable or flexible - ethical)
- ज्ञान - जन - उन्मुख (knowledge - people - oriented)

टूर गाइड के लिए प्रशिक्षण के अवसर (Training opportunities for a tour guide)

चूंकि कई सरकारें अर्थव्यवस्था को चलाने के लिए पर्यटन के महत्व को देखती हैं, टूर गाइडों के लिए प्रशिक्षण के अवसर हैं। प्रशिक्षण का उद्देश्य यात्रा और पर्यटन उद्योग के इस क्षेत्र में कुछ प्रकार के सैंडर्डीकरण को सुनिश्चित करना है। यह गाइडों को लाइसेंस प्राप्त करने की अनुमति देता है, इस प्रकार इस क्षेत्र में व्यावसायिकता और अंतरराष्ट्रीय मान्यता के स्तर को बढ़ाता है।

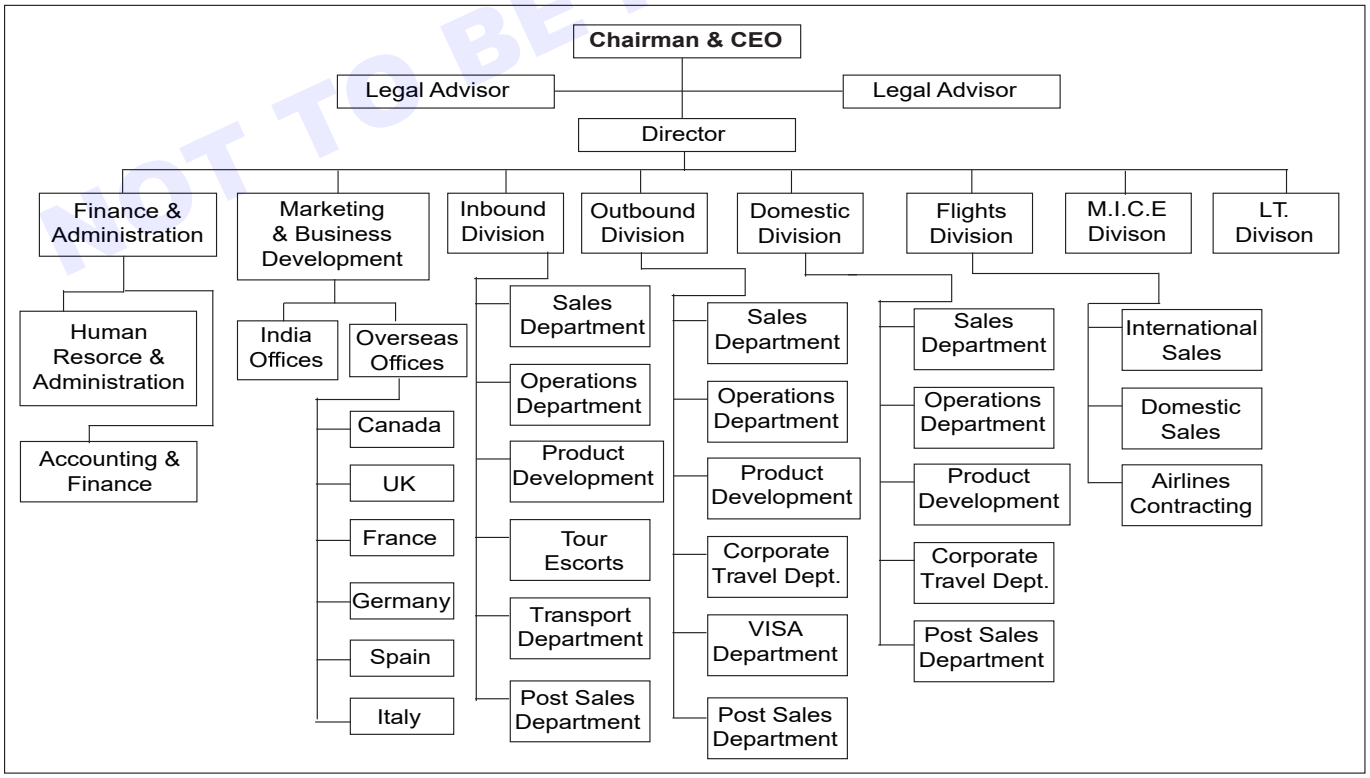
पर्यटक गाइडों के प्रशिक्षण के संबंध में कुछ देशों में क्या हो रहा है, यह जानने के लिए निम्नलिखित वेबसाइटों पर जाएँ।

http://wftga.org/CW20060203044.pdf

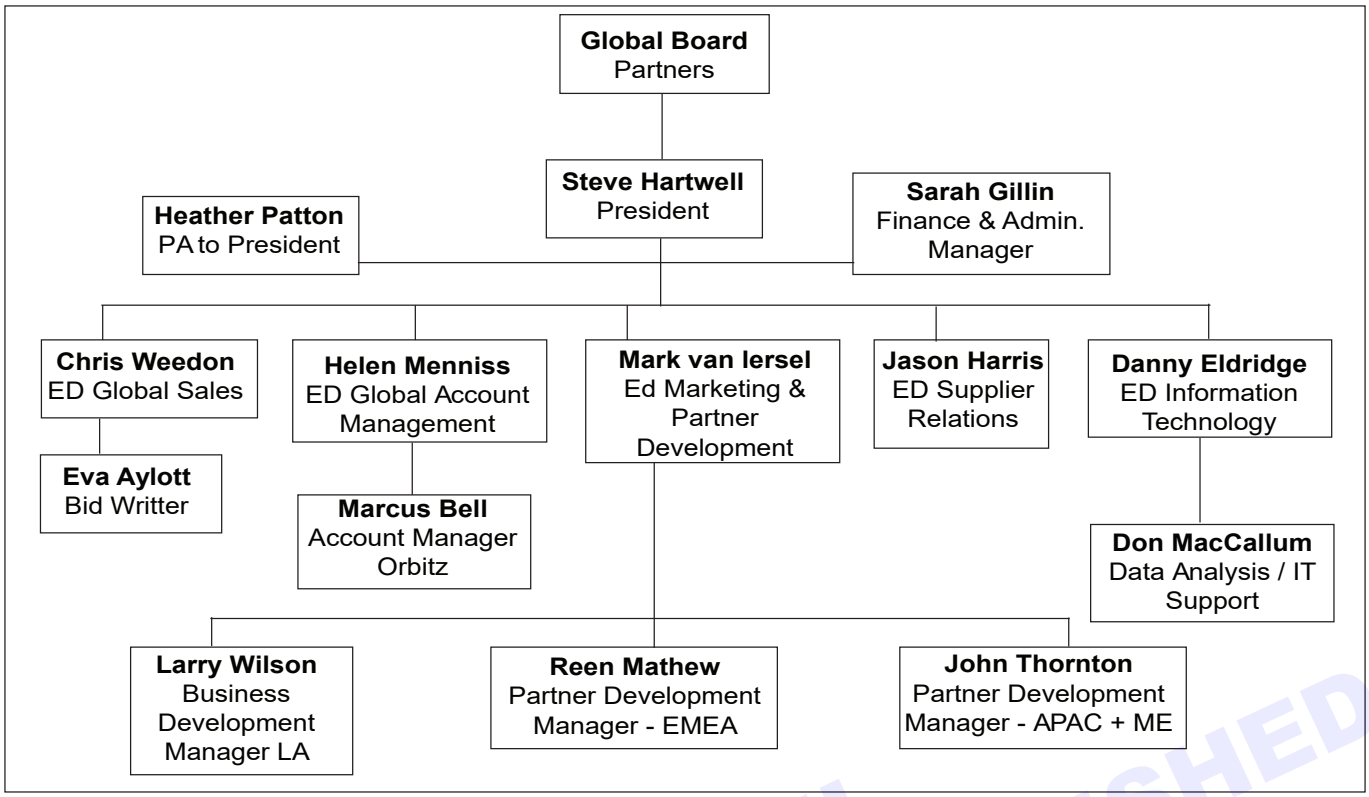
http://wftga.org/page.asp?id=117

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

पर्यटन उद्योग का संगठनात्मक पदानुक्रम (Organizational Hierarchy of Tourist Industry)



ग्लोबल स्टार ट्रैवल एजेंसी की संगठनात्मक संरचना पर केस स्टडी निम्नलिखित है (Following is the case study on organizational structure of Global star travel agency



स्टीव हार्टवेल ग्लोबलस्टार ट्रैवल मैनेजमेंट के अध्यक्ष हैं और दिन-प्रतिदिन के कारोबार और ग्लोबल एक्जीक्यूटिव मैनेजमेंट टीम के लिए जिम्मेदार हैं। स्टीव के पास यात्रा उद्योग में कई वर्षों का अनुभव है और विशेष रूप से बिजनेस ट्रैवल क्षेत्र में अमेरिकन एक्सप्रेस के साथ विशेष रूप से बहु-राष्ट्रीय वैश्विक खातों पर काम करते हुए कई साल बिताए हैं। स्टीव ब्रिटेन में स्थित दो स्वतंत्र व्यापार यात्रा कंपनियों के प्रबंध निदेशक रहे हैं और विशेष रूप से यात्रा उद्योग में प्रबंधन परामर्श में उनकी महत्वपूर्ण पृष्ठभूमि है। स्टीव की दृष्टि ग्लोबलस्टार को अग्रणी यात्रा प्रबंधन नेटवर्क संगठन और समेकित वैश्विक या क्षेत्रीय यात्रा प्रबंधन कार्यक्रमों के विकास और ग्रोथ में विकसित करना है। ग्लोबलस्टार इसे प्राप्त करने के लिए अच्छी तरह से तैयार है और प्रक्रियाओं और प्रक्रियाओं को लागू किया है जो यात्री अनुभव में मूल्य जोड़ देगा और कंपनी के लिए लागत को काफी कम कर देगा, जो आज की बाजार स्थितियों में प्रासंगिक हैं। ग्लोबलस्टार ने अपनी नवीन प्रौद्योगिकी के साथ अपनी नींव रखी है और अब वैश्विक यात्रा प्रबंधन समाधानों और कार्यक्रमों में नेतृत्व करने के लिए तैयार है। स्टीव से संपर्क करने के लिए कृपया स्टीव hartwell@globalstravel.com पर ईमेल करें या संपर्क पेज www.globalstartravel.com पर जाएं

क्रिस वीडॉन ग्लोबलस्टार ट्रैवल मैनेजमेंट के साथ ग्लोबल सेल्स के कार्यकारी निदेशक हैं। इस भूमिका में, क्रिस ग्लोबलस्टार पार्टनर नेटवर्क में रणनीतिक दृष्टि और वैश्विक बिक्री, प्रशिक्षण और सलाह के विकास की जिम्मेदारी लेता है। ग्लोबलस्टार में शामिल होने से पहले, क्रिस RADIUS में निदेशक EMEA, ग्लोबल सेल्स एंड सर्विसेज के पद पर थे, जहां उन्होंने कंपनी के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई थी। इस स्थिति में, क्रिस वैश्विक निगमों के लिए अंत से अंत तक बिक्री चक्र का नेतृत्व करता है और प्रत्यक्ष बिक्री और व्यापार यात्रा परामर्श प्रदान करता है। क्रिस ने मानव संसाधन और व्यावसायिक मनोविज्ञान कार्यों दोनों के भीतर यात्रा उद्योग और कई आला क्षेत्रों में एक Corporate Account Director के रूप में भी काम किया है। क्रिस के पास मनोविज्ञान में पहली डिग्री है, वह एक प्रमाणित कॉर्पोरेट यात्रा विशेषज्ञ हैं, और हाल ही में व्हार्टन बिजनेस स्कूल से स्नातक की उपाधि प्राप्त की है, जिन्होंने अपने कार्यकारी शिक्षा वैश्विक नेतृत्व कार्यक्रम को पूरा किया है। काम के अलावा क्रिस को रॉक क्लाइम्बिंग, रनिंग और फोटोग्राफी में भी दिलचस्पी है। मैड्रिड में रहते हुए एक साल बिताने के बाद क्रिस स्पेनिश में है और वर्तमान में सीखने के लिए अगली भाषा की तलाश कर रहा है। क्रिस से संपर्क करने के लिए कृपया chris.weedon@globalstartravel.com पर ईमेल करें या संपर्क पृष्ठ www.qlobalstartravel.com पर जाएं

हेलेन मेनिस ग्लोबलस्टार ट्रैवल मैनेजमेंट के साथ कार्यकारी निदेशक (Executive Director) ग्लोबल अकाउंट मैनेजमेंट हैं। हेलन ग्लोबलस्टार के लिए अकाउंट मैनेजमेंट फंक्शन के रणनीतिक विकास के लिए जिम्मेदार हैं। हेलेन 12 वर्षों से अधिक समय से यात्रा उद्योग में विशेषज्ञता प्राप्त कर रही हैं। 2012 में GlobalStar Travel Management में शामिल होने से पहले, Helen ने CWT के लिए लगभग 8 साल काम किया, जहाँ उन्होंने कॉर्पोरेट और सार्वजनिक क्षेत्र के व्यवसाय पर काम करने वाले UK खाता प्रबंधकों की एक टीम का प्रबंधन किया और बाद में CWT के वैश्विक ग्राहकों के पोर्टफोलियो के साथ काम करने वाले वैश्विक खाता प्रबंधकों और निदेशकों की एक टीम का नेतृत्व किया। CWT से पहले हेलेन ने एयरलाइन bmi के साथ कॉर्पोरेट सेल्स मैनेजर UK के प्रमुख कॉर्पोरेट बिक्री और खाता प्रबंधन के रूप में 5 साल बिताए और कॉर्पोरेट स्टार एलायंस समझौतों को विकसित करने में मदद की। हेलेन ने गैर-खाद्य और FMCG उद्योगों में वरिष्ठ खाता प्रबंधन भूमिकाओं में भी काम किया है। हेलेन प्रमुख क्लाइंट रिबिड्स, ग्लोबल क्लाइंट स्ट्रैटेजी और ग्लोबलस्टार अकाउंट मैनेजमेंट ऑफरिंग को और विकसित करने में व्यापक ग्लोबलस्टार पार्टनर टीम का समर्थन करने की इच्छुक है। हेलेन से संपर्क करने

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

के लिए कृपया उसे ईमेल करें helen.menniss@globalstartravel.com या संपर्क पेज www.globalstartravel.com पर जाएं।

Mark van Iersel GlobalStar Travel Management के साथ मार्केटिंग, पार्टनर रिक्रूटमेंट और पार्टनर डेवलपमेंट के Executive Director हैं। मार्क ग्लोबलस्टार के लिए आंतरिक और बाहरी दोनों तरह के विपणन अवसरों का प्रबंधन करता है। इसके अतिरिक्त मार्क नेटवर्क के लिए सही भागीदार कंपनियों की भर्ती और क्षेत्रीय भागीदार विकास प्रबंधकों की सहायता से सामान्य रूप से भागीदारों के आगे के विकास के लिए जिम्मेदार है। मार्क ने हेग विश्वविद्यालय से अंतर्राष्ट्रीय विपणन प्रबंधन में डिग्री प्राप्त की है और 15 वर्षों से यात्रा उद्योग में काम कर रहे हैं। 2006 में ग्लोबलस्टार ट्रैवल मैनेजमेंट में शामिल होने से पहले, मार्क ने ATPI के लिए 6 साल काम किया जहां वे मार्केटिंग और इंटरनेशनल बिजनेस डेवलपमेंट के लिए जिम्मेदार थे। 2006 में मार्क ग्लोबलस्टार में EMEA क्षेत्र के क्षेत्रीय प्रबंधक के रूप में शामिल हुए, जिसके परिणामस्वरूप ग्लोबलस्टार और इसके भागीदारों के साथ काम करने का महत्वपूर्ण अनुभव प्राप्त हुआ। इस अवधि में मार्क ने पूरे EMEA क्षेत्र में नई भागीदार कंपनियों की भर्ती और प्रशिक्षण द्वारा नेटवर्क में वृद्धि को महसूस किया। मार्क ग्लोबलस्टार मार्केटिंग प्रस्ताव को नेटवर्क में भागीदारों की मदद और संभावनाओं के साथ बाजार में लाने के लिए बेहद प्रेरित है। मार्क से संपर्क करने के लिए कृपया Mark.vaniersel@globalstartravel.com पर ईमेल करें या संपर्क पेज www.globalstartravel.com पर जाएं।

डैनी एल्ड्रिज के पास ग्लोबलस्टार ट्रैवल मैनेजमेंट के साथ IT के Executive Director का पद है। इस भूमिका में, डैनी ग्लोबलस्टार की सामरिक प्रौद्योगिकी दिशा निर्धारित करने की देखभाल करते हैं। डैनी ग्लोबलस्टार प्रौद्योगिकी के उपयोग में मार्गदर्शन और सहायता प्रदान करके भागीदारों के साथ काम करता है। हमारे व्यापक भागीदार नेटवर्क को समर्थन देने के अलावा वे ग्लोबलस्टार प्रबंधन टीम के लिए IT अवसंरचना का प्रबंधन भी करते हैं। डैनी IT और ट्रैवल इंडस्ट्री के लिए कोई अजनबी नहीं है, ग्लोबलस्टार में शामिल होने से पहले डैनी ने उत्तरी अमेरिका में ERP प्रदाता एग्रेसो के लिए काम करते हुए 13 साल बिताए, सलाहकार से लेकर उपाध्यक्ष तक के पदों पर रहे। सेबर और एग्रेसो के बीच साझेदारी के निर्माण और 2001 में सेबर सेंट्रल कमांड के विकास में डैनी का महत्वपूर्ण योगदान था। ERP बाजार में डैनी के वर्षों के अनुभव ने उन्हें बिजनेस प्रोसेस और डेटा प्रबंधन के बीच संबंधों को समझने में एक विशेषज्ञ बना दिया है, जिनमें से दोनों हैं ग्लोबलस्टार पार्टनर नेटवर्क की सफलता के लिए महत्वपूर्ण। डैनी से संपर्क करने के लिए कृपया danny.eldridge@globalstartravel.com पर ईमेल करें या संपर्क पेज www.Qlobal star travel.com पर जाएं।

जेसन हैरिस ग्लोबलस्टार ट्रैवल मैनेजमेंट के साथ सप्लायर रिलेशंस एंड होटल प्रोग्राम के Executive Director हैं। जेसन के पास यात्रा उद्योग में 23 से अधिक वर्षों का अनुभव है और इस भूमिका में वह ग्लोबलस्टार और उसके भागीदारों के आपूर्तिकर्ताओं के साथ संबंधों को बनाए रखने और विकसित करने के लिए जिम्मेदार है। इसमें यात्रा, GDS और उत्पाद समाधान शामिल हैं। ग्लोबलस्टार में शामिल होने से पहले जेसन अमेरिका के संयोजन में EMEA और APAC के लिए BCD ट्रैवल ग्लोबल होटल प्रोग्राम के रणनीति विकास और प्रबंधन के लिए जिम्मेदार थे। उन्होंने कॉर्पोरेट ग्राहकों को मूल्य वर्धित लाभ प्रदान करने के लिए आपसी कामकाजी संबंधों को बढ़ाने के लिए होटल आपूर्तिकर्ताओं के साथ एक पसंदीदा भागीदार रणनीति भी विकसित की। इसके अतिरिक्त उन्होंने कॉर्पोरेट ग्राहकों और खाता प्रबंधन को परियोजना आधारित परामर्श प्रदान करने के लिए BTI UK Hogg Robinson (HRG) के भीतर पहला होटल परामर्श विभाग बनाया और रोसेनब्लूथ इंटरनेशनल और अमेरिकन एक्सप्रेस दोनों में समान भूमिकाएँ निभाईं। जेसन से संपर्क करने के लिए कृपया Jason.harris@globalstartravel.com पर ईमेल करें या www.globalstartravel.com पर संपर्क पेज पर जाएं

मार्कस बेल ग्लोबलस्टार में जून 2011 में ग्लोबल अकाउंट डेवलपमेंट मैनेजर - ऑर्बिट्ज़ वर्ल्डवाइड के रूप में शामिल हुए। बिक्री, निविदाओं, खाता प्रबंधन और कार्यान्वयन के संबंध में मार्कस ग्लोबलस्टार भागीदारों और ऑर्बिट्ज़ वर्ल्डवाइड के साथ काम करता है। मार्कस ऑर्बिट्ज़ वर्ल्डवाइड और ग्लोबलस्टार पार्टनर्स के बीच प्रभावी संचार और प्रक्रियाओं के चल रहे विकास के लिए भी जिम्मेदार है। ग्लोबलस्टार में शामिल होने से पहले, मार्कस ने मार्केटिंग और कॉर्पोरेट बिक्री पर ध्यान केंद्रित करते हुए UK में एक लक्ज़री ईको होटल विकसित करने में 2 साल बिताए। इससे पहले, मार्कस ने लंदन, मैनचेस्टर, एडिनबर्ग, ब्रसेल्स और वाशिंगटन में कार्यालयों के साथ एक स्वतंत्र TMC, की ट्रैवल में Account Director के रूप में 10 वर्षों तक काम किया। मार्कस चैरिटी, विश्वविद्यालय, शैक्षिक और सरकारी क्षेत्रों के भीतर प्रमुख यात्रा के प्रमुख ग्राहकों के प्रबंधन के लिए जिम्मेदार था। उन्होंने कई राष्ट्रीय और वैश्विक निविदाएं सफलतापूर्वक जीतीं, कई हाई प्रोफाइल खातों पर खाता निदेशक के रूप में काम किया और महत्वपूर्ण नए व्यवसाय के कार्यान्वयन का समन्वय किया। मार्कस ऑर्बिट्ज़ वर्ल्डवाइड के लिए ग्लोबलस्टार में काम करने के अवसर को लेकर उत्साहित हैं और उनका मानना है कि ग्राहक आवश्यकताओं के बारे में स्पष्टता, प्रभावी संचार और एक स्पष्ट रणनीति के साथ, वृद्धिशील व्यवसाय निकट भविष्य में सभी भागीदारों के लिए आगामी होगा। मार्कस बेल से संपर्क करने के लिए कृपया marcus.bell@globalstartravel.com पर ईमेल करें या संपर्क पेज www.globalstartravel.com पर जाएं

रीना मैथ्यू ग्लोबलस्टार ट्रैवल मैनेजमेंट में पार्टनर डेवलपमेंट मैनेजर यूरोप और अफ्रीका हैं। इस भूमिका में, रीना भागीदार विकास के सभी पहलुओं का समन्वय और सहायता करती है, जिसमें नए बाज़ार, आंतरिक और बाहरी दोनों तरह के संचार शामिल हैं। रीना ट्रैवल इंडस्ट्री में बहुत अनुभवी हैं, उन्होंने यूनाइटेड एयरलाइंस के साथ सेल्स मैनेजर के रूप में औरबिजनेस डेवलपमेंट मैनेजर के रूप में कुल 14 साल बिताए हैं।

UNIGLOBE दक्षिण एशिया, जिसने उसे टीम वर्क, प्रशिक्षण और जानकारी साझा करने और संगठन के बाहर और भीतर दोनों में विश्वास और संबंधों को विकसित करने और पोषण करने का महत्व सिखाया। TMC के

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

बारे में जुनूनी विशेष रूप से ग्लोबलस्टार एक युवा कंपनी है जिसे हमेशा बदलते यात्रा पर्यावरण और इसकी संभावनाओं की आवश्यकताओं के लिए ढाला जा सकता है, रीना ऐसी सेवाएं प्रदान करती है जो नेटवर्क में नए बाजारों और भागीदारों को विकसित करने में मदद करती हैं और भागीदारों और प्रबंधन के बीच एक संचार लिंक और चैनल स्थापित करती हैं। रीना मैथ्यू से संपर्क करने के लिए कृपया reena.mathew@globalstartravel.com पर ईमेल करें या संपर्क पेज www.globalstartravel.com पर जाएं।

लैरी विल्सन ग्लोबलस्टार ट्रैवल मैनेजमेंट के साथ लैटिन अमेरिकी क्षेत्र के लिए व्यवसाय विकास प्रबंधक हैं। लैरी 1994 में व्यापार यात्रा के रूप में ब्यूनस आयर्स में वियाजेस वेर्जर के कॉर्पोरेट डिवीजन में शामिल हुएप्रबंधक। 1996 में वायाजेस वेरगर कार्लसन वैगनलिट ट्रैवल के "पार्टनर" बन गए और इस नेटवर्क के साथ संबंध उनकी जिम्मेदारियों में से एक था। 2001 में, वह कार्लसन वैगनलिट ट्रैवल अर्जेंटीना में शामिल हो गए। वे अर्जेंटीना (पूर्ण स्वामित्व) में कार्लसन वैगनलिट ट्रैवल एसए के पहले कार्यालय के उद्घाटन और स्टार्ट-अप के प्रभारी थे। उनकी कुछ ज़िम्मेदारियाँ थीं; अर्जेंटीना में सभी ग्राहकों के साथ प्रबंधन या लेनदेन शुल्क का कार्यान्वयन। नए खातों का प्रबंधन और कार्यान्वयन, साथ ही स्थानीय, क्षेत्रीय और वैश्विक मूल्य निविदाओं के लिए सभी मूल्य निर्धारण और लागत। लैरी ने देश में पहला बिक्री और खाता प्रबंधन विभाग खोला। कुल पैंतीस कर्मचारियों के साथ व्यापार यात्रा विभाग (Outplants and Inplants) का प्रबंधन और पर्यवेक्षण। 2006 में, उन्होंने सेल्स एंड प्रोग्राम मैनेजमेंट टीम (Account Management) का प्रबंधन संभाला। प्रत्येक वास्तविक ग्राहक के साथ स्थायी संपर्क बनाए रखा और नियंत्रण, सांख्यिकी, SLA, KPI और सेवा सर्वेक्षण के लिए सभी प्रकार के उपकरणों का उपयोग किया। लैरी से संपर्क करने के लिए कृपया larry.wilson@globalstravel.com पर ईमेल करें या संपर्क पेज www.globalstartravel.com पर जाएं।

पर्यटन कर्मियों और संचार कौशल के गुण (Attributes of tourism personnel & communicaion skills)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **पारस्परिक कौशल का वर्णन करें**
- **संचार और इसके विभिन्न सिद्धांतों को परिभाषित करें**
- **संचार की प्रक्रिया की व्याख्या करें**
- **संचार प्रक्रिया के विभिन्न घटकों और संचार के साधनों की सूची बनाएं।**

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

"पारस्परिक कौशल "मानसिक और संचारी एल्गोरिदम को संदर्भित करता है जो कुछ प्रभावों या परिणामों तक पहुंचने के लिए सामाजिक संचार और बातचीत के दौरान लागू होता है। "पारस्परिक कौशल" शब्द का प्रयोग अक्सर सामाजिक संचार और बातचीत के माध्यम से व्यावसायिक संगठनों के भीतर काम करने की किसी व्यक्ति की क्षमता के माप के संदर्भ में व्यावसायिक संदर्भों में किया जाता है। पारस्परिक कौशल यह है कि लोग एक दूसरे से कैसे संबंधित हैं।As एक उदाहरण के रूप में, यह आम तौर पर समझा जाता है कि अन्य लोगों या पेशेवरों के लिए सम्मान का संचार करने से व्यक्ति संघर्ष को कम करने और जानकारी प्राप्त करने या कार्यों को पूरा करने में भागीदारी या सहायता बढ़ाने में सक्षम होगा। उदाहरण के लिए, किसी ऐसे व्यक्ति को बाधित करने के लिए जो वर्तमान में आवश्यक जानकारी प्राप्त करने के कार्य में व्यस्त है, यह अनुशंसा की जाती है कि एक पेशेवर भाषा के साथ आदरपूर्ण दृष्टिकोण का उपयोग करे, जैसे "क्षमा करें, क्या आप व्यस्त हैं?

यदि आपके पास इस समय समय हो तो मेरे पास आपसे चर्चा करने के लिए एक जरूरी मामला है। यह प्राप्त करने वाले पेशेवर को अपने वर्तमान कार्य के महत्व के बारे में अपने सहयोगी के साथ चर्चा में प्रवेश करने के बारे में अपना निर्णय लेने की अनुमति देता है। हालांकि यह आम तौर पर समझा जाता है कि किसी को "urgent" अनुरोध के साथ बाधित करना अक्सर प्राथमिकता लेता है, संदेश के प्राप्तकर्ता को स्वतंत्र रूप से अनुरोध का न्याय करने और आगे की बातचीत के लिए सहमत होने की अनुमति देने से उच्च गुणवत्ता वाली बातचीत की संभावना होगी। बेहतर व्यावसायिक परिणाम प्राप्त करने के लिए इस प्रकार के अनुमानों का पालन करने से आम तौर पर एक पेशेवर को 'good interpersonal skills' के रूप में स्थान दिया जाता है। अक्सर ये मूल्यांकन औपचारिक और अनौपचारिक सेटिंग्स में होते हैं।

सकारात्मक पारस्परिक कौशल होने से संगठन में उत्पादकता बढ़ती है क्योंकि संघर्षों की संख्या कम हो जाती है। अनौपचारिक स्थितियों में, यह संचार को आसान और सहज बनाने की अनुमति देता है। अच्छे पारस्परिक कौशल वाले लोग आमतौर पर भावनाओं से अभिभूत होने के बजाय कठिन परिस्थितियों में उभरने वाली भावनाओं को नियंत्रित कर सकते हैं और उचित प्रतिक्रिया दे सकते हैं।

आक्रामकता प्रतिस्थापन प्रशिक्षण (Aggression Replacement Training)

Aggression Replacement Training (ART) किशोरों पर केंद्रित संज्ञानात्मक व्यवहार हस्तक्षेप है, जो उन्हें उनके आक्रामक और हिंसक व्यवहारों से निपटने के लिए प्रशिक्षित करता है। यह एक मल्टीमॉडल

प्रोग्राम है जिसके तीन घटक हैं; सामाजिक कौशल, क्रोध नियंत्रण प्रशिक्षण और नैतिक तर्क। ART को 1981 के दौरान अमेरिका में विकसित किया गया था और अब इसका उपयोग मानव सेवा प्रणालियों में किया जाता है, जिसमें किशोर न्याय प्रणाली, मानव सेवा स्कूल और उत्तरी अमेरिका के साथ-साथ यूरोप, दक्षिण अमेरिका और ऑस्ट्रेलिया में वयस्क सुधार तक सीमित नहीं है।

क्रोध नियंत्रण प्रशिक्षण (Anger Control Training)

क्रोध, क्रोध नियंत्रण प्रशिक्षण ART का भावात्मक घटक है। यह सामाजिक कौशल के शिक्षण से असामाजिक कौशल को खोने और उन्हें सामाजिक-समर्थक कौशल के साथ बदलने के लिए आगे बढ़ता है। क्रोध नियंत्रण प्रशिक्षण, क्रोध नियंत्रण श्रृंखला का उपयोग करता है। यह युवाओं को उन स्थितियों से निपटने के लिए सिखाई जाने वाली एक प्रक्रिया है जो उन्हें गुस्सा दिलाती हैं। एक बार फिर, क्रोध नियंत्रण श्रृंखला का एक खंड प्रत्येक सप्ताह पढ़ाया जाता है और दोनों सुविधाकर्ता और युवा प्रासंगिक जीवन गतिविधियों के साथ नए कौशल का अभ्यास करते हैं। क्रोध नियंत्रण श्रृंखला इस प्रकार है;

- ट्रिगर (बाहरी और आंतरिक) - वह स्थिति जो क्रोध में स्लाइड शुरू करती है और स्वयं की बात जो इसे कायम रखती है।
- संकेत-गुस्सा होने के शारीरिक लक्षण।
- क्रोध कम करने वाले-तीन (गहरी साँस लेना, पीछे की ओर गिनना, और सुखद कल्पना) हमारे दिमाग को स्थिति से दूर करने या कम करने में मदद करने के लिए।
- अनुस्मारक-संक्षिप्त सकारात्मक कथन जो हम क्रोधित आवेगों को और कम करने के लिए स्वयं से कहते हैं।
- आगे की सोच-हमारे व्यवहार के परिणामों की पहचान करना।
- सामाजिक कौशल- स्थिति में सामाजिक-समर्थक कौशल को लागू करना।
- मूल्यांकन-क्रोध नियंत्रण श्रृंखला के उपयोग पर पीछे मुड़कर देखें और मूल्यांकन करें कि इसे कैसे लागू किया गया।

नैतिक तर्कशक्ति (Moral Reasoning)

नैतिक तर्क कला का संज्ञानात्मक घटक है। यह घटक किशोरों को अपने दृष्टिकोण के अलावा अन्य दृष्टिकोण लेने का अवसर प्रदान करता है जिससे वे अपनी दुनिया को अधिक निष्पक्ष और न्यायसंगत तरीके से देखना सीखते हैं। ग्रुप फेसिलिटेटर्स परिप्रेक्ष्य लेने और नैतिक विकास संबंधी देरी को दूर करने के लिए चार सोच त्रुटियों की पहचान भी करते हैं। पहचान की गई सोच त्रुटियां हैं:

- आत्मकेंद्रित सोच - "यह सब मेरे बारे में है"
- सबसे खराब मानकर - "यह वैसे भी होगा" या "वे मेरे साथ ऐसा करेंगे"
- दूसरों को दोष देना -"यह उनकी गलती है"
- गलत लेबल लगाना / छोटा करना - "यह चोरी नहीं है, मैं इसे केवल उधार ले रहा हूं ..." या "हर कोई इसे करता है"

ART का नैतिक तर्क घटक कोहलबर्ग के नैतिक विकास के चरणों पर आधारित है। कोल्हबर्ग के अनुसार नैतिक विकास के छह चरण हैं जिन्हें तीन स्तरों में बांटा गया है। कोल्हबर्ग सुझाव देते हैं कि चरणों के माध्यम से प्रगति रैखिक और अपरिवर्तनीय रूप से अनुक्रमिक है। पहले चरण के विचारक "शायद सही बनाता है" के आदर्श वाक्य की सदस्यता लेते हैं। स्टेज दो विचारक तर्क की "लाइन प्राप्त करने से पहले, मेरा प्राप्त करना होगा" को अपनाते हैं। तीसरे चरण के विचारक सामाजिक निर्णय लेने में संलग्न होने के इच्छुक हैं यदि उनके लिए इसमें कुछ है। वे "golden rule" के विकृत संस्करण के साथ संरेखित होते हैं। चरण चार के विचारक अपने निर्णय लेने में बड़े समुदाय पर विचार करना शुरू करते हैं। समाज के अधिकांश सदस्य चौथे चरण में रहते हैं।

संचार कौशल और शिष्टाचार (Communication Skills & etiquettess)

संवाद करने की क्षमता वह प्राथमिक कारक है जो मनुष्य को जानवरों से अलग करता है। और यह अच्छी तरह से संवाद करने की क्षमता है जो एक व्यक्ति को दूसरे से अलग करती है। (Fig 1)

लेकिन संचार क्या है?

इस प्रश्न के अनेक उत्तर हैं। आइए उनमें से कुछ को देखें (चित्र 2)।

- संचार एक इकाई से दूसरी इकाई को सूचना स्थानांतरित करने की एक प्रक्रिया है। जानकारी शब्द, इशारे, चित्र, पेंटिंग, गीत, संगीत या ध्वनि भी हो सकती है।
- संचार विचारों और सूचनाओं का आदान-प्रदान है। इन विचारों या सूचनाओं को एक कोमल स्पर्श या एक नज़र से भी पारित किया जा सकता है। यहां तक कि इस तरह के गैर-मौखिक इशारे भी एक संदेश को जोर से और स्पष्ट रूप से संप्रेषित करेंगे।
- संचार सूचना प्रसारित करने और प्राप्त करने का कार्य है। क्लाउड शैनन और वारेन वीवर द्वारा प्रतिपादित इस मॉडल में, संचार प्रक्रिया पिछले दो की तुलना में अधिक तकनीकी थी। इस मॉडल में संचार प्रक्रिया में पाँच तत्व होते हैं। (Fig 3) वे हैं:
  - स्रोत एक संदेश बनाने के लिए
  - एक ट्रांसमीटर जो संदेश को एनकोड करता है
  - संदेश स्थानांतरित करने के लिए एक चैनल
  - एक गंतव्य जहां संदेश भेजा जाता है

संदेश को डिकोड करने के लिए एक रिसीवर

इस मॉडल में संदेश को बाधित करने या बदलने वाले शोर को भी एक माना जाता है

जब कोई व्यक्ति किसी अन्य व्यक्ति से बात करता है, तो वक्ता का

संदेश को डिकोड करने के लिए एक रिसीवर

इस मॉडल में संदेश को बाधित करने या बदलने वाले शोर को भी एक माना जाता है

जब कोई व्यक्ति किसी अन्य व्यक्ति से बात करता है, तो वक्ता का मस्तिष्क

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

वह स्रोत होता है जो अपने संदेश को सांकेतिक शब्दों में बदलने के लिए भाषा का उपयोग करता है और इसे एक चैनल के माध्यम से भेजता है। यह चैनल आमने-सामने, टेलीफोन पर या ऐसा ही कुछ हो सकता है। संदेश श्रोता के कानों तक पहुंचता है और उसके मस्तिष्क में डिकोड हो जाता है। श्रोता द्वारा दी गई प्रतिक्रिया प्रतिक्रिया है। लेकिन इस मॉडल में एक बुनियादी खामी थी, यह बहुत ही रैखिक है। यह रिसीवर को एक निष्क्रिय श्रोता के रूप में देखता है जो केवल संदेश को सुन रहा है और उसकी व्याख्या कर रहा है क्योंकि यह प्रेषक द्वारा अभिप्रेत था। लेकिन हकीकत में ऐसा होता नहीं है.

उदाहरण के लिए: मैं ठीक हूँ

इस वाक्य के एक से अधिक अर्थ हो सकते हैं। इसका मतलब हो सकता है

- मुझे अच्छा महसूस हो रहा है
- मैं खुश हूँ।

Fig 1

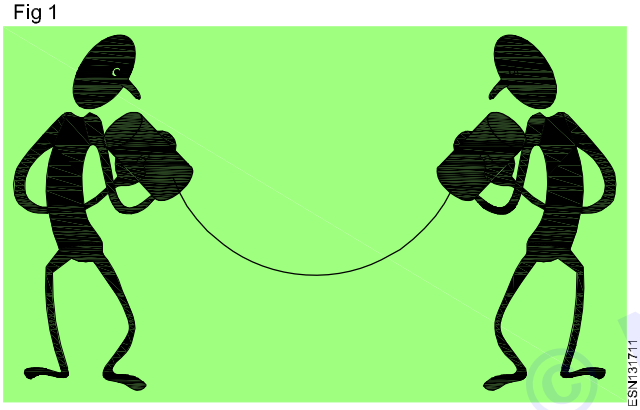
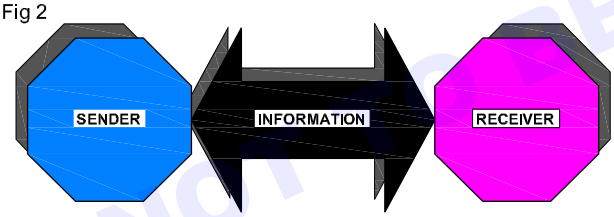


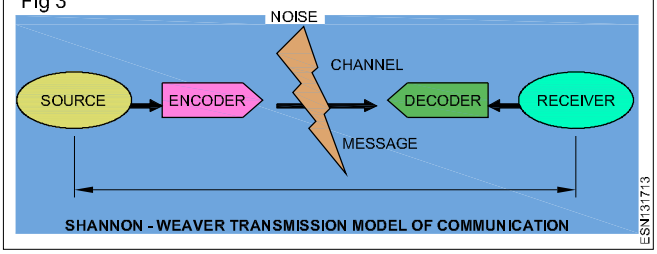
Fig 2



- मैं अस्वस्थ महसूस कर रहा था, लेकिन अब मैं बेहतर महसूस कर रहा हूँ।
- मैं पहले बहुत परेशान था लेकिन अब मैं बेहतर महसूस कर रहा हूँ।
- मुझे कोई चोट नहीं आई है, चिंता करने की कोई बात नहीं है।
- वास्तव में मुझे बहुत चिढ़ है लेकिन मैं आपको बताना नहीं चाहता।
- मैं ठीक नहीं हूँ लेकिन मैं आपको बताना नहीं चाहता।

या ऐसा कोई अर्थ। केवल 'I am o.k' वाक्यांश को सुनने से प्राप्तकर्ता इन विभिन्न अर्थों को नहीं समझ पाएगा। वाक्य का पूरा अर्थ प्राप्त करने के लिए उसे मौखिक संदेश से अधिक कुछ देखना पड़ता है।

Fig 3



समानांतर प्रसंस्करण (Parallel Processing)

हमारा दिमाग चीजों को अलग करके नहीं देखता। हमारे दिमाग में दो तरह की प्रोसेसिंग हो रही है - बॉटम-अप और टॉप-डाउन प्रोसेसिंग। बॉटम-अप प्रोसेसिंग सुविधाओं की तलाश करता है, जैसे आकार और रंग।

यह डेटा संचालित है। दूसरी ओर टॉप-डाउन प्रोसेसिंग हमारे मौजूदा पूर्व ज्ञान पर निर्भर करती है और चीजों को समग्र रूप से यानी उसके पूर्ण रूप में देखती है। इस पूर्व ज्ञान को स्कीमा (schema) कहा जाता है। इसलिए टॉप-डाउन प्रोसेसिंग, बॉटम-अप प्रोसेसिंग के विपरीत स्कीमा-चालित होगी, जो डेटा-चालित है। हम जो देखते हैं उसे समझने के लिए हमें दोनों प्रकार के प्रसंस्करण की आवश्यकता है।

यह आदमी है या जानवर? (Is it a man or an animal?)

जिन लोगों ने चूहे को देखा, उन्होंने चित्र के विशिष्ट विवरणों को संसाधित किया - नीचे-ऊपर। जबकि जिन लोगों ने एक आदमी को शीशे के साथ देखा, उन्होंने तस्वीर को कुछ पूर्व धारणा के साथ देखने की कोशिश की - ऊपर से नीचे की प्रक्रिया।

हमारे मस्तिष्क में इस तरह की जटिल प्रक्रिया होने से हमारी संचार प्रक्रिया रैखिक नहीं हो सकती है। तो संचार के लिए अधिक उपयुक्त एक और परिभाषा यह है कि यह स्तरित है। इस परिभाषा में, संचार को एक सतत, जटिल और प्रासंगिक चीज के रूप में देखा जाता है। इस परिभाषा के अनुसार, किसी संचार को समझने के लिए हमें तीन स्तरों की समझ की आवश्यकता होती है - कौन सी जानकारी प्राप्त की जाती है, प्रेषक और प्राप्तकर्ता के बीच क्या संबंध है, और क्या कार्रवाई की जानी है।

संचार को तब परिभाषित किया जा सकता है (Communication can then be defined as)

- बातचीत, इशारों या लेखन द्वारा सूचना, संकेत, या संदेश देना या आदान-प्रदान करना।
- विचारों को व्यक्त करने की कला, विशेष रूप से भाषण और लेखन में।
- सूचना प्रसारित करने का विज्ञान, विशेष रूप से प्रतीकों में।
- संचार का एक साधन, संदेश भेजने और प्राप्त करने की प्रणाली, जैसा कि टेलीफोन द्वारा, या ऐसा ही कुछ।

इस परिभाषा से पता चलता है कि विभिन्न प्रकार के संचार होते हैं जिन्हें मौखिक और गैर-मौखिक संचार के तहत समूहीकृत किया जा सकता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

अनकहा संचार (Non-verbal communication)

गैर-मौखिक संचार में शब्दों के उपयोग के बिना सूचनाओं का आदान-प्रदान या डेटा संचारित करना शामिल है। दुनिया में हर जगह गैर-मौखिक संचार के कई उदाहरण हैं। उदाहरण के लिए, हरे रंग को दिखाने वाली ट्रैफिक लाइट यात्रियों को आगे बढ़ने के लिए संचार कर रही है। हाव-भाव, हाव-भाव और चेहरे के हाव-भाव भी अशाब्दिक संचार के प्रकार हैं।

मौखिक संवाद (Verbal Communication)

गैर-मौखिक संचार के विपरीत, मौखिक संचार को दूसरों द्वारा समझी जाने वाली ध्वनियों के लिए आमतौर पर स्वीकृत अर्थों की आवश्यकता होती है। इसे संप्रेषित करने के लिए एक ऐसे व्यक्ति की आवश्यकता होती है जो न केवल भाषा बल्कि सांस्कृतिक संदर्भ, संचार में शामिल लोगों के बीच अंतर्निहित संबंधों और अन्य प्रासंगिक विवरणों को भी जानता हो। मौखिक संचार या तो मौखिक

या लिखित हो सकता है। समौखिक संचार नियोजित और व्यवस्थित नहीं होते हैं। पशु और पक्षी भी मौखिक संचार का उपयोग करते हैं, लेकिन उनकी अपनी ध्वनि, घुरघुराहट, छाल, चिंराट आदि की अपनी भाषा होती है, प्रत्येक का अपना अर्थ होता है।

हम संचार को औपचारिक और अनौपचारिक संचार के रूप में भी विभाजित कर सकते हैं। प्रसंग के आधार पर वाक्य का अर्थ बदल जाता है। अगर एक अनौपचारिक सेट अप में बोले गए वाक्य का मतलब एक चीज है, तो शायद औपचारिक संदर्भ में इसका मतलब कुछ और होगा।

उदा. "कमरे को साफ करें" का मतलब एक अनौपचारिक निर्देश हो सकता है जब एक माँ द्वारा एक बेटे को कहा जाता है, लेकिन एक पर्यवेक्षक द्वारा एक कर्मचारी को बोले जाने पर एक stera कमांड का मतलब हो सकता है।

संचार के माध्यम (Means of Communication)

संचार के विभिन्न साधन हैं। (Fig 4)

कुछ सदियों पहले लोग संचार के कुछ ही प्रकारों के बारे में जानते थे। वे एक दूसरे से बात कर सकते थे, वे अपना संदेश एक स्थान से दूसरे स्थान पर ढोल की आवाज या धुएं के संकेतों द्वारा भेज सकते थे। बाद में उन्होंने मेल का उपयोग करना शुरू किया, जो दूतों के माध्यम से और बाद में वाहनों में भेजा गया। कुछ वर्षों के बाद लोगों ने समाचार पत्रों का आविष्कार किया। फिर रेडियो और टेलीविजन के आविष्कार के साथ मीडिया का पहला विस्तार शुरू हुआ। दूसरा सबसे बड़ा उछाल 1960 के दशक में शुरू हुआ जब पहला संचार उपग्रह कक्षा में प्रक्षेपित किया गया था। आज हमारे पास टेलीफोन, इंटरनेट, सोशल नेटवर्किंग साइट्स और संचार के लिए कई और तकनीकी विकास हैं।

संचार कौशल पर अभ्यास (Practice on Communication Skills)

यदि कक्षा एक छोटी कक्षा है, (30-35 छात्र) तो यह कार्य पूरे समूह कार्य के रूप में किया जा सकता है। या फिर कक्षा को दो समूहों में बांट दें। समूह में एक व्यक्ति को एक लंबा वाक्य दें। अन्य समूह के सदस्यों को इसे नहीं सुनना चाहिए। छात्रों को इस वाक्य को अगले व्यक्ति को फुसफुसा कर सुनाना होता है और इसे अंतिम व्यक्ति तक पहुंचने तक इसी तरह से पास करना होता है। एक शर्त यह है कि वाक्य को केवल एक बार सुनाया जाए और दोहराया न जाए। समूह के अंतिम व्यक्ति को उठकर वाक्य बताना चाहिए। शिक्षक वाक्य की पुष्टि करता है। यदि वाक्य दिए गए वाक्य से मेल खाता हैशिक्षक द्वारा, तब समूह सूचना देने में सफल रहा। अन्यथा वे संचार करने में असफल होते। ज्यादातर मामलों में, समूह के सदस्यों को गलत वाक्य मिल जाता है क्योंकि वे गलत तरीके से सुनते हैं या एक शब्द याद करते हैं और वे अपने स्वयं के शब्द जोड़ते हैं। कभी-कभी अंतिम वाक्य पहले वाक्य के करीब नहीं होता। कक्षा में शोर तत्व भी घुसपैठ करता है। वाक्य को न दोहराने का नियम भी अतिरिक्त तनाव पैदा करता है जो छात्रों के सुनने को प्रभावित करता है।

कुछ उदाहरण वाक्य नीचे दिए गए हैं (A few example sentences are given below)

मेरे पपी ने पूरे किचन के फर्श पर मिट्टी को ट्रैक किया।

मैंने अपने बालों को ब्लीच करने की कोशिश की और वे नारंगी हो गए।

मैंने अपना नया नोकिया 5236 फोन नए मल्टीप्लेक्स थियेटर के शौचालय में गिरा दिया।

एक लाख बंदरों ने बैठ कर छात्रों के पढ़ने के लिए शेक्सपियर टाइप किया।

हमने आपकी पृथ्वी सरकारों से संपर्क किया है लेकिन उन्होंने हमारे अस्तित्व को ही नकार दिया है।

तेज भूरी लोमड़ी एक हैमबर्गर खाने वाले एक आलसी कुत्ते के ऊपर कूद गई।

नासमझ मुस्कराहट वाले गॉफ़र्स ने फाटकों में करतब दिखाते हुए बड़े-बड़े अंगूरों को निगल लिया।

निम्नलिखित चित्रों में आप क्या देखते हैं? समूहों में चर्चा करें। (Fig 5 से 9)

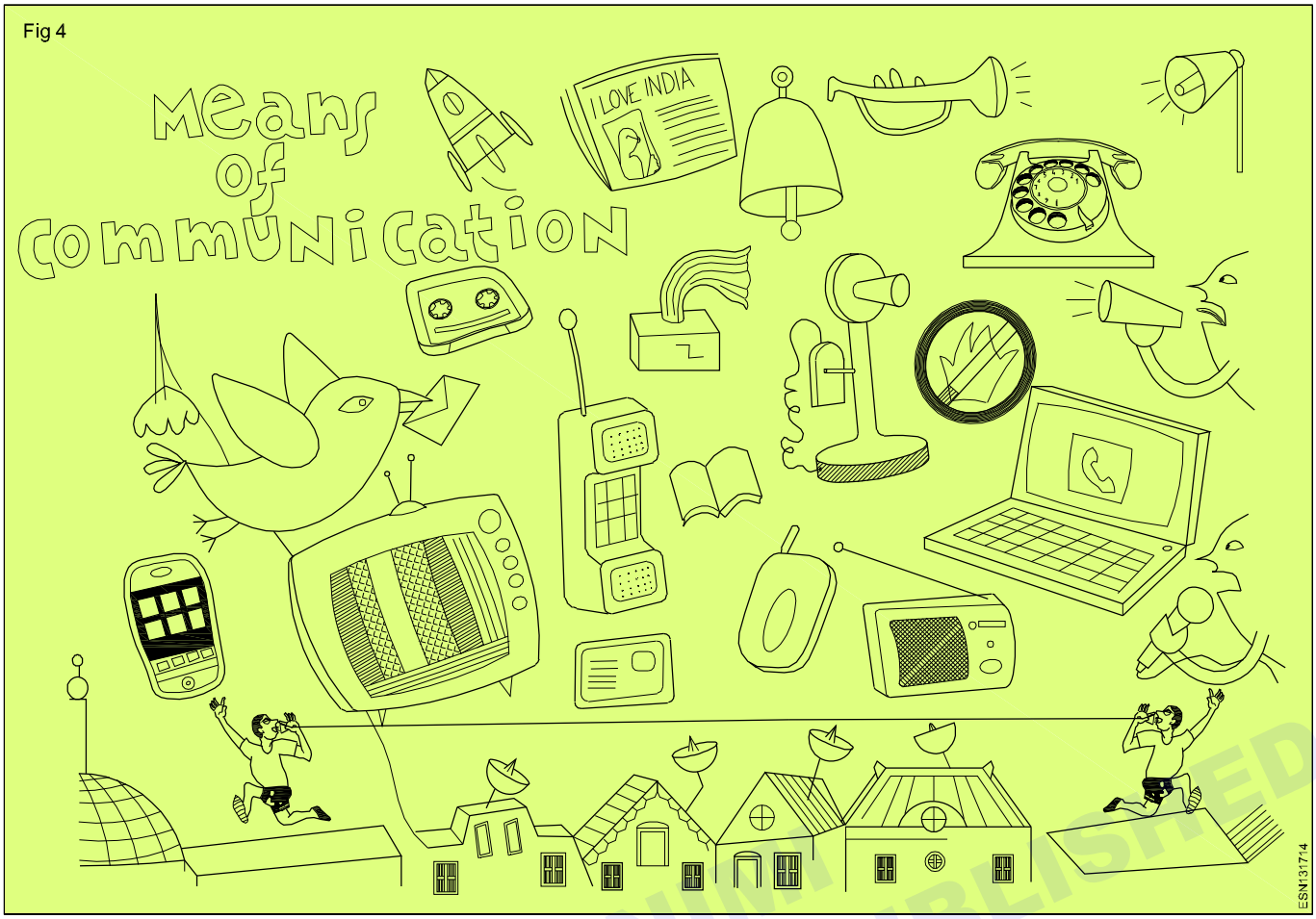
ये तस्वीरें ऑप्टिकल इल्यूजन का उदाहरण हैं। पहली नज़र में आप कौन सी छवि देखते हैं, यह दर्शाता है कि व्यक्ति छवियों को कैसे देखता है - बारीकियों या समग्रता में। यह अपने बारे में बताता है। कुछ लोग दोनों में बहुत अच्छे होते हैं कि वे दोनों छवियों की कल्पना कर सकते हैं जो चित्र में देखी जा सकती हैं। मुख्य ध्यान इस बात पर है कि व्यक्ति किस छवि को देखता है।

अनकहा संचार (Non verbal Communication)

कक्षा को दो समूहों में विभाजित करें और उनके साथ मूक सारथी खेलें। एक स्वयंसेवक आगे आता है और शिक्षक उसे एक शब्द देता है। स्वयंसेवक को शब्द के अर्थ का अभिनय करना चाहिए और समूह के बाकी सदस्यों को शब्द का अनुमान लगाना चाहिए। इस अधिनियमन के लिए 3-4 मिनट की समय सीमा दी गई है। यदि समूह शब्द खोजने में विफल रहता है, तो यह अगले समूह में चला जाता है। कोई अतिरिक्त समय नहीं दिया गया है क्योंकि वे भी मूक नाटक देख रहे थे। यदि वे इसका सही अनुमान लगाते हैं, तो उस समूह को आधे अंक मिलेंगे। दूसरे समूह के साथ भी यही बात दोहराई जाती है। जो छात्र अनुमान लगा रहे हैं उन्हें अधिक से अधिक शब्दों

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

Fig 4



का प्रयास करना चाहिए। उदाहरण के लिए, 'प्यास' जैसे शब्द के लिए, छात्र ऐसा कार्य कर सकता है जैसे वह पानी खोज रहा हो। यदि खेल पहली बार खेला जा रहा है, तो एक शब्द वाले प्रश्न आदर्श होंगे। यदि छात्रों को इस तरह के खेल खेलने का अनुभव हो तो मुहावरे और अंग्रेजी फिल्म के शीर्षक दिए जा सकते हैं।

एक शब्द सूची, कुछ फिल्मों के शीर्षक और कहावतें संदर्भ के लिए नीचे दी गई हैं।

Fig 5



शब्द सूची (Wordlist)

स्वीकार करें	नृत्य	पियानो
दुर्घटना	ड्यूटी	प्ले
अदम्य	शिक्षा	दुखद
जोड़	परिवार	स्कूल
गुस्सा	ग्रैंड	बेवकूफ
सुंदर	लटका	प्यासा
ब्लाइंड	हैप्पी	थिएटर
रोटी	अज्ञानी	स्थान
बालक	मासूम	दृष्टि
सहयोगी	मैला	पत्नी
पागल	हत्या	काम
क्राई	पार्टी	

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

Fig 6



Fig 7

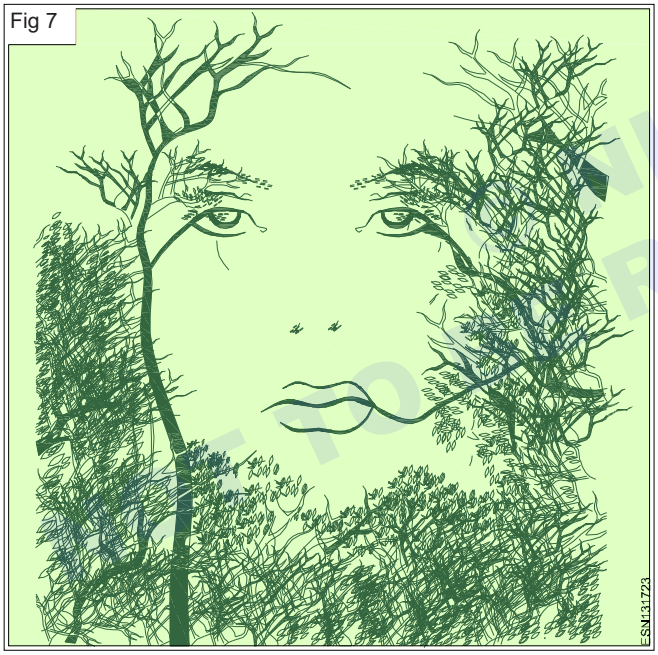


Fig 8

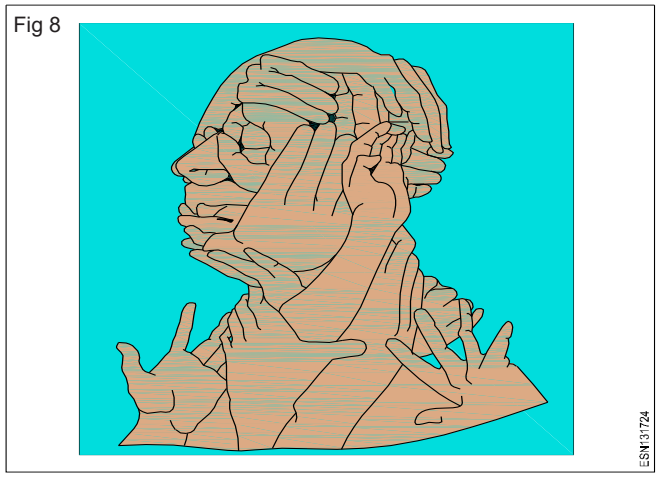
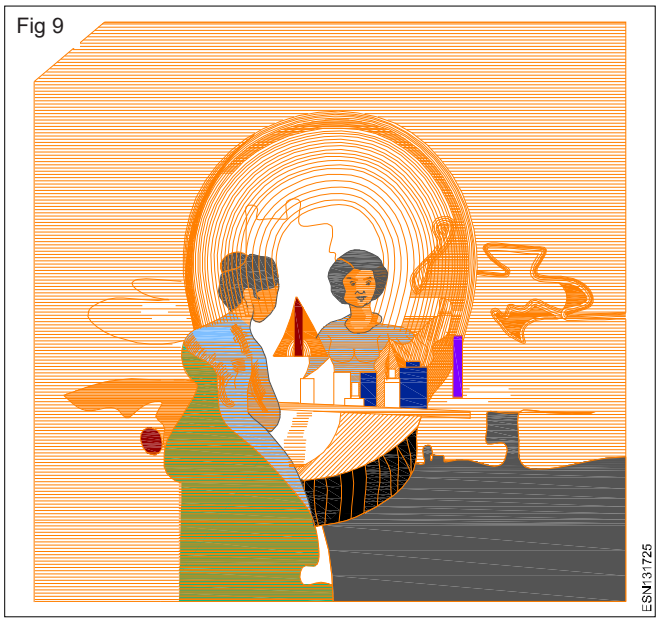


Fig 9



नीतिवचन सूची (Proverb List)

- समय और ज्वार किसी आदमी के लिए इंतजार नहीं करते हैं।
- बहती गंगा में हाथ धोना।
- बहुत सारे रसोइये ब्रेड को खराब कर देते हैं।
- हाथ में एक चिड़िया झाड़ी में दो के बराबर है।
- एक नई झाड़ू साफ कर देती है।
- लुढ़कते हुए पत्थर को कभी काई नहीं लगती।
- एक तस्वीर हजारों शब्दों को बयां कर देती है।
- समय में एक सिलाई नौ बचाता है।
- हर चमकती चीज सोना नहीं होती।

अंग्रेजी फिल्म के शीर्षकों की एक सूची

- समुंदर के लुटेरे
- टर्मिनेटर
- एलियंस
- बैटमैन
- स्पाइडर मैन
- Three men and a baby
- टाइटैनिक
- One fi ne day
- Predator
- Volcano
- Perfect storm
- The Gods must be crazy
- Omen

NOT TO BE REPUBLISHED

शब्द सूची का उपयोग करते समय, छात्र यह कहकर प्रारंभ कर सकते हैं कि यह संज्ञा है या क्रिया या विशेषण। लेकिन उसके बाद होठों को हिलाने की अनुमति नहीं है, केवल क्रियाओं का उपयोग किया जाता है। लोकोक्तियों की सूची या चलचित्र के शीर्षकों का प्रयोग करते समय शीर्षक या लोकोक्तियों में शब्दों की संख्या भी क्रिया में ही दिखानी चाहिए। यदि एक शब्द का अभिनय करना कठिन है, तो उसे भागों में तोड़ा जा सकता है और छात्र भागों का अभिनय कर सकते हैं।

उदाहरण के लिए, फिल्म का शीर्षक 'ओमेन' को ओ/मेन के रूप में काटा जा सकता है। छात्रों के लिए O का अभिनय करना और फिर 'पुरुष' दिखाना आसान होगा। फिल्म का शीर्षक पाने के लिए समूह के सदस्यों को दो भागों में शामिल होना चाहिए।

निम्नलिखित संवादों को पढ़ें और अनुमान लगाएं कि यह आमने-सामने, टेलीफोन, चैट, sms, ईमेल आदि किस प्रकार का संचार है। देखें कि क्या आप अनुमान लगा सकते हैं कि प्रेषक कौन है और इच्छित प्राप्तकर्ता और संदेश क्या है। एक उदाहरण संदर्भ के लिए किया जाता है।

उदाहरण: "हैलो, मैं कीर्थी हूं, मुझे सॉफ्टवेयर कोर्स के बारे में कुछ जानकारी चाहिए"

यह टेलीफोनिक बातचीत है।

प्रेषक : कीर्ति

प्राप्तकर्ता: कंप्यूटर संस्थान से कोई एक

संदेश: कीर्ति को एक कंप्यूटर सॉफ्टवेयर कोर्स में शामिल होने की आवश्यकता है। इसलिए वह पूछताछ करने की कोशिश कर रही है।

1 आपको यह कार्य अगले महीने की 10 तारीख से पहले पूरा करना होगा। इसे पूरा करने के लिए आपके पास 20 दिन हैं।

2 लेकिन माँ, मैं फिल्म देखने जाना चाहता हूँ। मेरे सभी दोस्त जा रहे हैं। इसलिए कृपया मुझे जाने दें।

3 मैं अपना बायोडाटा अपने मेल के साथ संलग्न कर रहा हूँ।

4 हाय! क्या आपने मेसेज किया? जब मैंने अपने दोस्त का डी मेसेज देखा तो मैं पागल हो गया

5 मुझे यथाशीघ्र कॉल करें

6 मैं आपसे अनुरोध करता हूं कि आप इन दिनों को चिकित्सा अवकाश के रूप में मानें और मुझे वही प्रदान करें।

7 हाय! तुम कब आए? अंदर आते समय मैंने आपको नहीं देखा।

8 तो लोगों, क्या आपने कार्यालय में नवीनतम समाचार सुने हैं?

9 ध्यान दें! काटपाडी जाने वाली बस शुरू होगी एक और पाँच मिनट में।

10 आज मैंने एक साक्षात्कार में भाग लिया जो बहुत बुरा था क्योंकि मैंने अच्छी तैयारी नहीं की थी। मैं तैयारी की इतनी कमी के साथ क्यों गया! मैं कुछ सार्थक क्यों नहीं कर रहा हूँ! क्यों!!!

मौखिक और लिखित संचार (Oral and written Communication)

संचार (Communication)

संचार एक ऐसी प्रक्रिया है जिसमें एक माध्यम से प्रेषक से प्राप्तकर्ता तक सूचना भेजी जाती है। यह संचार कई प्रकार का हो सकता है - मौखिक/मौखिक, लिखित, इलेक्ट्रॉनिक और गैर-मौखिक। संचार के मौखिक और लिखित रूप संचार के सबसे आम और अक्सर उपयोग किए जाने वाले रूप हैं।

मौखिक संचार (Oral Communication)

मौखिक संचार प्रेषक से रिसीवर तक शब्दों और कभी-कभी दृश्य साधनों का उपयोग करके सूचना का हस्तांतरण है। मौखिक संचार के उदाहरणों में चर्चा, भाषण, प्रस्तुतियाँ और आमने-सामने बातचीत शामिल हैं। हालांकि इस तरह के संचार में शब्दों का उपयोग किया जाता है, ज्यादातर समय मौखिक संचार प्रभावी ढंग से शरीर की भाषा और आवाज के मॉड्यूलेशन के साथ पूरक होता है। जैसा कि पहले उल्लेख किया गया है, हम संदेश को संप्रेषित करने के लिए दृश्य (visual) साधनों का भी उपयोग करते हैं।

मौखिक संचार के अनेक लाभ हैं। यह संचार का एक त्वरित और सीधा तरीका है। आपको अपना फीडबैक तुरंत मिल जाता है, चाहे वह प्रशंसा हो या आलोचना। यदि मौखिक संदेश स्पष्ट रूप से समझ में नहीं आता है, तो श्रोता के चेहरे के भाव देखकर वक्ता अतिरिक्त दृश्य साधनों या अन्य सूचनाओं के साथ इसे बेहतर ढंग से समझाने का प्रयास कर सकता है। या वह आवाज की पिच और स्वर को बदलकर श्रोता को विश्वास दिला सकता है। तत्काल प्रतिक्रिया प्रभावी ढंग से संवाद करने में मदद करती है।

मौखिक संचार भी कम औपचारिक होता है। लेकिन फिर भी प्रभावी मौखिक संचार के लिए, आपको अपने संचार में स्पष्टता, संक्षिप्तता (कुछ शब्दों का उपयोग करके) और सटीकता की आवश्यकता है। जटिल वाक्यों और शब्दजाल से बचना बेहतर है जो श्रोताओं को भ्रमित कर सकते हैं। वक्ता की हाव-भाव भी भाषण का पूरक होना चाहिए। यह हमेशा प्रभावी नहीं होता क्योंकि इसकी अपनी सीमाएँ भी होती हैं। संचार के इस रूप में, गलत व्याख्या और गलतफहमी बहुत बार होती है। कुशल वक्ता ही प्रभावी वक्ता हो सकते हैं। इस तरह के संचार के साथ एक और समस्या यह है कि इसका इस्तेमाल दस्तावेजी साक्ष्य के लिए नहीं किया जा सकता है।

लिखित संचार (Written Communication)

संचार का कोई भी रूप जो प्रेषक से रिसीवर तक लिखित और प्रलेखित होता है, लिखित संचार के रूप में जाना जाता है। लिखित संचार के उदाहरण हैं: पत्र, मेमो, शैक्षणिक शोध पत्र, रिपोर्ट, समाचार पत्र आदि।

लिखित संचार में रिकॉर्ड, संदर्भ और कानूनी साक्ष्य प्रदान करने का लाभ होता है। इस तरह के संचार कोL सावधानीपूर्वक तैयार किया जा सकता है और फिर बड़े पैमाने पर मेल संदेशों के माध्यम से बड़े दर्शकों को निर्देशित किया जा सकता है। लिखित संचार में अस्पष्टता से बचने के लिए इसमें स्पष्टता, शुद्धता और तार्किक निरंतरता होनी चाहिए। इस तरह के संचार में, हमें तत्काल प्रतिक्रिया नहीं मिलेगी क्योंकि यह मौखिक संचार के साथ थी: लेकिन चूंकि इस तरह का संचार अधिक लोगों तक पहुंचता है, इसलिए

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

ध्यान रखना चाहिए कि यह त्रुटि रहित हो। चूंकि लेखन के लिए अधिक समय आवंटित किया जाता है, इसलिए इसे त्रुटि मुक्त रखना संभव है। लेकिन इसकी अपनी सीमाएँ भी हैं क्योंकि इसमें बॉडी लैंग्वेज और वॉइस मॉड्यूलेशन आदि से अतिरिक्त मदद नहीं मिलती है। यह कागज के पहाड़ भी बनाता है, अप्रभावी लेखकों द्वारा खराब रूप से व्यक्त किया जा सकता है, और तत्काल प्रतिक्रिया नहीं मिलती है। सीखने के उद्देश्यों के लिए मौखिक और लिखित संचार को एक साथ जोड़कर इसे सफलतापूर्वक दूर किया जा सकता है। एक की सीमाओं को दूसरे के लाभ से सफलतापूर्वक संबोधित किया जाएगा।

दूरभाष वार्तालाप (Telephone Conversation)

मोबाइल टेलीफोन आज मनुष्य द्वारा बनाया गया सबसे जटिल नेटवर्क और व्यापक रूप से उपयोग किया जाने वाला संचार उपकरण है। आज 700 मिलियन से अधिक टेलीफोन हैं। आज हम टेलीफोन के बिना दुनिया की कल्पना नहीं कर सकते। वे अब कोई विलासिता नहीं बल्कि एक आवश्यकता हैं। यहां तक कि एक किशोर को भी लगता है कि उसे अपने माता-पिता और दोस्तों से संपर्क करने के लिए टेलीफोन की जरूरत है। कार्य स्थल पर यह संचार का एक प्रमुख रूप है। आज भर्ती के लिए टेलीफोनिक साक्षात्कार और यहां तक कि बड़े व्यापारिक सौदे भी फोन पर किए जाते हैं। टेलीफोन द्वारा संवाद करने की क्षमता कैरियर की प्रगति में मदद कर सकती है, कार्यस्थल में तनाव कम कर सकती है, हमारी कार्यकुशलता में सुधार कर सकती है और हमें एक बहुत ही प्रतिस्पर्धी दुनिया में लाभ दे सकती है।

माइक्रोफोन का डर (Fear of the Microphone)

कुछ लोगों को सार्वजनिक रूप से बोलने में कठिनाई होती है। ऐसा नहीं है कि वे अपनी भाषा में अच्छे नहीं हैं, लेकिन यह माइक्रोफोन का डर है फोन का भी कुछ लोगों पर ठीक वैसा ही असर हो सकता है। अगर आप फोन रिसीवर से बात करने

की कोशिश नहीं करेंगे तो इस डर को दूर किया जा सकता है। इसके बजाय, आपको यह कल्पना करनी होगी कि जिस व्यक्ति को आप कॉल कर रहे हैं वह ठीक सामने बैठा है और उसे सीधे संबोधित करें। यदि आप किसी ऐसे व्यक्ति से बात कर रहे हैं जिसे आप जानते हैं, तो उस व्यक्ति की कल्पना करना आसान होगा। यदि आप उस व्यक्ति को नहीं जानते हैं, तो आवाज के आधार पर यह कल्पना करने का प्रयास करें कि वह किस प्रकार का व्यक्ति होगा। जब हम बात करते हैं तो हम बहुत से इशारों का इस्तेमाल करते हैं। टेलीफोन पर बातचीत के दौरान भी कुछ लोग इशारों का इस्तेमाल करते रहते हैं। इशारों का उपयोग करने में कुछ भी गलत नहीं है लेकिन अगर आप कारोबारी माहौल में बोल रहे हैं तो यह बहुत स्पष्ट नहीं होना चाहिए।

सार्वजनिक बोल (Public Speaking)

एक और क्षेत्र जहां लोगों को कठिनाई होती है वह है सार्वजनिक रूप से बोलना। एक चतुर, सुशिक्षित और ज्ञानी व्यक्ति भी भीड़ के सामने खड़ा होने पर जीभ से बंध जाता है। माइक्रोफोन का यह डर, या स्टेज का डर सबसे अच्छे छात्रों में भी देखा जाता है। इस डर को अभ्यास से ही दूर किया जा सकता है। किसी को तेज आवाज या भाषा के महान आदेश की जरूरत नहीं है। दर्शकों के सामने बात करने के लिए उन्हें सबसे पहले आत्मविश्वास की जरूरत होती है। यदि उसके पास आत्मविश्वास है, तो बाकी सब उसके बाद आएगा क्योंकि व्यक्ति अपने भाषण के लिए खुद को तैयार करेगा।

सार्वजनिक बोलने के 3 Ps (3 Ps of Public Speaking)

- Prepare (तैयार करना)
- Practice (अभ्यास)
- Perform (अभिनय करना)
- पर्यटकों को दिशा-निर्देश प्रदान करना।

आवश्यक योग्यता (Skills Required)

- लचीला और सक्रिय होना।
- अच्छी प्रस्तुति कौशल होना।
- उत्साही और मैत्रीपूर्ण होना।
- अच्छा मौखिक संचार कौशल होना।
- विभिन्न पृष्ठभूमि के लोगों के साथ बातचीत करने में सक्षम होना।
- एकाधिक भाषा कौशल होना।
- एक टीम के साथ काम करने में सक्षम होना।
- समय प्रबंधन कौशल होना।
- ऐतिहासिक तथ्यों को बनाए रखने में सक्षम होना।
- विशिष्ट शहरों के रुचि के बिंदुओं के बारे में उत्कृष्ट ज्ञान होना।

शैक्षिक योग्यता आवश्यक (Educational Qualification Required)

सहायक टूर गाइड बनने की आवश्यकताएं शहरों और कंपनियों के आधार पर भिन्न होती हैं। इन नौकरियों के लिए बुनियादी योग्यताओं में इस क्षेत्र से संबंधित प्रशिक्षण कार्यक्रम और इंटर्नशिप शामिल हैं। ये पाठ्यक्रम सामुदायिक कॉलेजों और पर्यटन प्रशिक्षण स्कूलों द्वारा प्रस्तुत किए जाते हैं। इस क्षेत्र में काम करने वाले लोग आमतौर पर कुछ बुनियादी और उन्नत कौशल सीखने के लिए अपने नियोक्ताओं से ऑन-द-जॉब प्रशिक्षण प्राप्त करते हैं। इस व्यवसाय के लिए उपयुक्त प्रमाणपत्रों में नेशनल टूर एसोसिएशन द्वारा प्रस्तावित सर्टिफाइड टूर प्रोफेशनल और सस्टेनेबल ट्रैवल इंटरनेशनल द्वारा प्रस्तुत सस्टेनेबल टूरिज्म इको-सर्टिफिकेशन शामिल हैं।

पर्यटक गाइड कर्तव्यों और उत्तरदायित्व (Tourist guide duties and resposibility)

टूरिस्ट गाइड का मुख्य काम पूरे टूर में आने वाले मेहमानों की देखभाल करना होता है। इसमें यात्रा यात्रा कार्यक्रम की योजना बनाना शामिल है, अतिथि को वाहन या पैदल के माध्यम से इलाके से परिचित कराना। उसे हर समय समूह की सुरक्षा सुनिश्चित करनी चाहिए। अतिथि के साथ सहज तरीके से व्यवहार करने के लिए उसे लोकप्रिय विदेशी/भारतीय भाषा के बारे में पता होना चाहिए। उसे असाधारण तरीके से पर्यटकों को रुचि के स्थानों की यात्रा करने में सहायता करनी चाहिए। वह ट्रैवल एजेंसी के तहत काम कर सकता है, स्थानीय फ्रीलांसर हो सकता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

पर्यटन को परिभाषित कीजिए (Define tourism)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **पर्यटक शब्द को परिभाषित करें**
- **पर्यटन का अर्थ परिभाषित करें**
- **पर्यटन की प्रकृति और कार्यक्षेत्र का वर्णन करें।**

पर्यटन को परिभाषित करें (Define Tourism)

परिभाषा (Definition): यह अवकाश, व्यवसाय, मनोरंजन, (या) अन्य उद्देश्य से लगातार एक वर्ष से अधिक नहीं के लिए अपने गृह नगर के बाहर स्थानों में यात्रा और आवास के लिए लोगों की गतिविधि है।

पर्यटन उद्योग की प्रकृति और कार्यक्षेत्र (Nature & scope of the Tourism Industry)

यात्रा और पर्यटन उद्योगों के बीच दुनिया के सबसे बड़े विदेशी मुद्रा अर्जक में से एक है, जो दुनिया भर में लाखों लोगों को प्रत्यक्ष रूप से और कई संबद्ध सेवा उद्योगों के माध्यम से अप्रत्यक्ष रूप से रोजगार प्रदान करता है। एक बहुत व्यापक उद्योग, इसमें सरकारी पर्यटन विभाग, आप्रवासन और सीमा शुल्क सेवाएं, ट्रैवल एजेंसियां, एयरलाइंस, टूर ऑपरेटर, होटल आदि और कई संबद्ध सेवा उद्योग जैसे एयरलाइन खानपान या कपड़े धोने की सेवाएं, गाइड, दुभाषिए, पर्यटन प्रचार और बिक्री आदि शामिल हैं।

ट्रेवल्स और टूरिज्म उद्यमों में मुट्ठी भर कर्मचारियों वाले छोटे निजी ट्रैवल एजेंट से लेकर हजारों कर्मचारियों की संख्या वाले प्रमुख इंटोनेशन शामिल हैं। यात्रा और पर्यटन उद्योग में काम अनिवार्य रूप से उन लोगों के लिए सेवाएं प्रदान करने से संबंधित है जो व्यवसाय या छुट्टी के दिन घर से दूर हैं। यात्रा अवकाश यात्रा हो सकती है जिसमें पैकेज टूर, तीर्थयात्री यात्रा, साहसिक यात्रा आदि या विशुद्ध रूप से व्यवसाय शामिल है। उद्योग में प्रत्येक कार्यात्मक स्तर पर कार्य में सीधे p लोगों के साथ व्यवहार करना शामिल है।

ट्रैवल एजेंट पर्यटकों और व्यापारियों की जरूरतों का आकलन करते हैं और उपलब्ध कई यात्रा विकल्पों में से सर्वोत्तम संभव यात्रा व्यवस्था करने में उनकी मदद करते हैं। इसके अलावा, कई प्रमुख क्रूज लाइन, रिसॉर्ट और विशेष यात्रा समूह हर साल यात्रा करने वाले लाखों लोगों के लिए यात्रा पैकेज का प्रचार करने के लिए ट्रैवल एजेंटों का उपयोग करते हैं। ट्रैवल कंपनी के कर्मियों को कार्गो, टिकटिंग और पासपोर्ट, वीजा आदि जैसे क्षेत्रों में आवश्यक मौजूदा नियमों और विनियमों और दस्तावेजों पर अप-टू-डेट होना चाहिए, ताकि वे अपने ग्राहकों को सही सलाह दे सकें और आवश्यक होने पर कागजी कार्रवाई का ध्यान रख सकें। इसके अलावा, मार्केटिंग, काउंटर सेल्स, या गाइड सेवाओं में सभी पर्यटन कर्मचारियों को सामान्य पृष्ठभूमि के संदर्भ में उन जगहों के बारे में जानकारी होनी चाहिए जहां उनके ग्राहक जाते हैं, वहां हवाई, रेल और सड़क से कनेक्शन कैसे प्राप्त करें और उपलब्ध सुविधाएं। भारत में, यात्रा और पर्यटन, एक उद्योग के रूप में कई अन्य स्थानों की तुलना में कुछ हद तक धीमा रहा है।

हालांकि, यात्रा में दुनिया भर में रुचि बढ़ने के साथ, और सरकार की गतिविधियों के प्रोत्साहन के साथ, यह बड़े पैमाने पर विस्तार और सुधार के दौर से गुजर रहा है। यह उन सभी के उज्ज्वल भविष्य की भविष्यवाणी करता है जो यात्रा और पर्यटन के क्षेत्र में करियर बनाना चुनते हैं। ड्राइव और कड़ी मेहनत की क्षमता वाले आपके लोग यात्रा और पर्यटन में बहुत जल्दी शीर्ष पदों पर पहुंच सकते हैं या यहां तक कि अपनी एजेंसियों के प्रमुख भी बन सकते हैं। उद्योग में एक नौकरी अच्छे रिटर्न के साथ-साथ भत्तों सहित पर्यटन के क्षेत्र में रोजगार की कम कीमतों पर कई स्थानों को देखने का अवसर बहुत उज्ज्वल है और इसकी क्षमता अभी भी काफी हद तक अप्रयुक्त है। कैरियर के अवसर सार्वजनिक और निजी दोनों क्षेत्रों में मौजूद हैं। सार्वजनिक क्षेत्र में केंद्र और राज्य के पर्यटन निदेशालयों और विभागों में अधिकारी, सूचना सहायक, पर्यटक गाइड आदि के रूप में अवसर हैं।

योग्य पर्यटन पेशेवरों के लिए एक और अच्छी संभावनाएं निजी क्षेत्र में ट्रैवल एजेंसियों, टूर ऑपरेटरों, एयरलाइंस, होटल, परिवहन और कार्गो कंपनियों आदि के साथ हैं। परिवहन और संचार नेटवर्क में जिसके परिणामस्वरूप देश में घरेलू और विदेशी पर्यटकों का प्रवाह आसान हो गया है। चूंकि यह एक नया रोजगार है, इसलिए अधिक योग्य और अनुभवी लोग उपलब्ध नहीं हैं और पदोन्नति की संभावनाएं भी बहुत उज्ज्वल और तेज हैं।

कुछ वर्षों के अनुभव के बाद, ग्राहक की सभी यात्रा आवश्यकताओं को पूरा करके और अतिरिक्त कर्मचारियों को लेकर धीरे-धीरे व्यवसाय का निर्माण करके अपना खुद का व्यवसाय शुरू कर सकते हैं। कैरियर विकल्प पर्यटन विभाग। विभाग में आरक्षण और काउंटर स्टाफ, सेल्स और मार्केटिंग स्टाफ, टूर प्लानर्स और टूर गाइड के रूप में नौकरियां हैं। राज्य और केंद्र सरकार की सिविल/प्रशासनिक सेवाओं से लिए गए सिविल सेवा करने वाले उम्मीदवारों में से निदेशालय और पर्यटन विभागों में अधिकारियों की भर्ती की जाती है। वे पर्यटन गतिविधियों की योजना और प्रचार में शामिल हैं। सरकारी संगठनों में परिचालन संबंधी नौकरियों के लिए यात्रा और पर्यटन में डिग्री आवश्यक है। पर्यटन विभाग के कार्यालय में सूचना सहायकों का चयन कर्मचारी चयन आयोग द्वारा आयोजित प्रतियोगी परीक्षाओं के माध्यम से किया जाता है। योग्यता अंग्रेजी में दक्षता के अलावा भारतीय इतिहास, कला और वास्तुकला के ज्ञान के साथ स्नातक है। इन रिक्तियों को रोजगार समाचार के माध्यम से विज्ञापित किया जाता है। सूचना सहायक पर्यटक स्थलों और उपलब्ध सेवाओं के बारे में जानकारी देते हैं और पर्यटकों के यात्रा कार्यक्रम की योजना बनाने में मदद करते हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

पर्यटन मंत्रालय तीन प्रकार के गाइड, क्षेत्रीय, राज्य और स्थानीय को मान्यता देता है। एक क्षेत्रीय गाइड को भारतीय पुरातत्व सर्वेक्षण द्वारा जीवन के लिए पर्यटन मंत्रालय से दो साल का नवीकरणीय लाइसेंस प्राप्त होता है। गाइड विभिन्न स्मारकों और कलाकृतियों के बारे में विस्तृत जानकारी देते हैं और देशों के बारे में 3-6 महीने की अवधि की परंपराओं और विरासत से एजेंसी में प्रवेश पाने में मदद मिलेगी। कई बड़ी ट्रैवेल एजेंसियां अल्पावधि प्रशिक्षण कार्यक्रम भी चलाती हैं और अधिकतर उम्मीदवारों

को शामिल कर लेती हैं। कुछ एजेंसियां नए स्नातकों को भर्ती करती हैं और उन्हें कार्य पर प्रशिक्षित करती हैं। अधिकांश ट्रैवल एजेंसियों की मांग है कि लोगों का व्यक्तित्व आकर्षक हो और ग्राहकों के साथ व्यवहार करने की क्षमता हो। स्थलों और प्रक्रियाओं का ज्ञान बहुत हद तक मदद करता है।

छात्रावास (Hostels): होटल उद्योग मूल रूप से एक सेवा उद्योग है जो आगंतुकों को भोजन और आवास प्रदान करता है। यह वह है जिसमें व्यापक प्रकार के कौशल के साथ बड़ी मात्रा में जनशक्ति की आवश्यकता होती है। अकेले भारत में अगले दशक के भीतर लगभग 1,80,000 रिक्तियों को भरने की उम्मीद है। एक होटल अपने विभिन्न विभागों जैसे संचालन, फ्रंट ऑफिस, हाउस कीपिंग, खाद्य और पेय पदार्थ, लेखा, इंजीनियरिंग / रखरखाव, बिक्री, जनसंपर्क और सुरक्षा आदि में करियर के अवसर प्रदान करता है। कुछ विभागों में या सीधे प्रवेश के माध्यम से इस क्षेत्र में प्रवेश किया जा सकता है। होटल प्रबंधन संस्थान। ऐसे कई संस्थान हैं जो होटल मैनेजमेंट का कोर्स करवाते हैं। कई होटल विदेशों में प्रशिक्षण के अवसर भी प्रदान करते हैं, जो युवाओं को तेजी से पदोन्नति प्राप्त करने की अनुमति देते हैं।

परिवहन (Transport): एयरलाइंस के अलावा, यात्रा सुविधाओं में रेल सेवाएं, कोच ऑपरेटर, कार किराए पर लेने वाली कंपनियां शामिल हैं। आदि जो कुछ भी पर्यटकों को हवाई, सड़क-रेलवे, समुद्र आदि से एक स्थान से दूसरे स्थान पर ले जाते हैं, वह यात्रा और पर्यटन के अंतर्गत आता है। पर्यटक लगभग इन सभी यात्रा संकायों का उपयोग करते हैं।

यात्रा और पर्यटन उद्योग में पारिश्रमिक वाली नौकरियां अच्छा पारिश्रमिक और अनुलाभ प्रदान करती हैं, जिसमें कर्मचारियों और उनके परिवारों के लिए मुफ्त यात्रा शामिल है। वेतन उद्योग के भीतर भिन्न हो सकते हैं और विदेशी एयरलाइनों और एजेंसियों में अधिक हैं। विभिन्न स्तरों पर मूल वेतनमान लगभग हैं:* काउंटर क्लर्क रु.1,500 -2,000 * सहायक रु. 2,000 - 2,500 * कनिष्ठ कार्यकारी रु. 3,000 - 3,500 * क्षेत्रीय प्रबंधक रु. 3,800- 3,500 * क्षेत्रीय प्रबंधक रु. 3,800 - 4,500 * सामान्य मैनेजर रु.5,000 -6,000 *एयर होस्टेस - घरेलू के लिए रु.6,000 मूल वेतन से अंतरराष्ट्रीय एयरलाइनों में रु.40,000 क्षेत्रीय गाइड: उनके शुल्क आठ घंटे के दिन के लिए रु.400 और उससे अधिक हो सकते हैं। वे 30,000 - 40,000 रुपये या अधिक पर्यटक पीक सीजन के तीन से चार महीनों में के बीच कमा सकते हैं।

© NIMI
NOT TO BE REPUBLISHED

पर्यटन - परिभाषा, रूप, घटक और प्रकार टाइपोलॉजी (Tourism - Definition, forms, components & types typologies)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **पर्यटक शब्द को परिभाषित करें**
- **यात्री का वर्णन करें**
- **भ्रमण करने वालों को समझाएं**
- **आगंतुक के अर्थ का अन्वेषण करें**
- **पर्यटन के स्वरूप का वर्णन करें**
- **अंतरराष्ट्रीय और घरेलू पर्यटकों का वर्णन करें**
- **पर्यटन के घटकों और तत्वों को बताएं**
- **पर्यटन और मनोरंजन और अवकाश के बीच संबंध को वर्गीकृत करें**
- **दुनिया के महाद्वीपों का ज्ञान है**
- **देशों, राजधानियों, मुद्राओं और भाषाओं को खोजें।**

पर्यटक (Tourist)

'पर्यटक' शब्द की उत्पत्ति 1292 ई. में हुई थी, कन्साइस ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी (2000) ने इस शब्द की परिभाषा इस प्रकार दी है:-

1 एक व्यक्ति जो आनंद के लिए यात्रा करता है।

2 टूरिंग स्पोर्ट्स टीम का सदस्य।

मनुष्य अनादि काल से एक पर्यटक के रूप में यात्रा करता रहा है। आज वे व्यापार को आनंद से मिलाते हैं और आज भी उन्हें एक पर्यटक के रूप में जाना जाता है। आइए हम एक पर्यटक की अधिक तर्कसंगत परिभाषा दें।

एक पर्यटक एक अस्थायी आगंतुक होता है जो यात्रा किए गए देश में कम से कम चौबीस घंटे रहता है और जिसकी यात्रा का उद्देश्य निम्नलिखित में से कोई एक हो सकता है:-

- आराम (मनोरंजन, छुट्टी, स्वास्थ्य और खेल)
- व्यवसाय
- परिवार
- धार्मिक दायित्व
- अध्ययन या प्रशिक्षण

एरिक कोहेन (जॉन ली, टूरिज्म एंड डेवलपमेंट इन द थर्ड वर्ल्ड, रौडेज, लंदन, 1988 से उद्त) के अनुसार, "पर्यटक स्वैच्छिक अस्थायी यात्री हैं, जो नवीनता से आनंद की उम्मीद में यात्रा करते हैं और अपेक्षाकृत और गैर-वर्तमान राउंड ट्रिप पर नवीनता और परिवर्तन को अनुभव करते है।

लीग कमेटी के अनुसार, "एक पर्यटक वह व्यक्ति होता है जो उस देश के अलावा किसी अन्य देश में जाता है, जिसमें वह आमतौर पर रहता है।"

एक पर्यटक अपने देश के किसी हिस्से में भी जा सकता है, उसे भी एक पर्यटक माना जाएगा, भले ही वह उस जगह के लिए नया हो जहां वह जाना चाहता है। यदि कोई उत्तर भारतीय इन स्थानों की सुंदरता और भव्यता का आनंद लेने के उद्देश्य से चेन्नई, कन्याकुमारी, बैंगलोर और मैसूर का दौरा करता है, तो उसे पर्यटक भी कहा जाता है। वह इन जगहों पर अपने व्यापारिक भागीदारों से मिलने या नया उद्यम शुरू करने के लिए प्रारंभिक अध्ययन करने के लिए भी जा सकता है।

हालांकि, पर्यटन प्रशासन की भाषा में, एक पर्यटक वह व्यक्ति होता है जो कम से कम चौबीस घंटे किसी दूसरे देश में रहता है (जो उसका अपना नहीं है)। वह अपने देश में ही किसी पर्यटन स्थल का अच्छी तरह भ्रमण कर सकता है। वह व्यवसाय, मनोरंजन, बैठक, पारिवारिक कार्य आदि के लिए उस देश में या अपने देश में किसी स्थान पर जा सकता है, जैसा कि इस खंड में पहले बताया गया है।

निम्नलिखित व्यक्ति पर्यटक हैं (The following persons are tourists)

- मौज-मस्ती के लिए दूसरे देश की यात्रा करने वाले व्यक्ति।
- पारिवारिक सभा या समारोह के लिए दूसरे देश जाने वाले व्यक्ति।
- स्वास्थ्य जांच या सर्जिकल उपचार के लिए दूसरे देश जाने वाले रोगी।
- अपने स्वास्थ्य की स्थिति में सुधार के उद्देश्य से किसी दूसरे देश में एक पहाड़ी स्थान पर जाने वाले रोगी।
- व्यापारिक यात्राओं पर दूसरे देश की यात्रा करने वाले व्यक्ति।
- सम्मेलनों, सेमिनारों आदि में भाग लेने के लिए प्रतिनिधियों का दूसरे देश में जाना।

निम्नलिखित व्यक्ति पर्यटक नहीं हैं (The following persons are not tourists)

- नौकरी करने के लिए किसी देश में आने वाले व्यक्ति।
- ग्रामीण से शहरी क्षेत्रों में प्रवास करने वाले व्यक्ति।

NOT TO BE REPUBLISHED © NIMI

- बोर्डिंग में छात्र।
- एक देश में रहने वाले लेकिन पड़ोसी देश में काम करने वाले व्यक्ति
- बिना रुके किसी देश से गुजरने वाले व्यक्ति।
- कनेक्टिंग पर कुछ घंटों के लिए रुकने वाले व्यक्ति एक देश से दूसरे देश में जाने के दौरान रुक जाते हैं।

यात्री (Traveller)

एक व्यक्ति, जो अपने निवास के देश के भीतर या बाहर काफी बड़ी दूरी तय करता है, यात्री कहलाता है। आम तौर पर, एक पर्यटक वह व्यक्ति होता है जो अपने देश के अलावा किसी अन्य देश का दौरा करता है। तो, एक यात्री पर्यटक नहीं हो सकता है। इसके अलावा, एक यात्री लंबी यात्रा के बाद अपने गंतव्य के शुरुआती बिंदु को छोड़ते समय कई ट्रांज़िट स्टॉप को छू सकता है। लेकिन वह केवल उन पड़ावों के लिए एक यात्री है जो थोड़े समय के लिए रुकते हैं। वह शब्द के सख्त अर्थों में, उन पड़ावों पर पर्यटक नहीं है।

भ्रमण करने वाला (भ्रमणकर्ता) (Excursionist)

वह एक अस्थायी आगंतुक है जो यात्रा किए गए देश में चौबीस घंटे से कम समय के लिए रहता है। इस प्रकार, भ्रमणकर्ता पर्यटक नहीं है क्योंकि वह भ्रमण पर बिंदु/स्टेशन पर 24 घंटे से अधिक समय तक रहता है। इसके अलावा, एक भ्रमणकर्ता एक यात्री है। अंत में, एक भ्रमणकर्ता एक अस्थायी आगंतुक होता है। ध्यान दें कि भ्रमणकर्ताओं में परिभ्रमण पर यात्री शामिल हैं।

आगंतुक (Visitor)

अंतर्राष्ट्रीय यात्रा और पर्यटन पर संयुक्त राष्ट्र सम्मेलन वर्ष 1963 में रोम में आयोजित किया गया था। इसने आगंतुक शब्द की परिभाषा पर विचार किया। इसने सिफारिश की कि इस परिभाषा का संयुक्त राष्ट्र सांख्यिकी आयोग द्वारा अध्ययन किया जाए। इस प्रकार, एक संशोधित परिभाषा बनाई और अपनाई गई। इसलिए, एक आगंतुक के रूप में परिभाषित किया गया है, "कोई भी व्यक्ति किसी अन्य देश का दौरा करता है, जहां उसके पास उसका सामान्य निवास स्थान है, किसी भी कारण से देश के भीतर से पारिश्रमिक प्राप्त करने के अलावा किसी अन्य कारण से।"

ऊपर दी गई परिभाषा में निम्नलिखित शामिल हैं: -

एक पर्यटक (देश में कम से कम 24 घंटे रहने वाले अस्थायी आगंतुक) और जिनकी यात्रा के उद्देश्यों को या तो वर्गीकृत किया जा सकता है: (a1) अवकाश (मनोरंजन, अवकाश, स्वास्थ्य, अध्ययन, धर्म और खेल); या (a2) व्यापार, परिवार, मिशन और बैठक।

b भ्रमणशील (देश में 24 घंटे से कम समय के लिए रहने वाले अस्थायी आगंतुक, परिभ्रमण पर यात्रियों सहित।

हालांकि, उपरोक्त परिभाषा में ऐसे यात्रियों को शामिल नहीं किया गया है, जो कानूनी भाषा में देश में प्रवेश नहीं करते हैं। इस संदर्भ में एक उदाहरण उन हवाई यात्रियों का दिया जा सकता है जो हवाईअड्डे के पारगमन क्षेत्र को नहीं छोड़ते।

1967 में, अंतर्राष्ट्रीय यात्रा सांख्यिकी (International Travel Statistics) पर विशेषज्ञ सांख्यिकीय समूह(Expert Statistical Group) को संयुक्त राष्ट्र सांख्यिकी आयोग(UN Statistical Commission) द्वारा बुलाया गया था। इस समूह ने सिफारिश की कि राष्ट्र अंतर्राष्ट्रीय यात्रा और पर्यटन पर संयुक्त राष्ट्र सम्मेलन (1963 में रोम में आयोजित) द्वारा दी गई परिभाषा का उपयोग करें। समूह ने 'आगंतुक' शब्द की परिभाषा के भीतर आगंतुकों के एक अलग वर्ग को अलग करने का भी प्रयास किया। ऐसा वर्ग "दिन के आगंतुकों" या 'भ्रमण करने वालों' का माना जाता था। इसमें वे आगंतुक (दिन के दौरे पर) और सीमावर्ती शामिल थे। -रोजगार के अलावा अन्य उद्देश्यों के लिए क्रॉसर, क्रूज यात्री और पारगमन में वे आगंतुक, जो देश के भीतर प्रदान किए गए किसी भी आवास में रात भर नहीं रुके। इसलिए, ऐसे आगंतुक रात भर नहीं रुकते हैं और यह तथ्य उन्हें 'आगंतुक' शब्द की मुख्य परिभाषा से अलग करता है।

1968 में, संयुक्त राष्ट्र सांख्यिकी आयोग (UN Statistical Commission) ने रोम (1963 में) में दी गई परिभाषा को अपनी स्वीकृति दी। विश्व के लगभग 80 प्रतिशत राष्ट्र उपर्युक्त परिभाषाओं का अनुसरण कर रहे हैं।

पर्यटन के रूप: इनबाउंड, आउटबॉन्ड घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय (Forms of Tourism: Inbound, Outbond Domestic & International)

इनबाउंड (Inbound) - एक पर्यटक के रूप में दूसरे देशका दौरा करने वाला अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक बाद के देश के लिए इनबाउंड टूरिस्ट होता है।

आउटबाउंड (Outbound) - जब कोई व्यक्ति दूसरे देश में एक पर्यटक के रूप में जाता है, तो वह व्यक्ति उस देश के लिए एक आउटबाउंड पर्यटक होता है जिससे वे संबंधित होते हैं

घरेलू पर्यटन (Domestic tourism)

इस प्रकार की पर्यटन गतिविधि में, लोग अपने सामान्य अधिवास से बाहर अपने देश के भीतर कुछ अन्य क्षेत्रों की यात्रा करते हैं। हालांकि, वे उन (अज्ञात या ज्ञात) क्षेत्रों का दौरा करते समय किसी भी समय अपना देश नहीं छोड़ते हैं। वे निश्चित रूप से अस्थायी आधार पर अपना घर छोड़ते हैं। वे एक ही देश में पर्यटकों के रूप में अपने कार्यकाल के बाद वापस आते हैं। वे साल में कई बार नई जगहों पर जा सकते हैं। उदाहरण : किसी कॉलेज के युवा मोटरसाइकिल से मनाली आने का कार्यक्रम बना सकते हैं; और वे कोझिकोड तक आ सकते थे ! अगले वर्ष, वे अपनी पसंद के आधार पर डलहौजी या शिमला की यात्रा कर सकते हैं। लेकिन उन्हें देश छोड़ने की अनुमति नहीं दी जाएगी भले ही उन्हें सीमाओं को देखने की अनुमति दी जाए। यात्रा के दौरान उन्हें पासपोर्ट साथ रखने की जरूरत नहीं है।

इसलिए, विदेशी पर्यटन और घरेलू पर्यटन के बीच बुनियादी अंतर यात्रा का अधिकार क्षेत्र है। किसी देश के घरेलू पर्यटकों को उन औपचारिकताओं को पूरा करने की आवश्यकता नहीं होती है जो विदेशी पर्यटकों द्वारा पूरी की जानी चाहिए। इस प्रकार, किसी देश के घरेलू पर्यटकों को निम्नलिखित के लिए कष्ट नहीं होता है:

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- विदेशी मुद्रा प्राप्त करें;
- उनके पासपोर्ट की व्यवस्था करें;
- वीजा प्राप्त करने के लिए उनके पासपोर्ट पर मुहर लगवाएं;
- स्वास्थ्य दस्तावेजों या प्रमाणपत्रों की व्यवस्था करें;
- विशिष्ट रोगों के लिए टीका लगवाना; तथा
- उन क्षेत्रों की भाषाएं सीखें जिनका वे अन्वेषण करना चाहते हैं।

एक घरेलू पर्यटक संचार के माध्यम के रूप में अपनी भाषा का उपयोग करता है। यदि वह अपने क्षेत्र की भाषा जानता है तो वह अंग्रेजी या अपने देश की राष्ट्रीय भाषा का उपयोग कर सकता है। उदाहरण के लिए, भारत में अधिकांश लोगों द्वारा अंग्रेजी समझी जाती है। कुछ लोगों की समझ में अगर यह दकियानूसी (riot) हो तो घरेलू पर्यटक हिन्दी का प्रयोग करते हैं। यदि वह भी समझ में नहीं आता है, तो वह स्थानीय भाषा (उस पर्यटन स्थल की) और हिंदी या अंग्रेजी के शब्दों के संयोजन का उपयोग करता है, ताकि वह संवाद कर सके कि उसे क्या चाहिए। किसी भी मामले में, वह भाषा की विविधता के बावजूद दूसरों को समझाता है।

विदेशी पर्यटक/अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक (Foreign tourist / international tourist)

1963 में रोम में आयोजित अंतर्राष्ट्रीय यात्रा और पर्यटन पर संयुक्त राष्ट्र सम्मेलन की सिफारिशों ने इस महत्वपूर्ण शब्द को परिभाषित करने का मार्ग प्रशस्त किया। नतीजतन, भारत सरकार के पर्यटन विभाग ने इन सिफारिशों के अनुसार इस शब्द की परिभाषा को अपनाया। यह परिभाषा इस प्रकार है:

"एक विदेशी पर्यटक एक विदेशी पासपोर्ट पर भारत का दौरा करने वाला व्यक्ति है, जो भारत में कम से कम चौबीस घंटे रहता है और जिसकी यात्रा का उद्देश्य निम्नलिखित शीर्षकों में से एक के तहत वर्गीकृत किया जा सकता है:

- अवकाश (मनोरंजन, अवकाश), स्वास्थ्य, अध्ययन, धर्म और खेल।
- व्यापार, परिवार, मिशन या बैठक।

निम्नलिखित व्यक्तियों को भारत में विदेशी पर्यटक नहीं माना जाता है: (The following persons are not deemed foreign tourists in India):

- अनुबंध के साथ या बिना किसी व्यवसाय को लेने या देश के भीतर से पारिश्रमिक वाली गतिविधियों में शामिल होने के लिए आने वाले व्यक्ति।
- देश में अपना आवासीय स्थान स्थापित करने के लिए आने वाले व्यक्ति।
- एक ही दिन के आगंतुक, जिसका अर्थ है वे आगंतुक जो देश में 24 घंटे से कम समय तक रहते हैं और इसमें क्रूज यात्री शामिल हैं।

अंत में, यात्रियों की निम्नलिखित श्रेणियां विदेशी पर्यटन की श्रेणी में शामिल नहीं हैं:-

- नेपाल के नागरिक जो भारत-नेपाल सीमा से भूमि मार्ग से भारत में प्रवेश करते हैं।
- भूमि मार्ग से भूटान से भारत में प्रवेश करने वाले सभी विदेशी।
- 3 साल से कम उम्र के बच्चे।

मनोरंजन (Recreation)

संक्षिप्त ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी (2000) के अनुसार, मनोरंजन "एक आनंददायक अवकाश गतिविधि" को संदर्भित करता है। इसकी उत्पत्ति रिक्रीयर शब्द से हुई है, जिसका अर्थ है "फिर से बनाना।" सभी मनुष्य मनोरंजन में लिप्त हैं। उनके जोश को नवीनीकृत करने और उनके थके हुए मन को आराम देने की आवश्यकता है। ध्यान दें कि मनोरंजन एक गतिविधि है।

फुर्सत (Leisure)

संक्षिप्त ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी (2000) के अनुसार, अवकाश का अर्थ "विश्राम या आनंद के लिए या मुफ्त में बिताया गया समय" है। यह एक वाक्यांश licret से लिया गया है जिसका अर्थ है "अनुमति दी जाए।" इसका एक अर्थ भी है जो 'मनोरंजन' शब्द के समान है। हालाँकि, यह आनंद के लिए व्यतीत या उपलब्ध समय है।

पर्यटन, मनोरंजन और आराम का अंतर्संबंध (Interrelationship of tourism, recreation and leisure)

पर्यटन एक ऐसी गतिविधि है, जिसके द्वारा पर्यटक अपने खाली समय में मनोरंजन प्राप्त करता है। वह अपने देश में भ्रमण कर सकता है (जिसका अर्थ है कि वह एक घरेलू पर्यटक है)। वह दूसरे देश या देशों के समूह में भी भ्रमण कर सकता है (जिसका अर्थ है कि वह एक अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक है)। वह अपने निवास स्थान से दूर की यात्रा करता है; इसलिए उसे 'पर्यटक' कहा जाता है, उसमें ऐसी गतिविधि का आनंद लेने का जुनून होना चाहिए जो उसे आनंद दे सके। उसके पास ऐसा करने के लिए खाली समय भी होना चाहिए। पर्यटक बनने के लिए उसके पास पर्याप्त संसाधन भी होने चाहिए। प्रत्येक मनुष्य एक व्यक्ति है। उसकी एक पृष्ठभूमि है जो उसके चारों ओर सक्रिय सामाजिक, पारिवारिक, राजनीतिक, आर्थिक और शैक्षणिक कारकों का कुल योग है। उसकी कुछ बुनियादी जरूरतें हैं- शारीरिक, सुरक्षा और संबद्धता। उसके पास कुछ उच्च क्रम की जरूरतें हैं- सम्मान

और आत्म-बोध। उनका पेशा, काम का माहौल, पारिवारिक पृष्ठभूमि और जिज्ञासा उन्हें दुनिया का पता लगाने के लिए प्रेरित करती है। लेकिन ऐसे प्रेरक कारक अलग-अलग लोगों के लिए अलग-अलग होते हैं। उसकी कुछ धारणाएँ भी हैं, जो वर्षों की अवधि में उसकी आदतों और जीवन शैली का हिस्सा बन जाती हैं। एक युवा व्यक्ति की अपरिपक्व (या अपरिष्कृत) धारणाएँ होती हैं जबकि एक बूढ़े व्यक्ति की परिपक्व (या परिष्कृत) धारणाएँ होती हैं। जिज्ञासा- प्रत्येक मनुष्य का जन्मसिद्ध अधिकार है। वास्तव में, यह उनके बोध सेट में मौजूद है।

अंत में, कुछ लोगों का दिमाग इतना जिज्ञासु होता है कि वे इस दुनिया में अज्ञात को जानने के लिए विभिन्न शोध परियोजनाओं को शुरू कर देते हैं। उदाहरण के लिए, मैगेलन और ह्वेन त्सांग को दूसरी दुनिया में शोध करने की ललक थी, जो अपने-अपने देशों से बहुत दूर थे; पूर्व व्यवसाय या भौगोलिक अनुसंधान गतिविधियों का संचालन करना चाहता था जबकि बाद वाला एक धार्मिक शोध विद्वान था। ध्यान दें कि अनुसंधान और जिज्ञासा एक

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

दूसरे से संबंधित हैं। आधुनिक समय के पर्यटन में, लोग विशेष विषयों से संबंधित डेटा की तलाश के लिए दूसरे देशों में जाते हैं। उदाहरण के तौर पर इस खंड के लेखक ने एयरलाइन संचालन की प्रक्रियाओं को सीखने के लिए थाईलैंड, मलेशिया और सिंगापुर का दौरा किया। बुनियादी विज्ञान, प्रबंधन, चिकित्सा, इंजीनियरिंग,। मनोविज्ञान, मानसिक रोग, पर्यटन स्थल, सूचना प्रौद्योगिकी (आईटी), इतिहास, राजनीति विज्ञान और भूगोल आजकल शोध के प्रमुख क्षेत्र हैं। कई विद्वान और शोधकर्ता अपनी शोध परियोजनाओं को पूरा करने या अपनी रुचि के विषयों से संबंधित डेटा एकत्र करने के लिए दौरे करते हैं- उदाहरण के लिए, यदि एक मानवविज्ञानी ऑस्ट्रेलिया के आदिवासियों का अध्ययन करना चाहता है, तो उसे उन लोगों से मिलने और उनसे संबंधित डेटा एकत्र करने के लिए ऑस्ट्रेलिया जाना चाहिए। उनके द्वारा ली गई शोध परियोजना। वह एक पर्यटक बन जाएगा और उसका उद्देश्य अवकाश नहीं बल्कि शोध होगा।

ये सभी कारक एक व्यक्ति को तैयार करते हैं। इसलिए, वह दुनिया के अज्ञात हिस्सों का पता लगाने का मन बनाता है। पहले वर्णित कारकों में से कोई भी प्रबल हो सकता है। यह प्रबल कारक और साथ ही इसकी प्रबलता की डिग्री एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति में भिन्न हो सकती हैअब व्यक्ति दूर स्थान की यात्रा के लिए मानसिक रूप से तैयार हो जाता है। उसे समय चाहिए, लक्षित स्थान में रुचि (जहाँ वह जाना चाहता है) और संसाधन। ये संसाधन धन के विभिन्न रूप हो सकते हैं, लैंड क्रूजर, कार, वैन, कैरी-अवे होम (संलग्न ऑटोमोबाइल के साथ, जैसा कि संयुक्त राज्य अमेरिका में आने वाले पर्यटकों के मामले में होता है), कपड़े, सामान और सामान, दवाएं, व्यक्तिगत सामान और जल्द ही वह अपनी शोध परियोजना को पूरा करने के उद्देश्य से किसी सम्मेलन या संगोष्ठी में भाग लेने भी जा सकता है; उस सम्मेलन या संगोष्ठी के आयोजकों से ऐसा निमंत्रण भी उसके लिए एक संसाधन है। इसके अलावा, ATM कार्ड, क्रेडिट कार्ड, डेबिट कार्ड और दवाएं भी उसके लिए संपत्ति साबित होंगी, जैसे पानी और विभिन्न प्रकार के खाद्य पदार्थ, जिन्हें वह अपने दौरे के दौरान अपने साथ ले जाना पसंद कर सकता है।घर से निकलते ही व्यक्ति पर्यटक बन जाता है। वह या तो घरेलू पर्यटक या विदेशी पर्यटक हो सकता है। लेकिन वह घर पर रहना और अपने परिवार के सदस्यों के साथ अपना मनोरंजन करना भी चुन सकता है। चुनाव उसका है; वह हमेशा हवाई टिकट रद्द कर सकता है और हम जानते हैं कि ऐसा कई बार होता है! अंत में, वह अपने शोध परियोजना या अध्ययन के लिए घर बैठे या अपने कार्यालय से डेटा एकत्र कर सकता है। उदाहरण के लिए वह ऐसेडेटा को डाउनलोड करने के लिए नेट का उपयोग कर सकता है। दोबारा, इस मामले में, वह किसी भी प्रकार का पर्यटक नहीं बनेगा। इस प्रकार, हम निष्कर्ष निकालते हैं कि व्यक्ति:

- पर्यटन की प्रक्रिया तभी शुरू करता है जब वह अपने सामान्य निवास स्थान को छोड़ देता है;
- घरेलू पर्यटक बन जाता है यदि वह अपने सामान्य निवास के देश के भीतर कहीं जाता है;
- यदि वह परिवहन के किसी भी माध्यम से अपने देश की सीमाओं को छोड़ता है तो वह एक अंतरराष्ट्रीय पर्यटक बन जाता है;
- यात्रा का आनंद लेने के लिए अपने खाली समय का उपयोग करता है; इस खाली समय को आराम का समय कहा जाता है और यह अवकाश का पर्याय है; तथा
- दूर स्थानों की यात्रा करने के लिए अपने ख़ाली समय में यात्रा का आनंद लेता है अधिमानतः अपनी रुचि के स्थानों (अवकाश या अनुसंधान के लिए) का दौरा करता है और भोजन, उपहार, शराब आदि भी खरीदता है।

उप स्वर (Sub voce): यदि वह अवकाश के लिए एक यात्रा करता है, तो सभी गतिविधियाँ एक द्वारा की जाती हैं। व्यक्ति मनोरंजन के दायरे में आते हैं। यदि वह डेटा एकत्र करता है, तो वह एक शोधकर्ता है, हालांकि वह शब्द के सख्त अर्थों में एक पर्यटक बना रहता है। अगर वह अपने दोस्तों और रिश्तेदारों से मिलने जाता है, तो वह एक पर्यटक है। लेकिन उनके दौरे का उद्देश्य मनोरंजन के लिए नहीं किया जा सकता है; यह उसके भतीजे की शादी हो सकती है, उदाहरण के लिए वह इस निजी दौरे को फुरसत (leisure) के साथ जोड़ सकता है और अपने दोस्त के घर शादी की रस्म पूरी होने के बाद किसी स्मारक (monument) पर जाने के लिए जा सकता है।

पर्यटन के घटक और तत्व (Components and elements of tourism)

एक सफल गंतव्य के लिए आवश्यक बुनियादी घटक हैं (The basic components essential for a successful destination are): आवास (Accommodation)

1 आवास (Accommodation)

2 अभिगम्यता (Accessibility)

3 क्रियाएँ (Activities)

4 सुविधाएं (Amenities)

5 आकर्षण (Attractions)

एक सफल गंतव्य बनाने के लिए 5A के बीच एक अच्छा संतुलन होना चाहिए, क्योंकि अलग-अलग पृष्ठभूमि और संस्कृतियों के विभिन्न प्रकार के लोग, अलग-अलग पसंद-नापसंद और अलग-अलग कारणों से यात्रा करते हैं। एक गंतव्य को इन सभी विविध आवश्यकताओं को पूरा करना होता है।

1 आवास (Accommodation)

यह वह जगह है जहां लोग रहते हैं। आवास का मतलब केवल होटल नहीं है, इसमें अब हॉस्टल, सराय, लॉज, कैंपर वैन आदि जैसी एक विस्तृत श्रृंखला शामिल है। आजकल, लोग अन्य लोगों के घरों में भी रह सकते हैं जिन्हें होम स्टे कहा जाता है, जो यात्री को सीधे संपर्क में लाता है। स्थानीय लोग और उनके तरीके, संस्कृतियों और रीति-रिवाजों को जानें और घर का बना स्थानीय खाना खाएं।

2 अभिगम्यता (Accessibility)

फीट सबसे महत्वपूर्ण 5A में से एक है, क्योंकि कोई भी गंतव्य तब तक सफल नहीं हो सकता जब तक वहां पहुंचने का कोई उचित साधन न हो। गंतव्यों को बाहरी दुनिया से जोड़ने के लिए हवाई संपर्क और या रेलवे

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

लाइन, बस सेवाएं या बंदरगाह होना चाहिए। उचित परिवहन का अभाव गंतव्य के लिए प्रमुख कमियों में से एक है।

3 गतिविधियां (Activities)

गंतव्यों को लोगों को आकर्षित करने के लिए उपलब्ध गतिविधियों की श्रृंखला को लगातार अद्यतन और विस्तृत करना होता है और उन्हें वहां अधिक समय तक रहने के लिए प्रेरित करना होता है। विभिन्न रुचियों वाले लोग स्थानों पर जाते हैं और गंतव्य उनकी आवश्यकताओं को पूरा करने की स्थिति में होना चाहिए, भले ही यह गोल्फ, ट्रेकिंग, एम्यूज़मेंट पार्क जैसा हो। इसका मतलब यह होगा कि ट्रैवल एजेंटों के पास नए उत्पाद बेचने के अधिक अवसर होंगे।

4 सुविधाएं (Amenities)

जो लोग गंतव्यों की यात्रा करते हैं, वे स्थानीय स्वाद जैसे रीति-रिवाजों, आदतों, व्यंजनों, कला और शिल्प, वनस्पतियों और जीवों आदि का स्वाद चखना चाहते हैं। स्थलों को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि उनके पास स्थानीय रेस्टोरेंट, डिजाइनर बार, शॉपिंग प्लाजा, स्थानीय सांस्कृतिक का उचित हिस्सा हो। गतिविधियां और सक्रिय नाइटस्पॉट। ट्रैवल एजेंटों को अपने द्वारा बेचे जाने वाले गंतव्यों में उपलब्ध सुविधाओं के बारे में खुद को लगातार अपडेट रखना चाहिए।

5 आकर्षण (Attractions)

दर्शनीय स्थलों के आकर्षण किसी भी गंतव्य के लिए जरूरी हैं। कुछ ऐतिहासिक स्मारकों की यात्रा करना पसंद करते हैं, कुछ अन्य संग्रहालयों, कला दीर्घाओं और कुछ अन्य मनोरंजन पार्क के रोमांच के साथ समय बिताना पसंद करेंगे। उदाहरण के लिए, यह डिजनीलैंड पर्यटन के सबसे तेजी से बढ़ते क्षेत्रों में से एक है। यदि एजेंट बैठकों, सम्मेलनों में विशेषज्ञता रखता है, तो उसे होटलों में उपलब्ध सुविधाओं पर ध्यान केंद्रित करना होगा ताकि यह सुनिश्चित हो सके कि वे ग्राहक की आवश्यकताओं और जरूरतों को पूरा करते हैं।

पर्यटन के प्रकार और प्रकार (Types and typologies of tourism)

पर्यटन को कुछ निश्चित मानदंडों के अनुसार वर्गीकृत किया जा सकता है। हमने पर्यटन के विस्तार को वर्गीकृत करने के लिए 4 प्रमुख मानदंडों का उपयोग किया है। इन मानदंडों के अनुसार वर्गीकरण इस प्रकार है।

कवर किए गए क्षेत्र के अनुसार वर्गीकरण (Classification according to the region covered)

यदि हम पर्यटकों से आच्छादित क्षेत्र की कसौटी पर विचार करें तो हम पर्यटन को 4 व्यापक श्रेणियों में वर्गीकृत कर सकते हैं, जो इस प्रकार हैं:

क्षेत्रीय पर्यटन (Regional tourism)

पर्यटन की इस श्रेणी में, पर्यटक अपने सामान्य निवास स्थान के आसपास के क्षेत्र में यात्रा करते हैं। उदाहरण: नई दिल्ली का निवासी मथुरा और आगरा जा सकता है।

राष्ट्रीय पर्यटन (National tourism)

पर्यटन की इस श्रेणी में पर्यटक अपने निवास स्थान के देश के दूरस्थ कोनों की यात्रा करते हैं। वे अपने सामान्य निवास स्थान से बहुत दूर हैं। उदाहरण: कोयम्बटूर के निवासी मनाली और उसके पास के अन्य क्षेत्रों जैसे रोहतांग दर्रा, हिडिम्बा देवी के मंदिर और वनस्पति उद्यान की यात्रा कर सकते हैं। ये सभी स्थान हिमाचल प्रदेश में स्थित हैं, जो उनके मूल राज्य तमिलनाडु से बहुत दूर है।

वैश्विक या अंतरराष्ट्रीय पर्यटन (Global or international tourism)

पर्यटन की इस श्रेणी में पर्यटक ऐसे देशों की यात्रा करते हैं जो उनके निवास के देशों से भिन्न होते हैं। वे अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक बन जाते हैं और एक यात्रा पर एक से अधिक देशों की यात्रा कर सकते हैं। उदाहरण : पुर्तगाल का निवासी भारत का दौरा कर सकता है और भारत के लोकप्रिय पर्यटन स्थलों को देख सकता है। उन्हें एक अंतरराष्ट्रीय पर्यटक माना जाता है।

अंतर-क्षेत्रीय पर्यटन (Intra-regional tourism)

यह एक ही क्षेत्र के देशों में पर्यटकों द्वारा की जाने वाली पर्यटन गतिविधियों को संदर्भित करता है। विश्व पर्यटन पर इसका बहुत प्रभाव है, हालांकि हम इसे वैश्विक/अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन के एक भाग के रूप में देख सकते हैं। अफ्रीका में, लगभग 40 प्रतिशत पर्यटक अंतर्वाह अंतर-क्षेत्रीय हैं। यह आंकड़ा यूरोप और उत्तरी अमेरिका दोनों में 74 प्रतिशत है। उदाहरण : पुर्तगाल का निवासी स्पेन के लोकप्रिय पर्यटन स्थलों की यात्रा कर सकता है। वह एक अंतर-क्षेत्रीय पर्यटक है क्योंकि स्पेन और पुर्तगाल यूरोप में स्थित हैं।

महाद्वीपों, देशों, राजधानियों और भाषाओं के बारे में विस्तार से विश्व भूगोल (World Geography in detail about Continents , Countries , Capitals & Languages)

विश्व के महाद्वीप (The Continents of the World)

अफ्रीका, अमेरिका, अंटार्कटिका, एशिया, ऑस्ट्रेलिया के साथ ओशिनिया और यूरोप को महाद्वीप माना जाता है।

महाद्वीप शब्द का उपयोग पृथ्वी के विभिन्न बड़े क्षेत्रों के बीच अंतर करने के लिए किया जाता है जिसमें भूमि की सतह विभाजित होती है। तो, एक महाद्वीप "पृथ्वी पर भूमि का एक बड़ा, निरंतर क्षेत्र" है।

सभी महाद्वीप मिलकर पृथ्वी की सतह का एक-तिहाई से भी कम हिस्सा बनाते हैं, यानी पृथ्वी की सतह का दो-तिहाई से अधिक हिस्सा पानी से ढका है। महाद्वीपीय भूमि का दो-तिहाई भाग उत्तरी गोलार्ध में स्थित है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

देश, राजधानियाँ, मुद्रा और भाषाएँ (Countries, Capitals, Currency & Languages)

Name	Capital	Currency	Official language
अल्जीरिया	अल्जीयर्स	दीनार	अरबी
अंगोला	लुआंडा पोर्टो- नोवो (official)	अंगोलार	पोर्तुगी
बेनिन	कटौनौ (सीट ऑफ़ गवर्नमेंट)	CFA फ्रैंक	फ्रेंच
बोत्सवाना	गबोरोने	पुला	इंग्लिश सेटस्वाना
र्किना फासो	औगाडौगू	CFA फ्रैंक	फ्रेंच
बुरुंडी	बुजुंबुरा	रुपये	किरन्दी फ्रेंच
कैमरून	याओंडे	CFA फ्रैंक	फ्रेंच इंग्लिश
केप वेर्डे	प्राया	केप वर्डन एस्कुडो	पोर्तुगी
मध्य अफ्रीकी गणतंत्	बंगुई	CFA फ्रैंक	फ्रेंच
चाड	न'दजमना	CFA फ्रैंक	संगो फ्रेंच अरबी
कोमोरोस	मोरोनि	कोमोरियन फ्रैंक	कोमोरियन अरबी फ्रेंच
कांगो (कांगो - ब्राज़ाविल)	ब्राज़ाविल यामौस्सोक्रो (official)	CFA फ्रैंक	फ्रेंच
कोत दिव्वार (आइवरी कोस्ट)	आबिदजान (सीट ऑफ़ गवर्नमेंट)	CFA फ्रैंक	फ्रेंच
लोकतांत्रिक गणराज्य कांगो (कांगो- किंशासा)	किंशासा	कांगो फ्रैंक	फ्रेंच
जिबूती	जिबूती	जिबूतीयन फ्रैंक	फ्रेंच
मिस्र	काहिरा	मिस्री पाउण्ड	अरबी
भूमध्यवर्ती गिनी	मलाबो	भूमध्यरेखीय गिनी पेसेटा	स्पेनिश फ्रेंच पुर्तगाली
इरिट्रिया	अस्मारा	टालेरो	तिग्रीन्या अरबी अंग्रेजी
इथियोपिया	अदीस अबाबा	बिर	अम्हारिक्
गैबॉन	लिब्रेविले	CFA फ्रैंक	फ्रैंक
गांबिया	बंजुल	गाम्बियान दलासी	अंग्रेजी
घाना	अकरा	घाना सेडी	अंग्रेजी
गिनी	कोनाक्री	गिनी फ्रैंक	फ्रेंच
गिनी- बिसाऊ	बिसाऊ	CFA फ्रैंक	पुर्तगाली
केन्या	नैरोबी	केन्याई शिलिंग	स्वाहिली अंग्रेजी
लेसोथो	मसेरू	लेसोथो लोटी	अंग्रेजी सेसोथो
लाइबेरिया	मोनरोविया	लाइबेरिया डॉल	अंग्रेजी
लीबिया	त्रिपोली	दीनार	अरबी
मेडागास्कर	अंटानानारिवो	मालागासी एरीरी	मालागासी फ्रेंच
मलावी	लिलोंग्वे	क्वाचा	अंग्रेजी चिचेवा
मिला	बामेको	कफफ्रैंक	फ्रेंच
मॉरिटानिया	नौआकोट	ओगुइया	अरबी मॉरीशस
मॉरीशस	पोर्ट लुइस	मॉरीशस रुपया	क्रियोल फ्रेंच अंग्रेजी
मैयट (Mayotte)	फ्रांस का ममौद्ज़ो ओवरसीज विभाग	यूरो	फ्रेंच
मोरक्को	रबात	मोरक्को दिरहम	अरबी बर्बर
मोज़ाम्बिक	मापुटो	मोज़ाम्बिकन	पुर्तगाली

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

Name	Capital	Currency	Official language
नामीबिया	विंडहोक	मेडिकल नामीबियाई डॉलर	अंग्रेजी
नाइजर	नियामे	सीएफए फ्रैंक	फ्रेंच
नाइजीरिया	अबूजा	नायरा	अंग्रेजी
रीयूनियन	यूरो का सेंट-डेनिस ओवरसीज विभाग	फ्रेंच	फ्रैंक
रवांडा	किगाली	रवांडन फ्रैंक	किन्यारवांडा अंग्रेजी फ्रेंच
सेंट हेलेना, उदगम और ट्रिस्टन दा काउंट	जेम्सटाउन (सेंट हेलेना) जॉर्जटाउन (उदगम द्वीप) सेवन का एडिनबर्ग समुद्र (ट्रिस्टन दा कुन्हा)	सेंट हेलेना पाउंड पौंड स्टर्लिंग	अंग्रेज़ी
साओ टोम और सेनेगल	स्टार टोम डकार	डोबरा CFA फ्रैंक	प्रिंसिप पुर्तगाली फ्रेंच सेशेल्स
सेशेल्स	विक्टोरिया	सेशेलोइस रुपया	सेशेलोइस क्रियोल फ्रेंच अंग्रेजी
सिएरा लियोन	फ्रीटाउन	लियोन	अंग्रेजी
सोमालिया	मोगादिशु	सोमाली शिलिंग	सोमाली अरबी
सोमालिलैंड	हरगीसा	सोमालिलैंड शिलिंग	सोमाली अरबी अफ्रीकी अंग्रेजी दक्षिणी नेबेले उत्तरी
दक्षिण अफ्रीका	प्रिटोरिया (प्रशासनिक/ कार्यकारी) साउथ केप कस्बा (विधायी) ब्लोमफोंटेन (न्यायिक)	दक्षिण अफ़्रीकी रैंड	दक्षिणी अंग्रेजी स्वाज़ी सोंगा त्सवाना वेंदा झोसा जुलु
दक्षिण सूडान	जुबा	दक्षिण सूडानी पाउंड	अंग्रेजी
सूडान	खार्तूम	सूडानी पाउंड	अरबी अंग्रेजी
स्वाजीलैंड	मबाबाने (प्रशासनिक) लोबम्बा (शाही और विधायी)	लिलंगेनी	अंग्रेजी स्वाति
तंजानिया	डोडोमा (आधिकारिक) दार एस सलाम (सीट ऑफ़ गवर्नमेंट)	तंजानिया शिलिंग	स्वाहिली अंग्रेजी
टोगो	लोम	सीएफए फ्रैंक	फ्रेंच
ट्यूनीशिया	ट्यूनिस	ट्यूनीशियाई दिनार	अरबी
युगांडा	कंपाला	युगांडा शिलिंग	स्वाहिली अंग्रेजी लुगांडा
पश्चिमी सहारा	कोई भी विवादित क्षेत्र नहीं मोरक्को और के बीच सहरावी अरब डेमोक्रेटिक गणतंत्र	मोरक्कन दिरहम अल्जीरियाई दीनार मॉरिटानियन ouguiya	संबंधित देखें दावेदारों
जाम्बिया	लुसाका	जाम्बियन क्वाचा	अंग्रेजी
जिम्बाब्वे	हरारे	वेरियस	शोना सिंदबेले

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

पर्यटन प्रेरणाओं को समझना (Understanding tourism motivations)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **पर्यटन में प्रेरणा शब्द को परिभाषित करें**
- **विभिन्न प्रकार के प्रेरकों का वर्णन करें।**

पर्यटक प्रेरणा (Tourist motivation)

यह वह प्रक्रिया है जो आनंद के एक स्थान की यात्रा के लिए लक्ष्योन्मुख कार्य की शुरुआत, मार्गदर्शन और रखरखाव करती है।

यात्रा प्रेरक (Travel motivators)

मनुष्य गतिविधियों को तब करते हैं जब उनका दिमाग उन्हें ऐसा करने के लिए संकेत देता है। कार्य करने की सभी प्रेरणाएँ उनके मस्तिष्क से आती हैं। मानव मस्तिष्क के दो भाग होते हैं-अवचेतन और चेतन। हमारे जीवन की अधिकांश गतिविधियों में, चेतन मस्तिष्क कार्य करता है और कार्य में हमारा मार्गदर्शन करता है। लेकिन कुछ अन्य गतिविधियों में, अवचेतन मस्तिष्क 'हमारा मुख्य मार्गदर्शक' बना रहता है। चेतन मस्तिष्क थोड़े समय के लिए उत्तेजनाओं और डेटा का प्राप्तकर्ता है। इनमें से कुछ डेटा या उत्तेजनाएं अवचेतन मस्तिष्क की यात्रा करती हैं और वहां लंबे समय तक (जीवन भर के लिए भी) बनी रहती हैं। ऐसे डेटा लंबे समय तक चेतन मस्तिष्क में नहीं रहते हैं। ध्यान दें कि मानव जैविक जीव की सभी भावनाओं को मस्तिष्क में महसूस किया जाता है। हमारा हृदय केवल एक रक्त पंप है। इसका भावनाओं से कोई लेना-देना नहीं है। इसलिए, जब हमारे पाठक नैनीताल के बर्फ से ढके पहाड़ों की यात्रा करने के लिए बेताब हैं, तो वे वास्तव में अपने चेतन और अवचेतन मस्तिष्क के डेटा का उपयोग कर रहे हैं। याद रखें, मन शरीर को नियंत्रित करता है!

यात्रा और पर्यटन करने की प्रेरणा या तो चेतन मस्तिष्क से आती है या अवचेतन मस्तिष्क से। इस भाग में हम विभिन्न प्रकार के यात्रा प्रेरकों के बारे में चर्चा करेंगे।

यात्रा प्रेरक वे प्रेरक कारक हैं जो किसी व्यक्ति के मन में भ्रमण/यात्रा कार्यक्रम करने की इच्छा को सामान्य करते हैं। मानव मस्तिष्क की प्रकृति बहुत जटिल है। इसकी सनक और सनक का सटीक या पहले से अनुमान नहीं लगाया जा सकता है

शारीरिक प्रेरक (Physiological motivators)

ऐसे प्रेरक व्यक्ति के स्वास्थ्य और शारीरिक तंदुरुस्ती से संबंधित होते हैं। प्रत्येक व्यक्ति की कुछ आवश्यकताएं होती हैं जो उसके शारीरिक आराम से संबंधित होती हैं। एक युवा सोच सकता है कि अगर वह किसी हिल स्टेशन पर जाता है तो वह स्वस्थ हो जाएगा। एक बूढ़ा व्यक्ति समुद्र तट के रिसॉर्ट की यात्रा करना पसंद कर सकता है और वहां स्वास्थ्य प्राप्त करने का प्रयास कर सकता है। सूर्य, ताजी हवा, हरी वनस्पति (जो ऑक्सीजन से भरपूर है), पहाड़, भाप, ठंडे पानी, औषधीय जल के झरने, उपचारात्मक स्नान, मालिश और अन्य प्राकृतिक स्थलों या गतिविधियों से हमेशा लाभ मिलता है। थाई मसाज थेरेपी थाईलैंड का यूनीक सेलिंग प्रीपोजिशन (USP) है। पेशेवर मालिशकर्ता पूरे थाईलैंड में उपलब्ध हैं; वे पर्यटकों को आराम (comfort) की अज्ञात ऊंचाइयों पर ले जाते हैं। हजारों qf पर्यटक थाई मसाज पार्लर में अपने सिर, पैर या शरीर की मालिश कराने आते हैं। रसिया में; काला सागर के तट पर कई सनाटोरिया हैं। इसी तरह स्विट्जरलैंड में भी कई सेनिटोरिया और नर्सिंग होम हैं। ऑस्ट्रिया, इटली और जर्मनी में हेल्थ स्पा काफी लोकप्रिय हैं। घर वापस, पारंपरिक हिमालयी जड़ी बूटियों का जादू दुनिया भर में जाना जाता है। हरिद्वार में लोग सदियों पुरानी दवा च्यवनप्राश खरीदने आते हैं। संयुक्त राज्य अमेरिका के येलोस्टोन नेशनल पार्क के गीजर अपने उपचारात्मक गुणों और गर्म भाप के लिए जाने जाते हैं। इसी तरह, हम दुनिया भर में ऐसे स्थानों के बारे में जान सकते हैं जो विभिन्न प्रकार के स्वास्थ्य लाभ प्रदान करते हैं। पर्यटक, खासकर जो स्वास्थ्य के प्रति जागरूक हैं, "ऐसी जगहों पर जाते हैं और अपने स्वास्थ्य को बेहतर बनाने की कोशिश करते हैं। बीमार व्यक्ति, स्वास्थ्य लाभ प्राप्त करने वाले, बूढ़ी महिलाएं, प्रसूति के अंतिम चरण में महिलाएं, बुजुर्ग और यहां तक कि युवा लड़के और लड़कियां अपने स्वास्थ्य की सामान्य स्थितियों में सुधार के लिए ऐसे स्थानों पर जाते हैं। उनमें से कई अपनी विशिष्ट (और, कुछ मामलों में, टर्मिनल) बीमारियों को ठीक करने के लिए भी जा सकते हैं। हालांकि कई बीमारियों का कोई इलाज नहीं है, फिर भी लोग ऐसे स्वास्थ्य रिसॉर्ट्स में जाते हैं जो कुछ असाध्य रोगों को ठीक करने का दावा करते हैं।

सामाजिक प्रेरक (Societal motivators)

पर्यटन विषय के अनेक विशेषज्ञों ने इन्हें अंतर्वैयक्तिक प्रेरणाएँ भी कहा है। लोग अपने रिश्तेदारों, दोस्तों या परिचितों को दूसरे देशों में या उनके निवास के देश में जाना चाहते हैं। कुछ लोग स्वभाव से बहुत मिलनसार होते हैं। लाइव उनके दोस्तों, रिश्तेदारों और रिश्तेदारों के साथ बातचीत करने के लिए। इसलिए, वे उनसे मिलने के लिए अतिरिक्त कष्ट उठाते हैं, भले ही वे ऐसे देश में रहते हों जो उनके निकट और प्रिय लोगों से दूर हो। कई भारतीय विवाह समारोहों, नामकरण समारोहों (नामकरण संस्कार) और अन्य पारिवारिक समारोहों में भाग लेने के लिए सात समुद्रों की यात्रा करते हैं। जाहिर है, वे हमारे देश के सबसे संपन्न परिवारों से ताल्लुक रखते हैं। दूसरी ओर, कुछ अन्य लोग अपने मित्रों और रिश्तेदारों से मिलना पसंद नहीं करते; हम दिन को कम मिलनसार या आत्मकेंद्रित कह सकते हैं। लेकिन ऐसे लोग इन रिश्तेदारों और दोस्तों से मिलने के लिए यात्राओं पर जाने के लिए भी प्रेरित हो सकते हैं; एकमात्र कारण परिवार का दबाव हो सकता है। इसलिए, ये अनिच्छुक आगंतुक जबरदस्ती जाते हैं और नई जगहों पर जाते हैं जहां उनके रिश्तेदार और दोस्त रहते हैं। हमने पाया है कि जहाँ

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

तक विदेश में पर्यटन का संबंध है, सामाजिक प्रेरक जैसे जन्म, मृत्यु विवाह, अंगूठी समारोह आदि प्रमुख प्रेरक कारक नहीं हैं (जैसा कि पहले कहा गया है, अमीरों द्वारा किए गए सामाजिक पर्यटन गतिविधियों के अपवाद के साथ)। "एक देश के भीतर, लोग अपने निकट और प्रियजनों से मिलने के लिए यात्रा करते हैं और इस प्रकार, सामाजिक पर्यटन की गतिविधियों में शामिल होते हैं। लेकिन उनमें से अधिकतर ऐसा अवसर आने पर विदेश जाने में असमर्थ होते हैं। नोवो रिच की श्रेणी के साथ-साथ क्राइम de' la crime की श्रेणी विदेशों में विवाह और अन्य समारोहों में भाग लेने के लिए एक बिंदु बनाती है। ऐसे परिवारों की संस्कृति अलग है और शायद पश्चिमी मानदंडों के अनुरूप है। अंत में, मध्य आय वर्ग के लोग, जो अपने सगे-संबंधियों के बहुत करीब होते हैं, ज्यादातर मामलों में इस तरह के दौरे करते हैं। लेकिन वे अक्सर यात्री नहीं होते हैं क्योंकि उनके निवास के शहरों में व्यवसाय या नौकरी की प्रतिबद्धता होती है। उदाहरण के तौर पर इंदौर में काम करने वाला एक कार्यकारी अपने दोस्त और सहपाठी की शादी में शामिल नहीं हो सकता है, जो मंडी (हिमाचल प्रदेश) में एक सरकारी कर्मचारी के रूप में तैनात है। लेकिन एक समृद्ध व्यवसायी परिवार का एक अमीर युवा लड़का अपनी बहन की बेटी के जन्मदिन समारोह में शामिल होने जा सकता है, भले ही वह देश के किसी दूरस्थ क्षेत्र (या विदेश में भी) में काम कर रही हो।

धार्मिक प्रेरक (Religious motivators)

मनुष्य ने देवी-देवताओं को प्रसन्न करने और उनकी पूजा करने के लिए लंबी दूरी तय की है। धार्मिक यात्राएँ या तीर्थ यात्राएँ, जैसा कि इन्हें "लोकप्रिय रूप से" कहा जाता है, दुनिया के सभी हिस्सों में आयोजित की जाती हैं। मुसलमान मक्का शरीफ में हज पूरा करते हैं और हिंदू चार प्रमुख धार्मिक स्थलों पर चार धाम यात्रा करते हैं। इसके अलावा, सिख श्री हरिमंदिर साहिब (अमृतसर), यहूदी यरूशलेम (इज़राइल) और ईसाई वेटिकन सिटी (इटली) की यात्रा करते हैं। ईश्वर के विभिन्न रूपों और अवतारों की पूजा करने की यह प्रक्रिया अनादि काल से चली आ रही है। हर धार्मिक यात्रा लगभग हमेशा ऐसे स्थानों की यात्रा से जुड़ी होती है जो तीर्थयात्रियों द्वारा देखे जाने वाले धार्मिक स्थलों के काफी करीब होते हैं। तीर्थयात्रा के अनुष्ठानों को पूरा करने के बाद, ये तीर्थयात्री धार्मिक स्थल के आसपास के क्षेत्र का पता लगाते हैं। वे अपने धर्म के इतिहास के बारे में अधिक जानने के इच्छुक हैं। इसलिए, वे शहर के धार्मिक स्थल, या क्षेत्र में घूमते हैं।

आध्यात्मिक प्रेरक (Spiritual motivators)

यह देखा गया है कि पश्चिम के लोगों ने अन्य धर्मों में विशेष रूप से भगवान कृष्ण के उपदेशों में गहरी रुचि और जिज्ञासा दिखाई है। The International Society for Krishna Consciousness (ISKCON) के कई ब्रिटिश, अमेरिकी और जर्मन शिष्य हैं। ये शिष्य भारत और उन सभी स्थानों पर जाते हैं जहाँ ISKCON ने भक्तों के लिए मंदिर बनवाए हैं। तो, आध्यात्मिक प्रेरक धर्म और राष्ट्रीयताओं की सीमाओं को पार करता है। अगर पूरी मानवता की सेवा का कारण बनता है। शेख सलीम चिश्ती की दरगाह में उर्स के दिनों में हज़ारों हिंदू और मुसलमान आते हैं। सबरीमाला हिल्स (तमिलनाडु) में मंदिर इस संदर्भ में एक और प्रमुख उदाहरण है। और यह जानकर बड़ी हैरानी होती है कि यही देश साम्प्रदायिक हिंसा का अड्डा है!

इसलिए, हम आध्यात्मिक प्रेरकों को धार्मिक प्रेरकों से अलग करना चाहेंगे। बाद वाले वे हैं जो समुदायों को उन धार्मिक स्थलों की ओर आकर्षित करते हैं जो केवल उनसे बने हैं। आध्यात्मिक प्रेरक धर्म, वर्ग, पंथ, राष्ट्र, व्यवसाय या आर्थिक स्थिति की सीमाओं को काटते हैं। पिछले छह दशकों के दौरान अध्यात्मवाद ने बहुत महत्व प्राप्त किया है। यह मनुष्य की आत्मा को संस्कारों से नहीं बांधता। यह इसे सर्वशक्तिमान के करीब लाने के लिए इसे मुक्त करने की कोशिश करता है। तो, एक धर्मनिष्ठ ईसाई स्पेन से पूरे रास्ते आ सकता है और भारत के मंदिरों में जा सकता है। जॉर्ज हैरिसन, प्रसिद्ध पूर्व-बीटल ने स्वीकार किया था कि वह अपने पिछले अवतार में एक हिंदू था। उनकी अंतिम इच्छा के अनुसार, वाराणसी (काशी) में गंगा के तट पर हिंदू रीति-रिवाजों के अनुसार हैरिसन का अंतिम संस्कार किया गया। अध्यात्मवाद की ऐसी शक्ति है कि एक धर्म के कई हजार व्यक्ति दूसरे धर्म के धार्मिक स्थलों की यात्रा करने के लिए भगवान, उनकी रचना और मोक्ष के मार्ग के बारे में अधिक जानने के लिए जाते हैं। भगवान धर्म की सीमाओं से बंधे नहीं हैं और अध्यात्म में लोगों की बढ़ती रुचि इस तथ्य को पर्याप्त रूप से सिद्ध करती है। अत: अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटन के सन्दर्भ में विश्व के अनेक भागों में अध्यात्मवाद के प्रेरक प्रबल हैं।

इस खंड के लेखक के अनुसार आध्यात्मिक पर्यटन का एक और कारण हो सकता है। यह संभव है कि एक धर्म के अनुयायी जिस धर्म का पालन करते हैं, उसके रीति-रिवाजों और मानदंडों से ऊब जाएं। वे मोक्ष चाहते हैं। इसलिए, वे आध्यात्मिक यात्राएं करते हैं जिसमें अन्य धर्मों के धार्मिक स्थलों का दौरा करना शामिल होता है। उदाहरण के लिए, पश्चिम के लोग भौतिकवाद से तंग आ चुके हैं। ईसाइयत का भौतिकवाद से कोई लेना-देना नहीं है; वास्तव में, धार्मिक मानदंडों के संदर्भ में प्यूरिटन हिंदुओं की तुलना में बहुत अधिक कठोर हैं और कुछ धर्मनिष्ठ ईसाई दूध या अंडे का सेवन भी नहीं करते हैं। पश्चिमी लोगों की जीवनशैली उनके मानसिक पतन के लिए जिम्मेदार है। ये लोग भारत की यात्रा इसलिए करते हैं क्योंकि वे इसे मोक्ष, अध्यात्मवाद और संतों की भूमि मानते हैं। इसी तरह कई हिंदू सूफी संतों और प्राचीन काल के मुस्लिम संतों की मजारों पर जाते हैं। कई मुस्लिम और हिंदू समान भक्ति के साथ साईं गुग्गा पीर की दरगाह पर जाते हैं। इस प्रकार आध्यात्मिक पर्यटन धर्म की सीमाओं से परे है।

स्थिति और प्रतिष्ठा प्रेरक (Status and prestige motivators)

कुछ पर्यटक पर्यटन केवल इसलिए करते हैं क्योंकि वे इन गतिविधियों के साथ उच्च स्थिति को जोड़ते हैं। राजसी कार्यपालक वर्ग द्वारा विमान में यात्रा करना प्रतिष्ठा का विषय है। five star होटलों में रहना या कॉन्टिनेंटल व्यंजनों का सेवन ऐसी गतिविधि है जो दुनिया के होइपोलोई द्वारा नहीं की जाती है। इसके अलावा, कई अमीर लोग किसी न किसी दौरे पर विदेश में रहते हैं। वे ऐसा करके अपनी दौलत का इजहार करना चाहते हैं। इसलिए, उनका अहंकार तब संतुष्ट होता है जब वे अपना अधिकांश समय अच्छे होटलों या बेहतरीन पर्यटन स्थलों में बिताते हैं। कहने की जरूरत नहीं है कि इनमें से अधिकतर पर्यटक खुशी के साथ व्यापार भी करते हैं। और ऐसा करने में कोई बुराई नहीं है क्योंकि होटल, रिसॉर्ट या एयरलाइंस उनके व्यापार लेनदेन में अप्रत्यक्ष रूप से (ऐसे दौरों के दौरान) उनकी सहायता करते हैं। मध्यम आय वाले लोग भी पर्यटन करते हैं। पहले वे अपने देश में भ्रमण करते हैं, फिर विदेश भ्रमण करते हैं। वे कम बजट पर यात्रा करते हैं

© NIMI not to be republished

लेकिन उन्हें एक नए जीवन का स्वाद मिलता है। हालांकि, लगातार पर्यटन संभव नहीं है, हालांकि वे साल में कम से कम दो बार यात्रा करते हैं। वे व्यापार को आनंद के साथ नहीं मिलाते हैं, क्योंकि वे विदेशों से अच्छी तरह से जुड़े हुए नहीं हैं, या पर्यटन के उद्देश्य से उनके द्वारा देखी गई जगहों पर नहीं हैं।

आराम, दूर जाना, मनोरंजन और आराम प्रेरक (Relaxation, get away, recreation and rest motivators)

कुछ लोग रोजमर्रा की जिंदगी की दिनचर्या से तंग आ जाते हैं। वे उनके ऑफर्स या फैक्ट्रियों में नहीं जाना चाहते। वे छोटे ब्रेक लेने के लिए उत्सुक हैं। शहरीकरण का तनाव, पारिवारिक संघर्ष, व्यवसाय का सिरदर्द और सामाजिक दबाव बहुत से लोगों के दिमाग पर कहर बरपाते हैं। वे अपने काम के सामान्य स्थानों को छोड़ने और छोटी अवधि के दौरे करने की योजना बनाते हैं। लेकिन वे लंबे समय तक अपने कार्यालयों या कारखानों से दूर नहीं रह सकते। इसलिए, वे अपने शरीर और दिमाग को आराम और फिर से जीवंत करने के लिए सप्ताहांत चुनते हैं। इसलिए, यह स्पष्ट है कि वे अपने सामान्य कार्यस्थलों से बहुत दूर नहीं जासकते। इसलिए, ऐसे भ्रमणों को गेट अवे टूर्स कहा जा सकता है। लेकिन लंबी अवधि के लिए किए जाने वाले दौरों को विश्राम पर्यटन या मनोरंजन गतिविधियां कहा जाना चाहिए। परिवार के सदस्य भी इस तरह के कारनामों में शामिल हो सकते हैं। विश्राम इन सभी प्रकार की यात्राओं का सार है। विचार मन और शरीर की खोई हुई ऊर्जा को पुनः प्राप्त करना है। जब सीमित अवधि के आराम से व्यक्ति का कायाकल्प हो जाता है, तो वह अपने रहने और काम करने के सामान्य स्थान पर वापस जाने के लिए उत्सुक होता है।

साहसिक प्रेरक (Adventure motivators)

इनोवेटिव ट्रैवल संचालकों और रिसोर्ट मालिकों द्वारा नए कारनामों की खोज की गई है या उनका आविष्कार किया गया है। इस खंड के अध्याय 3 में इन पर चर्चा की गई है। इस संदर्भ में कुछ गतिविधियाँ बंजी जंपिंग, व्हाइट वाटर राफ्टिंग, जंगल सफारी, स्कूबा डाइविंग, स्नूबा डाइविंग, वाटर सर्फिंग, विंड सर्फिंग आदि हैं। इसके अलावा, माउंटेन क्लाइम्बिंग कई युवा और बूढ़े व्यक्तियों का पसंदीदा शगल बन गया है। लोग प्रकृति के युगों पुराने नियमों को चुनौती देना पसंद करते हैं और उन गतिविधियों में उनकी स्पष्ट अवहेलना का आनंद लेते हैं जो उन्हें आनंद की सीमा तक ले जाती हैं। बंजी जंपिंग और हाई-स्पीड रोलर कोस्टर राइड वर्तमान समय की सबसे रोमांचकारी गतिविधियां हैं; ये दोनों ही पर्यटक को आनंद के शिखर पर ले जाते हैं। 15-55 वर्ष के आयु वर्ग के अधिकांश पर्यटक रोमांच का आनंद लेने के उद्देश्य से यात्राएं करने के इच्छुक हैं। तो, यह द्वितीय विश्व युद्ध के बाद द्वंद्वयुद्ध प्रेरकों में से एक बन गया है। पर्यटकों द्वारा किए गए रोमांच के प्रकार अलग-अलग होते हैं। उनकी पृष्ठभूमि, आर्थिक कौशल, शिक्षा, साहसिक गतिविधियों में रुचि जैसे कई कारक। शारीरिक योग्यताएँ आदि उसके द्वारा किए जाने वाले साहसिक कार्यों के प्रकार को तय करने में उसकी मदद करती हैं। हमारा अनुभव है कि किसी भी प्रकार के साहसिक कार्य के लिए काया और शरीर की ताकत महत्वपूर्ण है। अगला महत्वपूर्ण कारक मानसिक शक्ति है। विडंबना यह है कि यहां तक कि शारीरिक रूप से अयोग्य व्यक्ति के पास भी बहुत कठिन साहसिक कार्य करने के लिए पर्याप्त मानसिक शक्ति हो सकती है; ऐसे लोगों को बाद में कष्ट उठाना पड़ सकता है। हालाँकि, निर्धारण अधिकांश भौतिक सीमाओं को समाप्त कर सकता है, बशर्ते पर्यटक वास्तव में किसी विशेष साहसिक कार्य में रुचि रखता हो। नवंबर, 2002 में, एक ब्रिटिश नागरिक प्रशांत महासागर और अटलांटिक महासागर के माध्यम से यात्रा करने के लिए निकला। वह मिर्गी के मरीज थे। लेकिन उन्होंने लगभग 8 महीने तक राशन के साथ एक अकेले आदमी की नाव पर जाने का विकल्प चुना। उन्होंने कहा कि जब भी उन्हें मिर्गी का दौरा पड़ता है तो वह समुद्र में बेहतर होते हैं।

अनुसंधान प्रेरक (Research motivators)

कई शोधार्थी दूसरे देशों, द्वीपों, पहाड़ों, समुद्र तटों, झीलों और वन्य जीवन अभयारण्यों में जाते हैं। वे अपनी शोध परियोजनाओं से संबंधित डेटा एकत्र करते हैं। उन्हें लक्षित क्षेत्रों/क्षेत्रों में बड़े पैमाने पर यात्रा करने की आवश्यकता होती है। वे ऐसे नए क्षेत्रों/धर्मों के सांस्कृतिक लोकाचार से प्रेरित होते हैं और ज्ञान के किसी विशेष क्षेत्र में अधिक जानने की उनकी खोज से भी। डेटा संग्रह की प्रक्रिया में, वे क्षेत्र/शहर/क्षेत्र के आतिथ्य का भी आनंद लेते हैं। इस प्रकार, वे उन डेटा के साथ घर आते हैं जो उनकी परियोजनाओं के लिए प्रासंगिक होते हैं; उनके दौरों की मीठी यादें उन्हें मिलने वाले अतिरिक्त लाभ हैं।

खेल प्रेरक (Sports motivators)

कई युवा लोग खेल खेलना पसंद करते हैं और विभिन्न प्रकार की खेल गतिविधियों में शामिल होते हैं। उनमें से कुछ पर्यटन करते हैं और राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय खेल प्रतियोगिताओं को देखने का रोमांच लेते हैं। उदाहरण : यूरोपियन सॉकर चैंपियनशिप आजकल अरबों डॉलर का कारोबार है। ऐसा इसलिए है क्योंकि यूरोप के निवासी टीमों को प्रोत्साहित करने के लिए इस प्रतियोगिता के स्थानों पर जाते हैं और

सांस्कृतिक प्रेरक (Cultural motivators)

संस्कृति किसी भी समाज या देश की मुख्य विशिष्ट विशेषता है। बहुत से लोग रुचि रखते हैं

अन्य देशों और समाजों की नई संस्कृतियों और सांस्कृतिक प्रभावों के बारे में सीखना। इसलिए, वे उन देशों की यात्रा करते हैं या उन समाजों के साथ बातचीत करते हैं। कलाकार, कवि, मूर्तिकार, दार्शनिक, चित्रकार, रंगमंच के व्यक्तित्व, मानवविज्ञानी, पुरातत्वविद् और सामाजिक वैज्ञानिक इस प्रकार की आदत का पोषण करते हैं। बहुत से लोग अन्य समाजों के लोक नृत्यों, लोक कथाओं और कला रूपों से प्रभावित होते हैं। इसलिए, वे उन जगहों की यात्रा करते हैं जहां वे इन समाजों के साथ बातचीत कर सकते हैं। ये आदान-प्रदान पर्यटकों के साथ-साथ लक्षित समाजों और/या राष्ट्रों (जिसमें ये शोधकर्ता रुचि रखते हैं) के लिए उपयोगी हैं।

पर्यावरण प्रेरक (Eco motivators)

यह प्रेरकों का नवीनतम समूह है जिसने पर्यटक जगत में तूफान ला दिया है। पर्यावरण में रुचि और किसी स्थान की पारिस्थितिकी पर्यटकों को उस स्थान तक ले जाती है। वन्य जीवन पार्क, पक्षी अभयारण्य, प्राकृतिक पर्यटन स्थल, बायोस्फीयर रिजर्व, नदियां, झीलें और सबसे ऊपर पहाड़ ईको पर्यटन से संबंधित गतिविधियों के संचालन के लिए उत्कृष्ट स्थान हैं। इस

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

तरह की गतिविधियाँ पर्यटकों को धरती माँ के सामने आने वाली गंभीर पर्यावरणीय समस्याओं से भी अवगत कराती हैं। नतीजतन, वे पर्यावरण की सुरक्षा के लिए अधिक जिम्मेदार हो जाते हैं। वे उन प्रक्रियाओं से भी अवगत हो जाते हैं जो हमारे आवास के क्षरण के लिए पूरी तरह से जिम्मेदार हैं। लोगों के ये दौरे उस स्थान के जीव-जंतुओं और वनस्पतियों को संरक्षित करने में भी मदद करते हैं। ऐसा इसलिए है, क्योंकि ये पर्यटक ऐसे जीवों और वनस्पतियों के समर्थन और सुरक्षा के लिए उदार धन (generous funds) देते हैं। इसके अलावा, पर्यटक ऐसी गतिविधियों में भी भाग लेते हैं जो उन पर्यटन स्थलों के जीवों और वनस्पतियों के दीर्घकालिक विकास में मदद करती हैं। उदाहरण : विश्व वन्यजीव कोष (WWF) ने चीनी पांडा को अपना शुभंकर चुना है। चीन के प्राकृतिक उद्यान ऐसे पंडों की रक्षा करते हैं, जो कुछ दशक पहले विलुप्त होने के कगार पर थे। पर्यटक ऐसे प्राकृतिक उद्यानों में जाते हैं और सीखते हैं कि कैसे ये पांडा विलुप्त होने के खतरों से निपटना सीख रहे हैं। ये पर्यटक इन प्यारे जानवरों को इस ग्रह पर खुद को बनाए रखने में मदद करने के लिए उदारता से दान भी करते हैं।

व्यापार प्रेरक (Business motivators)

व्यापार और पर्यटन अक्सर मिश्रित होते हैं जैसा कि इस खंड में पहले ही कहा जा चुका है। व्यवसायी और व्यवसायी महिलाएं ऑर्डर बुक करने, नए बाजारों का पता लगाने और उन देशों में नए कार्यालय स्थापित करने के लिए विदेशों की यात्रा करती हैं। अक्सर व्यावसायिक गतिविधियों में उनके समय और संसाधनों का 70-90 प्रतिशत खर्च होता है। लेकिन वे बाकी समय और संसाधनों का कुशल तरीके से उपयोग विदेश में अपने कार्यकाल का आनंद लेने के लिए करते हैं। उदाहरण के लिए, वे अपनेग्राहकों (या संभावित ग्राहकों) को एक प्रतिष्ठित पर्यटन स्थल पर ले जा सकते हैं और उन्हें भोजन, पेय या पेय पदार्थ प्रदान कर सकते हैं। ग्राहक प्रसन्न होते हैं और विचाराधीन व्यवसायी भी उस पर्यटन स्थल के वातावरण और आतिथ्य का आनंद लेते हैं। व्यवसायी अपने होटल बहुत सावधानी से चुनते हैं। ऐसा इसलिए है क्योंकि उनके ग्राहक उनके कमरे या सूट में उनसे मिलने आते हैं। इसलिए, होटल द्वारा दी जाने वाली सुविधाएं, आराम स्तर और आतिथ्य उन ग्राहकों को भी खुश करना चाहिए। एक छोटी सी गलती से इन कारोबारियों को महत्वपूर्ण ऑर्डर गंवाने पड़ सकते हैं। परिवार के सदस्यों को साथ ले जाने में कोई हर्ज नहीं है। बल्कि, वे व्यवसायियों को ई-मेल या फैक्स संदेश भेजने में मदद कर सकते हैं, ग्राहकों को टेलीफोन पर कॉल कर सकते हैं या जब भी वे खाली हों उन्हें चाय या कॉफी पेश कर सकते हैं। ये परिवार के सदस्य आराम कर सकते हैं और होटल के आतिथ्य का आनंद ले सकते हैं। बाद में, वे अपने होटल के आसपास के पर्यटन स्थलों की सुंदरता का आनंद ले सकते हैं। ऐसी सभी भ्रमण यात्राओं और बैठकों (ग्राहकों के साथ) की योजना पहले से बनानी होगी।

पर्यटन उद्योग की विशेषता (Characterstic of the tourism Industry)

उद्योग की मुख्य विशेषता है

1 नाशवानता (Perishability)

2 असंगति (Inconsistency)

3 निवेश और गतिहीनता (Investment & Immobility)

4 अमूर्तता में (In intangibility)

5 अतिथि उन्मुख (Guest oriented)

6 अविभाज्यता (Inseparability)

नाशवानता (Perishability): उस दिन बेचे गए/बिके हुए उत्पाद और सेवाएं किसी अन्य दिन नहीं बेची जा सकतीं।

असंगति (Inconsistency): एक ही सप्ताह में एक ही मौसम की स्थिति के साथ होटल का कमरा होटल प्रशासन पर निर्भर करता है जो इसे बदलता है।

निवेश (Investment): यह बुनियादी ढांचे के निर्माण के लिए भारी निवेश की खपत करता है और वह सब भुगतान किया जाना है।

अमूर्तता में (In intangibility): यह यात्रा और दर्शनीय स्थलों की यात्रा पर बिताए जाने वाले सबसे अच्छे समय के बारे में है और मुस्कुराते हुए फ्लाइट अटेंडेंट, बीच रिसॉर्ट में एक दिन ठहरने जैसा अनुभव है। आम तौर पर इसे केवल प्रयोग करने के बाद ही छुआ या परखा नहीं जा सकता है।

अतिथि उन्मुख (Guest oriented): पर्यटन उद्योग मुख्य रूप से लोगों पर निर्भर उत्पादों को बेचता है। अतिथि के स्वागत के बीच की बातचीत उसे होटल की अच्छी छवि बनाए रखने के लिए तैयार करेगी। यह ब्रांडेड उत्पाद खरीदने जैसा नहीं है।

अविभाज्यता (Inseparability): पर्यटन उत्पाद मूर्त उत्पादों से अलग हैं पर्यटन उत्पादों का उपभोग केवल आपूर्तिकर्ताओं के परिसर में ही किया जा सकता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

पर्यटन - पर्यटन उद्योग के घटक और अंतर्राष्ट्रीय और राष्ट्रीय पर्यटन के विकास और विकास को प्रभावित करने वाले कारक (Tourism - Components of tourism industry and factors affecting growth & development of international & national tourism)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **पर्यटन के विभिन्न घटकों का पता लगाएं**
- **पर्यटन आकर्षण, खरीदारी, मनोरंजन और बुनियादी ढांचे के बारे में जानें**
- **पर्यटन के विकास को प्रभावित करने वाले कारकों का पता लगाएं**
- **तेजी से पर्यटन विकास के कारणों को जानें**
- **पर्यटकों की जरूरतों के गठन को प्रभावित करने वाले कारकों का पता लगाएं**
- **विभिन्न प्रकार के आवासों का उल्लेख कीजिए**
- **विभिन्न प्रकार के कमरों के बारे में बताएं**
- **रूम प्लान के विभिन्न प्रकार बताएं।**

पर्यटन के घटक (Components of Tourism)

पर्यटन उद्योग में अधिकांश खिलाड़ी लघु और मध्यम उद्यम हैं। असंगठित क्षेत्र भारत में उद्योग पर हावी है। होटल, एयरलाइन कंपनियां और टूर ऑपरेटर संगठित क्षेत्र का निर्माण करते हैं।

विशेषज्ञ यात्रा सेवा प्रदाता पर्यटकों को यात्रा व्यवस्था में सहायता करते हैं। इन प्रदाताओं में ट्रैवल एजेंसियां शामिल हैं जो सीधे पर्यटकों (व्यक्तियों या समूहों) को यात्रा उत्पादों की खुदरा बिक्री में शामिल हैं। वे विभिन्न यात्रा स्थलों के बारे में जानकारी प्रदान करते हैं और ग्राहकों को यात्रा योजनाओं के बारे में सलाह देते हैं। वे संबंधित उत्पाद जैसे बीमा, कार किराए पर लेना और मुद्रा विनिमय भी बेचते हैं।

व्यापार यात्रा एजेंसियां व्यापार यात्रियों के लिए यात्रा और आवास की व्यवस्था करने और सम्मेलन ट्रेडों को बढ़ावा देने में विशेषज्ञ हैं। टूर ऑपरेटर व्यक्तियों के लिए पैकेज प्रदान करते हैं जबकि सिद्धांत बुनियादी यात्रा और पर्यटन संबंधी सेवाएं प्रदान करते हैं।

टूर ऑपरेटर हॉलिडे पैकेज प्रदान करते हैं जिसमें यात्रा (सड़क, रेल, समुद्र, वायु के साथ-साथ गंतव्य हवाई अड्डे तक और वहां से, कार किराए पर लेना, भ्रमण आदि) और आवास (होटल, गेस्ट हाउस, अपार्टमेंट, आदि) सेवाएं शामिल हैं।

परिवहन सेवा प्रदाता एयरलाइंस, क्रूज लाइन, कार रेंटल और रेल कंपनियां हो सकती हैं। एक पर्यटक के परिवहन का विकल्प यात्रा बजट, गंतव्य, दौरे के समय उद्देश्य और गंतव्य स्थान तक सुविधा पर निर्भर करेगा। आवास होटल और मोटल, अपार्टमेंट, कैंप, गेस्ट हाउस, लॉज, बिस्तर और नाश्ता प्रतिष्ठान, हाउस बोट, रिसॉर्ट, केबिन और हॉस्टल हो सकते हैं। इसके अलावा, पर्यटकों को खानपान सुविधाओं की भी आवश्यकता होती है, जो भोजन और जलपान के लिए विभिन्न प्रकार के आउटलेट प्रदान करते हैं। इनमें होटल, स्थानीय रेस्टोरेंट, सड़क के किनारे के जोड़, कैफेटेरिया और भोजन और पेय पदार्थ परोसने वाले रिटेल आउटलेट शामिल हैं।

यात्रा और पर्यटन उद्योग का एक अन्य प्रमुख घटक 'आकर्षित करने वाले' हैं जैसे थीम पार्क और प्राकृतिक आकर्षण जिनमें प्राकृतिक स्थान, सांस्कृतिक और शैक्षिक आकर्षण, स्मारक, कार्यक्रम और चिकित्सा, सामाजिक या व्यावसायिक कारण शामिल हैं।

पर्यटक सूचना और मार्गदर्शन प्रदाताओं में कई सेवा प्रदाता शामिल हैं जैसे बीमा, मनोरंजन, संचार और बैंकिंग सेवाएं प्रदान करने वाले; सरकारी संस्थाएं; टूर गाइड; उद्योग संघ; पैकेजिंग एजेंट; टिकट एजेंट; और छुट्टी विक्रेता।

पर्यटन गतिविधि के प्रमुख घटक पर्यटन बोर्ड, आकर्षण स्थलों, आवास सेवाओं, परिवहन और खानपान द्वारा शुरू किए जाते हैं। यात्रा अलग और यात्रा संचालन और पर्यटन सूचना और मार्गदर्शक सेवाएं।

कुछ प्रमुख घटकों में प्राकृतिक आक्रमण, थीम पार्क, सांस्कृतिक, विरासत और स्मारक और साहसिक कार्य भी शामिल हैं।

भारतीय व्यंजनों के मुख्य भोजन में चावल, साबुत गेहूं का आटा (आटा), और विभिन्न प्रकार की दालें शामिल हैं, जैसे कि मसूर (ज्यादातर लाल दाल), ट्यूर (कबूतर मटर), उड़द (काला चना), और मूंग (मूंग बीन्स) मसूर की दाल का पूरा उपयोग किया जा सकता है, बड़े पैमाने पर उपयोग किया जाता है। कुछ दालें, जैसे चना या छोले (chickpeas), राजमा (किडनी बीन्स), और लोबिया ((black-eyed peas) बहुत आम हैं, खासकर उत्तरी क्षेत्रों में। चने और मूंग को भी एक घंटे में चढ़ाया जाता है.

कई भारतीय व्यंजन वनस्पति तेल में पकाए जाते हैं, लेकिन मूंगफली का तेल उत्तरी और पश्चिमी भारत में, सरसों का तेल पूर्वी भारत में, और नारियल का तेल पश्चिमी तट पर, विशेष रूप से केरल और दक्षिणी तमिलनाडु के कुछ हिस्सों में लोकप्रिय है। गिंगेली (तिल) का तेल दक्षिण में आम है क्योंकि एक सुगंधित, पौष्टिक सुगंधित है हाल ही में - सूरजमुखी, कुसुम, बिनौला और सोयाबीन के तेल भारत में लोकप्रिय हो गए हैं। हाइड्रोजनीकृत वनस्पति तेल, जिसे वनस्पति घी के रूप

© AIMI NOT TO BE REPUBLISHED

में जाना जाता है, खाना पकाने का एक अन्य लोकप्रिय माध्यम है। मक्खन आधारित घी या देशी घी का उपयोग अक्सर किया जाता है। भारतीय खाना पकाने के लिए कई प्रकार के मांस का उपयोग किया जाता है, लेकिन चिकन और मटन सबसे ज्यादा खाया जाने वाला मांस है। मछली और गोमांस की खपत भारत के कुछ हिस्सों में प्रचलित है, लेकिन तटीय क्षेत्रों और साथ ही उत्तर पूर्व को छोड़कर इनका व्यापक रूप से सेवन नहीं किया जाता है।

भारत के व्यंजनों में सबसे महत्वपूर्ण और अक्सर उपयोग किए जाने वाले मसाले और स्वाद 16 वीं शताब्दी में मैक्सिको से पुर्तगालियों द्वारा लाए गए पूरे या पाउडर काली मिर्च, काली सरसों, इलायची, जीरा, हल्दी, हींग, अदरक, धनिया और लहसुन हैं। एक लोकप्रिय मसाला मिश्रण गरम मसाला है, एक पाउडर जिसमें आम तौर पर एक विशेष अनुपात में सात सूखे मसाले शामिल होते हैं, जिसमें काली इलायची, दालचीनी, लौंग, जीरा, काली मिर्च, धनिया के बीज और ऐनीज़ स्टार शामिल हैं।

पर्यटन आकर्षण (Tourism attraction)

पर्यटन के संदर्भ में एक 'आकर्षण' एक ऐसी चीज है जो किसी विशेष पर्यटक या भावी पर्यटक को आकर्षित करती है। यह कुछ ऐसा है जो रुचि पैदा करता है और देखने या इसमें भाग लेने की इच्छा पैदा करता है; यह वास्तव में भावना या यात्रा शुरू करने की प्रेरणाओं के लिए एक अपील है।

स्थलों पर आकर्षण की संभावित सीमा बहुत बड़ी और विविध है, और उस सीमा को लगातार चौड़ा किया जा रहा है। फिर भी, निम्नलिखित श्रेणियों में आकर्षण को वर्गीकृत करना संभव है: -

साइट आकर्षण जो देश या देशों के क्षेत्र या देशों के समूह, या भौगोलिक क्षेत्र, या शहर या रिसॉर्ट हो सकते हैं। वास्तव में, यह गंतव्य ही है जो पर्यटकों को आकर्षित करता है।

इवेंट आकर्षण जो प्रदर्शनी, खेल जुड़नार (जैसे ओलंपिक और विश्व कप फुटबॉल फाइनल), अंतर्राष्ट्रीय सम्मेलन, कार्निवल, त्यौहार, धार्मिक समारोह आदि हो सकते हैं। पर्यटक उस स्थान पर जाने का विकल्प चुनते हैं क्योंकि उस समय वहां क्या हो रहा था जब वे यात्रा करने का प्रस्ताव रखते हैं।

संयुक्त साइट/इवेंट आकर्षण कई इवेंट्स के पर्यटकों के लिए अधिक और अतिरिक्त अपील होने की संभावना है यदि वे अंतर्निहित साइट आकर्षण वाले स्थानों में आयोजित किए जाते हैं।

प्राकृतिक आकर्षण जैसे पहाड़ (व्यक्तिगत या रेंज), ज्वालामुखी, झरने, झीलें, रोलिंग ग्रामीण इलाके, समुद्र तट, खेल भंडार, fjords, और इसी तरह; साथ ही जलवायु परिस्थितियाँ, जैसे कि धूप, नीला आसमान, स्वच्छ/ताज़ी हवा, इत्यादि।

मानव निर्मित आकर्षण, जैसे अवकाश रिसॉर्ट्स और कॉम्प्लेक्स, थीम पार्क, चिड़ियाघर, वन्यजीव पार्क और समुद्री केंद्र, ऐतिहासिक या धार्मिक स्थल और इमारतें और अन्य निर्माण (उदाहरण के लिए मिस्र में पिरामिड, चीन की महान दीवार और पनामा नहर), या वास्तु हित के हैं, और इसी तरह।

खरीदारी (Shopping)

कई पर्यटकों के लिए खरीदारी एक प्राथमिकता होती है जब वे यात्रा करते हैं कुछ गंतव्य पर्यटकों को सामानों की खरीदारी के लिए विशेष पर्यटक खरीदारी गतिविधियां प्रदान करते हैं। पर्यटक यात्रा के दौरान खरीदारी के रोमांचक अवसरों की तलाश में रहते हैं। इत्मीनान से यात्रा, यात्रा के लिए प्रमुख प्रेरणाएँ, यात्रा अनुभव का हिस्सा या यात्रा खरीदारी का प्राथमिक फोकस हो सकती हैं।

आगंतुक आकर्षण या गंतव्य के सहायक कार्य के रूप में खरीदारी। खुदरा क्षेत्रों के भीतर यात्रा और पर्यटन उत्पादों की खरीदारी, परिणामस्वरूप, मौसम से प्रभावित होती है।

छुट्टियों के दौरान आवश्यक वस्तुओं की खरीदारी, एक विशिष्ट पर्यटन गतिविधि के रूप में खरीदारी, स्थानीय उत्पादों, स्थानीय शिल्पकारों के साथ जुड़ाव के माध्यम से स्थानीय संस्कृति का अनुभव करने के लिए खरीदारी।

जब खरीदारी खरीदारी के लिए एक गतिविधि बन जाती है तो यह कुछ अलग होती है, और खरीदारी के तीन मुख्य उद्देश्यों की पहचान की जाती है; सामाजिक और विश्राम आयामों के साथ उपयोगितावादी, पारिवारिक या सामाजिक संपर्क और खरीदारी अपने आप में एक आनंद गतिविधि के रूप में। चार प्रकार के पर्यटकों का वर्णन किया गया है और पर्यटक गतिविधि और उनके खरीदारी पैटर्न के बीच संबंध प्रदर्शित किया गया है। पर्यटक रुचि खरीदारी वरीयता संस्कृति स्थानीय कला और शिल्प प्राकृतिक और निर्मित विरासत स्थानीय कला और शिल्प और मुद्रित सामग्री घर पर प्रदर्शित करने के लिए स्मृति चिन्ह जो अक्सर शहरी मनोरंजन ले जाते हैं। विज़िट किए गए गंतव्य का लोगो इन बाहरी सक्रिय बाहरी गतिविधियों से जुड़े स्मृति चिन्ह।

खरीदारी पर्यटन गंतव्य में महत्वपूर्ण मात्रा में खर्च करता है। खरीदारी एक क्षेत्रीय अर्थव्यवस्था में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है क्योंकि वे वाणिज्यिक एक्सचेंजों के लिए उच्च दृश्यता प्रदान करते हैं और ये आयातित डॉलर अक्सर स्थानीय व्यवसायों के लिए वित्तीय रूप से व्यवहार्य बने रहने के लिए आवश्यक अतिरिक्त राजस्व प्रदान करते हैं। खरीदारी पर्यटन का किसी गंतव्य की अर्थव्यवस्था पर बहुत बड़ा प्रभाव पड़ता है। शॉपिंग टूरिज्म के बढ़ते चलन के साथ कई देशों ने अधिक विकसित शॉपिंग मॉल और शॉपिंग सेंटर बनाने की आवश्यकता महसूस की है, जिससे वाणिज्यिक एक्सचेंजों के लिए उच्च दृश्यता और क्षेत्रीय अर्थव्यवस्थाओं में प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रूप से कई नौकरियां बनी रहती हैं। इसके अलावा भारत की सामग्री में खरीदारी हस्तशिल्प उद्योग को बढ़ावा देती है। भारत में बड़ी संख्या में ठेले हैं जिन्हें पर्यटक स्मृति चिन्ह या स्मृति चिन्ह के रूप में वापस लेने के लिए अपनी यात्रा पर खरीदना पसंद करते हैं। इससे हस्तशिल्प उद्योगों की जीवन स्थिति में सुधार होता है। जब कोई पर्यटक विशेष रूप से खरीदारी त्योहार के मौसम के दौरान किसी गंतव्य पर आता है तो इससे होटल, परिवहन, भोजन आदि जैसे अन्य बुनियादी ढांचे में भी वृद्धि होती है।

© NSDC NOT TO BE REPUBLISHED

मनोरंजन (Entertainment)

मनोरंजन और मनोरंजन उद्योग में असंख्य गतिविधियाँ शामिल हैं जो पक्षी देखने और सामन मछली पकड़ने से लेकर घुड़सवारी, व्हाइटवाटर राफ्टिंग, गोल्फिंग, जंगल ट्रेकिंग और शैक्षिक यात्राओं से लेकर मनोरंजक स्टॉप तक हैं। आकार के बावजूद, इन स्थानों को लोगों को उपहार की दुकानों और रेस्टोरेंट में काम करने के साथ-साथ सुविधाओं को बनाए रखने, संचालन का प्रबंधन करने और आकर्षण को बढ़ावा देने में मदद की आवश्यकता होती है। पर्यटन क्षेत्र के भीतर आकर्षण, साहसिक पर्यटन और मनोरंजन विभिन्न प्रकार के रोजगार के अवसर प्रदान करते हैं। मनोरंजन और मनोरंजन देश में सबसे तेजी से बढ़ता पर्यटन क्षेत्र होने की उम्मीद है।

आधारभूत संरचना (Infrastructure)

वस्तुओं और सेवाओं के लिए पर्यटक अवसंरचना की मांग और ऐसी सेवाएं प्रदान करने वाले प्रतिष्ठानों को पर्यटन उद्योग का हिस्सा माना जाता है। इसके अलावा, पर्यटन अवसंरचना में ऐसे प्रतिष्ठान भी शामिल हैं जिनके उत्पाद मुख्य रूप से आगंतुकों को बेचे जाते हैं, हालांकि वे पर्यटकों की खपत का एक बड़ा हिस्सा नहीं बनते हैं। बिजली, दूरसंचार, जल आपूर्ति, सड़क जैसे कई बुनियादी ढांचा क्षेत्र और कुछ उत्पादन क्षेत्र जैसे यात्रा की वस्तुएं, खेल उपकरण, फोटोग्राफिक सामग्री, दवाएं और सौंदर्य प्रसाधन इस श्रेणी में पर्यटन बुनियादी ढांचे के साथ शामिल हैं।

इस प्रकार पर्यटन के बुनियादी ढांचे में हवाई अड्डे, रेलवे, सड़कें, जलमार्ग, बिजली, पानी की आपूर्ति, जल निकासी, सीवरेज, ठोस अपशिष्ट निपटान प्रणाली और सेवाएं जैसे बुनियादी ढांचागत घटक शामिल हैं। इसके अलावा, आवास, रेस्टोरेंट, मनोरंजन सुविधाएं और खरीदारी सुविधाएं जैसी सुविधाएं भी पर्यटन इंफ्रास्ट्रक्चर के दायरे में आती हैं। इसलिए, पर्यटन अवसंरचना के सतत विकास की योजना में संतुलित तरीके से सभी पर्यटन सुविधाओं के साथ-साथ बुनियादी ढाँचे और सुविधाओं का एकीकृत विकास शामिल है।

पर्यटन अवसंरचना के विकास के लिए बुनियादी आवश्यकताएं हैं (The basic requirements for the development of Tourism Infrastructure are):

निवास स्थान (Accommodation)

- वन आवास (Forest lodges)
- तम्बू आवास (Tented accommodation)
- पर्यटक परिसर / पर्यटक लॉज (Tourist complexes / tourist lodges)
- सड़क के किनारे की सुविधाएं (Wayside amenities)
- रेस्टोरेंट (Restaurants)
- पर्यटक स्वागत केंद्र (Tourist reception centers)
- तीर्थ केंद्रों पर तीर्थयात्री शेड/शयनगृह आदि

पर्यटक परिवहन (Tourist transport):

- वन्य जीवन देखने के लिए मिनी बसें, जीप, हाथी आदि
- जल परिवहन के लिए क्रूज बोट, फेरी लॉन्चर आदि
- चयनित सर्किटों में पर्यटक कोच
- विशेष पर्यटक ट्रेनें

लिंकेज (Linkages)

मूल रूप से, एक ट्रैवल एजेंसी दो प्रकार के ग्राहकों की सेवा करती है: व्यापारिक यात्री और अवकाश यात्री।

संयोग से, इन पर्यटकों की आवश्यकताएं अलग-अलग हैं और एक एजेंसी को उनकी जरूरतों को पूरा करने के लिए प्रमुख आपूर्तिकर्ताओं से संबंधित घटकों को इकट्ठा करना या खरीदना पड़ता है। अनिवार्य रूप से, ट्रैवल एजेंसियां, एयरलाइंस, होटल, कार किराए पर लेने, बैंकों, बीमा कंपनियों, रेलवे, सरकार, व्यापार संघों, विदेशी टूर ऑपरेटरों और यात्रा के साथ घनिष्ठ संबंध बनाए रखती हैं; एजेंटों, ग्राउंड ऑपरेटरों, क्रूज कंपनियों और पर्यटन शिक्षण संस्थानों के आंकड़े देखें - इन उपक्रमों की एक संक्षिप्त चर्चा।

पर्यटन उद्योग के विकास को प्रभावित करने वाले कारक (Factors affecting the development of the tourism industry)

कई देशों में, तेजी से विकसित और विकसित, पर्यटन उद्योग, अपने विशाल भौतिक आधार के साथ, लाखों लोगों को रोजगार प्रदान करता है और अर्थव्यवस्था के लगभग सभी क्षेत्रों के साथ बातचीत करता है। आज, सकल आय पर पर्यटन दुनिया में तेल के बाद दूसरा सबसे बड़ा और रोजगार प्रदान करने वाला दुनिया का सबसे बड़ा पर्यटन है।

पर्यटन के विकास को प्रभावित करने वाले कारक शामिल हो सकते हैं

- राजनैतिक दर्जा (Political status)
- आर्थिक विकास (Economic development)
- तकनीकी उन्नति (Technological advancemen)
- सामाजिक कारक (Social factor)
- जनशक्ति की संस्कृति और साक्षरता (Culture & literacy of the manpower)
- परिवहन विकास (Transport development)
- प्राकृतिक संसाधन - वनस्पतियों और जीवों की समृद्धि (Natural resources - Richness of fl ora & fauna)
- अवसंरचनात्मक विकास (Infrastructural development)

पर्यटन के तीव्र विकास के कारण (Causes of rapid development of tourism)

वर्तमान काल में पर्यटन के तीव्र विकास का मुख्य कारण है

राजनीतिक (Political): दुनिया का एक बड़ा हिस्सा शांतिपूर्ण संबंधों में शामिल है, और दुनिया पर्यटन के विकास के लिए एक आवश्यक शर्त है।

आर्थिक (Economic): विकसित देशों में आय वृद्धि उन्हें यात्रा पर पैसा खर्च करने की अनुमति देती है। इसी तरह की प्रक्रियाएं विकासशील देशों में हो रही हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

सामाजिक (Social): श्रम प्रक्रिया की गहनता के साथ-साथ शहरीकरण और तकनीकी प्रगति के कारण सभी को काम करने पर मनोवैज्ञानिक तनाव में वृद्धि। विकसित देशों में, छुट्टियों की औसत लंबाई और छुट्टी की अवधि में वृद्धि, औसत मानव जीवन काल में वृद्धि करती है। यह सब अवकाश यात्रा की बढ़ती मांग को पूरा करना संभव बनाता है।

संस्कृति और शिक्षा का प्रसार (Dissemination of culture and education): सांस्कृतिक स्तर को ऊपर उठाना हमेशा रुचि पैदा करता है और अपने क्षेत्र और देश के साथ-साथ अन्य राष्ट्रों और सभ्यताओं के ज्ञान में वृद्धि करता है।

परिवहन के विकास में प्रगति (Advances in the development of transport): लंबी दूरी पर छोटी यात्राओं की संभावना बढ़ जाती है। परिवहन में सेवा के बेहतर मानक, जो यात्रियों और पर्यटकों के लिए अधिक आरामदायक होते जा रहे हैं।

योजना के प्रकार- EP, CP, AP, MAP और उनका किराया और कर (Types of Plan- EP, CP, AP, MAP and their Rent & Taxes)

एक होटल सामान्य रूप से न्यूनतम-मध्यम-अधिकतम के बीच दरों की एक मूल्य सीमा विकसित करता है। ये दरें प्रतिस्पर्धा का मूल्यांकन करके और परिचालन लागत और निवेश को पूरा करने के लिए कमरे के राजस्व से आवश्यक योगदान का निर्धारण करके तय की जाती हैं, मध्यम दर को अक्सर रैक दर के रूप में उद्दत किया जाता है।

हालांकि रैक दर मौसम के आधार पर अधिकतम दर या न्यूनतम दर के आधार पर बदल सकती है, इसके अलावा उपरोक्त आरक्षण एजेंट निश्चित मूल्य योजनाओं द्वारा कमरे बुक करते हैं। एक योजना कमरे और भोजन का एक पैकेज प्रस्ताव है। दौरे के दौरान कुछ मेहमानों के पास खाने के लिए कई विकल्प होते हैं, जिसमें दोस्तों और ग्राहकों द्वारा मनोरंजन किया जाना, काम की जगह के करीब रेस्टोरेंट **(restaurants)** में खाना शामिल है।

1 यूरोपीय प्लान। (EP) इस योजना में केवल बिस्तर की पेशकश की जाती है।

2 इस प्लान में ब्रेक फास्ट के साथ कॉन्टिनेंटल प्लान (CP) बेड ऑफर किया जाता है।

3 अमेरिकन प्लान (AP) इस प्लान में बेड, ब्रेकफास्ट लंच, डिनर ऑफर किया जाता है।

4 मॉडिफाइड अमेरिकन प्लान (MAP) इस प्लान में बेड, ब्रेकफास्ट, लंच या डिनर ऑफर किया जाता है।

5 बिस्तर और नाश्ता

कमरे और अंग्रेजी नाश्ते के लिए शुल्क। व्यावसायिक अधिकारी यूरोपीय प्लान को पसंद करते हैं क्योंकि वे अक्सर व्यापार ग्राहकों द्वारा "मजे और खाए जाते हैं" उन्हें अपने ग्राहकों के साथ ऐसा ही करना पड़ता है। समूह MAP को पसंद करते हैं जो उन्हें अपनी यात्रा के उद्देश्य से जाने से पहले नाश्ता खाने में सक्षम बनाता है, चाहे वह दर्शनीय स्थल हो या सम्मेलन या प्रशिक्षण कार्यक्रम आदि। वे दिन के अंत में भोजन पर वापस जाना पसंद करते हैं। छुट्टियों के निर्माताओं द्वारा एक अमेरिकी प्लान का चयन किया जाता है जो आनंद लेना चाहते हैं और खाना पकाने के काम से दूर रहना चाहते हैं। यह योजना अक्सर रिसॉर्ट्स में पाई जाती है। महाद्वीपीय योजना यूरोप में पाई जाती है जिसका उपयोग महाद्वीपीय शैली के नाश्ते के लिए किया जाता है। बिस्तर और नाश्ता एक ब्रिटिश अवधारणा है जिसमें हार्दिक अंग्रेजी नाश्ते वाले कमरे शामिल हैं।

विभिन्न होटलों द्वारा लिया जाने वाला किराया और कर होटल की नीति पर निर्भर करता है। आमतौर पर इन दिनों तमिलनाडु 12.5% टैक्स वसूलता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

पर्यटन और पर्यटन विभाग में सरकार की भूमिका (Role of government in tourism & tourist department)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **ITDC के रोल और कार्यों को समझें**
- **राज्य सरकार के पर्यटन विभाग, कार्यों और उत्तरदायित्व के बारे में जानकारी प्राप्त करें**
- **राज्य पर्यटन विकास निगम की भूमिका को जानें**
- **राज्य सरकार के पर्यटन विभाग की संगठनात्मक संरचना का अध्ययन करें।**

ITDC अक्टूबर 1966 में अस्तित्व में आया और देश में पर्यटन के प्रगतिशील विकास, प्रचार और विस्तार में प्रमुख प्रेरक रहा है। मोटे तौर पर, निगम के मुख्य उद्देश्य हैं;

- मौजूदा होटलों और बाजार होटलों, बीच रिसॉर्ट्स, यात्रियों का निर्माण, अधिग्रहण और प्रबंधन करना।
- परिवहन, मनोरंजन, खरीदारी और पारंपरिक सेवाएं प्रदान करना;
- पर्यटन प्रचार सामग्री का उत्पादन, और वितरण करना;
- भारत और विदेशों में परामर्श-सह-प्रबंधकीय सेवाएं प्रदान करना;
- Full-Fledged Money Changers (FFMC), प्रतिबंधित मनी चेंजर्स आदि के रूप में व्यवसाय को जारी रखना;
- परामर्श और परियोजना कार्यान्वयन प्रदान करने सहित पर्यटन विकास और इंजीनियरिंग उद्योग की जरूरतों के लिए नवीन, भरोसेमंद और पैसे के लिए मूल्य समाधान प्रदान करना।

निगम पर्यटकों के लिए विभिन्न स्थानों पर होटल, रेस्टोरेंट चलाने के साथ ही परिवहन सुविधा भी उपलब्ध करा रहा है। इसके अलावा, निगम पर्यटन प्रचार साहित्य के उत्पादन, वितरण और बिक्री में लगा हुआ है और पर्यटकों को मनोरंजन और शुल्क मुक्त खरीदारी की सुविधा प्रदान करता है। कॉर्पोरेशन ने फुल-फ्लेज्ड मनी चेंजर (FFMC) सेवाओं, इंजीनियरिंग से संबंधित परामर्श सेवाओं आदि जैसे नए रास्ते/नवीन सेवाओं में विविधता लाई है। निगम का अशोक इंस्टीट्यूट ऑफ हॉस्पिटैलिटी एंड टूरिज्म मैनेजमेंट पर्यटन और आतिथ्य के क्षेत्र में प्रशिक्षण और शिक्षा प्रदान करता है।

वर्तमान में, ITDC के पास 8 अशोक ग्रुप ऑफ़ होटल्स, 5 ज्वाइंट वेंचर होटल्स, 1 रेस्टोरेंट, 11 ट्रांसपोर्ट यूनिट्स, एक टूरिस्ट सर्विस स्टेशन, एयरपोर्ट्स और सीपोर्ट्स पर 9 ड्यूटी फ्री शॉप्स और दो साउंड एंड लाइट शो का नेटवर्क है।

इसके अलावा, ITDC पर्यटन विभाग की ओर से भरतपुर में एक होटल और कोसी में एक रेस्टोरेंट का प्रबंधन भी कर रहा है। इसके अलावा, यह वेस्टर्न कोर्ट, विज्ञान भवन और हैदराबाद हाउस, नई दिल्ली में खानपान सेवाओं का प्रबंधन भी कर रहा है।

यात्रा समाधान (Travel Solutions)

अशोक ट्रेवल्स एंड टूर्स (ATT) भारत में सबसे बड़े ट्रैवल और टूर ऑपरेटरों में से एक है, जो इनबाउंड और आउटबाउंड टूरिस्ट ट्रैफिक के लिए अद्वितीय यात्रा संबंधी सेवाएं और आकर्षक पैकेज प्रदान करता है। आतिथ्य उद्योग में 40 से अधिक वर्षों के अनुभव के साथ।

ATT एक IATA अनुमोदित एजेंसी है और TAAI, IATO, JATAASTA और PATA जैसे राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय यात्रा और पर्यटन संगठनों की सदस्य है।

ATT पूरे भारत के महत्वपूर्ण पर्यटन स्थलों जैसे दिल्ली, मुंबई, चेन्नई, बैंगलोर, कोलकाता, वाराणसी, औरंगाबाद, हैदराबाद, गुवाहाटी, पटना और रांची से संचालित होता है। वर्षों की विशेषज्ञता वाले पेशेवरों द्वारा संचालित, ATT उत्कृष्टता सुनिश्चित करने के लिए शानदार-व्यक्तिगत सेवाएं प्रदान करता है।

हमारी व्यापक सेवाओं को हर मिनट के विवरण को ध्यान में रखते हुए अधिकतम दक्षता के साथ क्रियान्वित किया जाता है। ATT आपको बड़े आराम और आसानी के साथ भारत और दुनिया भर में ले जाता है। आओ और एक रंगीन भारत की गर्मी का अनुभव करें।

ITDC वाले चिकित्सा रोगियों के लिए विशेष सहायता (Special Assistance for Medical Patients with ITDC)

- हवाई अड्डे पर हमारे अनुभवी कर्मचारियों से मिलें और सहायता करें।
  उच्चतम संभव चिकित्सा उपचार के साथ संयुक्त उच्चतम स्तर की सेवा की सुविधा के लिए प्रमुख अस्पतालों के साथ मजबूत संबंध।
- ATT ग्राहक और अस्पताल/क्लिनिक के बीच जानकारी का माध्यम होगा और ग्राहक के साथ काम करेगा ताकि उनकी विशेष चिकित्सा जरूरतों को पूरा करने के लिए सर्वोत्तम सुविधाओं और कर्मचारियों का निर्धारण किया जा सके।
- वैकल्पिक विस्तार जिसमें आयुर्वेद, योग और ध्यान के सर्वोत्तम निर्देशित आहार शामिल हैं, जो चिकित्सा को गति देते हैं और मन और शरीर को एक साथ लाते हैं।
- अस्पताल के पास परिवार के सदस्यों के लिए आवास ताकि वे मरीजों तक आसानी से पहुंच सकें।
- रोगी और उनके यात्रा करने वाले साथीयों के लिए छुट्टियों के लिए सुविधा प्रदान करने वाले भारत के अन्वेषणों का समन्वय करने के लिए घनिष्ठ सहयोग।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

राज्य सरकार के पर्यटन विभाग और पर्यटन निगमों की भूमिका (Role of State Government Tourist Department & Tourism Corporations)

राज्य पर्यटन विभाग (State tourism department)

राज्य पर्यटन में सचिवालय में पर्यटन विभाग और राज्य में पर्यटन क्षेत्र के विकास के लिए नीतियां बनाने और कार्यक्रमों को लागू करने के लिए पर्यटन निदेशालय शामिल है।

पर्यटन विकास निगम (Tourism Development Corporation)

पर्यटन विकास निगम एक राज्य के स्वामित्व वाला सार्वजनिक क्षेत्र का उपक्रम है जो निजी क्षेत्र को प्रदर्शन प्रभाव प्रदान करने के लिए नए उद्यम शुरू करने और नई योजनाओं को नया करने के लिए है। इस भूमिका को निभाने में, राज्य पर्यटन विभिन्न अन्य सरकारी विभागों और एजेंसियों और निजी क्षेत्र की गतिविधियों का समन्वय करता है।

TDC होटल, यूथ हॉस्टल, रेस्टोरेंट, टूर, बोट हाउस, टेलिस्कोप हाउस को निजी क्षेत्र के लिए व्यवसायिक प्रस्ताव के नए क्षेत्र के रूप में अनुकरण करने के लिए अग्रदूत के रूप में संचालित कर रहा है।

पर्यटन मंत्रालय की भूमिका (Role of tourism ministry)

राज्य में पर्यटन के विकास के लिए नोडल एजेंसी के रूप में, विभाग निजी निवेश को उत्प्रेरित करने, प्रचार और विपणन प्रयासों को मजबूत करने और क्षेत्र में प्रशिक्षित जनशक्ति संसाधन उपलब्ध कराने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। इस संदर्भ में, सचिवालय विभाग निम्नलिखित मुख्य कार्यों को संभालता है:

i सभी नीतिगत मामले जिनमें शामिल हैं:
- a विकास नीतियां (Development Policies)
- b प्रोत्साहन (Incentives)
- c जनशक्ति विकास (Manpower Development)
- d विकास रणनीतियाँ (Growth Strategies)

ii योजना (Planning)

iii विनियमन (Regulation):
- a मानक (Standards)
- b दिशानिर्देश (Guidelines)

iv अवसंरचना और उत्पाद विकास (Infrastructure and Product Development):
- a केंद्रीय और राज्य सहायता
- b पर्यटन उत्पादों का वितरण

v अनुसंधान, विश्लेषण, निगरानी और मूल्यांकन

vi विधान और विधानसभा कार्य (Legislation and Assembly Work)

vii स्थापना मामले (Establishment Matters)

viii कार्यालय के क्षेत्र के कामकाज की समग्र समीक्षा

ix VIP References

x बजट समन्वय और निगरानी (Budget Co-ordination and Monitoring)

xi कल्याण, शिकायत और प्रोटोकॉल (Budget Co-ordination and Monitoring)

ज़िम्मेदारी (Responsibility)

पर्यटन निदेशालय निम्नलिखित कार्यों के लिए उत्तरदायी है:

i फील्ड कार्यालयों से फीडबैक प्रदान करके नीतियों के निर्माण में सहायता

ii योजना परियोजनाओं की निगरानी और योजना तैयार करने में सहायता करना

iii क्षेत्रीय कार्यालयों की गतिविधियों का समन्वय करना और उनका पर्यवेक्षण करना

iv निरीक्षण और गुणवत्ता नियंत्रण:
- a गाइड सेवा
- b शिकायतें और निवारण

v अवसंरचना विकास (Infrastructure Development)
- a प्रोत्साहन की रिलीज
- b पर्यटक सुविधा और सूचना
- c फील्ड प्रचार, प्रचार और विपणन
- d आतिथ्य कार्यक्रम
- e सम्मेलन और सम्मेलन

vi मानव संसाधन विकास (Human Resource Development)
- a संस्थान
- b मानक और दिशानिर्देश निर्धारित करना

vii प्रचार और विपणन (Publicity and Marketing):
- a नीति
- b मीडिया योजना
- c रणनीतियाँ
- d समन्वय
- e पर्यवेक्षण

viii विधानसभा कार्य के लिए सहायता (Assistance for Assembly work)

ix अधिकारियों को छोड़कर पर्यटन निदेशालय के स्थापना मामले और जिन्हें सचिव और मंत्री के अनुमोदन की आवश्यकता है

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

राज्य पर्यटन विभाग का संगठनात्मक चार्ट

↓

सरकार के सचिव

↓

पर्यटन निदेशालय

↓

पर्यटन विकास निगम

↓

पर्यटन निदेशक / अध्यक्ष

↓

संयुक्त निदेशक / प्रबंध निदेशक

↓

उप महानिदेशक प्रबंधक

↓

महाप्रबंधक (वित्त) सहायक निदेशक / प्रबंधक

↓

पर्यटक अधिकारी

प्रकाशन अधिकारी

लेखा अधिकारी

↓

अनुबंध (Annexure) - III

पर्यटक कार्यालय (Tourist offices)

पर्यटक कार्यालय :- तमिलनाडु के भीतर

1 अरियालुर	12 मदुरै	23 तिरुवन्नामलाई
2 चेन्नई	13 मामल्लपुरम	24 तिरुवल्लुर
3 कोयम्बटूर	14 नमक्कल	25 तिरुवरूर
4 चिदंबरम	15 पूम्पुहर	26 थेनी
5 धर्मपुरी	16 पुदुकोट्टई	27 थूथुकुडी
6 इरोड	17 पेरम्बलुर	28 तिरुपुर
7 कराईकुडी	18 रामेश्वरम	29 उधगमंडलम
8 कोडाइकनाल	19 सलेम	30 वेल्लोर
9 कन्याकुमारी	20 तिरुचिरापल्ली	31 विरुधुनगर
10 कृष्णागिरी	21 तिरुनेलवेली	32 विल्लुपुरम
11 करूर	22 तंजावुर	

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

पर्यटक कार्यालय - तमिलनाडु के बाहर (Tourist offices – Outside Tamil Nadu)

1 आगरा

2 जयपुर

3 कोलकाता

4 मुंबई

5 नई दिल्ली

6 पणजी (गोवा)

तमिलनाडु में पर्यटक सूचना केंद्र (Tourist information centres in TamilNadu)

हवाई अड्डों पर

1 चेन्नई (अंतरराष्ट्रीय टर्मिनल)

2 चेन्नई (घरेलू टर्मिनल)

3 कोयम्बटूर

4 मदुरै

रेलवे स्टेशनों पर

1 चेन्नई एग्मोर

2 कोयम्बटूर

3 मदुरै

4 तिरुचिरापल्ली

5 तिरुचिरापल्ली

6 थूथुकुडी

7 सलेम

at Bus stands

1 चेन्नई (मेट्रोपॉलिटन बस टर्मिनस, कोयम्बेडु)

at other places

1 गुडलुर (नीलगिरी जिला)

2 कोयंबटूर

3 मदुरै

4 Thiruchirappalli

पर्यटक सूचना केंद्र तमिलनाडु के बाहर

S.No	स्थान	राज्य
1	रेलवे जंक्शन, बेंगलुरु	कर्नाटक
2	हैदराबाद	तेलंगाना
3	तिरुवनंतपुरम	केरल
4	अहमदाबाद	गुजरात
5	भुवनेश्वर	ओडिशा

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

राष्ट्रीय व्यापार संघ और अंतरराष्ट्रीय संगठन (National trade association & international organisation)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

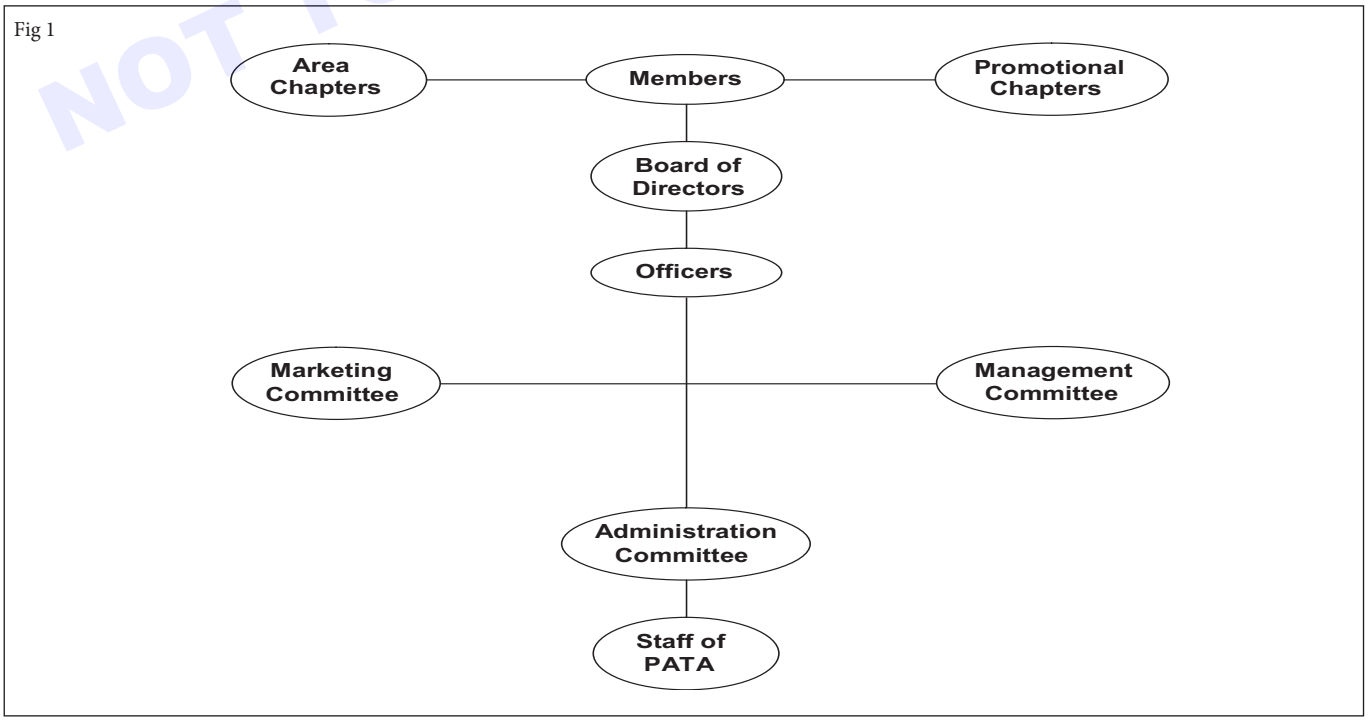
- **PATA के अध्यायों का वर्णन करें**
- **IATA और ICAO को परिभाषित करें**
- **IATA के कार्यों का वर्णन करें**
- **TAAI के बारे में जानें**
- **FHRAI के कार्यों और लाभों का वर्णन करें**
- **ATOT के कार्यों को समझें और उनका वर्णन करें**
- **विभिन्न यात्रा व्यापार संक्षिप्त नाम सीखें**
- **एडवेंचर टूर ओपेशन एसोसिएशन (ATOT)**

पैसिफिक एशिया ट्रैवल एसोसिएशन (PATA) (Pacific asia travel association (PATA))

पैसिफिक एशिया ट्रैवल एसोसिएशन (PATA) की स्थापना वर्ष 1951 में एक गैर-लाभकारी संस्था के रूप में की गई थी, जो प्रशांत क्षेत्र में एक अवकाश भूमि के रूप में रुचि को प्रोत्साहित करती है। इसे पैसिफिक गंतव्यों के लिए और उनके बीच यात्रा को विकसित करने, बढ़ावा देने और सुविधा प्रदान करने के लिए भी बनाया गया था। एसोसिएशन के 44 संस्थापक सदस्य थे। संस्थापक, लोरिन थर्स्टन होनोलूलू में एक प्रमुख समाचार पत्र प्रकाशक थे। PATA का पहला सम्मेलन जनवरी, 1952 में होनोलूलू में आयोजित किया गया था और इसका मुख्यालय 1953 में सैन फ्रांसिस्को, संयुक्त राज्य अमेरिका में स्थापित किया गया था। इसका यूरोप के लिए अपना निदेशक है जो लंदन में स्थित है और यूरोपीय बाजारों से प्रशांत क्षेत्र में यातायातको बढ़ावा देने के लिए काम करता है। PATA का पहला एशियाई कार्यालय मनीला, फिलीपींस में 1976 में खोला गया था।

PATA एक गैर-लाभकारी संगठन है, जिसकी स्थापना भारत सहित प्रशांत क्षेत्र और दक्षिण-पूर्व एशियाई क्षेत्र के भीतर और भीतर यात्रा को विकसित करने, बढ़ावा देने और सुविधा प्रदान करने के उद्देश्य से की गई है। यह संयुक्त राज्य अमेरिका में भी संचालित होता है। संगठन बड़ी संख्या में देशों से यात्रा व्यापार के सभी पहलुओं में शामिल लोगों के लिए बैठक बिंदु प्रदान करता है। यह सदस्य देशों में यात्रा के अवसरों पर ध्यान केंद्रित करता है और उन देशों में यात्रा व्यापार के बीच जागरूकता पैदा करता है, जहां से पर्यटक पर्यटन करते हैं। इसका मुख्य सिद्धांत यह है कि पूरे यात्रा उद्योग को आनंद यात्रा के बढ़ते प्रवाह को विकसित करने के लिए मिलकर काम करना चाहिए, जिससे प्रत्येक सदस्य कुल व्यवसाय का एक अच्छा हिस्सा प्राप्त करेगा, (Fig 1) PATA के संगठन चार्ट को दिखाता है।

Fig 1



© WMI NOT TO BE REPUBLISHED

PATA की गतिविधियां (Activities of the PATA)

PATA की गतिविधियों में छोटे और नव निर्मित स्थलों को उनके बुनियादी ढांचे को विकसित करने में सहायता करना, विशेषज्ञता प्रदान करना और समूह यात्रा योजनाओं, गंतव्यों, होटल संचालन और छूट की योजना बनाना शामिल है। यह पर्यटन संचालन और छूट के क्षेत्र में जानकारी और व्यावहारिक अनुभव प्रदान करता है। यह पर्यटन के क्षेत्र में जानकारी और व्यावहारिक अनुभव प्रदान करता है। PATA के वार्षिक सम्मेलन और इसकी कार्यशालाएं इसके सदस्यों को अपने विचारों को साझा करने और पर्यटन को बढ़ावा देने के बारे में विचारों का आदान-प्रदान करने के लिए अधिक अवसर प्रदान करती हैं। PATA के कर्मचारी विपणन और अनुसंधान के अपने संबंधित क्षेत्रों के विशेषज्ञ हैं और नियमित रूप से दूसरों के साथ सूचनाओं का आदान-प्रदान करते हैं। यात्रा अनुसंधान, विपणन, प्रशिक्षण कार्यक्रम और सेवाओं का विकास इस विश्व स्तर पर ज्ञात संगठन के परिचालन विस्तार का एक हिस्सा है।

PATA एक पत्रिका, प्रशांत यात्रा समाचार प्रकाशित करता है। सभी थोक और खुदरा ट्रैवल एजेंट इसे प्रशांत पर आधिकारिक सामग्री का एक महत्वपूर्ण स्रोत मानते हैं। हाल ही में, PATA ने पैसिफिक एरिया डेस्टिनेशन हैंडबुक का पहला संस्करण तैयार किया है, जो यात्रा सेवाओं की योजना और बिक्री के लिए आवश्यक सभी डेटा को संकलित करता है। यह अपनी होटल निर्देशिका और यात्रा गाइड भी प्रकाशित करता है, जो प्रशांत क्षेत्र में होटल, रिसॉर्ट और यात्रा सेवाओं के बारे में डेटा देता है।

PATA की सदस्यता (Membership of the PATA)

PATA में सदस्यता की 9 श्रेणियां हैं - सक्रिय सरकार, सहयोगी सरकार, सक्रिय वाहक, सहयोगी वाहक, सक्रिय उद्योग, संबद्ध, संबद्ध सहयोगी, सहयोगी बनाए रखना। प्रशांत क्षेत्र में पूर्ण या आंशिक रूप से किसी भी देश, क्षेत्र या राजनीतिक विभाजन की सक्रिय सरकार। सहयोगी सरकार के सदस्यों में कोई भी संगठन शामिल होता है जो पर्यटन के घरेलू या विदेशी प्रचार की जिम्मेदारी लेता है, जैसा कि किसी भी राष्ट्र, क्षेत्र या राजनीतिक प्रभाग की सरकार द्वारा नामित किया जाता है, जो या तो प्रशांत क्षेत्र के बाहर या भीतर स्थित है, लेकिन विदेशी के लिए नामित प्राथमिक आधिकारिक संगठन नहीं है। यात्रा का प्रचार, या सक्रिय सरकारी सदस्यता के लिए आवश्यक अन्य मानदंडों को पूरा नहीं करना। सक्रिय वाहक सदस्यों में किसी भी सरकार द्वारा मान्यता प्राप्त, पंजीकृत या प्रमाणित वायु या स्टीमशिप लाइन ऑपरेटिंग वाहन होते हैं जिनमें बारह यात्रियों से अधिक की व्यक्तिगत यात्री क्षमता होती है और प्रशांत क्षेत्र में और उसके भीतर नियमित अनुसूचित सामान्य कैरिज यात्री सेवा प्रदान करते हैं।

संबद्ध वाहक सदस्यों में कोई भी सरकार द्वारा मान्यता प्राप्त यात्री-वाहक परिचालन वाहन शामिल होते हैं, जिनमें से प्रत्येक में: (a) 12 या उससे कम यात्रियों की यात्री क्षमता होती है और नियमित अनुसूचित सामान्य कैरिज यात्री सेवा प्रदान करता है; या (b) 12 यात्रियों से अधिक यात्री क्षमता लेकिन सक्रिय वाहक सदस्यों के लिए निर्धारित नियमित सामान्य कैरिज आधार पर यात्री सेवा प्रदान नहीं करना। सक्रिय उद्योग के सदस्यों में प्रबंधन प्राधिकरण वाले होटल संगठन शामिल होते हैं, जो एक या एक से अधिक प्रशांत क्षेत्रों में कुल 1,000 या अधिक अतिथि कमरों के साथ एक या एक से अधिक होटल, हवाई या जहाज परिवहन को छोड़कर टूर ऑपरेटर संगठनों के लिए महज बिक्री, विज्ञापन आरक्षण और दिशा से अलग होते हैं। संबद्ध सदस्यों में ट्रैवल एजेंसियां, टूर ऑपरेटर, होटल प्रतिनिधि और फर्म शामिल हैं जो प्रशांत यात्रा उद्योग के विभिन्न क्षेत्रों के सामान्य एजेंट हैं या उनका प्रतिनिधित्व करते हैं। संबद्ध सहयोगी सदस्यों में संबद्ध सदस्य ट्रैवल एजेंसी या टूर ऑपरेटर के शाखा कार्यालय शामिल होते हैं। एसोसिएट सदस्यों में संचार मीडिया, मीडिया प्रतिनिधि, विज्ञापन, जनसंपर्क और प्रशांत यात्रा में रुचि रखने वाली शोध एजेंसियों जैसे अलग-अलग संचालन संगठन शामिल हैं। स्थायी सदस्यों में वे संगठन, फर्म या व्यक्ति शामिल होते हैं जिनके वाणिज्यिक या सांस्कृतिक उद्देश्य आगे चलकर संघ के उद्देश्यों में योगदान करेंगे।

PATA का नियंत्रण सक्रिय सरकार, वाहक और उद्योग के सदस्यों में निहित है। सक्रिय सरकार या सक्रिय कैरियर सदस्यता के लिए अर्हता प्राप्त करने वाले संगठनों को इसकी सदस्यता प्राप्त करने का अधिकार है। उन्हें प्रायोजन की आवश्यकता नहीं है और उनसे अनुरोध किया जाता है कि वे निदेशक मंडल को सूचना के कुछ सेट प्रदान करें। अन्य सभी श्रेणियों में सदस्यता निदेशक मंडल के विवेक पर है। बोर्ड चाहता है कि संगठन पात्रता के लिए कुछ दिशानिर्देशों का पालन करे। यह भी मांग करता है कि PATA के सदस्यों की कुछ श्रेणियां नए आवेदक को प्रायोजित करती हैं और इसके लिए ज़मानत देती हैं।

इसमें 50 से अधिक देशों की सदस्यता है। इसके अलावा, इसमें 50 से अधिक राज्य और स्थानीय पर्यटन निकाय, 65 एयरलाइंस और क्रूज लाइनें और 2,000 से अधिक यात्रा उद्योग कंपनियां हैं। PATA की अध्याय सदस्यता में दुनिया भर में स्थित 79 PATA अध्यायों में 17,000 से अधिक यात्रा पेशेवर शामिल हैं।

भारत 1957 से PATA का एक सहयोगी सदस्य था। वह 1964 में एसोसिएशन का पूर्ण रूप से सक्रिय सदस्य बन गया।

PATA के सक्रिय सदस्यों की सूची (List of active members of the PATA)

PATA के सदस्यों की 5 श्रेणियां हैं। ये हैं- सक्रिय सरकारें, सक्रिय उद्योग, सक्रिय वाहक, सहयोगी वाहक और अंत में सहयोगी सरकारें। इस खंड में, हम प्रत्येक श्रेणी के सभी घटकों की सूची संलग्न कर रहे हैं।

PATA के तहत सक्रिय सरकारें (Active governments under the PATA)

- अमेरिकी समोआ पर्यटन कार्यालय।
- ऑस्ट्रेलियाई पर्यटक आयोग।
- बांग्लादेश परजतन निगम।
- चीन गणराज्य के पर्यटन ब्यूरो।
- कुक द्वीप पर्यटन प्राधिकरण।
- फिजी आगंतुक ब्यूरो।
- गुआम आगंतुक ब्यूरो।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- हवाई, योजना और आर्थिक विकास विभाग।
- हांगकांग पर्यटक संघ।
- भारत, पर्यटन विभाग।
- इंडोनेशिया, पर्यटन महानिदेशालय।
- जापान राष्ट्रीय पर्यटन संगठन।
- किरिबाती, प्राकृतिक संसाधन विकास मंत्रालय।
- कोरिया राष्ट्रीय पर्यटन निगम।
- मकाऊ, सूचना और पर्यटन विभाग।
- मलेशिया का पर्यटन विकास निगम।
- मेक्सिकन राष्ट्रीय पर्यटक परिषद।
- माइक्रोनेशिया, विकास सेवा विभाग।
- नेपाल, पर्यटन विभाग।
- न्यू कैलेडोनिया, ऑफिस डू टूरिज्म।
- न्यूजीलैंड सरकार पर्यटन और प्रचार विभाग।
- पाकिस्तान, संस्कृति और पर्यटन मंत्रालय।
- पापुआ न्यू गिनी, पर्यटन कार्यालय।
- फिलीपींस, पर्यटन मंत्रालय।
- सिंगापुर टूरिस्ट प्रमोशन बोर्ड।
- सोलोमन द्वीप पर्यटक प्राधिकरण।
- श्रीलंका, श्रीलंका पर्यटक बोर्ड।
- ताहिती पर्यटक विकास बोर्ड।
- थाईलैंड, पर्यटन प्राधिकरण टोंगा आगंतुक ब्यूरो
- संयुक्त राज्य यात्रा सेवा।
- रूस इंटूरिस्ट।
- वानुअतु पर्यटक सूचना ब्यूरो।
- पश्चिमी समोआ, आर्थिक विकास विभाग।

PATA के तहत सक्रिय उद्योग (Active industries under the PATA)

- अमेरिकन एक्सप्रेस कंपनी।
- हिल्टन इंटरनेशनल।
- होटल इंडोनेशिया इंटरनेशनल कॉर्पोरेशन लिमिटेड
- Unitours

PATA के तहत सक्रिय वाहक (Activecarriers under the pata)

- एरोवेन्स डी मेक्सिको।
- एयर इंडिया
- एयर लंका
- एयर नाउरू
- एयर न्यूजीलैंड
- एयर न्यूगिनी
- एयर प्रशांत
- सभी निप्पॉन एयरवेज
- अलोहा एयरलाइंस

  अमेरिकन एयरलाइंस
- ऑस्ट्रेलिया एयर लाइन्स की अंसेट एयरलाइंस
- बांग्लादेश बिमान
- बौराक इंडोनेशिया एयरलाइंस
- ब्रिटिश कैलेडोनियन एयरवेज लिमिटेड
- CP एयर
- कैथे पैसिफ़िक एयरवेज़।
- चीन एयरलाइंस।
- कोंडोर Flugdienst
- महाद्वीपीय एयरलाइंस
- डेल्टा स्टीमशिप लाइन्स
- डॉयचे लुफ्थांसा
- फिन एयर
- गरुड़ इंडोनेशियाई एयरवेज
- गल्फ एयर कंपनी
- हवाईअड्डा
- इंडियन एयरलाइंस
- जापान एयरलाइंस
- KLM रॉयल डच एयरलाइंस
- कोरियाई एयर
- मलेशियन एयरलाइंस सिस्टम
- मेरपाती नुसंतरा एयरलाइंस
- मेक्सिकाना एयरलाइंस
- नॉर्थवेस्ट ओरिएंट एयरलाइंस
- पाकिस्तान इंटरनेशनल एयरलाइंस
- पैन अमेरिकन वर्ल्ड एयरवेज

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- फिलीपीन एयरलाइंस
- क्रांटास एयरवेज लिमिटेड
- रॉयल नेपाल एयरलाइंस
- रॉयल वाइकिंग लाइन
- स्कैंडिनेवियाई एयरलाइंस सिस्टम
- सिंगापुर एयरलाइंस लिमिटेड
- सीतामार परिभ्रमण
- थाई एयरवेज इंटरनेशनल
- ट्रांसमेरिकल एयरलाइंस
- ट्रांस-ऑस्ट्रेलिया एयरलाइंस
- ट्रांस वर्ल्ड एयरलाइंस
- UTA फ्रेंच एयरलाइंस
- यूनाइटेड एयरलाइंस
- वेस्टर्न एयरलाइंस
- वर्ल्ड एयरवेज
- **PATA के सहयोगी वाहक (Associate carriers of the PATA)**
- अंसेट-पायनियर रोड पैसेंजर ग्रुप
- जापानी राष्ट्रीय रेलवे
- मध्य प्रशांत वायु
- **PATA की सहयोगी सरकारें (Associate governments of the PATA)**
- Anaheim विजिटर और कन्वेंशन ब्यूरो
- पर्यटन की ऑस्ट्रेलियाई स्थायी समिति
- बाली सरकार पर्यटन कार्यालय
- कैलिफोर्निया पर्यटन कार्यालय
- कैनबरा टूरिस्ट ब्यूरो (ऑस्ट्रेलिया)
- मध्य जावा प्रांतीय पर्यटन कार्यालय
- पूर्व जावा क्षेत्रीय पर्यटन विकास ब्यूरो
- Gangweon-do प्रांतीय सरकार (कोरिया)
- हवाई विजिटर ब्यूरो
- भारत पर्यटन विकास निगम
- जकार्ता महानगर पर्यटन बोर्ड
- केमेंटेरियन टेनागा राक्यत (मलेशिया)
- लॉन्ग बीच कन्वेंशन एंड टूरिज्म ब्यूरो
- कोरिया पर्यटन ब्यूरो, परिवहन मंत्रालय
- मारियानास विज़िटर्स ब्यूरो
- मेलबर्न पर्यटन प्राधिकरण
- न्यू साउथ वेल्स पर्यटन विभाग
- न्यूजीलैंड राष्ट्रीय यात्रा संघ
- उत्तरी क्षेत्र पर्यटक आयोग
- पहांग राज्य विकास निगम (मलेशिया)
- पिनांग राज्य सरकार
- फिलीपीन कन्वेंशन ब्यूरो
- फिलीपीन पर्यटन प्राधिकरण
- क्वींसलैंड पर्यटक और यात्रा निगम
- सबा पर्यटन संवर्धन निगम
- सारावाक पर्यटक विकास आयोग
- सियोल मेट्रोपोलिटन सरकार
- यात्रा अलबर्टा
- विक्टोरिया सरकार यात्रा प्राधिकरण
- पश्चिम जावा क्षेत्रीय पर्यटन कार्यालय

PATA के अध्याय (Chapters of the PATA)

पैसिफिक एशिया ट्रैवल एसोसिएशन के उद्देश्यों की पूर्ति में सहायता के लिए, निदेशक मंडल को दुनिया में किसी भी स्थान पर PATA चैप्टर की स्थापना को प्रोत्साहित करने और अधिकृत करने का अधिकार है। इस अवधारणा को 1965 में आगे बढ़ने की अनुमति दी गई थी। एक अध्याय का प्राथमिक उद्देश्य सतत शिक्षा कार्यक्रमों का संचालन करना और PATA सदस्यों को प्रशांत यात्रा में होने वाले बदलावों से अवगत कराना है। अध्याय काफी प्रचार कार्य भी करते हैं। वे अपने सदस्यों के लिए सामाजिक कार्यक्रम आयोजित करते हैं। अध्यायों के विशिष्ट उद्देश्य इस प्रकार हैं: -

प्रशांत क्षेत्र (Pacific Area) से संबंधित यात्रा के मुद्दों की बेहतर समझ और घनिष्ठ कार्य संबंध विकसित करने के लिए नियमित अंतराल पर PATA सदस्यों के प्रतिनिधियों को एक साथ लाने के लिए।

PATA के ढांचे के भीतर राष्ट्रीय और स्थानीय नीतियों को आगे बढ़ाने में सदस्यों द्वारा एकरूपता और संयुक्त कार्रवाई प्राप्त करने के लिए।

विशिष्ट PATA उद्देश्यों और परियोजनाओं को लागू करने के लिए।

PATA द्वारा अनुमोदित ऐसे मामलों को उपयुक्त सरकार और आधिकारिक संगठनों को पास करना और जब भी आवश्यक हो, उस पर कार्रवाई करना।

किसी भी PATA उद्देश्य पर आम तौर पर प्रक्रिया करने और अध्यायों के सदस्यों की राय प्राप्त करने के लिए।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

एक मंच प्रदान करने के लिए, जो अलग-अलग अध्याय सदस्यों को यात्रा बेचने और प्रशांत क्षेत्र (Pacific Area) के आगंतुकों को अधिक प्रभावी तरीके से सेवाएं प्रदान करने के लिए अपनी विभिन्न सौंपी गई जिम्मेदारियों को पूरा करने में सक्षम बनाता है।

PATA के 2 प्रकार के अध्याय हैं, अर्थात्, (a) क्षेत्र अध्याय और (b) प्रचार अध्याय। आठवें वार्षिक PATA सम्मेलन (1959) के दौरान कई संबद्ध और सहयोगी सदस्यों द्वारा PATA सदस्यों और उनके प्रतिनिधियों को प्रशांत में रखने के साधन के रूप में क्षेत्र के अध्यायों की कल्पना की गई थी, जो पूरे प्रशांत यात्रा उद्योग और गतिविधियों के बारे में बेहतर जानकारी देते थे। संगठन। इन अध्याय गतिविधियों में से कुछ ऐसे कार्यक्रम हैं जिनमें सुविधा, कर्मचारियों के प्रशिक्षण, आगंतुक सेवाओं में सुधार और क्षेत्रीय पर्यटक यातायात को विकसित करने के उद्देश्य से प्रचार आदि शामिल हैं। नौवें वार्षिक PATA सम्मेलन (1960) द्वारा प्रचार अध्यायों को बढ़ावा देने के साधन के रूप में अधिकृत किया गया था। प्राथमिकता वाले बाज़ार क्षेत्रों से पैसिफ़िक गंतव्यों तक आने वाले आगंतुक। ये यात्रा व्यापार और बिक्री कर्मियों के लिए नए विकास, सुविधाओं, सेवाओं, पर्यटन, शैक्षिक संगोष्ठियों आदि के बारे में भी जानकारी प्रदान करते हैं।

अध्याय PATA के शाखा कार्यालय नहीं हैं। एक अध्याय उच्चतम स्तर के अधिकारियों से बनता है जो स्थानीय पर्यटन उद्योग का प्रतिनिधित्व करते हैं। PATA में 80 सक्रिय अध्याय हैं। वार्षिक आधार पर दो से तीन नए अध्याय आयोजित किए जाते हैं।

PATA के कार्य (Functions of the PATA)

PATA के कार्य इस प्रकार हैं:-

- **प्रशांत यात्रा सम्मेलन और कार्यशाला (Pacific Travel Conference and Workshop):** हर साल पहले चार महीनों के दौरान, PATA अपने सदस्यों की प्रगति की समीक्षा करने, विचारों का आदान-प्रदान करने और भविष्य के कार्यक्रमों की योजना बनाने के लिए अपने सदस्यों का एक सम्मेलन आयोजित करता है। ये बैठकें दुनिया के विभिन्न क्षेत्रों में आयोजित की जाती हैं और बड़ी संख्या में प्रतिनिधियों को आकर्षित करती हैं। सम्मेलन मेजबान सरकार के लिए एक प्रचार उपकरण के रूप में भी कार्य करता है।
- **विपणन (Marketing):** एक लंबी दूरी का विपणन कार्यक्रम PATA के सभी प्रचार कार्यों का समन्वय करता है। इसमें शामिल हैं: (a) विज्ञापन, सार्वजनिकता और प्रचार (b) अनुसंधान और विकास। एसोसिएशन दुनिया भर में ट्रैवल एजेंटों और टूर ऑपरेटरों को बिक्री सहायता और बिक्री प्रचार सामग्री तैयार और वितरित करता है। PATA के उपभोक्ता विज्ञापन और बिक्री संवर्धन उपकरणों को बेचने के लिए एक व्यापार विज्ञापन कार्यक्रम ट्रैवल एजेंटों की ओर निर्देशित है। प्रशांत समाचार सेवा द्वारा समाचार पत्रों, पत्रिकाओं और रेडियो और टीवी नेटवर्क को साप्ताहिक समाचार विज्ञप्ति, विशेष फीचर कहानियां और तस्वीरें दी जाती हैं। एसोसिएशन अपने सदस्यों के लिए अनुसंधान संगोष्ठियों, शोध प्रस्तुतियों और तकनीकी सहायता कार्यक्रमों का भी आयोजन करता है। प्रशांत यात्रा डेटा का संग्रह, विश्लेषण और प्रसार भी एसोसिएशन के महत्वपूर्ण कार्य हैं।

PATA और भारत (The PATA and india)

भारत को 1957 में पैसिफिक एशिया ट्रैवल एसोसिएशन (PATA) के सहयोगी सरकारी सदस्य के रूप में भर्ती किया गया था। सरकार के विशिष्ट अनुरोध के बाद, भारत और अन्य दक्षिण एशियाई देशों को एसोसिएट गवर्नमेंट मेंबर बनने में सक्षम बनाने के लिए PATA के संविधान में उपयुक्त संशोधन किया गया था। 1964 में, जकार्ता में, भारत एसोसिएशन का एक सक्रिय सदस्य बन गया। PATA का गठन केवल प्रशांत देशों में यातायात को बढ़ावा देने के लिए किया गया था। हालाँकि, PATA की परिभाषा को कुछ ऐसे देशों को सक्षम करने के लिए बढ़ाया गया था जो प्रशांत की परिधि पर थे लेकिन प्रशांत क्षेत्र में नहीं थे। बाद में, इस क्षेत्र से कुछ अन्य देश भी संघ में शामिल हुए। इन देशों में श्रीलंका, नेपाल, पाकिस्तान और बांग्लादेश थे।

ऑस्ट्रेलिया में सिडनी में वार्षिक सम्मेलन, PATA ने 1966 में भारत में अपना वार्षिक सम्मेलन आयोजित करने पर सहमति व्यक्त की। फिर से, 1965 में कोरिया में सम्मेलन के दौरान, 1966 में वार्षिक सम्मेलन की मेजबानी के लिए भारत के निमंत्रण की पुष्टि की गई और PATA सम्मेलन की आम सभा द्वारा स्वीकार किया गया। सम्मेलन के स्थान के बारे में निर्णय आम तौर पर सम्मेलन से तीन साल पहले किया जाता है।

PATA सम्मेलन (1966) संघ का पंद्रहवां वार्षिक सम्मेलन था। यह पांच दिवसीय सम्मेलन और कार्यशाला, जिसका आयोजन नई दिल्ली में किया गया था। इसमें कई देशों के 500 से अधिक प्रतिनिधियों ने भाग लिया। दिल्ली में PATA सम्मेलन को आमंत्रित करने का मुख्य उद्देश्य विदेशी टूर ऑपरेटरों, यात्रा लेखकों, एयरलाइन अधिकारियों आदि के एक बड़े वर्ग को सुविधाएं प्रदान करना था। सम्मेलन सफल रहा। 1972 तक, हमने अपने देश में पर्यटन की मांग में वृद्धि देखी। लेकिन 1973 के बाद, तेल की कीमतों में भारी वृद्धि और पर्यटन बाजारों में शुरुआत के कारण पर्यटकों के आगमन में वृद्धि में थोड़ी गिरावट आई। बाद के वर्षों के दौरान संख्या के मामले में पर्यटकों के आगमन में वृद्धि हुई। भारत, PATA सम्मेलन (1966) के बाद, एसोसिएशन का पूर्ण सदस्य बन गया।

1975 में सिडनी PATA सम्मेलन में 1978 के सम्मेलन के स्थल के रूप में सर्वसम्मति से भारत को एक और सम्मेलन से सम्मानित किया गया। सम्मेलन का विषय "परिवर्तन की चुनौती" इस तथ्य के मद्देनजर महत्वपूर्ण हो गया कि पर्यटन एक चरण में गुजर रहा था। जिसके दौरान, इसके बढ़ने की कोई सीमा नहीं थी। 12 वर्षों की अवधि के बाद भारत में एक और PATA सम्मेलन की मेजबानी करने का उद्देश्य टूर ऑपरेटरों, यात्रा लेखकों, एयरलाइन अधिकारियों आदि के एक बड़े वर्ग के लिए पर्यटक सुविधाओं को उजागर करना था। सम्मेलन में 1,500 से अधिक प्रतिनिधियों ने भाग लिया, PATA का इतिहास में यह सबसे बड़ा सम्मेलन था।

2002 में, PATA ने फिर से भारत में अपना वार्षिक सम्मेलन आयोजित किया। यह एक बहुत बड़ी सफलता थी। PATA (इंडिया) चैप्टर की स्थापना वर्ष 1969 में एक एरिया चैप्टर के रूप में की गई थी। इस अध्याय में सरकार (पर्यटन मंत्रालय), भारत पर्यटन विकास निगम, इंडियन एयरलाइंस, एयर इंडिया के साथ-साथ अन्य अंतरराष्ट्रीय वाहकों, प्रमुख ट्रैवल एजेंसियों, होटलों, टूर ऑपरेटरों, विज्ञापन एजेंसियों आदि के प्रतिनिधित्व वाले 130 से अधिक सदस्य हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

PATA की समितियां (Committees of the PATA)

ये दो समितियां हैं, जो इस प्रकार हैं (These are two Committees, as follows):

(a) PATA की तकनीकी समिति (Technical Committee of the PATA): सदस्य एयरलाइनों के तकनीकी विशेषज्ञ इस समिति के सदस्य हैं। वे निर्माताओं को विमानों के डिजाइन और संशोधनों के लिए अपने सुझाव देते हैं। एयरलाइंस को केवल उन्हीं विमानों को खरीदना चाहिए, जो PATA तकनीकी समिति द्वारा प्रमाणित हों।

(b) PATA की टैरिफ समिति (Tariffs Committee of the PATA): सदस्य एयरलाइनों के टैरिफ विशेषज्ञ PATA टैरिफ समिति के सदस्य हैं। वे अन्य PATA सदस्यों जैसे ट्रैवल एजेंसियों के प्रतिनिधियों, ट्रांसपोर्टरों, होटल मालिकों आदि के सुझाव ले सकते हैं, लेकिन इन सदस्यों को वोट देने का कोई अधिकार नहीं है। मतदान के अधिकार सक्रिय सदस्यों के पास निहित हैं।

PATA अंतर्राष्ट्रीय मेले में वृद्धि को मंजूरी देता है और इसे संबंधित देशों की सरकारों को संदर्भित करता है। ये सरकारें अनुमोदन को रोक सकती हैं और इसे जारी कर सकती हैं जब उन्हें लगता है कि ऐसा करने का उपयुक्त समय है। PATA केवल अंतरराष्ट्रीय किराए को मंजूरी देता है।

PATA यात्रियों, विमान, भोजन, ईंधन और ध्वनि प्रदूषण के स्वास्थ्य और स्वच्छता के लिए WHO के साथ समन्वय करता है। यह विमान और यात्रियों की सुरक्षा के लिए इंटरपोल के साथ बातचीत करता है। यह अंतर्राष्ट्रीय डाक संघ, अंतर्राष्ट्रीय रेलवे संघ और अंतर्राष्ट्रीय परिवहन संघ के साथ समन्वय करता है।

PATA की सदस्यता (Membership of the PATA)

PATA सदस्यों की दो श्रेणियां हैं, जो इस प्रकार हैं

1 सक्रिय सदस्य

2 सहयोगी सदस्य

एयरलाइंस, जो अंतरराष्ट्रीय स्तर पर काम करती हैं, सक्रिय सदस्य हैं। एयरलाइंस, जो विशुद्ध रूप से घरेलू एयरलाइंस हैं, सहयोगी सदस्य हो सकती हैं। इस प्रकार के दोनों सदस्य टैरिफ समिति की बैठकों में भाग ले सकते हैं। हालाँकि, केवल सक्रिय सदस्यों को ही वोट देने का अधिकार है; सहयोगी सदस्यों को यह अधिकार प्राप्त नहीं है।

PATA का उद्देश्य (Aims of the PATA)

ऐसे 3 उद्देश्य हैं जिनके लिए, PATA के कर्मचारी अथक प्रयास करते हैं। ये इस प्रकार हैं:-

1 हवाई वाणिज्य को बढ़ावा देने और इससे जुड़ी समस्याओं का अध्ययन करने के लिए दुनिया के लोगों के लाभ के लिए सुरक्षित, नियमित और किफायती हवाई परिवहन को बढ़ावा देना।

2 अंतरराष्ट्रीय हवाई परिवहन सेवा में प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से लगे हवाई परिवहन उद्यमों के बीच सहयोग के लिए साधन उपलब्ध कराना।

3 अंतर्राष्ट्रीय नागरिक उड्डयन संगठन (ICAO) और अन्य अंतरराष्ट्रीय संगठनों के साथ सहयोग करना।

PATA एक स्वैच्छिक, गैर-अनन्य, गैर-राजनीतिक, गैर-लाभकारी और घरेलू संगठन है। इसने इन समस्याओं के तकनीकी, चिकित्सा, कानूनी, सुरक्षा और प्रशासनिक समाधान प्रदान किए। इन गतिविधियों को ट्रेड एसोसिएशन के शीर्षक के तहत समूहीकृत किया जाता है।

PATA अपने सदस्यों से उनके वार्षिक टर्नओवर के अनुपात में सदस्यता प्राप्त करके अपने खर्चों को पूरा करता है। यह गैर-सदस्यों को भी कुछ सेवाएँ प्रदान करता है लेकिन यह ऐसी सेवाओं के लिए शुल्क लेता है। इन्हें सेल्फ सपोर्टिंग चार्ज कहा जाता है।

PATA एयरलाइंस के भीतर प्रक्रियाओं और दस्तावेज़ीकरण को आसान बनाने की कोशिश करता है।

PATA की व्यापार संघ गतिविधियाँ (Trade association activities of the PATA)

PATA निम्नलिखित 4 गतिविधियाँ करता है (The PATA performs the following 4 activities):

PATA की तकनीकी गतिविधियां (Technical activities of the PATA)

- अपनी तकनीकी समिति के माध्यम से, PATA सभी एयरलाइनों के साथ सूचना और अनुभव का आदान-प्रदान करता है। यह सरकारों को व्यावहारिक सलाह देता है और परिवहन में भविष्य के विकास के लिए एक मार्गदर्शक के रूप में कार्य करता है।
- PATA ने ICAO मानकों और अनुशंसित प्रथाओं के प्रारूपण में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है और निभाना जारी रखा है, जिसमें नागरिक उड्डयन के तकनीकी विनियमन शामिल हैं।
- यह वैमानिकी और दूरसंचार से संबंधित तकनीकी गतिविधियों में भाग लेता है। यह एयर-टू-ग्राउंड और ग्राउंड-टू-एयर संचार, रेडियो नेविगेशन और लैंडिंग एड्स से संबंधित है। ये सभी लागत-कुशल ऑन-टाइम यात्रा में योगदान करते हैं।
- इंजीनियरिंग और पर्यावरण के क्षेत्र में, यह नवीनतम तकनीकों को शामिल करता है, विमान पर और जमीन पर। यह वायु-शोर विमानन ईंधन मानकों और विमान इंजनों से उत्सर्जन सहित महत्वपूर्ण पर्यावरणीय मुद्दों पर एयरलाइन नीतियों को भी परिभाषित करता है।

  हवाई अड्डे के टर्मिनलों के लिए एयरलाइन आवश्यकताओं, मौजूदा हवाई अड्डों के विस्तार या नए हवाई अड्डों के विकास पर PATA नीति को परिभाषित करने की जिम्मेदारी वाले हवाई अड्डे।
- उड़ान संचालन, विमान के सुरक्षित संचालन को प्रभावित करने वाले कारकों जैसे हवाई यातायात नियंत्रण प्रणाली, कम दृश्यता की स्थिति में संचालन की प्रक्रिया, हवाई अड्डों पर प्रदान किए जाने वाले परिचालन उपकरण और उड़ान चालक दल के प्रशिक्षण सहित।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- विमान चालक दल के लिए स्वास्थ्य मानकों की निगरानी, विमान में स्वच्छता और स्वच्छता, विकलांग यात्रियों के खानपान और देखभाल।
- इनबाउंड और आउटबाउंड यात्रियों और कार्गो ट्रैफिक के प्रवाह को तेज करने के लिए सीमा शुल्क और आप्रवासन जैसी नौकरशाही प्रक्रियाओं का सरलीकरण।
- सुरक्षा PATA की सबसे महत्वपूर्ण गतिविधियों में से एक है। इससे संबंधित कार्रवाइयों को सुरक्षा सलाहकार समिति द्वारा समन्वित किया जाता है, जो उन्हें संपत्ति अपराध (चोरी), राजस्व अपराध (धोखाधड़ी) और हवाई अड्डे और विमान सुरक्षा (आतंकवाद) के तहत समूहित करता है।
- PATA सुरक्षा सेवाएं इंटरपोल, स्थानीय पुलिस बलों और हवाई अड्डे और एयरलाइन कर्मचारियों के साथ निकट संपर्क में काम करती हैं।

PATA का वायु नियम (Air law of the PATA)

PATA की कानूनी समिति, जो हवाई कानून के विशेषज्ञों से बनी है, अंतरराष्ट्रीय हवाई परिवहन के सभी कानूनी मामलों से संबंधित है। इस समिति द्वारा एयरलाइन दस्तावेजों के कानूनी पहलुओं का भी ध्यान रखा जाता है। समिति ने समान यातायात दस्तावेजों और प्रक्रियाओं की वर्तमान प्रणाली के लिए कानूनी आधार तैयार किया है जिसका उपयोग PATA सदस्यों के मार्गों के पूरे नेटवर्क में किया जा सकता है।

PATA की वित्तीय गतिविधियां (Financial activities of the PATA)

PATA वित्तीय समिति व्यवसाय के संबंध में एयरलाइंस के बीच लेखांकन और निपटान के सभी पहलुओं से संबंधित है जो वे एक दूसरे के साथ या एक दूसरे की ओर से करते हैं। यह डेटा संग्रह और मुद्रा और विनिमय, कराधान, शुल्क, बीमा और सांख्यिकी के संबंध में अन्य समस्याओं से भी संबंधित है।

उदाहरण: PATA का समाशोधन गृह सदस्यों को डॉलर या परिवर्तनीय पाउंड स्टर्लिंग में एकल नकद निपटान द्वारा एक साथ अपने विश्वव्यापी ऋणों को एकत्र करने और भुगतान करने में सक्षम बनाता है। यह समाशोधन गृह जिनेवा में 1947 में खोला गया था।

PATA की यातायात समन्वय गतिविधियाँ (Traffic coordination activities of the PATA)

दुनिया भर में टैरिफ समन्वय बैठकें (यातायात सम्मेलन) आयोजित की जाती हैं और जब सदस्य उपयुक्त होते हैं; आवृत्ति वर्ष में एक बार होती है। यात्री शुल्कों के किराए की समीक्षा के लिए बैठकें आमतौर पर शरद ऋतु में आयोजित की जाती हैं; वसंत एयर कार्गो से जुड़े मामलों को निपटाने का समय है। अंतरिम समयावधि में विशेष बैठकें आयोजित की जा सकती हैं और वोटिंग आवश्यकताओं और संबंधित सरकारों के अनुमोदन के अधीन मेल वोट द्वारा कार्रवाई/निर्णय लिए जा सकते हैं।

PATA द्वारा प्रदान की जाने वाली यातायात सेवाएं (Traffic services provided by the PATA)

यातायात सेवाओं की 3 मुख्य श्रेणियां हैं, जो इस प्रकार हैं (Traffic services have 3 main categories, as follows):

- यात्री सेवाएं (Passenger Services)
- कार्गो सेवाएं (Cargo Services)
- एयरपोर्ट हैंडलिंग (Airport Handling)

यातायात सेवाएं बहुपक्षीय इंटरलाइन यातायात समझौते (MITA) की उपलब्धि की ओर ले जाती हैं। यात्रियों की परेशानी को कम करने के लिए एयरलाइंस के बीच इस समझौते पर हस्ताक्षर किए गए थे। इस समझौते के तहत, 200 से अधिक एयरलाइंस एक दूसरे के यात्री और कार्गो ट्रैफिक, टिकट और एयरवे बिल को नियमित आधार पर संभालती हैं।

PATA के निदेशक मंडल की बैठक (Board of directors meeting of the PATA)

यह बैठक 20-22 सितंबर, 2002 को द वेस्टर्न फिलीपीन प्लाजा, मनीला में आयोजित की गई थी। इस बैठक के दौरान PATA के सचिव और कोषाध्यक्ष श्री राम कोहली को सम्मानित किया गया।

IATA (इंडियन एसोसिएशन ऑफ टूर ऑपरेटर्स)।

आईसीएओ (The ICAO)

यह अंतर्राष्ट्रीय नागरिक उड्डयन संगठन का संक्षिप्त रूप है। 1945 से इस संगठन ने एक अस्थायी निकाय के रूप में काम किया। 1947 में। द्वितीय विश्व युद्ध की समाप्ति के बाद, विभिन्न राष्ट्रों की सरकारों के प्रतिनिधि शिकागो (USA) में मिले। 4 अप्रैल, 1947 को, ICAO को अंततः एक विश्व निकाय के रूप में स्थापित किया गया था। जिस सम्मेलन के माध्यम से यह निकाय उभरा, उसे शिकागो सम्मेलन कहा जाता है।

ICAO के तत्वावधान में द्विपक्षीय समझौते (Bilateral agreements under the aegis of the ICAO)

इन समझौतों के तहत, प्रत्येक राज्य अपने अनुसूचित वाहकों को नामित करता है। प्रत्येक देश द्वारा दिए जाने वाले प्रमुख डेटा सेट इस प्रकार हैं:

- नामित वाहकों (कौन सी एयरलाइन संचालित होगी)।
- शहर/हवाई अड्डे की पहचान की गई (कौन सा शहर और कौन सा हवाई अड्डा)
- विमान का प्रकार (Type of Aircraft)
- सेवाओं की आवृत्ति (साप्ताहिक, दैनिक या सप्ताह में दो बार)।
- यातायात अधिकार (यातायात अधिकार की तीसरी, चौथी, पांचवीं या छठी स्वतंत्रता)।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

ICAO के उद्देश्य (Aims of the ICAO)

ICAO निम्नलिखित उद्देश्यों को प्राप्त करने का प्रयास करता है:

- दुनिया भर में अंतरराष्ट्रीय नागरिक उड्डयन के सुरक्षित और व्यवस्थित विकास को सुनिश्चित करें।
- शांतिपूर्ण उद्देश्यों के लिए विमान डिजाइन और संचालन की कला को प्रोत्साहित करें।
- अंतरराष्ट्रीय नागरिक उड्डयन के लिए वायुमार्ग, हवाई अड्डों और हवाई नेविगेशन सुविधाओं के विकास को प्रोत्साहित करना।
- सुरक्षित, नियमित, कुशल और किफायती हवाई परिवहन के लिएदुनिया के लोगों की जरूरतों को पूरा करना।
- अनुचित प्रतिस्पर्धा के कारण होने वाले आर्थिक अपव्यय को रोकें।
- अनुबंध करने का अधिकार सुनिश्चित करें। सभी राज्यों का पूरा सम्मान किया जाता है और प्रत्येक अनुबंधित राज्य के पास अंतर्राष्ट्रीय एयरलाइनों को संचालित करने का उचित अवसर होता है।
- करार राज्यों के बीच भेदभाव से बचें।
- अंतरराष्ट्रीय नेविगेशन में उड़ान की सुरक्षा को बढ़ावा देना।
- अंतरराष्ट्रीय नागरिक उड्डयन के सभी पहलुओं के विकास को बढ़ावा देना।

ICAO के उद्देश्य (Objectives of the ICAO)

ICAO के निम्नलिखित उद्देश्य हैं:

- अंतरराष्ट्रीय नागरिक उड्डयन की समस्याओं का अध्ययन
- नागरिक उड्डयन में अंतरराष्ट्रीय मानकों और विनियमों की स्थापना
- अंतरराष्ट्रीय नागरिक उड्डयन में सुरक्षा को बढ़ावा देना

ICAO के कार्य (Functions of the ICAO)

ICAO निम्नलिखित कार्य करता है:

- यह अपने सदस्य राष्ट्रों की सरकारों को सांख्यिकीय और आर्थिक आंकड़े देता है और उन एयरलाइनों को भी जो इसके अधीन हैं।
- यह दुनिया भर में सीमा शुल्क औपचारिकताओं में प्रचलित लालफीताशाही को कम करने के लिए लगातार प्रयास करता है
- यह विकासशील देशों को हवाई परिवहन का लाभ प्राप्त करने में मदद करता है।
- यह सुरक्षा उपायों, समान विनियमों और नए तकनीकी उपकरणों के उपयोग को प्रोत्साहित करता है।
- इसने मौसम संबंधी सेवाएं प्रदान करने के लिए एक पैटर्न/सेट-अप विकसित किया है।
- यह हवाई यातायात नियमन, संचार, रेडियो बीकन और रेंज, खोज और बचाव कार्यों और अन्य सुविधाओं के क्षेत्र में योगदान देता है जो सुरक्षित अंतरराष्ट्रीय उड़ानों के लिए आवश्यक हैं।
- यह नागरिक उड्डयन के क्षेत्र में ऐसे देशों के कर्मियों को प्रशिक्षित करने के लिए विकासशील देशों की एयरलाइनों को तकनीकी सहायता देता है।
- इसने सीमा शुल्क आप्रवास प्रक्रियाओं और सार्वजनिक स्वास्थ्य नियमों को सरल बनाया है जो अंतरराष्ट्रीय हवाई परिवहन के क्षेत्र में लागू होते हैं।
- यह अंतरराष्ट्रीय हवाई सम्मेलनों और अंतरराष्ट्रीय हवाई परिवहन के आर्थिक पहलुओं का मसौदा भी तैयार करता है।

ICAO का संगठन (Organisation of the ICAO)

ICAO, UNO का एक अंग है। यह UNO की आर्थिक और सामाजिक परिषद (ECOSOC) के तहत काम करता है। इसकी स्थिति एक विशेष एजेंसी की है। 2000 में, इसमें 183 सदस्य (देश) थे। ये देश 3 साल में एक बार मिलते हैं। ICAO परिषद में 30 सदस्य हैं। इन सदस्यों का चुनाव विधानसभा द्वारा किया जाता है। ध्यान दें कि ICAO परिषद ICAO का कार्यकारी निकाय है। यह परिषद विधानसभा के संपर्क में रहती है और ICAO के फंड को भी नियंत्रित करती है। परिषद अपने अध्यक्ष और महासचिव का चुनाव करती है।

ICAO का मुख्यालय मॉन्ट्रियल (कनाडा) में स्थित है।

ICAO अनुसूचित और गैर-अनुसूचित सेवाओं के बीच अंतर करता है। यह अंतरराष्ट्रीय उड़ानों के लिए एक हवाई अड्डे की उपयुक्तता को प्रमाणित करता है; इसलिए, यह हवाई अड्डे के बुनियादी ढांचे का न्याय और प्रमाणन करता है। ICAO दुनिया के विभिन्न देशों के माध्यम से या विभिन्न एयरलाइनों की उड़ानों को रूट करने के उद्देश्य से विभिन्न देशों से फ्रीडम ऑफ एयर प्राप्त करने में भी मदद करता है।

ICAO द्वारा स्थापित हवा की स्वतंत्रता (Freedoms of air as established by the ICAO)

ICAO ने वायु की 6 स्वतंत्रताओं को परिभाषित किया है। ये इस प्रकार हैं:

- लैंडिंग के बिना दूसरे देश के क्षेत्र के ऊपर से उड़ान भरने की स्वतंत्रता।
- केवल तकनीकी उद्देश्यों के लिए दूसरे देश में उतरने की स्वतंत्रता, जैसे चालक दल का परिवर्तन, तकनीकी, इंजीनियरिंग सहायता आदि।
- यात्रियों, कार्गो, डाक वायु डाक को अपने देश से विदेश ले जाने की स्वतंत्रता।
- किसी दूसरे देश से यात्रियों, कार्गो और डाक एअरमेल को अपने देश ले जाने की आज़ादी।
- यात्रियों, कार्गो और डाक एअरमेल को एक विदेशी देश से दूसरे देश में ले जाने की स्वतंत्रता जिसमें अपना देश शामिल नहीं है।
- अपने देश के माध्यम से एक विदेशी देश से दूसरे देश में यात्री, कार्गो, डाक एअरमेल ले जाने की स्वतंत्रता।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

IATA (IATA)

इसका फुल फॉर्म इंटरनेशनल एयर ट्रांसपोर्ट एसोसिएशन है। यह दुनिया की प्रमुख एयरलाइनों का एक स्वैच्छिक संगठन है। इसने किराए का एक सामान्य सेट तय किया है। यह एयरलाइंस और दुनिया की विभिन्न मुद्राओं के बीच समन्वय का भी ख्याल रखता है। यह अंतरराष्ट्रीय एयरलाइनों के मार्गों के कनेक्शन में भी मदद करता है ताकि इंटरलाइन ट्रांसफर को कुशलता से प्रभावित किया जा सके।

IATA की उत्पत्ति (Origin of the IATA)

इसकी स्थापना 1945 में हुई थी। इसके सदस्य उस समय की प्रतिष्ठित एयरलाइन्स थीं। हालाँकि, नागरिक उड्डयन उद्योग अपनी प्रारंभिक अवस्था में था। धीरे-धीरे, IATA एयरलाइंस के बीच समन्वय के लिए प्रक्रियाओं को परिभाषित करता है। सदस्य इसके मानदंडों का पालन करने के लिए सहमत हुए। इसलिए, एक वैश्विक हवाई मार्ग लोकाचार विकसित किया गया था; इसे विकसित करने के लिए IATA पूरी तरह से जिम्मेदार था।

1973 में, IATA के सदस्यों की संख्या बढ़कर हो गई। यह 1973 तक एक किराया निर्धारण संगठन के रूप में कार्य कर रहा था। लेकिन इस वर्ष, इसने इस भूमिका को समाप्त करने का निर्णय लिया। इसने इन-फ्लाइट खानपान, पेय और मनोरंजन के नियमन में अपनी भूमिका भी छोड़ दी। इसने अधिक महत्वपूर्ण मुद्दों, अर्थात् सुरक्षा मानकों, सुरक्षा और टिकट विनिमय व्यवस्था पर अपना ध्यान केंद्रित किया।

दुनिया की एयरलाइंस, जो IATA के सदस्य हैं, ने किराया प्रकाशन की एक प्रणाली बनाई है। विभिन्न टैरिफ प्रकाशन एक ही प्रारूप में सूचनाओं के समान सेट प्रकाशित करते हैं। इन टैरिफ लिस्टिंग में सामान्य पूरे साल के किराए शामिल हैं। इस तरह की लिस्टिंग में किराए के साथ-साथ विशेष किराया दरों पर भी प्रतिबंध लगाया गया है। ये प्रतिबंध/सुविधाएं आयु, सामूहिक दौरों, यात्रा के समय, मौसमी किराए, सैर-सपाटे के किराए, छूट, आने-जाने के किराए आदि से संबंधित हो सकती हैं। लंबित सहमति जारी किए गए सभी प्रकाशन और टिकट "सरकार की स्वीकृति के अधीन" वाक्यांश के साथ प्रकाशित और विज्ञापित किए जाते हैं।

IATA का मुख्यालय (Headquarters of the IATA)

इस संगठन का मुख्यालय मॉन्ट्रियल (कनाडा) में स्थित है।

IATA की सदस्यता (Membership of the IATA)

LATA के 2 प्रकार के सदस्य हैं- सक्रिय (Active) और सहयोगी (Associate)। सक्रिय सदस्य अंतरराष्ट्रीय स्तर पर अपनी उड़ानें संचालित करते हैं। एसोसिएट सदस्य घरेलू एयरलाइंस हैं, जो अपने देशों में काम करती हैं।

IATA के उद्देश्य (Aims of the IATA)

IATA के निम्नलिखित उद्देश्य हैं:

- दुनिया के लोगों के लाभ के लिए सुरक्षित, नियमित और आर्थिक हवाई परिवहन को बढ़ावा देने के लिए हवाई वाणिज्य को बढ़ावा देना और उससे जुड़ी समस्याओं का अध्ययन करना।
- अंतरराष्ट्रीय हवाई परिवहन सेवा में प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से लगे हवाई परिवहन उद्यमों के बीच सहयोग के साधन उपलब्ध कराना।
- अंतरराष्ट्रीय नागरिक उड्डयन संगठन और अंतरराष्ट्रीय संगठन के साथ सहयोग करने के लिए।

IATA के कार्य (Functions of the IATA)

IATA सदस्य एयरलाइनों के हितों के रक्षक के रूप में कार्य करता है। यह व्यापार पत्रिकाओं में विभिन्न क्षेत्रों के किरायों को प्रकाशित करता है। यह ट्रैवल एजेंटों को मंजूरी देता है। यह स्वीकृत ट्रैवल एजेंटों को हवाई परिवहन संचालन से संबंधित महत्वपूर्ण डेटा देता है। यह एयरलाइनों के कर्मचारियों को हवाई परिवहन के महत्वपूर्ण क्षेत्रों जैसे एयर-टिकटिंग, कार्गो हैंडलिंग आदि में प्रशिक्षित करता है। यह हवाई परिवहन से संबंधित सांख्यिकीय डेटा भी प्रकाशित करता है। भविष्य में पर्यटन उत्पादों/सेवाओं की मांग का पूर्वानुमान लगाने के लिए इस तरह के डेटा का उपयोग एयरलाइनों, ट्रैवल एजेंटों और टूर ऑपरेटरों (प्रक्रियाओं) द्वारा किया जाता है।

IATA अपने सदस्यों को एक भावना से बांधता है और सभी अंतरराष्ट्रीय मंचों पर उनके हितों का ख्याल रखता है।

आजकल, इसके संचालन और गतिविधियां कम्प्यूटरीकृत आरक्षण प्रणाली (CRS) के साथ पूरी तरह से संगत हैं। ध्यान दें कि प्रमुख दो CRS प्रौद्योगिकियां/पैकेज दुनिया में प्रचलित हैं- एमेडियस और गैलीलियो।

IATA का प्रदर्शन (Performance of the IATA)

IATA अपनी प्रतिष्ठा पर खरा उतरा है। वे ट्रैवल एजेंसियां, जिन्हें IATA द्वारा मान्यता प्राप्त है, बड़ी संख्या में ग्राहकों का संरक्षण प्राप्त है। वे एजेंसियां, जो IATA द्वारा अनुमोदित नहीं हैं, अविश्वसनीय मानी जाती हैं। इस संगठन ने विभिन्न क्षेत्रों में एयरलाइनों के हितों की रक्षा भी की है। IATA एयरलाइन टिकटिंग, कार्गो प्रबंधन और एयर कैरियर के अन्य महत्वपूर्ण कार्यों में छात्रों को प्रशिक्षित करता है।

TAAI

TAAI का फुल फॉर्म Travel Agents Association of India है। यह पर्यटन और यात्रा के क्षेत्र में भारत के सबसे सम्मानित संगठनों में से एक है।

TAAI की उत्पत्ति (Origin of the TAAI)

आजादी के बाद भारत के उद्योगों ने खुद को संगठित और पुनर्संगठित करना शुरू किया। पर्यटन उद्योग एक ऐसा उद्योग था। 1947 के बाद कई ट्रैवल एजेंटों ने अपनी खुद की कंपनियां बनानी शुरू कीं। 1952 में एक ऑल इंडिया ट्रैवल एजेंट्स एसोसिएशन का गठन किया गया। इसे ट्रैवल एजेंट्स एसोसिएशन ऑफ इंडिया(TAAI) में परिवर्तित कर दिया गया था। यह जल्द ही देश के कोने-कोने में काम करने वाले ट्रैवल एजेंटों की अग्रणी संस्था बन गई। पर्यटन मंत्रालय के माध्यम से सरकार द्वारा फर्मों की मान्यता के नियमों को पहले वर्णित किए जाने के बाद ही यह अपने क्षेत्र में एक प्रमुख संगठन बन गया।

TAAI के उद्देश्य (Objectives of the TAAI)

TAAI का मुख्य उद्देश्य संबंधित सरकारी एजेंसियों के साथ निरंतर संवाद बनाए रखते हुए अपने सदस्यों के हितों की रक्षा करना है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

TAAI का संगठन (Organisation of the TAAI)

TAAI का मुंबई में अपना पंजीकृत कार्यालय है और कोलकाता, चेन्नई और नई दिल्ली में क्षेत्रीय कार्यालय हैं।

TAAI के कार्य (Functions of the TAAI)

TAAI अपने सदस्यों के हितों की रक्षा के लिए आवश्यक विभिन्न गतिविधियाँ करता है। यह एक वार्षिक सम्मेलन भी आयोजित करता है। इस सम्मेलन में ट्रैवल एजेंसियों के प्रतिनिधियों के साथ-साथ संबंधित सरकारी विभागों/मंत्रालयों के सदस्य भी शामिल होते हैं। इसके अलावा, कई गैर-सरकारी संगठनों (जो यात्रा और पर्यटन उद्योग से संबंधित हैं) के प्रतिनिधि भी इस सम्मेलन में नियमित रूप से भाग लेते हैं। एसोसिएशन एक मासिक पत्रिका, ट्रैवल न्यूज़ भी प्रकाशित करता है, जो इसके सदस्यों के बीच परिचालित होती है। इस पत्रिका में संघ अपने सदस्यों को प्रभावित करने वाले नवीनतम नियमों और कानूनों की जानकारी देता है। यह विभिन्न पर्यटन स्थलों की खबर और पर्यटन और यात्रा से संबंधित महत्वपूर्ण डेटा/जानकारी भी देता है। यह अपने सदस्यों की व्यावसायिक और व्यावसायिक आवश्यकताओं से संबंधित सूचनाओं का प्रसार करने का प्रयास करता है।

भारत ने पर्यटन सुविधाओं के विकास और ट्रैवल एजेंटों को बढ़ावा देने की आवश्यकता को भी पहचाना। सरकार के अधिकारियों को इस बात की भनक लग गई थी कि कुछ जाली ट्रैवल एजेंट विदेशी पर्यटकों से उनका कीमती पैसा, सामान आदि लूट लेते हैं। दिसंबर, 2002 में गोवा में एक मामला सामने आया है। ट्रैवल एजेंट ने पर्यटकों के लिए सीटें बुक की थीं और मौज-मस्ती करने वालों को जहाज पर ले जाने के लिए। उन्हें जहाज पर सवार होकर नए साल की पूर्व संध्या (31 दिसंबर, 2002) मनानी थी। लेकिन 2002 के आखिरी दिन जब यात्री और पर्यटक समुद्र तट पर पहुंचे तो उन्हें ऐसा कोई जहाज नहीं मिला। दुनिया भर में फैले कई नकली ट्रैवल एजेंट हैं जो निर्दोष यात्रियों से पैसे लेते हैं और पतले साल में गायब हो जाते हैं।

TAAI ने ट्रैवल एजेंटों को मान्यता देने का फैसला किया। इसने यह भी अपेक्षा की कि पर्यटक केवल उन्हीं ट्रैवेल एजेंटों से संपर्क करें जो इसके द्वारा मान्यता प्राप्त हैं। नतीजतन, भारत सरकार ने भी इस संदर्भ में नियमों के एक समूह को परिभाषित किया। नियमों का यह सेट इस प्रकार है:

- किसी भी फर्म को तब तक मान्यता नहीं दी जाएगी जब तक कि वह अपने आवेदन जमा करने की तारीख से कम से कम एक वर्ष के लिए पर्यटक यातायात को संभालने में सक्रिय रूप से संलग्न न हो।
- मान्यता प्राप्त फर्म ऐसे अधिकारों/विशेषाधिकारों की हकदार होंगी जो सरकार द्वारा समय-समय पर दिए जा सकते हैं और मान्यता दस्तावेज में निर्दिष्ट नियमों और शर्तों का पालन करेंगे।
- मान्यता प्राप्त फर्मों को पूर्णकालिक कर्मचारियों के प्रभार के तहत एक पूर्णकालिक कार्यालय संचालित करने की आवश्यकता होगी। ऐसे कर्मचारी अपने ग्राहकों को रेल टिकट जारी करते हैं, उन्हें परिवहन और आवास के बारे में जानकारी देते हैं, सीमा शुल्क निकासी औपचारिकताओं में सहायता करते हैं और यात्रा से संबंधित मुद्दों में उनकी सहायता करते हैं।
- मान्यता पूरे देश में संचालन के लिए दी जा सकती है या किसीविशेष क्षेत्र तक सीमित हो सकती है।
- मान्यता प्राप्त फर्में केवल उन्हीं गाइडों की नियुक्ति करेंगी जिन्हें पर्यटन मंत्रालय, भारत सरकार द्वारा अनुमोदित किया गया हो।
- सभी मान्यता प्राप्त फर्मों को उनकी गतिविधियों का वार्षिक विवरण और उनके द्वारा संचालित पर्यटक यातायात के संबंध में जानकारी के अन्य महत्वपूर्ण सेट और यात्रा/पर्यटन से संबंधित ऐसे सभी मामलों को प्रस्तुत करना होगा।
- फर्म की मान्यता के मामले में सरकार का निर्णय अंतिम माना जाएगा। इसके अलावा, सरकार के पास किसी फर्म को उसके द्वारा दी गई मान्यता को रद्द करने या वापस लेने का अधिकार भी सुरक्षित है।
- सरकार द्वारा प्रदान की गई मान्यता रेल मंत्रालय (रेलवे बोर्ड) द्वारा रेलवे टिकटों की बिक्री के लिए बिक्री एजेंटों के रूप में नियुक्त होने का हकदार नहीं होगी। मान्यता प्राप्त फर्मों को अलग से आवेदन करना होगा, यदि वे रेलवे टिकट बेचने की इच्छुक हैं।
- मान्यता प्राप्त करने की इच्छुक फर्मों के पास न्यूनतम प्रदत्त पूंजी 1,00,000 रुपये होगी।
- पर्यटन मंत्रालय (भारत सरकार) द्वारा मान्यता प्रदान करने के आवेदनों पर केवल तभी विचार किया जाएगा जब फर्म:
  - IATA द्वारा अनुमोदित है;
  - RBI द्वारा जारी किए गए विदेशी पैसेज बुक करने का लाइसेंस है;
  - यात्रा दस्तावेजों को संभालने और पासपोर्ट कार्यालयों से निपटने के लिए विदेश मंत्रालय (MEA) की मंजूरी है; तथा
  - स्थानीय दुकान एवं प्रतिष्ठान अधिनियम के तहत पंजीकृत है।

परिणामस्वरूप, उन फर्मों को, जो मान्यता की मांग कर रही थीं, मंत्रालय द्वारा मान्यता दी गई थी।

पर्यटन, जो पर्यटन और संस्कृति मंत्रालय के अधीन है। आवेदन करने और मान्यता प्राप्त करने के लिए एक निर्धारित प्रपत्र जारी किया जाता है। यह प्रपत्र महानिदेशक, पर्यटन मंत्रालय को भेजा जाना है। ध्यान दें कि महानिदेशालय को भारत सरकार द्वारा आवेदक फर्मों को मान्यता देने के लिए अधिकृत किया गया है।

एफएचआरAI (FHRAI)

FHRAI (Federation of Hotel & Restaurant Association of India) : फेडरेशन ऑफ होटल एंड रेस्टोरेंट एसोसिएशन ऑफ इंडिया, जिसे अक्सर FHRAI के संक्षिप्त नाम से जाना जाता है, आतिथ्य उद्योग का प्रतिनिधित्व करने वाले चार क्षेत्रीय संघों का सर्वोच्च निकाय है। FHRAI आतिथ्य उद्योग, राजनीतिक नेतृत्व, शिक्षाविदों, अंतर्राष्ट्रीय संघों और अन्य हितधारकों के बीच एक इंटरफ़ेस प्रदान करता है। FHRAI सक्रिय रूप से उद्योग के लिए बेहतर विशेषाधिकार और अधिक रियायतें मांग कर आतिथ्य उद्योग के हितों को बढ़ावा देने और उनकी रक्षा करने के लिए प्रतिबद्ध है। FHRAI के सदस्यों को हमेशा नवीनतम व्यापार जानकारी और रुझानों,

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

सांख्यिकीय विश्लेषण और उद्योग, सरकारी अधिसूचनाओं और परिपत्रों पर सीधा प्रभाव डालने वाले विभिन्न विषयों पर रिपोर्ट के साथ अवगत रखा जाता है। FHRAI आतिथ्य उद्योग को बढ़ने, समृद्ध होने और अंतर्राष्ट्रीय परिदृश्य में विकास के साथ तालमेल रखने में मदद करता है। लगभग 2052 होटल, 1016 रेस्टोरेंट, 150 सहयोगी सदस्यों और 4 क्षेत्रीय संघों के 3300 से अधिक सदस्यों के साथ, FHRAI वास्तव में आतिथ्य उद्योग की आवाज है जो सरकारी खजाने में कई मिलियन डॉलर लाता है और 15 मिलियन से अधिक प्रत्यक्ष कर्मचारियों को रोजगार देता है।

फ़ायदे (Benefits)

FHRAI आतिथ्य समुदाय के हितों के लिए प्रतिबद्ध है और इसके कल्याण और प्रगति के लिए कई तरह से काम करता है। FHRAI उन समस्याओं का समर्थन करता है जिनका सामना सदस्य करते हैं और वे स्वयं इसे हल नहीं कर सकते हैं। सदस्यों की सामूहिक शक्ति मुद्दों को दूर करने में मदद करती है।

प्रतिनिधित्व (Representation)

FHRAI भारत में आतिथ्य उद्योग की प्रामाणिक आवाज है। अपने विचारों और समस्याओं को साझा करके आप केंद्र सरकार, राज्य सरकारों और उनकी एजेंसियों के सामने अपने विशिष्ट मामलों और उद्योग के सामने आने वाले मुद्दों को अधिक प्रभावी ढंग से प्रस्तुत करने में हमारी सहायता कर सकते हैं। कुछ मामलों और समाचारों को International Hotel and Restaurant Assocaitions (IH&RA) के माध्यम से अंतर्राष्ट्रीय मंचों पर भी संप्रेषित किया जाता है।

लॉबिंग (Lobbying)

FHRAI पैरवी की भूमिका के प्रति बहुत सचेत है और सरकार को प्रतिनिधित्व करने के लिए निरंतर प्रयास करता है। और कर, प्रोत्साहन, निर्यात-आयात नीति, होटल अनुमोदन, होटलों का वर्गीकरण आदि सहित उद्योग से संबंधित सभी मामलों पर नीति निर्माता निकाय।

कानूनी राहत (Legal Relief)

FHRAI कानूनी मामलों में और सदस्यों के लिए कानूनी राहत प्राप्त करने के लिए बहुत सक्रिय है। कभी-कभी यह न्यायालयों से आदेश प्राप्त करता है और उन पर रोक लगाता है जो केवल सदस्यों पर लागू होते हैं। उदाहरण के लिए अप्रैल 1999 से आयकर की धारा 194-1 के तहत TDS पर दिल्ली उच्च न्यायालय से रोक है, जो अभी भी जारी है (अप्रैल 2002 में) सदस्य किसी भी कानूनी मामले को सलाह और स्पष्टीकरण के लिए हमारे पास भेजने के लिए स्वतंत्र हैं।

वार्षिक सम्मेलन और प्रदर्शनी (Annual Convention & Exhibition)

सदस्य वार्षिक सम्मेलन में भाग लेते हैं, जो अनुभव और विचारों का आदान-प्रदान करने, लाभदायक साझेदारी बनाने और आतिथ्य उद्योग में प्रमुख खिलाड़ियों के साथ बातचीत करने का एक आदर्श मंच है। इन सम्मेलनों में हमारे सदस्यों के हित के प्रमुख विषयों पर शिक्षा और जानकारी के लिए उत्कृष्ट पेशेवर सत्र होते हैं। एक प्रदर्शनी - "हॉस्पिटैलिटी इंडिया" हर साल हमारे द्वारा आयोजित की जाती है और उद्योग के लिए नई तकनीकों और उत्पादों को प्रदर्शित करती है।

वेबसाइट (Website)

नई वेबसाइट में ऑनलाइन भुगतान की सुविधा, पुरस्कार प्रपत्रों को ऑनलाइन जमा करने, लिस्टिंग जानकारी को अपडेट करने, डिस्काउंट कार्ड विवरण आदि के साथ-साथ पुरानी साइट की पेशकश की गई सभी सुविधाएं हैं। सभी सदस्यों को इस वेबसाइट पर सूचीबद्ध होने का विशेषाधिकार है। वे हमारे लिंक विनिमय कार्यक्रम द्वारा अपनी साइट पर अधिक ट्रैफिक प्राप्त कर सकते हैं।

करियर अवसर (Career Opportunity)

सदस्यों को देश में उपलब्ध मानव संसाधन क्षमता की खोज करने का विशेषाधिकार है और वेबसाइट पर करियर अनुभाग के माध्यम से भर्ती प्रक्रिया तक पहुंच है जहां वे अपनी नौकरी के उद्घाटन को निःशुल्क पोस्ट कर सकते हैं।

डिस्काउंट कार्ड (Discount Cards)

इसके होटल और रेस्टोरेंट के सदस्यों को दो सदस्यता छूट कार्ड मिलते हैं, जो सभी सदस्य प्रतिष्ठानों में कमरों और F&B पर 30% छूट के हकदार होते हैं।

होटल और रेस्टोरेंट गाइड में लिस्टिंग (Listing in Hotel & Restaurant Guide)

सदस्यता आपको हमारे प्रतिष्ठित होटल और रेस्टोरेंट गाइड इंडिया में मुद्रित संस्करण और सीडी रोम संस्करण दोनों में सूचीबद्ध होने का अधिकार देती है, जो हर साल एक नए संस्करण में प्रकाशित होता है। सदस्यों की सूची इस साइट के खोज अनुभाग में भी उपलब्ध है।

होटल उद्योग डाटाबेस (Hotel Industry Database)

FHRAI के पास होटल उद्योग और इस उद्योग पर लागू होने वाले नियमों और विनियमों पर एक विस्तृत डेटा बेस है। सदस्य इस डेटा बेस का हिस्सा बनेंगे और डेटा के इस धन का उपयोग कर सकेंगे।

पत्रिका और प्रकाशन (Magazine & Publications)

द्विमासिक और बहुत लोकप्रिय FHRAI पत्रिका हमारे सभी सदस्यों के लिए प्रशंसात्मक है। FHRAI प्रासंगिक, उपयोगी और अच्छी तरह से शोधित उद्योग से संबंधित प्रकाशन भी तैयार करता है जो हमारे सदस्यों को मुफ्त या रियायती दरों पर मिलते हैं।

व्यावसायिक विकास कार्यक्रम (Professional Development Programmes)

FHRAI होटल पेशेवरों के ज्ञान और कौशल को विकसित करने और अद्यतन करने के लिए नियमित व्यावसायिक विकास कार्यक्रम आयोजित करता है। FHRAI विभिन्न विषयों पर उद्योग के लिए प्रशिक्षण पाठ्यक्रम और सेमिनार आयोजित करता है। हमारे सदस्यों को रियायती दरों पर गुणवत्ता प्रशिक्षण प्रदान किया जाता है। भारतीय आतिथ्य उद्योग की सेवा के रूप में ये कार्यक्रम गैर-सदस्यों के लिए भी खुले हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

पात्रता मापदंड (Eligibility Criteria)

FHRAI होटल सदस्यता (FHRAI Hotel membership)

- हमारे क्षेत्रीय संघों में से एक का सदस्य होना चाहिए।
- संचालन में एक क्रियाशील प्रतिष्ठान होना चाहिए।
- कम से कम 10 कमरे या क्षेत्रीय संघ के योग्यता मानदंड होना चाहिए।
- अगर होटल निर्माणाधीन है, तो केवल सहयोगी सदस्यता स्वीकृत की जा सकती है। संचालन शुरू होने के बाद इसे होटल सदस्यता में परिवर्तित किया जा सकता है।
- होटल में रेस्टोरेंट होना चाहिए।
- वर्तमान वैधता के साथ सभी प्रासंगिक नगरपालिका/पुलिस या कोई अन्य आवश्यक लाइसेंस होना चाहिए।
- एक होटल में एक रेस्टोरेंट भी एक अलग रेस्टोरेंट सदस्य बन सकता है (एक रेस्टोरेंट 25-100 कमरों वाले होटल के लिए सदस्य बन सकता है और दो रेस्टोरेंट 101 कमरों से ऊपर के होटल के लिए सदस्य बन सकते हैं)।

FHRAI रेस्टोरेंट सदस्यता (FHRAI Restaurant membership)

- हमारे क्षेत्रीय संघों में से एक का सदस्य होना चाहिए।
- संचालन के तहत एक रेस्टोरेंट होना चाहिए।
- कम से कम 25 कवर होने चाहिए।
- वर्तमान वैधता के साथ सभी प्रासंगिक नगरपालिका/पुलिस या कोई अन्य आवश्यक लाइसेंस होना चाहिए।
- होटल के भीतर एक रेस्टोरेंट (जो FHRAI सदस्य है) भी अलग सदस्यता के लिए आवेदन कर सकता है। 25-100 कमरों वाले होटल के लिए एक रेस्टोरेंट सदस्य हो सकता है और 101 से अधिक कमरों वाले होटलों के लिए दो रेस्टोरेंट सदस्य हो सकते हैं। ऐसे रेस्टोरेंट सदस्य भी किसी अन्य सदस्य की तरह दो FHRAI डिस्काउंट कार्ड के हकदार होते हैं।

FHRAI सहयोगी सदस्यता (FHRAI Associate membership)

- हमारे क्षेत्रीय संघों में से एक का सदस्य होना चाहिए।
- किसी न किसी रूप में हॉस्पिटैलिटी उद्योग से जुड़ा होना चाहिए।
- केवल कंपनियां, फर्म और ऐसी संस्थाएं सदस्य बन सकती हैं, व्यक्ति नहीं
- निर्माणाधीन होटलों को सहयोगी सदस्यता के लिए आवेदन करना चाहिए। होटल का संचालन शुरू होने के तुरंत बाद इसे होटल की सदस्यता में बदला जा सकता है।
- हमारे सहयोगी सदस्य FHRAI सदस्यता छूट कार्ड (discount cards) के हकदार नहीं हैं।

(सदस्यता फॉर्म के लिए कृपया वेब साइट www.fhrai.com देखें)।

पुरस्कार (Awards)

10 जनवरी, 2009 को चेन्नई में आयोजित पुरस्कार समारोह में निम्नलिखित प्रतिष्ठित पुरस्कार प्रदान किए गए। वर्ष 2008 के लिए व्यक्तिगत उद्यमी पुरस्कार वर्ष 2008 के लिए व्यक्तिगत प्रबंधक पुरस्कार।

एडवेंचर टूर ऑपरेटर्स एसोसिएशन (atoi) (Adventure tour operators association (atoi))

परिचय (Introduction)

देश में बड़ी संख्या में साहसिक पर्यटन गतिविधियां आयोजित की जा रही हैं। ऐसी गतिविधियों में भाग लेने वालों की सुरक्षा सुनिश्चित करने के लिए उपकरण और मानव संसाधनों के मामले में न्यूनतम स्वीकार्य मानकों को निर्धारित करने की आवश्यकता है। पहले कदम के रूप में, बुनियादी न्यूनतम मानकों की सिफारिश उन गतिविधियों के लिए की जाती है जिनमें भागीदारी के मामले में सबसे बड़ी मात्रा होती है। ये गतिविधियां हैं:-

भूमि आधारित (Land based)

- पर्वतारोहण (Mountaineering)
- ट्रेकिंग (Trekking)

वाटर बेस्ड (Water based)

- नदी चल रही है (Bungee Jumping)

वायु आधारित (Air based)

- पैरासेलिंग (Parasailing)
- पैराग्लाइडिंग (Paragliding)
- रस्सी बांधकर कूदना (Bungee Jumping)

भूमि आधारित गतिविधियों के लिए बुनियादी न्यूनतम मानक (Basic minimum standards for land based activities)

पर्वतारोहण (Mountaineering)

- **आवेदन (Application):** ये Basic Minimum Standards (BMS) विशेष रूप से 6000 मीटर या अन्य तुलनीय चोटियों का प्रयास करने वाले वाणिज्यिक ऑपरेटरों पर लागू होंगे, जो बेस कैंप के ऊपर पर्वतारोहियों का मार्गदर्शन या साथ देने की पेशकश करते हैं और उन ऑपरेटरों पर भी लागू होते हैं जो अधिक सीमित सुविधाएं प्रदान करते हैं। हालाँकि, यह उन ऑपरेटरों से भी संबंधित होगा जो बेस कैंप को परिवहन आदि की आपूर्ति करते हैं, और बेस कैंप सेवाओं और हाई एल्टीट्यूड पोर्टर्स की आपूर्ति भी करते हैं।
- **ग्राहकों को जानकारी (Information to Clients):** विभिन्न प्रकार के संगठन ग्राहकों को 6000 मीटर या अन्य तुलनीय चोटियों पर ले जाने की पेशकश करते हैं। वे उन लोगों से भिन्न होते हैं जो शिखर सम्मेलन या लगभग शिखर तक पूर्ण सेवा प्रदान करते हैं, जहां आधार शिविर से ऊपर के ग्राहकों के लिए न्यूनतम समर्थन होता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

हालाँकि वर्तमान समय में ग्राहकों के लिए ब्रोशर से यह अनुमान लगाना मुश्किल है कि मार्गदर्शन और समर्थन के संदर्भ में क्या पेशकश की जाती है, और क्या यह उनकी आवश्यकताओं के अनुरूप है। ये बुनियादी न्यूनतम मानक ग्राहकों को सूचित विकल्प बनाने में मदद करने के लिए संकेत प्रदान करेंगे।

- **खतरे की जागरूकता (Danger awareness):** पर्वतारोही बहुत अधिक ऊंचाई पर चढ़ते हैं, विशेष रूप से 6000 मीटर से ऊपर, उनकी मानसिक और शारीरिक शक्तियों पर काफी तनाव होता है और वे दूसरों की सहायता करने में सक्षम नहीं हो सकते हैं जैसा कि पर्वतारोहण में हमेशा पारंपरिक रहा है। यह तथ्य सीमित अनुभव वाले पर्वतारोहियों के लिए विशेष रूप से महत्वपूर्ण है, जो उन्हें 6000 मीटर + चोटियों पर सुरक्षित रूप से ऊपर और नीचे लाने के लिए पेशेवर गाइडों पर भरोसा करते हैं। उन्हें इस बात से अवगत कराया जाना चाहिए कि ऊंचाई पर चढ़ने में शामिल जोखिम ऐसे हैं कि कुछ हद तक आत्मनिर्भरता आवश्यक है।
- पर्वतारोहण के लिए सामान्य दिशानिर्देश

- ऐसे सभी संचालकों को एडवेंचर टूर ऑपरेटर्स एसोसिएशन ऑफ इंडिया और पर्यटन मंत्रालय से पंजीकृत कराना होगा।
- नेता या मुख्य गाइड और जितना संभव हो उतने गाइडों को चढ़ाई की जाने वाली चोटी की ऊंचाई के लिए उपयुक्त उच्च ऊंचाई का अनुभव होना चाहिए। वह 6000 मीटर से ऊपर के तीन पर्वतारोहण अभियानों का सदस्य रहा हो और विदेश से 'ए' ग्रेड या समकक्ष के साथ बुनियादी पर्वतारोहण पाठ्यक्रम पूरा किया हो। उसे प्राथमिक चिकित्सा और कार्डियोपल्मोनरी रिससिटेशन (CPR) प्रमाणन पर योग्य होना चाहिए।
- पहाड़ पर मार्गदर्शक और कुली कर्मचारी और आपूर्ति की गई सामग्री पार्टी के उद्देश्यों और प्रस्तावित सेवा के स्तर के लिए पर्याप्त होनी चाहिए।
- पार्टी में एक अनुभवी डॉक्टर वांछनीय है लेकिन चिकित्सा सहायता के लिए कम से कम अग्रिम व्यवस्था पता होनी चाहिए। आपात स्थिति में निकासी सहायता के लिए भी अग्रिम व्यवस्था की जानी चाहिए।
- उपलब्ध न्यूनतम सुरक्षा उपकरण की सिफारिश वॉकी-टॉकी रेडियो और अनुशंसित चिकित्सा आपूर्ति की जाती है।
- विज्ञापन में शामिल सभी कठिनाइयों और खतरों की एक सच्ची तस्वीर देनी चाहिए, और असंभव का वादा करने से बचना चाहिए। यदि किसी संचालिका द्वारा व्यावसायिक रूप से एक अभियान शुरू किया जाता है, तो मार्गदर्शक दल के बारे में जीवनी संबंधी जानकारी शामिल की जानी चाहिए।
- ग्राहक को अपने अनुभव को सच्चाई से प्रकट करना चाहिए, दस्तावेज/ फोटोग्राफ, चिकित्सा इतिहास इत्यादि द्वारा समर्थित आयोजक को ताकि आयोजक संभावित ग्राहक के बारे में एक सूचित विकल्प बना सके।
- अग्रिम रूप से प्रदान की गई जानकारी में ग्राहक द्वारा प्रदान किए जाने वाले कपड़ों और उपकरणों के विवरण के साथ-साथ आयोजक द्वारा आपूर्ति की जाने वाली गाइडिंग, पोटरेज और उपकरण का स्पष्ट विवरण शामिल होगा। यह केवल रसद के साथ अभियानों में सहायता करने वाले ऑपरेटरों के संदर्भ में नहीं है।
- सभी उपकरण जिन पर जीवन निर्भर है, वे Union International de Alpine Association (UIAA) या यूरोपीय संघ (European Union) (EU) प्रमाणित होने चाहिए।
- Union International de Alpine Association (UIAA)/ हिमालयन एनवायरनमेंट ट्रस्ट (HET) आदि के पर्यावरणीय दिशा-निर्देशों का पालन करते हुए कम प्रभाव वाले पर्यावरणीय अभियान का ज्ञान होना चाहिए।

ट्रेकिंग (Trekking)

- नेता या मुख्य गाइड और जितने संभव हो उतने गाइडों के पास प्रयास किए जा रहे मार्ग की कठिनाई के लिए उपयुक्त अनुभव होना चाहिए। ट्रिप लीडर ने सामान्य रूप से कम से कम दो ट्रेकिंग यात्राएं पूरी की हों और बुनियादी पर्वतारोहण पाठ्यक्रम या समकक्ष के साथ पूरा किया हो। एक 'A' ग्रेड। उसे प्राथमिक चिकित्सा और कार्डियोपल्मोनरी रिससिटेशन (CPR) प्रमाणन पर योग्य होना चाहिए।
- ट्रेक के लिए मार्गदर्शक और कुली कर्मचारी और आपूर्ति की गई सामग्री पार्टी के उद्देश्यों और प्रस्तावित सेवाओं के घोषित स्तर के लिए पर्याप्त होनी चाहिए।
- क्षेत्र में उपलब्ध चिकित्सा सहायता के लिए पर्याप्त व्यवस्थाओं के बारे में पहले से अवगत कराया जाना चाहिए। आपातकाल के मामले में निकासी सहायता के लिए अग्रिम सूचना भी दी जानी चाहिए। यात्रा के दौरान न्यूनतम प्राथमिक चिकित्सा सामग्री साथ में रखनी चाहिए। बचाव अभियान के लिए हेलीकॉप्टर की आवश्यकता के मामले में, यह अनुशंसा की जाती है कि प्रत्यायन समिति को बचाव को अधिकृत करने का अधिकार दिया जाए।
- ग्राहकों को प्रदान की जाने वाली जानकारी में शामिल सभी कठिनाइयों और खतरों की एक सच्ची तस्वीर देनी चाहिए, और असंभव का वादा करने से बचना चाहिए। मार्गदर्शक दल के बारे में जीवनी संबंधी जानकारी शामिल की जानी चाहिए।
- ग्राहक को अपने अनुभव, चिकित्सा इतिहास आदि को सच्चाई से आयोजक को प्रकट करना चाहिए ताकि आयोजक संभावित ग्राहक के बारे में सूचित विकल्प बना सके।
- अग्रिम रूप से प्रदान की गई जानकारी में मार्गदर्शक, सामान और उपकरण का स्पष्ट विवरण शामिल होगा जो आयोजक द्वारा प्रदान किया जाएगा, साथ ही ग्राहक द्वारा प्रदान किए जाने वाले कपड़ों और उपकरणों के विवरण भी शामिल होंगे।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

जल आधारित गतिविधियों के लिए बुनियादी न्यूनतम मानक (Basic minimum standards for water based activities)

बहती हुई नदी (River running)

- रिवर रनिंग ट्रिप या वाणिज्यिक व्हाइट वाटर राफ्टिंग ट्रिप संचालित करने वाली कोई भी कंपनी इंडियन एसोसिएशन ऑफ प्रोफेशनल राफ्टिंग आउटफिटर्स/एडवेंचर टूर ऑपरेटर्स एसोसिएशन ऑफ इंडिया और पर्यटन मंत्रालय के साथ पंजीकृत होनी चाहिए।
- पर्यटकों के लिए सफेद पानी पर सभी यात्राएं प्रत्येक क्राफ्ट पर कम से कम एक योग्य गाइड के साथ आयोजित की जाएंगी। एक वरिष्ठ गाइड या ट्रिप लीडर को हर समय मौजूद रहना चाहिए और गतिविधि की निगरानी करनी चाहिए।
- **यात्राओं के साथ आने वाले गाइड को होना चाहिए (The Guide accompanying the trips should):**
  - कम से कम 18 वर्ष का हो;
  - तैरने में सक्षम;
  - एक वैध प्राथमिक चिकित्सा और कार्डियोपल्मोनरी रिससिटेशन (CPR) प्रमाणपत्र या समकक्ष हो।
- **प्रशिक्षण (Training):** गाइड प्रशिक्षुओं को एक कोर्स (या समकक्ष प्रशिक्षण) पूरा करना चाहिए जो उन्हें एक बेड़ा को सुरक्षित और सक्षम रूप से मार्गदर्शन करने के लिए आवश्यक कौशल औरज्ञान से लैस करता है। एक गाइड प्रशिक्षण पाठ्यक्रम में निम्नलिखित विषय शामिल होने चाहिए:
  - कौशल - राफ्टिंग तकनीक, चालक दल प्रशिक्षण और प्रबंधन, आपातकालीन और बचाव तकनीक।
  - ज्ञान - उपकरण, सुरक्षा और आपातकालीन प्रक्रियाएं, त्वरित सिद्धांत, नेतृत्व, संकेत, पर्यावरण संरक्षण
- **मान्यता अनुभव (Recognition Experience):** गाइड चाहिए,
  - एक ट्रिप लीडर की देखरेख में और उसकी संतुष्टि के लिए एक बेड़ा को उसी वर्ग के रैपिड्स में पिछले दो वर्षों के भीतर कम से कम दस सफेद पानी के रन पर निर्देशित किया है या जिस रन पर वे मार्गदर्शन करना चाहते हैं;
  - वे सफेद पानी के किसी भी नए खंड पर चलने वाले परिचय को पूरा करें, जिस पर वे मार्गदर्शन करना चाहते हैं;
  - अनुभव के प्रमाण के रूप में ट्रिप लीडर द्वारा हस्ताक्षरित और प्रत्येक रन की रिकॉर्डिंग के लिए एक लॉग बुक बनाए रखें;
  - हिंदी और अंग्रेजी में अच्छा कम्युनिकेशन स्किल होना चाहिए।
- **ट्रिप लीडर्स के लिए विशेष आवश्यकताएं (Special Requirements for Trip Leaders):** ट्रिप लीडर्स को होना चाहिए,
  - कम से कम दो वर्षों के लिए योग्य गाइड रहे हों;
  - उच्च स्तर के मार्गदर्शक कौशल और ज्ञान हैं;
  - ट्रिप प्लानिंग, व्हाइट वाटर रेस्क्यू तकनीक, आपातकालीन प्रक्रियाओं और उन्नत प्राथमिक चिकित्सा का गहन ज्ञान है;
  - एक बेड़ा को एक योग्य गाइड के रूप में निर्देशित किया है कम से कम बीस सफेद पानी पिछले दो वर्षों के भीतर एक ही वर्ग के रैपिड्स में चलता है या उस दौड़ से अधिक होता है जिस पर वे नेतृत्व करना चाहते हैं;
  - एक परिचित दौड़ को पूरा करें और सफेद पानी के किसी भी नए खंड पर निकासी मार्गों को जानें, जिस पर वे आगे बढ़ने का इरादा रखते हैं;
  - हिंदी और अंग्रेजी में बेहतरीन कम्युनिकेशन स्किल होनी चाहिए।
- **सिंगल राफ्ट ट्रिप्स (Single Raft Trips):** अंतरराष्ट्रीय स्तर पर चलने वाली नदी में कुछ सबसे खराब दुर्घटनाएं वहां हुई हैं जहां केवल एक बेड़ा हुआ है। पानी पर हमेशा कम से कम दो यान होने चाहिए, यानी दो बेड़ा या कश्ती या एक बेड़ा और एक सुरक्षा कश्ती। राफ्ट के मामले में फ्लोट ट्रिप (अधिकतम ग्रेड II) के लिए इसमें ढील दी जा सकती है। कश्ती के लिए न्यूनतम दो या अधिमानतः तीन की हमेशा सिफारिश की जाती है। तकनीकी रैपिड्स ग्रेड IV और उससे आगे के लिए सुरक्षा कश्ती अनिवार्य होनी चाहिए। लगातार सफेद पानी वाले खंडों के मामले में, यदि अधिक नहीं तो कम से कम एक कश्ती प्रति बेड़ा देखना चाहिए।
- **किट (Kit):** सभी यात्राओं में एक अच्छी तरह से सुसज्जित प्राथमिक चिकित्सा किट होनी चाहिए (इसमें त्रिकोणीय पट्टियाँ, बाँझ पैड, धुंध रोलर पट्टियाँ, दबाव पट्टियाँ, प्राथमिक चिकित्सा चिपकने वाला टेप, स्प्लिंट्स, कैंची कम से कम होनी चाहिए), एक रिपेयर किट (यह इसमें लगभग आधा मीटर रिपेयर सामग्री, पर्याप्त मात्रा में फ़्लू और एक्सेलरेटर, सैंड पेपर या रफिंग टूल और वाटरप्रूफ मरम्मत टेप/डक टेप) होना चाहिए। ओअर राफ्ट (Oar rafts) में कम से कम एक अतिरिक्त ओअर (Oar) होना चाहिए। सभी राफ्टों में एक सुरक्षा रेखा होनी चाहिए जो बेड़ा के चारों ओर जा रही हो, एक धनुष-रेखा और अधिमानतः एक कड़ी रेखा भी। सभी राफ्टों में एक थ्रो बैग और एक बेलिंग बकेट होना चाहिए (नॉन सेल्फ बेलर बकेट बोट्स के मामले में)। सभी बड़ी बूंदों के लिए एक फ्लिप लाइन की सिफारिश की जाती है।
- **व्यक्तिगत नदी उपकरण (Personal River Equipment):** सभी राफ्टर्स/कैकरों के पास पानी में रहने के दौरान हर समय लाइफ जैकेट होना चाहिए। इसमें गाइड भी शामिल हैं। लाइफ जैकेट में पर्याप्त उछाल होना चाहिए (न्यूनतम 6.14 किलोग्राम, 'और अधिमानतः 9-10 किलोग्राम।), उचित प्रकार (U.S. कोस्ट गार्ड टाइप III या V) होना चाहिए जिसमें पट्टियों आदि द्वारा एक सुखद फिट सुनिश्चित करने का प्रावधान हो। और लाइफ जैकेट सही ढंग से पहनी जानी चाहिए। इन्फ्लेटेबल लाइफ जैकेट और 'keyhole' टाइप जैकेट की अनुमति नहीं दी जानी चाहिए। गाइड को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि यात्रा शुरू होने से पहले और सभी प्रमुख बूंदों के ऊपर लाइफ जैकेट

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

सुरक्षित तरीके से चालू हैं। सभी रैपिड्स पर हेलमेट अनिवार्य हैं और यह अनुशंसा की जाती है कि हेलमेट को पूरी यात्रा के दौरान रखा जाए। हेलमेट को ठीक से बांधा जाना चाहिए। राफ्ट अच्छी स्थिति में होना चाहिए जिसमें कोई रिसाव या कम्पार्टमेंट क्षति न हो। यह सुनिश्चित करने के लिए कि प्रत्येक कम्पार्टमेंट बिना किसी रिसाव के एयर टाइट है, नियमित अंतराल पर एक बैफल / कम्पार्टमेंट इन्फ्लेशन चेक किया जाना चाहिए। कमर्शियल राफ्टिंग के लिए न्यूनतम 14 - 16 फीट नावों की सिफारिश की जाती है। सेल्फ बेलिंग राफ्ट की सिफारिश की जाती है।

- **आयु सीमा (Age Limit):** फ्लोट ट्रिप (ग्रेड II और नीचे) को छोड़कर सभी हिस्सों पर चौदह वर्ष, जहां इसे दस वर्ष तक बढ़ाया जा सकता है।
- **गैर तैराक (Non Swimmers):** गैर तैराकों को किसी गंभीर रैपिड (ग्रेड III +/IV)/ या हार्ड सेक्शन पर अनुमति नहीं दी जानी चाहिए।
- **सेफ्टी ब्रीफिंग (Safety Briefing):** गाइड्स/ट्रिप लीडर को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि प्रत्येक ट्रिप से पहले उस विशेष ट्रिप के लिए सभी प्रासंगिक विवरणों को शामिल करते हुए पूरी सुरक्षा ब्रीफिंग दी जाए। ट्रिप लीडर को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि ग्राहक उपयुक्त पोशाक में हैं (भारी कपड़े, साड़ी, नेक टाई, लंबी स्कर्ट और थ्री पीस सूट की अनुमति नहीं दी जानी चाहिए)। किसी भी गंभीर बीमारी से पीड़ित लोगों, कमजोर दिल की स्थिति, मिर्गी और गर्भवती माताओं को अनुमति नहीं दी जानी चाहिए। गैर तैराकों को केवल रस्सी बैक अप के साथ बॉडी सर्फ करने की अनुमति दी जानी चाहिए। राफ्टिंग के लिए जूते/उपयुक्त सैंडल/बूटी अनिवार्य हैं। सर्दियों के दौरान / ठंडी हवा के तापमान वाली हिमनदी पिघली हुई नदियों में उपयुक्त कपड़े पहनने चाहिए। ऐसी नदियों के लिए सूखे सूट/गीले सूट की सिफारिश की जाती है। यदि नहीं, तो हल्के ऊनी/सिंथेटिक कपड़े जरूरी हैं। सूर्यास्त से कम से कम एक घंटे पहले समाप्त करने के लिए यात्राएं सावधानीपूर्वक समयबद्ध होनी चाहिए।
- **शराब और ड्रग्स (Alcohol and Drugs):** नदी यात्रा से कम से कम छह घंटे पहले किसी भी रूप या मात्रा में शराब या अवैध दवाओं का सेवन करने की अनुमति नहीं दी जानी चाहिए।
- **फैमिलियराइजेशन रन (Familiarization Runs):** प्रत्येक मौसम में या नई नदियों पर व्यावसायिक रूप से संचालन करने से पहले एक या दो फैमिलियराइजेशन रन की सिफारिश की जाती है। नदियों को व्यावसायिक रूप से बाढ़ के स्तर पर नहीं चलाया जाना चाहिए।
- **विदेशी गाइड्स (Foreign Guides):** विदेशी गाइड्स को संचालित करने की अनुमति देने से पहले भारतीय सुरक्षा नियमों के बारे में पता होना चाहिए। उन्हें आवश्यक मानदंडों को पूरा करना चाहिए और व्यावसायिक रूप से संचालित करने की अनुमति देने से पहले नदी और उपकरणों पर कुछ परिचित होना चाहिए। एक वैध प्राथमिक चिकित्सा प्रमाण पत्र होना आवश्यक है।
- **वरिष्ठ गाइड (Senior Guide):** एक वरिष्ठ गाइड ने उपरोक्त तीन नदियों में से किसी भी नदी पर कम से कम तीन लगातार मौसम बिताए हों और हर मौसम में नदी पर कम से कम साठ दिन बिताए हों। उसके पास सभी आवश्यक प्राथमिक चिकित्सा और कार्डियोपल्मोनरी रिससिटेशन (CPR) योग्यताएं होनी चाहिए और एक स्वच्छ सुरक्षा रिकॉर्ड होना चाहिए। एक वरिष्ठ गाइड के पास कम से कम तीन अलग-अलग नदियों पर नदी चलाने का अनुभव होना चाहिए।
- **सुरक्षा केकर (Safety Kayaker):** एक सुरक्षा और बचाव केकर को सभी सुरक्षा मानदंडों, नदी बचाव और प्राथमिक चिकित्सा/ कार्डियोपल्मोनरी रिससिटेशन (CPR) प्रमाणन में पूरी तरह से प्रशिक्षित और अनुभवी होना चाहिए। व्यावसायिक यात्राओं के साथ कयाकिंग से पहले नदी पर कम से कम तीस दिन अनिवार्य हैं।

वायु आधारित गतिविधियों के लिए बुनियादी न्यूनतम मानक (Basic minimum standards for air based activities)

एरोस्पोर्ट्स को उच्चतम कौशल आवश्यकताओं की आवश्यकता होती है। उनके पास सबसे अधिक जोखिम वाला तत्व भी है और जो कुछ भी गलत होता है वह मुश्किल से सुधारात्मक कार्रवाई का अवसर देता है। तदनुसार सुरक्षा दिशानिर्देशों का पालन सावधानीपूर्वक किया जाना चाहिए।

आम तौर पर निम्नलिखित सिद्धांतों को अपनाने की आवश्यकता है (Generally the following principles need to be adopted)

- प्रत्येक एयरो-स्पोर्ट में उपयोग किए जाने वाले उपकरण को उसके विनिर्देशों, प्रमाणन एजेंसी और उसके जीवन (शेल्फ जीवन और उपयोग जीवन) के संदर्भ में परिभाषित किया जाना चाहिए, जैसा कि निर्माता द्वारा परिभाषित किया गया है, जिनके पास विशेष एयरो-स्पोर्ट उपकरण के निर्माण के लिए एक वैध प्राधिकरण होना चाहिए।।
- प्रशिक्षक/संचालक योग्यता बहुत महत्वपूर्ण है। प्रारंभिक प्रमाणपत्र या योग्यता होना पर्याप्त नहीं है। सुरक्षा और कौशल की जरूरतों के संदर्भ में मुद्रा और निरंतर मूल्यांकन किया जाना चाहिए।

पैराग्लाइडिंग (Paragliding)

आधारभूत संरचना (Infrastructure)

1 हिल लॉन्च के मामले में ऑपरेटर के पास सुरक्षित और खुले टेक ऑफ पॉइंट तक पहुंच होनी चाहिए। टेक ऑफ पॉइंट टेक ऑफ पथ में बाधाओं से मुक्त होना चाहिए और इसमें चट्टान या फसलें नहीं होनी चाहिए जो प्रतिभागी को घायल कर सकती हैं। क्लिफ टेक ऑफ पॉइंट्स का सख्ती से उपयोग नहीं किया जाना चाहिए।

2 ऑपरेटर के पास ऊंचे पेड़ों, इमारतों, बिजली के तारों आदि जैसे अवरोधों से मुक्त निर्दिष्ट लैंडिंग ग्राउंड तक मुफ्त और स्पष्ट पहुंच होनी चाहिए।

3 योग्य प्राथमिक चिकित्सा प्रशिक्षकों (संबंधित दुर्घटनाओं के बारे में अतिरिक्त जानकारी रखने वाले) के साथ तत्काल आपातकालीन सेवाओं के लिए पास के अस्पताल के साथ प्राथमिक उपचार उपलब्ध होना चाहिए।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

4 हवा की स्थिति की सख्ती से निगरानी की जानी चाहिए और उपकरण निर्माता द्वारा निर्धारित मौसम की स्थिति के भीतर गतिविधि की जानी चाहिए।

उपकरण और सहायक उपकरण (Equipment And Accessories)

5 पैराग्लाइडिंग विंग्स के पास APCUL DHV या CEN सर्टिफिकेशन होना चाहिए। इस तरह के प्रमाणन को विंग पर सिला जाना चाहिए और निरीक्षण के लिए दिखाई देना चाहिए। हार्नेस बैक प्रोटेक्शन के साथ होना चाहिए और हार्नेस राउंड टाइप सर्टिफाइड रेस्क्यू पैराशूट के साथ फिट होना चाहिए।

6 हेलमेट और टखने में जूते अनिवार्य होने चाहिए।

7 सभी उपकरणों के लिए उचित लॉग बुक का रखरखाव किया जाना चाहिए।

8 हवाई योग्यता के लिए उपकरणों का वार्षिक निरीक्षण और प्रमाणन किया जाना चाहिए।

ऑपरेटर योग्यता (Operator Qualification)

9 एकल उड़ानों (solo flights) के मामले में पायलट को सैद्धांतिक और व्यावहारिक प्रशिक्षण से युक्त दो पूर्ण दिवसीय जमीनी प्रशिक्षण से गुजरना चाहिए और प्रशिक्षक को हिल और विंच लॉन्च पैराग्लाइडिंग दोनों में पहले लॉन्च से खुद को संतुष्ट करना चाहिए। पहले 15 लॉन्च के लिए ऊंचाई अधिकतम 500 फीट तक सीमित होनी चाहिए और छात्र को रेडियो गाइडेड होना चाहिए। 180 डिग्री स्थिर मोड़, पांच स्थान (20 मीटर) लैंडिंग के लिए क्षमता प्रदर्शित करने के बाद और थ्योरी पेपर क्लियर होने के बाद, छात्र को मुफ्त उड़ान भरने की अनुमति दी जा सकती है। छात्र पायलट के पास एयरो क्लब ऑफ इंडिया द्वारा मान्यता प्राप्त क्लब के साथ वैध पंजीकरण होना चाहिए।

10 टेंडेम पायलटों के पास सक्षम प्राधिकारी द्वारा जारी टेंडेम पायलट लाइसेंस होना चाहिए, जो निम्नलिखित के बाद जारी किया जाएगा:

- 1-50 लॉग इन उड़ानें।
- 35 घंटे + लॉग इन किया।
- थ्योरी पेपर पास करें

11 सभी प्रशिक्षकों को खेल में पर्याप्त ज्ञान और अनुभव रखने वाले मौजूदा पायलट होना चाहिए।

पैरासेलिंग (Parasailing)

- **ऑपरेटर वर्गीकरण (Operator Classifications):** सभी ऑपरेटरों को जमीन या पानी पर गतिविधि करने की उनकी क्षमता के संदर्भ में उपयुक्त एजेंसी द्वारा प्रमाणित किया जाएगा, विशेष रूप से बहु-यात्री उड़ान संचालन की अनुमति देने के लिए समर्थन किया जाएगा।
- **इन फ़्लाइट फ़्लोटेशन डिवाइस और हेलमेट (In Flight Floatation Devices and helmets):** हर समय पानी के ऊपर पैरासेलिंग गतिविधियों में भाग लेने वाले यात्री, जबकि उड़ान में उचित रूप से फिटेड लाइफ़ जैकेट पहनेंगे। भूमि पर, यात्रियों को ISI अनुमोदित हेलमेट पहनना चाहिए।
- **जोखिम की धारणा और दायित्व छूट की रिहाई (Assumption of Risk And Release of Liability Waiver):** अपवाद के बिना, सभी ऑपरेटरों को कानूनी उम्र के सभी प्रतिभागियों की आवश्यकता होगी या यदि वे नाबालिग हैं; गतिविधि शुरू करने से पहले माता-पिता या कानूनी अभिभावक को जोखिम और दायित्व छूट की रिहाई की धारणा को पढ़ने और हस्ताक्षर करने के लिए।
- **यात्री सुरक्षा ब्रीफिंग (Passenger Safety Briefing):** सभी पैरासेल प्रतिभागियों को पैरासेल सेफ्टी ब्रीफिंग वीडियो देखने की आवश्यकता होगी और/या लिखित पैरासेल सेफ्टी ब्रीफिंग हैंडआउट दिया जाएगा। इसके अलावा, चालक दल किसी भी पैरासेल उड़ान गतिविधियों के शुरू होने से पहले ब्रीफिंग का पूर्व-उड़ान मौखिक सारांश देगा, जिसमें निम्नलिखित शामिल होना चाहिए:
  - गतिविधि का ही विवरण।
  - उड़ान के दौरान और उड़ान के दौरान सुरक्षा सावधानियां।
  - सुरक्षा और जीवन रक्षक उपकरण स्थान।पानी में उतरना, उपकरण खराब होना, और तौलिये को अलग करना।
  - जहाज पर आपात स्थिति की स्थिति में प्रक्रिया।
  - संकेतों (signals) का उचित उपयोग।
  - प्रश्न और उत्तर अवधि।
  - किसी भी प्रतिभागी का बहिष्कार जो भाग लेने से पहले भयभीत या भयभीत हो सकता है।

1 **बाधाओं से निकटता पवन प्रतिबंध (Proximity to Obstructions. Wind restrictions):** ऑपरेटर के पास पवन मापक उपकरण होना चाहिए और 18 किलोमीटर प्रति घंटे से अधिक की हवाओं में काम नहीं करना चाहिए। ऑपरेटर हर समय किसी भी सर्फ-ज़ोन, तटरेखा, या स्थिर वस्तु से न्यूनतम 500 फीट की न्यूनतम संचालन दूरी बनाए रखेगा। इसके अलावा, किसी भी समय एक पैरासेल जहाज के ऑपरेटर को तट से निम्नलिखित दूरी के भीतर एक चंदवा को पार करने की अनुमति नहीं दी जाएगी, जबकि एक तटवर्ती हवा मौजूद है। (तटीय हवा को किसी भी हवा की दिशा के रूप में परिभाषित किया जाएगा जो संभावित रूप से एक पैरासेल पोत, चंदवा, या प्रतिभागी को जहाज या सिस्टम पावर और/या लाइन अलगाव की हानि की स्थिति में भूमि के संपर्क में रख सकता है।)

2 **वेसल सी वर्थनेस और टो व्हीकल रोड वर्थनेस की जिम्मेदारी (Responsibility of Vessel Sea worthiness and tow vehicle road worthiness):** यह सुनिश्चित करने के लिए पहले मेट इंचार्ज की जिम्मेदारी होगी कि वेसल का रखरखाव किया जाता है और समुद्र के अनुकूल स्थिति में ठीक से सुसज्जित है। एक वर्तमान लिखित लॉग सभी अनिवार्य दैनिक निरीक्षणों और पोत पर किए

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

गए सभी नियमित रखरखाव के लिए रखा जाएगा। किसी भी परिस्थिति में ऑपरेटर और/या चालक दल उन मापदंडों के बाहर किसी भी उपकरण का उपयोग नहीं करेगा जिसके लिए इसे डिजाइन किया गया था और हर समय निर्माताओं की विशिष्टताओं, आवश्यकताओं और/या सिफारिशों का पालन करना चाहिए। भूमि आधारित पैरासेलिंग वाहनों के लिए समान शर्तें लागू होनी चाहिए।

3 **यात्री वजन प्रतिबंध (Passenger Weight Restrictions):** किसी भी समय किसी यात्री को पैरासेलिंग गतिविधियों में भाग लेने की अनुमति नहीं दी जाएगी जब तक कि वे निर्माताओं की सिफारिशों या वजन के संदर्भ में आवश्यकताओं को पूरा नहीं करते। यात्री को आराम से और सुरक्षित रूप से दोहन में फिट होने में सक्षम होना चाहिए।

4 **टावलाइन की लंबाई की सीमाएं (Towline Length Limitations):** किसी भी समय नहीं

- क्या पैरासेल उड़ान संचालन करते समय किसी जहाज के विंच ड्रम में 500 फीट से अधिक का टावलाइन होना चाहिए। इसी प्रकार भूमि आधारित कार्यों में 500 फुट से अधिक रस्सी का प्रयोग नहीं करना चाहिए।
- अधिकतम 300 फीट AGL (Above Ground/ Water Level) से अधिक।

5 **न्यूनतम आयु आवश्यकताएँ (Minimum Age Requirements):** बच्चे पैरासेलिंग गतिविधियों में तभी भाग ले सकते हैं जब ऑपरेटर ने उचित पूर्व निर्णय लिया हो कि हवा और समुद्र की स्थिति ऐसी गतिविधियों के लिए अनुकूल है और अत्यधिक सावधानी बरती जानी चाहिए। 12 साल से कम उम्र के बच्चों को अनुमति नहीं दी जानी चाहिए।

6 **टावलाइन निरीक्षण और रखरखाव (Towline Inspection and Maintenance):** क्षति और/या घिसाव के लिए टावलाइन की

संपूर्णता का प्रतिदिन निरीक्षण किया जाएगा और यदि आवश्यक हो तो तुरंत बदल दिया जाएगा। टावलाइन को निर्माताओं के विनिर्देशों, आवश्यकताओं और/या सिफारिशों के अनुसार साफ और बनाए रखा जाना चाहिए। ऐसे निरीक्षणों और रखरखाव का एक लिखित लॉग हर समय रखा जाना चाहिए।

7 **प्री-फ्लाइट वेदर इवैल्यूएशन (Pre-Flight Weather Evaluation):** पैरासेलिंग के लिए मौसम की स्थिति अनुकूल है या नहीं, इसका मूल्यांकन और निर्धारण करना ऑपरेटरों की जिम्मेदारी है। वह इस तरह का निर्धारण करने के लिए उपलब्ध सभी साधनों का उपयोग करेगा। कोई भी ऑपरेटर जानबूझकर पैरासेलिंग क्षेत्र से 50 किमी के भीतर बारिश, भारी कोहरे या ज्ञात प्रकाश तूफान के दौरान पैरासेल नहीं करेगा, इसके अलावा एक दैनिक मौसम लॉग बनाए रखा जाएगा।

8 **बहु यात्री उड़ानें (Multiple Passenger Flights):** बहु-यात्री उड़ानें केवल निम्नलिखित शर्तों के तहत संचालित की जाएंगी और प्रत्येक उड़ान से पहले ऑपरेटर द्वारा उचित निर्णय लेने के बाद ही अत्यधिक सावधानी बरती जाएगी: :

- किसी भी कैनोपी (canopy) में किसी भी समय 2 से अधिक यात्री नहीं होने चाहिए।
- हवा की स्थिति पर्याप्त, स्थिर और सुसंगत होनी चाहिए।
- परिस्थितियाँ ऐसी गतिविधियों के अनुकूल होनी चाहिए।
- बहु-यात्री उड़ान संचालन के लिए विशेष रूप से डिज़ाइन किए गए और व्यावसायिक रूप से निर्मित वाणिज्यिक उपकरण का उपयोग किया जाना चाहिए।
- सभी उपकरणों को निर्माताओं के विनिर्देशों, आवश्यकताओं और/या सिफारिशों का पालन करना चाहिए।
- सभी बहु-यात्री उड़ानों के दौरान वेसल की विंच प्रणाली (Vessel's winch system) एक कार्यात्मक स्तर-वाइंडर से सुसज्जित होनी चाहिए।

रस्सी बांधकर कूदना (Bungee jumping)

- **आवश्यक आवश्यकताएँ (Essential requirements):** जंप लाइन के सभी भागों को डुप्लिकेट किया जाना चाहिए। यह bungee के कनेक्शन से जम्पर तक और लाइन के दूसरे छोर पर संरचना से कनेक्शन तक फैली हुई है। आम तौर पर जम्पर को टखने की पट्टियों से और दूसरे को शरीर या सिट हार्नेस से लगाव होना चाहिए।
- **उपकरण (Equipment):** (हार्नेस, करबिनर्स) मजबूत निर्माण के होने चाहिए और इस उपयोग के लिए उपयुक्त होने चाहिए। सम्मानित आपूर्तिकर्ताओं से पर्वतारोहण उपकरण उपयुक्त है। करबिनर्स स्क्रू गेट प्रकार के होने चाहिए।
- **लटकी हुई रस्सियाँ (Braided ropes):** कम से कम 2 लट वाली रस्सियों का उपयोग किया जाना चाहिए और जम्पर के वजन से मेल खाना चाहिए; वे हैवी ड्यूटी ब्रेडेड रबर कॉर्ड के लिए BS 3F 70 1991 विनिर्देश के अनुसार होने चाहिए, या स्पष्ट रूप से समान मानक के अनुसार होने चाहिए।
- **बिना गूंथी हुई रस्सियाँ (Unbraided ropes):** आम तौर पर एक बिना गूंथी हुई रस्सी पर्याप्त होती है क्योंकि इसकी संरचना में एक साथ बंधे लगभग एक हजार अलग-अलग रेशे होते हैं। प्रत्येक रस्सी के पास एक स्वतंत्र स्रोत से परीक्षक प्रमाण पत्र होना चाहिए और जम्पर के वजन के अनुसार चुना जाना चाहिए।
- रोप लॉग बुक रखी जानी चाहिए, जिसमें अधिकतम भार, और किए गए जंप और ड्रॉप टेस्ट की संख्या का वर्णन हो, और अनब्रेडेड रस्सियों के मामले में, परीक्षक द्वारा आवश्यक कोई अन्य शर्तें (जैसे सूरज की रोशनी में समय की अवधि)। रस्सियों का एक सीमित जीवन होता है और ऑपरेटरों को यह प्रदर्शित करने में सक्षम होना चाहिए कि इसे पार नहीं किया गया है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- एक लिखित संचालन प्रक्रिया होनी चाहिए। यदि नहीं लिखा गया है, तो तत्वों के भूल जाने या शॉर्ट सर्किट होने की संभावना अधिक होगी। दोनों ऑपरेटरों और प्रवर्तन अधिकारियों को यह जांचने में सक्षम होना चाहिए कि सुरक्षित प्रक्रियाएं स्थापित की गई हैं और उनका पालन किया जा रहा है।
- प्रक्रिया में कम से कम शामिल होना चाहिए:
  - चिकित्सा जांच;
  - आयु सत्यापन - यदि 18 वर्ष से कम है, तो माता-पिता की सहमति आवश्यक होनी चाहिए;
  - यदि 14 वर्ष से कम आयु के हैं, तो उन्हें कूदने की अनुमति नहीं दी जानी चाहिए;
  - वजन और रस्सी का चयन: यह जांचने की एक विधि होनी चाहिए कि जम्पर का वजन सही ढंग से मापा और दर्ज किया गया है ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि प्रत्येक जम्पर के लिए सही रस्सी का चयन किया गया है;
  - हार्नेस और रस्सियों के प्रत्येक भाग को जोड़ना, और एक दूसरे प्रशिक्षित व्यक्ति द्वारा प्रत्येक क्रिया की जाँच करना;
  - जम्पर की ब्रीफिंग;
  - पिंजरे में प्रवेश और सवारी;
  - पुन: निर्देश और कूद; तथा
  - जम्पर की पुनर्प्राप्ति।
- **मोबाइल क्रेन का उपयोग (Use of mobile cranes):** मोबाइल क्रेन के उपयोग की अनुमति नहीं दी जाती है क्योंकि यह बहुत खतरनाक है।
- **अन्य महत्वपूर्ण तत्व (Other important elements):** कर्मियों का प्रशिक्षण सर्वोपरि है। किए गए प्रत्येक कार्य के लिए एक अलग स्तर के प्रशिक्षण और अनुभव की आवश्यकता होती है। प्रभारी को यह प्रदर्शित करने में सक्षम होना चाहिए कि कार्य करने वाले प्रत्येक व्यक्ति के पास ऐसा करने के लिए पर्याप्त अनुभव है, जब तक कि व्यक्ति, किसी अन्य अनुभवी व्यक्ति की सीधी देखरेख में होना चाहिए। एक उचित प्रशिक्षण कार्यक्रम होना चाहिए जो दर्शाता है कि एक व्यक्ति एक स्तर की क्षमता से अगले स्तर तक कैसे आगे बढ़ता है। कार्य की समय-सारणी में स्पष्ट रूप से उल्लेख होना चाहिए कि सुरक्षा संबंधी प्रत्येक महत्वपूर्ण कार्रवाई कौन करता है और कौन इसकी जांच करता है। प्रत्येक व्यक्ति को उन कार्यों की जानकारी होनी चाहिए, जिन्हें करने की उन्हें अनुमति है और जिन्हें करने के लिए वे अधिकृत नहीं हैं। आज तक, दुनिया भर में सभी ज्ञात घातक दुर्घटनाएँ मानवीय त्रुटि के कारण हुई हैं।
- समग्र प्रभारी व्यक्ति को साइट का पूरा नियंत्रण रखना चाहिए। दर्शकों को उनकी सुरक्षा के लिए जंप जोन से बाहर करने और संचालकों के ध्यान भटकाने से बचने की व्यवस्था की जानी चाहिए।
- पिंजरे में बंद किसी भी व्यक्ति को इससे सुरक्षित रूप से जुड़ा होना चाहिए। विशेष रूप से बच्चों द्वारा दर्शकों की सवारी को हतोत्साहित किया जाना चाहिए।
- इसकी अखंडता सुनिश्चित करने के लिए दिन की शुरुआत में पूरी लाइन का डेड-वेट ड्रॉप टेस्ट होना चाहिए।
- जंप लाइन में सभी घटकों के पुर्जों को साइट पर रखा जाना चाहिए ताकि संदिग्ध घटकों के तत्काल प्रतिस्थापन के लिए उपलब्ध हो सके।
- बिना लट वाली रस्सियों के साथ भूमि पर कूदने के लिए एक एयर बैग का उपयोग किया जाना चाहिए। बैग का उद्देश्य गलत रस्सी का चयन किए जाने पर जम्पर को जमीन से टकराने से रोकना है। यह कूदने वालों की सुरक्षा के लिए नहीं है जो उन्हें सहायक संरचना से ठीक से जोड़ने में विफलता के कारण गिरते हैं। BS 3F 70 की लट वाली रस्सियों में एक बाहरी आवरण होता है जो खींचने पर कस जाता है। अनब्रेडेड रस्सियाँ नहीं होती हैं, इसलिए यदि गलत रस्सी का चयन किया जाता है तो एक जम्पर के बहुत दूर उतरने का अधिक जोखिम होता है। यदि पानी के ऊपर एक बिना रस्सी के छलांग लगाई जाती है, तो एयरबैग के कार्य को करने के लिए पानी पर भरोसा करते हुए, यह सुनिश्चित करने के लिए कदम उठाए जाने चाहिए कि पानी की सतह के नीचे कोई बाधा न हो। साथ ही पानी से बचाव के लिए उपयुक्त इंतजाम किए जाएं।

प्रवर्तन एजेंसी (Enforcement agency)

- एक या कई गतिविधियों में ऑपरेटरों और आउटफिटर्स के लिए एक मान्यता समिति बनाई जा सकती है। इस प्रत्यायन समिति का गठन इस प्रकार होना चाहिए:
  - अध्यक्ष (पर्यटन मंत्रालय, भारत सरकार द्वारा नामित),
  - सदस्य: सदस्यों को साहसिक गतिविधियों के वास्तविक अनुभव के साथ सिद्ध विशेषज्ञ होना चाहिए, जो गाइड और यात्रा के लिए न्यूनतम मानदंडों को पूरा करते हों। एडवेंचर टूर ऑपरेटर्स एसोसिएशन ऑफ इंडिया (ATOAI) द्वारा नामित दो सदस्य।

    National Institute of Water Sports (NIWS) और Indian Association of Professional Rafters (IAPRO) द्वारा नामित प्रत्येक सदस्य।

    पैराशूटिंग फेडरेशन ऑफ इंडिया द्वारा नामित एक सदस्य

    भारतीय पर्वतारोहण फाउंडेशन द्वारा नामित एक सदस्य
- समिति प्रासंगिक साहसिक व्यापार संघों के परामर्श से परीक्षकों की नियुक्ति भी कर सकती है, जिनके पास ऑपरेटर की सुविधाओं का निरीक्षण करने और सुरक्षा नियमों के अनुपालन को प्रमाणित करने के लिए गतिविधि का सिद्ध अनुभव है। नियुक्त परीक्षकों को व्यक्तिगत रूप से गतिविधि को स्वतंत्र रूप से संचालित करने में सक्षम होना चाहिए और स्वयं ट्रिप लीडर या प्रशिक्षकों के लिए न्यूनतम आवश्यकताओं को पूरा करना चाहिए।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- इस समिति को किसी एडवेंचर टूर ऑपरेटर के खिलाफ किसी भी शिकायत को देखने का भी अधिकार होगा।
- यह समिति वार्षिक आधार पर आवश्यकतानुसार दिशानिर्देशों और सुरक्षा विनियमों को और उन्नत कर सकती है।
- यह समिति प्रशिक्षण कार्यक्रम/पुनश्चर्या पाठ्यक्रम भी कर सकती है और भारत में साहसिक गतिविधियों के सुचारु संचालन को प्रभावित करने वाले किसी भी प्रासंगिक मुद्दों का समन्वय कर सकती है।

संस्थानों की सूची (List of institutions)

उन संस्थानों की सुझाई गई सूची, जिनके प्रमाणपत्रों को गाइड या ट्रिप लीडर्स की विशिष्ट गतिविधि के लिए योग्यता के रूप में मान्यता दी जाएगी, वे इस प्रकार हैं: -

भूमि आधारित (Land based)

- हिमालय पर्वतारोहण संस्थान, जवाहर पर्वत, दार्जिलिंग।
- नेहरू पर्वतारोहण संस्थान, उत्तरकाशी
- पश्चिमी हिमालय पर्वतारोहण संस्थान, मनाली।
- भारतीय स्कीइंग और पर्वतारोहण संस्थान, गुलमर्ग।
- सशस्त्र सेना प्रशिक्षण प्रतिष्ठान (पूर्व सैनिकों के संबंध में)।
- विदेश से राष्ट्रीय या अंतरराष्ट्रीय स्तर पर मान्यता प्राप्त कोई अन्य समकक्ष संस्थान।

वाटर बेस्ड (Water based)

- राष्ट्रीय जल खेल संस्थान, गोवा।
- क्षेत्रीय जल क्रीड़ा केंद्र, पौंग बांध, हिमाचल प्रदेश।
- सशस्त्र सेना प्रशिक्षण प्रतिष्ठान (पूर्व सैनिकों के संबंध में)।
- विदेश से राष्ट्रीय या अंतरराष्ट्रीय स्तर पर मान्यता प्राप्त कोई अन्य समकक्ष संस्थान।

वायु आधारित (Air based)

- सशस्त्र सेना प्रशिक्षण प्रतिष्ठान (पूर्व सैनिकों के संबंध में)।
- विदेश से राष्ट्रीय या अंतरराष्ट्रीय स्तर पर मान्यता प्राप्त कोई अन्य समकक्ष संस्थान।

आवास प्रपत्र और प्रकार (Accommodation forms & types)

- **आवास की प्रमुख विशेषताओं की व्याख्या करें**
- **विभिन्न आधारों पर होटलों का वर्गीकरण करें**
- **एक होटल के उत्पाद मिश्रण को परिभाषित करें**
- **होटलों में विभिन्न प्रकार के कमरों का वर्णन करें।**

परिचय (Introduction)

विश्व व्यापार संगठन ने 'पर्यटक' शब्द को यह मानते हुए परिभाषित किया है कि व्यक्ति ने कम से कम एक रात उसके द्वारा देखी गई जगह पर बिताई है ताकि उसे पर्यटक की श्रेणी में रखा जा सके। इस प्रकार, यात्रा करने वाले प्रत्येक व्यक्ति को अपने सामान्य निवास स्थान से दूर रहना चाहिए और अपनी यात्रा के स्थान पर (कम से कम एक रात) बिताना चाहिए। पर्यटन, इसलिए, प्रत्येक मनुष्य से संबंधित सबसे महत्वपूर्ण गतिविधियों को शामिल करता है - खाना, आराम के लिए सोना, रात्रि विश्राम के लिए सोना, दिन के लिए कपड़े पहनना, पेय और शराब का आनंद लेना, नृत्य करना और कुछ इनडोर और आउटडोर खेल खेलना जिसमें उसकी रुचि हो सकती है।। पर्यटन हमेशा ऐसे स्थानों के प्रावधान से जुड़ा होता है जो आगंतुक के आरामदायक (और, यदि संभव हो तो, शानदार) ठहरने के लिए उपयुक्त हो सकते हैं।

पर्यटन के इस पहलू पर पर्यटन स्थलों की तुलना में अधिक ध्यान दिया गया है, जहां पर्यटक अक्सर घूमने के लिए लालायित रहते हैं। एक पर्यटक स्थल की तुलना में एक होटल या रेस्टोरेंट पर्यटकों से बहुत अधिक कमाता है। ऐसा इसलिए है क्योंकि पूर्व मनुष्य की सबसे बुनियादी जरूरतों को पूरा करता है; वास्तव में, पर्यटक यात्रा के लिए बिल्कुल भी आगे नहीं बढ़ सकता है यदि उसे यात्रा के स्थान पर या उसके आसपास एक अच्छा आवास प्रदान नहीं किया जाता है। इस तरह की सुविधा का अभाव कई पर्यटकों को पर्यटक आकर्षण के कई स्थानों पर जाने से रोक सकता है, चाहे वे कितने भी सुंदर और असाधारण क्यों न हों।

यदि कोई देश, जो एक लोकप्रिय गंतव्य भी है, पर्यटकों को उत्कृष्ट आवास, रेस्टोरेंट सुविधाएं, बार सुविधाएं, डांस क्लब, नाइटलाइफ़ और अन्य संबंधित सामग्री प्रदान करता है, तो उसकी "आवास संपत्ति" के कारण लाखों डॉलर कमाने की संभावना है। इस संदर्भ में उदाहरण हैं- लंदन, न्यूयॉर्क शहर, हवाई द्वीप समूह, मुंबई, नई दिल्ली, बैंकॉक, पटाया, मॉरीशस, पेरिस, हांगकांग, सिंगापुर, दुबई, केन्या आदि।

इसके विपरीत, यदि कोई देश मामूली अच्छा या गरीब आवास और अन्य सुविधाएं, वह पर्यटकों को आकर्षित करने की संभावना नहीं है। इसलिए, उसके पर्यटन राजस्व में गिरावट आ सकती है। इस संदर्भ में प्रमुख उदाहरण हैं-बांग्लादेश, तंजानिया, इथियोपिया, बोत्सवाना, जिम्बाब्वे, सिएरा लियोन, युगांडा, पाकिस्तान, मध्य एशियाई देश, ग्रीनलैंड आदि। इन क्षेत्रों/देशों में होटल और रेस्टोरेंट हैं लेकिन ये उन मानकों के नहीं हो सकते हैं जो आमतौर पर पर्यटकों द्वारा उम्मीद की जाती है। इसलिए, वे उन जगहों पर जाते हैं, जहां बेहतर होटल के साथ-साथ खाने, नाचने, पीने और नाइटलाइफ़ का आनंद लेने के लिए उत्कृष्ट सुविधाएं हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

आवास की प्रमुख विशेषताएं (Prominent features of accommodation)

पर्यटन प्रशासन की भाषा में आवास की निम्नलिखित विशेषताएं हैं (रुझानों पर भी चर्चा की गई है):-

- जब पर्यटक भ्रमण करता है तो कम से कम 1 रात के लिए अस्थायी निवास स्थान पर रुकता है; वह अपने निवास के सामान्य स्थान पर नहीं रहता है।
- ऐसे अस्थायी निवास स्थान को आवास, लॉज, होटल, मोटल, सराय, कहा जाता है।

धर्मशाला, रिज़ॉर्ट, युवा छात्रावास या शिविर। यह नाम उस निवास स्थान को पहले से परिभाषित नियमों के एक सेट के अनुसार दिया गया है। ऐसे नियम वैश्विक स्तर पर संचालित यात्रा/पर्यटन संगठनों द्वारा परिभाषित किए जाते हैं।

- पर्यटक कम से कम एक रात ठहरने के लिए एक कमरे का उपयोग करता है। वह कितनी भी रात और दिन रुक सकता है। वह अस्थायी निवास के इस स्थान से भोजन, पेय पदार्थ, शराब और अन्य खाद्य पदार्थ ले सकता है या नहीं ले सकता है। जैसा कि वह एक पर्यटक के दृष्टिकोण से इसका पता लगाने के लिए आया है, वह होटल द्वारा पेश किए जाने वाले भोजन, पेय पदार्थों और शराब पर ज्यादा ध्यान नहीं देता है। वह ज्यादातर समय होटल से बाहर ही रहता है। लेकिन जिसहोटल में वे ठहरते हैं, वहां उन्हें हमेशा नाश्ता, स्वागत पेय और कुछ उपहार दिए जाते हैं। यदि उसके पास समय और इच्छा हो तो वह उसी होटल में रात का भोजन भी कर सकता है। यह आजकल होटल व्यवसाय में सबसे स्वीकृत मानदंड है। इसीलिए, स्वागत पेय और सुबह का नाश्ता ऐसे हॉलिडे पैकेज में शामिल होते हैं, जिसमें आवास उनके आवश्यक घटक होते हैं।
- होटल में ठहरना पर्यटकों के अनुभवों का हिस्सा बन जाता है। इस प्रकार, वह चाहता है कि आवास अच्छा, आरामदायक और यदि संभव हो तो विलासिता से भरा हो। वह अपनी जेब के हिसाब से आवास पर पैसा खर्च करता है। लेकिन हमने देखा है कि कई मामलों में; एक पर्यटक उन उच्च वर्गों (एक होटल में रहने के संदर्भ में) को छूने की कोशिश करता है जो उसके दैनिक जीवन में उसकी पहुंच से बाहर हैं। अधिकतम संभव सीमा तक अपने दौरे का आनंद लेने के लिए, वह एक अच्छे होटल suite/room के लिए अतिरिक्त भुगतान करने से गुरेज नहीं करता है जो four-star या five-star श्रेणी का हो।
- जब भी पर्यटक अपने परिवार के अन्य सदस्यों के साथ यात्रा करता है, तो वह यह सुनिश्चित करता है कि उसे अपने परिवार के प्रत्येक सदस्य के हितों और जरूरतों का ध्यान रखने के लिए सर्वोत्तम आवास मिले। यदि वह अपनी पत्नी के साथ है, तो वह एकांत और विलासिता पसंद करता है। यदि उसके साथ उसकी पत्नी और छोटे बच्चे हैं, तो वह आराम और सुविधाओं को तरजीह देता है। यदि उसके साथ उसकी पत्नी और छोटे बच्चे हैं, तो वह अपने छोटे बच्चों के लिए अलग आवास/कमरा पसंद करता है; ऐसे बच्चों को विलासिता की गोद में रखा जा सकता है, जबकि वह अपनी पत्नी के साथ कम सुविधाओं (या आराम / विलासिता के निम्न स्तर) वाले कमरे का चयन कर सकते हैं। यदि वह अमीर है, तो वह हमेशा लक्ज़री suite पसंद करता है। यदि वह बहुत गरीब है, तो वह आवास पर सबसे कम और अन्य पर्यटन गतिविधियों, यात्रा और दर्शनीय स्थलों पर अधिकतम राशि खर्च करता है। टेबल 1 देखें, जो बताती है कि विभिन्न वर्गों के पर्यटक आवास को अपने दौरे के कार्यक्रमों के एक भाग के रूप में कैसे देखते हैं।
- उप स्वर: ऐसी प्राथमिकताएँ भिन्न हो सकती हैं। हमने वैश्विक बाजारों में प्रचलित सामान्य प्रवृत्तियों को चित्रित करने का प्रयास किया है।
- अधिकांश पर्यटक होटल के किराए का एक हिस्सा अग्रिम भुगतान करते हैं; यदि पर्यटक 2 या 3 दिनों के लिए ठहरने का प्रस्ताव करता है, तो 1 दिन के लिए किराए का भुगतान करने की प्रथा है। अगर उनका एक हफ्ते रुकने का प्लान है तो कम से कम 4 या 5 दिन के लिए रूम रेंट जमा कर देते हैं, अगर उनका किसी दूसरे होटल में शिफ्ट होने का प्लान नहीं है। लॉबी प्रबंधक और अतिथि कुछ विचार-विमर्श के बाद अग्रिम राशि तय करते हैं। हालांकि, भारत के सभी होटलों में 1 दिन के लिए कमरे के किराए का अग्रिम भुगतान सबसे स्वीकार्य मानदंड है। बेहतर होगा कि पर्यटक इस नियम का पालन करें और फिर एक दिन रुकने के बाद तय करें कि वे उसी होटल में रहना चाहते हैं या नहीं। हमें पता चला है कि पर्यटक या तो जिस होटल में चेक-इन करते हैं, उसकी सेवाओं से असंतुष्ट होते हैं या वे उसी शहर के भीतर नए वातावरण में रहने के इच्छुक होते हैं। इसीलिए वे एक होटल में 2 दिन या उससे अधिक ठहरने के बाद होटल बदल लेते हैं। यह कदम उन्हें यात्रा के दौरान अपने खर्चों पर नजर रखने में मदद करता है। किसी भी मामले में, अधिकांश पैकेज टूर की व्यवस्था होटल के खर्चों का अग्रिम भुगतान करके की जाती है।
- पर्यटक ऐसे होटलों में रहना पसंद करते हैं जो लोकप्रिय हों और उनके दोस्तों (या ट्रैवल एजेंटों) द्वारा प्रमाणित हों। यदि उनके पास समय होता है, तो वे पर्यटक रुचि के दो स्थानों पर रहने के नए स्थानों का पता लगाने का प्रयास करते हैं।। यदि वे व्यस्त हैं, तो वे रहने के आदर्श स्थानों का पता लगाने के लिए अपने ट्रैवल एजेंटों पर निर्भर हैं। हालांकि, ये पर्यटक आवास के संदर्भ में अपने ट्रैवल एजेंटों को अपनी पसंद के बारे में जरूर बताते हैं।
- पहले पर्यटक ऐसे होटलों में कमरे बुक करते थे, जो भीड़ भरे होते थे और शहरों के व्यस्त इलाकों में स्थित होते थे। लेकिन आजकल, पर्यटक ऐसे होटलों को पसंद करते हैं जो एकांत हों, उपनगरीय या ग्रामीण क्षेत्रों में स्थित हों और कम भीड़-भाड़ वाले हों।
- भारत के five-star होटलों में कमरों/सुइट्स की गिरती कीमतों के मद्देनजर अतिरिक्त संख्या में पर्यटक ऐसे होटलों में ठहरने की कोशिश कर रहे हैं। इनमें से कुछ होटलों के दाम आधे से भी कम कर दिए गए हैं। इस प्रकार, five star होटल अपने four star और three star cousins की तुलना में अधिक ग्राहकों को आकर्षित कर रहे हैं
- होटलों के टैरिफ अच्छी तरह से हैं और भोजन, शराब, पेय पदार्थ और अन्य सेवाओं के आवास के अच्छे स्थानों के रूप में उनके पिछले

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

रिकॉर्ड से निकटता से जुड़े हुए हैं। इसलिए, एक होटल की छवि, उसकी रेटिंग और स्थान के अलावा, यह तय करने में महत्वपूर्ण हो गई है कि वह अपने उत्पादों और सेवाओं की पेशकश करके क्या कमा सकता है। भीड़भाड़ वाले क्षेत्र में एक होटल, उदाहरण के लिए, एक अच्छी सेवा (और कमरे) प्रदान करने की प्रतिष्ठा हो सकती है, भले ही इसके स्थान का क्षेत्र बहुत अच्छा न हो।

- भारत में गैर-श्रेणीबद्ध होटलों को भी भारतीय और विदेशी पर्यटकों का सम्मान और संरक्षण प्राप्त है। यह एक स्वस्थ चलन है, हालांकि इन होटलों द्वारा प्रदान की जाने वाली सेवाएं (और प्रदान किए जाने वाले कमरे) अच्छी गुणवत्ता वाली नहीं हो सकती हैं। एक लागत-सचेत पर्यटक अक्सर इन होटलों का चुनाव करता है। वह हमेशा एक Four-star और five-star होटल में नहीं जा सकता क्योंकि वह अपनी व्यावसायिक प्रतिबद्धताओं के कारण हमेशा आगे बढ़ता रहता है। अक्सर, वह व्यवसाय को आनंद के साथ मिलाता है। यह उसे होटल आवास पर कम और यात्रा के साथ-साथ व्यवसाय से संबंधित गतिविधियों पर अधिक खर्च करने के लिए मजबूर करता है।
- विदेशी होटल के खर्च, भोजन, पेय पदार्थ और शराब के भुगतान के लिए क्रेडिट कार्ड का उपयोग करते हैं। भारतीय नकद या क्रेडिट कार्ड का उपयोग करते हैं लेकिन बाद वाले का उपयोग उनके द्वारा केवल Four-star और five-star होटलों में किया जाता है।
- ट्रैवेल एजेंट अक्सर कार्यक्रमों को होटल आवास के साथ जोड़ते हैं। वे होटल, मोटल और पर्यटक रिसॉर्ट के मालिकों के एजेंट के रूप में कार्य करते हैं। उन्हें पर्यटकों के लिए होटल के कमरे बुक करने के लिए कमीशन दिया जाता है; यह कमीशन उन्हें होटलों के मालिकों द्वारा उनके ग्राहकों द्वारा उनके होटलों में चेक-इन करने के तुरंत बाद दिया जाता है। यदि ये ट्रैवल एजेंट टूर के तहत पर्यटकों के लिए होटल बुक करते हैं तो ऐसे पर्यटकों को ठहराने वाले होटल 30, 60 या 90 दिनों की निश्चित अवधि के बाद इन ट्रैवल एजेंटों को कमीशन का भुगतान करते हैं। इस संदर्भ में होटल और ट्रैवल एजेंट के बीच एक समझौता किया जाता है और ट्रैवल एजेंट को कमीशन का भुगतान करते समय 30,60 या 90 दिनों की अवधि के लेनदेन का हिसाब रखा जाता है। ट्रैवल एजेंटों के साथ अलग-अलग होटलों के अलग-अलग (और अधिकतर मौखिक) समझौते होते हैं।
- प्रतिष्ठित ट्रैवल एजेंटों और टूर ऑपरेटरों के माध्यम से Four-star और five-star होटलों को भी बुकिंग मिलती है। लेकिन उनके समझौते वैध हैं, लिखित स्वरूप में हैं और पेशेवर कामकाजी मानदंडों पर आधारित हैं। चूंकि इस तरह के सौदों में बड़ी मात्रा में पैसा शामिल होता है, इसलिए होटल व्यवसायी, रिसोर्ट मालिक और ट्रैवल/टूर एजेंट लिखित रिकॉर्ड, अच्छी तरह से बनाए रखा खाता बही और पारदर्शी प्रक्रियाओं को पसंद करते हैं।
- ऐसे होटलों में घोटालों की बढ़ती संख्या के मद्देनजर राज्य के स्वामित्व वाले होटलों में पर्यटकों का आगमन कम हुआ है। पर्यटक, विशेष रूप

टेबल 1

पर्यटकों की प्राथमिकताएं (भारतीय संदर्भ) (Priorities of Tourists (Indian Context))

क्र.सं.	पर्यटक की श्रेणी	प्रथम वरीयता	दूसरा वरीयता	तीसरा वरीयता	चौथी वरीयता
1	एकल पर्यटक - युवा	आराम	स्थान	विलासिता	सेवा
2	एकल पर्यटक - वृद्ध	आराम	विलासिता	स्थान	सेवा
3	युगल - युवा/नवविवाहित	विलासिता	आराम	सेवा	स्थान
4	दम्पत्ति - बूढ़ा	सेवा	आराम	स्थान	विलासिता
5	परिवार - तीन सदस्यW	विलासिता	आराम	स्थान	सेवा
6	परिवार - तीन से अधिक सदस्य	सेवा	स्थानआराम	विलासिता	विलासिता
7	समूह - तीन व्यक्ति	आराम	सेवा	स्थान	विलासिता
8	समूह - तीन से अधिक व्यक्ति	आराम	सेवा	स्थानविलासिता	विलासिता
9	एकल पर्यटक - धनवान	विलासिता	आराम	स्थान	सेवा
10	एकल पर्यटक - गरीब	स्थान	सेवा	स्थान	विलासिता
11	युगल - धनवान	विलासिता	आराम	आराम	स्थान
12	दम्पत्ति - बेचारा	आराम	सेवा	सेवा	विलासिता
13	परिवार - धनवान	आराम	विलासिता	स्थान	स्थान
14	परिवार - गरीब	स्थान	सेवा.	आराम	विलासिता
15	समूह - अमीर	विलासिता	आराम	सेवा	स्थान
16	समूह - गरीब	स्थान	सेवा	आराम	विलासिता\

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

से विदेशी आगंतुक ऐसे होटल और रिसॉर्ट पसंद करते हैं जो बिना किसी विवाद के हों।

- भारत के सभी गैर-वर्गीकृत होटलों में, कमरे के किराए के लिए सौदेबाजी एक सामान्य विशेषता है। ऑफ सीज़न के दौरान, होटल कम किराया वसूलते हैं और सीज़न के दौरान, ये होटल कमरे के किराए के रूप में मोटी रकम वसूलते हैं। आम तौर पर, सीजन में किराए का अनुपात ऑफ सीजन में किराए का अनुपात 4:1 होता है; यह अधिकतम अनुपात है जिसे होटल द्वारा एक वित्तीय वर्ष में प्राप्त किया जा सकता है।
- भारत के सभी प्रकार के होटलों में अक्सर टिप्स दिए जाते हैं। भारत के बाहर पैकेज टूर में वेटर्स, पोर्टर्स, फ्रंट ऑफिस बॉयज और हाउसकीपिंग स्टाफ को टिप्स देने की प्रथा प्रचलन में नहीं है।
- स्वागत पेय (शराब नहीं) भारत के कई होटलों द्वारा पेश किए जाते हैं। इस प्रथा का सभी होटलों द्वारा पालन नहीं कियाजाता है।
- आगंतुक उन होटलों में रहना पसंद करते हैं जिनके साथ उनका पहली बार का अनुभव काफी अच्छा रहा हो। यह तथ्य एक सार्वभौमिक घटना है।
- यात्री, जो अपने पिछले यात्रा कार्यक्रम के दौरान एक तीन सितारा होटल में रुके थे, अपने बाद के प्रवास में Four-star और five-star होटल में रहने की कोशिश करते हैं
- नोव्यू अमीर (Noveau Rich) और बुर्जुआ परिवार (bourgeois families) गैर-श्रेणीबद्ध होटलों (non-graded hotels) में नहीं रहते हैं।
- अमीर परिवार, समृद्ध व्यवसायी, सिनेमा सितारे, स्टार खिलाड़ी, क्रिकेट सितारे, प्रबंधक, CEO और पेशेवर five-star या seven-star होटलों में रहना पसंद करते हैं।
- यह हमारा अनुभव है कि किसी होटल में ठहरने वाले अतिथि उस होटल के रेस्टोरेंट में भोजन करना पसंद करते हैं, यदि समय और परिस्थिति उन्हें ऐसा करने की अनुमति देती है।
- मध्य-आय वाले परिवार और व्यक्ति शहर में आगमन के स्थान पर या उसके निकट होटल बुक करवाते हैं। वास्तव में, इन लोगों को होटल के स्थानीय एजेंटों (या होटल के कर्मचारियों) द्वारा राजी किया गया था, जो रेलवे स्टेशनों, बस स्टेशनों, मेट्रो पॉइंट्स और बंदरगाहों को देखते थे। वे पर्यटकों को कोच या टैक्सी से ऐसे होटलों में ले जाते हैं और उन्हें कमरे और सुइट (suites) दिखाते हैं। वे ऐसे होटलों के फ्रंट ऑफिस मैनेजरों को भी कमरे का किराया कम करने के लिए राजी करते हैं (ताकि साथ आने वाले अतिथि को कमरे में रहने की अनुमति मिल सके)। इसके अलावा, वे आने वाले अतिथि को समझाने की कोशिश करते हैं कि वह दिए गए बजट ब्रैकेट में सबसे अच्छे होटल में जाने वाला है। एक या दूसरे होटल में सौदेबाजी से समझौता हो जाता है। होटल एजेंट चार या पांच होटलों का प्रतिनिधित्व कर सकता है। उसे उस होटल से कमीशन मिलता है जहां मेहमान चेक-इन करता है। आम तौर पर, एक अतिथि/परिवार एक नए शहर में आने के बाद चार या पांच होटलों को स्कैन करता है। होटल एजेंट को उसके द्वारा बाद में प्रदान की गई सीज़न सेवा के बदले अतिथि / परिवार से टिप भी मिल सकती है। लेकिन इस तरह की टिप का भुगतान एक स्वीकृत मानदंड नहीं है क्योंकि अतिथि/परिवार इस तथ्य से अवगत हैं कि होटल एजेंट को भी होटल से कमीशन मिलता है।
- गरीब परिवार और व्यक्ति सराय और धर्मशालाओं में रहते हैं। ये स्थान बहुत सस्ते होते हैं और निरपवाद रूप से बड़े हॉल होते हैं जिनमें बड़ी संख्या में चारपाई/बिस्तरों को कच्चे ढंग से व्यवस्थित किया जाता है। बाथरूम और शौचालय संख्या में कम हैं और उन सभी द्वारा साझा किए जाते हैं जो चेक इन करते हैं। एक परिवार के लिए कोई गोपनीयता नहीं है लेकिन यह स्थिति को स्वीकार करता है। गर्म पानी, कॉमन हॉल (lounge) में टेलीविजन, समाचार पत्र, पत्रिकाएं, टेलीफोन आदि जैसी सुविधाएं उपलब्ध हैं। लेकिन ऐसी सराय और धर्मशालाओं में किसी तरह का खाना नहीं दिया जाता। हालाँकि, इनमें से अधिकांश स्थानों पर नाममात्र की कीमत पर चाय परोसी जाती है। ये सरायें और धर्मशालाएं वातानुकूलित नहीं हैं। आम तौर पर, ये रात 10 बजे के बाद बंद हो जाते हैं और यहां तक कि जिन मेहमानों ने चेक इन किया था, उनमें से कई को गेट खोलने में मुश्किल होती है। धार्मिक समाज, समुदाय, व्यापारी संघ और जातीय समूह इन सरायों और धर्मशालाओं को स्थापित करने और चलाने के लिए संगठन बनाते हैं। ये भारत के सभी 400 प्रमुख शहरों और 4 महानगरों में काम कर रहे हैं।
- युवा होटलों द्वारा युवाओं को सस्ते दरों पर आवास की पेशकश की जाती है, जिनका प्रबंधन केंद्र या राज्य सरकारों द्वारा किया जाता है। इसके अलावा, यंग मेन्स क्रिश्चियन एसोसिएशन (YMCA) और यंग विमेंस क्रिश्चियन एसोसिएशन (YWCA) जैसे कई संगठन दुनिया के सभी प्रमुख और छोटे शहरों में बोर्डिंग और ठहरने के लिए कमरे उपलब्ध कराते हैं। ये संगठन युवा शिविरों के आयोजन के लिए अच्छे भोजन और सुविधाओं के साथ-साथ परिसर भी प्रदान करते हैं। ये संगठन हमेशा नो-प्रॉफिट नो-लॉस के आधार पर काम करते हैं।

अन्य सहायक अवसंरचना आवश्यक पर्यटन (Other supporting infrastructure required tourism)

आवास के प्रकार (Types of Accommodation)

ग्राहकों के लिए होटल के अलावा विभिन्न प्रकार के आवास हैं। ग्राहकों की पसंद के अनुसार आवास की सुविधा प्रदान की जाती है।

कारवां (Caravans)

ये चलते-फिरते घर हैं, जिन्हें परिवार देश भर में ले जाते हैं। इसमें सोने, खाने, लाउंज और नहाने की सुविधाएं हैं। कुछ कारवां में बुनियादी खाने की सुविधा, चिकित्सा व्यवस्था के साथ रसोई है। यह सर्जरी और बीमारी से उबरने वालों के लिए आदर्श है। यह शारीरिक फिटनेस हासिल करने का भी एक स्थान है। (Fig 1)

सरकारी आवास (Government Houses)

यह डाक बंगलों, सर्किट हाउस, लोक कल्याण विभाग (PWD)

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

के घरों और वन लॉज का एक संयुक्त नाम है जो भारत में ब्रिटिश राज की विरासत हैं। डाक बंगले डाक कोरियर के आराम के लिए होते हैं जबकि सर्किट हाउस उच्च रैंक के अधिकारियों के लिए होते हैं। वानिकी और भवन निर्माण में शामिल लोगों के लिए वन लॉज बनाए गए थे। PWD के आवास उन अधिकारियों के लिए थे जो सड़क निर्माण और इलेक्ट्रिसिटी पावर लाइनों में शामिल थे। ये प्रतिष्ठान अभी भी सरकारी कर्मियों और अधिकृत जनता के लिए उपलब्ध हैं।

Fig 1



फ्लोटल्स (Floatels)

ये यात्री जहाजों पर पाए जाते हैं। कुछ बंदरगाह पर स्थायी रूप से डॉक किए गए हैं जबकि अन्य क्रूजलाइनर हैं जो यात्रियों को पानी से जुड़े प्रसिद्ध स्थानों के आसपास एक सप्ताह की लंबी यात्रा पर ले जाते हैं।

रोटेल्स (Rotels)

ये डबल डेकर बसें हैं। यात्री निचले डेक पर बैठते हैं और ऊपरी डेक पर सोते हैं। कुछ बसों का उपयोग 15 दिनों या उससे अधिक के लंबे क्रॉस कंट्री टूर के लिए किया जाता है। दूसरी मंजिल में बेड साइड लैंप, टॉयलेट शेल्फ और प्राइवेसी पर्दे के साथ लगे बेड हैं। सबसे बड़ा फायदा यह है कि मेहमानों को पैकिंग और अनपैकिंग की समस्या नहीं होती है। उन्हें बोर्ड पर अलमारी प्रदान की जाती है। Rotels को जर्मनी की कोंटी होटल बस कंपनी द्वारा पेश किया गया है। (Fig 2)

Fig 2



मोटल (Motels)

पूरी तरह से स्वचालित होटल जिन्हें न्यूनतम मानव संपर्क की आवश्यकता होती है। एक अतिथि ऑनलाइन बुक करता है और तत्काल पुष्टि प्राप्त करता है। आगमन पर वह एक मशीन में अपने आरक्षण संख्या और नाम में पंच करता है जो एक वर्चुअल रिसेप्शनिस्ट के साथ एक संवाद शुरू करता है जो एक क्लोज सर्किट टेलीविजन के माध्यम से अतिथि को पंजीकृत करता है और एक स्लॉट मशीन के माध्यम से कमरे की चाबी जारी करता है। बाहर से सफाई करने वाले कर्मचारी दिन में कमरे की सफाई करने और उसे ताजा और साफ करने के लिए आते हैं। यह अवधारणा जापान में शुरू हुई थी और यह होटलों का भविष्य होने की संभावना है।

सनाटोरिया (Sanatoria)

इस प्रकार के आवास Spas और अन्य स्वास्थ्य रिसॉर्ट्स में पाए जाते हैं। कमरे विशेष रूप से सौना (sauna) तुर्की स्नान और जकूज़ी सहित चिकित्सा के लिए सुसज्जित हैं। भोजन वैयक्तिकृत हैं। प्रत्येक अतिथि के लिए आहार व्यवस्था अलग से दी जाती है। इन होटलों में उचित आहार विशेषज्ञ और डॉक्टर हैं।

कमरों के प्रकार (Types of Rooms)

तरह-तरह के कमरे हैं। कमरे का शुल्क कमरे के प्रकार और इसकी सुविधाओं और यह कहाँ स्थित है पर निर्भर करता है। विभिन्न प्रकार के कमरे और कमरों में रहने वाले मेहमानों की संख्या इस प्रकार है।

एकल रूम (Single room)

इसमें एक व्यक्ति के सोने के लिए आवास प्रदान करने के लिए एक मानक सिंगल बेड है। डबल कमरा: इसमें डबल बेड है और दो व्यक्तियों के लिए सोने की सुविधा प्रदान करता है। इसमें बड़ा बिस्तर है।

दो पलंग वाला कमरे (Twin bedded room)

यह दो समान जुड़वां बिस्तरों के साथ है। यह दो व्यक्तियों के लिए सोने की जगह प्रदान करता है। आपस में जुड़ा हुआ कमरा ये ऐसे कमरे होते हैं जो एक आम दीवार और दरवाजे से एक दूसरे से जुड़े होते हैं। इसका उपयोग परिवारों या दो अलग-अलग व्यक्तियों द्वारा किया जाता है।

तिहरा कमरे (Triple room)

यह कमरा तीन व्यक्तियों के लिए सोने का आवास प्रदान करता है, यहाँ एक अतिरिक्त बिस्तर के साथ एक डबल बिस्तर है।

क्वाड रूम (Quad room)

यह कमरा चार व्यक्तियों के लिए सोने की जगह प्रदान करता है और इसमें चार बिस्तर हैं।

डबल-डबल रूम (Double -double room)

इस प्रकार के कमरों में दो डबल बेड हैं और चार व्यक्तियों के लिए सोने की जगह उपलब्ध है।

सुइट कक्ष (Suite room)

दो कमरों का एक सेट जिसमें से एक शयन कक्ष और दूसरा बैठने का कमरा या बैठक कक्ष है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

कबाना कमरा (Cabana room)

होटल के स्विमिंग पूल के पास स्थित कमरा। एफिशिएंसी रूम: यह पूर्ण आत्मनिर्भर कमरा है, जिसमें एक बेड रूम, एक छोटा किचन, डाइनिंग रूम और एक बाथ रूम है।

आतिथ्य कक्ष (Hospitality room)

इसका उपयोग मनोरंजन के लिए किया जाता है और इसे फंक्शन रूम भी कहा जाता है। डुप्लेक्स सुइट: इस सुइट में लगातार दो मंजिलों पर 2 कमरे हैं और एक सामान्य सीढ़ी के माध्यम से एक दूसरे से जुड़े हुए हैं। विभिन्न प्रकार के आवास में उपलब्ध सुविधाएं

मोटल (Motel)

मोटर चालकों की जरूरतों को पूरा करने के लिए मोटल, मोटर होटल। उन्हें कार पार्किंग, गैरेज, आवास, आराम की सुविधा और मनोरंजन की सुविधा और रेस्टोरेंट प्रदान करना होगा।

फ़्लोटिंग होटल (Floating hotel)

इस प्रकार के होटल जल की सतह जैसे झील, समुद्र आदि पर स्थित होते हैं।

उपनगरीय होटल (Suburban hotel)

इस प्रकार के होटल उपनगरों में कम टैरिफ के साथ शांत परिवेश में स्थित हैं।

रिज़ॉर्ट होटल (Resort hotels)

इस प्रकार के होटल द्वीपों, हिल स्टेशनों, समुद्र तटों पर स्थित हैं।

आवासीय होटल (Residential hotels)

इन्हें अन्यथा अपार्टमेंट होटल के रूप में जाना जाता है जिन्हें मासिक या वार्षिक आधार पर बेचा जाएगा। स्वतंत्र होटल: ये होटल या स्वामित्व के आधार पर और किसी अन्य संपत्ति के माध्यम से कोई संबद्धता या अनुबंध नहीं है।

वाणिज्यिक होटल (Commercial hotels)

ये होटल शहर के केंद्र में स्थित हैं, यानी शहर के व्यस्त व्यावसायिक क्षेत्रों और शहरी क्षेत्रों में।

अंतरराष्ट्रीय होटल (International hotels)

ये होटल महानगरीय शहरों में स्थित हैं और अपने मेहमानों को आधुनिक पश्चिमी शैली की विलासिता प्रदान करते हैं। इन्हें पूर्ण सेवा होटल भी कहा जाता है।

बजट होटल (Budget hotels)

ये होटल पर्यटक क्षेत्र पर लागू होते हैं जहां लंबे समय तक रहने वाले मेहमानों को स्वयं खानपान प्रावधानों की आवश्यकता होती है और उस क्षेत्र में स्थानांतरित परिवारों या अस्थायी कर्मचारियों के लिए भी।

कैसीनो होटल (Casino hotels)

इस प्रकार के होटल जुआ और कैसीनो के प्रावधान पर केंद्रित हैं। कैसिनो होटल भारत में देखने को नहीं मिलते लेकिन अमेरिका में काफी लोकप्रिय हैं।

सम्मेलन होटल (Conference hotels)

ये ऐसे होटल हैं जो विशेष रूप से समूह बैठकों को समायोजित करने के लिए डिज़ाइन किए गए हैं।

अस्थायी/पारगमन होटल (Transient/transit hotels)

होटल के मेहमान जो क्षणिक अतिथि की श्रेणी में आते हैं जो एक गंतव्य से दूसरे स्थान पर जाने की प्रक्रिया में होते हैं और थोड़े समय के लिए होटल में रुकते हैं।

अर्ध आवासीय होटल (Semi residential hotels)

ये होटल मेहमानों को साप्ताहिक या मासिक आधार पर आवास प्रदान करते हैं जैसे आवासीय होटल और साथ ही अस्थायी होटल जैसे दैनिक आधार पर।

योजना के प्रकार- EP, CP, AP, MAP और उनका किराया और कर (Types of Plan- EP, CP, AP, MAP and their Rent & Taxes)

एक होटल सामान्य रूप से न्यूनतम-मध्यम-अधिकतम के बीच दरों की एक मूल्य सीमा विकसित करता है। ये दरें प्रतिस्पर्धा का मूल्यांकन करके और परिचालन लागत और निवेश को पूरा करने के लिए कमरे के राजस्व से आवश्यक योगदान का निर्धारण करके तय की जाती हैं, मध्यम दर को अक्सर रैक दर के रूप में उद्त किया जाता है।

हालांकि रैक दर मौसम के आधार पर अधिकतम दर या न्यूनतम दर के आधार पर बदल सकती है, इसके अलावा उपरोक्त आरक्षण एजेंट निश्चित मूल्य योजनाओं द्वारा कमरे बुक करते हैं। एक योजना कमरे और भोजन का एक पैकेज प्रस्ताव है। दौरे के दौरान कुछ मेहमानों के पास खाने के लिए कई विकल्प होते हैं, जिसमें दोस्तों और ग्राहकों द्वारा मनोरंजन किया जाना, काम की जगह के करीब रेस्टोरेंट में खाना शामिल है।

- European plan (EP): इस योजना में केवल बिस्तर की पेशकश की जाती है।
- Continental Plan (CP): इस प्लान में नाश्ते के साथ बेड पेश किया जाता है।
- American Plan (AP): बेड, ब्रेकफास्ट लंच, डिनर इस प्लान में ऑफर किया जाता है।
- Modifi ed American Plan (MAP):इस प्लान में बेड, ब्रेकफास्ट, लंच या डिनर ऑफर किया जाता है।।
- बेड और नाश्ता

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

कमरे और अंग्रेजी नाश्ते के लिए शुल्क। व्यावसायिक अधिकारी यूरोपीय योजना को पसंद करते हैं क्योंकि वे अक्सर व्यापार ग्राहकों द्वारा उन्हें अपने ग्राहकों के साथ खाना और पीना करना पड़ता है। समूह MAP को पसंद करते हैं जो उन्हें अपनी यात्रा के उद्देश्य से जाने से पहले नाश्ता खाने में सक्षम बनाता है, चाहे वह दर्शनीय स्थल हो या सम्मेलन या प्रशिक्षण कार्यक्रम आदि। वे दिन के अंत में भोजन पर वापस जाना पसंद करते हैं। छुट्टियों के निर्माताओं द्वारा एक अमेरिकी योजना का चयन किया जाता है जो आनंद लेना चाहते हैं और खाना पकाने के काम से दूर रहना चाहते हैं। यह योजना अक्सर रिसॉर्ट्स में पाई जाती है। महाद्वीपीय योजना यूरोप में पाई जाती है जिसका उपयोग महाद्वीपीय शैली के नाश्ते के लिए किया जाता है। बिस्तर और नाश्ता एक ब्रिटिश अवधारणा है जिसमें हार्दिक अंग्रेजी नाश्ते वाले कमरे शामिल हैं।

विभिन्न होटलों द्वारा लिया जाने वाला किराया और कर होटल की नीति पर निर्भर करता है। आमतौर पर इन दिनों तमिलनाडु 12.5% टैक्स वसूलता है।

फैक्स मशीन (Fax Machine)

फैक्स एक दूरसंचार तकनीक है जिसका उपयोग दस्तावेजों की प्रतियां (प्रतिलिपि) स्थानांतरित करने के लिए किया जाता है, विशेष रूप से टेलीफोन नेटवर्क पर काम करने वाले किफायती उपकरणों का उपयोग करते हुए। टेलीफ़ैक्स शब्द, टेलीफ़ैक्सिमाइल के लिए छोटा, "दूरी पर प्रतिलिपि बनाएँ" के लिए भी एक पर्याय के रूप में प्रयोग किया जाता है। हालांकि फैक्स एक संक्षिप्त शब्द नहीं है, इसे अक्सर "फैक्स" के रूप में लिखा जाता है। डिवाइस को कुछ उद्योगों में टेलीकॉपियर के रूप में भी जाना जाता है। बड़ी दूरी पर लोगों को दस्तावेज़ भेजते समय, फैक्स का डाक मेल पर एक विशिष्ट लाभ होता है, जिसमें वितरण लगभग तात्कालिक होता है, फिर भी गुणवत्ता में इसके नुकसान ने इसे इलेक्ट्रॉनिक दस्तावेज़ हस्तांतरण के प्रचलित रूप के रूप में ईमेल के नीचे की स्थिति में पहुंचा दिया है। (Fig 3)

Fig 3



अवलोकन (Overview)

एक "फैक्स मशीन" में आमतौर पर एक छवि स्कैनर, एक मॉडेम और एक प्रिंटर होता है। हालांकि 19वीं शताब्दी (नीचे "History" देखें) के बाद से मुद्रित दस्तावेजों को विद्त रूप से प्रसारित करने के लिए उपकरण विभिन्न रूपों में मौजूद हैं, आधुनिक फैक्स मशीनें 1970 के दशक के मध्य में ही संभव हो पाईं क्योंकि परिष्कार में वृद्धि हुई और तीन अंतर्निहित प्रौद्योगिकियों की लागत में कमी आई। डिजिटल फैक्स मशीनें सबसे पहले जापान में लोकप्रिय हुईं, जहां उन्हें टेलीप्रिंटर जैसी प्रतिस्पर्धी तकनीकों पर स्पष्ट लाभ था, क्योंकि उस समय (उपयोग में आसान इनपुट पद्धति संपादकों के विकास से पहले) पात्रों को टाइप करने की तुलना में कांजी को हाथ से लिखना ज्यादा तेज था। समय के साथ, फ़ैक्स करना धीरे-धीरे सस्ता हो गया, और 1980 के दशक के मध्य तक फ़ैक्स मशीनें दुनिया भर में बहुत लोकप्रिय हो गईं।

हालाँकि कई व्यवसाय अभी भी किसी प्रकार की फ़ैक्स क्षमता बनाए रखते हैं, लेकिन तकनीक को इंटरनेट-आधारित प्रणालियों से बढ़ती प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ा है। हालांकि, फैक्स मशीनें अभी भी कुछ फायदे बरकरार रखती हैं, विशेष रूप से संवेदनशील सामग्री के प्रसारण में, जो सरबनेस-ऑक्सले और HIPAA जैसे शासनादेशों के कारण इंटरनेट पर अनएन्क्रिप्टेड नहीं भेजी जा सकती हैं। कुछ देशों में, क्योंकि अनुबंधों पर इलेक्ट्रॉनिक हस्ताक्षर कानून द्वारा मान्यता प्राप्त नहीं हैं, जबकि हस्ताक्षरों की प्रतियों के साथ फैक्स किए गए अनुबंध हैं, फ़ैक्स मशीन व्यवसाय में निरंतर समर्थन का आनंद लेती हैं।

कई कॉर्पोरेट वातावरणों में, स्टैंडअलोन फ़ैक्स मशीनों को "फ़ैक्स सर्वर" और अन्य कम्प्यूटरीकृत सिस्टम द्वारा प्रतिस्थापित किया गया है जो आने वाले फ़ैक्स को इलेक्ट्रॉनिक रूप से प्राप्त करने और संग्रहीत करने में सक्षम हैं, और फिर उन्हें पेपर पर या ईमेल के माध्यम से उपयोगकर्ताओं को रूट कर रहे हैं (जो सुरक्षित हो सकते हैं)। इस तरह की प्रणालियों में अनावश्यक प्रिंटआउट को समाप्त करके और कार्यालय द्वारा आवश्यक इनबाउंड एनालॉग फोन लाइनों की संख्या को कम करके लागत कम करने का लाभ होता है।

क्षमताएं (Capabilities)

फैक्स क्षमताओं के कई अलग-अलग संकेतक हैं: समूह, वर्ग, डेटा संचरण दर, और ITU-T (formerly CCITT) की सिफारिशों के अनुरूप।

फैक्स मशीनें मानक PSTN लाइनों और टेलीफोन नंबरों का उपयोग करती हैं।

विकल्प (Alternatives)

एक लोकप्रिय विकल्प इंटरनेट फैक्स सेवा की सदस्यता लेना है। फ़ैक्स सेवा प्रदाता उपयोगकर्ताओं को मौजूदा ईमेल खाते का उपयोग करके अपने व्यक्तिगत कंप्यूटर से फ़ैक्स भेजने और प्राप्त करने की अनुमति देते हैं। किसी सॉफ्टवेयर, फैक्स सर्वर या फैक्स मशीन की जरूरत नहीं है। फ़ैक्स संलग्न .TIF या .PDF फ़ाइलों के रूप में या मालिकाना स्वरूपों में प्राप्त होते हैं जिनके लिए सेवा प्रदाता के सॉफ़्टवेयर के उपयोग की आवश्यकता होती है। फैक्स को किसी भी समय कहीं से भी भेजा या प्राप्त

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

किया जा सकता है जिससे उपयोगकर्ता को इंटरनेट की सुविधा मिल सके। कुछ सेवाएं कठोर HI PAA और Gramm-Leach-Bliley Act की आवश्यकताओं का पालन करने के लिए सुरक्षित फैक्सिंग की पेशकश भी करती हैं ताकि चिकित्सा जानकारी और वित्तीय जानकारी को निजी और सुरक्षित रखा जा सके। फैक्स सेवा प्रदाता का उपयोग करने के लिए कागज, समर्पित फैक्स लाइन या उपभोग्य सामग्रियों की आवश्यकता नहीं होती है।

भौतिक फ़ैक्स मशीन का एक अन्य विकल्प कंप्यूटर सॉफ़्टवेयर का उपयोग करना है जो लोगों को अपने स्वयं के कंप्यूटर का उपयोग करके फ़ैक्स भेजने और प्राप्त करने की अनुमति देता है। फैक्स सर्वर, एकीकृत संदेश और इंटरनेट फैक्स देखें।

फोटोकॉपियर (Photocopier)

एक फोटोकॉपियर (या कॉपियर) एक मशीन है जो दस्तावेजों और अन्य दृश्य छवियों की कागजी प्रतियां जल्दी और सस्ते में बनाती है। अधिकांश वर्तमान फोटोकॉपीर्स जेरोग्राफी (xerography) नामक एक तकनीक का उपयोग करते हैं, जो गर्मी (heat) का उपयोग करने वाली एक सूखी प्रक्रिया है। (कॉपियर अन्य आउटपुट तकनीकों जैसे इंक जेट का भी उपयोग कर सकते हैं, लेकिन कार्यालय की नकल के लिए ज़ीरोग्राफी मानक है।)

ज़ेरॉक्स द्वारा 1960 के दशक में ज़ेरोग्राफ़िक कार्यालय फ़ोटोकॉपी की शुरुआत की गई थी, और अगले 20 वर्षों में इसने धीरे-धीरे वेरिफ़ैक्स, फोटोस्टेट, कार्बन पेपर, माइमोग्राफ़ मशीनों और अन्य डुप्लिकेटिंग मशीनों द्वारा बनाई गई प्रतियों को बदल दिया। इसके उपयोग की व्यापकता उन

Fig 4



कारकों में से एक है जिसने डिजिटल क्रांति की शुरुआत में कागज रहित कार्यालय के विकास को रोका। (Fig 4)

फोटोकॉपी का व्यापक रूप से व्यापार, शिक्षा और सरकार में उपयोग किया जाता है। कई भविष्यवाणियां की गई हैं कि फोटोकॉपियर अंततः अप्रचलित हो जाएंगे क्योंकि सूचना कार्यकर्ता अपने डिजिटल दस्तावेज़ निर्माण और वितरण में वृद्धि करना जारी रखते हैं, और कागज के वास्तविक टुकड़ों को वितरित करने पर कम भरोसा करते हैं।

अंकीय प्रौद्योगिकी (Digital technology)

हाल के वर्षों में, सभी नए फोटोकॉपियरों ने डिजिटल तकनीक को अपनाया है, इस प्रकार पुरानी एनालॉग तकनीक की जगह ले ली है। डिजिटल प्रतिलिपि के साथ, कॉपियर में प्रभावी रूप से एक एकीकृत स्कैनर और लेजर प्रिंटर होता है। इस डिज़ाइन के कई फायदे हैं, जैसे स्वचालित छवि गुणवत्ता वृद्धि और "build jobs" की क्षमता (अर्थात, पृष्ठ छवियों को स्वतंत्र रूप से प्रिंट करने की प्रक्रिया से स्कैन करने के लिए)। कुछ डिजिटल कॉपियर उच्च गति वाले स्कैनर के रूप में कार्य कर सकते हैं; ऐसे मॉडल आमतौर पर ईमेल के माध्यम से दस्तावेज़ भेजने या उन्हें फ़ाइल सर्वर पर उपलब्ध कराने की क्षमता प्रदान करते हैं।

डिजिटल कॉपर तकनीक का एक बड़ा फायदा "automatic digital collation" है। "उदाहरण के लिए, 20 पृष्ठों के एक सेट को 20 बार कॉपी करते समय, एक डिजिटल कॉपियर प्रत्येक पृष्ठ को केवल एक बार स्कैन करता है, फिर संग्रहीत जानकारी का उपयोग 20 बार (कुल 400 स्कैन) करने के लिए करता है, एक समय में एक सेट बनाता है, या 20 अलग-अलग आउटपुट ट्रे का उपयोग 20 सेट के लिए किया जाता है।

Low-end copiers भी डिजिटल तकनीक का उपयोग करते हैं, लेकिन एक इंकजेट या low-end laser printer से जुड़े एक standard PC स्कैनर से युक्त होते हैं, जो दोनों high-end copiers में अपने समकक्षों की तुलना में बहुत धीमे होते हैं। हालांकि, कम अंत वाले स्कैनरिंकजेट एक पारंपरिक रंग कापियर की तुलना में बहुत कम लागत पर रंग की नकल प्रदान कर सकते हैं। इलेक्ट्रॉनिक्स की लागत ऐसी है कि संयुक्त स्कैनर-प्रिंटर (combined scanner-printers) में कभी-कभी अंतर्निहित फैक्स मशीन होती है।

कॉपीराइट समस्याएं (Copyright issues)

फोटोकॉपी सामग्री जो कॉपीराइट के अधीन है (जैसे किताबें या वैज्ञानिक कागजात) अधिकांश देशों में प्रतिबंधों के अधीन है। यह सामान्य अभ्यास है, क्योंकि एक लेख या कुछ पृष्ठों के लिए पुस्तक खरीदने की लागत अत्यधिक हो सकती है। उचित उपयोग का सिद्धांत (संयुक्त राज्य अमेरिका में) या उचित व्यवहार (अन्य बर्न कन्वेंशन देशों में) अनुसंधान उद्देश्यों के लिए इस प्रकार की नकल की अनुमति देता है।

कुछ देशों में, जैसे कि कनाडा, कुछ विश्वविद्यालय विश्वविद्यालय कॉपी मशीन और कॉपी सेंटर में बनाई गई प्रत्येक फोटोकॉपी से रॉयल्टी का भुगतान फोटोकॉपी से होने वाले राजस्व से कॉपीराइट सामूहिकों को करते हैं, और ये समूह विभिन्न विद्वान प्रकाशकों को परिणामी धनराशि वितरित करते हैं। संयुक्त राज्य अमेरिका में, लेखों, हैंडआउट्स, ग्राफिक्स, और पाठकों नामक अन्य सूचनाओं के फोटोकॉपी संकलन अक्सर कॉलेज कक्षाओं के लिए आवश्यक पाठ होते हैं। पाठक में प्रत्येक लेख के लिए कॉपीराइट को साफ़ करने के लिए या तो प्रशिक्षक या कॉपी सेंटर जिम्मेदार है, और पाठक में एट्रिब्यूशन जानकारी स्पष्ट रूप से शामिल होनी चाहिए।

स्वास्थ्य के मुद्दों (Health issues)

पराबैंगनी प्रकाश के संपर्क में आना एक चिंता का विषय है। फोटोकॉपीयर के शुरुआती दिनों में, फोटोकंडक्टिव सतह की इष्टतम संवेदनशीलता से मेल खाने के लिए संवेदनशील प्रकाश स्रोत को हरे रंग में फ़िल्टर किया गया था। इस फ़िल्टरिंग ने आसानी से सभी पराबैंगनी को हटा दिया। वर्तमान में, विभिन्न प्रकार के प्रकाश स्रोतों का उपयोग किया जाता है। चूंकि कांच 325 और 400 नैनोमीटर के बीच पराबैंगनी किरणों को प्रसारित करता है, पराबैंगनी-उत्पादक रोशनी जैसे कि फ्लोरोसेंट, टंगस्टन हैलोजन, या

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

क्सीनन फ्लैश के साथ कॉपियर्स कुछ पराबैंगनी के लिए दस्तावेज़ों को उजागर करते हैं।

फोटोकॉपी मशीनों से उत्सर्जन के बारे में कुछ लोगों द्वारा सेलेनियम के उपयोग और ओजोन के उत्सर्जन और गर्म टोनर से धुएं के संबंध में चिंता व्यक्त की गई है। हालाँकि, ये चिंताएँ गलतफहमी या अतिशयोक्ति के कारण हो सकती हैं।

क्रेडिट कार्ड टर्मिनल (Credit card terminal)

क्रेडिट कार्ड टर्मिनल (Fig 5) एक उपकरण है जो डेबिट कार्ड या क्रेडिट कार्ड से लेनदेन कर सकता है। व्यापारियों के लिए कई प्रकार के क्रेडिट कार्ड टर्मिनल उपलब्ध हैं। अधिकांश का एक ही मूल उद्देश्य और कार्य है। वे एक व्यापारी को क्रेडिट कार्ड की आवश्यक जानकारी स्वाइप या की (swipe or key) करने की अनुमति देते हैं और इस तरह के डेटा को व्यापारी सेवा प्रदाता को प्रेषित करते हैं।

Fig 5



अधिकांश नए मॉडल क्रेडिट कार्ड, गिफ्ट कार्ड संसाधित करते हैं और चेक सत्यापन करने के लिए विस्तार योग्य होते हैं। अधिकांश क्रेडिट कार्ड टर्मिनल एक मानक टेलीफोन लाइन या इंटरनेट पर डेटा संचारित करते हैं। वायरलेस टर्मिनल या तो सेलुलर नेटवर्क या उपग्रह नेटवर्क का उपयोग करके कार्ड डेटा संचारित कर सकते हैं। कुछ के पास उपलब्ध होने पर डेटा को स्टोर करने और एक मानक टेलीफोन लाइन पर संचारित करने की क्षमता भी होती है।

इकोटेल (Ecotel): पर्यावरण की सुरक्षा एवं संरक्षण। ये इकोटेल आतिथ्य उद्योग में एक नई अवधारणा है जो पर्यावरण संरक्षण और संरक्षण के लिए काम करने का दावा करती है। वे पानी को रीसायकल करते हैं, नवीकरणीय ऊर्जा का उपयोग करते हैं, ऊर्जा की खपत को दो उपकरणों से कम करते हैं। बिजली आदि पर पैसा बचाते हैं, ये सभी नवीनतम रुझान और सर्वोत्तम प्रथाएं हैं। होटल उद्योग पर ध्यान रखने में पर्यावरण जिम्मेदारी की अवधारणा है।

पॉड होटल (Pod hotel): इसे कैप्सूल होटल कहते हैं जो पश्चिमी देशों में काफी लोकप्रिय है। जापान में कई होटल हैं। यह ट्रांजिट अतिथि के लिए रात भर बुनियादी ठहरने के लिए सस्ती दर पर प्रदान किया जाता है, जो अधिक पैसे की पेशकश नहीं कर सकता है। रेलवे पर्यटन योजना भारत में शुरू करने के लिए।

हेल्थ रिजॉर्ट (Health Resort): हेल्थ रिजॉर्ट को अब वेलस रिजॉर्ट के नाम से रिन्यू किया जा रहा है। भारत में 10 से ज्यादा रिजॉर्ट हैं। विशेष रूप से केरल में अयुर वेधा के लिए विश्व प्रसिद्ध प्रसिद्ध स्थान है।

हाउस बोट्स (House boats): ये पिछले वर्षों की modified lay boats हैं। नावों को एक साथ रस्सी में बांधा जाता है। इसलिए यह नाम है। यह 60 - 70 फुट नीचे है और लोग पास रह सकते हैं और थोड़ी दूरी के लिए यात्रा कर सकते हैं। इसके खाने में बदलाव नाममात्र के हैं। यह ouple / 4 par / 6 par / आदि को समायोजित कर सकता है, यह केरल में बहुत प्रसिद्ध है।

© NIMI PUBLISHED NOT TO BE REPRODUCED

परिवहन क्षेत्र - मोड और सापेक्ष महत्व (Transport sector - Modes and relative significance)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **परिवहन के प्रमुख साधनों की व्याख्या करें**
- **एक मोड में परिवहन के प्रकार का चयन करें**
- **भारत में नागरिक उड्डयन को परिभाषित करें**
- **भारत में सड़क परिवहन प्रणाली का वर्णन करें**
- **जल परिवहन के बारे में बताएं।**

परिचय (Introduction)

पर्यटन उद्योग हर देश में परिवहन क्षेत्र से निकटता से जुड़ा हुआ है। पर्यटक को अपने निवास के सामान्य शहर से बाहर यात्रा करनी पड़ती है। जो उसे यात्री कहलाने के योग्य बनाता है। स्वाभाविक रूप से, वह एक या दूसरे तरीके का उपयोग करेगा जो उसे प्रतिष्ठित पर्यटन स्थल पर जाने में मदद करेगा। आवास के अलावा, पर्यटन उद्योग में परिवहन सबसे महत्वपूर्ण घटक है। परिवहन प्रणाली आरामदायक, तेज और भरोसेमंद होनी चाहिए ताकि पर्यटक सुरक्षित और शानदार यात्रा का आनंद ले सकें। वे साधारण यात्री नहीं हैं। वे ग्रामीण इलाकों या पर्यटन स्थल के वातावरण का आनंद लेने के लिए बाहर हैं। इस प्रकार, यदि उनके पास बुरे अनुभव हैं, तो वे दोबारा नहीं आएंगे। वे साधारण यात्री नहीं हैं, जैसे लाखों लोग शहरों और दुनिया के विशाल क्षेत्रों में यात्रा करते हैं। वे केवल अच्छे अनुभव प्राप्त करना चाहते हैं; सामान्य यात्रियों को बुरे अनुभव होने की आदत हो जाती है क्योंकि उन्हें अपनी नौकरी और व्यवसाय की आवश्यकताओं के कारण यात्रा करनी पड़ती है। पर्यटक समय या नए स्थानों का आनंद लेने के लिए यात्रा करते हैं। यह विशेषता पर्यटक को सामान्य यात्री से अलग करती है। इस अध्याय में हम भारत की परिवहन प्रणालियों का अध्ययन करेंगे और साथ ही परिवहन प्रणाली से संबंधित बुनियादी तथ्य और आंकड़े भी देंगे।

परिवहन की मूल बातें (Rudiments of transport)

परिवहन के प्रमुख साधन (Major modes of transport)

परिवहन के साधन यात्रियों, पर्यटकों और माल को ले जा सकते हैं। एयरलाइंस माल, यात्रियों और आम यात्रियों को ले जाती है। यहाँ यह बताना आवश्यक है कि आम यात्रियों द्वारा उपयोग किए जाने वाले परिवहन के साधन भी पर्यटकों द्वारा उपयोग किए जाते हैं। तीन प्रमुख साधनों (रेल, सड़क और वायु) में से प्रत्येक में एक उप-श्रेणी को परिभाषित करने का विचार हमारे पाठकों को यह विश्वास दिलाने के लिए है कि पर्यटकों के लिए परिवहन के अलग-अलग साधन उपलब्ध हैं। तथापि, ये पर्यटक परिवहन के ऐसे साधनों का भी प्रयोग कर सकते हैं जिनका प्रयोग सामान्य यात्री करते हैं। उदाहरण: एक परिवार हजरत निजामुद्दीन से मंगला एक्सप्रेस द्वारा मडगाँव (गोवा) जा सकता है। यह परिवार गोवा पहुंचने के लिए टैक्सी या कोच का इस्तेमाल नहीं कर सकता। ऐसा करने के लिए उसे ट्रेन में चढ़ना होगा। लेकिन यह ट्रेन आम यात्रियों की यात्रा संबंधी जरूरतों को भी पूरा कर रही है जो पर्यटकों के रूप में गोवा घूमने के इच्छुक नहीं हैं। उनमें से कुछ गोवा के मूल निवासी हो सकते हैं और यह संभव है कि वे कुछ हफ्तों के लिए घर जा रहे हों। इस प्रकार, जहां तक परिवहन के साधनों का संबंध है, हम पर्यटकों को जलरोधी डिब्बों में नहीं रख सकते हैं।

पर्यटन की भाषा में पर्यटक अपनी यात्रा के दौरान भी आनंद की तलाश में रहता है। ऐसा इसलिए है क्योंकि वह:

- अवकाश के मूड में है;
- पर्यटन स्थल के वातावरण का आनंद लेना चाहता है और वह जो रास्ते में मिलता है;
- अपने दौरे के कार्यक्रम पर बहुत पैसा खर्च किया है और इसलिए, अपने यात्रा कार्यक्रम के हर पल का आनंद लेना चाहता है; तथा
- उम्मीद करता है कि परिवहन के दौरान प्रदान की जाने वाली सेवाएं कम से कम उसके द्वारा इन्हें खरीदने के लिए खर्च किए गए पैसे के बराबर होंगी।

समय इस संदर्भ में विचार किया जाने वाला एक अन्य कारक है। यदि पर्यटकों के पास अधिक समय न हो तो वह वायुयान जैसे परिवहन के तीव्रतर साधन को तरजीह देगा। यदि उसके पास बहुत समय है, तो वह यात्रा के आनंद को खोना नहीं चाहेगा और इस प्रकार, समुद्री यात्रा या कोच यात्रा का विकल्प चुन सकता है। यदि उसके पास कुछ समय है, लेकिन वह स्वतंत्र होना चाहता है, तो वह टैक्सी किराए पर ले सकता है।

यात्रियों की संख्या भी परिवहन का तरीका तय करती है। यदि किसी समूह में लोगों की संख्या अधिक है, तो समूह 16 सीटों वाली वैन या कोच किराए पर लेता है। बड़ी संख्या में यात्री बसें भी किराए पर लेते हैं। हमारे सामने ऐसे मामले आए हैं जब लोगों (लगभग 70 की संख्या में) ने वैष्णो देवी तीर्थ (जम्मू और कश्मीर) तक पहुँचने के लिए बसें किराए पर ली हैं। उन्होंने दिल्ली से शुरुआत की और आराम से 10 दिन का दौरा पूरा किया। वे अपने साथ गैस सिलेंडर और कुकिंग रेंज भी ले गए और कोच में सवार महिलाओं ने जरूरत पड़ने पर खाना बनाया। उत्तर भारत में इस प्रकार के दौरे असामान्य नहीं हैं। दक्षिण से, गर्मी की छुट्टियों के मौसम में कोच उत्तर की ओर आते हैं। ये बसें दूर चेन्नई, हैदराबाद और कोयम्बटूर से आती हैं। छात्र ट्रेनों से यात्रा करना पसंद करते हैं। वे दूर-दराज के पर्यटन स्थलों की यात्रा के लिए पूरे कोच बुक करवाते हैं। रेलवे उन्हें टिकट में छूट भी देता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

परिवहन के साधन के चयन में मौसम महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। जब हम रेल से यात्रा करते हैं तो ऑफ-सीजन छूट उपलब्ध होती है। छात्र इस तरह की छूट का लाभ उठा सकते हैं यदि वे साबित करते हैं कि वे मान्यता प्राप्त संस्थानों या विश्वविद्यालयों के छात्र हैं। 5 साल से कम उम्र के बच्चे मुफ्त यात्रा कर सकते हैं 5-12 साल की उम्र के बच्चे रेल से टिकट की आधी कीमत पर यात्रा कर सकते हैं। हालांकि, 12 साल से अधिक उम्र के बच्चों को पूरे टिकट की कीमत चुकानी होगी। 3 साल से कम उम्र के बच्चे बस से मुफ्त यात्रा कर सकते हैं। 3-9 वर्ष की आयु के बच्चे बस से आधे टिकट मूल्य पर यात्रा कर सकते हैं। 9 साल से अधिक उम्र के बच्चों को पूरे टिकट की कीमत चुकानी होगी। 2 साल से कम उम्र के बच्चों को विमान के मूल वयस्क टिकट के किराए का 10 फीसदी देना होगा। 2-12 वर्ष की आयु के बच्चे विमान में मूल वयस्क टिकट किराए का 67 प्रतिशत भुगतान करके यात्रा कर सकते हैं। 12 साल से अधिक उम्र के बच्चों को विमान के पूरे टिकट की कीमत चुकानी होगी। एयरपोर्ट टैक्स और अन्य सरचार्ज का भुगतान सभी यात्रियों को करना होगा। परिवार अपनी सुविधा और समय के हिसाब से फैसला करते हैं। बजट की समग्र लागत भी एक प्रमुख कारक है जो परिवहन के साधन को तय करती है।

वायु परिवहन (Air transport)

हमारे मूल्यवान पाठक रामायण महाकाव्य को याद कर सकते हैं। इस महाकाव्य में, रावण, राक्षस राजा, भगवान राम की पत्नी सीता को मार्ग (आकाश मार्ग) से ले गया। यह संभव है कि उसके पास एक ऐसी मशीन थी जो उड़ सकती थी। हमारे पास कई दंतकथाएं, पौराणिक कहानियां और धार्मिक ग्रंथ भी हैं जो रॉकेट या मिसाइल (अस्त्र) की उड़ान की व्याख्या करते हैं। महाभारत युद्ध इन अस्त्रों की मदद से लड़ा गया था, ऐसा वेद कहते हैं। इसके अलावा, ऋग्वेद में विज्ञान के विभिन्न सिद्धांतों का भी उल्लेख किया गया है, विशेष रूप से हवा में पुरुषों और मशीनों की उड़ान से संबंधित। ऐतिहासिक और मध्ययुगीन युग में ऐसे उपकरणों या मशीनों का आगमन नहीं हुआ जो मनुष्यों को हवा में ले जा सकें या उन्हें बचाए रख सकें। किसी भी स्थिति में, एशिया और यूरोप में राज्यों और साम्राज्यों द्वारा लड़े जा रहे युद्धों और लड़ाइयों के कारण मध्ययुगीन युग बहुत अराजक रहा। हम यह निष्कर्ष निकाल सकते हैं कि इन साम्राज्यों ने वैज्ञानिक अनुसंधान के लिए पर्याप्त समय नहीं दिया होगा।

नागरिक उड्डयन का इतिहास (विश्व) (History of civil aviation (world))

मध्यकाल के बाद आधुनिक युग का आगमन हुआ। मनुष्य ने बुनियादी तकनीकों और गैजेट्स का विकास करना शुरू किया। उसने हवा में उड़ने की कोशिश की होगी; हम केवल कल्पना कर सकते हैं कि उनके प्रयास कितने दर्दनाक रहे होंगे! 12 अप्रैल, 1903 को विल्बर राइट और ओलिवर राइट ने मानव जाति के लिए पहली उड़ने वाली मशीन विकसित की। यह केवल शुरुआत थी!

युद्ध हुआ, अंत में 1939 से 1945 तक, द्वितीय विश्व युद्ध में बमवर्षक, परिवहन विमान और पैराट्रूप ड्रॉपर का उपयोग देखा गया। इन 6 वर्षों के दौरान नागरिक परिवहन के लिए विमानों का उपयोग नहीं किया गया। हालाँकि, राजनयिक और राजनेता कभी-कभी इसका उपयोग करने में सक्षम थे, जब शर्तों ने उन्हें ऐसा करने की अनुमति दी। USSR, USA, UK, इटली, जर्मनी और जापान ने अपने संबंधित दुश्मनों को नष्ट करने के लिए लड़ाकू विमानों का इस्तेमाल किया। अभी तक घटनास्थल पर जेट विमान नहीं पहुंचा था। अधिकांश विमान या तो दो सीटों वाले बमवर्षक थे या विशाल पेट वाले परिवहन विमान थे। विभिन्न युद्ध मोर्चों पर पैराट्रूपर्स और सैनिकों को ले जाने के लिए परिवहन विमानों का इस्तेमाल किया गया। इस प्रकार, युद्धरत राष्ट्रों को पता ही नहीं चला कि कब हवाई परिवहन उनके सामरिक मिशनों के लिए इतना महत्वपूर्ण हो गया।

1945 में युद्ध समाप्त हुआ। यूरोप के पुनर्निर्माण की प्रक्रिया शुरू हुई। स्वाभाविक रूप से, विमान उद्योग को अपना ध्यान नागरिक उड्डयन की ओर स्थानांतरित करना पड़ा।

1953 में, इंडियन एयरलाइंस और एयर इंडिया की स्थापना भारत में हुई थी।

1981 में, जूलियन नॉट सौर-ऊर्जा से चलने वाले गुब्बारे में इंग्लिश चैनल पर तैरने लगा। इस गुब्बारे में गर्म हवा भरने के लिए एक पारंपरिक गर्म हवा के गुब्बारे का इस्तेमाल किया गया था। हालाँकि, इस हवा को गर्म रखने के लिए सौर ऊर्जा का उपयोग किया गया था। गुब्बारे को इंग्लिश चैनल पार करने में 1.24 घंटे का समय लगा।

इस मोड़ पर, हम अपना ध्यान भारत में नागरिक उड्डयन उद्योग की ओर स्थानांतरित करेंगे।

नागरिक उड्डयन का इतिहास (भारत) (History of civil aviation (india))

भारत में 1911 में प्रायोगिक उड़ानें शुरू की गईं। द्वितीय विश्व युद्ध के दिनों में, पालम में एक हवाई क्षेत्र का निर्माण किया गया था, जो दक्षिण दिल्ली (गुड़गांव के पास) में स्थित है। इसके रनवे की लंबाई 12,500 फीट थी और यह 747 बोइंग विमानों की लैंडिंग के लिए उपयुक्त था।

1927 में नागरिक उड्डयन विभाग की स्थापना की गई। इस प्रकार, भारत में नागरिक उड्डयन के बीज इसी वर्ष बोए गए थे। 1927 में, इंपीरियल एयरवेज की पहली उड़ान 8 जनवरी, 1927 को काहिरा से दिल्ली के लिए भरी गई थी। उसी वर्ष, नई दिल्ली में एक हवाई स्टेशन भी बनाया गया था।

1928 में, दिल्ली में एक फ्लाइंग क्लब की स्थापना की गई। नतीजतन, नई दिल्ली एयरोड्रम का पहला प्रशासनिक भवन लोदी रोड के किनारे सफदरजंग हवाई अड्डे पर बनाया गया था, जहां अखिल भारतीय आयुर्विज्ञान संस्थान स्थित है। रनवे की कुल लंबाई 3,500 फीट थी। वर्तमान में, इसका उपयोग इंडियन एयरलाइंस के छोटे विमानों, निजी विमानों और दिल्ली फ्लाइंग क्लब के ग्लाइडर द्वारा किया जा रहा है।

इंपीरियल एयरवेज की साप्ताहिक उड़ानें 30 दिसंबर, 1929 से शुरू हुईं। बाद में, पालम में हवाई अड्डे का पुनर्निर्माण और आधुनिकीकरण किया गया। इसे तीन टर्मिनलों में विभाजित किया गया था। टर्मिनल II का नाम बदलकर इंदिरा गांधी अंतर्राष्ट्रीय हवाई अड्डा कर दिया गया; इसका उपयोग अंतरराष्ट्रीय उड़ानों के आगमन और प्रस्थान के लिए किया जा रहा है। टर्मिनल का इस्तेमाल घरेलू उड़ानों को संभालने के लिए किया जा रहा है।

WORK © NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

भारत का पहला निजी अंतरराष्ट्रीय हवाई अड्डा, एक निजी क्षेत्र की फर्म द्वारा निर्मित, नेदुम्बस्सेरी में स्थित है। इंडियन एयरलाइंस की स्थापना 1953 में हुई थी। इस अध्याय में इसके लिए एक पूरा खंड समर्पित किया गया है।

अस्सी के दशक के अंत और नब्बे के दशक के प्रारंभ में, निजी एयरलाइनों को घरेलू क्षेत्रों में हवाई यात्रियों की सेवा करने की अनुमति दी गई थी। इनमें से कुछ दमनिया एयरवेज, जेट एयरवेज और सहारा एयरवेज हैं। 13 दिसंबर, 2001 को संसद पर हमला भारत में नागरिक उड्डयन के संदर्भ में एक निवारक साबित हुआ। आतंकवादियों ने 1981 में लाहौर में एक विमान उड़ाया और दिसंबर 1999 में एक अन्य (IC-814) का अपहरण कर लिया। एयरलाइनों द्वारा सामना की गई कई घटनाओं में से ये केवल दो घटनाएं हैं। अस्सी के दशक में एयर इंडिया के एक जेट कनिष्क को आयरलैंड के ऊपर बम से उड़ा दिया गया था। उस त्रासदी के पीछे सिख उग्रवादियों का हाथ माना जा रहा था। 11 सितंबर, 2001 को WTC टावरों पर हुए हमलों के कारण पर्यटक और यात्री डरे हुए हैं। संयुक्त राज्य अमेरिका के सावधान राष्ट्रीय यात्रियों ने हवाई यात्रा से बचने की खतरनाक प्रवृत्ति को जन्म दिया; यह आज तक जारी है। आतंकवादी संगठनों की धमकियों के कारण लोग हवाई यात्रा करने के इच्छुक नहीं हैं। ये डरावनी भावनाएँ हवाई परिवहन व्यवसाय पर कहर बरपाती हैं क्योंकि यात्री पृथ्वी से लगभग 5.5 किमी की ऊँचाई पर हवा में गंभीर परिस्थितियों का सामना नहीं करना चाहते हैं। यहां तक कि भगवान भी उन्हें नहीं बचा सकता है अगर वे किसी आतंकवादी के सामने आते हैं, या आतंकवाद के कृत्यों के कारण एक विमान दुर्घटना देखते हैं। नई शताब्दी में विमान सुरक्षा मानदंड और हवाई किराए एयरलाइनों के फोकस क्षेत्र बने हुए हैं। वर्तमान में, भारत के एयरलाइन उद्योग में परिदृश्य अनिश्चित है। दुनिया की एयरलाइंस के लिए भी ऐसा ही है। यूनाइटेड एयरलाइंस ने दिवालियापन के लिए अमेरिकी अदालत में मामला दायर किया है। दुनिया की प्रमुख एयरलाइंस पिछले कुछ सालों से घाटे में चल रही हैं। इंडियन एयरलाइंस और एयर इंडिया नकदी की तंगी से जूझ रहे हैं। कई फ्लाइट्स में सीटें खाली रहती हैं लेकिन इनका खर्चा एयरलाइन को वहन करना होता है।

हवाई परिवहन उद्योग का संगठन: अंतर्राष्ट्रीय संदर्भ (Organisation of air transport industry : international context)

भारत ने बहुत देर से हवाई परिवहन क्रांति देखी। अमेरिकियों और यूरोपीय लोगों ने अपने हवाई परिवहन नेटवर्क को विकसित करने का बीड़ा उठाया था। वे एक स्थान से दूसरे स्थान पर जाने के लिए सेसना, डोर्नियर और छोटे लेकिन आकर्षक हेलिकॉप्टरों का उपयोग करते थे। ये विमान ज्यादातर एक इंजन वाले पक्षी थे। जेट युग पिछली शताब्दियों के साठ के दशक के अंत में आया था। इसने नागरिक उड्डयन के पूरे परिदृश्य को बदल दिया। सत्तर के दशक में संयुक्त राज्य अमेरिका और यूरोप में चौड़े शरीर वाले जेट विमान प्रचलन में थे। अस्सी के दशक के अंत और नब्बे के दशक के प्रारंभ में बोइंग कॉर्पोरेशन और एयर बस उद्योग नागरिक उड्डयन विमान के प्रमुख उत्पादक थे। प्रसिद्ध कार निर्माता कंपनी रोल्स रॉयस ने जेट विमानों के लिए इंजन बनाना शुरू किया। जैसा कि पहले ही कहा जा चुका है, दो युद्ध दुनिया के नागरिक उड्डयन उद्योग के लिए आपदा साबित हुए। हालांकि, इन युद्धों के बाद इस उद्योग को एक नया जीवन मिला। पर्यटन स्थलों का विकास किया गया। 1953 में, भारत सरकार ने इंडियन एयरलाइंस की स्थापना की। इसका प्रमुख उद्देश्य उन विदेशियों की परिवहन आवश्यकताओं को पूरा करना था जो ताज, खजुराहो, कोणार्क मंदिर, गेटवे ऑफ इंडिया, शिमला, मनाली, बॉम्बे, विक्टोरिया मेमोरियल, कुल्लू, लाल किला आदि जैसे प्रमुख पर्यटन स्थलों पर जाने के इच्छुक थे। ये धब्बे भारत के प्रमुख शहरों के काफी करीब थे। बदले में ये प्रमुख शहर प्रमुख सड़क और रेल मार्गों से जुड़े हुए थे। सरकार ने देश के प्रमुख महानगरों को हवाई सेवा प्रदान करना शुरू किया ताकि यात्री इन प्रमुख शहरों और बाद में पहले वर्णित पर्यटन स्थलों तक पहुंच सकें।

इंट्रा-कंट्री एयर ट्रांसपोर्ट USA में ठीक से शुरू हुआ क्योंकि USA किसी भी मानदंड से एक बड़ा देश है। अस्सी के दशक के दौरान, रेलवे ट्रेनों ने अपना आकर्षण खो दिया। हवाई यात्री का सम्मान किया गया; उसे अपना समय भी बचाना था। यूरोपीय लोगों ने अमेरिकियों के नक्शेकदम पर चलना शुरू किया। फिर सिंगापुर, मलेशिया, जापान, थाईलैंड और ओरिएंट के अन्य देशों ने अपने हवाई नेटवर्क और एयरलाइंस विकसित किए। अस्सी के दशक की शुरुआत में कुआलालंपुर, टोक्यो, ओसाका, सिंगापुर और बैंकॉक गर्म पर्यटन स्थल बन गए। ये रुझान नब्बे के दशक के दौरान जारी रहे। दुनिया उस समय मुक्त बाजार सुधारों के दर्दनाक दौर से गुजर रही थी। इस लहर से एयरलाइंस को फायदा हुआ।

बहुराष्ट्रीय हवाई परिवहन नियम (Multinational air transport regulations)

पांच महाद्वीपों में अंतरराष्ट्रीय यात्रियों की सुचारू और परेशानी मुक्त आवाजाही सुनिश्चित करने के लिए, दुनिया की एयरलाइंस वस्तुतः अपने पैर की उंगलियों पर रहती हैं। इन्हें WTO, LATA, ICAO और UNO के अन्य अंगों द्वारा नियंत्रित किया जाता है। सभी अंतरराष्ट्रीय एयरलाइनों को इन संगठनों द्वारा परिभाषित मानदंडों के अनुरूप होना चाहिए। नागरिक उड्डयन एक महंगा मामला है। यात्रियों को एक गंतव्य से दूसरे स्थान तक ले जाने के लिए अरबों डॉलर के विमानों को सेवा में लगाया जाना है। ऑनलाइन बुकिंग की प्रणाली (CRS), एयरपोर्ट-होटल-एयरपोर्ट ट्रांसफर, इन-फ्लाइट कैटरिंग, कनेक्टिंग फ्लाइट के लिए वेटिंग, एयरपोर्ट सुरक्षा और सुरक्षा, एयरबोर्न होने पर विमान सुरक्षा, केबिन क्रू द्वारा प्रदान की जाने वाली सेवाएं और प्रदान की जाने वाली सेवा की समग्र गुणवत्ता एयरलाइन द्वारा कुछ महत्वपूर्ण विचार हैं।

भारत में वर्तमान परिदृश्य (Current scenario in india)

भारत में मुक्त बाजार व्यवस्था लागू होने के बाद विमान सेवाएं भी मुक्त और अधिक लोकतांत्रिक हो गई हैं। निजी एयरलाइंस तेज गति से बढ़ रही हैं, हालांकि सार्वजनिक क्षेत्र के वाहक भी भारतीय और अंतरराष्ट्रीय हवाई क्षेत्रों में अपनी उपस्थिति दर्ज करा रहे हैं।

सार्वजनिक क्षेत्र में वाहक

भारत के नागर विमानन क्षेत्र को निम्नलिखित 3 भूमिकाएं निभानी हैं:-

- नियामक (Regulatory)
- अवसंरचनात्मक (Infrastructural)
- परिचालन (Operational)

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

भारत के घरेलू वाहकों को निम्नलिखित उप-श्रेणियों में वर्गीकृत किया जा सकता है।

इंडियन एयरलाइंस (Indian airlines)

यह सार्वजनिक क्षेत्र का वाहक 1953 में स्थापित किया गया था। 1983 में, इंडियन एयरलाइंस के बेड़े में एयरबस इंडस्ट्रीज के 10 विमान, 25 B-737 बोइंग विमान, 12 HS-748s और 8 फोकर मैत्री विमान (F-27) शामिल थे। 1999 में, इसके पास 52 विमानों का एक बेड़ा था जो दैनिक आधार पर 200 उड़ानें संचालित करता था। 2003 में, इसके पास 57 विमानों का बेड़ा था (भारत 2003 द्वारा उपलब्ध कराए गए आंकड़ों के अनुसार)। इन विमानों में से 7 एयरबस 300, 36 एयरबस 320, 11 बोइंग 737 और 3 डोर्नियर 228 थे। पट्टे पर लिए गए विमान भी उपरोक्त 57 की संख्या में शामिल थे। सभी बोइंग 737 विमान एलायंस एयर द्वारा संचालित किए जा रहे हैं।

टेबल 1 इंडियन एयरलाइंस के महत्वपूर्ण आंकड़े

क्र.सं.	पैरामीटर	मूल्य
1	घरेलू की संख्या स्थल	64
2	अंतर्राष्ट्रीय की संख्या स्थल	16
3	प्रति दिन घरेलू प्रस्थान	226
4	अंतर्राष्ट्रीय प्रस्थान प्रति दिन	42
5	पायलटों की संख्या	362
6	केबिन क्रू की संख्या	1003
7	इंजीनियरों की संख्या	627
8	इंजीनियरों की संख्या	2416
9	इंजीनियरिंग आधार	दिल्ली, हैदराबाद, कोलकाता व मुंबई
10	इंजीनियरिंग उप-आधार	बैंगलोर तथा चेन्नई
11	जेट कार्यशाला	दिल्ली
12	सिम्युलेटर इन-हाउस प्रशिक्षण A300, A320 और B737 के लिए	हैदराबाद
13	घरेलू टिकट एजेंट (भारत में)	1701
14	प्रति दिन औसत यात्री (अगस्त, 2000)	17,872
15	प्रति दिन औसत यात्री (सितंबर, 2002)	18,708

4 नवंबर, 2002 को लेखक के डेस्क पर प्राप्त डेटा को टेबल 1 में संलग्न किया गया है जो कि निम्नानुसार है।

इंडियन एयरलाइंस घरेलू पर्यटकों और व्यापारिक यात्रियों की जरूरतों को भी पूरा कर रही है। यह अपनी सहायक कंपनी एलायंस एयर के साथ 64 घरेलू स्टेशनों (2 मौसमी स्टेशनों- जैसलमेर और पुट्टपर्थी सहित) के लिए अपनी उड़ानें संचालित करता है। इसके अलावा, यह बहरीन, दोहा, के लिए अपनी उड़ानें भेजता है।

मस्कट, रास-अल-खैमाह, फुजैराह, दुबई, शारजाह, कुवैत, माले, ढाका, कोलंबो, काठमांडू, यांगून, कुआलालंपुर, बैंकॉक और सिंगापुर।

Sub voce: CDC ने एयरलाइन के लिए 43 विमान प्राप्त करनेSub voce: CDC ने एयरलाइन के लिए 43 विमान प्राप्त करने के निर्णय को स्थगित कर दिया। इसने AI और IA में विनिवेश की प्रक्रिया को आगे नहीं बढ़ाने का भी फैसला किया है।

एयर इंडिया (Air india)

यह 1953 में एक सार्वजनिक क्षेत्र के उद्यम के रूप में स्थापित किया गया था। अंतर्राष्ट्रीय वाहक pf India दुनिया के सभी प्रमुख हवाई अड्डों में देश का प्रतिनिधित्व करता है। एयर इंडिया के प्यारे महाराजा अपनी विशिष्ट भारतीय शैली, तौर-तरीकों और सहजता के लिए जाने जाते हैं। 31 मई, 2002 की स्थिति के अनुसार, भारत के विश्व के 97 देशों के साथ द्विपक्षीय समझौते थे। इन समझौतों के निष्पादन के लिए एयर इंडिया जिम्मेदार है।

भारत 2003 के अनुसार, एयर इंडिया के पास 23 विमान-6 बोइंग 747 -400s, 2 बोइंग 747-300 (Combi), 4 बोइंग 747-200s, A3000-B4s और 8 एयरबस 310-300 विमान ड्राई लीज़ के आधार पर हैं -2 सिंगापुर एयरलाइंस से, 2 GECAS से और 1 ILFC से।

यह अपने मौजूदा बेड़े में 3 और एयरबस 310-300 विमान (शुष्क पट्टे के आधार पर) जोड़ेगा। यह निर्णय 2003 के अंत तक लागू किया जाएगा। 31 मार्च, 2002 तक एयर इंडिया के कर्मचारियों की संख्या 16,776 थी। यह अपने स्वयं के विमान से 35 स्टेशनों (12 घरेलू और 23 अंतरराष्ट्रीय) के लिए उड़ानें संचालित करता है। इसमें 20 अंतरराष्ट्रीय गंतव्यों की सेवा के लिए विदेशी एयरलाइनों के साथ CS/BSA/JV जैसे सहकारी समझौते भी हैं। इस संख्या में से 9 गंतव्यों को एयरलाइन द्वारा अपने स्वयं के विमान के माध्यम से सेवा प्रदान की जाती है। अप्रैल, 2001 से फरवरी, 2002 तक, एयर इंडिया ने 2.85 मिलियन यात्रियों को ढोया।

एयर इंडिया का मुख्यालय मुंबई में स्थित है। इसने जुलाई 2002 में 20 करोड़ रुपये का लाभ दर्ज किया; यह डेटा ट्रैव टॉक (जुलाई, 2002) की रिपोर्ट पर आधारित है।

एयरलाइन ने कुछ क्षेत्रों में अपनी सेवाएं बढ़ाने का फैसला किया है। विवरण निम्नानुसार हैं :-

- दिसंबर, 2003 तक पेरिस की दैनिक आवृत्ति।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- दिल्ली-फ्रैंकफर्ट-शिकागो सेक्टर में बढ़ती उड़ानें।
- दिल्ली से लंदन और न्यूयॉर्क के लिए दोहरी दैनिक उड़ानें।
- मुंबई से लंदन और न्यूयॉर्क के लिए दोहरी दैनिक उड़ानें।
- निकट भविष्य में हीथ्रो (लंदन) के लिए प्रति सप्ताह चौदह उड़ानें।
- 2004 तक प्रति सप्ताह इक्कीस उड़ानें, अहमदाबाद, बैंगलोर और कोच्चि को सीधे UK और USA से जोड़ना।

उपरोक्त स्थलों को कवर करने के लिए दो बोइंग 747-400 और छह 310 विमान एयर इंडिया द्वारा ड्राई लीज़ के आधार पर लिए जा रहे हैं। एयर इंडिया के इन रूटों पर यात्रियों को उड़ान भरने के लिए प्रेरित करने के लिए ऑनबोर्ड फूड फेस्टिवल आयोजित किए जाएंगे। बॉडी मसाज सर्विस भी शुरू की गई है।

- Sub voce: CDC ने एयरलाइन के लिए 17 विमान प्राप्त करने के निर्णय को स्थगित कर दिया।

वायुदूत (Vayudoot)

इसे 20 जनवरी, 1981 को कंपनी अधिनियम (1956) के तहत एक प्राइवेट लिमिटेड कंपनी के रूप में पंजीकृत किया गया था। इसे 17 फरवरी, 1983 को एक पब्लिक लिमिटेड कंपनी में परिवर्तित कर दिया गया था। कठिन भौगोलिक क्षेत्र, परिवहन के धीमे साधन और खराब संचार सुविधाओं वाले क्षेत्र। इसका मुख्य उद्देश्य भारत के उन शहरों को हवाई सेवाओं से जोड़ना था जिन्हें इंडियन एयरलाइंस द्वारा सेवा प्रदान नहीं की जा रही थी। हालांकि, उसे घाटा होने लगा। इस प्रकार, IA ने इसे अपने हाथ में ले लिया। अब, यह IA का एक अलग प्रभाग है।

एलायंस एयर (Alliance air)

यह इंडियन एयरलाइंस की सहायक वाहक है। इसके विमान और अधिकारी इंडियन एयरलाइंस के साथ मिलकर काम करते हैं। एलायंस एयर के विमान विदेशों में भी जाते हैं और कई अंतरराष्ट्रीय पर्यटन स्थलों को कवर करते हैं। हाल ही में इस एयरलाइन ने उत्तर-पूर्वी क्षेत्र के लिए एक नई सेवा शुरू की है। ATR सर्विस नामक यह सेवा कोलकाता को अगरतला से जोड़ती है। यह धीरे-धीरे आइजोल, अगरतला, दीमापुर, इंफाल, लीलाबारी, शिलांग, सिलचर, कोलकाता और गुवाहाटी को जोड़ने के लिए 4 ATR-42 विमानों की व्यवस्था कर रहा है। जनवरी 2003 में, इसकी हवाई यात्री क्षमता 4,175 (2,125 से) तक बढ़ने वाली थी। इस संदर्भ में सरकार द्वारा किए गए प्रयासों की बदौलत उत्तर-पूर्व में रनवे का विस्तार भी किया जा रहा है।

पवन हंस (Pawan hans)

यह एक हेलीकॉप्टर सेवा है जो पूरी तरह से सरकार के स्वामित्व में है। यह तेल क्षेत्र, पहाड़ी क्षेत्रों और दूरदराज के गांवों और कस्बों में अपनी सेवाएं देता है। इसके ग्राहकों में ONGC, पंजाब और मध्य प्रदेश की सरकारें, लक्षद्वीप प्रशासन, GAIL, BSF और कुछ निजी क्षेत्र की कंपनियां शामिल हैं। यह एशिया की सबसे बड़ी हेलीकॉप्टर सेवा है। इसके पास 29 हेलीकॉप्टरों का बेड़ा है, जिसमें 3 MI-172s, 19 शामिल हैं। Dauphin AS365Ns, 3 Bell 206L4s, 2 Bell 407s और अंत में, 2 Robinson R-44 हेलीकॉप्टर; यह डेटा भारत 2003 से लिया गया था। इस उद्यम को पवन हंस हेलीकाप्टर लिमिटेड (PHHL) के रूप में जाना जाता है। PHHL द्वारा जारी एक विज्ञापन के अनुसार, 2003 में इसके स्वामित्व वाले हेलीकाप्टरों की संख्या बढ़कर 31 हो गई। यह भारत में ISO 9002 प्रमाणन और न्यूयॉर्क में अंतर्राष्ट्रीय गुणवत्ता शिखर सम्मेलन में गोल्ड श्रेणी पुरस्कार प्राप्त करने वाली पहली विमानन कंपनी भी है। यह अन्य फर्मों के हेलीकाप्टरों का रखरखाव भी करता है। यह डूफिन श्रृंखला के हेलीकाप्टरों के लिए यूरोकॉप्टर का स्वीकृत रखरखाव केंद्र है। यह पर्यटन को बढ़ावा देने से संबंधित गतिविधियों में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। इसने 2001-02 में अपने हेलीकॉप्टरों को 18,307 घंटों तक उड़ाया। PHHL की उड़ान के कुल घंटों की संख्या 2,70,000 है। PHHL का मुख्यालय नई दिल्ली में स्थित है।

पैलेस ऑन एयर (Palace on air)

फेयरी क्वीन और पैलेस ऑफ व्हील्स की सफलता से सरकार प्रभावित हुई। इसके अलावा, पैलेस ऑन व्हील्स भारत का पर्याय बन गया था। यह राजस्थान के इतिहास, लोककथाओं, महलों, व्यंजनों, नृत्यों और संगीत की प्रामाणिक जानकारी देता है। यह राज्य अंतरराष्ट्रीय पर्यटकों को बहुत कुछ प्रदान करता है, जिन्होंने अक्सर भारत के प्राचीन किलों और ग्रामीण जीवन को कभी नहीं देखा है। कठोर और शत्रुतापूर्ण इलाके के बावजूद राजस्थान का रेगिस्तान संयुक्त राज्य अमेरिका और न्यूजीलैंड तक के लोगों को आकर्षित करता है।

हालांकि, पश्चिम के पर्यटक हवाई यात्रा के शौकीन होते हैं। इस प्रकार, वे पैलेस ऑन व्हील्स या फेयरी क्वीन जैसी धीमी सेवा का विकल्प नहीं चुन सकते हैं। वे 3 महीने में भारत की पूरी लंबाई और चौड़ाई को कवर करना चाहेंगे। और यदि अकेले राजस्थान अपने यात्रा कार्यक्रम में पाँच से दस दिन का समय लेता है, तो वे दौरे के अगले चरण को कैसे आगे बढ़ाएँगे?

इस सवाल का ठोस जवाब तलाशना आसान नहीं था। लेकिन इंफ्रास्ट्रक्चर डेवलपमेंट मैनेजमेंट इंटरनेशनल (IDMI) नाम की एक निजी फर्म ने राजस्थान से आकर्षित इन पर्यटकों के लिए एक नई सेवा शुरू की है। इस सेवा को पैलेस ऑन एयर कहा जाता है। इसे दिसंबर, 2002 में शुरू किया गया था। इसके पास अद्वितीय बिक्री प्रस्ताव (USP) के रूप में बोइंग 747 विमान है।

जाहिर है, विमान में उच्चतम स्तर की विलासिता है और अपने मेहमानों की सभी जरूरतों को पूरा करता है। सेवा दिल्ली से शुरू होती है। दिल्ली से विमान (palace) आगरा जाता है और फिर जयपुर, पर्यटकों को इन स्थानों के सभी महत्वपूर्ण स्थलों और महलों को दिखाया जाता है। जयपुर से, 'महल' जोधपुर और फिर झीलों के शहर उदयपुर के लिए उड़ान भरता है। यह जैसलमेर और बीकानेर को भी कवर करता है ताकि पर्यटक रेगिस्तान की रेत का स्वाद ले सकें। महल अपने यात्रा कार्यक्रम के अंत में वापस दिल्ली के लिए उड़ान भरता है। हम उम्मीद करते हैं कि पैलेस या एयर विदेशी पर्यटकों को आकर्षित करे। हालांकि यह उनके लिए भी एक महंगा प्रस्ताव है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

निजी क्षेत्र में वाहक (Carriers in private sector)

इस भाग में हम हवाई टैक्सी की अवधारणा पर चर्चा करेंगे।

हवाई टैक्सी (Air taxis)

वायु निगम अधिनियम (1953) को 1 मार्च, 1994 को निरस्त कर दिया गया था। यह घरेलू नागरिक उड्डयन के दायरे में निजी एयरलाइनों के प्रवेश की सुविधा के लिए किया गया था। इस प्रकार एयर इंडिया, इंडियन एयरलाइंस और वायुदूत का अनुसूचित हवाई परिवहन सेवाओं पर एकाधिकार समाप्त कर दिया गया। भारत की निजी एयरलाइंस हवाई टैक्सियों का संचालन करती हैं। भारत में निजी क्षेत्र में 4 एयरलाइंस काम कर रही हैं। ये सहारा एयरवेज, जेट एयरवेज, स्काईलाइन NEPC और NEPC एयरलाइंस हैं। 1996 में (निजी) हवाई टैक्सियों द्वारा ले जाने वाले यात्रियों की संख्या 4.96 मिलियन थी। हवाई परिवहन में हवाई टैक्सियों की हिस्सेदारी 41.14 प्रतिशत थी। जेट एयरवेज के पास 12 बोइंग 737, सहारा एयरलाइंस के पास 3 बोइंग 737, स्काईलाइन NEPC के पास 5 और NEPC एयरलाइंस के पास 9 थे। इन निजी खिलाड़ियों द्वारा संचालित हवाई टैक्सियां लोकप्रियता प्राप्त कर रही हैं, हालांकि हवाई यात्रियों की संख्या बहुत अधिक नहीं है। निजी टैक्सी संचालकों की संख्या बढ़ सकती है। जैगसन (Jagson) एयरलाइंस ने घरेलू उड़ानें भी शुरू कर दी हैं।

अनुसूचित और गैर-अनुसूचित एयरलाइंस (Scheduled and non-scheduled airlines)

जैसा कि पहले कहा गया है, वायु निगम अधिनियम (1953) को निरस्त कर दिया गया था। इस प्रकार, सरकार की इस कार्रवाई से एयर इंडिया और इंडियन एयरलाइंस का अनुसूचित परिचालन पर एकाधिकार समाप्त हो गया। वर्तमान में, भारत में 2 निजी अनुसूचित ऑपरेटर हैं। वे घरेलू उड़ानों की सेवाएं प्रदान करते हैं। इसके अलावा, 38 फर्मों को गैर-अनुसूचित हवाई टैक्सी परमिट प्रदान किए गए हैं। इनमें से 4 फर्मों ने अपना परिचालन (एयर टैक्सी सेगमेंट में) शुरू कर दिया है, जैसा कि खंड 5.5.6.2.1 में बताया गया है। घरेलू हवाई परिवहन नीति को अप्रैल, 1997 में अनुमोदित किया गया था। इस नीति के अनुसार नागरिक उड्डयन क्षेत्र में प्रवेश और निकास की बाधाओं को हटा दिया गया है। ऑपरेटर इस्तेमाल किए जाने वाले विमान के प्रकार का फैसला करता है। कम से कम इन निजी एयरलाइनों के इक्विटी फंडों में विदेशियों के प्रवेश पर रोक लगा दी गई है। उत्तर-पूर्वी क्षेत्र, अंडमान और निकोबार द्वीप समूह, लक्षद्वीप और जम्मू-कश्मीर में न्यूनतम संख्या में उड़ानों के संचालन को सुनिश्चित करने के लिए रूट डिस्पर्सल योजना के प्रावधान की मौजूदा नीति को बरकरार रखा गया है।

एयर इंडिया और इंडियन एयरलाइंस का निजीकरण (Privatisation of air india and indian airlines)

सार्वजनिक क्षेत्र के उपक्रम होने के नाते, इन दोनों एयरलाइनों पर हमेशा हमले होते रहे हैं। ये अपने नियंत्रण में विशाल संसाधनों के बावजूद अच्छा लाभ अर्जित करने में सक्षम नहीं रहे हैं। सार्वजनिक क्षेत्र में मुक्त बाजार की ताकतों के व्यापक प्रभाव के मद्देनजर, सरकार ने 2002 में इन दोनों एयरलाइनों को बंद करने का फैसला किया। लेकिन केंद्रीय नागरिक उड्डयन मंत्री सैयद शाहनवाज हुसैन ने फिलहाल इंडियन एयरलाइंस और इंडियन एयरलाइंस की विनिवेश प्रक्रिया को खारिज कर दिया। उन्होंने यह भी कहा कि चार अंतरराष्ट्रीय हवाई अड्डों (दिल्ली, कोलकाता, मुंबई और चेन्नई) के निजीकरण के लिए एक संयुक्त उद्यम मार्ग अपनाया जा रहा है।। यह प्रक्रिया मार्च, 2003 तक पूरी होने वाली थी, लेकिन अक्टूबर, 2003 तक पूरी हो जाएगी। मंत्री ने कहा कि वैश्विक चुनौतियों का सामना करने के लिए भारत के राष्ट्रीय वाहकों का पुनर्गठन किया जा रहा है। इस बीच, AI और IA बोर्डों (क्रमशः 17 और 43 विमान प्राप्त करने के लिए) की सिफारिशों को सुरक्षा पर कैबिनेट समिति (CCS) के समक्ष रखा जाएगा। हुसैन ने यह भी बताया कि AI और IA को मुख्य गतिविधियों पर ध्यान केंद्रित करना होगा और गैर-प्रमुख गतिविधियों को आउटसोर्स करना होगा। इन दोनों श्रेणियों को बोर्ड और आवश्यकता के आधार पर संबंधित विशेष क्षेत्रों में वैश्विक खिलाड़ियों के साथ सहयोग करके पेशेवर रूप से प्रबंधित किया जाएगा। यह फिर से निवेश और प्रबंधकीय और तकनीकी विशेषज्ञता दोनों के माध्यम से विदेशी भागीदारों के साथ सहयोग बढ़ाने का अवसर प्रदान करेगा। क्षेत्र के सभी क्षेत्रों को कवर करने के लिए एक व्यापक नागरिक उड्डयन नीति तैयार की जा रही है; यह न केवल संसाधनों के लिए बल्कि विमानन बुनियादी ढांचे की अधिक दक्षता और प्रबंधन लाने के लिए भी निजी क्षेत्र की भूमिका पर जोर देगा। मंत्री ने कहा कि सरकार हवाई अड्डों के सीमित आर्थिक विनियमन के लिए एक स्वतंत्र हवाईअड्डा आर्थिक नियामक प्राधिकरण का भी प्रस्ताव कर रही है, विशेष रूप से निजी हवाई अड्डों के संदर्भ में।

सिंगापुर एयरलाइंस, एयर फ्रांस और ब्रिटिश एयरवेज विमान प्राप्त करने की प्रक्रिया में लीज विकल्पों पर विचार कर रहे हैं। एयर इंडिया ने 1994-95 में पहली बार बोइंग 747-400 विमान खरीदे थे। तब से, यह लागत में वृद्धि के कारण एक स्वस्थ वित्तीय स्थिति में वापस नहीं आ पाई है जो इस अधिग्रहण के प्रत्यक्ष परिणाम थे। इस प्रकार, सरकार ने AI और IA के लिए विमान प्राप्त करने के लिए पट्टे के विकल्प पर विचार करने का निर्णय लिया है। ऐसा इन दोनों वाहकों के कमजोर नकदी प्रवाह की स्थिति के कारण है। एकमुश्त खरीद विकल्प क्षमता प्रतिबद्धता की ओर ले जाएगा। दुनिया की सभी एयरलाइनों द्वारा सामना की जा रही समस्याओं के मद्देनजर, विशेष रूप से 11 सितंबर, 2001 को WTC टावरों पर हुए हमलों के बाद, इस तरह के निर्णय से इन वाहकों में अतिरिक्त या अधूरी क्षमता हो जाएगी। विमानों की एकमुश्त खरीद से एयरलाइनों में नकदी की कमी हो जाती है और इस तरह के कैश-स्ट्रैप्ड कैरियर अपने अंतिम खातों में लाल आंकड़े दिखाते हैं। इस तथ्य का समर्थन करने के लिए लुफ्थांसा एयरलाइंस, जापान एयरलाइंस और ब्रिटिश एयरवेज के उदाहरण उद्त किए जा सकते हैं; इन वाहकों ने बोइंग 747-400 विमान एकमुश्त खरीद पर खरीदे थे और नब्बे के दशक की शुरुआत में भारी नुकसान उठाया था।

नागरिक उड्डयन पर संसदीय सलाहकार समिति ने, हालांकि, सुझाव दिया है कि भारत के राष्ट्रीय वाहकों को खरीद विकल्प के साथ आगे बढ़ना चाहिए न कि पट्टे के विकल्प (lease option) के साथ।

भारत के वाहकों द्वारा अधिग्रहित किए जाने वाले बेड़े का प्रकार भी विनिवेश प्रक्रिया को जटिल करेगा; आज जिस प्रकार के विमान लाए जा रहे हैं, वे संभावित निजी भागीदार के व्यावसायिक हितों के अनुकूल नहीं हो

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

सकते हैं, जो बाद की तारीख में वाहक में हिस्सेदारी खरीदेंगे। 15 अप्रैल, 2003 को केंद्र सरकार ने IA और AI को विनिवेश की सूची से हटाने का फैसला किया।

भारत में वायु परिवहन उद्योग (Air transport industry in india)

यह उद्योग अब तक IA और AI के संचालन के आधार पर विकसित किया जा रहा था। लेकिन निजी खिलाड़ियों के आने के बाद परिदृश्य बदल गया है। सरकार इन दोनों एयरलाइनों में अपनी हिस्सेदारी कम कर सकती है और निजी निवेशकों को उनके प्रबंधन और दिन-प्रतिदिन के संचालन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाने की अनुमति दे सकती है। जब इन एयरलाइनों का पूर्ण या आंशिक रूप से निजीकरण किया जाता है, तो सरकार की भूमिका उनके संचालन के नियमन तक सीमित हो जाएगी। अभी वह अवस्था नहीं आई है।

भारत में नागरिक उड्डयन संचालन को नियंत्रित करने वाली सरकार की कुछ नियामक एजेंसियां इस प्रकार हैं।

नागरिक उड्डयन महानिदेशालय (Directorate general of civil aviation)

यह एक नियामक संगठन है जो भारत में नागरिक वायु नियमों को लागू करता है। यह निम्नलिखित के लिए जिम्मेदार है: (a) भारत से/के लिए और भारत के भीतर हवाई परिवहन सेवाओं का विनियमन; (b) देश में नागरिक विमानों का विनियमन; (c) भारत में पंजीकृत नागरिक विमानों के लिए उड़ानयोग्यता के मानक तैयार करना और ऐसे विमानों को उड़ानयोग्यता प्रमाणपत्र प्रदान करना; (d) पायलटों, विमान रखरखाव इंजीनियरों और उड़ान इंजीनियरों का लाइसेंस; (e) भारत में विमानक्षेत्रों को लाइसेंस देना; (f) हवाई दुर्घटनाओं और अन्य दुर्घटनाओं की जांच; और (g) कार्यान्वयन। यह इसके लिए जिम्मेदार है: (a) नागरिक विमान, इंजन, प्रोपेलर और उपकरण का प्रकार प्रमाणन; (b) सिविल एयरक्राफ्ट की संशोधन और मरम्मत योजनाओं का अनुमोदन; (c) स्वदेशी विमान सामग्री, भागों और उपकरणों का विकास परीक्षण; (d) विफल विमान, संरचनात्मक भागों और घटकों पर वैज्ञानिक प्रयोगशाला जांच; (e) ग्लाइडर, लाइट ट्रेनर एयरक्राफ्ट और ग्लाइडर लॉन्चिंग विंच का डिजाइन और विकास; (f) ईंधन के नमूनों की गुणवत्ता नियंत्रण निगरानी और परीक्षण; और (g) अर्थशास्त्र विमान संचालन और प्रदर्शन मूल्यांकन।

नागरिक उड्डयन मंत्रालय (Ministry of civil aviation)

यह नागरिक उड्डयन के विकास और नियमन के लिए राष्ट्रीय नीतियों और कार्यक्रमों के निर्माण और हवाई अड्डे की सुविधाओं, हवाई यातायात सेवाओं और हवाई मार्ग से यात्रियों और सामानों की आवाजाही के व्यवस्थित विकास और विस्तार के लिए योजनाओं को तैयार करने और लागू करने के लिए भी जिम्मेदार है। यह मंत्रालय रेलवे सुरक्षा आयोग के लिए भी जिम्मेदार है। तत्कालीन , श्री राजीव प्रताप रूडी केंद्रीय नागरिक उड्डयन राज्य मंत्री (स्वतंत्र प्रभार) थे। केंद्र में भाजपा के नेतृत्व वाली सरकार अर्थव्यवस्था के हवाई परिवहन क्षेत्र को आधुनिक बनाने के लिए साहसिक कदम उठा रही है।

केंद्रीय पर्यटन मंत्रालय (Union ministry of tourism)

श्री जगमोहन केंद्रीय पर्यटन मंत्री हैं और इस मंत्रालय के प्रमुख हैं। दसवीं पंचवर्षीय योजना के लिए पर्यटन के लिए बजट 2,900 करोड़ रुपये है; इस क्षेत्र के लिए पिछला आवंटन 525 करोड़ रुपये था। श्री विनोद खन्ना केंद्रीय मंत्रालय में पर्यटन राज्य मंत्री हैं। यह मंत्रालय पर्यटन अवसंरचना के विकास के कार्य में निजी फर्मों को शामिल करने का प्रयास कर रहा है। खन्ना ने कहा है कि मंत्रालय ने मंत्रालय की योजनाओं और कार्यक्रमों में निजी क्षेत्र को शामिल करने के लिए कार्यक्रम तैयार किए हैं।

नागरिक उड्डयन सुरक्षा ब्यूरो (Bureau of civil aviation security)

इस ब्यूरो का नेतृत्व पुलिस महानिदेशक स्तर के अधिकारी द्वारा किया जा रहा है। उनका पदनाम सुरक्षा आयुक्त (नागरिक उड्डयन) है। उन्हें मुख्यालय में 3 अतिरिक्त आयुक्त (DIG), 6 उपायुक्त और 10 सहायक आयुक्त द्वारा सहायता प्रदान की जाती है। ब्यूरो के 4 क्षेत्रीय कार्यालय हैं, दिल्ली, मुंबई, कोलकाता और चेन्नई में एक-एक। इनमें से प्रत्येक का नेतृत्व उपायुक्त स्तर के एक अधिकारी द्वारा किया जाता है। प्रत्येक क्षेत्रीय मुख्यालय में एक बम का पता लगाने और निपटान दल होता है, जिसका नेतृत्व मेजर रैंक के एक अधिकारी द्वारा किया जाता है और जिसे सुरक्षा उपायुक्त, BDDS कहा जाता है। उन्हें भारतीय सेना के एक अन्य अधिकारी द्वारा सहायता प्रदान की जाती है, जिसे विस्फोटक नियंत्रक कहा जाता है। एक क्षेत्रीय मुख्यालय में और एक श्रीनगर हवाई अड्डे (जम्मू और कश्मीर) पर डॉग स्क्वॉड की इकाइयाँ भी प्रदान की गई हैं।

ब्यूरो विभिन्न हवाईअड्डों की सुरक्षा का निरीक्षण करता है, जिसका राज्य पुलिस/CISF/एयरलाइंस/भारतीय विमानपत्तन प्राधिकरण द्वारा ध्यान रखा जाता है। इसके पास अपना कोई सुरक्षाकर्मी नहीं है। यह घरेलू हवाई अड्डों पर सुरक्षा व्यवस्था और विदेशी हवाई अड्डों पर एयर इंडिया और इंडियन एयरलाइंस के सुरक्षा पहलुओं की निगरानी और निरीक्षण करता है। यह विमानन सुरक्षा के क्षेत्र में कर्मियों को प्रशिक्षित भी करता है। यह विमानन सुरक्षा से संबंधित उपकरणों का मूल्यांकन करता है। यह सुरक्षा प्रक्रियाओं के विकास और कार्यान्वयन के लिए विभिन्न प्राधिकरणों, अंतर्राष्ट्रीय निकायों और राज्य सरकारों के साथ समन्वय करता है। अंत में, यह ICAO के मैनुअल और अनुबंध 17 के आधार पर नागरिक उड्डयन सुरक्षा से संबंधित नीतियों के निर्माण के लिए जिम्मेदार है। ब्यूरो नागरिक उड्डयन सुरक्षा प्रणाली में सुधार के प्रस्ताव भी रखता है। यह ब्यूरो का एक सलाहकार कार्य है।

ब्यूरो ने हवाईअड्डों पर प्रवेश को विनियमित करके सख्त अभिगम नियंत्रण के लिए मानदंड निर्धारित किए हैं। प्रवेश एयरलाइनों के कर्मचारियों, AAI, सरकार, अधिकारियों और हवाई ऑपरेटरों द्वारा फोटो पहचान पत्र के माध्यम से किया जाता है। इसने उन लोगों के लिए एक बार प्रवेश परमिट की प्रणाली का कार्यान्वयन सुनिश्चित किया है जो हवाई अड्डे का दौरा करना चाहते हैं। इसने हवाई अड्डों के विभिन्न बिंदुओं पर टिकटों, सामान और व्यक्तियों की जांच के लिए मानदंड और विनियम विकसित किए हैं। टिट सुरक्षा के क्षेत्र में CISF, पुलिस और AAI कर्मचारियों के कर्मियों को प्रशिक्षण देती है। इसने विभिन्न राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय संगठनों में सुरक्षा

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

सेट-अप के साथ समन्वय किया है। ब्यूरो के अधिकारी निरीक्षण प्रक्रियाओं और औचक निरीक्षण के माध्यम से विभिन्न हवाई अड्डों पर सुरक्षा व्यवस्था की निगरानी करते हैं।

CISF को सभी मार्गों पर 37 हवाईअड्डों पर और यादच्छिक आधार पर भी चालू कर दिया गया है। राष्ट्रीय सुरक्षा गार्ड को स्काई मार्शल के रूप में भेजा जाता है। ब्यूरो ने सभी एयरलाइनों द्वारा सभी हवाई अड्डों पर सभी बिंदुओं पर लैडर प्वाइंट तलाशी की प्रणाली भी लागू की है। ब्यूरो की BDDS इकाई नियमित रूप से महानगरीय हवाई अड्डों की जांच करती है। 2001 के दौरान सुरक्षा प्रशिक्षण देने के लिए ब्यूरो द्वारा 53 प्रशिक्षण कार्यक्रम आयोजित किए गए। आकस्मिक योजना की समीक्षा के लिए नागरिक उड्डयन मंत्रालय द्वारा एक टास्क फोर्स का गठन किया गया है।

एक ट्रैवल एजेंट के लिए, यात्रा पूरी करने के लिए कई एयरलाइनों का उपयोग करना अक्सर आवश्यक होता है और चूंकि हर शहर में कोई भी एयरलाइंस सेवाएं नहीं देती है, इसलिए ट्रैवल एजेंट के लिए यह आवश्यक हो जाता है कि वह प्रमुख मार्ग संरचना को जाने और सामान्य भौगोलिक क्षेत्रों को याद रखे।

भारतीय विमानपत्तन प्राधिकरण (Airports authority of india)

AAI के नाम से विख्यात इस प्राधिकरण का गठन 1 अप्रैल, 1995 को हुआ था। यह भारतीय अंतरराष्ट्रीय विमानपत्तन प्राधिकरण और भारतीय राष्ट्रीय विमानपत्तन प्राधिकरण के विलय का परिणाम था। यह भारत के हवाई क्षेत्र में हवाई यातायात के प्रभावी नियंत्रण के लिए सुरक्षित और कुशल हवाई यातायात सेवाओं और वैमानिकी संचार सेवाओं के प्रावधान के लिए जिम्मेदार है। यह 124 हवाई अड्डों का प्रबंधन करता है, जिसमें 11 अंतरराष्ट्रीय हवाई अड्डे, 86 घरेलू हवाई अड्डे और रक्षा हवाई क्षेत्रों में 27 नागरिक उड्डयन एन्क्लेव शामिल हैं। यह भारतीय हवाई क्षेत्र का प्रबंधन भी करता है जो देश की क्षेत्रीय सीमाओं से परे है। यह ICAO द्वारा निर्धारित मानदंडों के अनुसार ऐसा करता है।

AI के प्रमुख कार्य (Major functions of the aai)

AAI के प्रमुख कार्यों में शामिल हैं:

- सभी हवाई अड्डों पर सुरक्षित और कुशल हवाई यातायात सेवाओं, संचार और नौसंचालन सहायता का प्रावधान;
- रनवे, टैक्सीवे, एप्रन और टर्मिनल भवनों की प्लानिंग, विकास, निर्माण और रखरखाव;
- वायु सुरक्षा सेवाओं का प्रावधान; तथा
- अन्य एजेंसियों के समन्वय से खोज और बचाव सुविधाओं की व्यवस्था।

इसके अलावा, यह AAI अधिनियम में वर्णित कार्यों को भी करता है।

इसके अलावा, प्राधिकरण का इलाहाबाद में एक नागरिक उड्डयन प्रशिक्षण महाविद्यालय है। यह हवाई यातायात नियंत्रण, रडार, संचार और इसी तरह के क्षेत्रों में उम्मीदवारों को प्रशिक्षण देता है। प्राधिकरण दिल्ली में राष्ट्रीय उड्डयन प्रबंधन और अनुसंधान संस्थान (NIAMAR) का प्रबंधन भी करता है। यह संस्थान विमानन प्रबंधन कार्यक्रम और पुनश्चर्या पाठ्यक्रम संचालित करता है। यह नारायणपुर (कोलकाता के पास) में एक अग्निशमन सेवा प्रशिक्षण स्कूल और नई दिल्ली में एक अग्निशमन प्रशिक्षण केंद्र का प्रबंधन भी करता है।

इंदिरा गांधी राष्ट्रीय उड़ान अकादमी (Indira gandhi rashtriya udan academy)

यह फुर्सतगंज (यूपी) में स्थित है। यह नागरिक उड्डयन मंत्रालय के तहत एक स्वायत्त निकाय है। यह उड़ान और जमीनी प्रशिक्षण में उच्च मानकों को हासिल करने के लिए पायलटों को प्रशिक्षित करता है। यह आधुनिक ट्रेनर विमान, फ्लाइट-सिमुलेटर, कंप्यूटर आधारित प्रशिक्षण प्रणाली (CBTs), ATC और रनवे एयर स्पेस से लैस है। इसमें उड़ान और जमीनी संचालन में प्रशिक्षण प्रदान करने के लिए विभिन्न ऑडियो-विजुअल प्रशिक्षण सहायता और सुविधाएं भी हैं। इसके प्रशिक्षक दुनिया में सर्वश्रेष्ठ में से एक हैं। त्रिनिदाद TB-20 (एकल इंजन वाला विमान) और King Air C-90A (ट्विन-इंजन टर्बो प्रॉप एक्जीक्यूटिव क्लास एयरक्राफ्ट) पर उड़ान प्रशिक्षण दिया जाता है। अकादमी प्रशिक्षुओं को वाणिज्यिक पायलट लाइसेंस (CPLs) प्रदान करने के लिए पाठ्यक्रम भी संचालित करती है। इन पाठ्यक्रमों में बहु-इंजन परिष्कृत विमान समर्थन और उपकरण रेटिंग भी शामिल है। 2003 तक, अकादमी ने भारतीय और विदेशी मूल के 376 फिक्स्ड विंग पायलटों और 20 रोटरी पायलटों को प्रशिक्षित किया था। सिमुलेटर पर 146 व्यक्तियों को पुनश्चर्या प्रशिक्षण दिया गया है। अकादमी ने मल्टी-इंजन एंडोर्समेंट पर 42 गैर-वाणिज्यिक पायलटों को भी प्रशिक्षित किया है। इसने भारत में पहली बार नागरिक उड्डयन में BSc डिग्री कोर्स भी शुरू किया है। CPL पाठ्यक्रम भी अकादमी की एक नियमित विशेषता है।

वायु निगम अधिनियम (Air corporation act)

1946 से पहले Tata Airlines भारत के कुछ शहरों के लिए उड़ानें संचालित कर रही थी। 29 जुलाई, 1946 को सरकार ने टाटा एयरलाइंस का अधिग्रहण किया और एयर इंडिया लिमिटेड का गठन किया। इसने टाटा एयरलाइंस के सभी विमान, इंजीनियरिंग सुविधाओं और उपकरणों को भी अपने कब्जे में ले लिया। 1948 में, सरकार द्वारा भारत और UK के बीच हवाई सेवा शुरू करने की स्वीकृति देने के बाद, एयर इंडिया इंटरनेशनल लिमिटेड का गठन किया गया था।

लेकिन सरकार नागरिक उड्डयन उद्योग का राष्ट्रीयकरण करने की इच्छुक थी। अतः मार्च, 1953 में इसने संसद में एक अधिनियम पारित किया। इसे एयर कॉर्पोरेशन एक्ट (1953) कहा गया। इसने 1953 में इंडियन एयरलाइंस बनाने के लिए अधिनियम के तहत 8 अनुसूचित एयरलाइनों का राष्ट्रीयकरण किया। इसके अलावा, एयर इंडिया को इस अधिनियम के तहत एक वैधानिक निगम के रूप में स्थापित किया गया था। 1 अगस्त, 1953 से सरकार द्वारा एयर इंडिया इंटरनेशनल लिमिटेड के संचालन और संपत्ति का अधिग्रहण कर लिया गया।

राज्य राजमार्गों और प्रमुख जिला सड़कों को कवर करने वाली द्वितीयक और फीडर सड़क प्रणाली; और (c) ग्रामीण सड़कें, जिनमें ग्रामीण सड़कें और अन्य जिला सड़कें शामिल हैं। केंद्रीय क्षेत्र सड़क कार्यक्रम (नौवीं योजना के दौरान) के लिए आवंटन 17,748.82 करोड़ रुपये था; इस राशि में से 4,815.70 करोड़ रुपये बाह्य सहायता प्राप्त परियोजनाओं के लिए निर्धारित किए गए थे। ये आंकड़े 1996 के स्तर पर लागत का उल्लेख करते हैं। 1998-99 में, भारतीय सड़कों की कुल लंबाई 30,15,229 किमी थी। केंद्रीय क्षेत्र सड़क कार्यक्रम (दसवीं योजना के दौरान) के लिए आवंटन 59,000 करोड़ रुपये है; इस राशि में से 24,000 करोड़ रुपये आंतरिक

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

और अतिरिक्त बजटीय संसाधनों से लिए जाने हैं। हमने दसवीं योजना के लिए अनुमानित मूल्य दिए हैं।

भारत 2003 के अनुसार, अंत में, 2003 में, भारत के कुल सड़क नेटवर्क ने 3.3 मिलियन किमी की लंबाई को कवर किया।

भारत की रेलवे परिवहन प्रणाली (Railway transportation system of India)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **रेलवे नेटवर्क के बारे में परिभाषित करें**
- **भारतीय रेलवे के विभिन्न वर्षों के बारे में बताएं**
- **भारत में रेल परिवहन की निर्माण इकाई के बारे में वर्णन करता है**
- **भारत की लग्जरी ट्रेनों पर प्रकाश डालें।**
- **रेलवे परिवहन नेटवर्क**

प्रत्येक पर्यटन उद्योग में रेलवे नेटवर्क बहुत महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। विमान और कोचों के विपरीत ट्रेनें तेज, कुशल और विशाल हैं। ये एक ट्रिप में बड़ी संख्या में लोगों को ले जा सकते हैं। इन्हें बड़ी संख्या में लोगों की मदद से प्रबंधित किया जा सकता है और यही कारण है कि दुनिया के रेलवे सिस्टम में रोजगार का स्तर ऊंचा है। ये दुनिया में कहीं भी असीमित मात्रा में माल और मेल (पार्सल सहित) ले जा सकते हैं। लेकिन शर्त सिर्फ इतनी है कि ऐसी जगहों को रेल की पटरियों के जरिए एक-दूसरे से जोड़ा जाए। भारत में इलेक्ट्रिक रेलवे सिस्टम के आगमन के साथ, इसके विभिन्न हिस्सों (दूरदराज के इलाकों) के माध्यम से यात्रा आरामदायक हो गई है। हमारे देश में सभी महत्वपूर्ण पर्यटन स्थलों पर (भूभाग की सीमाओं और हवाई अड्डों की कमी के कारण) विमान न तो उतर सकते हैं और न ही वहां से उड़ान भर सकते हैं। इसके अलावा, सरकार आंतरिक सुरक्षा और रक्षा से संबंधित कारणों से पर्यटक रुचि के सभी स्थानों पर एयरोड्रोम या हवाई पट्टी के निर्माण की अनुमति नहीं देती है। अत: ऐसे क्षेत्रों में भारतीय और विदेशी पर्यटकों को रेलगाड़ियों का प्रयोग करना चाहिए। ट्रेन के सफर के रोमांच को शब्दों में बयां नहीं किया जा सकता। भारत के अमीर परिवार भी ट्रेन से यात्रा करते हैं।

रेलगाड़ियों के सफर के रोमांस ने विदेशी पर्यटकों को भी अपनी ओर आकर्षित किया है। वे अक्सर पैलेस ऑन व्हील्स की सेवाओं का उपयोग कर रहे हैं। पूर्वी रेलवे (दार्जिलिंग), उत्तर रेलवे (कालका-शिमला) और द फेयरी क्वीन इनमें से किसी एक ट्रेन में सफर करने वालों ने भारतीय-रेलवे, कोचों के अटेंडेंट और अन्य स्टाफ की तारीफ की है गर्मजोशी और भारतीय आतिथ्य के ये गर्वित संदेशवाहक विभिन्न रेलवे स्टेशनों और पारगमन बिंदुओं पर आगंतुकों की पर्याप्त देखभाल करते हैं। द फेयरी क्वीन और पैलेस ऑन व्हील्स की सफलता से उत्साहित सरकार ने भारत के अन्य हिस्सों में इस प्रकार की ट्रेनों को शुरू करने की योजना बनाई है। आज रेल यात्रा को व्यथा, ग्लानि और समय की बर्बादी वाली गतिविधि नहीं माना जाता है। यह एक रोमांचकारी अनुभव है और विदेशी, विशेष रूप से पर्यटक, जब भी मौका मिलता है भारतीय रेलवे के आतिथ्य का आनंद लेते हैं।

रेलवे भारत के पर्यटन उद्योग की आवश्यक यूएसपी बन गया है। शायद, हमारी एयरलाइंस और जंबो एयरक्राफ्ट को विदेशियों का उतना समर्थन नहीं मिलता जितना द पैलेस ऑन व्हील्स को मिलता है। इस लग्जरी ट्रेन में सवार होने और राजस्थान घूमने के लिए अमेरिका से पर्यटक दूर-दूर तक आते हैं।

भारतीय रेल (Indian railways)

भारतीय रेलवे न केवल भारत का सबसे बड़ा राष्ट्रीय उपक्रम है, बल्कि एशिया का सबसे बड़ा रेलवे नेटवर्क भी है। इनमें दुनिया का चौथा सबसे बड़ा रेलवे नेटवर्क है। 16 अप्रैल, 2002 को भारतीय रेलवे ने अपनी लंबी यात्रा के 150 साल इतिहास के पन्नों में पूरे किए। भारत में पहली रेल यात्रा 16 अप्रैल, 1853 को हुई थी।

भारतीय रेलवे के पास 63,000 किमी रेलवे लाइनों का नेटवर्क है। एक जटिल और कुशलता से प्रबंधित रेलवे प्रणाली के तहत, 11,270 ट्रेनें चलती हैं और 1,25,00,000 यात्रियों को भारत के विभिन्न रेलवे स्टेशनों तक यात्रा करने में मदद करती हैं। इनमें 13,00,000 टन माल भी ढोया जाता है। आज, भारतीय रेलवे के पास 7,430 रेलवे इंजन और 2,75,000 यात्री और माल डिब्बे हैं। डेढ़ सदी की लंबी यात्रा के दौरान, भारतीय रेलवे ने भारत को कृषि, व्यापार, विभिन्न उद्योगों, परिवहन, बिजली उत्पादन, विनिर्माण और कई सेवाओं के क्षेत्र में अपनी ताकत विकसित करने में मदद की है। इसके अलावा, ये राष्ट्रीय सुरक्षा को बनाए रखने और उसकी सांस्कृतिक और भौगोलिक अखंडता को सुनिश्चित करने में भी प्रमुख भूमिका निभाते हैं। इसके अलावा, रेलवे परिवहन भारतीयों को आर्थिक रूप से पिछड़े क्षेत्रों में विकास के नए अवसर पैदा करने में मदद करता है। भारतीय रेलवे ने भारत के औद्योगिक और आर्थिक विकास को एक नया आयाम प्रदान किया है। भारत देश का यह PSU सचमुच हमारे देश की जीवन रेखा साबित हो रहा है !

स्वतंत्रता पूर्व युग (Pre-independence era)

भारत में रेल परिवहन की संभावनाओं का अध्ययन करने के लिए 1843 में एक प्रसिद्ध रेलवे इंजीनियर, जी.टी. क्लार्क को बुलाया गया था। 1850 में, जब लॉर्ड डलहौजी भारत के वायसराय थे, तब रेलवे लाइनों का निर्माण कार्य शुरू किया गया था। इंग्लैंड में स्थापित ईस्ट इंडियन रेलवे कंपनी (EIR) और ग्रेट इंडियन पेनिनसुलर रेलवे कंपनी (GIP) ने रेलवे ट्रैक का प्रारंभिक निर्माण शुरू किया था। नतीजतन, पहली रेलवे ट्रेन 16 अप्रैल, 1853 को दोपहर 3:30 बजे चलाई गई थी। इस पहली ट्रेन का समय 75 मिनट था। इसे बोरीबंदर और थाणे के बीच चलाया गया था। इसने बायकुला और सायन स्टेशनों को भी छुआ था; ये दोनों आजकल मुंबई का हिस्सा हैं। इसके द्वारा तय की गई कुल दूरी 34 किमी थी। विस्मय और अविश्वसनीयता के साथ इसका स्वागत किया गया। किसी ने कभी नहीं सोचा था कि "लोहे से बना एक विशालकाय कोयला (coke) खाएगा और भाप उगलेगा, स्टील

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

की पटरियों पर अपना रास्ता बनाने की कोशिश करेगा, जिस पर उसे बड़ी मुश्किल से डाला गया था।"

अंग्रेजों को भरोसा था कि इस देश को एक विशाल रेलवे नेटवर्क दिया जा सकता है। हालाँकि, उनके दिमाग में व्यावसायिक हित थे जब उन्होंने भारत में रेलवे पटरियों का निर्माण शुरू किया था। वे कच्चे माल और ट्रेनों द्वारा उपयोग की जाने वाली अन्य वस्तुओं को भारत के प्रमुख बंदरगाहों पर लाना चाहते थे। बदले में, वे चाहते थे कि ये रेलगाड़ियाँ तैयार उत्पादों (ग्रेट ब्रिटेन में बने) को विशाल भारतीय प्रायद्वीप के दूरस्थ कोनों तक ले जाएँ।

शुरुआत में ट्रेनों में शौचालय नहीं थे। 1891 में प्रथम श्रेणी के बोगियों में शौचालय की सुविधा प्रदान की गई थी। 1909 में ये सुविधाएं द्वितीय श्रेणी के बोगियों में भी प्रदान की जाती थीं। 3 फरवरी, 1925 को, भारत की पहली इलेक्ट्रॉनिक ट्रेन ने बॉम्बे VT (अब, मुंबई CST) से कुर्ला तक अपनी यात्रा पूरी की। लाहौर के रेलवे स्टेशन पर अब तक का पहला प्लेटफॉर्म टिकट (भारत में) जारी किया गया था। भारत के पहाड़ों में रेलवे ट्रैक बनाने के लिए अंग्रेजों को बधाई दी जानी चाहिए। इनमें से पहली कालका-शिमला रेलवे लाइन थी, जिसकी कुल लंबाई 220 किलोमीटर है। यह मीटर-गेज ट्रैक अभी भी चालू है और प्रसिद्ध कालका-शिमला ट्रेन इस पर चलती है। यह शिमला के रास्ते में 90 सुरंगों से भी गुजरती है। उल्लेख के लायक अन्य रेल मार्ग दार्जिलिंग रेलवे ट्रैक है, जो उत्तर-पूर्व सीमांत रेलवे (NFR) के परिचालन अधिकार क्षेत्र में आता है। एनएफआर दार्जिलिंग हिमालयन रेलवे के संचालन के लिए जिम्मेदार है। यह इस मिनी ट्रेन को न्यू जलपाईगुड़ी से दार्जिलिंग तक संचालित करता है। ट्रेन की धीमी गति के कारण यात्रा में 6.5 घंटे लगते हैं। ब्रिटिश काल के दौरान, मीटर-गेज और नैरो-गेज रेलवे ट्रैक अधिक लोकप्रिय थे। हालाँकि, अंग्रेजों ने लाहौर, अमृतसर, पटना, बॉम्बे, कानपुर, कलकत्ता, लखनऊ, जयपुर आदि जैसे प्रमुख शहरों को जोड़ने के लिए ब्रॉड-गेज ट्रैक का भी निर्माण किया।

भारतीयों और अंग्रेजों द्वारा रेलवे का बड़े पैमाने पर उपयोग किया जाता था। क्रांतिकारियों ने भी इनका उपयोग अपने सिरों को प्राप्त करने के लिए किया। काकोरी ट्रेन डकैती कांड भुलाया नहीं जा सकता; इस मामले में क्रांतिकारियों ने सरकार की तिजोरी (खजाना) लूट ली थी। गांधी जी ने भी स्वतंत्रता संग्राम के दौरान अक्सर ट्रेनों का इस्तेमाल किया था। एक बार उन्होंने अपनी दूसरी चप्पल चलती ट्रेन की खिड़की से यह कहकर फेंक दी थी कि पहली वाली भी ट्रेन से गिर गई है। उन्होंने कहा, "इन चप्पलों का इस्तेमाल कोई और इस तरह करेगा।"

भारत में बीसवीं सदी की शुरुआत रेलवे के लिए वरदान साबित हुई। इस चरण में, उनके विकास की देखभाल के लिए एक रेलवे बोर्ड की स्थापना (1905 में) की गई थी। 1925 में, भारत सरकार ने पहली रेलवे कंपनी का अधिग्रहण किया। उस वर्ष के बाद, अन्य कंपनियों को भी सरकार द्वारा अधिग्रहित कर लिया गया।

1921 में, अरवर्थ समिति (Arworth Samiti) के रेफरल के आधार पर, 1924-25 के बाद से रेल बजट को केंद्रीय बजट से अलग कर दिया गया था। 1925 में, बॉम्बे (विक्टोरिया टर्मिनस) और कुर्ला के बीच पहली बार इलेक्ट्रो मोटिव यूनिट (EMU) शुरू की गई थी। 1944 तक, सभी निजी कंपनियों को (ब्रिटिश) सरकार के स्वामित्व में लाया गया था।

स्वतंत्रता से पहले, भारत की कुल ट्रैक लंबाई 65,500 किमी थी। उस समय सभी ट्रेनें भाप के इंजन से चलती थीं।

स्वतंत्रता के बाद का युग (Post-independence era)

15 अगस्त, 1947 को भारत एक स्वतंत्र राज्य बना। देश के बंटवारे के कारण भारत में केवल 54,400 किलोमीटर रेलवे लाइन बची थी; बाकी को पाकिस्तान स्थानांतरित कर दिया गया। भारत ने लाहौर और रावलपिंडी के सबसे महत्वपूर्ण रेलवे स्टेशनों को भी खो दिया; 1947 से पहले, ये रेलवे ट्रैक के माध्यम से देश के बाकी हिस्सों से जुड़े होने के कारण उत्तर-पश्चिमी भारत के वाणिज्यिक केंद्र थे। 4 अप्रैल, 1951 को चेन्नई में मुख्यालय के साथ दक्षिणी रेलवे की स्थापना की गई थी। 4 अप्रैल, 1952 को उत्तर रेलवे की स्थापना नई दिल्ली में मुख्यालय के साथ की गई थी। ये प्रणालियाँ भारत में स्थापित होने वाली पहली प्रणालियाँ थीं, इनमें से प्रत्येक में ब्रॉड-गेज रेलवे पटरियों की स्थापना पर जोर दिया गया था। ट्रेनें कोक से चलने वाले भाप इंजनों का उपयोग कर रही थीं; ब्रिटिश राज के दौरान भी इनका इस्तेमाल किया जा रहा था। इलेक्ट्रिक ट्रेनें देश के पश्चिमी हिस्सों में आम थीं, खासकर बंबई में। सरकार ने रेलवे को अपने नियंत्रण में ले लिया और उन्हें भारत के आर्थिक विकास इंजन का एक घटक बना दिया। स्वतंत्रता के पश्चात् रेल परिवहन व्यवस्था का तीव्र गति से विकास हुआ।

आखिरकार, उत्तर रेलवे भारतीय रेलवे की सबसे बड़ी प्रणाली बन गई; यह अभी भी सभी क्षेत्रों में सबसे बड़ा है, जैसा कि टेबल 1 द्वारा दर्शाया गया है। तीन रेलवे स्टेशनों को तीनों प्रकार के गेज- नैरो, मीटर और ब्रॉड होने का गौरव प्राप्त है। राष्ट्रीय रेल संग्रहालय 1 फरवरी, 1977 को दिल्ली के चाणक्यपुरी में खोला गया था। यह 10 एकड़ के क्षेत्र में फैला हुआ है। यह राजधानी का प्रमुख पर्यटक आकर्षण है।

सरकार पर्यटकों, विशेषकर विदेशी पर्यटकों की विशिष्ट आवश्यकताओं से अवगत थी। लेकिन साधारण ट्रेनों के द्वितीय श्रेणी के डिब्बे ऐसे पर्यटकों को भारत में अच्छे जीवन का स्वाद नहीं दे पाते थे। इसलिए सरकार ने नई लग्जरी ट्रेनें शुरू करने का फैसला किया। 1 मार्च, 1969 को राजधानी एक्सप्रेस पहली बार निकली। यह नई दिल्ली और हावड़ा (पश्चिम बंगाल) के बीच चलती थी। टेबल 2 भारत में वर्तमान में चलने वाली सभी राजधानी एक्सप्रेस ट्रेनों का विवरण देती है।

प्रसिद्ध शताब्दी एक्सप्रेस ने 1989 से अपना परिचालन शुरू किया। इसे हमारे देश के पहले प्रधान मंत्री पंडित जे.एल. नेहरू की एक सौवीं जयंती मनाने के लिए शुरू किया गया था। वर्तमान में, शताब्दी एक्सप्रेस (नई दिल्ली से भोपाल) 140 किमी प्रति घंटे की गति के साथ भारत की सबसे तेज ट्रेन है। टेबल 3 में देश में चलने वाली सभी शताब्दी ट्रेनों का विवरण दिया गया है।

Sub voce: पर्यटकों को सलाह दी जाती है कि वे पूरे भारत में यात्रा करने के लिए शताब्दी एक्सप्रेस या राजधानी एक्सप्रेस ट्रेनों में सवार हों। ये ट्रेनें यात्रा की गति, उत्कृष्ट भोजन और समग्र कुशल परिचालन दक्षता प्रदान करती हैं।

पिछली सदी के अस्सी के दशक के अंत में उत्तर रेलवे ने अपने सिग्नलों का विद्तीकरण किया था। बड़ी बहुराष्ट्रीय कंपनियों ने इस विशाल परिवर्तन

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

टेबल 2 - राजधानी एक्सप्रेस ट्रेनें			
क्र.सं.	ट्रेन का नंबर	स्टेशन से	स्टेशन के लिए
1	2421/2422	नई दिल्ली	भुवनेश्वर
2	2441/2442	नई दिल्ली	बिलासपुर (साप्ताहिक)
3	2439/2440	नई दिल्ली	हटिया (साप्ताहिक)
4	2423/2424	नई दिल्ली	गुवाहाटी/डिब्रूगढ़ लिंक (सप्ताह में तीन बार)
5	2423 A/2424 A	नई दिल्ली	गुवाहाटी/डिब्रूगढ़ लिंक (साप्ताहिक)
6	2435/2436	नई दिल्ली	डिब्रूगढ़ (सप्ताह में दो बार)
7	2435 A/2424 A	नई दिल्ली	गुवाहाटी/डिब्रूगढ़ लिंक (साप्ताहिक
8	2305/2306	नई दिल्ली	हावड़ा (वाया पटना, (द्वि-साप्ताहिक)
9	2301/2302	नई दिल्ली	हावड़ा (गया के माध्यम से, (सप्ताह में 5 दिन)
10	2313/2314	नई दिल्ली	सियालदह (सप्ताह में चार दिन)
11	2309/2310	नई दिल्ली	पटना (सप्ताह में दो बार)
12	2425/2426	नई दिल्ली	जम्मू (साप्ताहिक)
13	2951/2952	नई दिल्ली	मुंबई सेंट्रल
14	2429/2430	निजामुद्दीन	बैंगलोर (सप्ताह में चार दिन)
15	2431/2432	निजामुद्दीन	तिरुवनंतपुरम (द्वि-साप्ताहिक)
16	2433/2434	निजामुद्दीन	चेन्नई (द्वि-साप्ताहिक)
17	2437/2438	निजामुद्दीन	सिकंदराबाद
18	2953/2954	निजामुद्दीन	मुंबई सेंट्रल (अगस्त क्रांति)
19	2957/2958	निजामुद्दीन	अहमदाबाद (त्रि-साप्ताहिक)

टेबल 3 - शताब्दी एक्सप्रेस ट्रेनें (Shatabdi ExpressTrains)			
क्र.सं.	ट्रेन का नंबर	स्टेशन से	स्टेशन के लिए
1	2001/2002	नई दिल्ली	भोपाल
2	2003/2004	नई दिल्ली	लखनऊ
3	2005/2006	नई दिल्ली	कालका
4	2011/2012	नई दिल्ली	कालका
5	2013/2014	नई दिल्ली	अमृतसर

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

6	2015/2016	नई दिल्ली	अजमेर (सप्ताह में 6 दिन)
7	2017/2018	नई दिल्ली	देहरादून
8	2031/2032	नई दिल्ली	अमृतसर (साप्ताहिक सोमवार को)
9	2029/2030	नई दिल्ली	अमृतसर (सप्ताह में 6 दिन)
10	2019/2020	हावड़ा	रांची (सप्ताह में 6 दिन)
11	2019/2020	हावड़ा	राउरकेला (सप्ताह में 6 दिन)
12	2023/2024	हावड़ा	पटना (सप्ताह में 6 दिन)
13	2027/2028	मुंबई	पुणे
14	2009/2010	मुंबई	अहमदाबाद (सप्ताह में 6 दिन)
15	2033/2034	नई दिल्ली	बरेली (सप्ताह में 6 दिन)
16	2033/2034	चेन्नई	मैसूर (सप्ताह में 6 दिन)

में बढ़कर 32 करोड़ टन हो गया और 1998-99 में 42.09 करोड़ टन हो गया। 1950-51 में, कुल माल ढुलाई 9.3 करोड़ टन थी। 1998-99 में यह बढ़कर 44.11 करोड़ टन हो गया। 2001-02 के दौरान लगभग 48.9 करोड़ टन राजस्व उत्पन्न करने वाले माल की ढुलाई की गई। 2002-03 के दौरान, 51 करोड़ टन राजस्व पैदा करने वाले सामानों को ढोने का लक्ष्य निर्धारित किया गया था। सरकार द्वारा यात्री यातायात में 4 प्रतिशत की वृद्धि की संभावना पर विचार किया गया है।

नवीनतम डेटा (Latest data)

31 मार्च, 2001 तक, भारतीय रेलवे में 6,853 रेलवे स्टेशन, 63,028 किमी लंबी रूट, 7,566 लोकोमोटिव, 37,840 यात्री वाहन सेवाएं, 4,730 अन्य कोचिंग सेवाएं और 2,22,147 वैगन थे। 31 मार्च, 2001 तक भारतीय रेलवे के पास 54 स्टीम इंजन, 4,702 डीजल इंजन और 2,810 इलेक्ट्रिक इंजन थे। 1951 में, केवल 1,284 मिलियन रेल यात्री थे

भारत 2000-01 में यह संख्या बढ़कर 4,833 मिलियन हो गई। यात्री किलोमीटर 1950-51 में 66.52 बिलियन से बढ़कर 2000-01 में 457 बिलियन हो गया। 2000-01 के दौरान, 99 नई ट्रेनें शुरू की गईं/88 मौजूदा ट्रेनों के मार्ग बढ़ाए गए और गैर-उपनगरीय क्षेत्र में 14 ट्रेनों के फेरे बढ़ाए गए। उसी वर्ष, 15 DMU/डीजल चालित पुश पुल ट्रेनें और 22 मेन लाइन DMU सेवाएं भी शुरू की गईं।

1950-51 में राजस्व माल ढुलाई 73.2 मिलियन टन थी। 2000-01 में यह बढ़कर 473.5 मिलियन टन हो गया। 1950-51 में शुद्ध टन किलोमीटर 38 अरब थे। 2000-01 में ये बढ़कर 312.4 बिलियन हो गए।

2001-02 के दौरान 150 किलोमीटर के ट्रैक की लंबाई को दोगुना किया गया था। वित्तीय वर्ष 2002-03 के लिए 250 किमी रेलवे ट्रैक को दोगुना करने का लक्ष्य रखा गया था। यह लक्ष्य हासिल किया जाएगा। आठवीं पंचवर्षीय योजना की योजना अवधि के दौरान, कई नई तकनीकों को लागू किया गया। ये थे: (a) ऊर्जा बचाने के लिए आमान परिवर्तन; (b) रेल यातायात में बाधाओं का उन्मूलन; (c) कम्प्यूटरीकृत प्रणालियों के माध्यम से रेलवे का प्रबंधन; (d) केंद्रीकृत यातायात नियंत्रण प्रणाली का को प्रभावित करने के लिए अपने उपकरण, विशेषज्ञता और प्रौद्योगिकियां प्रदान की थीं। इसी तरह, पश्चिम रेलवे ने भी अस्सी के दशक के मध्य में अपने साधारण विद्त संकेत उपकरणों को इलेक्ट्रॉनिक में परिवर्तित कर दिया था। **Sub voce:** पर्यटकों को सलाह दी जाती है कि वे पूरे भारत में यात्रा करने के लिए शताब्दी एक्सप्रेस या राजधानी एक्सप्रेस ट्रेनों में सवार हों। ये ट्रेनें यात्रा की गति, उत्कृष्ट भोजन और समग्र कुशल परिचालन दक्षता प्रदान करती हैं।

आजादी के पिछले इकतालीस वर्षों के दौरान, रेलवे परिवहन तीव्र गति से बढ़ा है। इस सेवा ने भी नए कीर्तिमान स्थापित किए हैं। आज हमारे देश में रेलवे भारत के हर आर्थिक और सामाजिक क्षेत्र में अपना योगदान दे रहा है। इसके अलावा, पुरानी तकनीक के भाप इंजनों को भी नई पीढ़ी के डीजल और बिजली के इंजनों (यात्री और माल परिवहन के लिए) से बदल दिया गया है। पर्यटकों के लिए ट्राली-प्रकार के तृतीय श्रेणी के खुले डिब्बों को बेमानी बना दिया गया है; इस महत्वपूर्ण निर्णय को लेने का श्रेय भारतीय रेल को जाता है। आज हमारी ट्रेनों में Second Class,Three Tier AG, Two Tier AC, AC Chair Car और Sleeper Class है। जैसा कि पहले ही कहा जा चुका है, हम पर्यटकों के लिए पैलेस ऑन व्हील्स, रॉयल ओरिएंट और फेयरी क्वीन जैसी ट्रेनें भी चला रहे हैं।

नई संशोधित मालगाड़ियों को भारतीय रेलवे द्वारा जल्द ही लॉन्च किया जाएगा। ये 100 किमी प्रति घंटे की रफ्तार से दौड़ेंगी। ये निश्चित रूप से माल ढुलाई के क्षेत्र में एक तरह की क्रांति लाएंगे। कोंकण रेलवे परियोजना द्वारा एक Anti-collision Device(ACD) विकसित किया गया है। इन उपकरणों का उपयोग न केवल रेलवे या उनके सभी परिचालनों में अधिक सुरक्षा सुनिश्चित करेगा, बल्कि यह तेज और कुशल रेल परिवहन की व्यवस्था भी तैयार करेगा।

भारत की पंचवर्षीय योजनाओं में रेलवे के बुनियादी ढांचे के विकास पर पूरा ध्यान दिया गया। ध्यान दें कि रेलवे और उसके नेटवर्क देश के मुख्य बुनियादी ढांचे का एक हिस्सा हैं। रेलवे ट्रैक पर यात्रियों की संख्या और माल ढुलाई के भार में वृद्धि हुई है। 1950-51 में, भारतीय रेलवे ने 7.3 करोड़ टन राजस्व पैदा करने वाले सामानों को ढोया था। यह आंकड़ा 1992-93

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

कार्यान्वयन; (e) स्वचालित और बहुआयामी रंग प्रकाश संकेत, और (f) कई अन्य तकनीकी सुधारों के लिए विशेष ध्यान। नौवीं पंचवर्षीय योजना की योजना अवधि के दौरान, भाप के इंजनों को बेमानी बना दिया गया था। 5,000 किलोमीटर की नैरो-गेज और मीटर-गेज रेलवे लाइनों को बड़ी लाइनों में बदलने का लक्ष्य निर्धारित किया गया था। 23,000 किलोमीटर लंबी रेल लाइनों का विद्तीकरण भी इस महत्वाकांक्षी लक्ष्य का एक हिस्सा था। उस समय श्री नीतीश कुमार केंद्रीय रेल मंत्री थे।

दसवीं योजना और रेलवे (Tenth plan and railways)

दसवीं पंचवर्षीय योजना के दौरान, पुरानी लाइनों को नई लाइनों में बदलने, नए पुलों के निर्माण और रेलवे संचलन प्रणाली में कई उपकरणों को शामिल करने पर विशेष जोर दिया गया, जिससे दुर्घटनाओं, दुर्घटनाओं और ट्रेनों के आगमन/प्रस्थान में देरी को रोका जा सके। खन्ना समिति की एक रिपोर्ट (जिसे फरवरी, 2001 में जारी किया गया था) के अनुसार 17,000 करोड़ रुपये का रेलवे सुरक्षा रिजर्व स्थापित किया गया है। इससे यात्रियों की सुरक्षा और संरक्षा में सुधार होगा। दसवीं पंचवर्षीय योजना के दौरान 5,000 किलोमीटर नई रेल लाइन बिछाने का लक्ष्य है। भारत में रेल क्रांति की 150वीं वर्षगांठ मनाने के लिए रेल मंत्रालय ने वर्ष 2002-03 को यात्री सुविधा वर्ष घोषित किया था। उस वर्ष के दौरान, नई इंटरसिटी ट्रेन सेवाएं, अर्थात् शताब्दी, पायलट प्रोजेक्ट के लिए कंप्यूटर आधारित अनारक्षित टिकट प्रणाली, 7 नई यात्री ट्रेनें और 25 और एक्सप्रेस ट्रेनें शुरू की गईं। रेल नीर नामक भारतीय रेलवे द्वारा निर्मित एक उत्पाद को देश के रेलवे प्लेटफार्मों पर भी पेश किया गया था। पूरे देश में इतने ही रेलवे स्टेशनों पर 50 फूड प्लाजा भी स्थापित किए गए।

वित्तीय वर्ष 2002-03 के लिए, रेलवे के लिए 10,120 करोड़ रुपये का वार्षिक योजना परिव्यय निर्धारित किया गया था। रेलवे के सभी प्रमुख स्टेशनों पर सुरक्षा बढ़ाने के लिए सरकार ने रेलवे सुरक्षा रिजर्व से 2,210 करोड़ रुपये की अतिरिक्त राशि प्रदान की। परिणामस्वरूप, वर्ष 2002-03 की वार्षिक योजना का कुल व्यय 12,330 करोड़ रुपये था। यह व्यय वर्ष 2001-02 के व्यय से 1473 करोड़ रुपये अधिक था।

भारत के रेलवे क्षेत्र (Railway zones of india)

प्रशासन, बजट और रेलवे यातायात की दक्षता में अच्छे मानकों को बनाए रखने के लिए रेलवे को 16 जोन में विभाजित किया गया है। टेबल 4 इन सभी क्षेत्रों का संक्षेप में विवरण देती है। नए जोन के लिए डेटा नियत समय में प्राप्त किया जाएगा। ये नए क्षेत्र 1 अक्टूबर, 2002 को घोषित किए गए थे।

निर्माण और रखरखाव की तकनीक (Technology of manufacture and maintenance)

आज हमारा देश 4,000 HP रेटिंग के डीजल इंजन और 6,000 HP रेटिंग के बिजली से चलने वाले इंजन बनाने में सक्षम है। हमारी रेलवे की इस विशेषता ने भारत को विश्व के कार्यकारी राष्ट्रों के समूह का अंग बना दिया है। रेलवे इंजन का निर्माण होता है:

- चित्तरंजन लोकोमोटिव वर्क्स (चित्तरंजन, पश्चिम बंगाल);
- डीजल लोकोमोटिव वर्क्स (वाराणसी, यूपी); तथा
- BHEL फैक्टरी (मध्य प्रदेश भोपाल)।

पटियाला (पंजाब) में स्थित डीजल कंपोनेंट वर्क्स में डीजल इंजन और अन्य उपकरणों के स्पेयर पार्ट्स का निर्माण और मरम्मत की जाती है। अधिकांश रेलवे कोच इंटीग्रल कोच फैक्ट्री (पेरंबूर और चेन्नई, दोनों तमिलनाडु में) में निर्मित होते हैं। इंटीग्रल कोच फैक्ट्री ने 2000-01 में 1,000 कोचों का निर्माण किया। रेलवे कोच रेल कोच फैक्ट्री (कपूरथला, पंजाब) में भी बनाए जाते हैं। कपूरथला का कारखाना भारतीय रेलवे के विशाल बुनियादी ढांचे के लिए नवीनतम जोड़ था और पंजाबियों की पुरानी मांग को पूरा करने के लिए पंजाब में स्थापित किया गया था ताकि उस राज्य में केंद्रीय स्वामित्व वाली फैक्ट्री स्थापित की जा सके। इसने 2000-01 में 1,190 कोचों का उत्पादन किया।

हमारे देश में, सार्वजनिक क्षेत्र के उद्यमों की दो इकाइयाँ (कोलकाता की जैसप्स) और बैंगलोर की भारत अर्थ मूवर्स) भी रेलवे कोच और इलेक्ट्रिक रेलवे इंजन (जिसे EMU के रूप में जाना जाता है) का निर्माण करती हैं। रेलगाड़ियों के पहिए और धुरी के निर्माण के लिए बंगलौर में एक कारखाना स्थापित किया गया है ताकि मात्रा और मूल्य के मामले में इन महत्वपूर्ण घटकों के आयात को कम किया जा सके।

वर्तमान में, 5 सार्वजनिक क्षेत्र की इकाइयाँ (संघ) रेल मंत्रालय के अधीन काम कर रही हैं। ये हैं- रेल इंडिया टेक्निकल एंड इकोनॉमिक सर्विसेज लिमिटेड (RITES), इंडियन रेलवे कंस्ट्रक्शन कंपनी लिमिटेड (IRCC), इंडियन रेलवे फाइनेंस कॉर्पोरेशन लिमिटेड (IRFC), कंटेनर कॉरपोरेशन ऑफ इंडिया लिमिटेड(CCIL) और कोंकण रेलवे कॉर्पोरेशन लिमिटेड (KRCL) रेलवे सिस्टम में कंप्यूटर के उपयोग से संबंधित विभिन्न परियोजनाओं की देखभाल के लिए रेलवे सूचना प्रौद्योगिकी केंद्र (RITC) को एक पंजीकृत संगठन के रूप में स्थापित किया गया है। लखनऊ में स्थापित, Research Design and Standards Organisation (RDSO) भारतीय रेलवे का एक प्रतिष्ठित अनुसंधान और विकास घटक है। जनता और रेलवे प्रशासन के बीच सहयोग को प्रभावित करने के लिए क्षेत्रीय रेलवे उपभोक्ता सलाह समिति और मंडल रेल उपभोक्ता सलाहकार समिति की स्थापना की गई है। हाल ही में रेलवे बोर्ड ने ट्रेनों की सुरक्षा को ध्यान में रखते हुए मल्टी-इंडिकेशन कलर सिग्नल, रूट रिले सिस्टम और सॉलिड-स्टेट सिग्नलिंग सिस्टम का इस्तेमाल शुरू किया है। रेलवे सूचना प्रणाली केंद्र (CRIS) रेलवे की कम्प्यूटरीकरण परियोजनाओं की देखरेख करता है। हाल ही में इंडियन रेलवे कैटरिंग एंड टूरिज्म कॉरपोरेशन (IRCTC) और रेलटेल कॉरपोरेशन ऑफ इंडिया लिमिटेड (Rail Tel) का भी गठन किया गया है।

पहले रेलवे संचार की आवश्यकताओं का ध्यान दूरसंचार विभाग द्वारा रखा जाता था। लेकिन पिछले कुछ वर्षों में, रेलवे ने अपने दूरसंचार सर्किटों को सक्रिय और संचालित करने के लिए अपने स्वयं के संचार नेटवर्क स्थापित किए हैं। एक कुशल और उपयोगकर्ता के अनुकूल तरीके से अपने संचार व्यवस्था को संचालित करने के लिए रेलवे द्वारा एक डिजिटल माइक्रोवेव प्रणाली और एक ऑप्टिकल फाइबर संचार प्रणाली का उपयोग किया जा

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

टेबल 4 - भारत के रेलवे जोन (Railway Zones of India)					
क्र.सं.	क्षेत्र	मुख्यालय	राज्य के मुख्यालय	सृष्टि की तारीख	रास्ता लंबाई (किमी)
1	केंद्रीय	मुंबई (CST)	महाराष्ट्र	5-11-1951	7,076
2	पूर्व का	कोलकाता	पश्चिम बंगाल	1-08-1955	4,303
3	दक्षिण	चेन्नई	तमिलनाडु	14-04-1951	7,009
4	पश्चिमी	मुंबई (चर्च गेट)	महाराष्ट्र	5-11-1952	9,735
5	दक्षिण-पूर्व	कोलकाता	पश्चिम बंगाल	01-08-1955	7,161
6	उत्तर-पूर्वी	गोरखपुर	उतार प्रदेश।	14-04-1955	5,131
7	दक्षिण केन्द्रीय	सिकंदराबाद	आंध्र प्रदेश	02-10-1966	7,218
8	उत्तरी	नई दिल्ली	दिल्ली	04-04-1952	10,995
9	उत्तर-पूर्व (गुवाहाटी)	सीमांत मालीगांव	असम	15-01-1958	3,858
10	पूर्व-मध्य	हाजीपुर	बिहार	01-10-2002	डेटा प्रतीक्षित
11	उत्तर मध्य	इलाहाबाद	उतार प्रदेश।	01-10-2002	डेटा प्रतीक्षित
12	पश्चिम-केंद्रीय	जबलपुर	मध्य प्रदेश	01-10-2002	डेटा प्रतीक्षित
13	दक्षिण पूर्व मध्य	बिलासपुर	छत्तीसगढ	01-10-2002	डेटा प्रतीक्षित
14	दक्षिण पश्चिमी	हुबली	कर्नाटक	01-10-2002	डेटा प्रतीक्षित
15	पूर्वी तट	भुवनेश्वर	ओडिशा	01-10-2002	डेटा प्रतीक्षित
16	उत्तर-पश्चिमी	जयपुर	राजस्थान	01-10-2002	डेटा प्रतीक्षित

टेबल 5 - रेलवे लाइनों की लंबाई (31 मार्च, 2001 को)					
क्र.सं	रेलवे लाइन	लाइन की चौड़ाई (मीटर)	मार्ग की लंबाई (किमी)	रनिंगलंबाई (किमी)	कुल ट्रैक
	ब्रॉड गेज	1.676	44.776	63,199	86,526
	मीटर गेज	1.000	14,987	15,361	18,529
	छोटी लाइन	0.762 & 0.610 कुल	3,265 63,028	3,305 81,865	3,651 1,08,706
Sub voce: रूट किमी का लगभग 23 प्रतिशत, रनिंग ट्रैक किमी का 34 प्रतिशत और कुल ट्रैक किमी का 34 प्रतिशत विद्तीकरण किया जा चुका है।					

रहा है। अगस्त, 2000 में उत्तर रेलवे ने गिनीज बुक ऑफ वर्ल्ड रिकॉर्ड में अपना नाम दर्ज कराया। यह सम्मान नई दिल्ली रेलवे स्टेशन को 11,000 relays की प्रतिष्ठित क्षमता के मुकाबले 11,220 relays की क्षमता हासिल करने और इस प्रकार दुनिया की सबसे बड़ी relays इंटरलॉकिंग प्रणाली स्थापित करने के लिए प्रदान किया गया।

भारत में, रेलवे लाइनों की कुल लंबाई में 56 प्रतिशत ब्रॉड गेज, 37 प्रतिशत मीटर गेज और 7 प्रतिशत नैरो गेज लाइनें शामिल हैं। टेबल 5 देखें।

पुराने भाप के इंजन और रेलवे पर्यटन (Vintage steam engines and railway tourism)

नब्बे का दशक आते-आते रेलवे के सभी भाप इंजन कबाड़खानों में फेंक दिए गए थे। हालाँकि, पर्यटक इन पुरानी मशीनों की मदद से अतीत को फिर से जीने के इच्छुक थे। सरकार ने रेलवे पर्यटन के क्षेत्र में रोमांच का एक तत्व जोड़ने के लिए पुराने समय के कुछ भाप इंजनों को पुनर्जीवित करने का निर्णय लिया। विचार अतीत के उदासीन क्षणों को वापस लाने का

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

था। भारत में विंटेज युग के कुल 165 भाप इंजन हैं। इनमें से 40 इंजनों का उपयोग रेल पर्यटन के क्षेत्र में किया जा रहा है। अन्य 125 भाप इंजन अप्रयुक्त पड़े हैं; इन्हें निकट भविष्य में उपयोग में लाया जा सकता है। इनकी गति कम होने के कारण ही इनका उपयोग रेलवे पर्यटन के लिए किया जाएगा। भारत के सबसे पुराने भाप इंजन की आयु 115 वर्ष है। भाप के इंजनों का प्रयोग करने वाले रेलमार्गों के प्रमुख मार्ग इस प्रकार हैं:-

द फेयरी क्वीन (दिल्ली छावनी-सरिस्का-अलवर-दिल्ली छावनी)।

पैलेस ऑन व्हील्स।

दार्जिलिंग हिमालयन रेलवे।

कनूर (ऊटी के रास्ते में)।

समस्याएं और चुनौतियां (Problems and challenges)

यद्यपि भारतीय रेलवे का विशाल नेटवर्क एशिया में सबसे बड़ा रेलवे नेटवर्क है, फिर भी यह संगठनात्मक समस्याओं से भरा है। भारत के बड़े जनसंख्या स्तर और उसके विशाल भौगोलिकक्षेत्र को ध्यान में रखते हुए, कई विकास योजनाओं को क्रियान्वित नहीं किया जा सका। देश के कई हिस्सों में रेल की पटरियां नहीं बिछाई जा सकीं। हालांकि अन्य देशों ने ट्रैक के मोर्चे पर बहुत अच्छा प्रदर्शन किया। देश की जनसंख्या में बेतहाशा वृद्धि हो रही है। इसने कुशल रेलवे नेटवर्क के साथ भूमि के लगभग सभी हिस्सों को कवर करने की आवश्यकता को पूरा किया है। 2002 में रेलवे को 16 क्षेत्रों में विभाजित किया गया था ताकि क्षेत्र (इन क्षेत्रों द्वारा पूरा किया जा रहा है) यात्रियों को कुशल रेलवे सेवाएं दे सकें। इस संदर्भ में टेबल 2 देखें।

लेकिन भारतीय जनता हमेशा व्यवस्था का फायदा उठाती है। यात्री डिब्बों की अपर्याप्त संख्या भीड़भाड़ की समस्या पैदा करती है, विशेषकर द्वितीय श्रेणी के डिब्बों में प्रशासनिक सुस्ती के कारण बिना टिकट यात्रियों की संख्या बढ़ रही है। रेलवे कार्गो की चोरी गंभीर प्रकृति का एक अन्य मुद्दा है। बिहार में कोयला माफिया रेलवे वैगन से कोयला चुराते हैं; और रेलवे के अधिकारी बेबस तमाशबीन बने हैं। रेलवे कर्मचारियों द्वारा रेल सेवाओं और संपत्ति के दुरुपयोग और रेलवे प्रणाली में भ्रष्टाचार के कारण भारतीय रेलवे प्रणाली अपने वांछित लक्ष्यों को प्राप्त करने में सक्षम नहीं है। कई ग्रामीण, पिछड़े और में रेलवे की आवाजाही नहीं है। जैसे देश के पहाड़ी इलाकों में। नतीजतन, इन क्षेत्रों में औद्योगिक विकास स्थिर है।

रेलवे के संचालन के 150 साल पूरे होने के बाद भी, उत्तर-पूर्वी (असम को छोड़कर) में रेलवे की सुविधा लगभग शून्य है। उत्तर-पूर्व के 7 सिस्टर्स राज्यों में, रेलवे लाइनों की कुल लंबाई केवल 2,578 किलोमीटर है, जिसमें से 2,516 किलोमीटर रेलवे लाइनें असम में हैं। अन्य 6 राज्यों में रेलवे ट्रैक की लंबाई इस प्रकार है (प्रत्येक राज्य की लंबाई कोष्ठक में दी गई है): (a) त्रिपुरा (45 किमी); (b) नागालैंड (13 किमी); (c) मिजोरम (2 किमी); (d) अरुणाचल प्रदेश (1 किमी); (e) मणिपुर (1 किमी); और (f) मेघालय (शून्य किमी)। एक मजबूत और भरोसेमंद रेलवे प्रणाली का विकास अभी भी एक चुनौती है। तकनीकी विकास की दृष्टि से भारत की रेल सुविधाओं की तुलना जापान और यूरोप के अन्य देशों से की जाए तो वह बहुत पिछड़ा हुआ है। जापान पहला देश था जिसने सबसे आधुनिक ट्रेन शुरू की थी। 210 किलोमीटर प्रति घंटे की रफ्तार से चलने वाली बुलेट ट्रेन का निर्माण जापान में किया गया है। आजकल बुलेट ट्रेन की आरामदायक गति 500 किमी प्रति घंटे के मान तक पहुंच गई है। जापान, फ्रांस, जर्मनी और अन्य यूरोपीय देशों की उन्नत रेलवे प्रणाली की तर्ज पर आधुनिक रेलगाड़ियों का भी विकास हुआ है जो बहुत तेज गति से चलती हैं। भारत में राजधानी एक्सप्रेस और शताब्दी एक्सप्रेस को सबसे तेज चलने वाली ट्रेन माना जाता है। राजधानी एक्सप्रेस महज 120 किमी प्रति घंटे की रफ्तार से चलती है।

एक रेलवे प्रणाली की दक्षता और विश्वसनीयता इसके द्वारा अर्जित यात्रियों की संख्या, माल ढुलाई के टन (दूरी से अधिक) और इसकी ट्रेनों द्वारा सामना की जाने वाली दुर्घटनाओं की संख्या से निर्धारित होती है। रेलवे कर्मचारियों की अक्षमता और दोषपूर्ण सिग्नल सिस्टम भारत में रेल दुर्घटनाओं के लिए मुख्य रूप से जिम्मेदार हैं। हालांकि रेल मंत्रालय और रेलवे बोर्ड यात्रियों की सुरक्षा और उनके संपत्ति/सामान की सुरक्षा का वादा करते हैं, फिर भी वर्ष 2000-01 के दौरान रेल डकैती के 106 मामले और चोरी के 6,924 मामले ऐसे दावों की धज्जियां उड़ाते रहे। सड़क परिवहन के साथ गलाकाट प्रतियोगिता भी रेलवे पर प्रतिकूल प्रभाव डाल रही है। हाल ही में सभी एयरलाइनों के हवाई किराए में भारी कटौती ने भी भारतीय रेल प्रणाली के लिए एक बड़ी चुनौती पेश की है। ध्यान दें कि विदेशी पर्यटक हवाई यात्रा करना पसंद करते हैं। यदि यह उपलब्ध नहीं है, तो वे ट्रेनों से यात्रा करना पसंद करते हैं। भारत में हवाई नेटवर्क के विस्तार के साथ, रेलवे को अपने पर्यटक बाजार में तेज गति से कमी महसूस हो सकती है। शताब्दी एक्सप्रेस के किराए और एक एयरलाइन (भारत के भीतर) के इकोनॉमी क्लास के किराए के बीच का अंतर केवल मामूली है। एक विदेशी पर्यटक को, उदाहरण के लिए, शताब्दी एक्सप्रेस से यात्रा करने का विकल्प क्यों चुनना चाहिए, जब वह एक निजी एयरलाइन द्वारा कम या लगभग समान लागत पर एक स्थान से दूसरे स्थान पर यात्रा कर सकता है?

रेल दुर्घटनाएं भारत में रेल परिवहन का एक हिस्सा हैं। भारत में 21,792 मानवरहित लेवल क्रॉसिंग हैं। 1999-2000 में 463 रेल हादसों में कुल 616 लोगों की मौत हुई थी। 2000-01 में 472 हादसों में 216 मौतें हुई थीं। 2001-02 में 415 हादसों में 325 लोगों की मौत हुई थी। 1999-2000 में रेलवे की संपत्ति का नुकसान 81.93 करोड़ रुपये था। 2000-01 में यह आंकड़ा 54.98 करोड़ रुपये था और 2001-02 में यह आंकड़ा 54.29 करोड़ रुपये था।

दुनिया के लोकप्रिय रेलवे सिस्टम (Popular railway systems of the world)

दुनिया के देशों ने पर्यटकों के लिए कुशल परिवहन प्रणाली विकसित करने के लिए रेलवे प्रणालियों का उपयोग किया है। पश्चिम में लोग यात्रा करने के लिए ट्रेनों का उपयोग नहीं करते हैं। वे इनका उपयोग छुट्टियों का आनंद लेने और धीमी गति से चलने के लिए करते हैं। वरना एक देश से दूसरे देश जाने के लिए वे निजी एयरलाइंस के विमान का इस्तेमाल करते हैं। संयुक्त राज्य अमेरिका जैसे देश में लोग हवाई मार्ग से एक राज्य से दूसरे राज्य की यात्रा करते हैं। अमेरिकियों और यूरोपीय लोगों के लिए रेल यात्रा रोमांच का विषय है। इसके विपरीत, भारतीय रेलवे प्रणाली मुख्य रूप से काम, यात्रा और अवकाश के लिए उपयोग नहीं की जाती है। इसके अलावा, पश्चिम की रेलवे प्रणालियाँ उन्नत हैं और अपने ग्राहकों को कई सुविधाएँ प्रदान करती

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

हैं। ये सुविधाएं तेज गति, आरामदायक केबिन, शानदार वातावरण, शानदार भोजन, ट्रेन में शराब और वाइन की उपलब्धता, चलती ट्रेन से संचार और सबसे ऊपर, सर्वोत्तम रेलवे सुरक्षा मानदंड हैं।

विश्व की लोकप्रिय रेल प्रणालियाँ इस प्रकार हैं:

ओरियन्ट एक्सप्रेस (Orient Express)

यह यूरोप की एक प्रतिष्ठित ट्रेन है। यह विदेश में अलग-अलग टूर पैकेज पेश करता है और शायद हमारे समय की सबसे चर्चित ट्रेन है। ये इस प्रकार हैं।

पूर्वी और पूर्वी अनुभव (Eastern and Oriental Experience)

यह यात्रा मार्ग वेनिस से शुरू होता है, पेरिस जाता है और लंदन में समाप्त होता है।

महान दक्षिण प्रशांत अनुभव (Great South Pacific Experience)

यह ओरिएंट एक्सप्रेस के ऑस्ट्रेलियाई भागीदारों के माध्यम से संचालित होता है। यह ऑस्ट्रेलिया के पूर्वी तट और ब्रिस्बेन को कवर करता है।

मांडले की सड़क (Road to Mandalay)

यह अय्यरवाडी नदी से मांडले तक शुरू होती है। यह Bagon तक भी जाती है।

प्रतिष्ठित ट्रैवल एजेंसी Cox & Kings ने ओरिएंट एक्सप्रेस के साथ एक समझौते पर हस्ताक्षर किए हैं। इस प्रकार, कॉक्स एंड किंग्स अब दुनिया की सबसे प्रसिद्ध लक्ज़री ट्रेन की जनरल सेल्स एजेंसी (GSA) बन गई है। कॉक्स एंड किंग्स द्वारा भारतीय पर्यटकों के स्वाद के लिए कई पैकेज तैयार किए गए हैं। पर्यटकों को इन पूर्वोक्त यात्राओं के लिए बुकिंग कराने के लिए नेट सर्फिंग करने की आवश्यकता नहीं है। भारतीय इस GSA के प्रस्तावों को भारत में कॉल कर सकते हैं और उन्हें अपनी यात्रा आवश्यकताओं के बारे में बता सकते हैं।

यूरो रेल (Euro rail)

यह यूरोप की प्रतिष्ठित रेल सेवा है। इसमें बढ़िया सीटों और बड़ी खिड़कियों के साथ विशाल डिब्बे हैं। ट्रेन के चलते समय इन खिड़कियों का उपयोग ग्रामीण इलाकों की झलक देखने के लिए किया जा सकता है। यह ट्रेन यूरोप के 11 देशों को कवर करती है। यूरो रेल का पास प्रतिष्ठित ट्रैवल एजेंसी से प्राप्त किया जा सकता है। टूरिस्ट के यूरोप आने पर भी बुकिंग की जा सकती है।

एमट्रैक (Amtrak)

इसका फुल फॉर्म American Travel by Track है। यह संयुक्त राज्य अमेरिका में शुरू किया गया था और विलासिता के साथ संयुक्त रेल यात्रा थी। इस प्रणाली में संयुक्त राज्य अमेरिका के एक हिस्से से दूसरे हिस्से तक हाई-स्पीड ट्रेनों का संचालन शामिल है। लोकप्रिय मार्ग न्यूयॉर्क-सैन फ्रांसिस्को और वाशिंगटन-बाल्टीमोर-फिलाडेल्फिया-न्यूयॉर्क-बोस्टन हैं। Amtrak अपने संचालन को आधुनिक बनाने के लिए सिस्टम में नए डबल डेकर पुलमैन कोच जोड़ रहा है। ध्यान दें कि Big Apple में रेल यात्रा की तुलना में हवाई यात्रा अधिक लोकप्रिय है। लेकिन 11 सितंबर, 2001 को WTC टावर्स पर आतंकवादियों के खतरों और हमलों के मद्देनजर हवाई यात्रा अपनी चमक खो रही है। इसलिए, एमट्रैक के ग्राहकों की संख्या निकट भविष्य में बढ़ने की संभावना है।

अन्य देशों के रेल ट्रैक (Rail tracks of other countries)

बुलेट ट्रेन, जिसे हिकारी एक्सप्रेस भी कहा जाता है, 210 किमी प्रति घंटे की गति से चलती है। यह टोकेडो लाइन पर काम करता है। कुआलालंपुर सिंगापुर और बैंकॉक की 515 किमी लंबी स्थानीय रेलवे प्रणालियों पर फास्ट ट्रेनें भी चल रही हैं, जो दुनिया में सर्वश्रेष्ठ में से एक हैं। सिंगापुर की रेलवे प्रणाली इस शहर-राज्य को मलेशिया की राजधानी कुआलालंपुर से भी जोड़ती है। सिंगापुर से कुआलालंपुर (ट्रेन से) की यात्रा में 8 घंटे लगते हैं। लंदन की मेट्रो रेलवे प्रणाली कुशल और तेज है। सभी उन्नत राष्ट्रों के पास अत्यधिक कुशल और तकनीक-प्रेमी रेलवे सिस्टम हैं। ये सिस्टम AC पावर (आमतौर पर, ओवरहेड कंडक्टर के माध्यम से 11-KV supply lines energy) की मदद से संचालित होते हैं।

भारत में पर्यटन के लिए रेलवे (Railways for tourism in india)

पर्यटन अनिवार्य रूप से यात्रा से जुड़ा है। और हमारी रेलवे प्रणाली का उपयोग सभी प्रकार के पर्यटकों द्वारा किया जाता है, जब वे भारत की सांस्कृतिक, स्थापत्य और प्राकृतिक विरासत का पता लगाते हैं। वे अक्सर ट्रेनों का उपयोग करते हैं क्योंकि भारतीय शहर हवाई मार्गों से अच्छी तरह से जुड़े हुए नहीं हैं। सड़कों का उपयोग कम दूरी तय करने के लिए ही किया जाता है। एक पर्यटक, उदाहरण के लिए, अमृतसर से मुंबई तक सड़क

Fig 1



मार्ग से यात्रा नहीं कर सकता है। वह पश्चिम एक्सप्रेस या दादर एक्सप्रेस जैसी ट्रेन लेना पसंद करते हैं। सड़क मार्ग से यात्रा करना उसके लिए बहुत असुविधाजनक होगा। (Fig 1)

लेकिन चलिए एक कदम और आगे बढ़ते हैं। यदि पर्यटक दादर एक्सप्रेस से यात्रा करता है तो हो सकता है कि उसे यह अनुभव पसंद न आए। ऐसा इसलिए है, क्योंकि एक पर्यटक के रूप में, उसे अपने दौरे के दौरान कुछ नए (और अच्छे) अनुभव होने चाहिए। अगर वह होई पोलोई के साथ चलता है, तो उसे भ्रमण का आनंद नहीं मिलेगा। ट्रेन में सवार होने पर उसे बेहतर सीट, स्लीपर, वातानुकूलित वातावरण, अच्छा भोजन आदि की आवश्यकता होती है। और उसे एक बेहतर इलाज की भी जरूरत है (मूल निवासियों से बेहतर)। यदि पर्यटन स्थल की यात्रा और भ्रमण को मिलाकर उसके लिए एक अच्छा पैकेज बनाया जाए, तो वह इस अनुभव को पसंद करेगा। और सबसे बढ़कर, वह दी जाने वाली विलासिता पर अधिक पैसा खर्च करने का इच्छुक होगा। भारतीय रेलवे द्वारा शुरू की गई लग्जरी पर्यटक ट्रेनों के पीछे यही मूल भावना है। आइए एक-एक करके इन पर चर्चा करें।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

भारतीय रेलवे और पर्यटन (Indian railways & Tourism)

रेल द्वारा भारत समय और स्थान, संस्कृतियों और इतिहास के माध्यम से एक आकर्षक ओडिसी प्रदान करता है जो विविधता के बीच एकता की झलक पेश करता है, आकर्षक रहस्य, रंगों से घिरा हुआ है जो आत्मा को सुखदायक करते हुए दिल को पकड़ लेता है।

वास्तविक भारत का बहु-आयामी जादू भारतीय रेलवे से ज्यादारोमांचक कोई नहीं पेश कर सकता है - दुनिया की दूसरी सबसे बड़ी रेलवे प्रणाली जो 63,000 किमी की दूरी तय करती है। 7,000 स्टेशनों पर ट्रैक बिछाए गए, प्रतिदिन लगभग 16,000 ट्रेनें चल रही हैं। सुविधाजनक, अच्छी तरह से जुड़े मार्ग यात्रियों को दुनिया के कुछ सबसे आकर्षक स्थानों के लिए परेशानी मुक्त पर्यटन प्रदान करते हैं।

रेल पर्यटन लक्ज़री पर्यटक ट्रेनों के खंड (Segments of Rail Tourism Luxury Tourist Trains)

पैलेस ऑन व्हील्स (Palace on Wheels) - असाधारण लोगों के लिए एक असाधारण ट्रेन। ऐतिहासिक आकर्षण और आधुनिक सुविधाओं वाली ट्रेन। एक शाही ट्रेन आपको एक सप्ताह के वैभव के लिए सवार होने के लिए कह रही है।

यह आपको एक शाही यात्रा पर ले जाता है। राज के युग की राजसी यात्रा की विलासिता को जीवंत करते हुए, पैलेस-ऑन-व्हील्स को सेंट्रल एयर कंडीशनिंग, सुखदायक चार चैनल संगीत, ट्रेन में इंटरकनेक्टेड टेलीफोन सिस्टम, एक अलग पेंट्री के साथ आधुनिक जरूरतों के अनुरूप डिजाइन किया गया है। और प्रत्येक कोच में लाउंज, संलग्न बाथरूम की गोपनीयता के साथ आरामदायक, दो विशेष रेस्टोरेंट - "महाराजा" और "महारानी", विदेशी भारतीय, कॉन्टिनेंटल और राजस्थानी व्यंजन परोसते हुए, एक अच्छी तरह से स्टॉक बार, एक पढ़ने और आराम करने वाला कोच और मित्रवत मुस्कुराते हुए परिचारक आपकी रात - दिन सेवा करते हैं। समृद्ध सजावट वाले पैलेस-ऑन-व्हील्स के 14 कोच जो राजपूत शौर्य के युग को उद्घाटित करते हैं, उनके नाम पूर्व राजपूत राज्यों- कोटा, जयपुर, उदयपुर, जैसलमेर, जोधपुर, बीकानेर, अलवर, सिरोही, किशनगढ़, बूंदी, डूंगरपुर,भरतपुर, झालावाड़ और धौलपुर के नाम पर रखे गए हैं। जैसा कि अधिकांश यात्रा रात में की जाती है, आपके दिन खाली रह जाते हैं - दिल्ली, जयपुर, सवाई माधोपुर, चित्तौड़गढ़, उदयपुर, जैसलमेर, जोधपुर, भरतपुर और आगरा के यात्रा कार्यक्रम को कवर करते हुए राजस्थान और उत्तर प्रदेश के प्रसन्नता की खोज के लिए।

रॉयल राजस्थान ऑन व्हील्स (Royal Rajasthan on Wheels)

ढाई दशक से अधिक समय तक पैलेस ऑन व्हील्स को सफलतापूर्वक चलाने के बाद, भारतीय रेलवे ने राजस्थान पर्यटन विकास निगम लिमिटेड के साथ मिलकर एक नई ट्रेन "रॉयल राजस्थान ऑन व्हील्स" लॉन्च की है। पैलेस ऑन व्हील्स की तुलना में सुविधाएं जो पैलेस ऑन व्हील्स के समान यात्रा कार्यक्रम पर अपने खंड में बेंच मार्क हैं।

डेक्कन ओडिसी (Deccan Odyssey)

दुनिया की बेहतरीन और बेहतरीन ट्रेन यात्राओं का अनुभव करें। डेक्कन ओडिसी एक मात्र लक्ज़री ट्रेन क्रूज से कहीं अधिक है। भव्य रूप से सजाई गई ट्रेन जो अपने मेहमानों को दिग्गजों की भव्यता, शांत समुद्र तटों, शानदार किलों और महलों में चमकती भूमि के अविस्मरणीय पड़ाव पर ले जाती है, और जयगढ़ / गणपतिपुले / रत्नागिरी, सलंधुदुर्ग / तारकरली / सावंतवाडल में विशाल चट्टानों में उकेरी गई स्वर्गीय कहानियों का अनुभव करती है। गोवा, कोल्हापुर/पुणे, एलोरा/औरंगाबाद, ताडोबा अभयारण्य, अजंता/नासिक। ऑनबोर्ड सुविधाओं में चैनल संगीत, इंटरकॉम, cd/mp3 प्लेयर, वॉल-टू-वॉल कार्पेटिंग, मनी एक्सचेंज/क्रेडिट कार्ड सुविधा, सुरक्षा और संरक्षण, व्यवस्था, स्वास्थ्य स्पा, बार, सम्मेलन उपकरण शामिल हैं।

स्वर्ण रथ (The Golden Chariot)

कभी दुर्जेय सेनाओं द्वारा शासित भूमि अब दुनिया की अनूठी लक्ज़री ट्रेन से गुजरती है। स्वर्ण रथ आपको इतिहास और संस्कृति से समृद्ध दुनिया की खोज करने के लिए आमंत्रित करता है। झुकें और आराम करें क्योंकि शानदार दृश्य आपकी खिड़की के बाहर अंदर की तरफ विलासिता के साथ सामने आते हैं, इस प्रकार अब तक रॉयल्टी के लिए आरक्षित हैं। हम जादुई भूमि कर्नाटक और गोवा में सुनहरे रथ को एक शानदार कल और सर्वव्यापी कल के बीच एक अच्छा संतुलन प्रस्तुत करते हैं।।

महाराजा एक्सप्रेस' (Maharajas' Express')

IRCTC के सहयोग से यह लक्जरी पर्यटक ट्रेन मार्च 2010 में विभिन्न अखिल भारतीय यात्रा कार्यक्रमों के साथ शुरू की गई है। ट्रेन में सबसे अच्छी सुपर लक्ज़री सुविधाएं उपलब्ध हैं। ट्रेन में 23 कोच हैं जो केवल 84 यात्रियों को पूरा करते हैं। (Fig 2)

रेलवे और पर्यटन (Railways And Tourism)

फेयरी क्वीन (Fairy Queen)

भारतीय रेलवे फेयरी क्वीन पर रोमांच, रोमांस और वन्य जीवन और विरासत के संयोजन से दो दिनों का एक अनूठा सर्व-समावेशी पैकेज पेश करता है।

विशेष सुविधा (Special Feature):

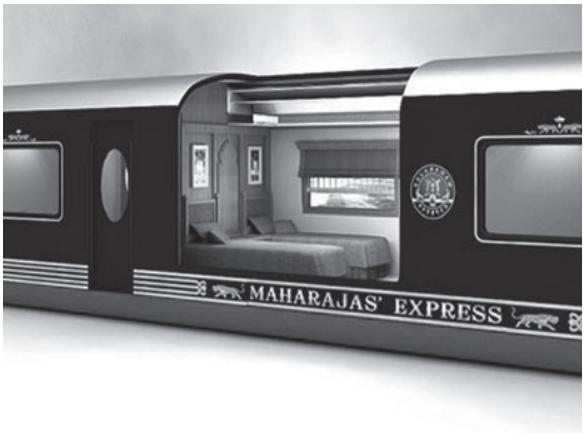
- फेयरी क्वीन के बोर्ड पर रोमांचक यात्रा
- होटल टाइगर डेन में ठहरें
- बाघ अभयारण्य में जीप सफारी
- 1855 में निर्मित।
- दुनिया का सबसे पुराना कार्यशील इंजन
- अभी भी भाप बन रही है
- गिनीज बुक रिकॉर्ड धारक
- राष्ट्रीय पर्यटन पुरस्कार के विजेता
- फेयरी क्वीन चार्टर यात्राओं के लिए भी उपलब्ध है

हिल रेलवे (Hill Railways)

शक्तिशाली हिमालय भारत के लिए एक उपयुक्त मुकुट है। हिमालय श्रृंखला की महिमा बेजोड़ है और इसे अपनी आंखों से देखकर ही सराहा जा सकता है। भारतीय रेलवे ने इंजीनियरिंग के चमत्कारों और शिल्प के

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

Fig 2



उस्तादों द्वारा किए गए समर्पित प्रयासों के माध्यम से पर्वत श्रृंखला को हमारे करीब लाकर विस्मयकारी योगदान दिया है। पर्वतीय रेलवे पर पर्यटक-समूहों के लिए चार्टर्ड यात्राओं के लिए सबसे सस्ती दरों पर काम करने के साथ भारतीय रेलवे ने एक कदम आगे बढ़ाया है।

कालका-शिमला रेलवे (Kalka - Shimla Railway)

• पर्यटकों को हिमालय की चोटियों, बर्फ से ढके पहाड़ों, आमंत्रित ट्रेल्स, फूलों की मादक सुगंध और इन सभी को इत्मीनान से लेने का एक शानदार अवसर प्रदान करता है, क्योंकि कालका से टॉय ट्रेन धीरे-धीरे और धीरे-धीरे शिमला की ओर बढ़ती है।

• ट्रेन को 96 किमी के लिए छह घंटे लगते हैं। कालका से शिमला तक की यात्रा कालका से शिमला तक टॉय ट्रेन की यात्रा 107 सुरंगों और ऊंचे धनुषाकार पुलों के साथ प्रवेश करती है।।

• चकाचौंध करने वाला दृश्य और रास्ते में सुरम्य स्टेशनों पर ठहराव-सभी एक प्राणपोषक अनुभव जोड़ते हैं।

चार्टर यात्राओं के लिए नीचे दिए गए विवरण के अनुसार विशेष ट्रेनें उपलब्ध हैं (Special trains as per details given below are available for charter trips):

दार्जिलिंग हिमालयन रेलवे (DarJeeling Himalayan Railway)

क्र.सं.	रचनाएं
1	शिवालिक पैलेस कोच+ शिवालिक क्वीन कोच + जुड़वां विरासत कोच
2	शिवालिक पैलेस कोच + शिवालिक क्वीन कोच + जुड़वां विरासत कोच + दो शिवालिक डीलक्स चेयर कार कोच (रिवर्सिबल के साथ अल्ट्रा मॉडर्न कोच कुर्सियाँ)
3	छह शिवालिक डीलक्स चेयर कार कोच (वहन क्षमता 120. यात्री)

पहाड़ी ट्रेनों में सबसे प्रसिद्ध, न्यू जलपाईगुड़ी शहर को दार्जिलिंग से जोड़ती है।

डेर्जिलिंग (समुद्र तल से 2127 मीटर ऊपर) के लुभावने परिदृश्य को देखा जाना चाहिए -जैसे हिमालय अपनी सभी महिमा में, कोमल हवा में ऑर्किड लहराते हुए, हरे-भरे चाय के बागान।

टॉय ट्रेन नियमित नैरो-गेज लाइनों की दुनिया की सबसे संकरी (2 फीट) पर चलती है।

विश्व विरासत स्थल का दर्जा प्राप्त दार्जिलिंग हिमालयन रेलवे (DHR) वास्तव में पर्यटकों के लिए खुशी की बात है।

DHR पर किसी भी स्टेशन से किसी भी स्टेशन के लिए स्टीम ट्रेन चार्टर का आनंद लें। DHR मांग पर चार्टर ट्रिप की पेशकश करता है। वित्तीय वर्ष 2011-12 में दार्जिलिंग हिमालयन, रेलवे के संचालन की तारीखों को लोको की उपलब्धता के आधार पर अधिसूचित किया जाएगा।

नीलगिरी माउंटेन रेलवे (Nilgiri Mountain Railway)

- तमिलनाडु की नीलगिरी पहाड़ियों के बीच 2,600 मीटर की दूरी पर बसा हुआ। समुद्र तल से ऊपर, "भारतीय हिल स्टेशनों की रानी" है - उधगमंडलम (ऊटी)
- ट्रेन मेट्पालयम शहर से शुरू होती है और इस तरह ट्विस्ट और मोड़ से भरी यात्रा शुरू होती है, क्योंकि यह मीटर गेज ट्रेन साढ़े चार घंटे में ऊटी के पहाड़ी रिज़ॉर्ट के रास्ते में 46 किमी चढ़ती है।
- टॉय ट्रेन मैदानी इलाकों, वृक्षारोपण और जंगल से ढकी पहाड़ियों पर चलती है
- रास्ते में 16 सुरंगें और ऊंचे गर्डर पुल, लुभावने दृश्यों के साथ, इसे 'not-to-be-missed' यात्रा बनाते हैं।
- भारतीय रेलवे पर एकमात्र Rack-'n-Pinion section है।

कांगड़ा घाटी रेलवे (Kangra Valley Railway)

- पठानकोट-जोगिंदर नगर खंड हिमाचल प्रदेश की खूबसूरत कांगड़ा घाटी के लिए रेल-पहुंच है।
- कांगड़ा घाटी निचले हिमालय की सबसे मनोरम घाटियों में से एक है। उदात्त धौलाधार श्रेणी से आच्छादित घाटी हरी-भरी और विलासी है।
- यह यात्रा की जाने वाली जगहों की प्रकृति में जबरदस्त अंतर प्रदान करता है। धर्मशाला बौद्ध हवा से भरा है जबकि ब्रजेश्वरी, बैजनाथ, ज्वालामुखी और चामुंडा देवी जैसे प्राचीन हिंदू मंदिर ग्रामीण इलाकों में हैं।

माथेरान लाइट रेलवे (Matheran Light Railway)

- 84 साल पुरानी लाइन नेरल को माथेरान से जोड़ती है
- माथेरान मुंबई के करीब एक छोटा पहाड़ी रिज़ॉर्ट है

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- कार का तेज़ हॉर्न नहीं। सड़कों पर कोई ट्रक नहीं दौड़ रहा है। कोई बस नहीं... माथेरान एक शांत और शांतिपूर्ण पहाड़ी रिज़ॉर्ट है जो साल भर वाहनों के आवागमन से दूर रहता है।
- माथेरान में वाहनों के आवागमन की कमी इसे एक असामान्य और शांतिपूर्ण आश्रय बनाती है।

रेलवे और पर्यटन (Railways And Tourism)

इंडरेल पास (Indrail Pass)

बहुआयामी भारत के वैभव का पता लगाने के लिए, इंडरेल पास उत्कृष्ट मूल्य प्रदान करते हैं और विदेशों से आने वाले पर्यटकों के लिए छुट्टियों के आकर्षण को बढ़ाते हैं। यह आगंतुकों को बिना किसी मार्ग प्रतिबंध, आरक्षण शुल्क, सुपर फास्ट शुल्क आदि के बजट पर, पूरे भारतीय रेलवे नेटवर्क पर यात्रा की सुविधा प्रदान करता है। मौजूदा इंडरेल पास टैरिफ संरचना नीचे दी गई है:

भारत दर्शन (Bharat Darshan)

भारत दर्शन ट्रेनें बजट यात्रियों के लिए प्रति दिन प्रति यात्री 500 रुपये की लागत वाले अत्यधिक आर्थिक पैकेज की पेशकश करती हैं, टैरिफ में रेल यात्रा, सड़क स्थानांतरण, भोजन, आवास के साथ-साथ दर्शनीय स्थल भी शामिल हैं। ये ट्रेनें देश भर में कई अलग-अलग मार्गों पर चलती हैं।

विवरण के लिए www.railtourismindia.com या IRCTC के पर्यटन सुविधा केंद्रों पर जाएं।

Period of Validity	**A.C.First Class**		**First Class/ AC-2/3Tier/ AC Chair Car**		**Sleeper Class Second Class (Non-AC)**	
	Adult	Child	Adult	Child	Adult	Child
½day*						
1 day*						
2 days *						
4 days *						
7 days						
15 days						
21 days						
30 days						
60 days						
90 days						

बौद्ध स्पेशल ट्रेन (Buddhist Special Train)

(महापरिनिर्वाण एक्सप्रेस) ((Mahaparinirvan Express))

बौद्ध सर्किट स्पेशल ट्रेन भगवान बुद्ध के जीवन से संबंधित प्रमुख स्थलों को कवर करते हुए 7 रातों/8 दिनों के पैकेज की पेशकश करती है। यात्रा कार्यक्रम दिल्ली से शुरू और समाप्त होता है और बोधगया, राजगीर, नालंदा, वाराणसी, सारनाथ, कुशीनगर, लुंबिनी, श्रावस्ती और आगरा को कवर करता है। पैकेज को वातानुकूलित डिब्बों के साथ एक विशेष ट्रेन का उपयोग करके संचालित किया जाता है, जिसमें होटल में ठहरने और पर्यटक रुचि के स्थानों पर स्थानीय दर्शनीय स्थल शामिल हैं। विवरण के लिए, www.railtourismindia.com पर जाएं या IRCTC के पर्यटन सुविधा केंद्रों से संपर्क करें।

भारत तीर्थ (Bharath Tirth)

हमारे देश में पर्यटन को बढ़ावा देने के सरकार के प्रयासों का समर्थन करने के लिए, भारतीय रेलवे IRCTC के साथ मिलकर देश के विभिन्न हिस्सों में लोकप्रिय पर्यटन स्थलों को जोड़ने के लिए विशेष पर्यटक ट्रेनें "भारत तीर्थ" चला रहा है।

रेल टूर पैकेज (Rail Tour Packages)

ये सभी समावेशी पैकेज हैं जिनमें रेल यात्रा, सड़क स्थानांतरण, 2/3 star होटलों में ठहरने के साथ-साथ विस्तृत यात्रा कार्यक्रम के अनुसार भोजन और दर्शनीय स्थल शामिल हैं। ये पैकेज देश भर के लगभग सभी लोकप्रिय ऐतिहासिक तीर्थ और अन्य पर्यटन स्थलों के लिए उपलब्ध हैं। मांग के अनुसार निरंतर आधार पर नए पैकेज विकसित किए जा रहे हैं। विवरण और बुकिंग के लिए, www.railtourismindia.com पर जाएं या IRCTC के पर्यटन सुविधा केंद्रों से संपर्क करें।

यात्रा और पर्यटन पोर्टल (Travel and Tourism Portal)

www.railtourismindia.com IRCTC द्वारा संचालित यात्रा और पर्यटन पोर्टल है जो टूर पैकेज, विशेष ट्रेनों, भारत दर्शन, कैब रेंटल, होटल बुकिंग आदि सहित आपकी सभी यात्रा और पर्यटन आवश्यकताओं के लिए वन-स्टॉप समाधान प्रदान करता है।

परिवहन के साथ संबंध के अनुसार वर्गीकरण (Classification according to relationship with transport)

यदि परिवहन वर्गीकरण का मापदंड है, तो होटलों के 6 वर्ग हैं, जो इस प्रकार हैं:-

- **Motels:** हमने इस श्रेणी पर चर्चा की है। मोटर चालक और दोपहिया वाहन चालक इन होटलों का उपयोग सड़कों के किनारे करते हैं।
- **रेलवे होटल (Railway Hotels):** ये रेलवे स्टेशनों के पास स्थित हैं। उदाहरण: अशोक यात्री निवास, नई दिल्ली।
- **एयरपोर्ट होटल (Airport Hotels):** ये एयरपोर्ट के पास स्थित होते हैं।

उदाहरण : होटल सेंटॉर, नई दिल्ली।

- **समुद्रतट होटल (Seaside Hotels):** ये घाटों और बंदरगाहों के पास स्थित हैं। उदाहरण: सिंगापुर, मेलाका और फुकेत में बंदरगाह के करीब स्थित होटल।
- **फ़्लोटिंग होटल (Floating Hotels):** ये होटल बड़े राफ्ट या प्लेटफॉर्म पर बने होते हैं और केवल नावों/मोटर बोटों द्वारा ही यहां पहुंचा जा सकता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- **लेक होटल्स (Lake Hotels):** इस तरह के होटल झीलों के बीच में बनाए जाते हैं। उदाहरण: लेक प्लेस, उदयपुर, राजस्थान (द ताज होटल्स ग्रुप)।

भारतीय रेल (Indian railways)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **विभिन्न रेलवे जोन**

भारत में रेल परिवहन का इतिहास उन्नीसवीं सदी के मध्य में शुरू हुआ। भारत में रेलवे के निर्माण का दबाव लंदन से आया। 1848 में भारत में एक किलोमीटर भी रेलवे लाइन नहीं थी। ग्रेट इंडियन पेनिनसुला रेलवे (GIPR) द्वारा निर्मित देश का पहला रेलवे, 1853 में बॉम्बे और ठाणे के बीच खोला गया। [10] एक ब्रिटिश इंजीनियर, रॉबर्ट मैटलैंड ब्रेरेटन, 1857 से रेलवे के विस्तार के लिए जिम्मेदार थे। ईस्ट इंडियन रेलवे की इलाहाबाद-जबलपुर शाखा लाइन जून 1867 में खोली गई थी। ब्रेरेटन इसे GIPR से जोड़ने के लिए जिम्मेदार था, जिसके परिणामस्वरूप 6,400 किमी (4,000 मील) का एक संयुक्त नेटवर्क बना। इसलिए बंबई से सीधे कलकत्ता की यात्रा करना संभव हो गया। यह मार्ग आधिकारिक तौर पर 7 मार्च 1870 को खोला गया था और यह फ्रांसीसी लेखक जूल्स वर्ने की किताब Around the World in Eighty Days की प्रेरणा का हिस्सा था। उद्घाटन समारोह में, वायसराय लॉर्ड मेयो ने निष्कर्ष निकाला कि "यह वांछनीय समझा गया था कि, यदि संभव हो तो, जल्द से जल्द पूरे देश को एक समान प्रणाली में लाइनों के एक नेटवर्क के साथ कवर किया जाना चाहिए"।

1875 तक, भारत में ब्रिटिश कंपनियों द्वारा लगभग 95 मिलियन पाउंड का निवेश रेलवे की गारंटी के साथ किया गया था। 1880 तक नेटवर्क के पास लगभग 14,500 किमी (9,000 मील) का रूट माइलेज था, जो ज्यादातर बंबई, मद्रास और कलकत्ता के तीन प्रमुख बंदरगाह शहरों से इनकमिंग था। 1895 तक, भारत ने अपने स्वयं के लोकोमोटिव का निर्माण शुरू कर दिया था, और 1896 में युगांडा रेलवे के निर्माण में मदद के लिए इंजीनियरों और लोकोमोटिव भेजे।

1900 में, GIPR एक सरकारी स्वामित्व वाली कंपनी बन गई। नेटवर्क अहोम साम्राज्य, राजपुताना और मद्रास प्रेसीडेंसी के आधुनिक दिनों के राज्यों में फैल गया और जल्द ही विभिन्न स्वायत्त राज्यों की अपनी रेल प्रणाली शुरू हो गई। 1905 में, एक प्रारंभिक रेलवे बोर्ड का गठन किया गया था, लेकिन शक्तियां औपचारिक रूप से लॉर्ड कर्जन के अधीन थीं। यह वाणिज्य और उद्योग विभाग के अधीन कार्य करता था और एक सरकारी रेलवे अधिकारी अध्यक्ष के रूप में सेवारत था, और इंग्लैंड के एक रेलवे प्रबंधक और अन्य दो सदस्यों के रूप में कंपनी रेलवे में से एक का एजेंट था। अपने इतिहास में पहली बार रेलवे ने लाभ कमाना शुरू किया।

1907 में लगभग सभी रेल कंपनियों को सरकार ने अपने कब्जे में ले लिया था। अगले वर्ष, पहले इलेक्ट्रिक लोकोमोटिव ने अपनी उपस्थिति दर्ज कराई। प्रथम विश्व युद्ध के आगमन के साथ, रेलवे का उपयोग भारत के बाहर अंग्रेजों की जरूरतों को पूरा करने के लिए किया जाने लगा। युद्ध की समाप्ति के साथ, रेलवे अव्यवस्था और पतन की स्थिति में थी।

1920 में, नेटवर्क के 61,220 किमी (38,040 मील) तक विस्तार के साथ, सर विलियम एकवर्थ द्वारा केंद्रीय प्रबंधन की आवश्यकता पर विचार किया गया था। एकवर्थ की अध्यक्षता वाली ईस्ट इंडिया रेलवे कमेटी के आधार पर, सरकार ने रेलवे का प्रबंधन अपने हाथ में ले लिया और रेलवे के वित्त को अन्य सरकारी राजस्व से अलग कर दिया।

1920 और 1929 के बीच की अवधि, आर्थिक उछाल की अवधि थी; देश की सेवा करने वाली 41,000 मील (66,000 किमी) रेलवे लाइनें थीं; रेलवे ने लगभग 687 मिलियन स्टर्लिंग के पूंजीगत मूल्य का प्रतिनिधित्व किया; और वे हर साल 620 मिलियन से अधिक यात्रियों और लगभग 90 मिलियन टन माल की ढुलाई करते थे। [12] महामंदी के बाद, रेलवे को अगले आठ वर्षों तक आर्थिक रूप से नुकसान उठाना पड़ा। द्वितीय विश्व युद्ध ने रेलवे को गंभीर रूप से पंगु बना दिया। 1939 से, लोकोमोटिव और कोच सहित लगभग 40% रोलिंग स्टॉक को मध्य पूर्व में ले जाया गया, रेलवे कार्यशालाओं को गोला-बारूद कार्यशालाओं में बदल दिया गया और युद्ध में मित्र राष्ट्रों की मदद के लिए कई रेलवे पटरियों को तोड़ दिया गया। 1946 तक, सभी रेल प्रणालियों को सरकार ने अपने नियंत्रण में ले लिया था।

23 अप्रैल 2014 को, भारतीय रेलवे ने ट्रेन शेड्यूल को ट्रैक करने के लिए एक मोबाइल ऐप सिस्टम की शुरुआत की।

संगठनात्मक संरचना (Organisational structure)

रेलवे जोन (Railway zones)

भारतीय रेलवे को कई जोनों में विभाजित किया गया है, जिन्हें आगे डिवीजनों में उप-विभाजित किया गया है। भारतीय रेलवे में जोनों की संख्या 1951 में छह से बढ़कर आठ, 1952 में नौ, 2003 में सोलह हो गई। कुल अड़सठ (68) मंडल हैं।

सत्रह क्षेत्रों में से प्रत्येक का नेतृत्व एक महाप्रबंधक करता है जो सीधे रेलवे बोर्ड को रिपोर्ट करता है। मंडल रेल प्रबंधकों (DRM) के नियंत्रण में मंडलों को मंडलों में विभाजित किया गया है। इंजीनियरिंग, मैकेनिकल, इलेक्ट्रिकल, सिग्नल और दूरसंचार, लेखा, कार्मिक, परिचालन, वाणिज्यिक, सुरक्षा और सुरक्षा शाखाओं के मंडल अधिकारी संबंधित मंडल प्रबंधक को रिपोर्ट करते हैं और संपत्ति के संचालन और रखरखाव के प्रभारी होते हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

Name	Abbr.	Date Established	Route km	Headquarters	Divisions	Images
Southern	SR	14 April 1951	5098	Chennai	Chennai, Tiruchirappalli,Madurai and Salem [18] Palakkad, Thiruvananthapuram	
Central	CR	5 November 1951	3905	Mumbai	Mumbai CST, Bhusawal, Pune, Solapur and Nagpur	
Western	WR	5 November 1951	6182	Mumbai	MumbaiCentral, Ratlam, Ahmedabad, Rajkot, Bhavnagar and Vadodara	
Eastern	ER	14 April 1952	2414	Kolkata	Howrah, Sealdah, Asansol and Malda	
Northern	NR	14 April 1952	6968	Delhi	Delhi, Ambala, Firozpur, Lucknow, Moradabad and Udhampu	
North Eastern	NER	14 April 1952	3667	Gorakhpur	Izzatnagar, Lucknow and Varanasi	
South Eastern	SER	1955	2631	Howrah	Adra, Chakradharpur, Kharagpur and Ranchi	

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

Northeast Frontier	NFR	15 January 1958	3907	Guwahati	Alipurduar, Katihar, silchar, Rangia, Lumding and Tinsukia	
South Central	SCR	2 October 1966	5951	Secunderabad	Vijayawada, Secunderabad, Guntakal, Guntur, Hyderabad, Parbhani and Nanded	
Kolkata Metro[19]	KMRCL	24 October 1984 25	HRBC House, NA		St. George's gate road Kolkata	
East Central	ECR	1 October 2002	3628	Hajipur Sonpur	Danapur, Dhanbad, Mughalsarai, Samastipur and	
North Western	NWR	1 October 2002	5459	Jaipur	Jaipur, Ajmer, Bikaner and Jodhpur	
East Coast	ECoR	1 April 2003	2677	Bhubaneswar	Khurda Road, Sambalpur and Waltair	
North Central	NCR	1 April 2003	3151	Allahabad	Allahabad, Agra and Jhansi	
South East Central	SECR	1 April 2003	2447	Bilaspur	Bilaspur, Raipur and Nagpur	
South Western	SWR	1 April 2003	3177	Hubli	Hubli, Bangalore and Mysore	
West Central	WCR	1 April 2003	2965	Jabalpur	Jabalpur, Bhopal and Kota	

NOT TO BE REPUBLISHED © NIMI

पदानुक्रम वृक्ष के नीचे स्टेशन मास्टर हैं जो अपने स्टेशनों के प्रशासन के तहत अलग-अलग स्टेशनों और ट्रैक क्षेत्र के माध्यम से ट्रेन की आवाजाही को नियंत्रित करते हैं।

भर्ती और प्रशिक्षण (Recsruitment and training)

मुख्य लेख (Main article): भारतीय रेलवे के केंद्रीकृत प्रशिक्षण संस्थान

कर्मचारियों को राजपत्रित (समूह 'A' और 'B') और अराजपत्रित (समूह 'C' और 'D') कर्मचारियों में वर्गीकृत किया गया है। समूह 'A' राजपत्रित कर्मचारियों की भर्ती संघ लोक सेवा आयोग द्वारा आयोजित परीक्षाओं के माध्यम से की जाती है। [21] भारतीय रेलवे में समूह 'C' और 'D' कर्मचारियों की भर्ती 20 रेलवे भर्ती बोर्डों और रेलवे भर्ती प्रकोष्ठों के माध्यम से की जाती है जो रेलवे भर्ती नियंत्रण बोर्ड (RRCB) द्वारा नियंत्रित होते हैं। सभी संवर्गों का प्रशिक्षण छह केंद्रीकृत प्रशिक्षण संस्थानों के बीच सौंपा और साझा किया जाता है।

सप्त क्रांति एक्सप्रेस मुजफ्फरपुर जंक्शन पर आनंद विहार टर्मिनल के प्रस्थान की प्रतीक्षा कर रही है

उत्पादन इकाइयां (Production units)

CLW निर्मित WAP-5 30022 (CLW निर्मित WAP-5 लोको में फ़्लूटेड बॉडी शेल नहीं है) भोपाल में स्थित है

WDP4 डीजल लोकोमोटिव बाज़ जो अब न्यू जलपाईगुड़ी में है

सप्त क्रांति एक्सप्रेस WDP-4B 130 किमी प्रति घंटे की रफ्तार से चलती है

भारतीय रेलवे अपने रोलिंग स्टॉक और भारी इंजीनियरिंग घटकों को अपने छह विनिर्माण संयंत्रों में बनाती है, जिन्हें उत्पादन इकाइयां कहा जाता है, जिनका प्रबंधन सीधे मंत्रालय द्वारा किया जाता है। इलेक्ट्रिक और डीजल लोकोमोटिव के लिए लोकप्रिय रोलिंग स्टॉक बिल्डर्स जैसे CLW और DLW; यात्री डिब्बों के लिए ICF और RCF भारतीय रेलवे की उत्पादन इकाइयां हैं। इन वर्षों में, भारतीय रेलवे ने न केवल देश में रोलिंग स्टॉक के उत्पादन में आत्मनिर्भरता हासिल की है बल्कि अन्य देशों को रोलिंग स्टॉक का निर्यात भी किया है। इन उत्पादन इकाइयों में से प्रत्येक का नेतृत्व एक महाप्रबंधक करता है, जो सीधे रेलवे बोर्ड को भी रिपोर्ट करता है। उत्पादन इकाइयां टेबल 6 में हैं: -

अन्य सहायक कंपनियां (Other subsidiaries)

विद्तीकरण, आधुनिकीकरण, अनुसंधान और अधिकारियों के डिजाइन और प्रशिक्षण के लिए रेलवे बोर्ड के नियंत्रण में स्वतंत्र संगठन भी मौजूद हैं, जिनमें से प्रत्येक का नेतृत्व महाप्रबंधक के स्तर के एक अधिकारी द्वारा किया जाता है। कई सार्वजनिक क्षेत्र के उपक्रम, जो परामर्श से लेकर टिकटिंग तक रेलवे से संबंधित कार्य करते हैं, वे भी रेल मंत्रालय के प्रशासनिक नियंत्रण में हैं।

रेल मंत्रालय के प्रशासनिक नियंत्रण के तहत चौदह सार्वजनिक उपक्रम हैं, अर्थात

- भारत वैगन एंड इंजीनियरिंग कंपनी लिमिटेड (BWEL)
- रेलवे सूचना प्रणाली केंद्र (CRIS)[24]
- कंटेनर कॉर्पोरेशन ऑफ इंडिया लिमिटेड (कॉनकोर)
- डेडिकेटेड फ्रेट कॉरिडोर कॉर्पोरेशन ऑफ इंडिया लिमिटेड (DFCCIL)
- भारतीय रेलवे खानपान और पर्यटन निगम लिमिटेड (IRCTC)
- इंडियन रेलवे कंस्ट्रक्शन (IRCON) इंटरनेशनल लिमिटेड
- भारतीय रेलवे वित्त निगम लिमिटेड (IRFC)
- कोंकण रेलवे कॉर्पोरेशन लिमिटेड (KRCL)
- मुंबई रेलवे विकास निगम (MRVC)
- रेलटेल कॉर्पोरेशन ऑफ इंडिया लिमिटेड (Rail Tel))
- रेल इंडिया टेक्निकल एंड इकोनॉमिक सर्विसेज लिमिटेड (RITES)
- रेल विकास निगम लिमिटेड (RVNL)
- हाई स्पीड रेल कॉर्पोरेशन ऑफ इंडिया (HSRC)
- बर्न स्टैंडर्ड कंपनी
- ब्रेथवेट एंड कंपनी लिमिटेड

दिल्ली मेट्रो रेल कॉर्पोरेशन लिमिटेड (DMRC), जिसने दिल्ली मेट्रो नेटवर्क का निर्माण और संचालन किया है, एक स्वतंत्र संगठन है जो भारतीय रेलवे से जुड़ा नहीं है। अन्य शहरों में समान मेट्रो रेल निगम (कोलकाता में कोलकाता मेट्रो को छोड़कर) भारतीय रेलवे से जुड़े नहीं हैं।

पटरी पर चलने वाली छोटी गाड़ी (Rolling stock)

लोकोमोटिव (Locomotives)

मुख्य लेख (Main article): भारत में लोकोमोटिव

आगरा स्टेशन पर वाटर रिफिलिंग स्टेशन पर दो ऐतिहासिक भाप इंजन

राष्ट्रीय रेल संग्रहालय में देखा गया बेयर गैरेट 6594 इंजन

भारत में लोकोमोटिव में इलेक्ट्रिक और डीजल लोकोमोटिव शामिल हैं। दुनिया के पहले CNG लोकोमोटिव का भी इस्तेमाल किया जा रहा है। हेरिटेज ट्रेनों को छोड़कर अब स्टीम लोकोमोटिव का उपयोग नहीं किया जाता है। भारत में, लोकोमोटिव को उनके ट्रैक गेज, प्रेरक शक्ति, जिस कार्य के लिए वे उपयुक्त हैं और उनकी शक्ति या मॉडल संख्या के अनुसार वर्गीकृत किया जाता है। क्लास नाम में लोकोमोटिव के बारे में यह जानकारी शामिल है। इसमें 4 या 5 अक्षर होते हैं। पहला अक्षर ट्रैक गेज को दर्शाता है। दूसरा अक्षर उनकी प्रेरक शक्ति (डीजल या अल्टरनेटिंग - ऑन इलेक्ट्रिक) को दर्शाता है और तीसरा अक्षर उस तरह के ट्रैफ़िक को दर्शाता है जिसके लिए वे उपयुक्त हैं (माल, यात्री, मल्टी या शंटिंग)। चौथा अक्षर लोकोमोटिव के कालानुक्रमिक मॉडल नंबर को दर्शाता है। हालाँकि, 2002 से एक नई वर्गीकरण योजना को अपनाया गया है। इस प्रणाली के तहत, नए डीजल लोकोमोटिव के लिए, चौथा अक्षर उनकी हॉर्सपावर रेंज को दर्शाएगा। इलेक्ट्रिक लोकोमोटिव इस योजना के अंतर्गत नहीं आते हैं

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

नाम	संक्षिप्त रूप	साल स्थापित	स्थान	मुख्य उत्पाद
भारत वैगन एंड इंजीनियरिंग मुजफ्फरपुर	BWEL	1978	मुजफ्फरपुर	यात्री डिब्बे (विनिर्माण + रखरखाव).
जमालपुर लोकोमोटिव वर्कशॉप	JLW	1862	जमालपुर	डीजल/इलेक्ट्रिक लोको
गोल्डन रॉक रेलवे कार्यशाला	GOC	1928	त्रिची	डीजल-इलेक्ट्रिक लोकोमोटिव
चित्तरंजन लोकोमोटिव वर्क्स	CLW	1947	चित्तरंजन, आसनसोल	इलेक्ट्रिक लोकोमोटिव
डीजल लोकोमोटिव वर्क्स काम करता है	DLW	1961	वाराणसी	डीजल लोकोमोटिव
डीजल-लोको आधुनिकीकरण	DLW	1981	पटियाला	डीजल-इलेक्ट्रिक लोकोमोटिव
इंटीग्रल कोच फैक्ट्री	ICF	1952	चेन्नई	यात्री डिब्बे
रेल कोच फैक्ट्री	RCF	1986	कपूरथला	यात्री डिब्बे
रेल कोच फैक्ट्री	RSK	1988	ग्वालियर	पैसेंजर कोच स्प्रिंग
रेल पहिया कारखाना	RWF	1984	बैंगलोर	रेलवे के पहिए और एक्सल
रेल पहिया कारखाना	RWF	2012	छपरा	रेलवे के पहिये
रेल कोच फैक्ट्री, रायबरेली	RCF	2012	रायबरेली	यात्री डिब्बे

और यहां तक कि सभी डीजल इंजन भी इसमें शामिल नहीं हैं। उनके लिए यह पत्र हमेशा की तरह उनके मॉडल नंबर को दर्शाता है।

एक लोकोमोटिव के नाम में कभी-कभी पाँचवाँ अक्षर हो सकता है जो आम तौर पर एक तकनीकी संस्करण या उपवर्ग या उपप्रकार को दर्शाता है। यह पाँचवाँ अक्षर मूल मॉडल या श्रृंखला में कुछ छोटे बदलाव, शायद अलग मोटर्स, या एक अलग निर्माता को इंगित करता है। डीजल इंजनों को वर्गीकृत करने की नई योजना के साथ (जैसा कि ऊपर उल्लेख किया गया है) पाँचवाँ आइटम एक अक्षर है जो 100 hp वृद्धि में हॉर्सपावर के संकेत को और परिष्कृत करता है: 100 hp के लिए 'A', 200 hp के लिए 'B', 300 hp के लिए 'C' आदि। तो इस योजना में, WDM-3A एक 3100 hp लोको को संदर्भित करता है, जबकि WDM-3D 3400 hp लोको होगा और WDM-3F 3600 hp लोको होगा।

नोट: यह वर्गीकरण प्रणाली भारत में भाप इंजनों पर लागू नहीं होती है क्योंकि वे अब गैर-कार्यात्मक हो गए हैं। उन्होंने अपने मूल वर्ग नाम जैसे M वर्ग या WP वर्ग को बनाए रखा।

डीजल लोकोमोटिव अब सहायक विद्त इकाइयों से सुसज्जित हैं जो ट्रेन के नहीं चलने पर निष्क्रिय समय के दौरान लगभग 88% ईंधन की बचत करते हैं।

माल वैगन या माल गाड़ियाँ (Goods wagons or freight cars)

31 मार्च 1951 को मालगाड़ी या माल वैगनों की संख्या 205,596 थी और 31 मार्च 1980 को अधिकतम संख्या 405,183 पर पहुंच गई जिसके बाद यह घटने लगी और 31 मार्च 2012 को 239,321 हो गई। सड़क पर माल ढुलाई । भारतीय रेलवे ने 1950-51 में 93 मिलियन टन माल ढोया और 2012-13 में यह बढ़कर 1010 मिलियन टन हो गया।

हालांकि, माल यातायात में इसकी हिस्सेदारी सड़क यातायात की तुलना में बहुत कम है। 1951 में इसकी हिस्सेदारी 65% और सड़क की हिस्सेदारी 35% थी। अब हिस्सेदारी उलट गई है और रेलवे की हिस्सेदारी घटकर 30% रह गई है और सड़क की हिस्सेदारी बढ़कर 70% हो गई है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

यात्री डिब्बे (Passenger coaches)

भारतीय रेलवे में कई प्रकार के यात्री डिब्बे हैं।

इलेक्ट्रिक मल्टीपल यूनिट (EMU) कोचों का उपयोग बड़े शहरों - मुख्य रूप से मुंबई, चेन्नई, दिल्ली, कोलकाता, पुणे, हैदराबाद और बेंगलुरु में उपनगरीय यातायात के लिए किया जाता है। 31 मार्च 2012 को इन कोचों की संख्या 7,793 थी। उनके पास द्वितीय श्रेणी और प्रथम श्रेणी के बैठने की जगह है।

31 मार्च 2012 को यात्री कोचों की संख्या 46,722 थी। अन्य कोचों (सामान कोच, पार्सल वैन, गार्ड के कोच, मेल कोच, आदि) की संख्या 31 मार्च 2012 को 6,560 थी।

परिवहन (Freight)

भारतीय रेलवे अपने राजस्व का लगभग 70% माल ढुलाई से कमाता है (2011-12 में माल ढुलाई से 686.2 अरब रुपये और यात्रियों से 304.6 अरब रुपये)। इसका अधिकांश मुनाफा माल ढुलाई से आता है, और यह यात्री यातायात पर होने वाले नुकसान की भरपाई करता है। यह जानबूझकर अपने यात्री किराए को कम रखता है और घाटे वाले यात्री यातायात को लाभ कमाने वाले माल यातायात के साथ क्रॉस-सब्सिडी देता है।

1990 के दशक के बाद से, भारतीय रेलवे ने सिंगल-वैगन कंसाइनमेंट बंद कर दिया है और केवल फुल रेक फ्रेट ट्रेन प्रदान करता है

वैगन प्रकार (Wagon types)

वैगन प्रकार में शामिल हैं (Wagon types include):

- BOXNHL
- BOBYN
- BCN
- BCNHL

तकनीकी जानकारी (Technical details)

ट्रैक और गेज (Track and gauge)

भारतीय रेलवे चार गेज का उपयोग करता है, 1,676 मिमी (5 फीट 6 इंच) ब्रॉड गेज जो 1,435 मिमी (4 फीट 8 1?2 इंच) मानक गेज से चौड़ा है; 1,000 मिमी (3 फीट 3 3?8 इंच) मीटर गेज; और दो संकीर्ण गेज, 762 मिमी (2 फीट 6 इंच) और 610 मिमी (2 फीट)। ट्रैक सेक्शनों को 75 से 160 किमी/घंटा (47 से 99 मील प्रति घंटे) की गति के लिए रेट किया गया है।

भारतीय रेलवे द्वारा उपयोग किए जाने वाले ट्रैक की कुल लंबाई लगभग 115,000 किमी (71,000 मील) है जबकि नेटवर्क की कुल रूट लंबाई 65,000 किमी (40,000 मील) है। 31 मार्च 2014 को लगभग 24,891 किमी (15,467 मील) या मार्ग-किलोमीटर का 38% विद्तीकरण किया गया था।

नैरो गेज ट्रेन राजिम, छत्तीसगढ़ में

भारतीय गेज भारतीय रेलवे द्वारा उपयोग किया जाने वाला प्रमुख गेज है।

ब्रॉड गेज भारतीय रेलवे द्वारा उपयोग किया जाने वाला प्रमुख गेज है। भारतीय ब्रॉड गेज -1,676 मिमी (5 फीट 6 इंच) - 105,000 किमी (65,000 मील) ट्रैक लंबाई (सभी गेज की पूरी ट्रैक लंबाई का 91%) और 56,000 किमी (35,000 मील) के साथ भारत में सबसे व्यापक रूप से इस्तेमाल किया जाने वाला गेज है। रूट-किलोमीटर (सभी गेज के पूरे रूट-किलोमीटर का 86%)।

कम यातायात वाले कुछ क्षेत्रों में, मीटर गेज (1,000 मिमी (3 फीट 3 3?8 इंच)) सामान्य है, हालांकि सभी ट्रैक को ब्रॉड गेज में बदलने के लिए यूनिगेज परियोजना प्रगति पर है। मीटर गेज में लगभग 8,000 किमी (5,000 मील) ट्रैक की लंबाई (सभी गेजों की संपूर्ण ट्रैक लंबाई का 7%) और 7,000 किमी (4,300 मील) मार्ग-किलोमीटर (सभी गेजों के पूरे मार्ग-किलोमीटर का 10%) है।

नैरो गेज कुछ मार्गों पर मौजूद हैं, जो पहाड़ी इलाकों में हैं और कुछ पूर्ववर्ती निजी रेलवे (on cost considerations) में हैं, जिन्हें आमतौर पर ब्रॉड गेज में बदलना मुश्किल होता है। नैरो गेज में 2,000 रूट-किलोमीटर होते हैं। कालका-शिमला रेलवे, कांगड़ा घाटी रेलवे और दार्जिलिंग हिमालयन रेलवे तीन उल्लेखनीय पहाड़ी लाइनें हैं जो नैरो गेज का उपयोग करती हैं, लेकिन नीलगिरी माउंटेन रेलवे एक मीटर गेज ट्रैक है। [31] इन चार रेल लाइनों को यूनीगेज परियोजना के तहत परिवर्तित नहीं किया जाएगा।

जनसंख्या घनत्व के साथ भारतीय रेलवे नेटवर्क का मानचित्र

कुल रूट-किलोमीटर में ब्रॉड गेज का हिस्सा लगातार बढ़ रहा है, जो 1951 में 47% (25,258 रूट-किमी) से बढ़कर 2012 में 86% हो गया है, जबकि मीटर गेज का हिस्सा 45% (24,185 रूट-किमी) से कम हो गया है। इसी अवधि में 10% और नैरो गेज की हिस्सेदारी 8% से घटकर 3% हो गई है। भारतीय रेलवे का लगभग 24,891 मार्ग-किमी विधुतीकरण है।

स्लीपर (टाई) प्रीस्ट्रेस्ड कंक्रीट, या स्टील या कास्ट आयरन पोस्ट से बने होते हैं, हालांकि टीक स्लीपर अभी भी कुछ पुरानी लाइनों पर उपयोग में हैं। प्रीस्ट्रेस्ड कंक्रीट स्लीपर आज व्यापक उपयोग में है। कंक्रीट स्लीपरों के आगमन से पहले मेटल स्लीपरों का बड़े पैमाने पर उपयोग किया जाता था। भारतीय रेलवे ट्रैक तापमान की सीमा के आधार पर देश को चार क्षेत्रों में विभाजित करता है। तापमान में सर्वाधिक परिवर्तन राजस्थान में होता है।

अनुसंधान और विकास (Research and development)

भारतीय रेलवे के पास अनुसंधान डिजाइन और मानक संगठन (RDSO) के रूप में जाना जाने वाला एक पूर्ण संगठन है, जो सभी अनुसंधान, डिजाइन और मानकीकरण कार्यों के लिए लखनऊ में स्थित है।

अगस्त 2013 में, भारतीय रेलवे ने भारतीय प्रौद्योगिकी संस्थान (मद्रास) के साथ साझेदारी में प्रवेश किया ताकि कोचों में प्रकाश और एयर कंडीशनिंग के लिए सौर ऊर्जा का दोहन करने के लिए प्रौद्योगिकी विकसित की जा सके। इससे भारतीय रेलवे के लिए जीवाश्म ईंधन पर निर्भरता काफी कम हो जाएगी।

हाल ही में इसने राजधानी एक्सप्रेस ट्रेनों में बेहतर ऑटोमेटेड फायर अलार्म

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

रैंक	ट्रैन	विवरण
1	दुरंतो एक्सप्रेस	ये 2009 में पहली बार शुरू की गई नॉन-स्टॉप (तकनीकी हॉल्ट को छोड़कर) पॉइंट टू पॉइंट सेवाएं हैं। वे भारत के महानगरों और प्रमुख राज्यों की राजधानियों को जोड़ती हैं और राजधानी एक्सप्रेस से तेज़ हैं। वे फर्स्ट AC, टू-टियर AC और थ्री-टियर AC आवास प्रदान करते हैं। उनमें से कुछ स्लीपर क्लास आवास प्रदान करते हैं।
2	राजधानी एक्सप्रेस	ये वातानुकूलित ट्रेनें हैं जो प्रमुख शहरों को नई दिल्ली से जोड़ती हैं। उनकी उच्च प्राथमिकता है और 130 किमी / घंटा (82 मील प्रति घंटे) की औसत गति से यात्रा करने वाली भारत की सबसे तेज़ ट्रेनों में से एक है। उनके कुछ ही स्टॉप हैं। 2014 के रेल बजट में, यह प्रस्तावित किया गया था कि राजधानी एक्सप्रेस और शताब्दी एक्सप्रेस की गति को 200 किमी / घंटा तक बढ़ाया जाएगा।
3	AC एक्सप्रेस	ये पूरी तरह से वातानुकूलित ट्रेनें हैं जो देश के प्रमुख शहरों को जोड़ती हैं। इनकी उच्च प्राथमिकता है और यह भारत की सबसे तेज़ ट्रेनों में से एक है, जो लगभग 130 किमी/घंटा (82 मील प्रति घंटे) की गति से यात्रा करती है। उनके कुछ ही स्टॉप हैं।
4	डबल डेकर एक्सप्रेस	ये पूरी तरह से वातानुकूलित दो मंजिल एक्सप्रेस ट्रेनें हैं। उनकी उच्च प्राथमिकता है और उन्हें भारत की तेज ट्रेनों में माना जाता है
5	शताब्दी एक्सप्रेस	शताब्दी ट्रेनें दिन के समय यात्रा के लिए वातानुकूलित इंटरसिटी ट्रेनें हैं। उनके पास सीटें और कार्यकारी वर्ग की सीटें हैं। उनमें से कुछ में 3-टियर AC बर्थ हैं। ये भारत की सबसे तेज़ ट्रेन हैं, जो लगभग 130-160 किमी/घंटा की गति से यात्रा करती हैं।
6	युवा एक्सप्रेस	देश के युवाओं को वातानुकूलित यात्रा प्रदान करने के लिए इन ट्रेनों को दुरंतो एक्सप्रेस ट्रेनों के साथ शुरू किया गया था। इन ट्रेनों की 60 प्रतिशत सीटें 18 से 45 वर्ष की आयु के यात्रियों के लिए आरक्षित थीं। इन ट्रेनों को ज्यादा सफलता नहीं मिली। आज ये ट्रेनें केवल दिल्ली-हावड़ा और दिल्ली-मुंबई रूट पर चलती हैं।
7	गरीब रथ	सीटों वाली वातानुकूलित नो-फ्रिल ट्रेनें = और 3-टियर इकोनॉमी AC बर्थ। अधिकतम गति 130 किमी/घंटा है।
8	जन शताब्दी एक्सप्रेस	जन शताब्दी एक्सप्रेस शताब्दी एक्सप्रेस की अधिक किफायती किस्म है, जिसमें AC और गैर AC दोनों तरह की कक्षाएं हैं। अधिकतम गति 130 किमी/घंटा है।
9	संपर्क क्रांति एक्सप्रेस	ये ट्रेनों की श्रृंखला हैं जो राष्ट्रीय राजधानी दिल्ली को सुपर फास्ट एक्सप्रेस जैसी कनेक्टिविटी प्रदान करती हैं। सुपर एक्सप्रेस/मेल की तुलना में इन ट्रेनों की प्राथमिकता अधिक होती है।
10	इंटरसिटी सुपरफास्ट एक्सप्रेस/मेल	ये ऐसी ट्रेनें हैं जो 100-120 किमी/घंटा (60-75 मील प्रति घंटे) से अधिक गति से यात्रा करती हैं। इन ट्रेनों के टिकटों पर अतिरिक्त सुपरफास्ट अधिभार लगता है।
11	कवि गुरु एक्सप्रेस	इन ट्रेनों को रवींद्र नाथ टैगोर के सम्मान में शुरू किया गया था। वर्तमान में इनमें से चार जोड़ी ट्रेनें भारतीय रेलवे नेटवर्क में संचालित होती हैं।
12	विवेक एक्सप्रेस	इन ट्रेनों को 2013 में स्वामी विवेकानंद की 150वीं जयंती के उपलक्ष्य में शुरू किया गया था। वर्तमान में देश में चार जोड़ी विवेक एक्सप्रेस चलती हैं।
13	एक्सप्रेस	ये भारत में सबसे आम प्रकार की ट्रेनें हैं। उनके सुपर-फास्ट समकक्षों की तुलना में अधिक स्टॉप हैं, लेकिन वे अपेक्षाकृत महत्वपूर्ण मध्यवर्ती स्टेशनों पर ही रुकते हैं।
14	पैसेंजर और फ़ास्ट पैसेंजर	ये धीमी ट्रेनें हैं जो मार्ग के अधिकांश या हर स्टेशन पर रुकती हैं और सबसे सस्ती ट्रेनें हैं। ट्रेनों में आमतौर पर अनारक्षित बैठने की जगह होती है लेकिन कुछ रात की ट्रेनों में स्लीपर और 3 टियर AC डिब्बे होते हैं। ये भी लगभग 40-80 किमी प्रति घंटे की यात्रा करते हैं।
15	उपनगरीय ट्रेनें	ये ट्रेनें मुंबई, दिल्ली, कोलकाता, चेन्नई, हैदराबाद, अहमदाबाद, पुणे और कानपुर और लखनऊ के बीच शहरी क्षेत्रों में संचालित होती हैं, आमतौर पर सभी स्टेशनों पर रुकती हैं और इनमें अनारक्षित बैठने की जगह होती है।
16	मेट्रो	इन ट्रेनों को सिटी ट्रांसपोर्ट के लिए डिजाइन किया गया है। भारतीय रेलवे ने कोलकाता शहर के लिए कोलकाता मेट्रो का निर्माण किया।
17	पर्यटक ट्रेनें	भारतीय रेलवे पैलेस ऑन व्हील्स, महाराजा एक्सप्रेस, द गोल्डन चेरियट, रॉयल राजस्थान ऑन व्हील्स आदि जैसी शानदार पर्यटक ट्रेनें भी संचालित करती है। फेयरी क्वीन ने पर्यटकों को भी आकर्षित किया है क्योंकि यह दिल्ली से अलवल तक शानदार ट्रेन चलाने वाला सबसे पुराना स्टीम इंजन है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

सिस्टम का विकास और परीक्षण किया। यह सिस्टम अब सभी नियमित ट्रेनों के एसी कोच में लागू होगा।

निकटवर्ती देशों के लिए रेलवे लिंक (Railway links to adjacent countries)

यह भी देखें: भारत में रेल परिवहन § अंतर्राष्ट्रीय संपर्क

मौजूदा रेल संपर्क (Existing rail links):

- नेपाल - ब्रेक-ऑफ-गेज - यूनी-गेज परियोजना के तहत गेज परिवर्तन
- पाकिस्तान - वैसा ही ब्रॉड गेज है। कराची के लिए थार एक्सप्रेस और लाहौर, पाकिस्तान से अमृतसर (अटारी) के लिए अधिक प्रसिद्ध समझौता एक्सप्रेस अंतरराष्ट्रीय ट्रेन।
- "बांग्लादेश - वैसा ही ब्रॉड गेज है। ढाका और कोलकाता के बीच मैत्री एक्सप्रेस अप्रैल 2008 में भारत में सिंघाबाद और पेट्रापोल से बांग्लादेश में रोहनपुर और बेनापोल तक मालगाड़ी सेवा के अलावा, गेदे-दर्शन मार्ग का उपयोग करते हुए शुरू हुई थी। अगरतला, भारत और अखौरा उपजिला, बांग्लादेश के बीच एक दूसरे यात्री लिंक को सितंबर 2011 में बांग्लादेश और भारत सरकार द्वारा अनुमोदित किया गया था। [34]

निर्माणाधीन / प्रस्तावित लिंक (Under construction / Proposed links):

- भूटान - निर्माणाधीन रेलवे - समान गेज
- म्यांमार - मणिपुर से म्यांमार (निर्माणाधीन)
- वियतनाम - 9 अप्रैल 2010 को, भारत के पूर्व केंद्रीय मंत्री शशि थरूर ने घोषणा की कि केंद्र सरकार म्यांमार के माध्यम से मणिपुर से वियतनाम तक एक रेल लिंक पर विचार कर रही है।
- थाईलैंड - संभव है अगर बर्मा रेलवे का पुनर्निर्माण किया जाए।

यात्री सेवाओं के प्रकार (Types of passenger services)

ट्रेनों को उनकी औसत गति से वर्गीकृत किया जाता है। एक तेज़ ट्रेन में धीमी गति की तुलना में कम स्टॉप ("हॉल्ट") होते हैं और आमतौर पर टेबल 7 में लंबी दूरी की यात्रा को पूरा करती है।

आवास वर्ग (Accommodation classes)

शताब्दी एक्सप्रेस में वातानुकूलित चेयर कार (CC) कोच।

मुख्य लेख (Main article): भारतीय रेलवे कोचिंग स्टॉक

भारतीय रेलवे में एयरकंडिशनिंग के साथ या उसके बिना यात्रा की कई श्रेणियां हैं। एक ट्रेन में यात्रा की सिर्फ एक या कई श्रेणियां हो सकती हैं। धीमी पैसेंजर ट्रेनों में केवल अनारक्षित सीटिंग क्लास होती है जबकि राजधानी, दुरंतो, शताब्दी, गरीब रथ और युवा ट्रेनों में केवल वातानुकूलित क्लास होती हैं। अनारक्षित बैठने की श्रेणी सबसे सस्ती होने के साथ सभी वर्गों के लिए किराया अलग है। राजधानी, दुरंतो और शताब्दी ट्रेनों के किराए में ट्रेन में परोसा जाने वाला खाना शामिल है लेकिन अन्य ट्रेनों के किराए में वह खाना शामिल नहीं है जिसे अलग से खरीदना पड़ता है। लंबी दूरी की ट्रेनों में आमतौर पर पेंट्री कार शामिल होती है और खाना बर्थ या सीट पर ही परोसा जाता है। पैलेस ऑन व्हील्स जैसी लक्ज़री ट्रेनों में अलग डाइनिंग कार होती है लेकिन इन ट्रेनों की कीमत एक पाँच सितारा होटल के कमरे जितनी या उससे अधिक होती है।

एक मानक यात्री रेक में आम तौर पर चार अनारक्षित (जिन्हें "सामान्य" भी कहा जाता है) डिब्बे होते हैं, दो आगे और दो अंत में होते हैं, जिनमें से एक विशेष रूप से महिलाओं के लिए हो सकता है। अन्य कोचों की सही संख्या मांग और मार्ग के अनुसार बदलती रहती है। एक लगेज कंपार्टमेंट आगे या पीछे भी मौजूद हो सकता है। कुछ मेल ट्रेनों में एक अलग मेल कोच जुड़ा होता है। शौचालय सांप्रदायिक हैं और इनमें भारतीय शैली के साथ-साथ पश्चिमी शैली दोनों हैं।

निम्न टेबल 8 संचालन में कक्षाओं को सूचीबद्ध करती है। एक ट्रेन में ये सभी कक्षाएं नहीं हो सकती हैं।

यहाँ देखा मुंबई राजधानी एक्सप्रेस है। राजधानी नई दिल्ली के साथ प्रमुख राज्यों की राजधानियों को जोड़ने वाली लंबी दूरी की उच्च गति और उच्च प्राथमिकता वाली ट्रेनें हैं।

यहाँ सिकंदराबाद यशवंतपुर गरीब-रथ एक्सप्रेस दिखाई दे रही है। गरीब-रथ कम लागत वाली A/C ट्रेनें हैं

राजधानी एक्सप्रेस में प्रथम श्रेणी (1A) के डिब्बे का आंतरिक भाग

एक जन शताब्दी एक्सप्रेस में एक वातानुकूलित चेयर कार कोच (CC) का इंटीरियर।

दक्षिण एक्सप्रेस के 3-टियर AC कम्पार्टमेंट के अंदर

एक विशिष्ट स्लीपर क्लास कोचट्रेन के पिछले हिस्से में एक विशेष डिब्बा होता है जिसे गार्ड के केबिन के रूप में जाना जाता है। यह एक ट्रांसीवर के साथ लगाया जाता है और जहां गार्ड आमतौर पर ट्रेन के प्रस्थान से पहले सभी स्पष्ट संकेत देता है।

यूनेस्को विश्व धरोहर स्थल (UNESCO World Heritage Sites)

भारतीय रेलवे पर दो यूनेस्को विश्व धरोहर स्थल हैं। - छत्रपति शिवाजी टर्मिनस [40] और भारत के पर्वतीय रेलवे। उत्तरार्द्ध में भारत के विभिन्न हिस्सों में स्थित तीन अलग-अलग रेलवे लाइनें हैं।

पश्चिम बंगाल में दार्जिलिंग हिमालयन रेलवे पर एक तंग लूप (Agony Point)।

- दार्जिलिंग हिमालयन रेलवे, पश्चिम बंगाल में एक नैरो गेज रेलवे।
- नीलगिरी माउंटेन रेलवे, तमिलनाडु में नीलगिरी पहाड़ियों में 1,000 मिमी (3 फीट 3 3?8 इंच) मीटर गेज रेलवे।
- कालका-शिमला रेलवे, हिमाचल प्रदेश में शिवालिक पहाड़ों में एक नैरो गेज रेलवे। 2003 में रेलवे को गिनीज बुक ऑफ वर्ल्ड रिकॉर्ड्स में 96 किलोमीटर की जगह में ऊंचाई में सबसे तेज वृद्धि की पेशकश के लिए चित्रित किया गया था।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

Class	विवरण
1A	**First class AC:** यह सबसे महंगी श्रेणी है, जहां का किराया लगभग हवाई किराए के बराबर होता है। पूरे AC फर्स्ट क्लास कोच में आठ केबिन (दो कूप सहित) और आधे AC फर्स्ट क्लास कोच में तीन केबिन ((including one coupe) होते हैं। कोच में यात्रियों की मदद के लिए एक अटेंडेंट होता है। IR में किराए के साथ बिस्तर शामिल है। यह वातानुकूलित कोच केवल लोकप्रिय मार्गों पर मौजूद है और 18 यात्रियों (पूर्ण कोच) या 10 यात्रियों (आधा कोच) को ले जा सकता है।स्लीपर बर्थ बेहद चौड़े और विशाल हैं। कोच कालीन से ढके हुए हैं, सोने के लिए जगह है और personal coupes जैसी गोपनीयता सुविधाएँ हैं। यह श्रेणी ब्रॉड गेज और मीटर गेज ट्रेनों में उपलब्ध है।
2A	**AC-Two tier:** इन वातानुकूलित कोचों में आठ bays में स्लीपिंग बर्थ हैं। बर्थ आमतौर पर छह के बे में दो स्तरों में व्यवस्थित होते हैं, कोच की चौड़ाई में चार और कॉरिडोर के दूसरी तरफ लॉन्गवे पर दो बर्थ होते हैं, जिसमें गैंगवे या कॉरिडोर के साथ पर्दे होते हैं। बिस्तर किराए के साथ शामिल है। एक ब्रॉडगेज कोच में 48 यात्री (पूर्ण कोच) या 20 यात्री (आधा कोच) हो सकते हैं। यह श्रेणी ब्रॉड गेज और मीटर गेज ट्रेनों में उपलब्ध है।
FC	**First class:** 1AC के समान लेकिन एयर कंडीशनिंग के बिना। इस कक्षा में कोई बिस्तर उपलब्ध नहीं है। बर्थ चौड़े और विशाल हैं। यात्रियों की मदद के लिए एक कोच अटेंडेंट होता है। अधिकांश ट्रेनों में इस श्रेणी को चरणबद्ध तरीके से हटा दिया गया है और यह दुर्लभ है। हालाँकि हिल स्टेशनों के लिए नैरो गेज ट्रेनों में यह श्रेणी होती है।
3A	**AC three tier:** 64 स्लीपिंग बर्थ वाले वातानुकूलित कोच। बर्थ को आमतौर पर 2AC की तरह व्यवस्थित किया जाता है, लेकिन चौड़ाई में तीन स्तरों के साथ और आठ के आठ बे देने से पहले दो लंबे रास्ते होते हैं। वे थोड़े कम अच्छी तरह से नियुक्त हैं, आमतौर पर कोई रीडिंग लाइट या गैंगवे पर पर्दा नहीं होता है। बिस्तर किराए के साथ शामिल है। इसमें ब्रॉड गेज में 64 यात्री होते हैं। यह वर्ग केवल ब्रॉड गेज पर उपलब्ध है।
3E	**AC three tier (Economy):** गरीब रथ ट्रेनों में स्लीपिंग बर्थ के साथ वातानुकूलित कोच। बर्थ आमतौर पर 3AC की तरह व्यवस्थित होते हैं, लेकिन चौड़ाई में तीन स्तरों और तीन लंबे रास्तों के साथ। वे थोड़े कम अच्छी तरह से नियुक्त हैं, आमतौर पर कोई रीडिंग लाइट या गैंगवे से पर्दा नहीं है। बिस्तर किराए के साथ शामिल नहीं है
CC	**AC chair car:** शहरों के बीच दिन की यात्रा के लिए एक पंक्ति में कुल पांच सीटों वाला एक वातानुकूलित सीटर कोच।
EC	**Executive class chair car:** बड़ी विशाल सीटों और लेगरूम के साथ एक वातानुकूलित कोच। इसमें शहरों के बीच दिन की यात्रा के लिए उपयोग की जाने वाली कुल चार सीटें हैं। इस श्रेणी की यात्रा केवल शताब्दी एक्सप्रेस ट्रेनों में उपलब्ध है।
SL	**Sleeper class:** स्लीपर क्लास IR पर सबसे आम कोच है, और आमतौर पर दस या अधिक कोच जोड़े जा सकते हैं। ये नियमित रूप से सोने वाले कोच होते हैं जिनमें तीन बर्थ लंबवत रूप से खड़ी होती हैं। ब्रॉड गेज में, इसमें प्रति कोच 72 यात्री होते हैं।
2S	**Sleeper class:** स्लीपर क्लास IR पर सबसे आम कोच है, और आमतौर पर दस या अधिक कोच जोड़े जा सकते हैं। ये नियमित रूप से सोने वाले कोच होते हैं जिनमें तीन बर्थ लंबवत रूप से खड़ी होती हैं। ब्रॉड गेज में, इसमें प्रति कोच 72 यात्री होते हैं।
UR	**Unreserved:** सबसे सस्ता आवास पुराने कोचों में आमतौर पर प्रेस की हुई लकड़ी से सीटें बनाई जाती हैं लेकिन नए कोचों में कुशन वाली सीटें पाई जाती हैं। इन कोचों में आमतौर पर अधिक भीड़ होती है और सीट की गारंटी नहीं होती है। टिकट 24 घंटे से अधिक की न्यूनतम यात्रा के लिए अग्रिम रूप से जारी किए जाते हैं। टिकट खरीदने के 24 घंटे के भीतर जारी किए गए टिकट उसी रूट की किसी भी ट्रेन में मान्य होते हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

उल्लेखनीय ट्रेनें (Notable trains)

पर्यटक ट्रेनें (Tourist trains)

- पैलेस ऑन व्हील्स राजस्थान में पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए एक विशेष रूप से डिजाइन की गई लक्ज़री पर्यटक ट्रेन सेवा है, जिसे अक्सर स्टीम लोकोमोटिव द्वारा खींचा जाता है। ट्रेन का 7 रातों और 8 दिनों का यात्रा कार्यक्रम है, यह नई दिल्ली (दिन 1) से प्रस्थान करती है, और जयपुर (दिन 2), सवाई माधोपुर और चित्तौड़गढ़ (दिन 3), उदयपुर (दिन 4), जैसलमेर (दिन 5) को कवर करती है। जोधपुर (दिन 6), भरतपुर और आगरा (दिन 7), दिल्ली लौटें (दिन 8)।
- रॉयल राजस्थान ऑन व्हील्स एक लक्ज़री टूरिस्ट ट्रेन सेवा है जो राजस्थान के विभिन्न पर्यटन स्थलों को कवर करती है। यह ट्रेन पर्यटकों को राजस्थान में 7-दिन/8-रात के भ्रमण पर ले जाती है। ट्रेन नई दिल्ली के सफदरजंग रेलवे स्टेशन (दिन 1) से शुरू होती है, और जोधपुर (दिन 2), उदयपुर और चित्तौड़गढ़ (दिन 3), रणथंभौर राष्ट्रीय उद्यान और जयपुर (दिन 4), खजुराहो (दिन 5), वाराणसी और में रुकती है। सारनाथ (दिन 6), आगरा (दिन 7) और वापस दिल्ली (दिन 8)।
- महाराजा एक्सप्रेस IRCTC द्वारा संचालित एक लक्जरी ट्रेन उत्तर-पश्चिम और मध्य भारत में 12 से अधिक गंतव्यों को कवर करते हुए पांच सर्किटों पर चलती है, जो मुख्य रूप से अक्टूबर से अप्रैल के महीनों के बीच राजस्थान के आसपास केंद्रित है।
- डेक्कन ओडिसी लक्ज़री टूरिस्ट ट्रेन सेवा महाराष्ट्र और गोवा के विभिन्न पर्यटन स्थलों को कवर करती है। 7 रातों / 8 दिनों का दौरा मुंबई (दिन 1) से शुरू होता है और इसमें जयगढ़ किला, गणपतिपुले और रत्नागिरी (दिन 2), सिंधुदुर्ग, तारकरली और सावंतवाड़ी (दिन 3), गोवा (दिन 4), कोल्हापुर और पुणे (दिन 5) शामिल हैं। , औरंगाबाद और एलोरा की गुफाएँ (दिन 6), अजंता की गुफाएँ और नासिक (दिन 7), और वापस मुंबई (दिन 8)।
- गोल्डन चैरियट लक्ज़री ट्रेन दो सर्किट प्राइड ऑफ़ द साउथ और स्प्लेंडर ऑफ़ द साउथ पर चलती है। [48]
- महापरिनिर्वाण एक्सप्रेस एक वातानुकूलित ट्रेन सेवा जिसे बौद्ध सर्किट ट्रेन के रूप में भी जाना जाता है जो बौद्ध तीर्थयात्रियों को आकर्षित करने के लिए आईआरसीटीसी द्वारा चलाई जाती है। 7 रातों/8 दिनों का टूर नई दिल्ली (पहला दिन) से शुरू होता है और बोधगया (दूसरे दिन), राजगीर और नालंदा (तीसरे दिन), वाराणसी और सारनाथ (चौथे दिन), कुशीनगर और लुंबिनी (पांचवें और छठे दिन) को कवर करता है। श्रावस्ती (दिन 7), ताजमहल (आगरा) (दिन 8) (दिन 8) पर नई दिल्ली लौटने से पहले।

अन्य ट्रेनें (Other trains)

- समझौता एक्सप्रेस एक ऐसी ट्रेन है जो भारत और पाकिस्तान के बीच चलती है। हालांकि, 2001 में दोनों देशों के बीच शत्रुता के कारण लाइन को बंद कर दिया गया था। 2004 में शत्रुता कम होने पर इसे फिर से खोल दिया गया था। खोखरापार (पाकिस्तान) और मुनाबाओ (भारत) को जोड़ने वाली एक और ट्रेन थार एक्सप्रेस है जिसने 18 फरवरी 2006 को परिचालन फिर से शुरू किया; 1965 के भारत-पाक युद्ध के बाद इसे पहले बंद कर दिया गया था।
- लाइफलाइन एक्सप्रेस एक विशेष ट्रेन है जिसे लोकप्रिय रूप से "हॉस्पिटल-ऑन-व्हील्स" के रूप में जाना जाता है जो ग्रामीण क्षेत्रों में स्वास्थ्य सेवा प्रदान करती है। इस ट्रेन में एक गाड़ी है जो एक ऑपरेटिंग रूम के रूप में कार्य करती है, दूसरी एक स्टोररूम के रूप में कार्य करती है और एक अतिरिक्त दो जो रोगी वार्ड के रूप में कार्य करती है। ट्रेन देश भर में यात्रा करती है, कहीं और जाने से पहले लगभग दो महीने तक एक स्थान पर रहती है।

पंबन रेलवे ब्रिज का एक दृश्य जो रामेश्वरम को मुख्य भूमि से जोड़ता है

- फेयरी क्वीन आज दुनिया का सबसे पुराना ऑपरेटिंग लोकोमोटिव है, हालांकि यह केवल दिल्ली और अलवर के बीच विशेष के लिए संचालित होता है। जॉन बुल, फेयरी क्वीन से भी पुराना लोकोमोटिव है, जो 1981 में अपनी 150वीं वर्षगांठ के उपलक्ष्य में चलाया गया था। गोरखपुर रेलवे स्टेशन को 4,483 फीट (1,366 मीटर) पर दुनिया का सबसे लंबा रेलवे प्लेटफॉर्म होने का गौरव भी प्राप्त है। दार्जिलिंग टॉय ट्रेन मार्ग के साथ घूम स्टेशन दुनिया का दूसरा सबसे ऊंचा रेलवे स्टेशन है जहां भाप इंजन द्वारा पहुंचा जा सकता है। [50] मुंबई-पुणे डेक्कन क्वीन के पास IR में सबसे पुरानी रनिंग डाइनिंग कार है।
- विवेक एक्सप्रेस, डिब्रूगढ़ और कन्याकुमारी के बीच, भारतीय रेलवे नेटवर्क पर दूरी और समय के मामले में सबसे लंबी चलती है। यह लगभग 82 घंटे और 30 मिनट में 4,286 किमी (2,663 मील) की दूरी तय करती है।
- भोपाल शताब्दी एक्सप्रेस आज भारत की सबसे तेज ट्रेन है जिसकी फरीदाबाद-आगरा खंड पर अधिकतम गति 160 किमी/घंटा (99 मील प्रति घंटा) है। टेस्ट रन के दौरान 2000 में किसी भी ट्रेन द्वारा प्राप्त की गई सबसे तेज गति 184 किमी/घंटा (114 मील प्रति घंटा) है।
- भारत में डबल डेकर AC ट्रेनें शुरू की गई हैं। पहली डबल डेकर ट्रेन पुणे-मुंबई सिंहगढ़ एक्सप्रेस थी जो पुणे और मुंबई के बीच चलती थी, जबकि भारतीय रेलवे में पहली डबल डेकर AC ट्रेन नवंबर 2010 में शुरू की गई थी, जो धनबाद और हावड़ा स्टेशनों के बीच 10 कोच और 2 पावर कार के साथ चलती थी। 16 अप्रैल 2013 को, भारतीय रेलवे ने एक दिन में 23 मिलियन यात्रियों के परिवहन के साथ अपनी 160 साल की राष्ट्रव्यापी कनेक्टिविटी का जश्न मनाया।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

भारतीय सड़क नेटवर्क (Indian road network)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **विभिन्न राष्ट्रीय राजमार्गों के बारे में जानें।**

भारतीय सड़क नेटवर्क में प्रमुख राजमार्ग (Major highways in indian road network)

भारतीय के पास 2013 में 4,689,842 किलोमीटर (2,914,133 मील) से अधिक का सड़क नेटवर्क है, जो दुनिया का दूसरा सबसे बड़ा सड़क नेटवर्क है। प्रति वर्ग किलोमीटर भूमि पर 0.66 किमी सड़कों पर, भारत के सड़क नेटवर्क का मात्रात्मक घनत्व संयुक्त राज्य अमेरिका (0.65) के समान है और चीन (0.16) या ब्राजील (0.20) की तुलना में कहीं अधिक है। हालाँकि, गुणात्मक रूप से भारत की सड़कें आधुनिक राजमार्गों और संकरी, कच्ची सड़कों का मिश्रण हैं और इनमें सुधार किया जा रहा है। 2011 तक, 54 प्रतिशत लगभग 2.53 मिलियन किलोमीटर - भारतीय सड़कों को पक्का किया गया था।

अपनी बड़ी आबादी के लिए समायोजित, भारत में प्रति 1000 लोगों पर 3.8 किलोमीटर से भी कम सड़कें हैं, जिसमें इसकी सभी पक्की और कच्ची सड़कें शामिल हैं। गुणवत्ता के मामले में, सभी मौसम, 4 या अधिक लेन वाले राजमार्ग, भारत में 2010 तक प्रति 1000 लोगों पर 0.07 किलोमीटर से कम राजमार्ग हैं। ये दुनिया में सबसे कम सड़क और राजमार्ग घनत्व हैं। संदर्भ के लिए, संयुक्त राज्य अमेरिका में प्रति 1000 लोगों पर 21 किलोमीटर सड़कें हैं। जबकि फ्रांस प्रति 1000 लोगों पर लगभग 15 किलोमीटर मुख्य रूप से पक्का और दोनों ही मामलों में उच्च गुणवत्ता वाला है। सभी सीज़न 4 या अधिक लेन वाले राजमार्गों के संदर्भ में, संयुक्त राज्य अमेरिका और फ्रांस जैसे विकसित देशों में प्रति 1000 लोगों पर राजमार्ग घनत्व है जो कि भारत से 15 गुना अधिक है।

भारत ने अतीत में अपने सड़क नेटवर्क के निर्माण या रखरखाव के लिए पर्याप्त संसाधन आवंटित नहीं किए थे। यह 1995 से बदल गया है, वर्तमान में देश के सड़क बुनियादी ढांचे के आधुनिकीकरण के लिए बड़े प्रयास चल रहे हैं।

NH 76: भारत के हाल ही में पूर्ण किए गए 4-लेन वाले स्वर्णिम चतुर्भुज राजमार्ग नेटवर्क का हिस्सा है।

NH 75: 7000 किलोमीटर तक फैले भारत के NS-EW कॉरिडोर हाईवे नेटवर्क का हिस्सा है।

अक्टूबर 2014 तक, भारत ने अपने कई प्रमुख विनिर्माण केंद्रों, वाणिज्यिक और सांस्कृतिक केंद्रों को जोड़ने वाले 23,000 किलोमीटर से अधिक हाल ही में निर्मित 4 या 6-लेन राजमार्गों को पूरा किया और उपयोग में लाया। इनिडा में नए राजमार्ग निर्माण की दर 1999 के बाद तेज हुई, लेकिन हाल के वर्षों में धीमी हो गई है। नीतिगत देरी और नियामक ब्लॉकों ने 2013 में राजमार्ग निर्माण पुरस्कारों की दर को घटाकर केवल 500 किलोमीटर की नई सड़क परियोजनाएं कर दी। प्रमुख परियोजनाओं को राष्ट्रीय राजमार्ग विभाग परियोजना के तहत कार्यान्वित किया जा रहा है। एक सरकारी पहल निजी बिल्डर्स और राजमार्ग संचालक भी प्रमुख परियोजनाओं को लागू कर रहे हैं - उदाहरण के लिए, दिल्ली और आगरा के बीच यमुना एक्सप्रेसवे को समय से पहले और बजट के भीतर पूरा किया गया था, जबकि 2006 में शुरू हुआ KMP एक्सप्रेसवे बजट से काफी पीछे और अधूरा है।

गोल्डमैन सैक्स के 2009 के अनुमान के अनुसार, भारत को अपनी आर्थिक जरूरतों को पूरा करने के लिए 2020 से पहले बुनियादी ढांचा परियोजनाओं पर 1.7 ट्रिलियन अमेरिकी डॉलर का निवेश करने की आवश्यकता होगी, जिसका एक हिस्सा भारत के सड़क नेटवर्क को उन्नत करने में होगा। भारत सरकार सड़क परियोजनाओं में विदेशी निवेश को बढ़ावा देने का प्रयास कर रही है। भारतीय सड़क नेटवर्क निर्माण में विदेशी भागीदारी ने मलेशिया के साथ 45 अंतरराष्ट्रीय ठेकेदारों और 40 डिजाइन/इंजीनियरिंग सलाहकारों को आकर्षित किया है। दक्षिण कोरिया, यूनाइटेड किंगडम और संयुक्त राज्य अमेरिका सबसे बड़े खिलाड़ी हैं।

इतिहास (History)

2012 तक प्रति 100,000 लोगों पर लेन किलोमीटर में भारत का राजमार्ग घनत्व मानचित्र जापान के 49 लेन किमी और संयुक्त राज्य अमेरिका के 114 लेन किमी प्रति 100,000 लोगों की तुलना में भारत का औसत 7.7 लेन किमी प्रति 100,000 था। बिहार, उत्तर प्रदेश और पश्चिम बंगाल में भारत में सबसे कम लेन किलोमीटर घनत्व था।

भारतीय उपमहाद्वीप में सड़क विकास का पहला प्रमाण सिंधु घाटी सभ्यता के हड़प्पा और मोहनजोदड़ो के प्राचीन शहरों से लगभग 4000 ईसा पूर्व में खोजा जा सकता है।

प्राचीन भारत के शासक सम्राटों और राजाओं ने शहरों में कई ईंट सड़कों का निर्माण किया था। मध्ययुगीन भारत के सबसे प्रसिद्ध राजमार्गों में से एक ग्रैंड ट्रंक रोड था। 1540 से 1545 तक शेर शाह सूरी द्वारा निर्मित ग्रैंड ट्रंक रोड, बांग्लादेश में ढाका के पास सोनारगाँव में शुरू हुई और आधुनिक पाकिस्तान में पेशावर में समाप्त हुई। भारत में, इसने पटना, वाराणसी, कानपुर, आगरा, दिल्ली, पानीपत, पिपली, अंबाला, राजपुरा, लुधियाना और जालंधर शहरों से गुजरते हुए पूर्व में कोलकाता से लेकर पश्चिम में अमृतसर तक कई महत्वपूर्ण शहरों को जोड़ा।

ग्रैंड ट्रंक रोड - या जीटी रोड - ब्रिटिश साम्राज्य के ब्रिगेडियर जनरल जॉन निकोलसन द्वारा 1857 में दिल्ली में सैकड़ों किलोमीटर की दूरी पर अपने सैनिकों को जल्दी से स्थानांतरित करने के लिए इस्तेमाल की जाने वाली सड़क थी। इस सड़क ने उन्हें 1857 के भारतीय विद्रोह को समाप्त करने वाली लड़ाई का नेतृत्व करने की अनुमति दी।

1947 में अपनी स्वतंत्रता के समय भारत को एक खराब सड़क नेटवर्क बुनियादी ढांचा विरासत में मिला था। इसके अलावा, 1947 और 1988 के बीच, भारत ने कोई नई बड़ी परियोजना नहीं देखी, और सड़कों का रखरखाव खराब था। मुख्य रूप से सभी सड़कें सिंगल लेन थीं, और अधिकांश कच्ची थीं। भारत के पास कोई एक्सप्रेसवे नहीं था, और 200

© WIMI NOT TO BE REPUBLISHED

किलोमीटर से भी कम 4-लेन राजमार्ग थे। 1988 में, भारतीय राष्ट्रीय राजमार्ग प्राधिकरण नामक एक स्वायत्त इकाई भारत में संसद के एक अधिनियम द्वारा स्थापित की गई थी, और 15 जून 1989 को अस्तित्व में आई। अधिनियम ने इस इकाई को राष्ट्रीय राजमार्गों के माध्यम से भारत के सड़क नेटवर्क को विकसित करने, बनाए रखने और प्रबंधित करने का अधिकार दिया। हालाँकि, भले ही प्राधिकरण 1988 में बनाया गया था, तब तक बहुत कुछ नहीं हुआ जब तक कि भारत ने 1990 के दशक की शुरुआत में व्यापक आर्थिक उदारीकरण की शुरुआत नहीं की। 1995 से, प्राधिकरण ने भारत में सड़क नेटवर्क के विकास का निजीकरण किया है, और मई 2014 तक राष्ट्रीय राजमार्गों की 92,851 किलोमीटर से अधिक की राज्यवार लंबाई वितरित की, जिनमें से 22,757 किलोमीटर 4-लेन या 6-लेन आधुनिक राजमार्ग हैं।

अवलोकन (Overview)

गुजरात और राजस्थान के पश्चिमी भारतीय राज्यों के बीच एक राष्ट्रीय राजमार्ग

महाराष्ट्र में सतपुड़ा रेंज के पास चिनावल गांव में ग्रामीण क्षेत्र में एक सड़क

सड़क परिवहन भारत की अर्थव्यवस्था के लिए महत्वपूर्ण है। यह देश के परिवहन क्षेत्र को 2009-2010 में 1 प्रतिशत योगदान देने वाले रेलवे की तुलना में भारत के सकल घरेलू उत्पाद में 4.7 प्रतिशत योगदान करने में सक्षम बनाता है। रेलवे और वायु की तुलना में अंतर-राज्य माल और यात्रियों की आवाजाही में महत्वपूर्ण बाधाओं और अक्षमताओं के बावजूद पिछले कुछ वर्षों में सड़क परिवहन को महत्व नहीं मिला है। भारत सरकार सड़क नेटवर्क को देश के विकास, सामाजिक एकीकरण और देश की सुरक्षा जरूरतों के लिए महत्वपूर्ण मानती है।

भारत का सड़क नेटवर्क 65 प्रतिशत से अधिक माल और लगभग 85 प्रतिशत यात्री यातायात वहन करता है।

भारत की सरकार के संघीय रूप को देखते हुए, भारतीय सड़क नेटवर्क को विभिन्न सरकारी प्राधिकरणों द्वारा प्रशासित किया जाता है। नीचे दी गई टेबल 9 नियामक निकायों का वर्णन करती है।

सड़क वर्गीकरण	प्राधिकरण जिम्मेदार	प्राधिकरण जिम्मेदार
राष्ट्रीय राजमार्ग	सड़क परिवहन और राजमार्ग मंत्रालय (केन्द्रीय सरकार)	92,851
राज्य राजमार्ग	राज्य सरकारें (राज्य के सार्वजनिक कार्य विभाग)	1,63,898
मेजर व अन्य	स्थानीय सरकारें, पंचायतें और नगरपालिकाएंजिला सड़कें	17,05,706
ग्रामीण सड़कें	स्थानीय सरकारें, पंचायतें और नगरपालिकाएं	27,49,805

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

सांख्यिकी (Statistics)

राजस्थान में जयपुर और नई दिल्ली को जोड़ने वाला एक राजमार्ग।

हैदराबाद ORR एक्सप्रेसवे की एक झलक, AP में गाचीबोवली से हैदराबाद हवाई अड्डे की ओर जाते समय।

राजस्थान में घाट की गुनी सुरंग, जयपुर और आगरा को जोड़ने वाला राष्ट्रीय राजमार्ग-11 2013 में यातायात के लिए खोला गया।

सामान्य तौर पर, भारत में सड़कें मुख्य रूप से बिटुमेन आधारित मैकाडैमाइज्ड सड़कें हैं। हालाँकि, कुछ राष्ट्रीय राजमार्गों में पक्की सड़कें भी हैं। कुछ स्थानों में, जैसे कि कानपुर में, ब्रिटिश निर्मित पक्की सड़कें अभी भी उपयोग में हैं। 1990 के दशक से

पहले सीमेंट की कम उपलब्धता के कारण कंक्रीट की सड़कें कम लोकप्रिय थीं। हालांकि, देश में सीमेंट की बड़ी आपूर्ति और कंक्रीट की सड़कों के गुणों के साथ, वे एक बार फिर से लोकप्रियता हासिल कर रहे हैं। कंक्रीट की सड़कें टिकाऊ, मौसम प्रतिरोधी होती हैं और बिटुमिनस सड़कों की तुलना में कम रखरखाव की आवश्यकता होती है। इसके अलावा नई कंक्रीट पेवमेंट तकनीक विकसित हुई है जैसे कूल पेवमेंट, शांत फुटपाथ और पारगम्य फुटपाथ, जिसने इसे और अधिक आकर्षक और पर्यावरण के अनुकूल बना दिया है।

राष्ट्रीय राजमार्ग भारत में सड़क के बुनियादी ढांचे और प्रमुख सड़कों की रीढ़ हैं। वे भारत के अधिकांश माल और यात्री यातायात को ले जाते हैं। राज्य राजमार्ग और प्रमुख जिला सड़कें भारत में द्वितीयक और परस्पर जोड़ने वाली सड़कों का निर्माण करती हैं। नीचे क्रमबद्ध टेबल 10 भारत में प्रति राज्य या केंद्र शासित प्रदेश में राष्ट्रीय राजमार्ग घनत्व को सूचीबद्ध करती है। संदर्भ और तुलना के लिए शामिल कई विकसित अर्थव्यवस्थाओं के प्रमुख सड़क घनत्व हैं।

सड़कें (Roads)

एक्सप्रेसवेज (Expressways)

मुंबई पुणे एक्सप्रेस (Mumbai pune expressway)

एक्सप्रेसवे 2013 तक भारत के सड़क नेटवर्क का लगभग 1,208 किमी (751 मील) हिस्सा बनाते हैं। ये उच्च गति वाली सड़कें चार-लेन या छह-

टेबल 10

भारत में राष्ट्रीय राजमार्ग, राज्य और केंद्र शासित प्रदेशों द्वारा

राज्य / केंद्र शासित प्रदेश	राष्ट्रीय राजमार्ग लंबाई, किलोमीटर	राष्ट्रीय राजमार्ग प्रति1000 लोग	राष्ट्रीय राजमार्ग संख्याएँ
अंडमान निकोबार द्वीप	300	0.843	223
आंध्र प्रदेश	4,537	0.06	4, 5, 7, 9, 16, 18, 18A, 43, 63, 202, 205, 214, 214A, 219, 221, 222 & 234
अरुणाचल प्रदेश	1,992	1.816	52, 52A, 153, 229, 52B Ext. & 37 Ext.
असम	2,836	0.106	31, 31B, 31C, 36, 37, 37A, 38, 39, 44, 51, 52, 52A, 52B, 53, 54, 61, 62, 151, 152, 153 & 154
बिहार	3,642	0.044	2, 2C, 19, 28, 28A, 28B, 30, 30A, 31,57, 57A, 77, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 98,99, 101, 102, 103,104, 105, 106, 107 & 110
चंडीगढ़	24	0.027	21
छत्तीसगढ	2,184	0.105	6, 12A, 16, 43, 78, 200,202, 216, 217, 111, & 221
दादर और नगर हवेली	0	0	
दमन और दीव	0	0	
दिल्ली	72	0.005	1, 2, 8, 10 & 24
गोवा	269	0.2	4A, 17, 17A & 17B
गुजरात	3,245	0.064	NE-I, 6, 8, 8A, 8B, 8C, 8D, 8E, 14, 15, 59,113 & 228
हरियाणा	1,512	0.072	1, 2, 8, 10, 21A, 22, 64, 65, 71, 71A,72, 73, 73A, 71B & NE-II
हिमाचल प्रदेश	1,409	0.232	1A, 20, 20A, 21, 21A, 22, 70, 72, 72B,88 & 73A
जम्मू और कश्मीर	1,245	0.123	1A, 1B, 1C & 1D
झारखंड	1,805	0.067	2, 6, 23, 31, 32, 33, 75, 78, 80, 98, 99& 100
कर्नाटक	4,396	0.083	4, 4A, 7, 9, 13, 17, 48, 63, 67, 206, 207,209, 212, 218 & 234
केरल	1,457	0.046	17, 47, 47A, 47C, 49, 208, 212, 213,& 220
मध्य प्रदेश	4,670	0.077	3, 7, 12, 12A, 25, 26, 26A, 27, 59,59A, 69, 75, 76, 78, 86 & 92

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

महाराष्ट्र	4,176	0.043	3, 4, 4B, 4C, 6, 7, 8, 9, 13, 16, 17, 50,69, 204, 211 & 222
मणिपुर	959	0.418	39, 53, 150 & 155
मेघालय	810	0.349	40, 44, 51 & 62
मिजोरम	927	1.044	44A, 54, 54A, 54B, 150 &
नगालैंड	494	0.248	36, 39, 61, 150 & 155
ओडिशा	3,704	0.101	5, 5A, 6, 23, 42, 43, 60, 75, 200, 201,203, 203A, 215, 217 & 224
पुदुचेरी	53	0.054	45A & 66
पंजाब	1,557	0.064	1, 1A, 10, 15, 20, 21, 22, 64, 70, 71,72 & 95
राजस्थान	5,585	0.099	3, 8, 11, 11A, 11B, 11C, 12, 14, 15,65, 71B, 76, 79, 79A, 89, 90, 113, 112,114,116, 148D, 458, 758 & 58
सिक्किम	62	0.115	31A
तमिलनाडु	4,832	0.077	4, 5, 7, 7A, 45, 45A, 45B, 45C, 46, 47,47B, 49, 66, 67, 68, 205, 207, 208,209, 210, 219, 220, 226, 226E, 227,230 & 234
त्रिपुरा	400	0.125	44 & 44A
उत्तराखंड	2,042	0.241	58, 72, 72A, 72B,73, 74, 87, 94, 108,109, 123, 119, 121, 87 Ext. & 125
उत्तर प्रदेश	6,774	0.041	2, 2A, 3, 7, 11, 12A, 19, 24, 24A, 24B,,25A, 26, 27, 28, 28B, 28C, 29, 56, 56A,56B, 58, 72A, 73, 74, 75, 76, 86,87, 91, 91A, 92, 93, 96, 97, 119, 231,232, 232A, 233, 235 & NE-II
पश्चिम बंगाल	2,578	0.032	2, 2B, 2B Ext., 6, 31, 31A, 31C, 31D.32,34, 35, 41, 55, 60, 60A, 80,81 & 117
भारत (कुल)	70,548	0.069	
यूएसए (कुल)	351,428	1.4	
कनाडा (कुल)	103,000	3.1	
जापान (कुल)	61,730	0.49	
जर्मनी (कुल)	53,010	0.64	

लेन हैं, जो मुख्य रूप से नियंत्रित हैं। उपयोग में आने वाले एक्सप्रेसवे हैं:

- ग्रेटर नोएडा-आगरा यमुना एक्सप्रेसवे (165 किलोमीटर)
- अहमदाबाद वडोदरा एक्सप्रेसवे (95 किलोमीटर)
- मुंबई-पुणे एक्सप्रेसवे (93 किलोमीटर)
- जयपुर-किशनगढ़ एक्सप्रेसवे (90 किलोमीटर)
- इलाहाबाद बाईपास एक्सप्रेसवे (86 किलोमीटर)

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- दुर्गापुर एक्सप्रेसवे (65 किलोमीटर)
- अंबाला चंडीगढ़ एक्सप्रेसवे (35 किलोमीटर)
- चेन्नई बाईपास एक्सप्रेसवे (32 किलोमीटर)
- दिल्ली-गुड़गांव एक्सप्रेसवे (28 किलोमीटर)
- नोएडा-ग्रेटर नोएडा एक्सप्रेसवे (24 किलोमीटर)
- दिल्ली-नोएडा फ्लाईवे (23 किलोमीटर)
- मुंबई नासिक एक्सप्रेसवे (150 किलोमीटर)
- PVNR हैदराबाद एयरपोर्ट एक्सप्रेसवे (12 किलोमीटर)
- हैदराबाद OOR एक्सप्रेसवे (150 किलोमीटर)
- गुंटूर-विजयवाड़ा बाहरी रिंग रोड एक्सप्रेसवे (46 किलोमीटर) बाहरी रिंग रोड, गुंटूर और विजयवाड़ा
- कोयम्बटूर बाईपास एक्सप्रेसवे (28 किलोमीटर)

9 अगस्त 2012 को, 165 किलोमीटर यमुना एक्सप्रेसवे भारत का सबसे लंबा छह-लेन नियंत्रित-पहुंच खोला गया, जो आगरा और ग्रेटर नोएडा के बीच की समय यात्रा को 4 घंटे से घटाकर सिर्फ 100 मिनट कर देगा।

जबकि कई एक्सप्रेसवे परियोजनाओं की शुरुआत - जैसे कि गंगा एक्सप्रेसवे - मुकदमेबाजी और नौकरशाही प्रक्रियाओं के कारण 3 या अधिक वर्षों के लिए विलंबित हुई है, भारत को उम्मीद है कि निर्माणाधीन परियोजनाओं से 2014 तक 3,530 किलोमीटर का एक्सप्रेसवे आ जाएगा। सरकार ने 2022 तक नए एक्सप्रेसवे का 18,637 किलोमीटर नेटवर्क बिछाने का महत्वाकांक्षी लक्ष्य तैयार किया है।

भारत में मौजूदा अधिकांश एक्सप्रेसवे टोल रोड हैं।

राष्ट्रीय राजमार्ग (National Highways)

मुख्य लेख: राष्ट्रीय राजमार्ग (भारत) (Main article: National Highway (India))

तमिलनाडु, भारत में कोयम्बटूर और सलेम के बीच NH 47 है

प्रमुख बंदरगाहों, राज्यों की राजधानियों, बड़े औद्योगिक और पर्यटन केंद्रों आदि को जोड़ने वाले देश की लंबाई और चौड़ाई में चलने वाले मुख्य राजमार्ग। भारत में राष्ट्रीय राजमार्गों को राजमार्ग संख्या के बाद NH के रूप में नामित किया गया है। भारतीय राष्ट्रीय राजमार्गों को आगे राजमार्ग के कैरिजवे की चौड़ाई के आधार पर वर्गीकृत किया गया है।

मार्च 2012 तक, भारत ने निम्नलिखित नवनिर्मित राजमार्गों को पूरा कर लिया था और उपयोग में लाया था:

- इसके 4-लेन स्वर्णिम चतुर्भुज राजमार्ग के 5,846 किलोमीटर,
- इसके 4-लेन उत्तर-दक्षिण और पूर्व-पश्चिम कॉरिडोर राजमार्ग का 6,310 किलोमीटर,
- 353 किलोमीटर 4-लेन पोर्ट कनेक्टिविटी हाईवे,
- 4,553 किलोमीटर 4-लेन अंतर-राजधानी राजमार्ग,
- 961 किलोमीटर 4-लेन बाईपास और अन्य राष्ट्रीय राजमार्ग।

उपरोक्त 17,700 किलोमीटर के राजमार्ग भारत के अधिकांश प्रमुख विनिर्माण केंद्रों, वाणिज्यिक और सांस्कृतिक शहरों को जोड़ते हैं। [33]

भारतीय राष्ट्रीय राजमार्ग प्राधिकरण (NHAI) इसे सौंपे गए राष्ट्रीय राजमार्गों के विकास, रखरखाव और प्रबंधन के लिए जिम्मेदार प्राधिकरण है। NHAI 5 चरणों में राष्ट्रीय राजमार्ग विकास परियोजना (NHDP) के तहत विकासात्मक गतिविधियाँ चला रहा है। NHAI राष्ट्रीय राजमार्गों पर अन्य परियोजनाओं को लागू करने के लिए और मुख्य रूप से भारत में प्रमुख बंदरगाहों के लिए सड़क संपर्क भी जिम्मेदार है।

जून 2012 तक, भारत के राष्ट्रीय प्रयास के चरण I, II, III और V के तहत पहले ही समाप्त हो चुका है और लगभग 18,000 किलोमीटर 4/6 लेन राजमार्गों का उपयोग किया जा चुका है। देश पूरे भारत में अतिरिक्त 33,441 किलोमीटर 4 से 6 लेन, अंतरराष्ट्रीय गुणवत्ता वाले राजमार्गों के निर्माण की प्रक्रिया में है। इस लक्ष्य में से लगभग 13,700 किलोमीटर आधुनिक राजमार्ग जून 2012 में कार्यान्वयन के अधीन थे, और लगभग 18,000 किलोमीटर राजमार्गों को अनुबंध देने के लिए चिन्हित किया गया है। भारत में सड़क निर्माण दर में हाल के वर्षों में तेजी आई है और 2011 की दूसरी छमाही में औसतन लगभग 11 किलोमीटर प्रति दिन रही है। देश का लक्ष्य 2014 तक हर महीने 600 किलोमीटर आधुनिक सड़कों का निर्माण करना है।

राष्ट्रीय राजमार्ग वर्गीकरण

लेन	लंबाई (किमी)	प्रतिशत
एकल लेन / इंटरमीडिएट लेन	18,350	26%
डबल लेन	36031	51%
फोर लेन/सिक्स लेन/आठ लेन	16,553	23%
कुल	70,934	100%

राज्य राजमार्ग (State Highways)

मुख्य लेख: राज्य राजमार्ग (भारत) (Main article: State Highway (India))

NH 7 - दक्षिण भारत में NSEW कॉरिडोर राजमार्ग का खंड

बांद्रा वर्ली समुद्र लिंक, मुंबई महाराष्ट्र

आंध्र प्रदेश में एक राज्य सड़क

कोलकाता की एक व्यस्त सड़क

भारतीय लोकतंत्र सरकार का एक संघीय रूप है। कानून बनाने और लागू करने की शक्ति, जैसे बुनियादी ढांचे से संबंधित, केंद्र सरकार और राज्य सरकारों के बीच वितरित की जाती है। इस प्रकार, राज्य सरकारों के पास सड़क नेटवर्क और राज्य राजमार्ग बनाने का अधिकार और उत्तरदायित्व है। ऊपर वर्णित राष्ट्रीय राजमार्गों और NHDP कार्यक्रम से स्वतंत्र, कई राज्य सरकारें 2000 से कई राज्य राजमार्ग परियोजनाओं को लागू कर रही हैं। 2010 तक, $1.7 बिलियन की राज्य राजमार्ग परियोजनाएं पूरी हो चुकी थीं, और अतिरिक्त $11.4 बिलियन मूल्य की परियोजनाएं कार्यान्वयन के अधीन थीं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

राज्य और केंद्र शासित प्रदेशों द्वारा भारत के राज्य राजमार्गों में हालिया निवेश

राज्य / केंद्र शासित प्रदेश	नए जोड़े गए राज्य राजमार्ग (1995- 2010), किलोमीटर	कार्यान्वयन के तहत राज्य राजमार्ग (2010 तक), किलोमीटर
अंडमान निकोबार द्वीप		
आंध्र प्रदेश	45	1230
अरुणाचल प्रदेश		
असम		216
बिहार		348
चंडीगढ़		
छत्तीसगढ		271
दादर और नगर हवेली		
दमन दीव		
दिल्ली		
गोवा		
गुजरात		
हरयाणा		
हिमाचल प्रदेश		
जम्मू और कश्मीर		
झारखंड		
कर्नाटक	63	1593
केरल		42
लक्षद्वीप द्वीप समूह		
मध्य प्रदेश	1,673	1070
महाराष्ट्र	426	1820
मणिपुर		
मेघालय		
मिजोरम		
नगालैंड		
ओडिशा		193
पुदुचेरी		
पंजाब		
राजस्थान		
सिक्किम		

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

तमिलनाडु		
त्रिपुरा		
उत्तरांचल		
उत्तर प्रदेश		3358
पश्चिम बंगाल		
भारतीय (राज्य राजमार्ग, हाल ही में जोड़े गए, कुल)	3,979	12,760

ग्रामीण और शहरी सड़कें (Rural and urban roads)

वेल्लयम्बलम - सस्थमंगलम रोड, त्रिवेंद्रम केरल।

ये एक जिले के भीतर महत्वपूर्ण सड़कें हैं जो उत्पादन के क्षेत्रों को बाजारों से जोड़ती हैं और इन्हें एक-दूसरे से या राज्य राजमार्गों और राष्ट्रीय राजमार्गों से जोड़ती हैं। यह तालुका मुख्यालयों और ग्रामीण क्षेत्रों को राज्य के भीतर जिला मुख्यालयों से भी जोड़ता है।

राज्य/UT	सिंगल लेन (किमी)	इंटरमीडिएट लेन (किमी)	डबल लेन (किमी)	मल्टीलेन (किमी)	कुल (किमी)
केरल					18900
तमिलनाडु	4,797	757	1,761	47	7,362

भारत 2000 (37) में शुरू की गई अपनी PMGSY पहल के तहत पक्की सिंगल लेन ग्रामीण सड़कों को जोड़ रहा है, यहां ग्रामीण आंध्र प्रदेश में एक है

पश्चिमी घाट के चाय बागानों के माध्यम से केरल में ग्रामीण सड़क

भारत में ग्रामीण सड़कें भारतीय सड़क नेटवर्क का एक बड़ा हिस्सा बनाती हैं। ये सड़कें खराब स्थिति में हैं, जो ग्रामीण आबादी के जीवन की गुणवत्ता को प्रभावित करती हैं और भारतीय किसान की उपज को फसल के बाद बाजार में स्थानांतरित करने की क्षमता को प्रभावित करती हैं। खराब बुनियादी ढांचे के कारण भारतीय किसानों की 30 प्रतिशत से अधिक फसल कटाई के बाद खराब हो जाती है। कई ग्रामीण सड़कें खराब गुणवत्ता वाली, गड्ढों वाली और भारी कृषि उपकरणों के भार का सामना करने में असमर्थ हैं। ये सड़कें सभी मौसमों से दूर हैं, अच्छी गुणवत्ता वाले 2-लेन या 4-लेन राजमार्ग, आर्थिक संसाधन प्रवाह को धीमा कर रहे हैं, और भारत के विभिन्न हिस्सों के बीच रसद लागत दुनिया में सबसे ज्यादा है।

इन ग्रामीण सड़कों के विकास के लिए, प्रधान मंत्री ग्राम सड़क योजना (या ""Prime Minister Rural Roads Scheme""), दिसंबर 2000 में भारत सरकार द्वारा असंबद्ध ग्रामीण बस्तियों को कनेक्टिविटी प्रदान करने के लिए शुरू की गई थी। इस योजना में कल्पना की गई है कि इन सड़कों का निर्माण और रख-रखाव ग्राम पंचायतों द्वारा किया जाएगा।

भारत के कुछ हिस्सों में, जहां सरकार ने स्थानीय सामाजिक व्यय कार्यक्रम के रूप में इसे सीधे प्रबंधित करने का प्रयास किया है, इस कार्यक्रम के सीमित परिणाम मिले हैं और 10 वर्षों में ग्रामीण सड़क नेटवर्क की गुणवत्ता या मात्रा में कोई स्थायी परिवर्तन नहीं हुआ है।

भारत के अन्य भागों में, प्रधान मंत्री ग्राम सड़क योजना और भारत निर्माण (या बिल्ड इंडिया) नामक एक सिस्टर प्रोग्राम ने ग्रामीण सड़क निर्माण परियोजनाओं का निजीकरण किया है और ठेकेदारों को नियुक्त किया है। इस प्रयास का उद्देश्य भारत के ग्रामीण और दूरदराज के क्षेत्रों को जोड़ने वाली सभी मौसम, सिंगल लेन, पक्की डामर वाली सड़कों का निर्माण करना है। इन परियोजनाओं के लिए धन का एक महत्वपूर्ण हिस्सा विश्व बैंक और एशियाई विकास बैंक से आया है। इसके परिणाम सामने आए हैं, जो नीचे दी गई टेबल में प्रस्तुत किए गए हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

भारत में ग्रामीण सड़क नेटवर्क, 10 वर्षों में रुझान			
	किलोमीटर की द्वूरी पर 2001 में	किलोमीटर मई 2011 तक	किलोमीटर अंडर कंस्ट्रक्शन2011 में
कुल ग्रामीण सड़कें	2.7 million	3.1 million	0.1 million
पक्की, ग्रामीण सड़कों का रखरखाव नहीं	0.5 million		
कच्ची ग्रामीण सड़कें	2.2 million	1.9 million	
पक्की, अनुरक्षित ग्रामीण सड़कें		728,871	53,634
नई ग्रामीण सड़कें		322,900	82,743

झारखंड में एक ग्रामीण सड़क, भारत का एक पूर्वी राज्य (A rural road in jharkhand ,an eastern state of india)

2011 की एक रिपोर्ट में, द इकोनॉमिस्ट ने उल्लेख किया कि ग्रामीण सड़क योजना और महात्मा गांधी राष्ट्रीय ग्रामीण रोजगार गारंटी भारत की सबसे बड़ी एकल कल्याणकारी परियोजना है, जिसकी लागत प्रति वर्ष $8 बिलियन से अधिक है। अकेले, यह भारत में सभी सार्वजनिक व्यय का 3% से अधिक खाता है। रिपोर्ट में दावा किया गया है कि केंद्र सरकार के विभाग के प्रभारी मंत्री जयराम रमेश योजना के असमान, अनियमित कार्यान्वयन की आलोचना करते हैं। वह वस्तुओं के बेकार निर्माण का वर्णन करता है जैसे सड़कें जो जल्दी से उखड़ जाती हैं। परिणाम, कई क्षेत्रों में खर्च की गई भारी रकम से कम हो जाते हैं। स्थानीय ग्रामीणों को उनकी पंचायतों के माध्यम से रोजगार देने के उद्देश्य से दी गई धनराशि ग्रामीण सड़कों की गुणवत्ता में बदलाव नहीं कर रही है, बल्कि फिजूलखर्ची और भ्रष्ट सरकारी अधिकारियों की जेब में जा रही है। सबसे निराशाजनक अनुमान बताते हैं कि आवंटित योजना निधि का दो-तिहाई भाग बर्बाद किया जा रहा है। सितंबर 2011 में मंत्रालय द्वारा प्रकाशित एक समीक्षा में पाया गया कि कुशल तकनीशियन लगभग हर साइट पर उपलब्ध नहीं थे। मशीनरी या ठेकेदारों के उपयोग पर प्रतिबंध लगाने के नियम थे, श्रम आमतौर पर फावड़े से होता है, जिसके परिणामस्वरूप सड़कों, नालों, तालाबों, बांधों और अन्य संपत्तियों का निर्माण बहुत खराब गुणवत्ता का होता है। सरकारी योजना भारत के भयानक ग्रामीण बुनियादी ढांचे में सुधार करने में विफल रही है। ये ग्रामीण सड़कें प्रत्येक मानसून में बह जाती हैं, केवल अगले वर्ष, बुरी तरह से पुनर्निर्माण के लिए।

सड़क मार्ग से यात्रा (Travel By Road)

भारत में 3.32 मिलियन किलोमीटर सड़क नेटवर्क है, जो दुनिया में दूसरा सबसे बड़ा है। सड़कें परिवहन में एक प्रमुख स्थान रखती हैं, क्योंकि वर्तमान अनुमान के अनुसार, वे लगभग 65% माल और 85% यात्री यातायात का वहन करती हैं। सड़कों पर यातायात प्रति वर्ष 7 से 10% की दर से बढ़ रहा है, जबकि पिछले कुछ वर्षों से वाहनों की जनसंख्या वृद्धि 12% प्रति वर्ष के क्रम में है।

यदि आप भारत में नए हैं, यदि आप ड्राइव करना चाहते हैं तो सड़कों के नियमों और विनियमों से खुद को परिचित करना महत्वपूर्ण है। हम सड़क के बायीं ओर ड्राइव करते हैं, और किराये की कारों सहित कारें, राइट हैंड ड्राइव वाहन हैं। सभी दूरियां, गति सीमाएं (और स्पीडोमीटर) किलोमीटर में हैं। सड़क पर वाहन चलाते समय सीट बेल्ट लगाना अनिवार्य है और हाथ में फोन के उपयोग पर प्रतिबंध है।

पेट्रोल (गैस) स्टेशन मुख्य और देश दोनों सड़कों पर स्थित हैं। यह सलाह दी जाती है कि इससे पहले कि वह चेतावनी संकेत देना शुरू करे टैंक को भर दें, क्योंकि कभी-कभी कस्बों के बीच काफी दूरी होती है। भारतीय पेट्रोल स्टेशन स्व-सहायता नहीं हैं। एक सहायक टायर के दबाव, तेल और पानी की जाँच करेगा और कार को भरेगा और यदि आवश्यक हो तो विंडस्क्रीन को साफ करेगा।

रेलवे के बाद भूतल परिवहन भारत में यात्रा का प्रमुख साधन है। शहरों में कार किराए पर लेना एक दृश्यमान विकल्प है, और किराया एक किलोमीटर के आधार पर लिया जाता है। दिल्ली, मुंबई, कोलकाता, चेन्नई और अन्य प्रमुख शहरों में, मीटर वाली टैक्सी, साथ ही लक्ज़री कारें किराए पर आसानी से उपलब्ध हैं। कई रेंट-ए-कार सेवाएं हैं, जिनमें प्रमुख अंतरराष्ट्रीय कंपनियां इन सेवाओं को प्रदान करने के लिए भारतीय फर्मों के साथ गठजोड़ करती हैं। आप पूरे दिन या गंतव्य के लिए कार किराए पर ले सकते हैं।

भारत के राज्य और केंद्र शासित प्रदेश अपने स्वयं के सड़क परिवहन निगम और परिवहन उपक्रम संचालित करते हैं, जो संबंधित राज्य सरकारों की देखरेख में चलते हैं। आमतौर पर, राज्य सड़क परिवहन की बसों में यात्रा करने के लिए टिकट संबंधित बस डिपो में टिकट काउंटरों पर प्राप्त करना होता है। हालाँकि, कई राज्य सड़क परिवहन निगमों की अपनी वेबसाइटें हैं, जो नागरिकों को बस अनुसूची, बस किराए, बस मार्गों आदि के बारे में जानकारी प्रदान करती हैं और उनमें से कुछ राज्य सड़क परिवहन के बारे में अधिक जानकारी के लिए ऑनलाइन टिकट बुक करने की सुविधा भी प्रदान करती हैं। निगमों और परिवहन उपक्रमों और उनके द्वारा प्रदान की जाने वाली सेवाओं के लिए संबंधित राज्यों और केंद्र शासित प्रदेशों पर क्लिक करें।

सड़क मार्ग से भारत की खोज की संभावनाएं शामिल हैं। यह स्वयं चलाने के लिए या ड्राइवर के साथ उपलब्ध वाहनों के प्रकारों के बारे में बताता है। परिवहन के अन्य साधनों की तुलना में सड़क परिवहन के कई फायदे हैं।

लाभ (Advantages)

कम पूंजी परिव्यय (Less Capital Outlay)

रेलवे और हवाई परिवहन जैसे परिवहन के अन्य साधनों की तुलना में सड़क परिवहन में बहुत कम पूंजी निवेश की आवश्यकता होती है। सड़कों के संचालन और रखरखाव की लागत रेलवे की तुलना में सस्ती है। सड़कों का निर्माण आम तौर पर सरकार और स्थानीय अधिकारियों द्वारा किया जाता है और सड़कों के उपयोग के लिए केवल एक छोटा सा राजस्व वसूल किया जाता है।

डोर टू डोर सेवाएं (Door to Door Services)

सड़क परिवहन का उत्कृष्ट लाभ यह है कि यह घर-घर या गोदाम से गोदाम सेवा प्रदान करता है। इससे ढुलाई, लदान और उतराई का खर्च कम हो जाता है।

ग्रामीण क्षेत्रों में सेवा (Service in Rural Areas)

सड़क परिवहन खाद्य पदार्थों और लोगों को ग्रामीण क्षेत्रों से लाने और ले जाने के लिए सबसे उपयुक्त है, जिन्हें रेल, जल या हवाई परिवहन द्वारा सेवा नहीं दी जाती है। बड़े शहरों और छोटे गाँवों के बीच वस्तुओं का आदान-प्रदान सड़क परिवहन के माध्यम से ही संभव हो पाता है।

फ्लेक्सिबल सेवा (Flexible service)

अपनी लचीली सेवा के लिए परिवहन के अन्य साधनों की तुलना में सड़क परिवहन का एक बड़ा लाभ है, इसके मार्गों और समय को समायोजित किया जा सकता है और बिना किसी असुविधा के व्यक्तिगत आवश्यकताओं में बदला जा सकता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

कम दूरी के लिए उपयुक्त (Suitable for Short Distance)

यह कम दूरी पर सामान और लोगों को ले जाने के लिए अधिक किफायती और तेज है। मध्यवर्ती लोडिंग और हैंडलिंग के कारण माल के पारगमन में देरी से बचा जाता है। माल को सीधे सड़क वाहन में लोड किया जा सकता है और सीधे उनके गंतव्य स्थान तक पहुँचाया जा सकता है।

पारगमन में कम जोखिम क्षति (Lesser Risk Damage in Transit)

चूंकि मध्यवर्ती लोडिंग और हैंडलिंग से बचा जाता है, इसलिए पारगमन में माल की क्षति, टूट-फूट आदि का जोखिम कम होता है। इस प्रकार, सड़क परिवहन चिनवेयर और कांच के सामान जैसे नाजुक सामानों के परिवहन के लिए सबसे उपयुक्त है, जो लोडिंग और अनलोडिंग की प्रक्रिया में क्षतिग्रस्त होने की संभावना है।

पैकिंग लागत में बचत (Saving in Packing Cost)

परिवहन के अन्य साधनों की तुलना में मोटर परिवहन में पैकिंग की प्रक्रिया कम जटिल होती है। मोटर परिवहन द्वारा ले जाए जाने वाले माल को कई मामलों में कम पैकिंग या पैकिंग नहीं करने की आवश्यकता होती है।

तीव्र गति (Rapid Speed)

यदि माल तुरंत या जल्दी भेजा जाना है, तो रेल या जल परिवहन की तुलना में मोटर परिवहन अधिक अनुकूल है। जल परिवहन बहुत धीमा है। रेलवे और जल परिवहन के मामले में माल की बुकिंग और माल की डिलीवरी लेने में भी काफी समय बर्बाद होता है।

कम कीमत (Less Cost)

सड़क परिवहन के लिए न केवल कम प्रारंभिक पूंजी निवेश की आवश्यकता होती है, संचालन और रखरखाव की लागत भी तुलनात्मक रूप से कम होती है। भले ही मोटर परिवहन द्वारा वसूल की जाने वाली दर रेलवे की तुलना में थोड़ी अधिक हो, मोटर परिवहन द्वारा माल परिवहन की वास्तविक प्रभावी लागत कम होती है। वास्तविक लागत कम है क्योंकि मोटर परिवहन पैकिंग लागत और मध्यवर्ती लोडिंग अनलोडिंग और हैंडलिंग शुल्कों के खर्चों में बचत करता है।

निजी स्वामित्व वाले वाहन (Private Owned Vehicles)

सड़क परिवहन का एक अन्य लाभ यह है कि बड़े व्यवसायी अपने स्वयं के मोटर वाहन खरीद सकते हैं और बिना किसी देरी के अपने उत्पादों के विपणन के लिए अपनी स्वयं की सड़क सेवाएं शुरू कर सकते हैं।

परिवहन के अन्य साधनों के लिए फीडर (Feeder to other Modes of Transport)

माल की आवाजाही शुरू होती है और अंत में सड़कों का उपयोग करके समाप्त होती है। सड़क और मोटर परिवहन, परिवहन के अन्य साधनों जैसे रेलवे, जहाज और वायुमार्ग के लिए फीडर के रूप में कार्य करते हैं।

नुकसान (Disadvantages)

विभिन्न खूबियों के बावजूद, सड़क/मोटर की कुछ गंभीर सीमाएँ हैं (In spite of various merits, road/motor has some serious limitations)

मौसमी प्रकृति (Seasonal Nature)

मोटर परिवहन रेल परिवहन की तरह विश्वसनीय नहीं है। बरसात या बाढ़ के मौसम में, सड़कें उपयोग के लिए अनुपयुक्त और असुरक्षित हो जाती हैं।

दुर्घटनाएं और टूटना (Accidents and Breakdowns)

मोटर परिवहन के मामले में दुर्घटनाओं और टूटने की संभावना अधिक होती है। इस प्रकार, मोटर परिवहन रेल परिवहन जितना सुरक्षित नहीं है।

लंबी दूरी और भारी यातायात के लिए अनुपयुक्त (Unsuitable for Long Distance and Bulky Traffic)

लंबी दूरी पर सस्ते और भारी सामान के परिवहन के लिए परिवहन का यह तरीका अनुपयुक्त और महंगा है।

धीमी रफ्तार (Slow Speed)

मोटर परिवहन की गति तुलनात्मक रूप से धीमी और सीमित है।

संगठन की कमी (Lack of Organisation)

सड़क परिवहन तुलनात्मक रूप से कम व्यवस्थित है। अधिक बार, यह अनियमित और कमज़ोर होता है। परिवहन के लिए प्रभारित दरें भी अस्थिर और असमान हैं।

भारत का परिवहन सुप्रीम: रेडियो कैब/टैक्सी एक सार्वजनिक परिवहन वाहन है जो रेडियो संकेतों के माध्यम से संचालित होता है। जब भी ग्राहक रेडियो टैक्सी के हेल्पलाइन नंबर पर कॉल करता है, तो ऑपरेटर निकटतम टैक्सी का पता लगाने के लिए रेडियो सिग्नल के माध्यम से ड्राइवर से संपर्क करता है। टैक्सी निर्दिष्ट स्थान पर समय पर पहुँच जाती है। यह आधुनिक तकनीक का उपयोग करता है और समय पर प्रेषण करता है। रोजगार पाने के लिए चालक के पास बैज होना चाहिए और पुलिस विभाग द्वारा पृष्ठभूमि सत्यापन पूरा होना चाहिए। पर्यटन विभाग द्वारा टैक्सी चालकों के लिए यह एक पूर्व आवश्यकता है। सभी टैक्सियां बेहतर ट्रैकिंग और अतिथि की सुरक्षा सुनिश्चित करने के लिए जीपीएस उपकरण से अच्छी तरह से जुड़ी हुई हैं।

पर्यटन में सड़कें क्यों उपयोगी हैं (Why roads are useful in tourism)

पर्यटक खिलनमर्ग (कश्मीर में), श्रीरंगपट्टनम (विशेष रूप से टीपू सुल्तान का किला), पुरी के समुद्र तट, प्रसिद्ध चिल्का झील, डलहौजी, कोणार्क में सूर्य मंदिर, कच्छ के रण जैसे दूर और दूर स्थित स्थानों तक नहीं पहुंच सकते हैं। सिक्किम जैसे उत्तर-पूर्वी राज्य, राजस्थान के विभिन्न महल और किले (जैसे कोटा और बूंदी में) और ऐसे अन्य स्थान जो रेल या हवाई मार्गों से नहीं जुड़े हैं। इस प्रकार, वे टैक्सियों, वातानुकूलित कोचों और साधारण बसों द्वारा ऐसे स्थानों की यात्रा करना सुविधाजनक समझते हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

इसके अलावा, सड़क परिवहन प्रस्थान कार्यक्रम में लचीलापन प्रदान करता है। यात्री अपने गंतव्य के रास्ते में भी आराम कर सकते हैं; कई सड़क किनारे मोटल और पर्यटक परिसर इस संदर्भ में उनकी सबसे बुनियादी जरूरतों को पूरा करते हैं। पर्यटक गाँवों, लोकप्रिय मज़ेदार पार्कों, रिसॉर्ट्स और प्राकृतिक स्थलों के वातावरण और सुंदरता का आनंद ले सकते हैं जो राजमार्गों और छोटी कनेक्टिंग सड़कों के किनारे स्थित हैं। इस प्रकार, उन्हें समग्रता में भारत की एक झलक मिलती है और भारत के ग्रामीण हृदयस्थल की वास्तविक सुंदरता को आत्मसात करने के पर्याप्त अवसर हैं। इस प्रकार पर्यटन प्रशासन की भाषा में पर्यटकों (सड़कों से जाने वाले) को होने वाले लाभ इस प्रकार हैं:-

- ग्रामीण इलाकों को देखने के अवसर।
- उन स्टॉप्स पर स्थानीय लोगों के साथ बातचीत करना जहां बसें/टैक्सियां/डिब्बे थोड़े समय के लिए रुकते हैं; विदेशी ग्रामीणों और स्थानीय लोगों के साथ बातचीत करने के लिए बहुत उत्सुक हैं; पर्यटकों को उनके प्रतिष्ठित पर्यटन स्थलों के लिए रवाना होने से पहले ऐसे स्थानों पर छोड़ने के लिए होटलों से उठाया जा सकता है।
- हवाई और रेल नेटवर्क से जोड़ने की सुविधा; पर्यटक रेल या हवाई मार्ग से अधिकांश दूरी तय कर सकते हैं और फिर टैक्सी या कोच द्वारा प्रतिष्ठित पर्यटन स्थल तक जा सकते हैं।
- यात्रियों की सुरक्षा आजकल एक प्रमुख मुद्दा है। सड़क दुर्घटनाएं घातक नहीं होती हैं लेकिन हवाई दुर्घटना की स्थिति में पर्यटकों के पास बचने का कोई मौका नहीं होता है। कोच या टैक्सी के दुर्घटनाग्रस्त होने पर अन्य यात्रियों और राहगीरों द्वारा प्राथमिक उपचार और सहायता दी जा सकती है।। समुद्र और हवा की दुर्घटना के मामलों में, जीवन रक्षक उपकरण या चिकित्सा सहायता प्रदान करने की संभावना न्यूनतम होती है।

यदि टूर ऑपरेटर अपने ग्राहकों (पर्यटकों) के परिवहन के लिए सड़कों का उपयोग करते हैं तो उन्हें निम्नलिखित लाभ प्राप्त होते हैं (Tour operators enjoy the following benefits, if they use roads for transporting their clients (tourists)):

- कम परिचालन लागत (Low operational costs)
- वाहनों की कम लागत (Low costs of vehicles)
- त्वरित और लचीला प्रस्थान कार्यक्रम (departure schedule) और इसलिए, अधिक कैश-काउंटर बिक्री।
- भारत के सभी प्रमुख राजमार्गों पर ईंधन और सेवा/मरम्मत सुविधाओं की उपलब्धता।
- कुशल प्रबंधन; एक वातानुकूलित कोच में 60-70 पर्यटकों के समूह को संभालने के लिए केवल एक ड्राइवर, एक टूर गाइड और एक सहायक/कंडक्टर की आवश्यकता होती है।
- वैकल्पिक वाहन का उपयोग करने की संभावना, यदि निर्दिष्ट वाहन खराब है; यह सुविधा रेल, वायु और समुद्र/नदी परिवहन प्रणालियों में उपलब्ध नहीं है।
- पर्यावरण के अनुकूल CNG इंजनों की मदद से कोचों को चलाने की संभावना; यह ईको टूरिज्म के क्षेत्र में एक नया अध्याय खोल सकता है।
- अपने अंतिम गंतव्य के मार्ग में पर्यटकों द्वारा क्षेत्र का व्यापक कवरेज; टूर गाइड उन्हें ये सभी स्थान (गंतव्य के रास्ते में) दिखाते हैं, जिसमें पर्यटक रुचि दिखा सकते हैं। इससे नए पर्यटन स्थलों की पहचान और विकास होगा।
- घरेलू पर्यटकों को उनके मूल स्थानों/क्षेत्रों तक लाने और ले जाने के उद्देश्य से सामान्य परिवहन गतिविधियों के साथ पर्यटन गतिविधियों को जोड़ना।

सड़कों का वर्गीकरण (Classification of roads)

भारत में मुख्य रूप से 6 प्रकार की सड़कें हैं, जो इस प्रकार हैं (There are 6 major types of roads in India, as follows):

राष्ट्रीय राजमार्ग (National highways)

ये ऐसी सड़कें हैं जो भारत के विभिन्न राज्यों को एक दूसरे से जोड़ती हैं। इनमें से कई में दो-दो लेन हैं लेकिन इनमें से अधिकांश में नहीं है। भारतीय राष्ट्रीय राजमार्ग प्राधिकरण (एनएचAI) इन राजमार्गों के निर्माण और रखरखाव के लिए जिम्मेदार है। राष्ट्रीय राजमार्गों की लंबाई 58,112 किमी है। भारत के राष्ट्रीय राजमार्ग कुल सड़क लंबाई का 2 प्रतिशत हैं और भारत के कुल सड़क यातायात का लगभग 40 प्रतिशत वहन करते हैं। NH1 जैसे कुछ राजमार्गों का निर्माण विदेशी फर्मों द्वारा किया गया है। भारत में 176 राष्ट्रीय राजमार्ग हैं। राष्ट्रीय राजमार्ग संख्या 7 (वाराणसी से कन्याकुमारी तक) भारत का सबसे लंबा राष्ट्रीय राजमार्ग है; इसकी लंबाई 2,369 किमी है। राष्ट्रीय राजमार्ग संख्या 47A (विलिंगटन द्वीप से कोचीन बाईपास तक) भारत का सबसे छोटा राष्ट्रीय राजमार्ग है; इसकी लंबाई 6 किमी है।

पर्यटक डिब्बों द्वारा लंबी दूरी की उच्च गति यात्रा संभव नहीं है; यात्रा की थकान प्रमुख कारण है कि पर्यटक इतनी दूरियों के लिए सड़क मार्ग से यात्रा करना पसंद नहीं करते। ध्यान दें कि यात्री केवल छोटी और मध्यम दूरी के लिए सतही परिवहन को प्राथमिकता देते हैं। लंबी दूरी तय करने के लिए ये रेलवे या हवाई जहाज को प्राथमिकता देते हैं। जब भी ये उपलब्ध हों, विदेशी पर्यटक यात्रा करने के लिए विमान को प्राथमिकता देते हैं।

सरकार ने 14 नए राष्ट्रीय राजमार्गों का निर्माण किया है। यह प्रत्येक राजमार्ग की संख्या, उसकी लंबाई और राज्य (राज्यों) के नाम देता है जिससे होकर गुजरता है।

वर्तमान में, भारत में 5 एक्सप्रेस हाईवे हैं। ये इस प्रकार हैं (Currently, India has 5 express highways. These are as follows):

- वेस्टर्न एक्सप्रेस हाईवे।
- ईस्टर्न एक्सप्रेस हाईवे।
- कोलकाता और दमदम के बीच राजमार्ग।
- सुकिंदा माइंस और पारादीप के बीच राजमार्ग।
- दुर्गापुर और कोलकाता के बीच राजमार्ग।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

11 मार्च, 1997 को, राज्य सभा ने ध्वनिमत से राष्ट्रीय राजमार्ग संशोधन अधिनियम (1997) पारित किया। यह संशोधन राष्ट्रीय राजमार्ग अध्यादेश (1956) के खंड 9 के माध्यम से प्रभावी किया गया था, इस प्रकार, केंद्र सरकार के पास देश में राष्ट्रीय राजमार्गों के विकास के लिए भूमि अधिग्रहण करने का अधिकार है।

NHAI

इस मोड़ पर, हमें भारतीय राष्ट्रीय राजमार्ग प्राधिकरण (NHAI) द्वारा किए गए बहुमूल्य योगदान का भी उल्लेख करना चाहिए। इसे भारतीय राष्ट्रीय राजमार्ग प्राधिकरण अधिनियम (1989) के तहत स्थापित किया गया था। इसने फरवरी, 1995 में अपना संचालन शुरू किया। प्रारंभ में, इसे ऐसी परियोजनाओं (राष्ट्रीय राजमार्ग के कार्यान्वयन से संबंधित) को लागू करने का कार्य दिया गया था, जो विदेशों/संगठनों द्वारा वित्त पोषित की जा रही थीं। बाद में, इसे राष्ट्रीय राजमार्ग विकास परियोजना (NHDP) को लागू करने के लिए जोड़ा गया। इस परियोजना में 13,146 किलोमीटर राष्ट्रीय राजमार्गों की लंबाई में 4/6 लेन बनाना शामिल है। यह परियोजना दिसंबर, 2007 तक पूरी हो जाएगी। इसकी कुल लागत 54,000 करोड़ रुपये (1999 की कीमतों पर) होगी।

इस पूरी लंबाई के दो भाग हैं, जो इस प्रकार हैं (This entire length has two parts, as follows):

- स्वर्णिम चतुर्भुज, जो दिल्ली, मुंबई, चेन्नई और कलकत्ता के चार महानगरीय शहरों को जोड़ता है; इस परियोजना की कुल लंबाई 5,846 किलोमीटर है। यह दिसंबर, 2003 तक पूरा हो जाएगा।
- उत्तर-दक्षिण और पूर्व-पश्चिम गलियारे, जो श्रीनगर को कन्याकुमारी और सिलचर को कोचीन से जोड़ेंगे; इस परियोजना में कुल 7,300 किमी की लंबाई शामिल थी। यह दिसंबर, 2007 तक पूरा हो जाएगा।
- **Sub voce:** ध्यान दें कि NHAI नए राष्ट्रीय राजमार्गों के निर्माण और पुराने को बनाए रखने के लिए जिम्मेदार है। यह संघ सरकार का एक अंग है।

पोर्ट कनेक्टिविटी प्रोग्राम के तहत, भारत के विभिन्न बंदरगाहों को जोड़ने वाली 400 किमी सड़कों में 4 लेन बनाने का प्रस्ताव है। NHAI इस परियोजना का क्रियान्वयन कर रहा है। इस परियोजना द्वारा जोड़े जाने वाले बंदरगाह हैं- पारादीप, हल्दिया, विशाखापत्तनम, चेन्नई, एन्नोर, कोचीन, तूतीकोरिन, न्यू मैंगलोर, मर्मगाव, जे.एल. नेहरू पोर्ट ट्रस्ट और कांडला।

राष्ट्रीय राजमार्गों की सवारी गुणवत्ता कार्यक्रम के तहत लगभग 22,000 किलोमीटर राष्ट्रीय राजमार्गों में सुधार किया गया है। अगले 2 वर्षों में राष्ट्रीय राजमार्गों की शेष लंबाई के संबंध में यह कार्यक्रम लागू किया जाएगा।

सुपर राष्ट्रीय राजमार्ग (Super national highways)

भूतल परिवहन मंत्रालय (भारत सरकार) देश में सुपर राष्ट्रीय राजमार्ग बनाने की योजना बना रहा है। इन राजमार्गों की कुल लंबाई 14,000 किलोमीटर होगी। ये सुपर नेशनल हाईवे देश के प्रमुख समुद्री बंदरगाहों को महत्वपूर्ण शहरों से जोड़ेंगे। इन राजमार्गों का निर्माण बिल्ड ऑपरेट ट्रांसफर (BOT) प्रणाली के आधार पर किया जाएगा और इस परियोजना में निजी क्षेत्र को शामिल किया जाएगा। भारत सरकार को इन सुपर, राष्ट्रीय राजमार्गों के निर्माण के लिए 22 व्यवहार्यता रिपोर्ट प्राप्त हुई हैं। इन राजमार्गों के निर्माण की कुल लागत 1,50,000 करोड़ रुपये होने की संभावना है। वर्तमान में, सरकार को 22 रिपोर्ट में से 10 व्यवहार्यता रिपोर्ट विदेशी फर्मों से प्राप्त हुई हैं, जैसा कि पहले बताया गया है।

राज्य राजमार्ग (State highways)

ये राजमार्ग वे सड़कें हैं जो किसी राज्य से होकर गुजरती हैं और उस राज्य के महत्वपूर्ण शहरों और कस्बों को जोड़ती हैं। इनका प्रबंधन उन राज्यों की सरकारों द्वारा किया जाता है, जिनसे होकर ये गुजरते हैं। भारत के राज्य राजमार्गों की स्थिति अच्छी नहीं है। इनमें से कई में टूटे हुए पैच और गंदे बरम हैं। रोहतक, हिसार और सिरसा जैसे शहरों को जोड़ने वाली हरियाणा की सड़कें बदहाल हैं। हालांकि, केरल और तमिलनाडु की सड़कें बेहतर स्थिति में हैं, खासकर वे जो महत्वपूर्ण पर्यटन स्थलों की ओर ले जाती हैं। जम्मू-श्रीनगर राजमार्ग वास्तव में एक राष्ट्रीय राजमार्ग है। इसी प्रकार कालका-शिमला राजमार्ग भी एक राष्ट्रीय राजमार्ग है। कई सड़कें राजस्थान, गुजरात, बिहार, पश्चिम बंगाल राज्यों के अंदर तक जाती हैं और यथोचित अच्छी स्थिति में हैं। लेकिन इनमें सुधार किया जा सकता है, विशेष रूप से वे जो सभी प्रकार के पर्यटकों को किलों, महलों और दूरस्थ स्थित पर्यटन स्थलों तक ले जाते हैं।

राज्य राजमार्गों की स्थिति संबंधित राज्यों की सरकारों के ध्यान देने योग्य है। इन सरकारों ने केवल महत्वपूर्ण पर्यटन स्थलों को जोड़ने के लिए अच्छी सड़कें प्रदान की हैं। लेकिन अन्य छोटी सड़कें उपेक्षित हैं। संसाधन की कमी मुख्य मुद्दा है। इसके अलावा, सड़कों की मरम्मत और नई सड़कों के निर्माण के लिए बड़ी संख्या में कार्यरत कर्मचारियों और सड़क इंजीनियरों की आवश्यकता होती है। मथुरा रोड, नई दिल्ली में स्थित केंद्रीय सड़क अनुसंधान संस्थान (CRRI) सड़क अनुसंधान से संबंधित गतिविधियों का संचालन करता है। इसकी विशेषज्ञता का उपयोग भारत के विभिन्न राज्यों में सड़कों के निर्माण और रखरखाव के लिए किया जा रहा है।

गांव की सड़कें (Village roads)

इन सड़कों की चौड़ाई 6-10 फुट से अधिक नहीं है। ये एक राज्य के गांवों को जोड़ते हैं। ये भी जर्जर स्थिति में हैं। किसान, ग्रामीण और कुछ ही पर्यटक इनका उपयोग करते हैं। कई पर्यटक भारत के ग्रामीण इलाकों, विशेष रूप से केरल के बैकवाटर (जैसे अल्लेप्पी), राजस्थान के दूर स्थित क्षेत्रों (जैसे कालीबंगन और जैसलमेर) और मध्य प्रदेश (जैसे मांडू और ओरछा) की यात्रा करना पसंद करते हैं। कुछ राज्यों में, इन महत्वपूर्ण पर्यटन केंद्रों को जोड़ने वाली चौड़ी पक्की सड़कें प्रदान की गई हैं। हालाँकि, गाँव की सड़कों पर संबंधित राज्यों को ध्यान देने की ज़रूरत है, अगर उनकी सरकारें अपने संबंधित क्षेत्रों में पर्यटकों के आगमन को बढ़ाने की इच्छुक हैं।

सीमा सड़कें (Border roads)

इन सड़कों का निर्माण अंतरराष्ट्रीय सीमा के साथ या उसके पास किया जाता है। इनका निर्माण और रखरखाव सीमा सड़क संगठन द्वारा किया जाता है। इसका मुख्यालय नरैना के पास, इनर रिंग रोड, नई दिल्ली पर स्थित है। यह मई, 1960 में स्थापित किया गया था। मार्च, 2002 तक, इसने 30,028

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

किलोमीटर निर्माण कार्य पूरा किया है, 35,577 किलोमीटर सड़कों का निर्माण किया है, 2,668 करोड़ रुपये के स्थायी कार्यों को निष्पादित किया है और 18,004 रनिंग मीटर की कुल लंबाई के पुलों का निर्माण किया है। इसने म्यांमार में 160 किलोमीटर लंबी सड़क भी पूरी की है।

सीमा सड़क नेटवर्क मुख्य रूप से सशस्त्र बलों द्वारा उपयोग किया जाता है और सुरक्षा कारणों से नागरिकों द्वारा इसका उपयोग नहीं किया जाता है। इसलिए, पर्यटकों को इनका बार-बार उपयोग करने की अनुमति नहीं है। श्रीनगर-लेह-कारगिल राजमार्ग इसका एक उदाहरण है। दूसरा उदाहरण उस सड़क का है जो भारत को बांग्लादेश से जोड़ती है। भारत के उत्तर-पूर्वी राज्यों और तिब्बत के आस-पास के क्षेत्रों में सीमा सड़कों का एक बड़ा नेटवर्क है। इसका उपयोग नागरिकों और CRPF, भारतीय सेना और BSF जैसे सुरक्षा बलों द्वारा किया जाता है। इसके अलावा तस्कर, उग्रवादी और आतंकवादी भी इस विशाल नेटवर्क का इस्तेमाल करते हैं। लेकिन सरकार हमेशा इन सड़कों के संवेदनशील क्षेत्रों की निगरानी करके उनकी गतिविधियों पर लगाम लगाने की कोशिश करती है। हाल ही में BSF ने बांग्लादेश से आने-जाने वाले ट्रकों की आवाजाही पर प्रतिबंध लगा दिया था। लेकिन आर्थिक और सामाजिक कारणों से इन सड़कों को सील नहीं किया जा सकता है। आखिरकार; उत्तर प्रदेश के गोरखपुर जिले में भी सीमावर्ती सड़कें हैं। एक राजमार्ग भारत के पर्यटकों को नेपाल की ओर ले जाता है; गोरखपुर से, काठमांडू 100 किमी से थोड़ा अधिक की दूरी पर स्थित है। सीमा पर सड़कें और पर्यटकों को दूसरे देशों में ले जाने वाली सड़कें साफ-सुथरी और बारीक बनी हुई हैं।

कच्ची सड़कें (Kuccha roads)

एक गाँव के भीतर, ऐसी कई सड़कें होती हैं, जिनमें पक्की सतह नहीं होती है। ऐसी सड़कों को 'सड़कें' नहीं कहा जा सकता क्योंकि ये केवल छोटे-छोटे रास्ते हैं, जो गाँवों को उनके खेतों और नलकूपों तक पहुँचने में मदद करते हैं। इसलिए, इन सड़कों को कच्ची सड़कें कहा जाता है। इसके अलावा ऐसी सड़कें कई गांवों को एक दूसरे से जोड़ती भी हैं। इनका उपयोग ग्रामीण आंदोलनों, स्थानीय मेलों और कृषि उत्पादों, बीजों, मवेशियों के चारे, उर्वरकों और कृषि उपकरणों के परिवहन के लिए किया जाता है। पर्यटन की दृष्टि से इनका कोई महत्व नहीं है। हालांकि, स्थानीय पर्यटक और कुछ घरेलू पर्यटक कभी-कभार ही इन सड़कों का उपयोग करते हैं।

जल परिवहन (Water transport)

भारत में, पर्यटकों की आवाजाही को सुविधाजनक बनाने के लिए भूमि के भीतर जलमार्ग विकसित नहीं किए गए हैं। इनका उपयोग केवल एक सीमित सीमा तक, पहाड़ी क्षेत्रों से मैदानी इलाकों में माल और लकड़ी के तख्तों के परिवहन के लिए किया जा रहा है। इस भाग में हम संक्षेप में भारत में जल परिवहन के इतिहास पर चर्चा करेंगे। हम भारत के बंदरगाहों पर भी चर्चा करेंगे, क्योंकि ये दुनिया के समुद्रों/महासागरों के वैश्विक यातायात के केंद्र हैं।

ऐतिहासिक अतीत (Historical past)

प्रागैतिहासिक काल के दौरान, मूल निवासी लकड़ी काटते थे और पानी से पटरे भेजते थे जिन्हें उनके साथियों द्वारा पकड़ लिया जाता था और लकड़ी के उत्पादों और फर्नीचर के उत्पादन के लिए सामग्री के रूप में इस्तेमाल किया जाता था। असम की घाटी और उत्तरांचल के पहाड़ी क्षेत्र इमारती लकड़ी के स्रोत थे। इसके अलावा, कश्मीर घाटी में बारहमासी नदियाँ भी थीं, जो लकड़ी के परिवहन में मनुष्य की मदद करती थीं। लेकिन इन जलमार्गों का उपयोग मनुष्यों के परिवहन के लिए नहीं किया जाता था। गंगा हरिद्वार में विमानों को छूती है। लेकिन यह बहुत गहरा है और इसमें मगरमच्छ सहित विभिन्न प्रकार के जीव हैं। इस प्रकार, कोई भी इस जलमार्ग को वाणिज्यिक नौसंचालन के लिए उपयोग करने का साहस नहीं करता था। हालाँकि, विमानों में, विशेष रूप से वाराणसी (काशी), इलाहाबाद, पटना और कानपुर में, लोगों को गंगा के एक किनारे से दूसरे किनारे तक पहुँचाने के लिए नावों और लकड़ी के बड़े बेड़ों का इस्तेमाल किया जाता था। उस समय पुल नहीं थे। यमुना का उपयोग दिल्ली, आगरा और अन्य शहरों के पास कच्ची नावों में लोगों को ले जाने के लिए भी किया जाता था। ऐसी नावें नदी के अशांत या गहरे पानी से गुजरने के लिए पुरुषों का इस्तेमाल करती थीं। प्राचीन और मध्यकाल में यह नदी बहुत चौड़ी थी, शायद 3 या 4 किमी के पार। ब्यास भी उस समय पूरे प्रवाह में था क्योंकि उस पर कोई बांध निर्माण नहीं था। सतलुज का उपयोग लोगों और सामानों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक ले जाने के लिए किया जाता था, लेकिन इस तरह के उद्देश्य के लिए उपयोग की जाने वाली नावें आदिम थीं।

दक्षिण में, कावेरी, कृष्णा और पेरियार प्रमुख नदियाँ थीं, जो लोगों को उनकी लंबाई के साथ एक स्थान से दूसरे स्थान तक ले जाने के लिए उपयोग की जाती थीं। ये नदियाँ साल भर नौगम्य नहीं रहीं। असम में, शक्तिशाली ब्रह्मपुत्र (लोहित) का उपयोग घाटी में पुरुषों और सामग्रियों के परिवहन के लिए किया जाता था। नर्मदा, चंबल, बेतवा, सोन, गंडक, कोसी, सरयू, चंद्रा, भागा, ताप्ती और कई अन्य नदियाँ मध्यकाल में भी अस्तित्व में थीं। इनका उपयोग स्थानीय और क्षेत्रीय नौसंचालन गतिविधियों में किया गया था।

भारत के तटीय क्षेत्रों का एक अलग इतिहास है। भारत प्राचीन काल में सोने की चिड़िया के रूप में जाना जाता था। कोचीन, सूरत, विशाखापत्तनम, कांडला और जामनगर के बंदरगाह उस समय लोकप्रिय थे, हालांकि वास्तव में इनका निर्माण नहीं किया गया था। बाद में, मुंबई को एक प्रमुख बंदरगाह के रूप में पहचाना गया और व्यापार गतिविधियों के संचालन के लिए ब्रिटिश, डच, फ्रेंच और पुर्तगाली द्वारा इसका इस्तेमाल किया गया। गोवा की खोज वास्को डी गामा ने की थी; मध्यकाल में यह एक प्रमुख बंदरगाह था। सिल्ट कॉटन सामग्री भेजने के लिए भारत के बंदरगाहों का उपयोग किया जाता था।

1894 में, सर चार्ल्स पार्सन्स (इंग्लैंड) ने टरबाइन जहाज का आविष्कार किया। इसे एसएस टर्बिनिया कहा जाता था। यह अपने पहले परीक्षण में सफल रहा, जिसमें इसने 34.5 समुद्री मील की गति हासिल की। इन दो आविष्कारों के कारण समुद्री परिवहन के क्षेत्र में एक महान क्रांति हुई। इस क्रांति से अंग्रेजों के उपनिवेश लाभान्वित हुए। हालाँकि, ब्रिटिश और उन उपनिवेशों के मूल निवासी वास्तविक लाभार्थी नहीं थे। 1852 में, EG Otis (USA) ने लिफ्ट विकसित की। पहला एलिवेटर योंकर्स (न्यूयॉर्क) में स्थापित किया गया था। 1873 में, जेन्यूब ग्राम (बेल्जियम) ने DC मोटर का आविष्कार किया, जिसे वियना में प्रदर्शित किया गया था। AC मोटर का

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

आविष्कार 1888 में निकोला टेस्ला (USA) द्वारा किया गया था। 1860 में, पिकोन्टी (इटली) ने जनरेटर का आविष्कार किया था। इसे 1960 में जर्ममे (बेल्जियम) द्वारा संशोधित किया गया था। इन आविष्कारों ने भौतिक प्रबंधन की दुनिया में क्रांति ला दी। दुनिया के बंदरगाहों ने इन आविष्कारों का उपयोग किया। इसलिए, उन्नीसवीं शताब्दी के अंत तक माल उठाने और मालवाहक जहाजों को लोड करने के यंत्रीकृत तरीके अपनाए गए। इन तरीकों ने ट्रांस-नेशनल ट्रेड को बढ़ावा दिया। लोगों ने क्रूज जहाजों और लक्ज़री लाइनरों का उपयोग करना शुरू कर दिया क्योंकि इन समुद्री जहाजों पर बिजली उत्पादन संभव था।

उन दिनों, भारतीय इंग्लैंड जाते थे और उसके विश्वविद्यालयों में अध्ययन करते थे, जिसमें Oxford XXXX भी शामिल था जिसे Microsoft Disk Operating System (MS DOS) कहा जाता था। अगस्त, 1982 में टॉम मैकक्लीन (ब्रिटेन) 10 फीट से कम लंबाई की नाव में उत्तरी अमेरिका से इंग्लैंड जाने वाले पहले व्यक्ति बने। मैकक्लीन ने इस दौरे में 50 दिन, 18 घंटे और 28 मिनट का समय लिया। 1988 में, पहली ट्रांस-अटलांटिक फाइबर ऑप्टिक केबल बिछाई गई थी। 1990 में, वर्ल्ड वाइड वेब (www) विकसित किया गया था। 1995 में, बेल लेबोरेटरीज (USA) ने Wavelength Division Multiplexing (WDM) विकसित किया, जो फाइबर ऑप्टिक केबल की डेटा ले जाने की क्षमता को बढ़ाता है। वर्तमान शताब्दी के प्रारंभ तक Global Positioning System (GPS) की तकनीक विकसित हो चुकी थी। आज, समुद्र में जाने वाले जहाज, लाइनर और क्रूज जहाज अपने बेस पोर्ट के साथ संपर्क में रहने के लिए अवांट-गार्डे उपग्रह संचार प्रणाली, PC-आधारित नेविगेशन गैजेट्स, वायरलेस सिस्टम और अन्य आधुनिक उपकरणों का उपयोग करते हैं। इस प्रकार, नई सदी में, समुद्री परिवहन के साथ-साथ समुद्री यात्रा के दौरान संचार से संबंधित इलेक्ट्रॉनिक प्रौद्योगिकियां विकसित हो गई हैं।

आजादी के बाद भारत ने अपनी जल आधारित सुविधाओं और बंदरगाहों का भी विकास किया है। पंचवर्षीय योजनाओं का उपयोग देश में बुनियादी ढांचे के विकास के लिए किया गया था। अत: इन योजना अवधियों के दौरान पत्तनों का भी विकास किया गया। इसके अलावा, अंतर्देशीय जलमार्ग भी विकसित किए गए और ऐसे जलमार्गों के माध्यम से यात्रा करने के लिए आधुनिक नौकाएं और घाट प्रदान किए गए। हालाँकि, भारत अपने अंतर्देशीय जलमार्गों का उपयोग माल और पर्यटकों को एक नदी से दूसरे स्थान तक पहुँचाने के लिए बेहतर तरीके से कर सकता है। यूरोप में, उदाहरण के लिए, टेम्स और सीन नदियों के माध्यम से नेविगेट करने के लिए परिभ्रमण का उपयोग किया जाता है। इसके अलावा, डेन्यूब भी यूरोप की एक लोकप्रिय नदी है, जिसके माध्यम से पर्यटक साल भर यात्रा करते हैं। लेकिन भारतीय नदियाँ, हालांकि बहुत ही शानदार और शक्तिशाली हैं, विदेशी पर्यटकों का ध्यान आकर्षित करने में विफल रही हैं। इस प्रवृत्ति के जारी रहने के कई कारण हैं। जो महत्वपूर्ण हैं वे इस प्रकार हैं:-

- भारत में पेशेवर नाविक और अन्य नौवहन कर्मचारी बहुत कम संख्या में उपलब्ध हैं।
- हमारे जहाज़ और समुद्र में जाने वाले जहाज अच्छी तरह से सुसज्जित नहीं हैं।
- भारत में समुद्र के माध्यम से लग्जरी परिवहन स्वीकार्य नहीं है। प्रत्येक पर्यटक हवाई यात्रा को भारत में विलासितापूर्ण यात्रा का एकमात्र साधन मानता है।

नौवहन कंपनियाँ (shipping companies)

1 अप्रैल 2002 को भारत में 136 शिपिंग कंपनियाँ थीं। इनमें से 98 तटीय व्यापार में लगे हुए थे, 18 विदेशी व्यापार में और 20 तटीय व्यापार के साथ-साथ विदेशी व्यापार में लगे हुए थे। भारतीय नौवहन निगम (SCI) के पास 91 जहाजों का एक व्यापारी बेड़ा था, जो 2.58 मिलियन GRT (1 अप्रैल, 2002 को) के लिए जिम्मेदार था। यह सभी समुद्री मार्गों पर काम करता है। इसका टन भार कुल भारतीय टन भार का लगभग 40 प्रतिशत है।

अन्य निजी कंपनियां इस प्रकार हैं (कोष्ठकों में दिए गए आंकड़े 1 अप्रैल, 2002 को उनके GRT मूल्यों को दर्शाते हैं):

- ग्रेट ईस्टर्न शिपिंग कंपनी लिमिटेड (8.82 लाख)
- एस्सार शिपिंग कंपनी लिमिटेड (7.35 लाख),
- चौगुले स्टीमशिप लिमिटेड (2.25 लाख)
- वरुण शिपिंग कंपनी लिमिटेड (1.70 लाख)
- सनमार शिपिंग (1.70 लाख)
- सुरेंद्र ओवरसीज लिमिटेड (1.54 लाख)
- दीप्तिमान नौवहन (1.20 लाख)
- वेस्ट एशिया मैरीटाइम लिमिटेड (1.17 लाख)
- तोलानी शिपिंग कंपनी (1.16 लाख जी.टी.)
- साउथ इंडियन शिपिंग कंपनी लिमिटेड (1.06 लाख)

महत्वपूर्ण संगठन (Important organisations)

संयुक्त अरब अमीरात ने अब तक 900 जहाजों की मरम्मत की है। 1990-91 में, इसका जहाज मरम्मत का कारोबार 22 रुपये अधिक था; 2001-02 में यह आंकड़ा बढ़कर 172.69 करोड़ रुपये हो गया। यह जहाज निर्माण, जहाज मरम्मत और समुद्री इंजीनियरिंग प्रशिक्षण के लिए IASO 9001 प्रमाणपत्र वाला देश का एकमात्र शिपयार्ड है।

हिंदुस्तान शिपयार्ड लिमिटेड (Hindustan shipyard ltd)

यह 1941 में विशाखापत्तनम में निजी खंड में स्थापित किया गया था। इसे 1952 में सरकार ने अपने कब्जे में ले लिया था। इसकी जहाज निर्माण क्षमता 21,500 DWT के 3.5 पायनियर वर्ग के जहाज हैं। इसके यार्ड में शिपवे, एक कवर्ड बिल्डिंग डॉक, एक वेट बेसिन और एक आउटफिट जेटी है। IASO 9001 प्रमाणपत्र प्राप्त करने वाला यह पहला शिपयार्ड है। इसमें इंजीनियरिंग, जहाज, क्रेन, ड्राई डॉक, वेट बेसिन, मरम्मत की दुकानें और कई अन्य सुविधाएं हैं। यह 70,000 DWT की क्षमता तक जहाजों और पनडुब्बियों की मरम्मत कर सकता है। इसमें एक अपतटीय प्लेटफार्म निर्माण यार्ड भी है, जो सालाना आधार पर दो प्लेटफार्मों का निर्माण कर सकता है। अब तक इसने 716 जहाजों का निर्माण किया है। इसने हाल ही

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

में अंडमान और निकोबार प्रशासन को 100-यात्री दो जहाज़ सुपुर्द किए।

हुगली डॉक एंड पोर्ट इंजीनियर्स लिमिटेड (Hoogly dock and port engineers ltd)

यह 1984 में एक PSU बन गया। इसकी एक इकाई हावड़ा में और दूसरी नजीरगंज में है, दोनों पश्चिम बंगाल में स्थित हैं। जहाज निर्माण की इसकी स्थापित क्षमता 1,100 टन प्रति वर्ष है। इसकी जहाज मरम्मत क्षमता 125 जहाज प्रति वर्ष है।

इसमें 6 शिपवे, 1 ड्राई डॉक और 1 जेटी है। यह यात्री जहाजों, ड्रेजर्स, टग्स, फ्लोटिंग ड्राई डॉक्स, फिशिंग ट्रॉलर, आपूर्ति-सह-समर्थन जहाजों, बहुउद्देशीय बंदरगाह जहाजों, लाइटहाउस टेंडर जहाजों, बार्ज, मूरिंग लॉन्च आदि का निर्माण कर सकता है। इसके पास 5 पंटून, 400 यात्री सह के निर्माण के आदेश हैं। -100 टन कार्गो जहाज और 1 बहुउद्देश्यीय टग।

राष्ट्रीय जहाज डिजाइन और अनुसंधान केंद्र (National ship design and research centre)

यह विशाखापत्तनम में स्थित है। इसे 1993 में डच सहायता से स्थापित किया गया था। इसने कई अनुसंधान एवं विकास परियोजनाओं को पूरा किया है और जहाज डिजाइन में कई फर्मों को परामर्श दिया है।

- मारमुगाओ (पश्चिमी तट; गोवा): यह अधिकांश लौह अयस्क का प्रबंधन करता है जिसे निर्यात किया जाना है। इस टन भार का एक बड़ा हिस्सा जापान को जाता है। यह बंदरगाह कुल यातायात टन भार के मामले में दूसरे स्थान पर है।
- न्हावा शेवा (पश्चिमी तट; महाराष्ट्र): इसे जवाहरलाल नेहरू बंदरगाह भी कहा जाता है। यह भारत का सबसे आधुनिक बंदरगाह है। इसमें अत्याधुनिक कार्गो हैंडलिंग उपकरण के साथ-साथ बड़ी बर्थिंग सुविधाएं हैं।
- कोचीन (पश्चिमी तट: केरल): यह एक प्राकृतिक बंदरगाह है। यह सामान्य कार्गो, कच्चे माल, पेट्रोलियम उत्पादों और उर्वरकों को संभालती है।
- कांडला (पश्चिमी तट; गुजरात): यह एक ज्वारीय बंदरगाह है और मुक्त व्यापार क्षेत्र में स्थित है। यह उर्वरक, सीमेंट, कपास, पेट्रोलियम उत्पादों और खाद्यान्नों का प्रबंधन करता है।
- कोलकाता (पूर्वी तट; पश्चिम बंगाल): यह एक नदीय बंदरगाह है। यह दक्षिण एशिया का सबसे बड़ा टर्मिनल बंदरगाह भी है। हल्दिया गोदी प्रणाली को इस बंदरगाह में फरवरी, 1977 में चालू किया गया था। इसमें पूरी तरह से सुसज्जित कंटेनरीकृत बर्थ सुविधा है। यह कोयला, पेट्रोलियम उत्पादों और ड्राई कार्गो को संभालता है।
- विशाखापत्तनम (पूर्वी तट; आंध्र प्रदेश): यह सबसे गहरा स्थलरुद्ध और संरक्षित बंदरगाह है। इसका एक और बंदरगाह है, जिसका उपयोग जापान को लौह अयस्क निर्यात करने के लिए किया जा रहा है। इसके अलावा, यह कच्चे तेल, पेट्रोलियम उत्पादों, कोयले और ड्राई कार्गो को भी संभालता है।
- तूतीकोरिन (पूर्वी तट; तमिलनाडु): इसे 1974 में एक प्रमुख बंदरगाह घोषित किया गया था। यह नमक, कोयला, खाद्य तेल, उर्वरक, खाद्यान्न, पेट्रोलियम उत्पाद और सूखे माल का प्रबंधन करता है।
- चेन्नई (पूर्वी तट; तमिलनाडु): यह एक पुराना बंदरगाह है। यह लौह अयस्क, ड्राई कार्गो और पेट्रोलियम उत्पादों का प्रबंधन करता है।

भारत में जल परिवहन का मूल्यांकन (Evaluation of Water transport in India)

विमानों में, विशेष रूप से वाराणसी (काशी), इलाहाबाद, पटना और कानपुर में, लोगों को गंगा के एक किनारे से दूसरे किनारे तक पहुँचाने के लिए नावों और लकड़ी के बड़े-बड़े राफ्टों का उपयोग किया जाता था। उस समय पुल नहीं थे। यमुना का उपयोग दिल्ली, आगरा और अन्य शहरों के पास कच्ची नावों में लोगों को ले जाने के लिए भी किया जाता था। ऐसी नावें नदी के अशांत या गहरे पानी से गुजरने के लिए पुरुषों के द्वारा इस्तेमाल की जाती थीं। प्राचीन और मध्यकाल में यह नदी बहुत चौड़ी थी, शायद 3 या 4 किमी के पार ब्यास भी उस समय पूरे प्रवाह में था क्योंकि उस पर कोई बांध निर्माण नहीं था। सतलुज का उपयोग लोगों और सामानों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक ले जाने के लिए किया जाता था, लेकिन इस तरह के उद्देश्य के लिए उपयोग की जाने वाली नावें प्राचीन थीं।

दक्षिण में, कावेरी, कृष्णा और पेरियार प्रमुख नदियाँ थीं, जो लोगों को उनकी लंबाई के साथ एक स्थान से दूसरे स्थान तक ले जाने के लिए उपयोग की जाती थीं। ये नदियाँ साल भर नौगम्य नहीं रहीं। असम में, शक्तिशाली ब्रह्मपुत्र (लोहित) का उपयोग घाटी में पुरुषों और सामग्रियों के परिवहन के लिए किया जाता था। नर्मदा, चंबल, बेतवा, सोन, गंडक, कोसी, सरयू, चंद्रा, भागा, ताप्ती और कई अन्य नदियाँ मध्यकाल में भी अस्तित्व में थीं। इनका उपयोग स्थानीय और क्षेत्रीय नेविगेशन गतिविधियों में किया गया था।

मुगल काल के दौरान, यमुना एक शक्तिशाली नदी थी। इसका प्रवाह लाल किले की सबसे बाहरी परिधि से सटा हुआ था। लेकिन इंसानी दखल के कारण इसका आकार सिमट कर वर्तमान जैसा हो गया। मध्यकाल के दौरान नौसंचालन के रिकॉर्ड उपलब्ध नहीं हैं। लेकिन हम यह मान सकते हैं कि भारत की प्रमुख नदियों के किनारों पर लोगों, सशस्त्र बलों और सामग्रियों को भेजने के लिए नावों और बड़े बेड़ों का उपयोग किया जाता था।

भारत के तटीय क्षेत्रों का एक अलग इतिहास है। भारत प्राचीन काल में सोने की चिड़िया के रूप में जाना जाता था। कोचीन, सूरत, विशाखापत्तनम, कांडला और जामनगर के बंदरगाह उस समय लोकप्रिय थे, हालांकि वास्तव में इनका निर्माण नहीं किया गया था। बाद में, मुंबई को एक प्रमुख बंदरगाह के रूप में पहचाना गया और व्यापार गतिविधियों के संचालन के लिए ब्रिटिश, डच, फ्रेंच और पुर्तगाली द्वारा इसका इस्तेमाल किया गया। गोवा की खोज वास्को डी गामा ने की थी; मध्यकाल में यह एक प्रमुख बंदरगाह था। भारत के बंदरगाहों का उपयोग रेशम, कपास (फाइबर), मसाले खजूर, नारियल, आभूषण, हीरे, दास, कृषि उत्पाद और अन्य देशी उत्पादों को यूरोप, वेस्ट इंडीज, मध्य-पूर्व एशिया और ओरिएंट भेजने के लिए किया जाता था। इतिहासकारों ने पुष्टि की है कि भारत के समुद्री मार्ग

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

अच्छी तरह से परिभाषित थे और पूरे साल लोगों और सामानों के परिवहन के लिए उपयोग किए जाते थे। जब अंग्रेज भारत पहुंचे, तो उन्होंने भारत से नियमित रूप से पुरुषों और सामानों को यूरोप पहुँचाया, उन्होंने बड़े जहाजों के माध्यम से तैयार सूती वस्त्र, हथकरघा मशीन, रेलवे ट्रैक निर्माण के उपकरण, स्टील, इलेक्ट्रिक मोटर और अन्य सामान भी भारत भेजे। इस तरह के जहाजों को बाहुबल से चलाया जाता था और कई जहाज श्रमिक (बाहुबलियों और खलासी सहित) अपने गंतव्य के रास्ते में मर जाते थे।

डच, पुर्तगाली और फ्रांसीसी भी अंग्रेजों की तरह लोकप्रिय समुद्री मार्गों से भारत पहुंचे। सर थॉमस रो ने 1600 ईस्वी में सम्राट जहांगीर के सामने खुद को पेश किया था। 1612 तक, अंग्रेजों ने सूरत और अहमदाबाद में अपने कपड़ा कारखाने और अन्य व्यावसायिक प्रतिष्ठान स्थापित कर लिए थे। पुर्तगाली केप कोमोरिन, कोचीन और गोवा के बंदरगाहों को जानते थे और गोवा, पांडिचेरी और भारत के पूर्वी तट के क्षेत्रों में अच्छी तरह से बसे हुए थे। लेकिन अंतत: अंग्रेजों ने उन्हें भारत से खदेड़ दिया। इस प्रकार, पुर्तगालियों को गोवा के बंदरगाह से अपने व्यापारिक दौरे करने के लिए मजबूर होना पड़ा। अंग्रेजों द्वारा प्रत्यक्ष युद्ध में फ्रांसीसी भी बाहर कर दिए गए थे, जो अंग्रेजों और हैदर अली (1780 में) के बीच लड़ा गया था। अंग्रेजों और टीपू सुल्तान (1799 में) के बीच हुए युद्ध में वे फिर से पराजित हुए, यद्यपि खुले तौर पर ब्रिटिश और फ्रांसीसी ईस्ट इंडिया कंपनियों ने भारत से पुर्तगाली, डच और स्पेनियों को बाहर कर दिया। अंग्रेजों ने फ्रांसीसियों को पराजित कर भारत के समुद्री मार्गों पर अधिकार कर लिया और फ्रांसीसियों के भारतीय सपने को समाप्त कर दिया।

अंग्रेजों ने भारत में बंबई, मद्रास, कोचीन, विशाखापत्तनम, मडगांव और कई अन्य प्रमुख बंदरगाहों का विकास किया। वे इस परिवहन साधन की कम लागत के कारण समुद्र के माध्यम से माल और लोगों का परिवहन करना चाहते थे।

भारत के बंदरगाह (Ports of india)

भारत में लगभग 5,600 किमी की मुख्य तटरेखा है। उसके पास प्रमुख बंदरगाह और 181 मध्यवर्ती और छोटे काम करने वाले बंदरगाह हैं; ये आंकड़े 2002-03 के हैं। भारत के प्रमुख बंदरगाहों का प्रबंधन केंद्र सरकार द्वारा किया जाता है। मध्यवर्ती और छोटे बंदरगाह संविधान में समवर्ती सूची का विषय हैं। इसलिए, इनका प्रबंधन उनके संबंधित क्षेत्रों की राज्य सरकारों द्वारा किया जाता है। 1951 में, भारतीय बंदरगाहों की क्षमता 50 मिलियन टन थी। 31 मार्च 2002 को यह बढ़कर 220 मिलियन टन हो गया था।

नौवीं पंचवर्षीय योजना की शुरुआत में, भारत के प्रमुख बंदरगाह थे- न्हावा शेवा, विशाखापत्तनम, मारमुगाओ, कांडला, चेन्नई, तूतीकोरिन, पारादीप, कोलकाता और कोचीन। इन बंदरगाहों की कुल कार्गो संचालन क्षमता लगभग 174 मिलियन टन थी।

2002 के अंत में, भारत में निम्नलिखित समुद्री और रेवराइन बंदरगाह पूरी तरह से चालू हो गए (In the end of 2002, the following sea and reverine ports were fully operational in India):-

- कांडला (पश्चिमी तट; गुजरात): यह मुक्त व्यापार क्षेत्र वाला एक ज्वारीय बंदरगाह है। यह पेट्रोलियम उत्पादों और उर्वरकों को संभालती है। इसके अलावा, यह खाद्यान्न, कपास, सीमेंट और खाद्य तेलों का भी प्रबंधन करता है।
- मुंबई (पश्चिमी तट; महाराष्ट्र): यह भारत का सबसे बड़ा बंदरगाह है। यह एक प्राकृतिक बंदरगाह है और भारतीय बंदरगाहों के कुल यातायात का लगभग पांचवां हिस्सा संभालता है। यह ड्राई कार्गो और पेट्रोलियम उत्पादों को संभालता है।
- नया मैंगलोर (पश्चिमी तट; कर्नाटक): इसे 1974 में एक प्रमुख बंदरगाह घोषित किया गया था। इसका उपयोग लौह अयस्क के निर्यात के लिए किया जाता है, जिसे कुद्रेमुख लौह अयस्क परियोजना के तहत निकाला जाता है। इसके अलावा, यह बंदरगाह उर्वरक, ड्राई कार्गो, ग्रेनाइट स्लैब और पेट्रोलियम उत्पादों को भी संभालता है।
- मारमुगाओ (पश्चिमी तट; गोवा): यह अधिकांश लौह अयस्क का प्रबंधन करता है जिसे निर्यात किया जाना है। इस टन भार का एक बड़ा हिस्सा जापान को जाता है। यह बंदरगाह कुल यातायात टन भार के मामले में दूसरे स्थान पर है।
- न्हावा शेवा (पश्चिमी तट; महाराष्ट्र): इसे जवाहरलाल नेहरू बंदरगाह भी कहा जाता है। यह भारत का सबसे आधुनिक बंदरगाह है। इसमें अत्याधुनिक कार्गो हैंडलिंग उपकरण के साथ-साथ बड़ी बर्थिंग सुविधाएं हैं।
- कोचीन (पश्चिमी तट: केरल): यह एक प्राकृतिक बंदरगाह है। यह सामान्य कार्गो, कच्चे माल, पेट्रोलियम उत्पादों और उर्वरकों को संभालती है।
- कांडला (पश्चिमी तट; गुजरात): यह एक ज्वारीय बंदरगाह है और मुक्त व्यापार क्षेत्र में स्थित है। यह उर्वरक, सीमेंट, कपास, पेट्रोलियम उत्पादों और खाद्यान्नों का प्रबंधन करता है।
- कोलकाता (पूर्वी तट; पश्चिम बंगाल): यह एक नदीय बंदरगाह है। यह दक्षिण एशिया का सबसे बड़ा टर्मिनल बंदरगाह भी है। हल्दिया गोदी प्रणाली को इस बंदरगाह में फरवरी, 1977 में चालू किया गया था। इसमें पूरी तरह से सुसज्जित कंटेनरीकृत बर्थ सुविधा है। यह कोयला, पेट्रोलियम उत्पादों और ड्राई कार्गो को संभालता है।
- विशाखापत्तनम (पूर्वी तट; आंध्र प्रदेश): यह सबसे गहरा लैंडलॉक और संरक्षित बंदरगाह है। इसका एक और बंदरगाह है, जिसका उपयोग जापान को लौह अयस्क निर्यात करने के लिए किया जा रहा है। इसके अलावा, यह कच्चे तेल, पेट्रोलियम उत्पादों, कोयले और ड्राई कार्गो को भी संभालता है।
- तूतीकोरिन (पूर्वी तट; तमिलनाडु): इसे 1974 में एक प्रमुख बंदरगाह घोषित किया गया था। यह नमक, कोयला, खाद्य तेल, उर्वरक, खाद्यान्न, पेट्रोलियम उत्पाद और सूखे माल का प्रबंधन करता है।
- चेन्नई (पूर्वी तट; तमिलनाडु): यह एक पुराना बंदरगाह है। यह लौह अयस्क, ड्राई कार्गो और पेट्रोलियम उत्पादों का प्रबंधन करता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- पारादीप (पूर्वी तट; उड़ीसा): यह लौह अयस्क, कोयला और सामान्य प्रकृति के कार्गो को संभालता है।

भारत के जलमार्ग (Waterways of india)

सरकार ने 10 महत्वपूर्ण जलमार्गों की पहचान की है जिन्हें राष्ट्रीय जलमार्ग घोषित किया जाएगा। वर्तमान में, भारत के राष्ट्रीय जलमार्ग (NWs) इस प्रकार हैं:

- गंगा (इलाहाबाद से हल्दिया) -1,620 कि.मी.: इसे 27 अक्टूबर, 1986 को NW घोषित किया गया था।
- ब्रह्मपुत्र (सदिया से धुबरी) -891 कि.मी.: इसे 26 अक्टूबर, 1988 को NW घोषित किया गया था।
- वेस्ट कोस्ट नहर (कोल्लम-कोट्टापुरम) - 168 किमी: इसमें 14 किमी (चंपकारा नहर का) का हिस्सा भी शामिल है। इसे 1 फरवरी, 1983 को NW घोषित किया गया था।
- उद्योगमंडल नहर (वेराले) -22 किमी: इसे 1 फरवरी, 1993 को NW घोषित किया गया था। इन्हें Inland Waterways Authouty of India (IWAI) द्वारा विकसित किया जा रहा है।

इसके अलावा, IWAI ने प्रस्तावित किया है कि गोदावरी (आंध्र प्रदेश), कृष्णा (आंध्र प्रदेश), बराक (असम), बकिंघम नहर (तमिल नंदू) और ब्राह्मणी पूर्वी तट नहर (उड़ीसा) को राष्ट्रीय जलमार्ग घोषित किया जाए। कई जल पाठ्यक्रमों के लिए तकनीकी-आर्थिक व्यवहार्यता अध्ययन पूरा कर लिया गया है। इसके अलावा, उत्तरी भारत की नदियों को दक्षिणी भारत की नदियों से जोड़ने का भी प्रस्ताव है। यह अत्यंत कठिन परियोजना, यदि कार्यान्वित की जाती है, तो सिंचाई और नौवहन से संबंधित समस्याओं से बचा जा सकता है। इस खंड के अगले संस्करण में हम अपने मूल्यवान पाठकों को इस संदर्भ में हुए नए घटनाक्रमों से अवगत कराएंगे।

IWAI का गठन भारतीय जलमार्ग प्राधिकरण अधिनियम 1985 (82 of 1985) के तहत किया गया था। यह 27 अक्टूबर, 1986 को देश के राष्ट्रीय जलमार्गों के विकास, प्रबंधन और नियमन के लिए एक वैधानिक निकाय के रूप में अस्तित्व में आया। इस प्राधिकरण का एक अन्य उद्देश्य अंतर्देशीय जल परिवहन से संबंधित मामलों में राज्य और केंद्र सरकारों को सलाह देना था। इसका मुख्यालय नोएडा में स्थित है। इसके पटना, कोलकाता, गुवाहाटी और कोचीन में क्षेत्रीय कार्यालय हैं। इसके अलावा, इलाहाबाद, बलिया, भागलपुर, फरक्का और कोल्लम में इसके उप-कार्यालय हैं।

सरकार की योजना बाजार से धन एकत्र करने और अंतर्देशीय जल परिवहन के क्षेत्र में संयुक्त उद्यम बनाने की है। हल्दिया बंदरगाह से बिहार और यूपी के गंतव्यों के लिए प्रायोगिक कार्गो सेवाएं संचालित की जा रही हैं। इन गतिविधियों से कॉरपोरेट क्षेत्र को सकारात्मक संकेत मिलने की संभावना है, जो भविष्य में अंतर्देशीय जल परिवहन परियोजनाओं में निवेश कर सकते हैं।

नए जलमार्ग (New waterways)

भारत में तीन नए जलमार्ग बन रहे हैं। ये इस प्रकार हैं:

- पांडु - इसे जलमार्ग-II भी कहते हैं। यह असम में स्थित है। इस जलमार्ग पर बनने वाले स्थायी टर्मिनल की लागत 25 करोड़ रुपए आने की संभावना है।
- पटना - इसे जलमार्ग-I भी कहते हैं। यह बिहार राज्य में स्थित है। इस जलमार्ग पर स्थायी टर्मिनल के निर्माण पर 26 करोड़ रुपये की लागत आने की संभावना है।
- केरल - इसे जलमार्ग-III भी कहा जाता है। इस जलमार्ग पर स्थायी टर्मिनल के निर्माण की लागत 27 करोड़ रुपये आने की संभावना है।

पर्यटकों के लिए जलमार्ग (Waterways for tourists)

निम्नलिखित जलमार्ग अक्सर पर्यटकों द्वारा उपयोग किए जाते हैं :

- गोवा में पणजी में बैतूल और मंडोवी नदियाँ
- उत्तर प्रदेश के इलाहाबाद में त्रिवेणी संगम
- उत्तरांचल में हरिद्वार में गंगा; साहसिक पर्यटकों द्वारा ऋषिकेश खंड का उपयोग व्हाइट-वाटर राफ्टिंग के लिए किया जाता है।
- असम में गुवाहाटी के पास ब्रह्मपुत्र
- कर्नाटक में KRS बांध के पास कावेरी
- बिहार में पटना के पास गंगा
- पश्चिम बंगाल में कोलकाता के निकट हुगली
- मध्य प्रदेश में जबलपुर (मार्बल रॉक) के पास चंबल
- यूपी में फैजाबाद के पास सरयू
- उत्तर प्रदेश में कानपुर के पास गंगा
- गंगा" उत्तर प्रदेश में वाराणसी (काशी) में
- जम्मू-कश्मीर में श्रीनगर के पास चिनाब
- जम्मू और कश्मीर में श्रीनगर में झेलम
- अंतर्देशीय जलमार्ग और बैकवाटर केरल की लंबाई और चौड़ाई में फैले हुए हैं, विशेष रूप से वे जो तिरुवनंतपुरम, एलेप्पी और कोचु वेली के करीब हैं।
- पश्चिम बंगाल में फरक्का बैराज के निकट स्थानीय जलमार्ग
- गोवा में जुआरी नदी का जलमार्ग

परिवहन के मोड (Modes of transport)

अंतर्देशीय जलमार्ग का उपयोग स्थानीय लोगों और पर्यटकों द्वारा नदी के एक किनारे से दूसरे किनारे तक जाने के लिए किया जाता है। अधिकांश नदियों में मानव चालित नावों का उपयोग किया जाता है। लेकिन डीजी-सेट वाली नावों का भी इस्तेमाल किया जा रहा है।

अंदर के स्टेटरूम के लिए योजना (Plan for an inside stateroom)

क्रूज लाइनर के कर्मचारियों द्वारा ध्यान स्वाभाविक रूप से, एक बालकनी सूट की लागत समुद्र के स्टैटरूम और अंदर के स्टैटरूम की तुलना में बहुत

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

अधिक है। बालकनी सूट में 3 रातों और 4 दिनों के लिए एक ट्रिप का खर्च प्रति युगल 82,000 रुपये तक हो सकता है। अंदर के स्टैटरूम में 3 रातों और 4 दिनों के लिए एक ही यात्रा का खर्च प्रति युगल 57,000 रुपये होगा। क्रूज लाइनर पर सवार सबसे सस्ते और महंगे किराए के बीच का अंतर 40 से 50 प्रतिशत तक होता है। क्वीन एलिजाबेथ 2 क्रूज लाइन (ग्रिफिन टूर्स एंड ट्रैवल्स द्वारा प्रबंधित) 89,500 रुपये में एक आंतरिक केबिन और 1,16,000 रुपये में एक बाहरी केबिन प्रदान करती है। दोनों किरायों में 7-दिन का पैकेज (प्रत्येक विकल्प के लिए) शामिल है, इसमें प्रति दिन 6 भोजन, मनोरंजन, क्रूज लाइन का किराया, वापसी हवाई टिकट का किराया, भारत, वीजा शुल्क और कर शामिल हैं।

वीजा प्रवेश आवश्यकताएँ (Visa entry requirements)

विभिन्न प्रकार के क्रूज यात्रा कार्यक्रमों के लिए भारतीय यात्रियों के लिए ऐसी आवश्यकताएं अलग-अलग हैं। 2003 में, भारतीयों के लिए निम्नलिखित वीजा आवश्यकताएं प्रचलित थीं:

- छह दिवसीय पांच रात्रि क्रूज यात्रा कार्यक्रम (टेबल 5-X में क्रम संख्या 1) के लिए, सिंगापुर के लिए वीजा प्रवेश आवश्यकता एकाधिक थी। थाईलैंड के लिए, यह वीज़ा प्रवेश आवश्यकता एकल थी।
- चार दिवसीय तीन रात्रि क्रूज यात्रा कार्यक्रम (टेबल 5-X में क्रम संख्या 2) के लिए, सिंगापुर के लिए वीज़ा प्रवेश आवश्यकता दोगुनी थी। थाईलैंड के लिए, यह सिंगल था।
- तीन दिवसीय दो रात्रि क्रूज यात्रा कार्यक्रम (टेबल 5-X में क्रम संख्या 3) के लिए, वीजा प्रवेश आवश्यकता दोगुनी थी। इसी तरह, वीज़ा प्रवेश आवश्यकताएँ एक (गंतव्य) देश से दूसरे देश में भिन्न होती हैं।

इसके अलावा, भारतीयों को भारत के साथ इन देशों द्वारा हस्ताक्षरित प्रवेश प्रोटोकॉल के अनुसार गंतव्य देशों के वाणिज्य दूतावास/दूतावासों/उच्च आयोगों से सिंगल-एंट्री, डबल-एंट्री या मल्टीपल एंट्री वीजा प्राप्त करना पड़ सकता है।

ट्रैवल एजेंट की फर्म में हमेशा एक अधिकारी या क्लर्क होता है जो वीजा स्टैम्पिंग औपचारिकताओं का ध्यान रखता है। वीजा के लिए अपने पासपोर्ट पर मुहर लगवाने के लिए आगंतुक को प्रति देश 100 रुपये का भुगतान करना पड़ता है। इसके अलावा, वाणिज्य दूतावास, दूतावास या उच्चायोग भी आगंतुक से उचित शुल्क लेते हैं। कुछ देशों द्वारा बहु-प्रवेश वीज़ा थोड़े अधिक शुल्क पर जारी किया जाता है। लेकिन ज्यादातर मामलों में, सिंगल-एंट्री, मल्टी-एंट्री और डबल-एंट्री वीजा लगभग तुलनीय कीमतों पर जारी किए जाते हैं। ये शुल्क वापसी योग्य नहीं हैं। यात्री को उसे जारी किए गए वीजा का उपयोग करने के लिए एक समय सीमा (10 दिन, 30 दिन, महीने और इसी तरह) आवंटित की जाती है। यदि वह उस निर्दिष्ट समय सीमा से अधिक यात्रा करना चुनता है, तो उसे उस देश में प्रवेश करने से रोक दिया जाता है। ये विवरण (यात्री को जारी किए गए वीज़ा का उपयोग करने की अंतिम तिथि से संबंधित) वीज़ा पर स्पष्ट रूप से उल्लिखित हैं, जो पासपोर्ट के वीज़ा पृष्ठों में अंकित है। यदि यात्री यात्रा करना चाहता है और उसका वीजा समाप्त हो गया है, तो उसे एक बार फिर से वीजा के लिए आवेदन करना होगा।

हवाई यात्रा, समुद्री यात्रा और सतही यात्रा के लिए वीज़ा नियम समान हैं। जहां तक किसी देश में किसी विदेशी के प्रवेश का संबंध है, परिवहन के किसी भी साधन को विशेषाधिकार प्राप्त नहीं है। इस प्रकार, आव्रजन कार्यालय (immigration offices) देशों की सीमाओं के पास स्थापित किए जाते हैं, जो सड़कों के माध्यम से जुड़े होते हैं (जैसे सिंगापुर और मलेशिया, उदाहरण के लिए)। समुद्री बंदरगाहों में आव्रजन कार्यालय भी हैं और समुद्री यात्री इन बंदरगाहों पर अपने पासपोर्ट सत्यापित और स्कैन करवाकर नए देश में प्रवेश नहीं कर सकते हैं।

फेरी (Ferries)

एक फेरी एक बड़ी नाव है जो लोगों, दोपहिया, चौपहिया वाहनों, सामान, खाद्य पदार्थों, कृषि उत्पादों, साइकिलों, ड्रमों और अन्य वस्तुओं को ले जा सकती है जो रोजमर्रा की जिंदगी में उपयोग की जाती हैं। इन फेरी का उपयोग पर्यटकों को ले जाने या उनका मनोरंजन करने के लिए नहीं किया जाता है। लेकिन कई पर्यटक उनका उपयोग स्थानीय जीवन से जुड़े रोमांच का आनंद लेने के लिए करते हैं, जिसमें एक नौका एक अनिवार्य हिस्सा है। एक डीजल इंजन एक नौका में एक प्रोपेलर चलाता है। यह प्रोपेलर फेरी के निचले सिरे पर उसके पिछले सिरे पर लगा होता है। क्रूज जहाजों में इस्तेमाल होने वाली मोटरों के विपरीत AC मोटरों का उपयोग फेरी को चलाने के लिए नहीं किया जाता है। सभी फेरी में द्वार होते हैं, जहां घाट की सतह के साथ संरेखित करने के लिए श्रृंखला-संचालित तंत्र की मदद से नीचे उतारा जा सकता है (जिसे नौका कॉल के बंदरगाह पर छूती है)। एक नौका स्थानीय परिवहन का एक कच्चा रूप है। यह नदी या नहर नौसंचालन के लिए ही प्रयोग किया जाता है। लोग नौका द्वारा नदी के एक किनारे से दूसरे किनारे तक जाते हैं। समुद्री जहाज़ भी बंदरगाहों से समुद्रों की ओर जाते हैं लेकिन ये गहरे समुद्रों में नहीं जाते हैं। ये फेरी मुख्य भूमि से पुरुषों, मशीनों, भोजन, पानी और घरेलू सामानों को उन द्वीपों तक पहुँचाती हैं जो इस मुख्य भूमि से 10-20 समुद्री मील की दूरी के भीतर हैं। आम तौर पर, दो या तीन व्यक्ति फेरी का सफलतापूर्वक संचालन कर सकते हैं।

पणजी (गोवा) में फेरी सेवा लोगों, मोटरसाइकिलों, स्कूटरों, विभिन्न प्रकार के सामानों, राशन आदि को मंडोवी नदी के एक तट से दूसरे तट तक ले जाती है। इनका उपयोग तट के साथ-साथ यात्रा करने और लोगों को बैतूल नदी और जुआरी नदी के पार ले जाने के लिए भी किया जाता है। यह सेवा गोवा के मूल निवासियों और सभी प्रकार के पर्यटकों को नि:शुल्क प्रदान की जाती है। गौरतलब है कि फेरी सेवा गोवा की जीवन रेखा है।

इलाहाबाद के संगम में घाटों का भी उपयोग किया जाता है। मुंबई में, मारवे बीच से गोराई द्वीप तक लोगों और सामानों को ले जाने के लिए घाटों का उपयोग किया जाता है। ध्यान दें कि एस्सेल वर्ल्ड और वॉटर किंगडम गोराई द्वीप पर स्थित हैं। यद्यपि यह द्वीप जमीन के माध्यम से जुड़ा हुआ है, फिर भी पर्यटकों (मलाड से आने वाले) के लिए मार्वे बीच से फेरी लेकर गोराई द्वीप पहुंचना बहुत सुविधाजनक है।

फेरी लोगों को चेन्नई, विशाखापत्तनम, कोचीन, कांडला, कोलकाता और तूतीकोरिन के बंदरगाहों के आसपास भी ले जाती है। ये घाट घाटों, बंदरगाहों, लोडिंग टर्मिनलों, कार्गो टर्मिनलों और भारत के समुद्र तट के साथ अन्य दूरदराज के द्वीपों पर काम करने वालों को दैनिक उपयोग की

© NCVET NOT TO BE REPUBLISHED

वस्तुओं, मशीनों और आवश्यक वस्तुओं की आपूर्ति करते हैं। लेकिन ये फेरी पर्यटकों के लिए ज्यादा उपयोगी नहीं हैं क्योंकि इनकी गति धीमी है। इसके अलावा, ये अच्छी तरह से सुसज्जित और बारीकी से तैयार नहीं किए गए हैं। इसलिए, इनका उपयोग ज्यादातर नाविकों, राशन आपूर्तिकर्ताओं, यांत्रिकी और स्थानीय लोगों द्वारा किया जाता है जो ऐसे बंदरगाहों और लोडिंग/अनलोडिंग टर्मिनलों पर काम करने जाते हैं। यदि पर्यटक ऐसी जगहों पर जाना चाहते हैं, तो वे स्टीमर, पावरबोट और अन्य परिष्कृत समुद्री जहाजों का उपयोग करते हैं।

मोटर बोट (Motor boats)

इन्हें खासतौर पर पर्यटकों के लिए बनाया गया है। ये डीजल इंजन द्वारा संचालित होते हैं, जो उच्च गति पर प्रोपेलर चलाते हैं। प्रत्येक मोटर बोट एक यात्रा में 40-70 व्यक्तियों को समायोजित कर सकती है। गेटवे ऑफ इंडिया पर मोटरबोट लोकप्रिय हैं। पर्यटक गेटवे ऑफ इंडिया (मुंबई) के जेट्टी से तीस मिनट तक क्रूज का आनंद ले सकते हैं। ये नौकाएं पर्यटकों को अरब सागर में ले जाती हैं जहां वे समुद्र के विशाल विस्तार का आनंद ले सकते हैं। ये नाव गहरे समुद्र में नहीं जा सकतीं। मोटरबोट का उपयोग झीलों, प्रमुख जलमार्गों और तालाबों में भी किया जाता है।

उदाहरण (Examples): चिलिका झील, ऊटी झील, डल झील, वुलर झील, उड़ीपार की झीलों में मोटरबोट का उपयोग किया जा रहा है; चंडीगढ़ की सुखना झील, कृष्णा सागर झील की झील, अल्लेप्पी के कोचु वेली बीच तिरुवनंतपुरम जलमार्ग और कोवलम बीच (तिरुवनंतपुरम)। वास्तव में इन नावों का उपयोग भारत के सभी जल निकायों में पर्यटन से संबंधित गतिविधियों के विस्तार के उद्देश्य से किया जा रहा है। इसका प्रमुख कारण यह है कि पुरुषों द्वारा संचालित नौकाएं तेज नहीं होती हैं। इसके अलावा, पुरुषों द्वारा संचालित नाव एक समय में 10-20 से अधिक लोगों को नहीं ले जा सकती है। मोटरबोट पर निर्भरता जल निकायों की पारिस्थितिकी को प्रभावित कर रही है क्योंकि उनमें स्थापित डीजल इंजनों द्वारा उत्पन्न हानिकारक गैसें।

नावें (Boats)

इन नावों द्वारा नदियों और नहरों का मार्गनिर्देशन किया जाता है। इन नावों को पुरुष चलाते हैं। आम तौर पर एक बड़ी नाव में 10-20 लोग सवार हो सकते हैं। यात्रियों की संख्या निर्धारित संख्या से अधिक होने पर नाव पलट सकती है। इसलिए कई पर्यटक उन्हें पसंद नहीं करते हैं। ऐसी नावों की गति कम होती है। इन नावों को सींग वाले लकड़ी के तख्तों से बनाया जाता हैऔर इसलिए, ये बहुत ज्यादा मजबूत नहीं हैं। इनका उपयोग केरल के बैकवाटर में, विशेष रूप से ओणम के त्योहार के दौरान नौका दौड़ में किया जाता है। इसके अलावा, इनका उपयोग स्थानीय यात्रियों और यात्रियों द्वारा भारत के उत्तरी भागों में नदियों को पार करने के लिए किया जाता है; ऋषिकेश (उत्तरांचल) की नावें इस संदर्भ में एक प्रमुख उदाहरण हैं। कर्नाटक और तमिलनाडु में, लोग इन नावों का उपयोग लोगों और सामग्री को झीलों और नदियों (जैसे कावेरी, कृष्णा और गोदावरी) में ले जाने के लिए करते हैं। विदेशी पर्यटकों को इन नावों का प्रयोग करते नहीं देखा गया है। हालांकि, उनमें से कुछ केरल के बैकवाटर की सुंदरता का आनंद लेने का मौका नहीं लेते हैं। हमने पर्यटकों को ऊटी झील पर पैडल वाली नावों और पुरुषों द्वारा चलाई जाने वाली नावों की मदद से दौड़ते हुए भी देखा है। ये भारत की झीलों के साथ-साथ उसकी नौगम्य नदियों में आम दृश्य हैं। ऐसी नावें पर्यटकों द्वारा कम कीमत पर किराए पर ली जा सकती हैं। एक पर्यटक समूह 250 रुपये में किराए पर नाव ले सकता है। सात से दस व्यक्ति चप्पू की मदद से झील के शांत पानी पर जा सकते हैं। लेकिन वे जुहू बीच या फोर्ट अगुआड़ा बीच रिज़ॉर्ट में तूफानी धाराओं को चुनौती देने की संभावना नहीं रखते हैं। यदि वे ऐसा करना चाहते हैं तो उन्हें स्थानीय नाविकों की सहायता लेनी होगी। ध्यान दें कि ये नावें गहरे महासागरों और झीलों में चलने के लिए उपयुक्त नहीं हैं। यद्यपि ये हल्के होते हैं, फिर भी गहरे समुद्र की गति की दृष्टि से ये सुरक्षित नहीं हैं क्योंकि लहरों की प्रबल धाराएँ इन नावों को कुछ ही मिनटों में नष्ट कर सकती हैं।

नहरों में प्रयोग की जाने वाली नावों को कैनाल बोट कहा जाता है। ये आकार में छोटे होते हैं और तेज गति से चलते हैं। नदियों में प्रयोग की जाने वाली नावों को रिवर बोट्स कहा जाता है। इन नावों में नहर की नावों द्वारा समायोजित लोगों की तुलना में अधिक लोग बैठते हैं। भारत में नहरों की चौड़ाई अधिक नहीं है। वे गहरे और बहते पानी से भरे हुए हैं। इसलिए, इनका उपयोग भारत में मनुष्यों के परिवहन के लिए नहीं किया जाता है। लेकिन केरल, तमिलनाडु और कर्नाटक में पर्यटकों को ले जाने के लिए कुछ छोटे नाले और नहरों का उपयोग किया जाता है। उत्तरी भारत की नहरों का उपयोग पर्यटकों को एक स्थान से दूसरे स्थान पर ले जाने के लिए नहीं किया जाता है। ऐसा इसलिए है क्योंकि पंजाब, हरियाणा, राजस्थान, उत्तर प्रदेश और मध्य प्रदेश राज्यों में भूतल और रेल परिवहन की प्रणालियाँ काफी विकसित हैं। पंजाब की नहरों का उपयोग मुख्यतः सिंचाई के लिए किया जाता है। संयोग से, नहरों का उपयोग उन राज्यों में नहीं किया जाता है जिनमें इनका घनत्व सबसे अधिक होता है। भारत के दक्षिणी राज्यों में नहरों और छोटे जलमार्गों की भारी कमी है। लेकिन ये ऐसे राज्य हैं जिनमें लोगों और सामानों के परिवहन के लिए नहरों और छोटे जलमार्गों का उपयोग किया जाता है।

हुगली (पश्चिम बंगाल में) एक लोकप्रिय जलमार्ग है। इसकी लंबाई और चौड़ाई में नावें चलती हैं। मछलियां स्थानीय लोगों द्वारा पकड़ी जाती हैं। पर्यटक जब हावड़ा ब्रिज की संरचना के नीचे से गुजरने के लिए नावों का उपयोग करते हैं तो इसके माहौल का आनंद लेते हैं।

जबलपुर के पास, मार्बल रॉक एक आकर्षक पर्यटक स्थल है। चंबल लाइनर के पानी से गुजरने के लिए पर्यटक अक्सर मानव चालित नावों का उपयोग करते हैं। यह स्थान बड़ी संख्या में पर्यटकों को आकर्षित करता है और उनमें से अधिकतर शक्तिशाली चंबल के किनारे संगमरमर के बड़े भवनों की सुंदरता का आनंद लेने के लिए नावों का उपयोग करने का एक बिंदु बनाते हैं।

संक्षेप में, पूरे भारत में मानव चालित नावों का बड़े पैमाने पर उपयोग किया जाता है। मनुष्य 3000 ईसा पूर्व से भारत के उथले जलमार्गों से यात्रा करने के लिए नावों का उपयोग कर रहा है। स्टीमर, मोटर बोट और क्रूज जहाजों के आने के बावजूद यह प्रथा बंद नहीं हुई है। यह एक गरीब आदमी का (सस्ते) परिवहन का साधन है और एक विदेशी, पर्यटक का कच्चा सपना है!

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

होवरक्राफ्ट (Hovercraft)

होवरक्राफ्ट एक उच्च शक्ति वाली नाव है जो पानी की सतह पर तैरती है और 50-70 किमी प्रति घंटे की गति से चलती है। एक उन्नत होवरक्राफ्ट एक यात्रा में 10-15 व्यक्तियों को समायोजित कर सकता है। होवरक्राफ्ट की बॉडी हवा में लटकी रहती है; यह वास्तव में पानी की सतह के ऊपर हवा की एक गद्दी की सवारी करता है। एक होवरक्राफ्ट जमीन पर भी यात्रा कर सकता है; उदाहरण के लिए यह समुद्र की छाती पर यात्रा कर सकता है और समुद्र से तट तक आसानी से जा सकता है। तट से यह किसी भी ठोस सतह पर उतर सकता है क्योंकि एक एयर कुशन हमेशा इसे जमीन से ऊपर उठा कर रखता है।

होवरक्राफ्ट का उपयोग केरल के बैकवाटर में किया जा रहा है। हमने तिरुवनंतपुरम के पास कोचू वेली बीच के पास के बैकवाटर में उनके संचालन को देखा है, होवरक्राफ्ट भारत में बहुत लोकप्रिय नहीं हैं। लेकिन समय बीतने के साथ; उनकी उपयोग दर सर्पिल हो सकती है। जब भी ये भारत में उपलब्ध होते हैं विदेशी होवरक्राफ्ट पसंद करते हैं।

जलमार्ग (Water ways)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **भारत के विभिन्न जलमार्ग**

जल परिवहन भारत में परिवहन के सबसे पुराने साधनों में से एक है। रेल और सड़क परिवहन के अभाव में माल और लोगों को जल परिवहन के माध्यम से एक स्थान से दूसरे स्थान पर ले जाया जाता था। चूंकि जलमार्गों के निर्माण और रख-रखाव में लगभग बहुत कम लागत शामिल होती है, इसलिए यह परिवहन प्रणाली हमेशा प्रकरण है।

एक अनुमान के अनुसार रेलवे के प्रत्येक किमी के निर्माण और क्रमशः 1.0-1.5 करोड़ रुपये और 0.60-0.75 करोड़ रुपये के निवेश की आवश्यकता है जबकि जलमार्गों की समान लंबाई को विकसित करने के लिए केवल 0.10 करोड़ रुपये की आवश्यकता है। उनका विकास तेजी से होता है और रखरखाव की लागत बहुत कम होती है। जलमार्ग दो प्रकार के होते हैं: (a) अंतर्देशीय जलमार्ग, और (b) समुद्री मार्ग या समुद्री मार्ग जिन्हें शिपिंग भी कहा जाता है।

अंतर्देशीय जलमार्ग (Inland Waterways)

अंतर्देशीय जलमार्गों को अंतर्देशीय जल निकायों जैसे नहरों, बैकवाटर, क्रॉक आदि में सामान और लोगों को एक फोन से दूसरे फोन पर ले जाने के लिए उपयोग करने का आदेश दिया जाता है। भारत में ऐसे जलमार्गों के उपयोग की एक लंबी ऐतिहासिक परंपरा रही है। गंगा, ब्रह्मपुत्र, सिंधु, यमुना, महानदी, गोदावरी, कृष्णा, कावेरी, नर्मदा और तापी आदि देश की परिवहन प्रणाली की मुख्य धमनियां थीं, जिन्होंने कई अंतर्देशीय बंदरगाहों और घाटों को जन्म दिया। 19वीं शताब्दी के मध्य में रेलवे के निर्माण के साथ नदी परिवहन की गिरावट शुरू हुई।

बाद में सड़कों के विकास ने ऐसे परिवहन की संभावनाओं पर प्रतिकूल प्रभाव डाला। नदी जल सिंचाई नहरों के मोड़ ने इनमें से कई नदियों को नौसंचालन के लिए अनुपयुक्त बना दिया। यहां तक कि आज देश की परिवहन व्यवस्था में इसकी हिस्सेदारी महज एक फीसदी है।

भारत कई लंबी और बारहमासी नदियों का देश है। लेकिन देश में जल परिवहन बहुत लोकप्रिय नहीं है। यह मुख्य रूप से वर्षा की मौसमी सांद्रता के कारण है। उतार-चढ़ाव वाली नदी व्यवस्था, बरसात के मौसम के दौरान विनाशकारी बाढ़, नदी के मार्ग (उत्तरी मैदानों में) को स्थानांतरित करना जिससे नदी के पानी की सिंचाई नहरों में बड़ी मात्रा में स्थायी जेटी या घाट मोड़ का निर्माण करना मुश्किल हो जाता है ताकि नदी में पानी की गहराई कम हो सके और स्टीमर और मशीनीकृत नावों के लिए इसे अनुपयुक्त बनाना, भारी सिल्टिंग और सैंडबार्स का निर्माण, पहाड़ी और पठारी क्षेत्रों में लहरदार स्थलाकृति, कई रैपिड्स के गठन के लिए लोड करना, और डेल्टा और डायवर्जन चैनलों का निर्माण जहाजों और बड़ी नावों के प्रवेश के लिए मुंह को संकरा बनाता है।

देश में लगभग 14,500 किमी के नौगम्य जलमार्ग हैं जिनमें नदियाँ, नहरें, बैकवाटर, क्रॉक आदि शामिल हैं, इस लंबाई की केवल 3,700 किमी की प्रमुख नदियाँ यंत्रीकृत शिल्प द्वारा नौगम्य हैं, लेकिन वास्तव में उपयोग की जाने वाली लंबाई केवल 2,000 किमी है। जहां तक नहरों का संबंध है, 4,300 किमी की नौसंचालन नहरों में से केवल 900 किमी यांत्रिक शिल्प द्वारा नौसंचालन के लिए उपयुक्त है। लगभग 160 लाख टन कार्गो प्रतिवर्ष भारतीय परिवहन द्वारा ले जाया जाता है।

देश के सबसे महत्वपूर्ण जलमार्ग गंगा भागीरथी हुगली, ब्रह्मपुत्र नदी, बराक नदी, डेल्टा और महानदी के निचले मार्ग, गोदावरी और कृष्णा नदियाँ नर्मदा और तापी के निचले मार्ग, गोवा में ज़ुआरी और मंडोवी, कर्नाटक में काली, शर्वती और नेत्रावती नदियाँ हैं।

केरल और बैकिंगहैम, आंध्र प्रदेश और तमिलनाडु की नहर में बैकवाटर और लैगून। उत्तर प्रदेश में देश के सबसे अधिक नौगम्य अंतर्देशीय जलमार्ग (2,441 किमी या 17.01 प्रतिशत) हैं, इसके बाद पश्चिम बंगाल, आंध्र प्रदेश, असम, केरल, बिहार (टेबल 25.1X) का स्थान है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

गंगा (The Ganga)

गंगा नदी देश के लिए महत्वपूर्ण अंतर्देशीय जलमार्ग प्रदान करती है। यह बरसात के मौसम में मानसून की बारिश और शुष्क गर्मी के दिनों में बर्फ के पिघलने से एक बारहमासी नदी है। इसकी 2510 किमी की लंबाई में बर्फ से लेकर देश के सबसे घनी आबादी वाले हिस्सों के माध्यम से देखा जा सकता है और उत्तर भारत के कई प्रमुख शहरों जैसे हार्डवेयर इलाहाबाद, मिर्जापुर, वाराणसी, पटना, कोलकाता में नहरों के लिए पानी का भारी मोड़ इसका मुख्य चैनल है। अभी भी पटना डाउन स्ट्रीम से 10 मीटर से अधिक की गहराई बनाए रखता है।

हाल ही में नदी को इलाहाबाद तक नौवहन योग्य बना दिया गया है और शुरू की गई नियमित स्टीमर सेवा हल्दिया और इलाहाबाद होगी, गंगा की कुछ सहायक नदियाँ जैसे यमुना, कोमाथी भी नौसंचालन के लिए उपयोग की जा सकती हैं।

विशाल नदी अपने डेल्टा पाठ्यक्रम में गंगा की एक महत्वपूर्ण वितरक है और कोलकाता और दिमेन हार्बर के बीच नदी नौसंचालन के लिए असंवेदनशील है। मुख्य नौसंचालन में पानी की इस गहराई में सिल्टिंग और परिणामी कमी है। फरक्का बैराज परियोजना 42 किमी लंबी नहर के माध्यम से 15,000-21,000 पानी की आपूर्ति करती है ताकि प्रवाह में सुधार और स्लाइट जमा को साफ किया जा सके।

ब्रह्मपुत्र (The Brahamaputra)

ब्रह्मपुत्र नदी अपने मुहाने से साल भर स्टीमरों द्वारा नौवहन योग्य है और कभी-कभी दिवुरगढ़ (1280 किमी) तक वह असम ऑयल टी, ट्रिमर और जूट कोलकाता पांडु जोगीघोपा महत्वपूर्ण नदी बंदरगाह हैं। बांग्लादेश में नदी बैरियर के प्रभावों से भूमि पर नदी का नौसंचालन मुश्किल हो जाता है। नदी के किनारे और शोल और बारिश के मौसम में नदी का बहुत मजबूत प्रवाह होता है।

प्रायद्वीपीय नदियाँ (Peninsular Rivers)

प्रायद्वीपीय नदियाँ मुख्य रूप से शुष्क मौसम के दौरान बारिश होती हैं और सूख जाती हैं, इसलिए यह नौसंचालन के लिए बहुत उपयुक्त नहीं हैं, कुछ परिवहन जो निचले इलाकों में किए जाते हैं, वे सपाट थे और पानी की मात्रा संतोषजनक थी। नर्मदा, तापी, कोठावरी, कृष्णा, महानदी और कावेरी जैसे नदी के निचले मार्ग में नौसंचालन।

गोवा की जुआरी और मंडोवी नदियाँ लौह अयस्क मैंगनीज और ट्रिमर को पश्चिमी तट की नदी जैसे काली और सरस्वती नटरावती आदि में बंदरगाह तक पहुँचाती हैं और नौसंचालन की सुविधा भी प्रदान करती हैं।

नहरें (Canals)

बकिंघम नहर (412.8 किमी) आंध्र प्रदेश और तमिलनाडु में एक महत्वपूर्ण नौसंचालन नहर है, यह दक्षिण अर्कोट से सभी तटीय जिलों में शामिल होने वाले पूर्वी तट के समानांतर चलती है, यह चेन्नई के उत्तर में 315 किमी लंबी है और उत्तरी भाग में इसके 100 किमी दक्षिण से जुड़ती है। कृष्णा डेल्टा की नहर, जबकि दक्षिण और भाग मरक्कनौपी बैकवाटर में समाप्त होता है, विजयवाड़ा, चेन्नई रेल लाइन के निर्माण ने नहर यातायात को विविध रूप से प्रभावित किया है, जिसे मुख्य रूप से चेन्नई शहर में नमक और जलाऊ लकड़ी के परिवहन के लिए जाना जाता है।

अकेले कुरनूल करनाल (116.8km) सोन नहर (326.4km) उड़ीसा नहर (272km) मादीपुर नहर (459.2km) दामोदर नहर (136km) और पश्चिमी तट के साथ प्रमुख बंदरगाहों को जोड़ने वाली पश्चिमी तट नहर) का उपयोग अंतर्देशीय नौसंचालन के लिए भी किया जाता है। उत्तरप्रदेश और पंजाब की सिंचाई नहरों का भी स्थानीय परिवहन के लिए उपयोग किया जाता है

अंतर्देशीय जल परिवहन (Inland Water Transport)

भारत में लगभग 14,500 किमी नौगम्य जल मार्ग हैं जिनमें नदियाँ, नहरें, बैकवाटर, दरारें आदि शामिल हैं। 2.82 मिलियन टन किमी के अनुरूप लगभग 50 मिलियन टन कार्गो को 2005-2006 में अंतर्देशीय जल परिवहन (IWT) द्वारा संचालित किया गया था जो वर्तमान में प्रतिबंधित है। गंगा में कुछ, Google नदियाँ, ब्रह्मपुत्र, द बैरक नदियाँ, गोवा में नदियाँ, केरल में बैकवाटर मुंबई में अंतर्देशीय जल और कोथवरी कृष्णा नदियों के डेल्टा कारण मशीनीकृत जहाजों द्वारा संगठित संचालक विभिन्न क्षमताओं की देशी नौकाएँ भी संचालित होती हैं विभिन्न नदियों और नहरों में असंगठित क्षेत्र में माल और यात्रियों की आवाजाही की तिथि का अनुपालन नहीं किया गया है (जिसके प्रभाव पर लेकिन यह एक तथ्य है कि असंगठित क्षेत्र में कार्गो और यात्रियों की मात्रा को ध्यान में रखते हुए परिवहन किया जाता है) इन विधाओं में निहित लाभ के मामले में ईंधन दक्षता, पर्यावरण मित्रता और लागत प्रभावशीलता के संदर्भ में भारत सरकार का प्रयास इसे विकसित करने का एक तरीका है और इसे रेल और सड़क के परिवहन के पूरक साधन के रूप में प्रभावी बनाना है।

भारतीय अंतर्देशीय जलमार्ग प्राधिकरण (Inland waterways authority of India)

भारतीय अंतर्देशीय जलमार्ग प्राधिकरण (IWAI) शिपिंग और नौसंचालन के लिए अंतर्देशीय जलमार्गों के विकास और नियमन के लिए 27 अक्टूबर 1986 को विस्तारकों में आया, प्राधिकरण मुख्य रूप से शिपिंग सड़क मंत्रालय से प्राप्त अनुदान के माध्यम से IWT बुनियादी ढांचे और राष्ट्रीय जलमार्गों के विकास और रखरखाव के लिए परियोजना लेता है। परिवहन और राजमार्ग प्राधिकरण का प्रधान कार्यालय नोएडा में स्थित है। प्राधिकरण का पटना, कोलकाता और कोच्चि में क्षेत्रीय कार्यालय और इलाहाबाद, वाराणसी, फरक्का और कोल्लम में उप कार्यालय भी हैं।

राष्ट्रीय जल मार्ग (National water ways)

इलाहाबाद - हल्दिया (1620 किमी) के बीच गंगा - ब्रह्मपुत्र नदी (891 किमी) की सांडिया - धुबरी और पश्चिमी तट नहर के कोल्लम और कोट्टापुरम के साथ-साथ केरल में चंपकरम और नहरों (205 किमी) को अब तक राष्ट्रीय जलमार्ग घोषित किया गया है और इसे नौसंचालन के लिए विकसित किया गया है। तीन और जल मार्गों की घोषणा IWAI बिल द्वारा किया गया। तालचेर नहरों काकीनाडा, पुडुचेरी आदि नहरों और पारा नदियों के राष्ट्रीय जल मार्ग पहले ही संसद में पेश किए जा चुके हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

केंद्र प्रायोजित योजना (Centrally sponsored Scheme)

देश में IWT क्षेत्र के समग्र विकास के लिए यह आवश्यक है कि राष्ट्रीय जलमार्गों के साथ-साथ अन्य तरीकों को राष्ट्रीय जलमार्गों की सहायक नदियों के लिए बड़ी संख्या में छोटी नदियों के साथ-साथ विकसित किया जाए यदि IWT बुनियादी ढांचे के साथ विकसित किया जाए तो इनमें से कई छोटी नदियां छोटे / मध्यम आकार के अंतर्देशीय जागीरदारों द्वारा नौसंचालन के लिए उपयुक्त हो सकता है और मुख्य जलमार्गों के लिए अभिनेताओं को रूट कर सकता है जबकि राष्ट्रीय जलमार्गों का विकास और विनियमन और केंद्र सरकार / IWAI की जिम्मेदारी संबंधित राज्य सरकार को अन्य जल मार्गों का विकास करना चाहिए। हालाँकि, धन की कमी के कारण राज्य के लिए IWT विकास के लिए धन उपलब्ध कराना संभव नहीं हो पाया है, इसलिए राज्य को IWT विकास के लिए प्रोत्साहित करने के लिए CSS 100% अनुदान के तहत IWT क्षेत्र के लिए एक केंद्र प्रायोजित योजना (CSS) थी जो परियोजना के लिए प्रदान की गई थी। सिक्किम सहित उत्तर पूर्वी राज्यों और अन्य राज्य को 90% अनुदान। योजना आयोग ने वर्ष 2007-2008 से उत्तर पूर्व क्षेत्र के अलावा अन्य क्षेत्रों के लिए इस योजना को बंद कर दिया है। योजना को उत्तर पूर्वी क्षेत्र के लिए जारी रखा गया है और इसे केंद्रीय क्षेत्रों की योजना के रूप में वर्गीकृत किया गया है।

अंतर्देशीय पोत निर्माण सब्सिडी योजना (Inland vessel building subsidy scheme)

IWT ऑपरेटरों पर पूंजीगत बोझ को कम करने के लिए और लाभप्रदता और अंतर्देशीय पोत निर्माण सब्सिडी योजना शुरू की गई है, जिसके तहत एक अंतर्देशीय जहाज की 30% लागत केंद्र सरकार द्वारा कम कर दी गई है, यह कार्गो और यात्री अंतर्देशीय जहाज दोनों पर लागू है। राष्ट्रीय जलमार्ग में संचालन के लिए। सुंदर बन जलमार्ग और इंडो बंगलादेश प्रोटोकॉल मार्ग योजना 31 मार्च 2007 को समाप्त हो गई है, हालांकि हमें 31 मार्च 2007 के बाद दो साल के लिए योजना का विस्तार करने के लिए बाध्य किया जा रहा है।

अंतर्देशीय जल पारगमन और व्यापार पर प्रोटोकॉल (Protocol on Inland water transit and Trade)

भारत और बांग्लादेश के बीच एक अंतर्देशीय जल पारगमन और व्यापार प्रोटोकॉल निकास जिसके तहत एक देश के अंतर्देशीय पोत दूसरे देश के निर्दिष्ट मार्गों के माध्यम से पारगमन करते हैं, रोमांचक प्रोटोकॉल मार्ग हैं:

- कोलकाता - पांडु - कोलकाता
- कोलकाता - करीमगंज
- राजशाही - धूलियान - राजशाही
- और पांडु - करीमगंज - पांडु

अंतर्देशीय व्यापार के लिए भारत में हल्दिया, पांडु, करीमगंज और बंगलादेश में मोंगाला नाम से प्रत्येक देश में कॉल के चार बंदरगाह निर्धारित किए गए हैं।

अंतर्देशीय जल परिवहन मोड के लिए विकास प्रदान करने की दृष्टि से भारत सरकार ने अंतर्देशीय जल परिवहन नीति को मंजूरी दी जिसमें मोड के पुन: विकास के लिए रियायतें और नीति दिशानिर्देश शामिल हैं, बुनियादी ढांचे के विकास और अंतर्देशीय जहाजों के स्वामित्व और संचालन में निजी क्षेत्र की भागीदारी को प्रोत्साहित करते हैं।

IWT क्षेत्र में ज्वाइन वेंचर्स और BOT प्रोजेक्ट की संभावना तलाशने के लिए कई इच्छुक फ्रेम के साथ बातचीत की गई और उसके बाद ज्वाइन वेंचर प्रोजेक्ट की क्षमता वाली कुछ प्राथमिकता वाली परियोजनाओं को सूचीबद्ध किया गया था, इनमें से कुछ परियोजनाओं को IWAI द्वारा उलट दिया गया था, IWAI की यह पहल सफल रही IWT क्षेत्र के लिए कुछ निजी कंपनियों को आकर्षित करना और पश्चिम बंगाल में बंदेल और बज-बज में जेटी की स्थापना और प्रबंधन के लिए IWAI और संबंधित सफल बोलीदाताओं के बीच चार समझौता ज्ञापनों (MOU) पर हस्ताक्षर किए गए हैं। कोलकाता, मंगोला, कोलकाता - धुबरी और कोलकाता पांडु तीन ज्वाइन वेंचर कंपनियों को पहले ही शामिल किया जा चुका है और चौथी को उपरोक्त परियोजना को निष्पादित करने के लिए शामिल किया जा रहा है।

राष्ट्रीय इंग्लैंड नेविगेशन संस्थान (National England Navigation Institute)

राष्ट्रीय महत्वपूर्ण राष्ट्रीय अंतर्देशीय नेविगेशन संस्थान (NINI) पटना का एक संस्थान फरवरी 2004 से कार्यात्मक हो गया। यह देश में अपनी तरह का पहला संस्थान है, 300 से अधिक प्रशिक्षकों ने इस संस्थान से जहाजों के चालक दल के प्रशिक्षण पाठ्यक्रम को सफलतापूर्वक पूरा किया है।

केंद्रीय अंतर्देशीय जल परिवहन निगम (CIWTC) (Central Inland Water Transport Corporation (CIWTC))

केंद्रीय अंतर्देशीय जल परिवहन निगम (CIWTC) जिसका मुख्यालय कोलकाता में है, की स्थापना मई 1967 में एक सार्वजनिक उपक्रम के रूप में की गई थी, CIWTC मुख्य रूप से गंगा-भगीरथ हुगली सुंदर बन्स और ब्रह्मपुत्र नदियों में अंतर्देशीय जलमार्गों द्वारा माल के परिवहन में लगा हुआ है। कोलकाता और पांडु (गुवाहाटी के पास) के बीच कोलकाता और करीमगंज (असम), कोलकाता-बंगलादेश और हल्दा और पटना के बीच नियमित कार्गो सेवाओं का संचालन करते हुए सरकार ने निगम को विनिवेश करने का निर्णय लिया है और विनिवेश की प्रक्रिया शुरू की गई है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

वायु परिवहन प्रणाली (Air transport system)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **पाठ के अंत तक, छात्र वायु परिवहन प्रणालियों के आयामों को समझने और समझाने में सक्षम होंगे।**

हवाई यात्रा की बढ़ती मांग हवाई परिवहन के भविष्य के लिए पहली चुनौती है। नए क्षितिज का पता लगाने की वृत्ति मानव जीन में लिखी जानी चाहिए। यह शिकारी-संग्रहकर्ता या होम नोमेड की प्रकृति में प्रकट होता है। सदियों से, यात्रा करने में लगने वाला औसत समय नहीं बदला है। मानव जाति केवल तकनीकी विकास के साथ आगे की यात्रा करती है।

हवाई परिवहन की मांग यातायात वृद्धि के लिए चालक है। मांग अर्थव्यवस्था और जनसांख्यिकीय विकास से काफी प्रभावित है। यात्री और माल ढुलाई के लिए हवाई यातायात की मांग, भले ही यह पारिस्थितिक दृष्टिकोण से अवांछनीय हो, बढ़ने की संभावना है। 2007 विमान की बिक्री के मामले में एक रिकॉर्ड वर्ष था, छोटे व्यावसायिक जेट और बड़े वाणिज्यिक जेट दोनों के लिए। हालांकि, कुछ विशेषज्ञों का मानना है कि दुनिया भर में आर्थिक और सामाजिक अनिश्चितताएं, जो उड़ान की असुविधा से जुड़ी हैं, का अर्थ है कि यात्री वृद्धि के लिए पूर्वानुमान त्रुटिपूर्ण हैं।

हवाई परिवहन की वृद्धि एक मजबूत सकारात्मक प्रवृत्ति दर्शाती है, भले ही यह विभिन्न कारकों, जैसे पर्यावरणीय चिंताओं, बुनियादी ढांचे, कथित असुविधा, और इसी तरह से कुछ हद तक बाधित हो। इन बाधाओं की उपस्थिति में, हालांकि, साक्ष्य इंगित करता है कि समग्र मांग कम नहीं होती है, बल्कि इसके बजाय फैलती है - और फैलती है। चूंकि बाधाएं मांग को प्रभावित करती हैं, इसलिए बदले में मांग आपूर्ति को प्रभावित करती है। यदि हवाई यातायात वृद्धि बाधित है (उदाहरण के लिए, क्षमता सीमा या विनियमन और/या मूल्य वृद्धि द्वारा), तो मांग में परिवर्तन और आपूर्ति अनुकूलन और पुनर्गठन करती है।

भविष्य की मांग के अनुमानों को परिष्कृत करने के लिए हवाई परिवहन विकास के पैमाने और प्रकृति में और अधिक शोध की आवश्यकता है। मांग में बदलाव के लिए ATM को बेहतर ढंग से अनुकूलित करने के लिए परिष्कृत पूर्वानुमान मॉडल आवश्यक हैं, जो तीन आर्थिक क्षेत्रों के विकास से आकार लेता है: अवकाश यात्रा, पेशेवर गतिशीलता और माल ढुलाई।

अवकाश हवाई यात्रा (Leisure air travel)

एयरलाइनों के बीच प्रतिस्पर्धा का विकास, जिसने हवाई परिवहन विनियमन का पालन किया, अधिक कुशल और कम खर्चीली विमान प्रौद्योगिकियों के साथ मिलकर, हवाई परिवहन के लोकतंत्रीकरण के बारे में लाया है। वायु परिवहन के विकास में पर्यटन का महत्वपूर्ण योगदान है। यूरोपीय लोगों द्वारा की गई लगभग 69% हवाई यात्राएं अवकाश यात्राएं होती हैं। आराम से चलने वाले हवाई परिवहन की मांग शायद बढ़ती रहेगी।

यह निर्धारित करने के लिए कि भविष्य में अवकाश हवाई यात्रा की मांग कैसे विकसित होगी, यह समझने की आवश्यकता है कि यात्री यात्रा करने के लिए अपने निर्णय कैसे लेते हैं और उनके व्यवहार और ज़रूरतें कैसे विकसित होने की संभावना है। 2025 में हवाई यात्रा की मांग की विशेषताओं के संबंध में, एक हालिया अध्ययन ने निम्नलिखित प्रवृत्तियों की पहचान की है:

- दोस्तों और रिश्तेदारों से मिलने के उद्देश्य से हवाई यात्रा की मांग के स्तर में वृद्धि।
- सेवानिवृत्त लोगों के लिए हवाई यात्रा की मांग के स्तर में वृद्धि।
- व्यक्तिगत यात्रा की मांग में वृद्धि।
- यात्रा का उपयोग समाज द्वारा थोपे गए बहुत तेज़ लय से बचने के तरीके के रूप में।
- हवाई किराए में वृद्धि या नियामक उपाय आपूर्ति स्तर को सीमित करते हैं और हवाई यात्रा की मांग को कम करते हैं।

कम किराया वाली एयरलाइनों द्वारा शुरू की गई सप्ताह के अंत में यात्रा की अवधारणा में वृद्धि हुई है। इसने खरीदारी सप्ताह के अंत के रूप में इस तरह की सैर को अपनाने का नेतृत्व किया है: उदाहरण के लिए, यूरोप में कहीं से भी न्यूयॉर्क तक।

यूरोपीय जनसांख्यिकीय बदलाव के संबंध में, "बेबी बूमर" पीढ़ी एक निश्चित स्तर की डिस्पोजेबल आय और अवकाश के समय के साथ सेवानिवृत्ति-आयु के करीब पहुंच रही है। इससे यात्रा की मांग में वृद्धि होगी, क्योंकि वृद्ध यात्री के पास विस्तारित अवधि के लिए और अक्सर अधिक दूरी तक यात्रा करने की इच्छा, क्षमता और संसाधन होते हैं।

लेकिन अगर ज्यादा से ज्यादा लोग आसमान छू रहे हैं तो पर्यावरण के मामले में समाज कहां जा रहा है? लोग किफायती, लचीले हवाई परिवहन की तलाश करते हैं, जो स्वच्छ हो (यानी, उनकी पर्यावरण संबंधी चिंताओं को दूर करता हो)। "हरित" दबाव में, राजनेता हवाई परिवहन को एक विलासिता के रूप में मानने लगे हैं। हवाई परिवहन को समाज की मांगों का समर्थन करना चाहिए, लेकिन समग्र रूप से समाज के लिए हानिकारक हुए बिना। ऐसे कई लोग हैं जो पूरे यूरोप में सस्ते कनेक्शन के साथ लोगों के लिए दो घरों के मालिक होने की आवश्यकता पर सवाल उठाते हैं।

हवाई परिवहन मांग (Air transport demand)

दीर्घकालिक मांग विश्लेषण के लिए कई सामाजिक संकेतकों की और खोज और निगरानी की आवश्यकता है:

- गंतव्य पर रहने की लागत सहित यात्रा की कुल लागत
- अवकाश हवाई यात्रा की घरेलू खपत
- अवकाश प्रस्थान दर सामाजिक-पेशेवर श्रेणियों के अनुसार
- दोस्तों और रिश्तेदारों (VRF) से मिलने के उद्देश्य से यात्राओं की संख्या को प्रभावित करने वाले सेवानिवृत्त और उत्प्रवासित लोगों की संख्या।
- पर्यावरणीय मुद्दों और "यात्रा के अधिकार" के उद्भव के बीच विरोध।

वर्तमान मांग विशेषताओं और संभावित यात्रियों की अपेक्षाओं की समझ

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

की कमी बनी हुई है, ऐसी जानकारी जो दीर्घकालिक मांग विश्लेषण (और योजना उद्देश्यों के लिए बेहतर पूर्वानुमान मॉडल) के लिए आवश्यक है।

व्यावसायिक गतिशीलता (Professional Mobility)

व्यावसायिक गतिशीलता, पर्यटन के बाद दूसरा और प्रवास प्रवाह के लिए अग्रणी, हवाई परिवहन मांग का एक महत्वपूर्ण चालक बना हुआ है। इसके अलावा, भविष्य के यूरोपीय आर्थिक मॉडल को विकसित करने के लिए एक चैनल के रूप में यूरोपीय संघ द्वारा पेशेवर गतिशीलता का समर्थन किया जाता है।

उभरती हुई अर्थव्यवस्थाएं व्यावसायिक गतिविधियों को आकर्षित करती हैं, जो अधिक परिवहन और यात्रा आंदोलनों के लिए एक उत्प्रेरक के रूप में कार्य करती हैं जब तक कि धन का स्तर विकसित देशों की ओर नहीं पहुंचना शुरू हो जाता है। भविष्य में, इन पंक्तियों के साथ बहुत मजबूत वृद्धि होने की संभावना है, जिसकी तुलना पश्चिम में हर 20 साल में हवाई यातायात के दोगुने होने से की जा सकती है। उत्कृष्ट विकास वाले क्षेत्र एशिया (विशेष रूप से चीन), रूस और लैटिन अमेरिका हैं। ये उभरती हुई अर्थव्यवस्थाएं हैं जो विकसित देशों के समान यात्रा के तरीकों और व्यवहारों तक पहुंच की मांग कर रही हैं। इससे मांग में महत्वपूर्ण वृद्धि हो सकती है, अर्थात, जब तक कि पर्यावरणीय बाधाएं इस वृद्धि को बाधित न करें।

यद्यपि एक विचार सभी के द्वारा साझा नहीं किया गया है, लेकिन एक महत्वपूर्ण निकाय है कि संचार प्रौद्योगिकी के विकास और पहुंच के परिणामस्वरूप व्यावसायिक यात्रा घट सकती है।

वीडियो-कॉन्फ्रेंसिंग तकनीक अधिक प्रभावी होती जा रही है। कुछ प्रबंधक उपकरणों के लिए (निजी तौर पर) भुगतान करने के लिए भी तैयार हैं जैसे कि सहकर्मी काम के घंटों के बाहर प्रौद्योगिकी का उपयोग कर सकते हैं (उदाहरण के लिए वैश्विक कॉन्फ्रेंसिंग के लिए)। हालाँकि, वीडियो-कॉन्फ्रेंसिंग को अभी तक यात्रा के गंभीर विकल्प के रूप में नहीं देखा गया है। तकनीक अभी तक पर्याप्त रूप से विकसित नहीं हुई है और लोग आमतौर पर मानव संपर्क के अनुभव के साथ यात्रा करना पसंद करते हैं।

जैसे-जैसे आभासी संचार का विकास और लोकप्रियता बढ़ती जा रही है, इससे दीर्घावधि में व्यवसाय-उन्मुख हवाई यात्रा (बैठकों आदि के लिए) की मांग कम हो जाएगी। हवाई यात्रा का उपयोग केवल वरिष्ठ प्रबंधन और उच्च-स्तरीय बिक्री अधिकारियों द्वारा कम विवश हवाई अड्डों से बिंदु-दर-बिंदु आधार पर किया जा सकता है, जिसके परिणामस्वरूप यूरोप में बिजनेस एविएशन के लिए बिजनेस मॉडल का विकास हुआ। दूसरी ओर, कुछ लोग प्रति सप्ताह कई बार विभिन्न कार्यस्थलों की यात्रा करते समय बेहतर रहने की स्थिति के लिए दूरस्थ आवासीय स्थान का विकल्प चुन सकते हैं।

परिवहन (Freight)

लंबी अवधि में, समुद्री और हवाई परिवहन माल ढुलाई के लिए विकास बाजारों का अनुभव करना जारी रखता है। दोनों पर्यावरणीय मुद्दों को उठाते हैं जिन्हें संबोधित किया जाना चाहिए। फिर भी हवाई परिवहन समय पर डिलीवरी की अनुमति देता है। इसलिए हवाई परिवहन में माल ढुलाई का हिस्सा बढ़ रहा है। लुफ्थांसा ने दक्षिण पूर्व एशिया, दक्षिण एशिया और यूरोप को जोड़ते हुए मध्य एशिया में एक बड़ा फ्रेट हब बनाया है। माल ढुलाई में यातायात में वृद्धि की बहुत बड़ी संभावना है, जो व्यवस्था पर दबाव डालेगा। माल ढुलाई को पर्याप्त रूप से नहीं देखा गया है, और यात्री परिवहन की तुलना में यूरोपीय यातायात के एक छोटे से हिस्से का प्रतिनिधित्व करता है।

अर्थव्यवस्था और हवाई परिवहन (Economy and air transport)

औद्योगिक और राजनीतिक क्षेत्र में कई लोगों द्वारा हवाई परिवहन को यूरोपीय और वैश्विक अर्थव्यवस्था के लिए विशेष महत्व के रूप में देखा जाता है। आर्थिक विकास और परिवहन विकास, और विशेष रूप से हवाई परिवहन को आम तौर पर आपस में जुड़े हुए के रूप में देखा जाता है। वैश्विक सकल घरेलू उत्पाद, ईंधन की कीमत और टिकट की कीमत हवाई परिवहन विकास को प्रभावित करने वाले मैक्रो-इकोनॉमिक कारक हैं।

वैश्विक अर्थव्यवस्था में यूरोपीय विमानन (European aviation in the global economy)

मुख्य मैक्रो-इकोनॉमिक ट्रेंड पिछले चार वर्षों में असाधारण वृद्धि है। वैश्विक सकल घरेलू उत्पाद में सालाना 4% की वृद्धि हुई। इसने वैश्विक हवाई परिवहन मांग में वार्षिक 8% की वृद्धि का प्रतिनिधित्व किया। 2008 के बाद से, "सब-प्राइम" संकट के बाद, वैश्विक सकल घरेलू उत्पाद की वृद्धि अगले पांच वर्षों के लिए लगभग 3% पर स्थिर होने के लिए धीमी हो जाएगी (पूर्वानुमान 2008 की शुरुआत में बनाया गया था)। यह वैश्विक हवाई परिवहन मांग में 6% की वृद्धि के बराबर है। यह आंकड़ा वास्तव में पिछले 60 वर्षों के लिए मानक रहा है।

दीर्घावधि में हवाई परिवहन विकास ने आर्थिक स्थिरता और मंदी के बावजूद भी एक स्थिर प्रवृत्ति प्रदर्शित की है। हालांकि आर्थिक शक्तियों ने विशेष परिस्थितियों में मांग पर नकारात्मक प्रभाव डाला है (उदाहरण के लिए, 1970 के दशक का तेल संकट), यातायात को ऐतिहासिक रूप से नकारात्मक घटनाओं के बाद पलटाव के लिए देखा जाता है।

परिवहन के किसी भी साधन के लिए पूर्वानुमान हवाई यातायात वृद्धि उच्चतम है। विमान की बिक्री और ऑर्डर की संख्या से इसकी पुष्टि होती है। पिछले दो वर्षों में, एयरबस की बिक्री बहुत अधिक थी। यह प्रवृत्ति, निश्चित रूप से, नए सदस्य राज्यों में मुख्य क्षेत्र की तुलना में अधिक दिखाई दे रही है, जहाँ हाई-स्पीड ट्रेनों का विकास किया जा रहा है।

यूरोपीय हवाई परिवहन के लिए मुख्य चुनौतियों में से एक वैश्विक अर्थव्यवस्था है। हालांकि अल्पकालिक उतार-चढ़ाव हैं, चीन और भारत प्रमुख विकास की समस्या का सामना करेंगे। ये देश वैश्विक अर्थव्यवस्था में इतने बड़े खिलाड़ी बन जाएंगे कि यूरोप 10 से 15 साल में हवाई परिवहन के मामले में पिछड़ सकता है। उदाहरण के लिए, 2008 के ओलंपिक खेलों ने सेंट्रल फ्लो मैनेजमेंट (CFM) के लिए चीन में रुचि पैदा की। अफ्रीका को विकास से जुड़ी किसी भी कठिनाई का सामना करने की संभावना नहीं है, लेकिन ज्यादातर सुरक्षा से संबंधित समस्याएं हैं।

यूरोप की तुलना में, उभरती हुई अर्थव्यवस्थाएँ कम विवश हैं, उदाहरण के लिए, हवाई अड्डे के विस्तार के संबंध में। इसलिए उभरती अर्थव्यवस्थाओं का विमानन यूरोपीय संघ के विमानन के साथ प्रतिस्पर्धा में है। यह दुनिया में यूरोप की आर्थिक प्रतिस्पर्धा के लिए एक गंभीर समस्या है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

कुछ विशेषज्ञ सोचते हैं कि यह स्थिति यूरोपीय सरकारों के रवैये से प्रबल होती है, जो हवाई परिवहन को बढ़ावा देने के लिए कार्य नहीं करते हैं। यूरोप में वायु परिवहन जन परिवहन का एक साधन है। अच्छे वैकल्पिक तरीके हैं। हवाई यात्रा को एक आवश्यकता के बजाय एक विलासिता के रूप में देखा जाता है। दुनिया भर के कुछ दूरस्थ देशों में, विमानन अर्थव्यवस्था के लिए महत्वपूर्ण है। इन स्थानों से सड़कें और हाई-स्पीड ट्रेनें अनुपस्थित हैं। इसलिए हवाई परिवहन एकमात्र संपर्क बन जाता है, और फलस्वरूप सरकारें विमानन की सुविधा के लिए भारी निवेश करती हैं।

वैश्विक अर्थव्यवस्था में माल और नागरिकों के परिवहन के माध्यम से वायु परिवहन केंद्रीय धमनियों में से एक है। कृत्रिम रूप से राजनीतिक निर्णयों से विवश, यह यूरोपीय संघ की अर्थव्यवस्था को नुकसान पहुंचाएगा, जो मंदी के एक दुष्चक्र को शुरू कर सकता है।

ईंधन मूल्य (Fuel Price)

लंबी अवधि में, हवाई परिवहन उद्योग के लिए सबसे बड़ी चिंता ईंधन की लागत है। लाभप्रदता, कम लागत और निवेश पर वापसी प्रमुख कारक हैं जो एयरबस, बोइंग और एयरलाइंस जैसे संगठनों को नियंत्रित करते हैं। एक वाणिज्यिक हवाई परिवहन ऑपरेटर की वित्तीय भलाई के लिए, ईंधन लागत सबसे बड़ा मुद्दा है, क्योंकि यह इसकी परिचालन लागत के मुख्य भाग का प्रतिनिधित्व करता है। यह ईंधन की कीमत और ईंधन की खपत पर निर्भर करता है। इसकी शुरुआत के बाद से, हवाई परिवहन को तेल डेरिवेटिव्स द्वारा ईंधन दिया गया है।

अप्रत्याशित रूप से, 2007 और 2008 के दौरान, तेल की कीमत 140 अमेरिकी डॉलर प्रति बैरल से अधिक हो गई और फिर 43 अमेरिकी डॉलर तक गिर गई। तेल की कीमत 50 डॉलर प्रति बैरल। तेल की कीमत में उतार-चढ़ाव व्यापार योजना को बेहद कठिन बना देता है।

तेल की खपत को कम करने के लिए विमानन तकनीकी सुधार कम और कम लाभ लाते हैं। इसके अलावा, अगले 20 वर्षों के भीतर किसी बड़ी प्रौद्योगिकी सफलता की उम्मीद नहीं है। 2050 के बाद अन्य समाधान दिखाई देंगे। जीवाश्म ईंधन के विकल्प वैश्विक अर्थव्यवस्था में यूरोपीय विमानन ईंधन मूल्य टिकट मूल्य स्थिरता अर्थव्यवस्था और हवाई परिवहन लगभग 20 से 30 साल पहले ज्ञात और परीक्षण किए गए थे। हाइड्रोजन- और प्राकृतिक गैस-ईंधन वाले विमान हैं। मौजूदा विमान संचालन की तुलना में संभावित रूप से अधिक किफायती होने के बावजूद इनमें से किसी भी नवाचार को याद नहीं किया जाता है। बहरहाल, वैकल्पिक ईंधन की खोज संभवत: हवाई परिवहन से पहले परिवहन के अन्य साधनों को प्रभावित करेगी।

तेल की मांग और उपलब्धता हवाई परिवहन के विकास के लिए महत्वपूर्ण कारक होंगे क्योंकि ये ईंधन की कीमतों को बढ़ाते हैं। तेल की कीमत में वृद्धि होगी, क्योंकि लंबी अवधि में आपूर्ति की तुलना में तेल की मांग तेजी से बढ़ने की संभावना है। तेल की कीमत अभी तक कमी से प्रेरित नहीं है। अगले 80 वर्षों के लिए वैश्विक तेल भंडार अनुमानों से अधिक है, और तेल की उपलब्धता का मतलब हवाई परिवहन के लिए वास्तविक भौतिक सीमाएं नहीं है। आखिरकार, हवाई परिवहन वैश्विक ईंधन खपत का 3% है, और यदि दोगुना हो जाता है तो भी यह केवल 6% का प्रतिनिधित्व करेगा।

आम तौर पर, तेल की कीमत "शो-स्टॉपर" नहीं होने वाली है। राजनीतिक हस्तक्षेप के बिना, उच्च ईंधन की कीमत केवल हवाई यातायात वृद्धि को कम करेगी। वायु परिवहन शायद ईंधन का एकमात्र उपभोक्ता है जो 500 अमरीकी डालर प्रति बैरल पर भी ईंधन का खर्च उठा सकता है। तब हवाई परिवहन एक बार फिर से लग्जरी उत्पाद बन जाएगा।

इस मामले में, हवाई परिवहन की मांग प्रभावित हो सकती है, विशेष रूप से कम लागत वाली अवकाश यात्रा के लिए। पहले से ही 2008 के वसंत में, लंदन हीथ्रो ने लंबी दूरी के कारोबार को छोड़कर जहां जमीनी परिवहन प्रतिस्पर्धा कम है, मांग में गिरावट देखी। इसके अलावा, 2008 की गर्मियों के दौरान एक रणनीतिक चाल में, कुछ प्रमुख और कम किराए वाली एयरलाइनों ने क्षमता कम कर दी।

टिकट की कीमत (Ticket Price)

आज, हवाई यात्रा की लागत अपने सबसे निचले स्तर पर हो सकती है। एयरलाइंस के बीच प्रतिस्पर्धा टिकट की कीमतों को कम कर रही है, जो बदले में हवाई परिवहन विकास को बनाए रखती है। ATM समुदाय एक तेजी से कुशल प्रणाली बना रहा है। एयरलाइंस अपने कारोबार के संचालन के तरीके में कहीं अधिक कुशल होती जा रही हैं; और उन्होंने ओवरहेड लागत में काफी कमी की है।

हालांकि, ईंधन की कीमत और टैक्स में बढ़ोतरी से कीमतें फिर से बढ़ सकती हैं। हम शायद डिस्पोजेबल एयर टिकट की कीमतों के वक्र में सबसे नीचे हैं, बिना यह जाने कि हवाई टिकट की कीमतें अब से 20 साल बाद कहां होंगी। यूरोप में, राजनीतिक संकेत हैं कि हवाई यात्रा को बहुत सस्ता माना जाता है; यह संभावित रूप से मांग पर एक मजबूत नकारात्मक प्रभाव डाल सकता है।

लंबी अवधि में, GDP और टिकट-कीमत (जो तेल की वजह से बढ़ेगी) की मांग की लोच का उपयोग करते हुए एक त्वरित आर्थिक विश्लेषण से पता चलता है कि बहुत रूढ़िवादी धारणाओं के साथ भी, लेकिन जनसांख्यिकी को ध्यान में रखते हुए

हवाई परिवहन के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है, हम अभी भी 2025 तक प्रति वर्ष 2.5% की वृद्धि की उम्मीद कर सकते हैं।

- उचित धारणा, चूंकि, सामान्य तौर पर, इस तरह की लोच को लंबी अवधि में -0.4 माना जाता है।
- उचित धारणा, चूंकि, सामान्य तौर पर, इस तरह की लोच को लंबी अवधि में -0.4 माना जाता है।
- सकल घरेलू उत्पाद की मांग की लोच 0.8 है। यह विकसित अर्थव्यवस्थाओं के लिए एक उचित मूल्य है। चीन में, हालांकि, मान 2.0 के करीब होगा।

आइए एक ऐसे परिदृश्य पर विचार करें जहां तेल की कीमत 2005 में 50 अमेरिकी डॉलर से बढ़कर 2025 में 200 अमेरिकी डॉलर (स्थिर मूल्य में USD) हो जाती है। इसे एक यथार्थवादी परिकल्पना के रूप में देखा जाता है क्योंकि तेल की कीमत कमी के बजाय मांग से प्रेरित रहेगी।

इसके बाद हम अनुमान लगा सकते हैं कि 2050 तक टिकट की कीमतें कितनी बढ़ सकती हैं।

© NCVET NOT TO BE REPUBLISHED

- 2005 में 100 का टिकट मूल्य लें, इसमें से 25% ईंधन लागत, यानी 25 शामिल है।
- 2025 में, ईंधन की लागत चार गुना हो गई है। उत्पादकता लाभ (-0.5% प्रति वर्ष) के कारण थोड़ी कमी आई है। टिकट की कीमत तब 167.5 है।

मान लें कि 2005 और 2015 के बीच वैश्विक GDP में सालाना 4% की वृद्धि होती है, 2015 और 2025 के बीच वार्षिक वृद्धि 3% है, और फिर 2025 में वैश्विक GDP को दो से गुणा किया जाता है। इस परिकल्पना में, 2025 तक मांग में वृद्धि का प्रतिनिधित्व होगा 34% की वृद्धि, यानी प्रति वर्ष 1.5%। यदि जनसांख्यिकी को शामिल कर लिया जाए तो यह प्रति वर्ष 2.5% तक बढ़ जाएगा। यह आमतौर पर स्वीकृत 4% प्रति वर्ष से बहुत दूर है। परिकल्पना इसलिए निराशावादी हैं, लेकिन फिर भी वे संकेत देते हैं कि मांग बढ़ेगी।

वहनीयता (Sustainability)

भविष्य में स्थिरता कैसे प्राप्त की जा सकती है? कुछ लोगों का तर्क है कि उड़ान परिवहन का एक असाधारण तरीका होगा। एक तुलना के रूप में, हालांकि, अतीत में लोगों का मानना था कि तेल की कीमत से जुड़ी कार परिवहन की एक सीमा होगी। 2008 में, तेल की कीमत रिकॉर्ड ऊंचाई पर पहुंच गई, और फिर भी लोग अधिक से अधिक गाड़ी चला रहे थे। यह इस तथ्य के कारण है कि लोगों के सामान्य जीवन स्तर में भी वृद्धि हुई है - इसलिए वे तेल के लिए अतिरिक्त लागत वहन कर सकते हैं।

साथ ही, जब क्षमता को प्रमुख उद्देश्य के रूप में देखा जाता है, तो टिकाऊ विकास के लिए विचार की कमी पर चिंता व्यक्त की जाती है। तेल की कीमत जो भी हो, उद्योग अभी भी अधिक से अधिक विमान बना रहा है, जो अगले 20 से 30 वर्षों तक उपयोग में रहेगा। साथ ही, आज यात्रा की कीमतें कितनी कम हैं, इस पर विचार करते समय कुछ गलत लगता है।

हवाई परिवहन उद्योग को आत्मसंतुष्ट माना जाता है: यह उड़ानों के पर्यावरणीय प्रदर्शन में सुधार के संदर्भ में "स्थिरता" को समझता है, जबकि लघु-ढोना दोनों के लिए विमानन विकसित करना - अक्सर अन्य परिवहन साधनों के साथ प्रतिस्पर्धा में - और लंबी दूरी के लिए, गणना करते समय ETS पर इसके उत्सर्जन की भरपाई के लिए। कई लोगों के लिए, यह उचित क्षणभंगुर उपाय करने और सामाजिक जिम्मेदारी लेने में विफलता का प्रतिनिधित्व करता है।

पर्यावरण (Environment)

अधिक से अधिक लोग पर्यावरण पर मानव गतिविधियों के प्रभाव के बारे में जागरूक हो रहे हैं। लंबी अवधि में हवाई परिवहन के लिए पर्यावरण शायद सबसे बड़ी चुनौती है। इस चुनौती के कई पहलू हैं, लेकिन राजनीतिक ध्यान जलवायु परिवर्तन के बारे में सामाजिक चिंताओं से प्रेरित है, जो इसलिए उत्सर्जन पर केंद्रित है। हवाई अड्डों के स्तर पर शोर के मुद्दे भी करीब से ध्यान आकर्षित कर रहे हैं। उड्डयन के पर्यावरणीय प्रभाव सामाजिक समानता का सवाल उठाते हैं: जो लाभान्वित होते हैं वे पीड़ित नहीं होते हैं। इस संबंध में एक स्वीकार्य संतुलन प्राप्त करना स्थायी हवाई परिवहन की चुनौतियों में से एक है। पर्यावरण वायु परिवहन को आकार देता है, लेकिन इसे अवरुद्ध नहीं करता। यह अनिवार्य रूप से एक सामाजिक-राजनीतिक चुनौती है।

भविष्य में, पर्यावरणीय मुद्दे संभवतः हवाई परिवहन के कड़े नियमन लाएंगे, जैसे कि जीवाश्म ईंधन के उपयोग पर रोक या हवाई क्षेत्र के मुक्त उपयोग पर सीमाएं। यह क्षमता के मुद्दे को जोड़ देगा। 2040-50 तक ग्रीन विमान दिखाई देंगे। हालाँकि, हरित इंजन अभी भी एक चुनौती है क्योंकि आज कोई अन्य ऊर्जा स्रोत (परमाणु के अलावा) ईंधन की जगह नहीं ले सकता है। पर्यावरणीय मुद्दे आपूर्ति उद्योग को संशोधित करेंगे। कुछ व्यावसायिक मॉडल टिकाऊ नहीं होंगे, और केवल सबसे बड़े वाहक ही जीवित रहेंगे। लगभग कोई नया हवाई अड्डा नहीं बनाया जाएगा।

उत्सर्जन कम करना (Reducing emissions)

वायु परिवहन कुल उत्सर्जन में एक अलग भूमिका निभाता है क्योंकि विमानन एक तेजी से बढ़ता परिवहन क्षेत्र है, जिसमें प्रति यात्री-किमी उच्चतम उत्सर्जन है। इसलिए विमानन परिवहन का सबसे अधिक प्रदूषणकारी तरीका है (प्रति यात्री-किमी), भले ही तकनीक में कई विकास हुए हों। यदि हवाई परिवहन अगले 30 वर्षों में दोगुना हो जाता है, तो उत्सर्जन भी दोगुना हो जाएगा। अन्य क्षेत्रों में खर्चा होगा। क्या अर्थव्यवस्था वास्तव में इसे सहन कर सकती है?

वायु परिवहन द्वारा 2030 तक अपने उत्सर्जन को पूर्ण रूप से कम करने की संभावना नहीं है। अगर मांग को पूरा करना है तो हवाई परिवहन से उत्सर्जन की मात्रा बढ़ेगी। उत्सर्जन में वृद्धि की दर गति में वृद्धि का वर्ग है (और विमान तेज हैं)। इसलिए, दीर्घावधि में वर्तमान यातायात के तीन गुना को समायोजित करने के लिए उत्सर्जन को आज की तुलना में 30% तक कम नहीं किया जा सकता है।

अमेरिका की धारणा यह है कि विकास छोटे विमानों के साथ बिंदु-दर-बिंदु उड़ानों से आएगा, जिससे उत्सर्जन की कुल मात्रा में वृद्धि होगी। हालाँकि, यह एक व्यवसाय मॉडल है जिस पर FAA का कोई नियंत्रण नहीं है। अमेरिका में उत्सर्जन में कटौती के लिए नियम नहीं होंगे, जहां पैसे को सबसे अच्छा नियामक माना जाता है। कानून तभी आता है जब पैसा काम नहीं करता। FAA फंडिंग का 80% एयरलाइन टिकट करों से आता है। वे स्पष्ट रूप से सामान्य विमानन या व्यावसायिक विमानन द्वारा भुगतान नहीं करते हैं क्योंकि ये टिकट नहीं बनाते हैं। सामान्य उड्डयन की लॉबी शक्ति के कारण इसे बदलना बहुत कठिन है।

यूरोप में, न केवल स्थिरीकरण बल्कि समग्र उत्सर्जन को कम करने के लिए एक मजबूत राजनीतिक अभियान होगा। 1995 के बाद से, यूरोपीय संघ ने अपने कुल CO_2 उत्सर्जन को स्थिर कर दिया है (और यहां तक कि उन्हें 3% तक कम कर दिया है)। लेकिन, इसी समय, परिवहन वृद्धि 25% थी और हवाई परिवहन वृद्धि 90% थी। कारें अभी भी बहुत बेहतर कर सकती हैं। हवाई परिवहन में, इंजन प्रौद्योगिकी ने बहुत कुछ हासिल किया है। विमान का वजन अभी भी कम किया जा सकता है, लेकिन एक सीमा होती है। फिर सवाल यह है कि राजनेता क्या तय करेंगे?

कुछ विशेषज्ञों की राय है कि जहाँ तक संभव हो CO_2 उत्सर्जन को सीमित किया जाना चाहिए, अन्यथा विकास को समायोजित नहीं किया जा सकता

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

है। विमान पक्ष (ACARE) पर तकनीकी सुधार के अलावा, जो CO_2 के बढ़ते उत्पादन (यातायात वृद्धि के कारण) का प्रतिकार नहीं करेगा, उत्सर्जन व्यापार योजना उत्पादित CO_2 की भरपाई के लिए एक अच्छा समाधान प्रदान करती है। किसी भी मामले में, वैश्विक CO_2 उत्सर्जन में विमानन का योगदान अपेक्षाकृत छोटा है।

अन्य विशेषज्ञों का मानना है कि प्राथमिकताओं को ठीक करने की आवश्यकता है। सबसे महत्वपूर्ण मुद्दा जलवायु परिवर्तन और उत्सर्जन में कमी है। उत्सर्जन में सामान्य कमी प्राप्त करने के लिए सर्वोत्तम संभव प्रौद्योगिकी और उत्सर्जन पर उचित करों के बीच एक संयुक्त समाधान की आवश्यकता है।

• सामाजिक विकास और राजनीतिक विचार

क्योटो प्रोटोकॉल और रियो सम्मेलन जैसे छोटे उपायों से परे, पर्यावरणीय मुद्दे भविष्य के समाजों को आकार देंगे। कुछ विशेषज्ञों के लिए, CO_2 समस्या एक "मज़ाक" है जिसे 50 वर्षों के भीतर हल कर लिया जाएगा। 2030 तक, मानव जाति के लिए वास्तविक समस्या शायद 9 अरब मनुष्यों की वैश्विक आबादी को खिलाने की कठिनाई होगी। यदि हमें अपने समाजों की स्थिरता प्राप्त करनी है तो पर्यावरण के प्रति अधिक गंभीर होने की आवश्यकता है। यदि यात्रा की बढ़ती मांग के साथ उच्च गतिशीलता प्रदान करने के लिए इन मुद्दों से निपटा जाए तो पर्यावरणीय मुद्दों का हवाई परिवहन पर विवश प्रभाव पड़ेगा। कुछ विशेषज्ञों का मानना है कि वायु परिवहन का पर्यावरण पर पड़ने वाले प्रभाव और जलवायु परिवर्तन से मांग और यातायात के प्रवाह पर क्या प्रभाव पड़ सकता है, इसकी कोई समझ नहीं है।

बेशक, इस "पर्यावरण बनाम उड्डयन" प्रश्न में एक राजनीतिक तत्व है। परिवहन जरूरतों और पर्यावरणीय कार्रवाई के बीच संतुलन के संबंध में उद्योग को आकार देना न केवल हवाई परिवहन अभिनेताओं के लिए बल्कि पूरे समाज के लिए एक चुनौती है। यदि समाज विकास की क्षमता के साथ एक गतिशील वायु परिवहन प्रणाली चाहता है, लेकिन उत्सर्जन को कम करने में सक्षम हुए बिना, समाज को अन्य क्षेत्रों में उत्सर्जन को कम करना होगा। उत्सर्जन-व्यापार इस संतुलन को पूरा करने का एक तरीका है।

पर्यावरण एक बढ़ती सार्वजनिक चिंता है। पर्यावरण सीमाएं तय कर सकता है, लेकिन ये राजनीतिक, व्यवहारिक और सामाजिक परिवर्तनों पर निर्भर करता है। पर्यावरण एक महत्वपूर्ण बाधा बन सकता है, जो स्वयं को आर्थिक रूप से और मूल्यों और उपभोक्ता व्यवहार में परिवर्तन के संदर्भ में प्रकट करेगा। दोनों के निहितार्थ अभी तक स्पष्ट नहीं हैं।

समाज उत्सर्जन को कम करने पर समझौता (Society trade-off on reducing emissions)

अर्थव्यवस्था में औद्योगिक उत्पादन घरों की तुलना में एक प्रमुख ऊर्जा उपभोक्ता है। लेकिन हर कोई आर्थिक विकास को बनाए रखना चाहता है। पर्यावरण के अनुकूल घर बनाने की क्षमता है। लेकिन मौजूदा घरों की संख्या एक बहुत बड़ी विरासत है।

सरकारें स्थिरता और आर्थिक विकास के बीच एक कठिन व्यापार-बंद का सामना करती हैं। उदाहरण के लिए, फ्रांस में परिवहन मंत्रालय अर्थव्यवस्था और रोजगार को बढ़ावा देने में अपनी भूमिका के लिए हवाई परिवहन को बढ़ावा देना चाहता है। स्थिरता मंत्रालय ऊर्जा की खपत में कमी चाहता है, कभी-कभी अमीरों के लिए एक गतिविधि के रूप में हवाई परिवहन को दर्शाता है, और गति, आवृत्ति और लंबी दूरी के परिवहन की आवश्यकता पर सवाल उठाता है। सतत विकास चार्टरों के माध्यम से स्थानीय स्तर पर विभिन्न हितों का मिलान किया जाता है।

प्रमुख हवाई अड्डे के प्लेटफार्मों पर क्षमता की संतृप्ति का सामना करते हुए, UK सरकार ने हवाई परिवहन के भविष्य पर एक श्वेत पत्र (दिसंबर 2003) में एक व्यापक अध्ययन शुरू किया। इसका घोषित उद्देश्य एक समग्र रणनीति प्रदान करना था: आर्थिक लाभ, सामाजिक लाभ और पर्यावरणीय प्रभावों को संतुलित करना। इस श्वेत पत्र द्वारा छिड़ी बहस को ब्रिटेन के संसद भवन में हवा दी गई और इन चर्चाओं के दौरान, सरकार की योजनाओं की भारी आलोचना की गई।

श्वेत पत्र के इर्द-गिर्द ब्रिटिश बहस को एक राष्ट्रीय बहस को बढ़ावा देकर हवाई परिवहन के संबंध में हितों के विखंडन को दूर करने के प्रयास के रूप में देखा जा सकता है, जो संभावित रूप से प्रभारी सरकारों के लिए राजनीतिक जोखिम उठाती है। इस तरह के राजनीतिक जोखिमों का सामना करते हुए, सरकारें कभी-कभी इस विषय पर यूरोपीय पहलों की प्रतीक्षा करना और उनका पालन करना पसंद करती हैं।

यदि यूरोपीय राजनेता उत्सर्जन को कम करने के तरीके के रूप में परिवहन पर अंकुश लगाने का निर्णय लेते हैं, तो जनता की प्रतिक्रिया विमान के खिलाफ कारों के पक्ष में एक व्यापार-बंद हो सकती है। यह "व्यक्तिगत कार्बन पदचिह्न" जैसे कोटा की अवधारणा द्वारा समर्थित होगा। लोगों को अपने उत्सर्जन अधिकारों का उपयोग करने के लिए कई तरीकों के बीच चयन करना होगा। प्रति निवासी कोटा का यह विचार शायद हवाई परिवहन के लिए सबसे बड़ा खतरा है।

मूल्यों और उपभोक्ता व्यवहार में परिवर्तन (Changes in values and consumer behavior)

अभी तक कोई स्पष्ट संकेत नहीं है कि क्या उड्डयन और पर्यावरण के बारे में लोकप्रिय भावनाएं नियमन को सीमित करने की क्षमता लाएगी - या यदि समाज अभी भी विकास पर संस्थागत प्रतिबंध के लिए तैयार है। पर्यावरणीय प्रभावों की किसी भी चर्चा में आर्थिक हित अभी भी हावी हैं। पर्यावरणीय बहस में बहुत कुछ लिप-सर्विस है। आम जनता के बड़े पैमाने पर विरोध प्रदर्शनों से ही स्थिति में बदलाव की संभावना है। लेकिन लोगों को अपनी आदतें बदलनी होंगी - और कम यात्रा करनी होगी, उदाहरण के लिए ऐसा होने की संभावना नहीं लगती। उड्डयन के पर्यावरणीय परिणामों के बारे में जागरूकता बढ़ी है, लेकिन जनसंख्या में व्यवहार में (अभी तक) ध्यान देने योग्य परिवर्तन नहीं हुआ है।

लोग अनुकूलनीय हैं, लेकिन व्यक्तिगत व्यवहार को बदलना मुश्किल है। यदि आज उत्सर्जन को स्थिर कर दिया जाता है, हालांकि, प्रभाव लंबे समय तक नहीं देखा जाएगा। नतीजतन, लोगों को कठोर उपायों की आवश्यकता नहीं दिखती है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

यात्री व्यवहार में सामान्य परिवर्तन की अपेक्षा नहीं की जानी चाहिए। एयरलाइन टिकटों की बिक्री बढ़ रही है। ऐसा प्रतीत होता है कि लोग जो कहते हैं कि वे क्या करेंगे (पर्यावरण की रक्षा करें, परिवहन के अधिक पर्यावरण के अनुकूल साधनों का उपयोग करें) और वास्तविकता के बीच एक विसंगति है, जहां कार और वायु द्वारा परिवहन के दोनों तरीके लगातार बढ़ रहे हैं। लोगों की उम्मीदों में बदलाव आया है - जैसे-जैसे उनका जीवन स्तर बढ़ता है, वे अधिक से अधिक यात्रा करने की उम्मीद करते हैं।

लोग "ग्रीन" पार्टियों के पक्ष में अधिक मतदान कर रहे हैं, लेकिन वही लोग बढ़ी हुई यात्रा से अधिक प्रदूषित करते हैं। लोग जो कहते हैं कि वे क्या करना चाहते हैं और वे वास्तव में पर्यावरण के लिए क्या करते हैं, के बीच एक बड़ा अंतर है। इसलिए वास्तव में पर्यावरण की रक्षा के लिए, राजनीतिक निर्णय लेने चाहिए, और प्रदूषण को कम करने के उपायों को टिकट की कीमतों के माध्यम से लोगों पर थोपा जाना चाहिए, और इसी तरह राजनीति दूरदर्शी स्टैंड लेने के बजाय जनता की राय का पालन करेगी। उदाहरण के लिए, पर्यावरण संबंधी कानून पूर्वनिर्धारित नहीं हो सकते हैं, बल्कि जनता की राय का पालन करते हैं। इसी तरह, दुर्घटना दर से कानून में बदलाव हो सकता है।

पर्यावरण की रक्षा के राजनीतिक उद्देश्य से विनियमन क्षमता सीमित हो जाएगी। सिंगापुर में कारों का उदाहरण है, जहां अब ड्राइव करना लगभग महंगा हो गया है। क्षमता सीमित होने और कीमतें बढ़ने पर ही यात्री अपनी आदतें बदलेंगे। नियमन से क्षमता बढ़ाने में निवेश रुकेगा। तेल की कीमत में वृद्धि का एकमात्र प्रभाव पर्याप्त नहीं होगा। अधिक विनियम आवश्यक हो जाएंगे (कर, भार कारक, हवाई अड्डों पर क्षमता सीमा, आदि)। पहले से ही कर्फ्यू लगा हुआ है, क्योंकि निवासियों के जीवन की गुणवत्ता को नष्ट किए बिना क्या किया जा सकता है, इसकी एक सीमा है।

हवाई परिवहन की छवि (The image of Air Transport)

प्रत्येक परिवहन क्षेत्र को पर्यावरणीय रूप से जिम्मेदार होने में अपनी भूमिका निभानी होगी। लेकिन हवाई परिवहन सबसे तेजी से बढ़ने वाला क्षेत्र है और यह चिंता पैदा करता है। हवाई परिवहन उद्योग के बारे में जानकारी के विभिन्न स्रोत प्रचलन में हैं। पर्यावरण और समाज पर विमानन के वास्तविक प्रभाव के बारे में समाज (और उद्योग के भीतर) में एक सूचित बहस इसलिए बहुत कठिन है।

यदि हवाई परिवहन का विकास जारी रहता है, भले ही दक्षता में सुधार की योजना बनाई गई हो, तो उत्सर्जन में भी वृद्धि होगी (IPPC अनुमान 1990 और 2050 के बीच तीन गुना वृद्धि का संकेत देते हैं)। इसी अवधि में, कुल यूरोपीय संघ CO_2 उत्सर्जन भत्ता कम हो जाएगा (2050 तक, यूरोपीय संघ उत्सर्जन भत्ता 1990 के स्तर का 20% होने की उम्मीद है)। इस परिदृश्य में, किसी बिंदु पर भविष्य में, सभी यूरोपीय संघ CO_2 उत्सर्जन भत्ता अकेले विमानन द्वारा उपयोग किया जाएगा।

उत्सर्जन में विमानन के योगदान का ऐसा दृष्टिकोण पूरे उद्योग में साझा नहीं किया जाता है। एक धारणा है कि अक्सर लोग वैज्ञानिक आधार से परे "विश्वासों" में चले जाते हैं। उदाहरण के लिए, यूरोपीय संस्थानों में धारणा वास्तव में अजीब है। वैश्विक CO_2 उत्सर्जन में हवाई परिवहन के 6% योगदान के बारे में बात की जाती है, लेकिन किसी भी तरह से यह आंकड़ा सटीक नहीं देखा जाता है। ASD के अनुसार, CO_2 उत्सर्जन के संदर्भ में, विमानन 1.5% योगदान देता है और बढ़ती मांग के पूर्वानुमान को देखते हुए निकट भविष्य में 2% अनुमानित है।

वायु परिवहन मीडिया और राजनेताओं के लिए एक आसान लक्ष्य है, जो एक पर्यावरणीय खलनायक की तलाश में हैं। विमानन एक बहुत खराब छवि से ग्रस्त है, जिसे विलासिता यात्रा के रूप में देखा जा रहा है, और सिद्धांतवादी दृष्टिकोण से ग्रस्त है। निजी कार उत्सर्जन पर गौर करने की तुलना में अत्यधिक CO_2 उत्सर्जन के मुख्य कारण के रूप में उंगली-बिंदु हवाई परिवहन में सक्षम होने में एक आराम क्षेत्र है। उद्योग मानता है कि उड्डयन की छवि से संबंधित बहुत किस्सा और प्रेस अतिशयोक्ति है। हवाई परिवहन उद्योग की किसी भी गलत धारणा को ठीक करने के लिए आंकड़ों के वास्तविक अर्थ के साथ एक प्रमुख संचार प्रयास की आवश्यकता है।

- शोर बनाम उत्सर्जन - एक तकनीकी और राजनीतिक दुविधा।

हवाई अड्डे, समाज और पर्यावरण (Airports, society and the environment)

हवाई अड्डों के लिए पर्यावरणीय मुद्दे बहुत चिंता का विषय हैं। लगभग 15 साल पहले, "ग्रीन" पार्टियां ही देखभाल करने वाली थीं। आज, ये मुद्दे और भी व्यापक फोकस के साथ हर किसी के एजेंडे में उच्च हैं।

ऐतिहासिक रूप से, शोर मुख्य चिंता का विषय रहा है। ट्रैफिक मूवमेंट कैप थे, और अक्सर अभी भी, शोर कम करने वाले कार्यक्रमों का एक हिस्सा हैं। यह नाजुक सवाल उठाता है कि क्या कोई लाभ मामूली या महत्वपूर्ण है लगातार बहस हो रही है

उड्डयन उद्योग और हवाई अड्डे के पड़ोसियों के बीच प्रासंगिक झुंझलाहट संकेतकों की संभावना के बारे में। वर्तमान पहलें ऐसे संकेतकों के सह-निर्माण की संभावना तलाश रही हैं। भविष्य में ऐसी उम्मीद है कि ACNUSA जैसे निकाय पूरे यूरोप में फैल जाएंगे। हवाई परिवहन से होने वाले प्रदूषण का सामाजिक प्रतिरोध अधिक रचनात्मक होना चाहिए (हवाई परिवहन उद्योग के साथ काम करना, न कि इसके खिलाफ काम करना)। प्रतिपूरक उपाय संभवतः अधिक व्यापक हो जाएंगे।

हालांकि, उत्सर्जन अधिक प्रचलित हो रहे हैं। वैश्विक उत्सर्जन पर बहस के अलावा, स्थानीय उत्सर्जन बुनियादी ढाँचे के विकास को रोक सकते हैं, प्रतिबंधित कर सकते हैं या रोक भी सकते हैं। हवाईअड्डों पर बहुत बेहतर वायु गुणवत्ता भविष्य की आवश्यकता होगी। इसलिए, लंबे टैक्सी रूट और टेक-ऑफ या टैक्सी क्लीयरेंस के लिए लंबा वेटिंग टाइम अस्वीकार्य हो जाएगा। "अमेरिकी मॉडल" जहां बड़ी संख्या में विमान टेक-ऑफ क्लीयरेंस के लिए रनवे पर लाइन में 45 मिनट तक प्रतीक्षा करते हैं, यूरोप में अस्वीकार्य है।

परिचालन परिवेश में हवाई परिवहन से होने वाले प्रदूषण के प्रभावों का मुकाबला करने के लिए हवाईअड्डों को कुछ करना होगा और कुछ करते हुए दिखना होगा। पानी और अपशिष्ट प्रक्रियाओं के साथ हवाईअड्डे लंबे समय से पर्यावरण प्रबंधन में शामिल रहे हैं। हवाई अड्डे अब कार्बन न्यूट्रल बनने के लिए काम कर रहे हैं। इस अवधारणा की परिभाषा अभी तक स्पष्ट नहीं है। हवाईअड्डे के अलावा, इसमें व्यावसायिक क्षेत्रों (दुकानें, रेस्टोरेंट,

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

आदि), विमान के उतरने और उड़ान भरने और हवाईअड्डा स्थल के आसपास के स्थानीय यातायात में गतिविधियां शामिल हो सकती हैं।

हालांकि, सभी शोर, स्थानीय उत्सर्जन और वैश्विक उत्सर्जन बाधाओं के संयोजन से हवाईअड्डे के संचालन को अनुकूलित करना मुश्किल हो जाएगा। उदाहरण के लिए, पर्यावरण के मुद्दों के कारण पेरिस CDG को सीमित कर दिया गया था। 15% यूरोपीय हवाई अड्डों के लिए, पर्यावरणीय मुद्दे कारक सीमित कर रहे हैं। जैसे-जैसे ट्रैफ़िक बढ़ता है, वैसे-वैसे पर्यावरण संबंधी बाधाएँ भी बढ़ती हैं। हालांकि ये भौतिक प्रकृति के बजाय सामाजिक-राजनीतिक हैं, हवाईअड्डे इन बाधाओं को आसानी से दूर नहीं कर पाएंगे।

औद्योगिक समझौता (Industrial trade-offs)

वायुयान बनाते समय पर्यावरणीय मुद्दे (उत्सर्जन और शोर) हमेशा चिंता का विषय होते हैं। हालांकि, दो कारकों के अलग-अलग प्रभाव हैं। गैसीय उत्सर्जन, जैसे CO_2, स्थानीय और वैश्विक दोनों हैं। ये संचयी हैं और इन्हें कम किया जाना चाहिए। इसके विपरीत शोर एक स्थानीय मुद्दा है।

एयरलाइनों के लिए ईंधन हमेशा "बहुत अधिक" खर्च होगा। उत्सर्जन में कमी ईंधन की खपत को कम करने के लिए अनुकूल है, जो बदले में विमान के आर्थिक संचालन में मदद करती है।

जनता शोर के बारे में अधिक से अधिक जागरूक हो रही है। पिछले कुछ वर्षों में, विमान का शोर हस्ताक्षर बहुत कम हो गया है। दूसरी ओर शोर में कमी विमान संचालन के अर्थशास्त्र को प्रभावित कर सकती है। इंजन डिजाइन की समस्या उत्सर्जन और शोर में कमी को संतुलित कर रही है, क्योंकि वे एक दूसरे के साथ संघर्ष कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, शोर को कम करने के दो तरीके हो सकते हैं: शोर अवशोषण सामग्री का उपयोग करके; और इंजन के पंखे की घूमने की गति को कम कर सकते हैं जब पंखे का घुमाव कम हो, तो ईंधन की खपत बढ़ जाती है और परिणामस्वरूप उत्सर्जन बढ़ जाता है।

राजनीतिक व्यापार-नापसंद (Political trade-offs)

पर्यावरण भविष्य की सीमाओं को तय करने के लिए आएगा, लेकिन राजनीतिक विचारों को इतना अदूरदर्शी नहीं होना चाहिए कि अल्पकालिक स्थानीय मुद्दों के लिए दीर्घकालिक वैश्विक मुद्दों को छोड़ दें।

जब पर्यावरणीय मुद्दों की बात आती है, तो राजनीतिक व्यवस्था जलवायु परिवर्तन से निपटने के लिए CO_2 उत्सर्जन पर व्यापक नीतिगत निर्णय लेती है। सरकारें इस क्षेत्र में मंत्रियों की नियुक्ति करती हैं। हालांकि, हवाई अड्डों के आसपास, जोरदार शोर लॉबिस्ट उत्सर्जन को कम करने के उद्देश्य से नीतियों के नुकसान के लिए एयरलाइन संचालन को बदल देते हैं। इसे अदूरदर्शी के रूप में देखा जाता है: स्थानीय मुद्दों (शोर) को उत्सर्जन की तुलना में अधिक प्राथमिकता दी जाती है जिसका प्रभाव वर्तमान और भावी पीढ़ियों पर पड़ता है। नियत समय में, शोर और CO_2 उत्सर्जन के बीच बेहतर समझौता किया जाना चाहिए, जैसे:

- शोर कम करने की प्रक्रियाएं (जैसा कि आज उनका उपयोग किया जाता है) काफी बड़े शोर फुटप्रिंट्स (CARAVELLE, 707, 747-100) के साथ विमान की पिछली पीढ़ी पर आधारित हैं। शोर-संवेदी मार्गों के साथ उड़ान भरने में अक्सर महत्वपूर्ण मोड़ शामिल होते हैं। फिर भी नई पीढ़ी के विमानों के शोर पदचिह्न बहुत छोटे हैं। ध्वनि प्रदूषण के समान स्तर के साथ, उत्सर्जन का बेहतर हिसाब लेने के लिए शोर-शमन मार्गों पर फिर से बातचीत की जा सकती है।
- प्रभावशाली से कम प्रभावशाली लोगों के समूह में शोर का पुनर्वितरण (जैसा कि अतीत में अक्सर होता रहा है) भविष्य में संभव नहीं होगा यदि इसका परिणाम उत्सर्जन में वृद्धि है।

शोर और उत्सर्जन में कमी के बीच व्यापार-बंद में, अधिकांश विशेषज्ञ इस बात से सहमत हैं कि उत्सर्जन में कमी को प्राथमिकता दी जानी चाहिए।

II वायु परिवहन आपूर्ति (Air transport supply)

- **हवाई अड्डे (Airports)**

हवाई अड्डों के बीच प्रतियोगिता

विभिन्न प्रकार के ग्राहकों की सेवा करने वाली अलग-अलग विकास दर के परिणामस्वरूप हवाई अड्डों के बीच बहुत अधिक प्रतिस्पर्धा है। हवाई अड्डे इन विभिन्न ग्राहकों के लिए प्रतिस्पर्धा करते हैं। हवाईअड्डों को अपने सभी हितधारकों, विशेष रूप से एयरलाइनों और यात्रियों के साथ व्यवहार करने में दक्ष होना चाहिए।

छोटे हवाई अड्डे आमतौर पर एक वाहक पर निर्भर करते हैं, जबकि बड़े हवाई अड्डे (हब) कई सेवा प्रदान करते हैं। हालाँकि, यह आमतौर पर एक गठबंधन है। हवाईअड्डे यातायात के सही मिश्रण की तलाश कर रहे हैं, यानी जरूरी नहीं कि एक वाहक पर आधारित हो। बड़े हब अपनी क्षमता का बेहतर उपयोग करने के लिए एक से अधिक गठबंधनों के संचालन पर भी विचार कर रहे हैं। हालांकि हब के पास उनके यातायात मिश्रण के हिस्से के रूप में स्थानीय यातायात का केवल एक छोटा सा प्रतिशत है, यह छोटे हवाई अड्डों पर स्थानीय यातायात के लिए पूर्ण रूप से तुलनीय है।

चूंकि हवाईअड्डों के बीच प्रतिस्पर्धा है, इसलिए बड़े हवाईअड्डे भी कम किराए वाले यात्रियों को आकर्षित करने की कोशिश कर रहे हैं। हवाईअड्डे, विशेष रूप से बड़े हवाईअड्डे, 10 से 15 साल पहले के विशिष्ट यात्रियों के बजाय एक अच्छा यात्री मिश्रण हासिल करने की कोशिश कर रहे हैं।

वित्तपोषण हवाई अड्डों (Financing airports)

एयरपोर्ट सेक्टर तेजी से बदल रहा है। मूल रूप से, हवाई अड्डों ने एक वाहक का समर्थन किया और केवल सार्वजनिक वित्तपोषण था। अब, वे व्यापक ग्राहक आधार और जटिल वित्तपोषण योजनाओं के साथ बहुत विविध हैं। हवाई अड्डों का वित्तपोषण अब 100% सार्वजनिक नहीं है और न ही इसका पूरी तरह से निजीकरण किया गया है। सार्वजनिक सेवाओं के बजाय हवाई अड्डों को कंपनियों के रूप में प्रबंधित किया जाता है।

भौतिक समस्याओं के बिना सभी हवाई अड्डों (जैसे, CDG) को एक निजी व्यावसायिक दृष्टिकोण के अनुसार प्रबंधित किया जाना चाहिए: सार्वजनिक प्रशासन दृष्टिकोण के बजाय प्रदर्शन बढ़ाने के लिए लागत कम करके, जैसा कि CDG के साथ होता है। हालांकि एयरपोर्ट मैनेजमेंट कंपनियों की पूंजी खुलने से मानसिकता में बदलाव आएगा।

हवाईअड्डों के पास अपने परिचालनों को वित्तपोषित करने के लिए राजस्व के अन्य स्रोत हैं, जैसे:

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

हवाई अड्डे के संचालन को यात्री लागत कम रखने के लिए वाणिज्यिक राजस्व द्वारा सब्सिडी दी जाती है, वाणिज्यिक राजस्व (जैसे, दुकानें) हवाई अड्डे की आय (40% से 70% के बीच कहीं भी) के पर्याप्त अनुपात के लिए खाता है। इस आय के बिना, यात्री शुल्क में वृद्धि होगी। एयरलाइंस सब्सिडी पद्धति को पसंद करती हैं। यह स्पेन में देखा जाता है जहां शुल्क यूरोपीय संघ के औसत से 70% कम हैं।

- स्कैंडिनेविया, ग्रीस और पुर्तगाल जैसे कुछ देशों में, मजबूत सार्वजनिक नेटवर्क (एक संगठन के स्वामित्व वाले हवाई अड्डों के समूह) में छोटे हवाई अड्डों को सब्सिडी देने वाले सफल हवाई अड्डे हैं।
- स्वामित्व में बदलाव के साथ हवाईअड्डे और अधिक विखंडित हो सकते हैं। उदाहरण के लिए, यूके के कई हवाईअड्डे पहले से ही बस कंपनियों के स्वामित्व में हैं।
- हवाई अड्डे के शहरों के साथ राजस्व का दूसरा रूप रियल एस्टेट प्रबंधन है। इनमें होटल, सम्मेलन केंद्र, अवकाश सुविधाएं होंगी, लेकिन कोई स्थायी निवास नहीं होगा।

हवाईअड्डों को वैकल्पिक राजस्व की तलाश क्यों करनी पड़ रही है इसका कारण यह है कि उन पर कई झूठे ट्रैफिक मूवमेंट कैप लगाए गए हैं, जो दक्षता को प्रतिबंधित करते हैं। कुछ हवाईअड्डों पर नो-ग्रोथ विकल्प पहले से मौजूद है। यह यूरोप में एक चुनौती है क्योंकि यह बुनियादी ढांचे के विकास के लिए निवेश को सीमित करता है।

आज, भविष्य के बुनियादी ढांचे के वित्तपोषण के लिए हवाईअड्डा शुल्क का उपयोग किया जा सकता है। यह एक ऐसा तंत्र है जो हवाईअड्डे के विस्तार को आसान बनाता है। इस विकल्प को हटाने के लिए हवाई अड्डे के शुल्कों पर यूरोपीय संघ के निर्देश के आसपास बहस चल रही है। निजी निवेशकों को यह एक सकारात्मक संदेश के रूप में प्राप्त नहीं होता है। समस्या यह है कि हवाईअड्डे के निवेश को लाभ में आने में बहुत लंबा समय लगता है। इसीलिए क्षेत्रीय हवाई अड्डों को क्षेत्रीय समर्थन प्राप्त होता है।

हवाई अड्डा बाजार विकास (Airport market evolution)

हब मांग में हैं। CG04 ने बताया कि 85% हवाई यातायात केवल 130 हवाई अड्डों से होकर गुजर रहा था। वाहक वहां रहना चाहते हैं (उदाहरण के लिए, एयरलाइंस हीथ्रो को गैटविक पसंद करते हैं)। हालांकि, भविष्य में हब की भीड़ के कारण समस्या होगी। लंदन एयरपोर्ट सिस्टम इस बात का चित्र हो सकता है कि 20 वर्षों में यूरोप कैसा दिखेगा।

यहां तक कि अगर बड़े हवाई अड्डे संतृप्त हो जाते हैं, तो यातायात असंतृप्त क्षेत्रीय हवाई अड्डों तक फैल जाएगा। अगर एयरलाइंस विस्तार करना चाहती हैं, तो वे वहां जाएंगे जहां उपलब्ध जगह है, जब तक कि आर्थिक और पर्यावरणीय नियमों ने इस तरह के विकास को सीमित नहीं किया है (उदाहरण के लिए, जब क्षमता सीमाएं शुरू से ही बहुत सख्त हैं)। द्वितीयक हवाई अड्डों का उपयोग करके और पॉइंट-टू-पॉइंट कनेक्शन स्थापित करके व्यवसाय मॉडल बदल जाएगा। अगर 2030 तक मांग बढ़ती रही तो हवाईअड्डे सीमाओं के आदी हो जाएंगे और दूसरा समाधान ढूंढ लिया जाएगा। यह कोई वास्तविक मुद्दा नहीं है। लोग अड़चनों के आसपास प्राकृतिक समाधान खोजने की प्रवृत्ति रखते हैं।

1 एकल यूरोपीय हवाई परिवहन अवसंरचना (A Single European Air Transport Infrastructure)

- **द सिंगल यूरोपियन स्काई (The Single European Sky)**

चुनौती एकल यूरोपीय बुनियादी ढाँचे का निर्माण करना है जो सुरक्षित, परस्पर और पर्यावरण के अनुकूल हो। ATM विखंडन के माध्यम से सिंगल यूरोपियन स्काई (SES) का निर्माण आर्थिक दृष्टिकोण से मौलिक है। यह यूरोप में ATM के संगठन के साथ-साथ अनुसंधान एवं विकास के संगठन और प्रणालियों के विकास का एक बड़ा उपक्रम है।

हवाई परिवहन अवसंरचना निवेश लागतें अधिक हैं और निवेश निर्णय खंडित हैं। यूरोपीय हितों की सेवा करने वाली एकल यूरोपीय अवसंरचना का निर्माण करने के लिए एक एकीकृत "रिक्त पत्रक" दृष्टिकोण की आवश्यकता है। हालाँकि, यूरोप निहित स्वार्थों और लाभ की तलाश में छोटी संस्थाओं से भरा है। समस्या तकनीकी प्रकृति की नहीं है; यह राजनीतिक है। विशेषज्ञों का मानना है कि EUROCONTROL ने इस राजनीतिक पहलू में महारत हासिल नहीं की है (उदाहरण के लिए, यूरोप 15 वर्षों से ADS-B पर काम कर रहा है जबकि कनाडा ने इसे छह महीने के भीतर लागू कर दिया है)।

सदस्य राज्य के स्तर पर, यह माना जाता है कि राष्ट्रीय चिंताएँ कारकों को अवरुद्ध कर रही हैं जो राज्यों को एक ही समय में एक ही काम करने के लिए सर्वसम्मति से सहमत होने से रोक रही हैं। पूरे यूरोप की तुलना में स्थानीय सरोकारों को अधिक प्राथमिकता दी जाती है। क्रियान्वयन पर कोई निर्णय नहीं लिया गया है। केवल गैर-बाध्यकारी समझौते संपन्न होते हैं। EUROCONTROL हितधारक परामर्श समूह में राष्ट्र सहमत हैं, लेकिन वितरित नहीं करते हैं। फिर, कार्यान्वयन नियम कई वर्षों की देरी जोड़ते हैं। कुल मिलाकर, किसी चीज़ को लागू करने के वादे और उसके वास्तविक कार्यान्वयन के बीच का अंतराल लगभग सात साल तक पहुँच जाता है।

अंतरराष्ट्रीय स्तर पर (एयरक्राफ्ट और ATM प्रौद्योगिकियों को विश्व स्तर पर समन्वित किया जाना है), स्थिति समान है। EUROCONTROL और FAA के बीच समझौता ज्ञापन मौजूद हो सकता है, लेकिन केवल R&D पर। कार्य योजनाएं कार्यान्वयन को संबोधित नहीं करती हैं। कार्यान्वयन तिथि तय करना सबसे महत्वपूर्ण निर्णय है। निर्माता इस तरह के फैसले के बिना किसी भी चीज पर काम करना शुरू नहीं करेंगे।

SESAR, SES का तकनीकी स्तंभ है। यूरोप तकनीकी विकास के माध्यम से बनाया जा रहा है। SESAR का उद्देश्य इंटरऑपरेबल यूरोपीय प्रणालियों के समूहों को प्राप्त करना है जो एकीकृत अनुसंधान एवं विकास कार्यक्रमों द्वारा विकसित किए जाएंगे। यह समान दृष्टिकोण बढ़ी हुई आर्थिक और तकनीकी दक्षता प्रदान करेगा।

अतिरिक्त पहल, SESAR कार्यक्रम के दायरे से बाहर लेकिन सिंगल यूरोपीय स्काई के ढांचे के भीतर, लागत प्रभावशीलता में सुधार के लिए अपेक्षित (और आवश्यक) हैं। ये पहलें कार्यात्मक हवाई क्षेत्र ब्लॉक (FABs) के कार्यान्वयन का समर्थन करेंगी, जिसका उद्देश्य हवाई यातायात सेवा प्रावधान विखंडन को कम करना है।

- विखंडन की चुनौती

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

स्पष्ट भूमिकाएँ (Clarifying roles)

विखंडन की प्रमुख चुनौतियों में से एक एएनएसपी, उद्योग, संस्थानों और यूरोकंट्रोल के बीच भूमिकाओं को स्पष्ट करना है। एक यूरोपीय परिदृश्य में, सामान्य मानकों और सिस्टम आर्किटेक्चर के आधार पर, यह जानना महत्वपूर्ण है कि कौन अंदर है

विनियमन, विनिर्देश, सिस्टम निर्माण और प्रमाणन के प्रभारी, और संचालन और ऑपरेटरों के प्रभारी कौन हैं।

हम शायद सिस्टम को निर्दिष्ट करने वाले ANSPs का अवलोकन करेंगे, क्योंकि वे सिस्टम बनाने और एकीकृत करने के बजाय ग्राहक हैं (जैसा कि आज किया जाता है)। यह रक्षा और रेलवे में देखा गया था। यह एक बाजार संशोधन है। निर्माण उद्योग भी बदल गया है; यह अब न केवल घटकों बल्कि संपूर्ण सिस्टम प्रदान करता है। यह यूरोपीय ATM में एक अपरिहार्य प्रवृत्ति है।

ANSP और FAB को विखंडित करना (De-fragmenting ANSP and FAB)

आज, यूरोपीय आकाश को लगभग 27 ANSP द्वारा नियंत्रित किया जाता है। कुछ विशेषज्ञ सोचते हैं कि पांच या छह सेवा प्रदाता पर्याप्त होंगे। रुझान FAB के माध्यम से विलय की ओर जा रहा है। हालाँकि, अब से पाँच साल बाद की संस्थागत स्थिति स्पष्ट नहीं है। अंततः, यूरोप में उचित संख्या में एफएबी होंगे जिनमें आवश्यक न्यूनतम महत्वपूर्ण आकार होगा। ATM लागत में कमी सेवा इकाई और कर्मियों की लागत में कमी के बजाय सिस्टम सामंजस्य, रखरखाव और बड़े पैमाने की अर्थव्यवस्थाओं के पर्यवेक्षण जैसे तकनीकी तत्वों के माध्यम से प्राप्त की जाएगी। 2030 में ATCO और सेवा इकाइयों की समान संख्या होगी, भले ही वे भिन्न संगठन पर आधारित हों। अपने विखंडन उद्देश्य को प्राप्त करने के लिए ATM को पांच से दस साल की आवश्यकता होगी। तीसरा SES पैकेज जरूरी हो जाएगा।

हवाई परिवहन में दीर्घकालिक चुनौतियों पर सर्वेक्षण के दौरान व्यक्त किए गए विचारों के विश्लेषण ने यूरोपीय हवाई परिवहन बुनियादी ढांचे का सामना करने वाली 16 प्रमुख चुनौतियों की पहचान की।

ये आंतरिक और बाहरी चुनौतियां हैं।

आंतरिक चुनौतियों में बुनियादी ढाँचे के विकास के लिए योजना बनाना शामिल है।

बाहरी चुनौतियों में जोखिम या अवसरों की प्रत्याशा और तैयारी शामिल है।

ये प्रमुख चुनौतियाँ हैं:

- ईंधन और टिकट की कीमतें
- पर्यावरण के प्रति जागरूकता
- विमानन के लिए जीवाश्म ईंधन पर प्रतिबंध
- सुरक्षा समस्याएं
- भविष्य की यात्रा आवश्यकताओं की योजना बनाना और समझना
- संप्रभुता और नागरिक-सैन्य सहयोग
- `देयता मुद्दे
- EC “market led” आर्थिक विनियमन मॉडल
- हवाई परिवहन प्रणाली के बुनियादी ढांचे का वित्तपोषण
- नेटवर्क विखंडन
- कमी (scarcity) प्रबंधन
- ATM प्रणाली में मानव ऑपरेटरों की बदलती भूमिका
- जटिल ATM सिस्टम की सुरक्षा (सुरक्षा संस्कृति, कानूनी जोखिम, सिस्टम की प्रणाली)
- संक्रमण के चरण में सक्षम संसाधनों की कमी
- मानकीकरण मुद्दा
- ATM में नवाचार

हवाई परिवहन में दीर्घकालिक चुनौतियां 2030 (Long -term challenges in air transport 2030)

ईंधन और टिकट की कीमतें (Fuel & ticket prices)

ईंधन की कीमतों में वृद्धि एक दीर्घकालिक प्रवृत्ति है जो हवाई परिवहन बाजार को गहराई से पुनर्गठित करेगी। उच्च ईंधन की कीमतें लाभ मार्जिन को कम करती हैं और उद्योग की आर्थिक स्थिरता को प्रभावित कर सकती हैं। हालांकि, विशेषज्ञ के विचारों में विश्वास है कि तेल की कीमतें शो-स्टॉपर नहीं होंगी: हवाई परिवहन शायद महंगा ईंधन वहन कर सकता है और वैकल्पिक ईंधन के आधार पर तकनीकी समाधान समय पर दिखाई देंगे। टिकट की कीमत शायद कर्व के नीचे है। दीर्घकालिक पूर्वानुमान 2025 तक प्रति वर्ष 2.5% की वृद्धि दर्शाता है। हालांकि, कम विवश उभरते आर्थिक क्षेत्रों की प्रभावशाली वृद्धि यूरोपीय हवाई परिवहन उद्योग के लिए एक चुनौती है।

पर्यावरण (Environment)

राजनीतिक रूप से, एक साझा जागरूकता है कि जलवायु परिवर्तन लंबे समय में हमारे समाजों को नाटकीय रूप से बदल देगा। जनता के मन में हवाई परिवहन की छवि पर्यावरण पर इसके कथित प्रभाव से धूमिल हुई है। विमानन उत्सर्जन को कम करने के लिए मुख्य शुल्क करों और/या व्यक्तिगत उत्सर्जन कोटा के माध्यम से यात्रा की मांग को कम करना होगा। विमानन पर्यावरणीय प्रभावों में गैसीय उत्सर्जन और शोर के मुद्दे शामिल हैं। दोनों तरह के प्रभाव को कम करने में शायद ही कोई तकनीकी समाधान सक्षम हो। व्यापार-बंद निर्णय सभी उद्योग अभिनेताओं द्वारा किए जाने हैं। आपूर्ति उद्योग पर किसी भी कठोर “हरित” दृष्टिकोण का संभावित नकारात्मक प्रभाव एक चिंता का विषय है। निष्पक्ष प्रतिस्पर्धा बनाए रखने के लिए ऐसे उपायों पर वैश्विक समझौतों की आवश्यकता है।

जीवाश्म ईंधन के उपयोग पर प्रतिबंध (Restrictions using fossil fuel)

संभवतः जीवाश्म ईंधन के उपयोग पर राजनीतिक या आर्थिक प्रतिबंध होगा। उनका उपयोग करने के लिए समाज को वैकल्पिक ईंधन और इंजन

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

की आवश्यकता होगी। वैमानिकी में, एक उत्पाद को विकसित करने में पाँच से दस वर्ष लगते हैं। इस लीड टाइम को अक्सर कम करके आंका जाता है। उत्पाद का जीवनकाल 30 से 50 वर्ष है। इसलिए, 2020 के लिए नई तकनीक विकसित करना अब देखने का क्षितिज नहीं है। उद्योग एक लंबी अवधि की दृष्टि के लिए बुला रहा है, यानी। अगले 50 वर्षों में। IATA उस क्षितिज (horizon) में शून्य उत्सर्जन विमान बनाने के लिए उद्योग को चुनौती देता है।

सुरक्षा समस्याएं (Security issues)

एक ओर, नाटकीय घटनाओं का हवाई परिवहन के विकास पर हानिकारक प्रभाव पड़ता है। दूसरी ओर, सुरक्षा जांच यात्रा पर अतिरिक्त बोझ डालती है। अनुसंधान और विकास के लिए सुरक्षा मुद्दों में संकट प्रबंधन, फ़िल्टरिंग ("विश्वसनीय यात्री" जैसे समाधान के साथ) और हवाई अड्डे और विमान सुरक्षा प्रौद्योगिकियों के माध्यम से हमले की रोकथाम शामिल है।

भविष्य की यात्रा आवश्यकताओं की योजना बनाना और समझना

हवाई परिवहन दुनिया पूर्वानुमान और भविष्यवाणियां करती है लेकिन प्रभावित करने वाले कारकों को समझने में विफल रहती है। इन कारकों की गहन समझ से अनुमानों को परिष्कृत करने में मदद मिलेगी ताकि अनुसंधान से कार्यान्वयन तक संपूर्ण विकास जीवन चक्र के उन्मुखीकरण और मध्यस्थता में सुधार किया जा सके।

संप्रभुता और नागरिक-सैन्य सहयोग (Sovereignty and civil-military cooperation)

यूरोपीय हवाई परिवहन में राष्ट्रीय सीमाएँ निर्बाध संचालन को सीमित कर रही हैं। सिंगल यूरोपियन स्काई पहल का उद्देश्य यूरोपीय ATM का आधुनिकीकरण करना है। हालांकि, चुनाव आयोग के पास सैन्य मामलों पर कोई योग्यता नहीं है। जनसंख्या यूरोप को संप्रभुता सौंपने के लिए तैयार नहीं है। ATC के खराब प्रदर्शन पर कोई सार्वजनिक आक्रोश नहीं है। हवाई क्षेत्र छोड़ कर जीतने के लिए कोई वोट नहीं है। FABs द्वारा SES में उठाए गए संप्रभुता पहलुओं के बारे में कठिन निर्णय लेने से पहले राजनेताओं को एक संकट की आवश्यकता है।

देयता मुद्दे (Liability issues)

2020-2025 में, FAB में संप्रभुता को संबोधित करने के लिए कई द्विपक्षीय राज्य समझौते संभवत: एक सामान्य समझौते द्वारा प्रतिस्थापित किए जाएंगे। हवाई क्षेत्र के प्रतिनिधिमंडल में मानवीय जिम्मेदारी और कानूनी दायित्व के मुद्दे शामिल हैं। आज, प्रक्रियाएं और उत्तरदायित्व स्थलीय नौवहन अवसंरचना पर आधारित हैं, फिर भी नौसंचालन तेजी से उपग्रह नौसंचालन पर आधारित होगा। परिचालन रूप से, पृथक्करण की जिम्मेदारी तेजी से पायलट (जैसे, ASAS) के पास होगी। बहुत लंबे समय में, राज्यों ने खुद को अपने सुरक्षा दायित्व से मुक्त कर लिया होगा। शिकागो कन्वेंशन के अनुच्छेद 28 को बदला जाना चाहिए।

EC "बाजार के नेतृत्व वाला" आर्थिक विनियमन मॉडल (The EC "market led" economic regulation model)

प्रदर्शन में सुधार के उद्देश्य से, ईसी का नियमन का मॉडल "बाजार-आधारित मानकीकरण" है और इसमें शामिल कंपनियों पर निर्भर करता है। यह मॉडल ATM पर लगाया गया है, जहां अन्य क्षेत्रों की तुलना में सुरक्षा कहीं अधिक महत्वपूर्ण है। सुरक्षा के लिए आर्थिक दक्षता नियम लागू करने से काम नहीं चलता। विनियमित अर्थव्यवस्थाओं को मजबूत राज्यों की आवश्यकता होती है, यानी सक्षम, कानूनी और तकनीकी शक्तियों के साथ, और शक्तिशाली कंपनियों और लॉबी का विरोध करने में सक्षम। ATM को मजबूत तकनीकी विशेषज्ञता के साथ एक मजबूत नियामक की आवश्यकता होती है, जो दृष्टि और दिशानिर्देशों को परिभाषित करता है और मानकीकरण और प्रमाणन (उदाहरण के लिए, SESAR) द्वारा "बाजार बनाता है"।

हवाई परिवहन प्रणाली के बुनियादी ढांचे का वित्तपोषण (Financing the air transport system infrastructure)

हवाई क्षेत्र के उपयोगकर्ताओं के पक्ष में, बुनियादी ढाँचे के निवेश (SESAR सहित) की लागत को equity वाले उपयोगकर्ताओं के बीच साझा करने की आवश्यकता है (उदाहरण के लिए, भुगतानकर्ता लाभार्थी होना चाहिए)। SESAR का अनुपालन करने के लिए सेना को भारी कीमत चुकानी पड़ेगी। SESAR हवाई क्षेत्र में उड़ान भरने के लिए एयरलाइंस को अपने बेड़े को लैस करना होगा। यहां तक कि ANSP और राज्यों के लिए भी पुराने सिस्टम को अपग्रेड करना बहुत महंगा होगा। नया छोटा विमान, जिसकी कोई विरासत नहीं है, सिस्टम में नई तकनीक लाने के लिए 'वाहन' हो सकता है।

नेटवर्क विखंडन (Network de-fragmentation)

यूरोप निहित स्वार्थों से भरा है। इसलिए, विखंडन को दूर करना मुश्किल है। उदाहरण के लिए, ANSP छोटे व्यवसाय हैं जो जीवित रहना चाहते हैं। वे स्वायत्तता और संप्रभुता के लिए अभियान द्वारा समर्थित हैं, जो तब तक अस्तित्व में रहेगा जब तक कि यूरोप में एक एकीकृत रक्षा नहीं होगी - और यह संभवत: 2030-2040 समय सीमा में सामने नहीं आएगा। विखंडन की प्रमुख चुनौतियों में से एक ANSP, उद्योग, संस्थानों और यूरोकंट्रोल के बीच भूमिकाओं को स्पष्ट करना है। एक यूरोपीय परिदृश्य में, सामान्य मानकों और सिस्टम आर्किटेक्चर के आधार पर, यह जानना महत्वपूर्ण है कि विनियमन, विनिर्देश, सिस्टम निर्माण और प्रमाणन का प्रभारी कौन है, और निश्चित रूप से संचालन और ऑपरेटरों का प्रभारी कौन है।

कमी प्रबंधन (Scarcity management)

हवाई परिवहन असीमित संसाधनों (रनवे, हवाई क्षेत्र, ईंधन, उत्सर्जन, समय, आदि) से कमी की ओर बढ़ रहा है। मुद्दे अब मांग से निपटने के लिए क्षमता बढ़ाने के नहीं होंगे, बल्कि दुर्लभ संसाधनों के प्रबंधन के लिए अधिक से अधिक होंगे। हवाई अड्डे, रनवे, TMA और फ्रीक्वेंसी स्पेक्ट्रम हवाई परिवहन के लिए दुर्लभ संसाधन होंगे।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

समय प्रबंधन पर अभ्यास करें (Practice on time management)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **प्रश्नावली का प्रारूप भरकर एक योजनाकार के रूप में स्वयं का आकलन करें**
- **निर्धारित समय में कागज की नाव बनाने का अभ्यास करें**
- **अपने कैरियर के लिए दीर्घकालिक और अल्पकालिक लक्ष्य निर्धारित करें।**

समय प्रबंधन (Time Management): यह आयोजन और नियोजन के तरीके को संदर्भित करता है कि विशिष्ट गतिविधियों के बीच अपना समय कैसे विभाजित किया जाए। इसके कारण लाभ बहुत अधिक हैं और उत्पादकता और दक्षता अधिक है।

पर्यटक गाइड के लिए सबसे महत्वपूर्ण समय प्रबंधन कौशल मरम्मत इस प्रकार है:

- प्राथमिकता देना
- संचार करना
- निर्णय लेना
- लक्ष्य की स्थापना
- बहु कार्यण
- समस्या समाधान और रणनीतिक सोच

टेबल 1

क्र.सं.	कथन	मेरे जैसा बिल्कुल नहीं	कभी-कभी	कभी-कभार	कभी-कभी	मुझे बहुत पसंद है
		1	2	3	4	5
1	कुछ योजना बनाते समय, मैं पहले से हीव्यवस्था कर लेता हूँ					
2	मैं अक्सर अपने आप को उन कार्यों को करतेहुए पाता हूँ जिन्हें मैंने कई दिनों पहले करनेका इरादा किया था					
3	मैं आमतौर पर अपने फोन कॉल और ई-मेलका तुरंत जवाब देता हूं					
4	एक बार मेरे पास आवश्यक जानकारी होने केबाद, मैं आमतौर पर तुरंत निर्णय लेता हूं					
5	जब मैं किसी नए पाठ्यक्रम में शामिल होनाचाहता हूँ, तो मैं सबसे राय माँगता हूँ औरनिर्णय लेने के लिए समय लेता हूँ					
6	मेरे पास करने के लिए कुछ कठिन है, मैंखुद से कहता हूं कि इसे तब तक करनाबेहतर है जब तक मैं काम करने के लिएऔर अधिक प्रेरित महसूस नहीं करता।					
7	मुझे आमतौर पर अपने कार्यों को समय पर पू र ा करने के लिए भागदौड़ करनी पड़ती है					
8	मैं आमतौर पर अपने सभी कार्यों को पूराकरता हूं जो मुझे एक दिन में करने होते हैं					
9	जैसे ही यह मुझे दिया जाता है, मैं आमतौर पर एक नया कार्य शुरू कर देता हूं					
10	मैं आमतौर पर दी गई समय सीमा के भीतर अपना असाइनमेंट जमा कर देता हूं।					

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

प्रभावी ढंग से योजना बनाकर टूर गाइड को दर्शनीय स्थलों की व्यवस्था करनी चाहिए और अपने संबंधित गृह नगर की आगे की यात्रा के लिए अपने निकटतम गंतव्य पर लौटना चाहिए।

यह जानने के लिए कि क्या आप प्रोकैस्टिनेटर हैं, टेबल 1 में निम्नलिखित प्रश्नावली भरें। (स्थगित करने वाला)

आवश्यक सामग्री: पुराने समाचार पत्र (Material Required: OldNewspapers)

- कक्षा को 5 की टीमों में विभाजित करें और प्रत्येक टीम को कुछ समाचार पत्र दें। टीमों को उनमें से एक नेता का चयन करना होगा। फिर नेताओं को अलग से ले जाओ और उन्हें गतिविधि समझाओ। 'कागज की नाव कैसे बनाई जाती है' पर एक डेमोंस्ट्रेशन दें, जिसे हमने स्कूल में सीखा था। इसे थोड़ा और जटिल बनाने के लिए कुछ अतिरिक्त आइटम जोड़ें। प्रदर्शन करने के बाद उनसे पूछें कि क्या वे कागज की नाव बनाना समझ गए हैं। उन्हें कागज का एक छोटा चौकोर टुकड़ा दें और उन्हें एक बनाने के लिए कहें ताकि आप आश्वस्त रहें कि वे समझ गए हैं कि कागज की नाव कैसे बनाई जाती है। अब टीम के नेताओं को निम्नलिखित निर्देश दें:
- आपको अखबार की 4 शीट दी जाएंगी (आकार में आयताकार)
- आपकी टीम का काम समान आकार की 40 नावें बनाना है और गतिविधि समाप्त होने के बाद उन्हें पानी में नहीं डूबना चाहिए।
- गुणवत्ता और मात्रा सभी 40 नावों के लिए समान होनी चाहिए।
- इस गतिविधि को पूरा करने का समय आपके अपनी टीम की ओर जाने के समय से 15 मिनट है।

टास्क पूरा करने के लिए उन्हें 15 मिनट दें।

गतिविधि के बाद पूरी कक्षा के साथ आगे की चर्चा करें (Follow up discussion with whole class after the Activity)

- क्या टीम लीडर ने टीम के सदस्यों को लक्ष्य स्पष्ट किया?
- क्या टीम में भूमिकाओं को स्पष्ट किया गया था कि कौन क्या करेगा?
- क्या टीम के सदस्य गतिविधि से अभिभूत हो गए या समझ गए कि क्या महत्वपूर्ण है?
- किस पर ध्यान दिया गया - गुणवत्ता या पूर्णता?
- टीम लीडर ने नेतृत्व की किस शैली को निभाया?
- क्या टीम के सदस्यों ने भूमिका/लक्ष्य पर स्पष्टीकरण मांगा?
- क्या अखबार, लोगों और उपलब्ध समय के उपयोग के लिए कोई योजना थी?

अपने करियर के लिए लॉन्ग टर्म और शॉर्ट टर्म लक्ष्य निर्धारित करें।

एक टू-डू सूची तैयार करें जो आपकी शारीरिक फिटनेस में आपकी मदद करेगी। आपकी टू-डू सूची घड़ी पर आधारित होगी।

समय	गतिविधि

संसाधन प्रबंधन (Resource management): यह एक ऐसी प्रक्रिया है जिसके द्वारा किसी भी व्यवसाय को उपलब्ध संसाधनों में प्रभावी ढंग से प्रबंधित किया जा सकता है। ये संसाधन मूर्त और अमूर्त हो सकते हैं। यह योजना बनाता है ताकि सही संसाधनों को सही कार्यों से प्राप्त किया जा सके।

संसाधन प्रबंधन में अधिकतम दक्षता प्राप्त करने के लिए व्यवसाय के लिए महत्वपूर्ण सही संसाधनों की योजना बनाना, व्यवस्थित करना और पहचानना शामिल है। ये 11 प्रकार के संसाधन प्रबंधन हैं जिनकी पहचान की गई है,

1 मानव संसाधन (Human resources)

2 प्राकृतिक संसाधन (Natural resources)

3 परियोजना संसाधन (Project resources)

4 वित्तीय (Financial)

5 ढांचागत (Infrastructural)

6 सुविधा प्रबंधन (Facility management)

7 संपत्ति प्रबंधन (Asset management)

8 सार्वजनिक संपत्ति प्रबंधन (Public asset management)

9 इन्वेंटरी प्रबंधन (Inventry management)

10 डिजिटल संपत्ति प्रबंधन (Digital asset management)

11 सूचना प्रौद्योगिकी (Information technology)

इन्वेंटरी प्रबंधन (Inventory management): निजी पर्यटन स्थलों की अमूर्त प्रकृति के कारण इन्वेंटरी प्रबंधन आतिथ्य उद्योग के लिए कठिन हो सकता है। हालांकि इसे हॉस्पिटैलिटी में बेहतर तरीके से मैनेज किया जा सकता है।

- होटल सूची (Hotel inventory)
- रेस्टोरेंट सूची (Restaurant inventory)
- बाजार विभाजन (Market segmentation) आदि।

इन्वेंट्री प्रबंधन ABC विश्लेषण के लिए कंपनियों के लिए उपयोगी है, सुरक्षा में स्टॉक को ट्रैक करना, माल को ट्रैक करना और अपने इन्वेंट्री टर्नओवर को अनुकूलित करना।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

सूची प्रबंधन और जनशक्ति प्रबंधन (Inventory management & manpower management)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **अपनी चिंता की सूची और जनशक्ति का प्रबंधन करें।**

ASST. कार्मिक प्रबंधन में टूर गाइड (ASST. Tour Guide In Personnel Management)

कानून किसी भी संगठन में उसके आकार या प्रकृति के बावजूद कार्मिक प्रबंधन गतिविधि का मूल रूप बनाता है, हालांकि इसका कारण यह है कि जितना बड़ा कार्य बल कार्यरत होगा, संगठन में लोगों के बीच सामंजस्यपूर्ण संबंध बनाए रखने का कार्य उतना ही अधिक होगा। कर्मचारियों के कल्याण की देखभाल करना और आउटपुट को अधिकतम करने के लिए आवश्यक माने जाने वाले लाभ प्रदान करना प्रबंधन के लिए अनिवार्य हो गया है।

छोटे प्रतिष्ठानों में, लोगों को प्रबंधित करने का कार्य प्रबंधक या ट्रैवल एजेंसी के मालिक के पास होता है, जबकि बड़े संगठनों के साथ अलग प्रबंधक या कर्मियों के विभाग मौजूद हो सकते हैं। किसी व्यवसाय के प्रत्येक प्रबंधक को कर्मचारियों को काम पर रखने के कानूनी निहितार्थों को जानना चाहिए, भले ही उनके काम पर उनका नियंत्रण कितना भी हो। वह इस हद तक एक कार्मिक प्रबंधक है कि उसे काम पर अपने प्रभार में रखे गए लोगों का प्रबंधन करना है। एक कार्मिक प्रबंधक का कर्तव्य संपूर्ण संगठन के लिए कार्मिक नीतियों को तैयार करना है, जिनसे विभिन्न नौकरियों के लिए कर्मचारियों की भर्ती और चयन को कवर करने की उम्मीद की जाती है; प्रवेश; रिक्तियों के लिए योजना; रिकॉर्ड बनाए रखना; ट्रेड यूनियनों के साथ बातचीत; प्रोत्साहन योजनाएं, शिकायत प्रक्रियाएं, पुरस्कार Fig 1 और बोनस योजनाएं तैयार करना; और संगठन के कर्मचारियों से संबंधित कोई अन्य मामला। इन नीतियों को सभी प्रबंधकों द्वारा अपने संबंधित विभागों में पालन करने के लिए निर्धारित किया गया है, जबकि समन्वय कार्मिक प्रबंधक और उनके विभाग का कार्य है।

कार्मिक नीतियां (Personnel policies)

कार्मिक नीतियां शीर्ष प्रबंधन द्वारा निर्धारित स्थापना के व्यापक उद्देश्यों के ढांचे के भीतर तैयार किए गए सामान्य दिशानिर्देश हैं। इन्हें अपने कर्मचारियों के साथ व्यवहार करते समय कार्यान्वयन के लिए सभी स्तरों पर प्रबंधकों को दिया जाता है। कार्मिक नीतियों के तीन मुख्य उद्देश्य हैं:

- मानव संसाधनों का प्रभावी उपयोग;
- स्वस्थ कामकाजी संबंधों की स्थापना, और
- व्यक्तियों के अधिकतम विकास को प्रोत्साहन।

इन उद्देश्यों को प्राप्त करने के लिए, कर्मचारियों के व्यक्तिगत हितों (लक्ष्यों) को नियोक्ताओं (प्रबंधन) के विरुद्ध निर्धारित करना महत्वपूर्ण है और देखें कि दोनों को कितनी अच्छी तरह से एकीकृत किया जा सकता है। टेबल 1 तुलना के लिए इन रुचियों पर प्रकाश डालती है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

टेबल 1

कर्मचारी काम से उम्मीद करता है		नियोक्ता कर्मचारी से अपेक्षा करता है	
1	अच्छा वेतन	1	कम यूनिट स्टाफ लागत
2	नौकरी का स्थायित्व	2	अधिकतम उत्पादकता
3	सुरक्षित और स्वस्थ कार्य वातावरण	3	स्थिर कार्यबल- कम कारोबार
4	मिलनसार काम के घंटे		

यात्रा में कर्मचारी और नियोक्ता के हितों की तुलना

उपरोक्त टेबल 2 में दर्शाए गए हित पूरी तरह से असंगत नहीं हैं और नीचे दी गई टेबल 2 में बताए गए प्रतिष्ठान के सभी संसाधनों की उचित बातचीत से काफी हद तक संतुष्ट हो सकते हैं।

मेज 2

आवश्यक शर्तें	कर्मचारियों की अपेक्षा पूरी हुई	नौकरीपेशा लोगों की उम्मीदें पूरी हुईं
1 अच्छा वेतन और स्थायी रोज़गार	मूलभूत आवश्यकताओं की पूर्ति आर्थिक सुरक्षा	स्थिर कार्यबल- कम कारोबार
2 सुरक्षित और स्वस्थ काम करना (शर्तें) पर्यावरण	नौकरी से संतुष्टि संतोष	उच्च उत्पादकताउच्च मनोबल और कम यूनिट स्टाफ लागत
3 मिलनसार काम के घंटे.	रचनात्मकता दिखाते हुए काम में रुचि, पहल, नौकरी से लगाव	सहयोग
4 मान्यता और अवसर	भावनात्मक सुरक्षा	विकास के प्रति निष्ठा
5 न्याय	आत्मविश्वास	निष्ठा

एक यात्रा पेशे में कर्मचारियों और नियोक्ताओं के बीच बातचीत लाने के लिए आवश्यक बुनियादी शर्तें

यह स्पष्ट है कि अपनी उच्चतम क्षमता तक काम करने में सक्षम होने के लिए लोगों को भावनात्मक और आर्थिक सुरक्षा के अलावा काम पर सुरक्षा और आराम के लिए आवश्यक भौतिक स्थितियों की आवश्यकता होती है।

भौतिक, वित्तीय और मानव संसाधनों के सफल एकीकरण को एक कार्यात्मक कार्यक्रम तैयार करके संभव बनाया गया है जिसे व्यवस्थित रूप से व्यवहार में लाया जा सकता है। इस तरह के कार्यक्रम को कवर करना चाहिए।

व्यक्तिगत प्रबंधन-विकास और नीतियां 327.

काम पर लोगों से संबंधित चार पहलू: (i) संगठनात्मक योजना; (ii) स्टाफिंग; (iii) रोजगार के नियम और शर्तें, और (iv) कार्मिक प्रशासन।

i संगठनात्मक योजना (Organisational Planning)

इसमें लोगों की संख्या और मैन जॉब के लिए आवश्यक कौशल के प्रकार के संदर्भ में भविष्य के संगठन के लिए योजना शामिल है। इसे आम तौर पर ""manpower planning" के रूप में जाना जाता है। ये कई कारक हैं जो आवश्यक लोगों की संख्या और उनके कौशल की प्रकृति को गंभीरता से प्रभावित करेंगे। ये हैं:

- यह मानते हुए कि मेन्यू और अन्य कारक अपरिवर्तित रहते हैं, बड़ी संख्या में लोगों की जरूरतों को पूरा करने के लिए सेवाओं का विस्तार करने की योजना है। ऐसे मामलों में रसोई कर्मचारियों की तुलना में सेवाओं के कर्मचारियों को अधिक मात्रा में बढ़ाने की आवश्यकता होगी।
- श्रम बचाने वाले उपकरणों को स्थापित करने की भविष्य की किसी भी योजना के लिए मौजूदा कर्मचारियों के कौशल को प्रशिक्षण द्वारा बदलने या संशोधित करने की आवश्यकता हो सकती है।
- त्वरित सेवाओं के लिए ग्राहकों की बढ़ती मांग को पूरा करने के लिए परिकल्पित सेवा की शैली में परिवर्तन अनिवार्य रूप से कर्मचारियों की संख्या और कौशल को प्रभावित करेगा।
- मौजूदा संचालन के अलावा मोबाइल केटरिंग सेवाओं को शुरू करने की योजना से कर्मचारियों की संख्या भी प्रभावित होगी।

ii स्टाफिंग (Staffing)

स्टाफिंग का मतलब लोगों को काम के लिए इस तरह से नियुक्त करना है कि उनके कौशल विशेष पदों की नौकरी की आवश्यकताओं से मेल खाते हों। स्टाफिंग लोगों से संबंधित एक बहुत ही विशिष्ट क्षेत्र है। इन सभी कारकों पर इस इकाई में बाद में चर्चा की गई है।

iii रोजगार के नियम और शर्तें (Terms and conditions of Employment)

किसी भी संगठन को पर्याप्त रूप से स्टाफ करने में सक्षम होने के लिए, रोजगार के कुछ नियमों और शर्तों को तैयार करना महत्वपूर्ण है जो संभावित कर्मचारी और नियोक्ता के लिए परस्पर स्वीकार्य हैं। यह संगठन के लिए उपयुक्त शर्तों को प्रस्तुत करने के लिए और संभावित कर्मचारी के लिए एक अनुबंध पर हस्ताक्षर करके लिखित रूप में उनसे सहमत होने के लिए प्रथागत है। हालांकि यह दोनों पक्षों की पूर्ण सहमति के साथ किसी संगठन में स्टाफिंग का आदर्श तरीका होगा, व्यवहार में हमेशा ऐसा नहीं होता है। विशेष रूप से गंभीर गरीबी और बेरोजगारी के क्षेत्रों में स्थित खानपान प्रतिष्ठानों में, बच्चों सहित लोग गलत लड़कों, या सर्वर, और डिशवॉशर की नौकरी करने को तैयार हैं। विशेष रूप से अविकसित और विकासशील देशों में यह सड़क के किनारे के कैफेटेरिया और अन्य छोटे खाद्य सेवा आउटलेट में आम है। यह नियोक्ता को भी सूट करता है जो अकुशल नौकरियों के लिए कुछ पैसे देकर अपनी श्रम लागत को कम कर सकता है। ऐसे मामलों में, कर्मचारी को कोई नियम और शर्तें नहीं पता होती हैं और वह अपने भोजन और पॉकेट मनी के रूप में जो कुछ भी घर ले जाने के लिए प्राप्त करता है, उसे पाकर खुश होता है।

उपरोक्त उदाहरण में हालांकि औपचारिक नियमों और शर्तों का आदान-प्रदान नहीं किया गया है, वे नियोक्ता द्वारा निर्धारित किए गए हैं और मौखिक रूप से संप्रेषित किए गए हैं। अधिकांश छोटे प्रतिष्ठानों में शर्तें सरल होती हैं जैसे मुफ्त भोजन और चाय के साथ 2 रुपये प्रति घंटा। आमतौर पर कर्मचारियों में गरीबी और अशिक्षा के कारण कोई भागीदारी नहीं होती है।

जैसे-जैसे प्रतिष्ठानों का आकार बढ़ता है और नियोजित कर्मचारी अधिक योग्य होते हैं, वे अपने अधिकारों को जानते हैं और एक लिखित विपरीतता पर जोर देते हैं। यह अनुबंध आम तौर पर रोजगार के नियमों और शर्तों को इंगित करने वाले नियुक्ति प्रस्ताव का रूप लेता है। कानून में प्रत्येक नियोक्ता को अनुबंध में शामिल करने की आवश्यकता है, पार्टियों के नाम, रोजगार की शुरुआत की तारीख, निरंतर सेवाओं की तारीख, वेतन, काम के घंटे, सवेतन अवकाश, पेंशन योजना, नोटिस अवधि, नौकरी का शीर्षक, अनुशासनात्मक नियम और शिकायत प्रक्रिया। यदि इन्हें आवेदक द्वारा लिखित रूप में या हस्ताक्षर के माध्यम से स्वीकार किया जाता है, तो अनुबंध समाप्त हो जाता है।

प्रबंधन लागत - लाभ विश्लेषण (Management cost - Benefit analysing)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **टूर कॉस्टिंग**
- **टूर कॉस्ट की सामग्री**
- **टूर कॉस्ट शीट के फायदे**

टूर कॉस्टिंग (Tour Costing)

प्रत्येक यात्रा व्यवसाय (प्रकृति, साइज और प्रकार के बावजूद) के संचालन में आवश्यक रूप से जोखिम शामिल होते हैं; कई मामलों में इन जोखिमों को एक बीमाकर्ता को हस्तांतरित कर दिया जाता है। हालांकि अन्य में, हालांकि स्थानांतरित नहीं किया गया है, उन्हें लागत के एक तत्व के लिए मापा और अनुमति दी जाती है, कुछ मामलों में उन्हें पूर्वाभास नहीं किया

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

जा सकता है और यदि अनुमान लगाया जाता है तो वे इतने अस्पष्ट हैं कि अनुमान अव्यावहारिक है। मूल्य रिलीज जो एक बीमाकर्ता को जोखिम के हस्तांतरण, या गैर-बीमित जोखिम द्वारा होता है, जो खुद को माप के लिए उधार देते हैं, उन्हें लागत कहा जाता है, जहां अप्रत्याशित, या अत्यधिक अनिश्चित जोखिमों के कारण मूल्य रिलीज को लागत नहीं कहा जाता है, लेकिन मूल्यांकन में इसका ध्यान रखा जाना चाहिए। यदि ऑपरेशन का जोखिम होता है, तो निश्चित रूप से, शुद्ध लाभ का निर्धारण करने में उन्हें नुकसान के रूप में माना जाता है।

'लागत' की अवधारणा को "लागत एक माप है, मौद्रिक संदर्भ में, कुछ उद्देश्यों के लिए उपयोग किए गए संसाधनों की मात्रा" (एंथनी और वेल्श) के रूप में परिभाषित किया गया है। यह स्पष्ट मैट है। 'लागत' व्यावसायिक उद्देश्य के लिए प्रयुक्त संसाधनों का मौद्रिक मूल्य है। दूसरी ओर 'लागत' को "पूर्वगामी, मौद्रिक टीमों में, प्रबंधन के उद्देश्यों की प्राप्ति में खर्च या संभावित रूप से खर्च किए जाने के रूप में परिभाषित किया गया है जो एक उत्पाद का निर्माण या सेवा प्रदान कर सकता है।" (AAA)

उपरोक्त परिभाषाओं से संकेत मिलता है कि व्यवसाय में एक आम भाजक है, अर्थात 'धन' और यह मैट 'लागत' का अनुसरण करता है, वित्तीय शर्तों में सबसे अच्छा प्रतिनिधित्व करता है और व्यवसाय उपक्रम के उद्देश्य को समझने के लिए खर्च किया जाता है;

टूर कंपनी के प्रबंधन को टूर पैकेज में अपने उत्पादों या सेवाओं की लागत जानने की जरूरत है। यदि प्रबंधन लागत के बारे में निश्चित नहीं है, तो प्रबंधन कैसे सुनिश्चित कर सकता है कि संगठन की मूल्य संरचना सही है। इसके अलावा, ट्रैवल एजेंसी प्रबंधन को नियंत्रण के उद्देश्य और निर्णय लेने के लिए 'लागत क्या है' समझने की आवश्यकता है।

दौरे की लागत को समझना अक्सर एक कठिन विषय माना जाता है, लेकिन यह वास्तव में स्पष्ट सोच का एक अभ्यास है। आम तौर पर, लागत-निर्धारण प्रणाली परिभाषित करने के साथ शुरू होती है कि 'टूर कॉस्ट" क्या है और लागतों को कैसे वर्गीकृत किया जाए?

यात्रा की लागत (Tour Cost)

टूर की लागत का मतलब है कि किसी टूर उत्पाद सेवा या टूर की लागत के लिए जिम्मेदार कुल लागत का योग है। टूर पैकेज बनाने या तैयार करने के लिए किए गए कुल खर्च। चूंकि एक टूर कंपनी स्वयं एक पूर्ण पर्यटन उत्पाद का निर्माण नहीं करती है, इसलिए यह स्थानीय मालिक से थोक में पर्यटन उत्पादों के विभिन्न तत्वों को इकट्ठा करने या खरीदने की एक प्रक्रिया है। इसलिए, टूर पैकेज की लागत ग्राहक की आवश्यकता या कंपनी की रणनीति के अनुसार निर्धारित की जाती है। चूंकि उत्पाद/सेवा की गुणवत्ता और उस उत्पाद की यह कीमत साथ-साथ चलती है इसलिए यात्रा व्यापार में लागत इकाई एक पैकेज टूर है क्योंकि एक कंपनी कई पैकेज बेचती है। लागत इकाई की पहचान से लागत प्रबंधक को पैकेज, टूर में पर्यटन उत्पादों/सेवाओं के कारण लागत को छोटे उपखंडों में अलग करने में मदद मिलेगी। लागत खोजने की प्रक्रिया शुरू करने से पहले इसे स्पष्ट रूप से परिभाषित और चुना जाना चाहिए।

बेचे जाने वाले पैकेज की लागत का पता लगाने के लिए उपयोग की जाने वाली विधियाँ एक टूर कंपनी से दूसरी में भिन्न होती हैं। ऐसा इसलिए है क्योंकि घटक, जो पैकेज टूर का हिस्सा हैं, एक संगठन से दूसरे संगठन में भिन्न होते हैं। आम तौर पर/एक पैकेज टूर में दो घटक शामिल होते हैं-यात्रा और जमीनी सेवाएं। इस प्रकार, पैकेज टूर के लागत घटक हैं:

- अनुसंधान और विकास लागत (पहली बार)
- यात्रा लागत-वायु, सड़क, रेल या समुद्र
- आवास की लागत
- हस्तांतरण लागत (Transfer Costs)
- भोजन और पेय लागत
- पर्यटन स्थलों का भ्रमण और गतिविधि लागत
- विपणन लागत (Marketing Costs)
- प्रशासनिक लागत (Administrative Costs)
- विविध लागत (Miscellaneous Costs)

पैकेज टूर के लागत घटकों की कुल राशि को बेचे गए पैकेज की लागत के रूप में जाना जाता है। हालाँकि, पैकेज की लागत निर्धारित करने की प्रक्रिया जटिल हो जाती है, यदि यह बजट स्थापित होने के दौरान नहीं की जाती है। इसलिए, दौरे की लागत और मूल्य निर्धारण से पहले टूर बजट तैयार करना बुद्धिमानी है। यह टूर प्लानर को प्रतियोगियों की लागत संरचना की समीक्षा करने में मदद करेगा और यह हमें पता लगाने, निर्धारण और लागत नियंत्रण के लिए एक रूपरेखा और दिशानिर्देश भी प्रदान करेगा। टूर बजट ग्राहक उन्मुख होना चाहिए और, कुल टूर लागत को ग्राहकों द्वारा उचित माना जाना चाहिए मान लीजिए कि कोई ऐसा टूर पेश कर रहा है जो अद्वितीय है और नहीं, अन्य प्रतियोगी समान टूर की पेशकश करता है। इसमें डाई बजट ऑयल मार्केट रिसर्च पर आधारित होना चाहिए; एकदम सही और शुद्ध लागत निर्धारित करने के लिए एक दौरे की अनुमानित लागत से यात्रा योजनाकारों को मदद मिलेगी; प्रभावी मूल्य निर्धारण रणनीतियों को अपनाएं।

यात्रा लागत की सामग्री (Ingredients of Tour Cost)

निम्नलिखित लागत के मुख्य तत्व हैं जिन्हें f एक मानक पैकेज टूर में शामिल किया गया है।

1 आवास लागत (Accommodation Cost): आवास लागत का अर्थ है किसी होटल या रिसॉर्ट में कमरा प्राप्त करने के लिए भुगतान की गई कीमत। आमतौर पर टूर पैकेज में टूर कंपनियां ट्विन-शेयरिंग रूम ऑफर करती हैं। इसका मतलब डबल अधिभोग है। हालांकि, कोई व्यक्ति तैयारी के समय और एक यात्रा कार्यक्रम या पैकेज के लिए एक कमरे की इच्छा कर सकता है। एक टूर कंपनी होटल प्रबंधन के साथ कमरे और उस विशेष संपत्ति में प्रदान की जाने वाली अन्य सुविधाओं के लिए अनुबंध करती है। आवास: लागत 'होटल प्रबंधन और टूर मैनेजर प्लानर, और होटल उत्पादों के अन्य तत्वों जैसे भोजन, पेय और सुविधाओं आदि के बीच बातचीत पर निर्भर करती है;

2 स्थानांतरण लागत (Transfer Costs): ग्राहक को हवाई अड्डे से होटल या इसके विपरीत स्थानांतरित करने के लिए स्थानांतरण लागत खर्च की जाती है। लागत परिवहन ऑपरेटरों के साथ अनुबंध के अनुसार है या

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

यदि ट्रैवल कंपनी की अपनी परिवहन बसें हैं, तो लागत माइलेज या अवधि के आधार पर ली जाएगी। लागत भी अलग होगी, 'जब कोई पर्यटक एसी या साधारण कार या कोच के माध्यम से स्थानांतरित होना चाहता है।

3 प्रशासनिक लागत (Administrative Costs): यह संगठन को निर्देशित करने और संचालन को नियंत्रित करने के लिए नीति और रणनीति तैयार करने में टूर कंपनी द्वारा किया गया एक अप्रत्यक्ष व्यय है। प्रशासनिक व्यय/लागत इस प्रकार एक यात्रा व्यवसाय के सामान्य और वित्तीय प्रबंधन जैसे कार्यालय व्यय, कर्मचारियों को वेतन, बीमा, लेखा परीक्षा, वित्तीय या कानूनी व्यय आदि में खर्च किए जाते हैं। ये खर्च निश्चित प्रकृति के होते हैं, इसलिए इन्हें उत्पाद लागत के बजाय अवधि लागत के रूप में माना जाना चाहिए।

4 अनुसंधान और विकास लागत (Research and Development Cost): इसे व्यक्तिगत और अनुसंधान लागत के रूप में भी जाना जाता है और अक्सर टूर/ट्रैवल कंपनियों द्वारा अनुमान से कम होता है। इसमें टूर प्लानर, मैनेजर और कंपनी के कर्मचारियों की लागत शामिल होती है जो टूर प्लानिंग में शामिल होते हैं। इसमें 'फैमिली टूर' की लागत और एक नया या बिड पैकेज टूर विकसित करने के लिए किए गए अन्य खर्च भी शामिल हैं।

5 पर्यटक गाइड सहायक यात्रा लागत (Tourist Guide Assistant Travel Cost): इस लागत में हवाई यात्रा की लागत या मूल बिंदु से गंतव्य बिंदु तक और दौरे के दौरान कवर किए जाने वाले अन्य साधनों के माध्यम से यात्रा शामिल है। दूसरे शब्दों में, यह मूल बिंदु पर आगमन के प्रस्थान से लेकर यात्रा की कुल लागत है।

6 टूरिस्ट गाइड असिस्टेंट मार्केटिंग कॉस्ट (Tourist Guide Assistant Marketing Costs): एक ट्रैवल कंपनी का एकमात्र उद्देश्य मुनाफे को अधिकतम करना है, लेकिन यह केवल बेचे गए पैकेज की लागत/बिक्री की लागत को कम करके या मौजूदा बाजारों में बिक्री बढ़ाकर या नए यात्रा बाजारों में प्रवेश के माध्यम से ही संभव है। विपणन लागत में विज्ञापन व्यय, बाजार अनुसंधान, होटल, रिसॉर्ट, हवाई और रेलवे टिकटों का आरक्षण, ट्रैवल एजेंटों और ग्राउंड ऑपरेटरों को कमीशन और वितरण व्यय आदि शामिल हैं।

7 दर्शनीय स्थलों की यात्रा और गतिविधि लागत (Sightseeing and Activity Costs): यह लागत कुल लागत का एक बड़ा हिस्सा है और यह एक उच्च लागत वाला क्षेत्र है जो ग्राहकों को संतोषजनक या असंतोषजनक बनाता है। टूर प्लानर को दर्शनीय स्थलों की गतिविधियों या भ्रमण का चयन करना चाहिए जो ग्राहकों को पेश किया जा सकता है। इस लागत की गणना सभी गतिविधियों के लिए प्रति व्यक्ति लागत लेकर और उन्हें जोड़कर की जाती है। गंतव्य विक्रेता आमतौर पर इन गतिविधियों को एक समूह को कम खर्चे पर प्रदान करते हैं। इस पर ग्राउंड ऑपरेटरों के साथ बातचीत की जा सकती है और होनी चाहिए। गोपनीय लागत पत्र तैयार किया जाता है जो भ्रमण लागत पत्र तैयार करने में सहायता करता है।

8 पर्यटक गाइड सहायक विविध लागतें (Tourist Guide Assistant Miscellaneous Costs): विविध लागतें संगठन से संगठन में भिन्न होती हैं। इन लागतों में हवाईअड्डे पर पोर्टेज, हवाईअड्डे पर सुझाव, और होटल, प्रवेश शुल्क, बीमा प्रीमियम, साहित्य और अन्य सामग्री और दौरे के आरंभ और अंत में टूर के सदस्य को दिए गए उपहार शामिल हैं। प्रत्येक वस्तु की प्रति व्यक्ति लागत को जोड़कर इन लागतों का निर्धारण किया जाता है।

इस प्रकार, कुल यात्रा लागत = अनुसंधान और विकास लागत + यात्रा लागत + आवास लागत + स्थानांतरण लागत + पर्यटन स्थलों का भ्रमण लागत + प्रशासनिक लागत + विपणन लागत + विविध लागत

हालांकि, यह नियंत्रण और निर्णय लेने के उद्देश्यों के लिए टूर प्रबंधन की आवश्यकताओं को पूरा नहीं कर सकता है। उचित नियंत्रण और प्रबंधकीय निर्णयों के लिए, ट्रैवल एजेंसी प्रबंधन को लागत का विश्लेषण और वर्गीकरण करने के लिए आवश्यक डेटा प्रदान किया जाना चाहिए। लागत निर्धारण प्रक्रिया तब तक आगे नहीं बढ़ सकती जब तक प्रत्येक दौरे की लागत को उचित रूप में वर्गीकृत नहीं किया जाता। दौरे की लागत को दो मुख्य श्रेणियों में वर्गीकृत किया जा सकता है:

1 पर्यटक गाइड सहायक डायरेक्ट और इनडायरेक्ट कॉस्ट

2 टूरिस्ट गाइड असिस्टेंट फिक्स्ड और वेरिएबल कॉस्ट

1 टूरिस्ट गाइड असिस्टेंट डायरेक्ट और इनडायरेक्ट टूर कॉस्ट (Tourist Guide Assistant Direct and Indirect Tour Costs): डायरेक्ट टूर कॉस्ट वे हैं जो एक विशेष पैकेज टूर जैसे कि आवास की लागत, यात्रा की लागत, भोजन और पेय की लागत, दर्शनीय स्थलों की लागत आदि के साथ खर्च किए जाते हैं और आसानी से पहचाने जाते हैं। अप्रत्यक्ष टूर की लागत वे लागतें हैं जो एक वर्ष के दौरान एक ट्रैवल कंपनी द्वारा दी जाने वाली कई यात्राओं के लाभ के लिए खर्च की जाती हैं, लेकिन विशेष यात्रा लागतों जैसे कि विपणन लागत, टूर प्लानर की लागत, वित्तीय और कानूनी लागत, प्रशासनिक व्यय, 'परिवार' 'टूर' की लागत, चिकित्सा व्यय, बीमा और अन्य के साथ आसानी से पहचानी नहीं जा सकती हैं।

2 टूरिस्ट गाइड असिस्टेंट फिक्स्ड एंड वेरिएबल कॉस्ट (Tourist Guide Assistant Fixed and Variable Costs): फिक्स्ड कॉस्ट वे होते हैं जो किसी टूर पैकेज को बेचने या न बेचने पर भी खर्च किए जाते हैं। या जब कोई पर्यटक/ग्राहक या लोगों का समूह टूर पर जाता है, तो उसे कुछ खर्चे उठाने पड़ते हैं जैसे 'फैमिली टूर', टूर बस की लागत, अनुसंधान और विकास व्यय, विपणन व्यय, टूर मैनेजर और टूर प्लानर का वेतन आदि। स्थिर लागत में सभी शामिल हैं। ये निश्चित दौरे की लागत कुल राशि में स्थिर है लेकिन स्तर परिवर्तन के रूप में प्रति व्यक्ति/प्रति पैकेज में उतार-चढ़ाव होता है। निश्चित लागत को अवधि लागत के रूप में भी जाना जाता है क्योंकि यह उत्पादन के बजाय समय पर निर्भर है। इन, लागतों को प्रबंधन द्वारा नियंत्रित किया जा सकता है।

टूर वेरिएबल लागत वे हैं जो टूर में भाग लेने वाले पर्यटकों की संख्या के साथ भिन्न होती हैं, उदाहरण के लिए भोजन और पेय की लागत, पैकेट की लागत, सामग्री, साहित्य या ब्रोशर यात्रा प्रतिभागियों को प्रदान की

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

जाती हैं, बीमा प्रीमियम, यात्रा लागत, पर्यटक कर, आवास कर, कमरे की लागत आदि। वेरिएबल लागत को उत्पाद लागत के रूप में भी जाना जाता है क्योंकि यह समय के बजाय उत्पाद पर आधारित होती है।

टूर लागत को प्रभावित करने वाले कारक (Factors Affecting The Tour Cost)

टूर की लागत से पहले; टूर कॉस्टिंग मैनेजर निम्नलिखित कारकों पर विचार करता है, जिनका कंपनी की लाभप्रदता स्थिति पर गहरा प्रभाव पड़ता है:

- मौसमी
- विनिमय दर आंदोलनों
- प्रतियोगी की मूल्य रणनीति
- अन्य लागतों में वृद्धि
- उदारीकरण और वैश्वीकरण का प्रभाव
- प्रचार मूल्य निर्धारण
- बाजार विभाजन मूल्य निर्धारण
- गुणवत्ता मूल्य अनुपात

टूर पैकेज की लागत (Costing A Tour Package)

यह सच है कि एक ट्रैवल कंपनी का लागत प्रबंधन जब बुद्धिमानी से किया जाता है, तो वह रणनीति और परिचालन दक्षता के बीच एक महत्वपूर्ण सेतु के रूप में कार्य करता है जो पूरे संगठन के काम को प्रतिस्पर्धात्मक लाभ प्राप्त करने के एकीकृत उद्देश्य की ओर ले जा सकता है। कंपनी एक टूर पैकेज की लागत बनाती है, नए उत्पादों/सेवाओं को नए बाजारों में पेश करती है और इसी तरह इसकी लागत के निहितार्थों को मान्य किया जाना चाहिए। इस प्रकार, किसी उत्पाद की लागत निर्धारित करते समय, टूर कंपनी को लागत चेतना, लागत माप, लागत, जिम्मेदारी और लागत सुधार जैसे चार पिवोट्स पर ध्यान केंद्रित करना चाहिए।

आइए चर्चा करें कि FIT, GIT और अन्य टूर की कॉस्ट शीट कैसे तैयार किया जाए।

वर्ष के लिए xy ट्रैवल कंपनी नई दिल्ली की कॉस्ट शीट (Cost sheet of xy travel company New Delhi for the Year)

टूर कॉस्ट शीट एक स्टेटमेंट है जो टूर कॉस्ट के ब्रेक अप के साथ कुल लागत दिखाने के लिए डिज़ाइन किया गया है, लागत शीट में शामिल जानकारी गोपनीय टैरिफ से एकत्र/प्राप्त की जाती है। होटल, एयरलाइंस, रेलवे और अन्य जैसे आपूर्तिकर्ताओं द्वारा उद्दत दरों पर बातचीत के बाद गोपनीय टैरिफ तैयार किया जाता है। एक गोपनीय ट्रैफ़िक भी अगर हैंडलिंग एजेंसी/गंतव्य कंपनी द्वारा बख्शा जाता है।

प्रारंभिक टैरिफ और टूर कॉस्ट शीट तैयार करने के लिए कोई निश्चित फॉर्म नहीं है, लेकिन कॉस्ट शीट को अधिक उपयोगी बनाने के लिए, इसे आमतौर पर कॉलम फॉर्म में तैयार किया जाता है, जैसे दर्शनीय स्थलों की यात्रा, होटल आदि।

टूर कॉस्ट शीट का लाभ (Advantage of A Tour Cost Sheet)

- यह यात्रा की कुल लागत और प्रति व्यक्ति लागत का खुलासा करता है।
- यह टूर कंपनी को कड़ी नजर रखने और लागत पर नियंत्रण रखने में सक्षम बनाता है।
- यह बिक्री मूल्य को अधिक सटीक रूप से तय करने में मदद करता है।
- यह टूर कंपनी को कोटेशन सबमिट करने में मदद करता है।

यात्रा मूल्य निर्धारण (Tour Pricing)

टूर मूल्य निर्धारण आम तौर पर विभिन्न कारकों पर आधारित होता है जो आंतरिक और साथ ही बाहरी होते हैं जैसे उत्पाद की प्रकृति, जीवन, उत्पाद का चक्र, पर्यटन बाजारों के प्रकार, गंतव्य, बाजारों की प्रकृति, प्रतिस्पर्धा, मौसमी, राष्ट्रीय पर्यटन नीति, राजनीतिक स्थितियां और विश्व कार्यक्रम आदि। पैकेज टूर के मूल्य निर्धारण के कई तरीके हैं जो टूर कंपनियों (व्यक्तिगत और सामूहिक) द्वारा व्यापक रूप से उपयोग किए जाते हैं। मुख्य इस प्रकार हैं:

A लागत उन्मुख मूल्य निर्धारण रणनीतियाँ (Cost Oriented pricing Stategies)

- लागत से अधिक मूल्य निर्धारण (Cost-plus pricing)
  - सीमांत लागत (Marginal Cost)
  - कुल लागत (Total Cost)
  - मार्क अप कॉस्ट (Mark Up Cost)
- रिटर्न मूल्य निर्धारण की दर (Rate of Return pricing)

B बाजार उन्मुख मूल्य निर्धारण रणनीतियाँ (Market Oriented pricing Strategies)

- भेदभावपूर्ण मूल्य निर्धारण
- पिछड़ा मूल्य निर्धारण
- बाजार में पैठ मूल्य निर्धारण
- स्लैमिंग मूल्य निर्धारण
- बंडल मूल्य निर्धारण
- पज प्रबंधन
- गोइंग दर मूल्य निर्धारण
- हानि-लीडर मूल्य निर्धारण

C उत्पाद लाइन मूल्य निर्धारण रणनीतियाँ (Product Line Pricing Strategies)

डी उद्योग/प्रतियोगिता उन्मुख मूल्य निर्धारण रणनीतियाँ (Industry/ Competition Orienyed Pricing Strategies)

- निविदा मूल्य निर्धारण

NOT TO BE REPUBLISHED © NIMI

- विभेदित मूल्य निर्धारण

जो भी मूल्य निर्धारण नीति अपनाई जाती है, एक टूर कंपनी को निम्नलिखित बातों को ध्यान में रखना होता है: 0: बाजार विभाजन"

- संभावित पर्यटक का अवधारणात्मक मूल्यांकन
- प्रतियोगी की मूल्य निर्धारण रणनीति का विश्लेषण
- उत्पाद की संरचना का आकलन
- राजनीतिक अस्थिरता, घटनाओं और अन्य समस्याओं जैसे बाहरी कारकों का विश्लेषण
- स्थलों की छवि

New Delhi for the Year _____

Name of Tour_____ GIT/FIT
No. of Pax_____
Tour Code _____
Period_____
Rate of Exchange_____

Day/ Date	Sector	Transportation								Hotels				
		Transfer				Sightseeing				Single	Double	Meal Plan	Extra	Or. Services
		Car		Coach		Car		Coach						
		AC	Non AC	AC	Non AC	AC	Non AC	AC	Non AC					
Total tour cost														

A Specimen of Tour Cost Sheet

पर्यटन का आर्थिक प्रभाव (Economic impact of tourism)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **पर्यटन के आर्थिक प्रभाव की व्याख्या करें।**

पर्यटन का प्रभाव (Impact of Tourism)

पर्यटन के प्रभावों को सात सामान्य श्रेणियों में बांटा जा सकता है:

1 आर्थिक (Economic)

2 पर्यावरण (Environmental)

3 सामाजिक और सांस्कृतिक (Social and cultural)

4 रेलपेल और भीड़भाड़ (Crowding and congestion)

5 सेवाएं (Services)

6 कर (Taxes)

7 सामुदायिक रवैया (Community attitude)

पर्यटन के आर्थिक प्रभाव सकारात्मक (Economic Impacts of tourism Positive)

- आय और जीवन स्तर में योगदान देता है
- स्थानीय अर्थव्यवस्था में सुधार करता है
- रोजगार के अवसरों में वृद्धि करता है
- निवेश विकास और बुनियादी ढांचे के खर्च में सुधार करता है
- कर राजस्व में वृद्धि करता है
- सार्वजनिक उपयोगिताओं के बुनियादी ढांचे में सुधार करता है
- परिवहन अवसंरचना में सुधार करता है
- खरीदारी के अवसर बढ़ाता है
- आर्थिक प्रभाव (प्रत्यक्ष, अप्रत्यक्ष, प्रेरित खर्च) समुदाय में व्यापक है
- व्यापार के नए अवसर पैदा करता है।

पर्यटन के आर्थिक नकारात्मक प्रभाव (Economic Impacts of tourism Negative)

- वस्तुओं और सेवाओं की कीमतों में वृद्धि करता है

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- भूमि और आवास की कीमत में वृद्धि करता है
- रहने की लागत में वृद्धि करता है
- आयातित श्रम की क्षमता बढ़ाता है
- अतिरिक्त बुनियादी ढांचे (पानी, सीवर, बिजली, ईंधन चिकित्सा, आदि) के लिए लागत।
- सड़क के रखरखाव और परिवहन प्रणाली की लागत में वृद्धि करता है
- मौसमी पर्यटन उच्च जोखिम, कम या बेरोज़गारी की समस्या पैदा करता है
- अन्य (उच्च मूल्य) आर्थिक उपयोगों वाली भूमि के लिए प्रतिस्पर्धा
- लाभ गैर-स्थानीय मालिकों द्वारा निर्यात किया जा सकता है
- नौकरियाँ कम वेतन दे सकती हैं।

आय और रोजगार (Income and employment): पर्यटन उद्योग भारतीय अर्थव्यवस्था के लिए जबरदस्त संभावनाएं रखता है। कई विकासशील देशों के लिए पर्यटन सामाजिक और आर्थिक विकास में एक प्रमुख योगदान बन गया है। पर्यटन, विदेशी मुद्रा राजस्व का एक प्रमुख स्रोत है। पूर्व के लिए- यह मालदीव में सकल घरेलू उत्पाद का 70% योगदान देता है। ASSOCHAM की एक हालिया रिपोर्ट से पता चलता है कि भारत में पर्यटन में 10 लाख रुपये का निवेश 89 नौकरियां, जबकि कृषि में 45 नौकरियां और विनिर्माण उद्योग में 13 (BSE 2003) नौकरियां पैदा कर सकता है। इसलिए पर्यटन उद्योग समाज के लिए रोजगार सृजन के अलावा अच्छा राजस्व उत्पन्न कर सकता है।

पर्यटन गुणक प्रभाव (Tourism multiplier eff ect): पर्यटन न केवल आतिथ्य खंड में रोजगार के अवसर प्रदान करता है बल्कि उद्योग के प्राथमिक और माध्यमिक खंड में भी पर्यटन को प्रोत्साहित करता है। इसे पर्यटन प्रभाव के गुणक के रूप में जाना जाता है जो देश की अर्थव्यवस्था के माध्यम से परिचालित पर्यटन द्वारा कितनी बार खर्च किए गए धन से है।

एक होटल और यात्रा में खर्च किया गया पैसा सीधे तौर पर नौकरी पैदा करने में मदद करता है, एक होटल और ट्रैवल एजेंटों के लिए, लेकिन यह अर्थव्यवस्था में कहीं और अप्रत्यक्ष रूप से नौकरियां भी पैदा करता है। होटल को दुकानों से कच्चा माल खरीदना पड़ता है, जो उत्पादन के लिए खेतों के लिए खरीदता है। स्थानीय अर्थव्यवस्था की मांग में वृद्धि होती है क्योंकि पर्यटन अक्सर खरीदता है जिससे द्वितीयक रोजगार बढ़ता है।

गुणक प्रभाव तब तक जारी रहता है जब तक कि पैसा अंततः अर्थव्यवस्था से बाहर नहीं जाता है, अन्य देशों के लिए माल की खरीद का आयात करता है।

भुगतान संतुलन (BOP) एक विवरण है जो किसी भी अवधि के दौरान किसी देश के निवासियों और शेष विश्व के बीच किए गए सभी मौद्रिक लेनदेन को रिकॉर्ड करता है। इस विवरण में व्यक्तियों, कॉरपोरेट्स और सरकार द्वारा/के लिए किए गए सभी लेन-देन शामिल हैं और अर्थव्यवस्था को विकसित करने के लिए धन के प्रवाह की निगरानी में मदद करता है। जब सभी तत्वों को BOP में सही ढंग से शामिल किया जाता है, तो इसे एक पूर्ण परिदृश्य में शून्य तक जोड़ना चाहिए। इसका मतलब है कि धन का प्रवाह और बहिर्वाह संतुलित होना चाहिए।

निम्नलिखित कारणों से एक देश का BOP महत्वपूर्ण है:

किसी देश के BOP से उसकी वित्तीय और आर्थिक स्थिति का पता चलता है।

BOP स्टेटमेंट यह निर्धारित करने के लिए एक संकेतक है कि देश का मुद्रा मूल्य सराहना या मूल्यह्रास कर रहा है या नहीं।

BOP विवरण सरकार को राजकोषीय और व्यापार नीतियों पर निर्णय लेने में मदद करता है।

यह किसी देश के अन्य देशों के साथ आर्थिक व्यवहार का विश्लेषण करने और समझने के लिए महत्वपूर्ण जानकारी प्रदान करता है।

इसके BOP विवरण और इसके घटकों का बारीकी से अध्ययन करके, कोई भी उन रुझानों की पहचान करने में सक्षम होगा जो देश की अर्थव्यवस्था के लिए फायदेमंद या हानिकारक हो सकते हैं और इस प्रकार उचित उपाय कर सकते हैं।

विदेशी मुद्रा (Foreign exchange)

Foreign exchage (या) forex आवश्यकता के अनुसार घरेलू देश की मुद्रा का दूसरे में रूपांतरण है। भारत देश मुद्रा आपूर्ति और मांग श्रृंखला के अनुसार मूल्यवान है।

यह बाजार के अनुसार काम करता है जो अधिकांश मुद्राओं के मूल्य (विनिमय दर) को निर्धारित करता है। विदेशी मुद्रा का मुख्य स्रोत के लिए व्युत्पन्न है

- निर्यात माल और सेवाओं घरेलू देश से विदेशी देश के लिए
- विदेशी के लिए प्रत्यक्ष निवेश
- अंतर्राष्ट्रीय व्यापार संगठन को भुगतान ऋण और ब्याज

विनिमय दर के कारण यह बहुत महत्वपूर्ण है, एक मुद्रा की दूसरी मुद्रा में कीमत, एक राष्ट्र के स्वस्थ अर्थवाद को निर्धारित करने में मदद करती है और इसमें लोगों की भलाई भी आवश्यक है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

पर्यटन में पारिस्थितिकी और पर्यावरण पर प्रभाव (Impact on ecology & environment in tourism)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **पर्यटन के सामाजिक-आर्थिक प्रभावों का वर्णन करें**
- **पर्यटन के सामाजिक-सांस्कृतिक प्रभावों का वर्णन करें**
- **पर्यटन के सामाजिक-सांस्कृतिक प्रभाव की व्याख्या करें**
- **मंदिरों के शहर श्री कालहस्ती का वर्णन करें**
- **पर्यावरणीय प्रभाव विश्लेषण को परिभाषित करें**
- **पर्यावरणीय प्रभाव आकलन की व्याख्या करें**
- **पर्यावरण लेखापरीक्षा के महत्व को समझें**
- **पारिस्थितिक बहाली और पुनर्वास का वर्णन करें।**

परिवहन के क्षेत्र में विकास के सामाजिक-आर्थिक प्रभाव (Socio-economic implications of developments in the field of transpor)

विशेषज्ञों द्वारा निम्नलिखित प्रभाव और निहितार्थ देखे गए हैं:

- विकसित परिवहन नेटवर्क के कारण ग्रामीण क्षेत्रों से शहरी क्षेत्रों की ओर बड़े पैमाने पर आवाजाही हुई है। पिछली शताब्दी के अस्सी और नब्बे के दशक के दौरान यह प्रवास पैटर्न अधिक प्रमुख हो गया था। देश के प्रमुख महानगर अधिकांश ग्रामीण युवाओं के पसंदीदा गंतव्य हैं। इसके अलावा, ग्रामीण लोग उन शहरों में जाना पसंद करते हैं जो उनके संबंधित गांवों के आसपास के क्षेत्र में हैं।
- ग्रामीण क्षेत्रों में सड़क नेटवर्क द्वारा आर्थिक विकास की सुविधा प्रदान की गई है। किसान आसानी से अपने कृषि और कृषि उत्पादों का विपणन करने में सक्षम हैं। भारत के कई गाँवों में पक्की सड़कें उपलब्ध हैं।
- व्यापक सड़क और रेल नेटवर्क ने ईको टूरिज्म, फार्म टूरिज्म और हेरिटेज टूरिज्म का भी विकास किया है। लेकिन सरकार और निजी उद्यमियों को इस प्रवृत्ति पर संतुष्ट नहीं होना चाहिए। सड़क और रेल नेटवर्क के विकास के बाद पर्यटन के क्षेत्र में काफी संभावनाएं हैं।
- रसद प्रबंधन लगभग चालीस साल पहले की तुलना में आज आसान और बेहतर है। ऐसा इसलिए है क्योंकि कुशल रेल, सड़क और हवाई नेटवर्क ने पर्यटन उद्योग के विभिन्न घटकों द्वारा उपयोग किए जाने वाले कार्गो, खराब होने वाले सामानों और अन्य सामग्रियों की आवाजाही को सुगम बनाया है।
- भारत में अंतर्देशीय जल परिवहन प्रणाली पूरी तरह से विकसित नहीं हुई है। यात्रा और पर्यटन उद्योग में इसके विकास और योगदान की काफी गुंजाइश है। इस नेटवर्क को विकसित करने की जिम्मेदारी राज्य की है। ऐसा इसलिए है क्योंकि एक निजी फर्म जलमार्गों का विकास नहीं कर सकती है। ऐसे राज्यों की मदद के लिए भारतीय नदियों को जोड़ने का प्रस्ताव है जो ज्यादा बार सूखा प्रभावित होते हैं। यदि यात्रा एवं पर्यटन उद्योग की आवश्यकता को ध्यान में रखते हुए इस प्रणाली का विकास किया जाता है तो घरेलू एवं अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटक निश्चित रूप से इन सुविधाओं का उपयोग करेंगे। इस प्रकार, जल प्रबंधन को जल परिवहन के साथ जोड़ा जाएगा।
- निजी एयरलाइंस हवाई परिवहन को प्रतिस्पर्धी और कुशल बना रही हैं। ये रुझान स्वस्थ हैं और इन्हें जारी रहना चाहिए।
- पर्यटकों के लिए निजी बस ऑपरेटर और कोच सेवाएं केवल प्रमुख शहरों में उपलब्ध हैं। पर्यटन क्षमता वाले छोटे शहरों में भी ऐसी सेवाएं होनी चाहिए। निजी कंपनियां इस संदर्भ में पहल कर सकती हैं।
- व्यापक सड़क और रेल नेटवर्क ने शहरों में रोजगार के स्तर में वृद्धि की है। एयरलाइंस अपने व्यवसायों को सुविधाजनक बनाने के लिए कर्मचारियों को भी नियुक्त करती हैं।
- इंट्रा-सिटी ट्रांसपोर्ट नेटवर्क को मजबूत किया गया है। लेकिन यह सुविधा भारत के केवल 4 महानगरों और 400 अन्य शहरों में ही प्रमुख है। भारत के ग्रामीण क्षेत्रों में पर्यटन और यात्रा से संबंधित सुविधाएं होनी चाहिए। ये सुविधाएं उपलब्ध हैं लेकिन ये उच्च गुणवत्ता वाली नहीं हैं।
- पर्यटन प्रशासन के संदर्भ में अंतर-मॉडल परिवहन प्रणालियों ने सभी प्रमुख परिवहन उद्योगों, अर्थात् वायु, सड़क, जल और रेल परिवहन की अर्थव्यवस्थाओं को बढ़ावा दिया है।
- लोग, विशेष रूप से पर्यटक, अब आराम और विलासिता के लिए अधिक उत्सुक हैं, भले ही वे धार्मिक पर्यटन पर हों। वे चाहते हैं कि उनके परिवार के सदस्य आराम से सफर करें। इस प्रकार, उन्हें ऐसी सेवाओं के लिए अतिरिक्त भुगतान करने में कोई आपत्ति नहीं है, जो अब तक पहुंच से बाहर, तेजतर्रार और महंगी मानी जाती थीं। हवाई यात्रा इस संदर्भ में एक उदाहरण है।
- पर्यटक परिवहन व्यवस्था में उनके द्वारा खर्च किए गए पैसे का पूरा मूल्य मांगते हैं। वे उम्मीद करते हैं कि रेलवे स्टेशन साफ-सुथरे हों, कोच साफ-सुथरे हों, विमान दक्षता के रोल मॉडल हों और लग्जरी और क्रूज लाइनर्स फ्लोटिंग पैराडाइज का पर्याय हों। चूंकि उनमें से कई अपने व्यस्त कार्यक्रम के कारण अक्सर लंबी यात्राएं (15 - 20 दिनों के लिए) नहीं करते हैं, इसलिए वे अपनी वर्तमान नियोजित यात्रा और यात्रा कार्यक्रम से अधिकतम लाभ उठाने का प्रयास करते हैं।
- कई व्यवसायी पारिवारिक यात्राओं और प्रसिद्ध स्थलों या ऐतिहासिक स्थलों की यात्रा के साथ व्यापार करते हैं। भारत में यह चलन तेजी से जोर पकड़ रहा है। इसकी चर्चा हमने इस अंक में अन्यत्र की है।

© NSDC
NOT TO BE REPUBLISHED

परिवहन के क्षेत्र में विकास के सांस्कृतिक प्रभाव (Cultural implications of developments in the field of transport)

भारत में परिवहन नेटवर्क के विकास के संदर्भ में निम्नलिखित सांस्कृतिक प्रभाव देखे गए हैं:

- लोग आसानी से दूर स्थानों की यात्रा करते हैं। वे विभिन्न क्षेत्रों और जनजातियों के लोगों के साथ घुलमिल जाते हैं। इन अंतःक्रियाओं ने एक राष्ट्रीय विभाजन विकसित किया है जो राष्ट्र को एक अद्वितीय सांस्कृतिक इकाई के रूप में बांधता है (व्यक्तिगत संस्कृतियों और मूल्य प्रणालियों में अंतर के बावजूद)। उदाहरण : उत्तर भारतीय चेन्नई जाते हैं और दक्षिण भारतीय त्योहारों का आनंद लेते हैं।
- सांस्कृतिक कार्यक्रमों और उत्सवों में विभिन्न जातियों के लोग भी शामिल होते हैं। यहां तक कि विदेशी भी भारत के सांस्कृतिक प्रदर्शनों को देखकर गर्व महसूस करते हैं। यह यात्रा और परिवहन से संबंधित सुविधाओं के प्रावधान के कारण संभव हुआ है। उदाहरण: भारतीय और विदेशी पर्यटक गोवा आते हैं और प्रत्येक वर्ष दिसंबर के दौरान प्रसिद्ध गोवा कार्निवल में भाग लेते हैं। 25 दिसंबर को होने वाली परेड में हजारों लोग गोवा की सड़कों पर उतरते हैं।
- परिवहन नेटवर्क ने विभिन्न सांस्कृतिक उत्सवों और प्रतियोगिताओं में पर्यटकों (घरेलू और विदेशी) की रुचि बढ़ाई है। वे या तो ऐसी प्रतियोगिताओं के साक्षी होते हैं या उनमें भाग लेकर गर्व महसूस करते हैं।
- कई त्यौहार और सांस्कृतिक कार्यक्रम इतने प्रसिद्ध हो गए हैं कि इन्हें अंतरराष्ट्रीय स्तर पर पहचान मिली है। यह परिवहन नेटवर्क में विकास के कारण संभव हुआ है। लोग इन त्योहारों और मेलों के स्थलों पर जा सकते थे और माह-दर-महीने अभियानों के माध्यम से उनका प्रचार कर सकते थे। उदाहरण: दक्षिण भारत की सर्प नौका दौड़, कुल्लू दशहरा, मैसूर दशहरा, पंजाब की बैसाखी, पोंगल, ओणम, होली, लोहड़ी और दीपावली कुछ ऐसे त्योहार हैं जिन्हें भारतीय संस्कृति और कला रूपों के दर्पण के रूप में स्वीकार किया गया है। कोणार्क का प्रसिद्ध सूर्य मंदिर हर साल दिसंबर में नृत्य उत्सव का स्थान है। गोवा का कार्निवाल भी विश्व प्रसिद्ध है। गुजरात के डांडिया में लाखों लोग शामिल होते हैं; तो महाराष्ट्र में गणेश पूजा है। दुर्गा पूजा उत्सव (पश्चिम बंगाल में) भारत और विदेशों से आगंतुकों को आकर्षित करता है। वैष्णो देवी के पवित्र मंदिर (जम्मू के पास) तक हेलीकॉप्टर द्वारा (कटरा से) पहुंचा जा सकता है। इंडियन एयरलाइंस लेह के लिए उड़ानें आयोजित कर रही है, जो दुनिया की छत है। इस संदर्भ में और भी कई उदाहरण दिए जा सकते हैं।

पारिस्थितिकी और पर्यावरण पर पर्यटन का प्रभाव (Impact of tourism on ecology and environment)

पर्यावरण (Environmental)

महासागरों, झीलों, झरनों, पहाड़ों, अद्वितीय वनस्पतियों और जीवों जैसे उच्च मूल्य वाले प्राकृतिक संसाधनों वाले क्षेत्र और महान प्राकृतिक सुंदरता पर्यटकों और नए निवासियों (प्रवासियों) को आकर्षित करती है जो प्रकृति के साथ भावनात्मक और आध्यात्मिक संबंध चाहते हैं।

पर्यटन के पर्यावरणीय प्रभाव (Environmental Impacts of tourism)

नकारात्मक (Negative)

- प्रदूषण (हवा, पानी, शोर, ठोस कचरा और दृश्य)
- पर्यटन विकास के लिए प्राकृतिक परिदृश्य और कृषि भूमि का नुकसान
- खुली जगह का नुकसान
- वनस्पतियों और जीवों का विनाश (पौधों, जानवरों, चट्टानों, मूंगा, या कलाकृतियों के संग्रह सहित या पर्यटकों के लिए)
- परिदृश्य, ऐतिहासिक स्थलों और स्मारकों का ह्रास
- पानी की कमी
- विदेशी प्रजातियों का परिचय
- वन्य जीवों के प्रजनन चक्र और व्यवहार में व्यवधान

सकारात्मक (Positive)

- चुने हुए प्राकृतिक वातावरण की सुरक्षा या पारिस्थितिकी के और अधिक क्षरण को रोकना।
- ऐतिहासिक इमारतों और स्मारकों का संरक्षण
- क्षेत्र की उपस्थिति में सुधार (दृश्य और सौंदर्य)
- एक "स्वच्छ" उद्योग (धूम्रपान रहित)

सामाजिक और सांस्कृतिक (Social and Cultural)

पर्यटन के सामाजिक और सांस्कृतिक प्रभाव

नकारात्मक (Negative)

- अत्यधिक शराब पीना, शराब पीना और जुआ खेलना
- कम उम्र में पीने में वृद्धि
- अपराध, ड्रग्स और वेश्यावृत्ति
- बढ़ी हुई तस्करी
- भाषा और सांस्कृतिक प्रभाव
- अवांछित जीवन शैली में परिवर्तन
- पर्यटन विकास के लिए निवासियों का विस्थापन
- मूल्यों और रीति-रिवाजों में नकारात्मक परिवर्तन
- पारिवारिक व्यवधान
- प्राकृतिक संसाधनों से स्थानीय लोगों का बहिष्कार
- नए गुट सामाजिक संरचना को संशोधित करते हैं
- प्राकृतिक, राजनीतिक और जनसंपर्क

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

सकारात्मक (Positive)

- जीवन की गुणवत्ता में सुधार करता है।
- आगंतुकों से मिलने की सुविधा प्रदान करता है (शैक्षिक अनुभव)।
- मूल्यों और रीति-रिवाजों में सकारात्मक बदलाव।
- सांस्कृतिक आदान-प्रदान को बढ़ावा देता है।
- विभिन्न समुदायों की समझ में सुधार करता है।
- मेजबान आबादी की सांस्कृतिक पहचान को संरक्षित करता है।
- ऐतिहासिक और सांस्कृतिक प्रदर्शनियों की मांग बढ़ाता है।
- सामाजिक अंतरों के प्रति अधिक सहनशीलता
- मनोवैज्ञानिक आवश्यकताओं की संतुष्टि

पर्यावरणीय प्रभाव विश्लेषण (Environmental impact analysis)

इस चरण में, हमें सामान्य परिवहन वातावरण को समझने की आवश्यकता है, जो रसद के अन्य गतिविधि केंद्रों की तुलना में अद्वितीय है। परिवहन निम्नलिखित 5 कारकों से प्रभावित होता है:-

- **कंसाइनर (Consignor):** ये वह फर्म है जो अपने ग्राहकों या कंसाइनी को माल भेजता है। पर्यटन प्रशासन की भाषा में, वह कच्चा माल, खाद्य पदार्थ, कपड़े, वस्त्र, मशीनरी, पेय पदार्थ, शराब आदि का उत्पादक हो सकता है। प्रेषक एक पर्यटक भी हो सकता है जो अपने माल को एक देश से दूसरे देश भेजने की कोशिश कर रहा हो। उसे अपने द्वारा उत्पादित वस्तुओं की प्रकृति, वस्तुओं की खराब होने वाली प्रकृति आदि जैसे कारकों के बारे में पता होना चाहिए। संगठन के पास इसके द्वारा उत्पादित उत्पादों के कुशल परिवहन की सुविधा के लिए एक लोडिंग सिस्टम और गोदाम भी होना चाहिए।
- **परेषिती (Consignee):** वह व्यक्ति या फर्म है जो वास्तव में माल प्राप्त करेगा और उसका उपभोग करेगा। आमतौर पर यह एक होटल, पर्यटन स्थल, रेस्टोरेंट, डिस्को क्लब, बार, हाईवे मोटल थीम पार्क आदि है। इसके द्वारा प्राप्त वस्तुओं का उपयोग विभिन्न गतिविधियों में किया जाता है, जिससे पर्यटकों की आमद बढ़ जाती है। संगठन के पास प्राप्त होने वाले उत्पादों को स्टोर करने के लिए एक अनलोडिंग सिस्टम और गोदाम भी होना चाहिए।
- **राज्य (State):** भारत में, सरकार रसद से संबंधित नीतियों और गतिविधियों को प्रभावित करती है। यह ईंधन की दरों, ऑटोमोबाइल की कीमतों (विभिन्न कर व्यवस्थाओं के माध्यम से), ऑटोमोबाइल के पुर्जों, चुंगी शुल्क और अन्य करों को तय करता है। ट्रांसपोर्टर इन लागतों को ग्राहक को देता है। इस प्रकार, ग्राहक सीधे राज्य की परिवहन नीतियों में परिवर्तन से प्रभावित होता है, जिसे बजट से बजट में बदला जा सकता है। TCI जैसे कई परिवहन वाहक सरकार द्वारा नियंत्रित होते हैं। इसके अलावा, सरकार रेल, सड़क, जल और वायु नेटवर्क के विकास के लिए भी जिम्मेदार है। ट्रांसपोर्टर इन कठिन कार्यों को अंजाम नहीं दे सकते। इस प्रकार, सरकार बुनियादी ढांचे का निर्माण करती है जो रसद से संबंधित गतिविधियों का समर्थन करती है।
- **जनता (Masses)**: जनता विभिन्न स्थानों पर उत्पादों की मांग करती है। जो फर्में इन सामानों को जनता तक पहुँचाती हैं, उन्हें सही मात्रा में सही स्थानों पर और सही समय पर पहुँचाना चाहिए। इसके अलावा, जनता को सही कीमतों पर उत्पादों की आवश्यकता होती है। इस तथ्य का स्वाभाविक परिणाम यह है कि परिवहन लागत बहुत अधिक नहीं होनी चाहिए, अन्यथा अंतिम ग्राहक इन सामानों को खरीदने से बचना चाहिए। यदि कोई विपणक डिलीवरी के समय को कम करने की कोशिश करता है, तो परिवहन की लागत बढ़ जाती है और इसके विपरीत। इसके अलावा, माल के वास्तविक भौतिक परिवहन के दौरान सुरक्षा मानदंडों का भी पालन किया जाना चाहिए। अंत में, सरकार परिवहन प्रणालियों की ऐसी गतिविधियों को भी नियंत्रित करती है जो प्रदूषण या अन्य खतरों को उत्पन्न करती हैं। ध्यान दें कि किसी देश के नागरिकों के लिए एक स्वस्थ प्रदूषण मुक्त वातावरण का प्रावधान करना राज्य की जिम्मेदारी है। यही कारण है कि दिल्ली दुनिया का एकमात्र ऐसा शहर बन गया है जहां CNG के साथ स्थानीय सार्वजनिक परिवहन व्यवस्था बुनियादी ईंधन के रूप में है। रसद के संदर्भ में, सरकार देश की पारिस्थितिकी और पर्यावरण की रक्षा के लिए कदम उठा सकती है। यह काफी स्वाभाविक है कि ट्रांसपोर्टर के साथ-साथ ग्राहक को भी ऐसे मानदंडों का पालन करना होगा। पर्यावरणीय प्रभाव विश्लेषण (तकनीकी तथ्यों) पर अध्याय 9 में चर्चा की गई है।
- **ट्रांसपोर्टर (Transporter):** अधिकांश मामलों में माल का वाहक या ट्रांसपोर्टर एक निजी व्यावसायिक फर्म है। इसका उद्देश्य लाभ को अधिकतम करना और लागत को कम करना है। उसे सामान को एक सामान्य संग्रह बिंदु (मूल स्थान पर) से चुनना होता है और उसे एक सामान्य वितरण बिंदु (गंतव्य) पर पहुंचाना होता है। आजकल, कई ट्रांसपोर्टरों द्वारा डोर-टू-डोर कार्गो सेवाएं प्रदान की जा रही हैं। ये सेवाएं कुशल, तेज और महंगी हैं। ग्राहक के गोदाम या कार्यालय से माल उठाया जाता है और गंतव्य शहर/कस्बे में ग्राहक के गोदाम या कार्यालय में पहुंचाया जाता है।

पर्यावरण प्रभाव आकलन (Environmental impact assessment)

पर्यावरणीय प्रभाव मूल्यांकन अपने सरलतम रूप में एक नियोजन उपकरण है जिसे अब आम तौर पर ध्वनि निर्णय लेने का एक अभिन्न अंग माना जाता है। एक नियोजन उपकरण के रूप में, इसमें सूचना एकत्र करने और निर्णय लेने वाले घटक होते हैं, जो निर्णयकर्ता को प्रस्तावित विकास के लिए स्वीकृति देने या अस्वीकार करने के लिए एक उद्देश्यपूर्ण आधार प्रदान करते हैं।

EIA की कुछ परिभाषाएँ इस प्रकार हैं (Some definitions of the EIA are as follows):

- यह एक प्रक्रिया है, जो प्रस्तावित विकास गतिविधियों के संभावित परिणामों की पहचान, भविष्यवाणी और आकलन करने का प्रयास करती है।
- यह एक नियोजन सहायता है जो नीतियों, कार्यक्रमों, योजनाओं और विकास परियोजनाओं जैसी प्रस्तावित गतिविधियों से उत्पन्न होने वाले

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

प्रभावों की पहचान, भविष्यवाणी और मूल्यांकन से संबंधित है, जो पर्यावरण को प्रभावित कर सकते हैं।

पर्यावरण का उद्देश्य: मूल्यांकन प्रक्रिया है (The purpose of the environmental: assessment process is to):

- पर्यावरण संरक्षण और सतत विकास के लक्ष्यों का समर्थन;
- किसी गतिविधि की योजना बनाने के शुरुआती चरणों में पर्यावरण संरक्षण और आर्थिक निर्णयों को एकीकृत करना;
- प्रस्तावित गतिविधि के पर्यावरणीय, सामाजिक, आर्थिक और सांस्कृतिक परिणामों की भविष्यवाणी करना और साथ ही, प्रस्तावित गतिविधि से होने वाले किसी भी प्रतिकूल प्रभाव को कम करने की योजना का आकलन करना; तथा
- ऐसी प्रस्तावित गतिविधियों की समीक्षा के दौरान जनता और सरकारी एजेंसियों की भागीदारी के लिए प्रावधान करना।

पर्यावरण पर पड़ने वाले प्रभाव के संतुलित आकलन में कई बातों को शामिल किया जाना चाहिए। परियोजना या प्रस्ताव की प्रकृति, कार्यक्षेत्र और महत्व के आधार पर, मूल्यांकन में प्राकृतिक और भौतिक संसाधनों के स्थायी प्रबंधन पर निर्णयों के संबंध में पारिस्थितिक, आर्थिक, सांस्कृतिक, सौंदर्य, स्वास्थ्य और सुरक्षा, सामाजिक और सुविधा प्रभावों के विचार शामिल हो सकते हैं।

पर्यावरण प्रभाव आकलन एक नियोजन उपकरण है। इसका मुख्य उद्देश्य कार्रवाई करने से पहले प्रस्तावित गतिविधि के पर्यावरणीय परिणामों का स्पष्ट मूल्यांकन करके पर्यावरण को निर्णय लेने की प्रक्रिया में उचित स्थान देना है। लगभग सभी विकास गतिविधियों के लिए लंबे समय में इस अवधारणा का प्रभाव पड़ता है क्योंकि सतत विकास उन प्राकृतिक संसाधनों की रक्षा पर निर्भर करता है जो आगे के विकास की नींव हैं।

पर्यावरण को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित करने वाली गतिविधियों के संबंध में पर्यावरणीय प्रभाव आकलन करने के लिए राज्य की आवश्यकता को पर्यावरण और विकास पर Rio Declaration के सिद्धांत 17 में दर्शाया गया है।

पर्यावरण प्रबंधन का निर्देश भविष्य की जरूरतों को पूरा करने और पर्यावरण की वहन क्षमता को कम किए बिना प्राकृतिक संसाधनों के उपयोग के लिए वर्तमान में संभव सबसे बड़ा लाभ प्राप्त करना होना चाहिए। विकास योजना में पर्यावरणीय पहलुओं को ध्यान में रखने का अर्थ यह नहीं है कि सामाजिक-आर्थिक प्रगति की गति धीमी हो जाएगी। इसके अलावा, परियोजना चक्र के विभिन्न चरणों में पर्यावरण संबंधी विचारों को ध्यान में रखते हुए देश के विकास विकल्पों पर अनुचित बाधाओं को रखने के रूप में नहीं देखा जाना चाहिए। यदि किसी परियोजना को पर्यावरण के आधार पर निलंबित किया जाना है, तो उसके विकास के संदर्भ में देश की जरूरतों को पूरा करने के लिए पर्यावरण की दृष्टि से उपयुक्त वैकल्पिक राय प्रदान की जानी चाहिए। इसके अलावा, वैश्विक दृष्टिकोण से मूल्यांकन किए गए पर्यावरणीय प्रभावों के प्रभाव को विकासशील देशों में विशिष्ट कार्यों में परिवर्तित नहीं किया जा सकता है।

अधिकांश परियोजनाओं के लिए, विशेष रूप से बुनियादी ढांचे जैसे क्षेत्रों में बड़े सार्वजनिक निवेश वाले, एक पर्यावरणीय प्रभाव आकलन (EIA) अभ्यास किया जाना चाहिए और ऐसी परियोजनाओं के संबंध में किए जा रहे लागत-लाभ विश्लेषण से जुड़ा होना चाहिए।

EIA का उद्देश्य यह सुनिश्चित करना है कि पर्यावरणीय पहलुओं को संबोधित किया जाए और संभावित समस्याओं को परियोजना डिजाइन के उपयुक्त चरण में देखा जाए। EIA को योजना प्रक्रिया के एक अभिन्न अंग के रूप में विस्तारित किया जाना चाहिए और शुरुआत से ही परियोजना स्तर पर शुरू किया जाना चाहिए।

EIA पर विभिन्न दिशानिर्देश इस प्रकार हैं (Various guideline on the EIA are as follows): -

- प्रारंभिक गतिविधियों में EIA के लिए एक समन्वयक का चयन और पृष्ठभूमि की जानकारी का संग्रह शामिल है। जैसे ही एक परियोजना की पहचान की गई है, इसे शुरू किया जाना चाहिए।
- प्रभाव की पहचान में परियोजना गतिविधियों के प्रभावों का व्यापक विश्लेषण शामिल है, ताकि उन प्रभावों की पहचान की जा सके, जिनके लिए विस्तृत अध्ययन की आवश्यकता है।
- बेसलाइन अध्ययन में परियोजना के कार्यान्वयन से पहले परियोजना स्थल की स्थितियों और स्थिति पर विस्तृत जानकारी और डेटा का संग्रह शामिल है।
- जहां भी संभव हो, प्रभाव का मूल्यांकन मात्रात्मक दृष्टि से किया जाना चाहिए और संभावित शमन उपायों को शामिल करना चाहिए। प्रभाव मूल्यांकन तब तक आगे नहीं बढ़ सकता जब तक कि परियोजना विकल्पों को परिभाषित नहीं किया गया हो; हालाँकि, इसे समय पर निर्णय लेने की अनुमति देने के लिए पर्याप्त जल्दी पूरा किया जाना चाहिए।
- मूल्यांकन में प्रत्येक परियोजना विकल्प का पूरा खाता बनाने के लिए आर्थिक लागत और लाभों के साथ पर्यावरणीय नुकसान और लाभ का संयोजन शामिल है। लागत-लाभ विश्लेषण में पर्यावरणीय प्रभावों को शामिल किया जाना चाहिए जहां इनका मौद्रिक संदर्भ में मूल्यांकन किया जा सकता है।
- EIA के तहत किए गए कार्य का वर्णन करने के लिए प्रलेखन किया जाता है। तत्काल कार्रवाइयों को सुविधाजनक बनाने के लिए स्पष्ट रूप से बताई गई और तर्कपूर्ण सिफारिशें प्रदान करने के लिए एक कार्यकारी दस्तावेज तैयार किया जाता है। कार्य दस्तावेज़ में उन विकल्पों में से प्रत्येक के पर्यावरणीय और आर्थिक प्रभावों पर टिप्पणियों के साथ परियोजना विकल्पों की एक सूची शामिल होनी चाहिए।
- निर्णय लेने की प्रक्रिया तब शुरू होती है जब कार्यकारी दस्तावेज़ निर्णयकर्ता तक पहुँच जाता है। वह या तो परियोजना विकल्पों में से एक को स्वीकार करेगा, आगे के अध्ययन का अनुरोध करेगा या प्रस्तावित कार्यों को पूरी तरह से अस्वीकार कर देगा।
- EIA पूर्वानुमान वास्तविकता के कितने करीब थे, यह निर्धारित करने के लिए ऑडिट किए जाते हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- EIA की सामग्री पर, कानून एक नामित एजेंसी या निर्णय लेने वाली लॉबी को एक लिखित दस्तावेज जमा करने के लिए कहता है, जिसमें प्रस्तावित परियोजना के पर्यावरणीय प्रभाव और/या विकल्पों और कम करने के उपायों (और उनके आकलन) का वर्णन किया गया हो। इस दस्तावेज़ में शामिल होना चाहिए:
  - प्रस्तावित गतिविधि का विवरण;
  - प्रस्तावित गतिविधि के पर्यावरणीय प्रभावों की पहचान और आकलन के लिए आवश्यक विशिष्ट जानकारी सहित संभावित रूप से प्रभावित पर्यावरण का विवरण;
  - उपयुक्त के रूप में व्यावहारिक विकल्पों का विवरण;
  - प्रत्यक्ष, अप्रत्यक्ष, संचयी, अल्पकालिक और दीर्घकालिक प्रभावों सहित प्रस्तावित गतिविधि और विकल्पों के संभावित या संभावित पर्यावरणीय प्रभावों का आकलन;
  - प्रस्तावित गतिविधि और विकल्पों के प्रतिकूल पर्यावरणीय प्रभावों को कम करने के लिए उपलब्ध उपायों की पहचान और विवरण और उन उपायों का आकलन;
  - ज्ञान और अनिश्चितता में अंतराल का संकेत, जो आवश्यक जानकारी को संकलित करने में सामने आ सकता है;
  - इस बात का संकेत कि क्या प्रस्तावित गतिविधि और संभावित विकल्पों से राष्ट्रीय अधिकार क्षेत्र से बाहर किसी अन्य राज्य का वातावरण प्रभावित होने की संभावना है; तथा
  - उपरोक्त शीर्षकों के तहत प्रदान की गई जानकारी का एक संक्षिप्त गैर-तकनीकी सारांश।

पर्यावरण लेखापरीक्षा (Environmental audit)

पर्यावरण लेखापरीक्षा पर्यावरण संरक्षण आवश्यकताओं के साथ पर्यावरण प्रशासन के अनुपालन और संचालन व्यवसाय के प्रदर्शन का आकलन है, सामान्य रूप से ध्वनि पर्यावरण अभ्यास के साथ और टिकाऊ विकास के सिद्धांतों के अनुरूप है। पर्यावरण लेखा परीक्षा केवल कानून द्वारा निर्धारित मामलों में अनिवार्य है।

स्थानीय स्तर पर पर्यावरणीय प्रभावों की प्रभावशीलता का परीक्षण करने के लिए पर्यावरण लेखापरीक्षा को उपकरण के रूप में उपयोग किया जा रहा है।

एक पर्यावरण लेखापरीक्षा एक व्यवस्थित, स्वतंत्र और आंतरिक समीक्षा है जो यह जांचने के लिए है कि पर्यावरणीय कार्य के परिणाम निर्धारित लक्ष्यों के साथ मेल खाते हैं या नहीं। एक पर्यावरणीय लेखापरीक्षा इस बात पर भी ध्यान केंद्रित करती है कि लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए उपयोग की जाने वाली डाई विधियां प्रभावी हैं या नहीं। पर्यावरण ऑडिट का काम दस्तावेजों और प्रतिक्रियाओं का अध्ययन है, यह देखने के लिए कि लक्ष्यों और परिणामों के बीच कोई विचलन है या नहीं। यह संगठन में प्रमुख लोगों के साक्षात्कार के द्वारा किया जाता है। एक पर्यावरण लेखापरीक्षा यह पुष्टि करेगी कि पर्यावरणीय लक्ष्यों को प्राप्त किया गया है या नहीं।

पर्यावरण लेखापरीक्षा की अवधारणा निगरानी, नियमों और मानकों से निकटता से संबंधित है, जो इस प्रकार हैं:

- **पर्यावरण निगरानी (Environmental Monitoring):** यह पर्यावरण की स्थिति और इसे प्रभावित करने वाले कारकों का एक व्यवस्थित अवलोकन है। इसका मुख्य उद्देश्य पर्यावरण की स्थिति में परिवर्तन की भविष्यवाणी करना और नियोजन दस्तावेजों, कार्यक्रमों और परियोजनाओं के लिए प्रारंभिक डेटा प्रदान करना है। पर्यावरण निगरानी की प्रक्रिया कानून द्वारा स्थापित की जाएगी।
- **पर्यावरणीय मानदंड (Environmental Norms):** ये पर्यावरण की गुणवत्ता या अपव्यय की मात्रा के लिए स्थापित प्रति उत्पादन इकाई प्राकृतिक संसाधनों के संदर्भ आंकड़े या उपयोग दर हैं।
- **पर्यावरण मानक (Environmental Standards):** ये ऐसे दस्तावेज हैं जो नियमों, दिशानिर्देशों और शामिल पैटीज़ द्वारा परिभाषित संख्यात्मक मूल्यों को निर्धारित करते हैं और गतिविधियों या गतिविधियों के परिणामों को विनियमित करते हैं, जो या तो पर्यावरण की स्थिति पर प्रभाव डालते हैं या होने की संभावना है। एक विशिष्ट पर्यावरणीय ऑडिट के दौरान, योग्य निरीक्षकों की एक टीम, या तो ऑडिट किए जा रहे संगठन के कर्मचारी या किसी अन्य संगठन के विशेषज्ञ, यह निर्धारित करने के लिए संयंत्र या सुविधा की व्यापक जांच करते हैं कि यह पर्यावरण कानूनों का अनुपालन कर रहा है या नहीं। चेकलिस्ट और ऑडिट प्रोटोकॉल का उपयोग करते हुए और पेशेवर निर्णय और साइट-विशिष्ट स्थितियों के मूल्यांकन पर भरोसा करते हुए, टीम व्यवस्थित रूप से निर्धारित आवश्यकताओं के अनुपालन की पुष्टि करती है। टीम अनुपालन का प्रबंधन करने और सुविधा के संचालन से जुड़े पर्यावरणीय जोखिमों का आकलन करने के लिए सिस्टम की प्रभावशीलता का मूल्यांकन भी कर सकती है।

पारिस्थितिक बहाली और पुनर्वास (Ecological restoration and rehabilitation)

अवक्रमित भूमि क्षेत्रों का पुनर्वास (Rehabilitating degraded land areas)

अवक्रमित भूमि क्षेत्रों का पुनर्वास और पारिस्थितिक तंत्र की बहाली दुनिया भर में संसाधन संरक्षण के तेजी से महत्वपूर्ण तत्व बन गए हैं। पुनर्वास, जिसका उद्देश्य निम्नीकृत भूमि पर महत्वपूर्ण पारिस्थितिक तत्वों को पुनर्जीवित करना है, पर्वतीय क्षेत्रों, शुष्क भूमि और सिंचित फसल भूमि में विशेष रूप से महत्वपूर्ण होता जा रहा है। पर्वतीय क्षेत्रों में, वनों और वनस्पति आवरणों के नष्ट होने से अक्सर मृदा अपरदन में वृद्धि हुई है। मिट्टी की उर्वरता में कमी और बढ़ते कटाव के कारण शुष्क क्षेत्रों को नुकसान उठाना पड़ा है, जो कृषि और अतिवृष्टि का परिणाम है। विकासशील देशों की फसल भूमि, पर्वतीय क्षेत्रों और शुष्क क्षेत्रों में संसाधन उत्पादकता में गिरावट आई है। सिंचित कृषि भूमि भी लवणीकरण, जलभराव और क्षारीयता के कारण खराब हो गई है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

अवक्रमित भूमि क्षेत्रों को पुनर्स्थापित करना (Restoring degraded land areas)

भूमि (मानव उपयोग द्वारा संशोधित) को उनके प्राकृतिक चरणों में वापस लाने के लिए बहाली के प्रयास किए जा रहे हैं। चूंकि अधिकांश पारिस्थितिक तंत्रों की पूर्व-अशांति स्थिति का निर्धारण कठिन है और पारिस्थितिक तंत्र लगातार बदलते रहते हैं, पूर्ण बहाली शायद ही कभी एक यथार्थवादी लक्ष्य है। लेकिन जैव विविधता को बनाए रखने और धरती माता के महत्वपूर्ण पारिस्थितिक भंडार को बहाल करने के प्रयासों के लिए प्राकृतिक समुदायों का एक "अनुमानित निर्माण" केंद्रीय होता जा रहा है।

शारीरिक और जैविक हस्तक्षेप (Physical and biological interventions)

बहाली और पुनर्वास दोनों ही भौतिक और जैविक हस्तक्षेपों का उपयोग करते हैं। भौतिक हस्तक्षेपों में जल-जमाव वाली भूमि में जल निकासी व्यवस्था, चेक डैम या कटाव दर को धीमा करने के लिए समोच्च जुताई, बंजर भूमि को बाहर से लाई गई उपजाऊ मिट्टी से ढंकना शामिल है। जैविक हस्तक्षेप में कटाव प्रक्रिया को धीमा करने के लिए घास उगाना, मिट्टी की पोषक सामग्री को बढ़ाने के लिए नाइट्रोजन-फिक्सिंग पेड़, सूखा प्रभावित क्षेत्रों में पेड़ लगाना और पहाड़ी वनीकरण शामिल हैं। पुनर्वास अक्सर प्रजातियों का उपयोग करता है क्योंकि प्राथमिक लक्ष्य महत्वपूर्ण पारिस्थितिक सेवाओं को बहाल करना है। इसके विपरीत, बहाली ऐसी प्रजातियों के प्राकृतिक पूरक को बहाल करने का प्रयास करती है।

हालाँकि, इको सिस्टम बहाली के लिए हमेशा हस्तक्षेप की आवश्यकता नहीं होती है। प्राकृतिक प्रक्रियाओं की तरह, यदि मूल प्रजातियों की आबादी अभी भी आस-पास मौजूद है, तो कई इको सिस्टम एक ऐसी स्थिति में वापस आ जाएंगे जो उनकी पूर्व-अशांति की स्थिति के समान होगी। इस प्राकृतिक पुनर्प्राप्ति में कितना समय लगता है यह ईको सिस्टम के प्रकार और गड़बड़ी के प्रकार पर निर्भर करता है। स्लैश-एंड-बर्न कृषि स्थलों की प्राकृतिक पुनर्प्राप्ति के लिए एक सदी से अधिक की आवश्यकता होती है, लेकिन बुलडोजर द्वारा साफ की गई साइटों को ठीक होने में 1,000 या अधिक वर्ष लग सकते हैं। इसी तरह, उष्णकटिबंधीय निचले इलाकों और गीले और सूखे जंगलों में साइटों को लकड़ी की फसल से पुनर्प्राप्त करने के लिए क्रमश: लगभग 1,000 और 150 साल की आवश्यकता होती है। अनियोजित खनन से खराब हुई भूमि को भी पूर्व स्थिति में आने में सैकड़ों वर्ष लग सकते हैं।

यदि एक इको सिस्टम भौतिक रूप से रूपांतरित हो गया है, या यदि पूर्व-अशांति प्रजातियां साइट पर नहीं फैल सकती हैं, तो अकेले प्राकृतिक प्रक्रियाएं इसे पुनर्स्थापित करने में सक्षम नहीं होंगी। दुनिया भर में कई झीलों और मध्य उत्तरी अमेरिका के प्रेयरी को पेश की गई प्रजातियों द्वारा मौलिक रूप से बदल दिया गया है और जब तक विदेशी प्रजातियों को हटा नहीं दिया जाता है तब तक वे अपने प्राकृतिक राज्यों में वापस नहीं आ सकते हैं। कहीं और, मिट्टी के कटाव, खारापन या माइकोरिज़ल म्यूच्यूलिस्ट्स के नुकसान ने पारिस्थितिक तंत्र को इतना मौलिक रूप से बदल दिया है कि बीज, रोपण, माइकोरिज़ल कवक के साथ मिट्टी के इनोक्यूलेशन और खरपतवार, आग, या शिकारी नियंत्रण जैसे हस्तक्षेपों के बिना देशी प्रजातियों को स्थापित नहीं किया जा सकता है।

ईकोमार्क लोगो (Ecomark logo)

भारत में इकोमार्क योजना के लोगो के रूप में एक मिट्टी के बर्तन को चुना गया है। परिचित मिट्टी का बर्तन पृथ्वी जैसे नवीकरणीय संसाधन का उपयोग करता है, खतरनाक अपशिष्ट पैदा नहीं करता है और खाना पकाने के दौरान बहुत कम ऊर्जा की खपत करता है। इसका ठोस और सुंदर रूप मजबूती और नाजुकता दोनों का प्रतिनिधित्व करता है, जो हमारे संवेदनशील इको सिस्टम की भी विशेषता है।

यह अपना पर्यावरण संदेश भी दिखाता है। इसकी छवि लोगों तक पहुँचने की क्षमता रखती है और पर्यावरण के प्रति दयालु होने की आवश्यकता के बारे में अधिक जागरूकता को बढ़ावा देने में मदद कर सकती है। ईकोमार्क योजना का लोगो यह दर्शाता है कि जिस उत्पाद को वह वहन करता है, वह पर्यावरण को कम से कम नुकसान पहुंचाता है।

NOT TO BE REPUBLISHED

ट्रैवल एजेंसियां और टूर ऑपरेशन (Travel agencies & tour operation)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **ट्रैवल एजेंसी, टूर संचालन - भूमिका और विकास**

यात्रा एजेंसियां अर्थ, भूमिका (Travel Agencies Meaning, Role)

ट्रैवल एजेंसी की उत्पत्ति: थॉमस कुक एडवेंचर्स (Origin of travel agency : thomas cook's adventures)

पेशेवर यात्रा की शुरुआत 1841 में हुई। थॉमस कुक पहले व्यक्ति थे जिन्होंने यात्रा और उससे संबंधित सेवाओं को व्यवस्थित करने और बेचने के विचार पर काम किया। डर्बीशायर का एक बैपटिस्ट उपदेशक टेम्परेंस सोसाइटी के अपने दोस्तों को लीसेस्टर से लफ़बरो तक ले जाने और उन्हें वापस लाने के लिए एक ट्रेन किराए पर लेना चाहता था। थॉमस कुक ने चुनौती स्वीकार की। कुछ सप्ताह बाद, मिडलैंड कंट्रीज रेलवे द्वारा 570 यात्रियों को ले जाया गया। प्रचार से सनसनी फैल गई और दूसरी यात्रा की व्यवस्था करनी पड़ी।

1843 में कुक 3000 बच्चों को लीसेस्टर से डर्बी ले गया। 1845 की लिवरपूल-कैंटरबरी यात्रा एक शानदार सफलता थी। कुक ने यात्रियों को उनकी यात्रा के दौरान प्रदान किए जा सकने वाले निश्चित आवास और बुनियादी सुविधाओं के बारे में सभी संभावनाओं के बारे में सोचा। उन्होंने आवास और सुविधाओं का प्रारंभिक सर्वेक्षण किया और लिवरपूल की यात्रा की एक पुस्तिका प्रकाशित की। 1948 से 1963 तक, कुक ने एक सीजन में 5,000 पर्यटकों के साथ स्कॉटलैंड का सर्कुलर टूर किया। उन्नीसवीं शताब्दी के मध्य तक, यह एक बड़े सामाजिक समूह के लिए घर से दूर छुट्टियां बिताने के लिए प्रथागत हो गया। 1851 में, उन्हें 1851 की महान प्रदर्शनी के लिए भ्रमण ट्रेनों के संचालन का एक बड़ा अवसर प्रदान किया गया। कुक ने क्रिस्टल पैलेस से 16,500 लोगों को पहुँचाया। 1856 में, उन्होंने "महाद्वीप का ग्राउंड सर्कुलर टूर" आयोजित किया। यह दौरा इतना सफल रहा कि उसे छह सप्ताह के बाद इसे दोहराना पड़ा।

1862 में, पेरिस भ्रमण कुक का पहला पैकेज टूर था जिसमें पहले से ही परिवहन और आवास की व्यवस्था की गई थी। 1863 में कुक ने स्विट्ज़रलैंड का दौरा किया जहां होटल और रेलवे अधिकारियों ने उनके विचारों का स्वागत किया। उसके बाद, उन्होंने इटली का दौरा किया और वहां उपलब्ध पर्यटक आकर्षणों और सुविधाओं का सर्वेक्षण किया। 1860 में, कुक ने रेलवे और होटल सुविधाओं के अधिग्रहण के लिए एक कूपन प्रणाली की शुरुआत की। 1890 के दशक तक, दुनिया भर में 1,200 होटलों ने उनके कूपन स्वीकार किए। 1865 में, उन्होंने लंदन में थॉमस कुक एंड सन के नाम से अपना पहला कार्यालय स्थापित किया। बाद में, उनके बेटे ने लंदन कार्यालय का कार्यभार संभाला।

वर्ष 1880 में, जॉन मेसन कुक भारत आए और बंबई (अब मुंबई) और फिर कलकत्ता (अब कोलकाता) में अपना कार्यालय स्थापित किया। परिवहन प्रौद्योगिकी और होटल व्यवसाय में उन्नीसवीं शताब्दी की प्रगति का लाभ उठाते हुए, थॉमस कुक एंड संस ने यात्रा और पर्यटन के क्षेत्र में क्रांति ला दी। यह अब एक उद्योग था। कुक के होटल और रेल कूपन से सुसज्जित, पर्यटक एक समान कीमतों और भोजन और आवास के मानकों का आनंद ले सकते हैं। पेशेवर रूप से प्रबंधित संगठन के माध्यम से पहली बार पर्यटकों को सहज बनाया गया था। ये था नया चलन! पहले यात्री अपने भ्रमण कार्यक्रम तय करते थे और कष्ट उठाते थे। लेकिन कुक ने अपनी यात्राओं की योजना बनाने का भार अपने ऊपर ले लिया था और इन योजनाओं को अद्त कुशलता के साथ क्रियान्वित किया।

1898 में, कंपनी का प्रबंधन जॉन मेसन कुक के तीन बेटों को सौंप दिया गया। जॉन मेसन कुक की मृत्यु के समय रसोइयों के व्यवसाय में यात्रा के तीन पहलू शामिल थे। ये थे—टूर, ट्रैवल और शिफ्टिंग बेचना। द्वितीय विश्व युद्ध के बाद, ब्रिटिश सरकार ने कंपनी पर अधिकार कर लिया। 1972 में, ब्रिटिश सरकार द्वारा कंपनी को मिडलैंड बैंक कंसोर्टियम को बेच दिया गया था। कंपनी के वर्तमान में दुनिया भर में 700 कार्यालय हैं।

इस प्रकार, हम यह निष्कर्ष निकाल सकते हैं कि थॉमस कुक आधुनिक ट्रैवल एजेंसी के जनक थे।

आधुनिक ट्रैवल एजेंसी (Modern travel agency)

आधुनिक ट्रैवल एजेंसी की गतिविधियों के दायरे में निम्नलिखित शामिल हैं:

- संभावित पर्यटक को सलाह देना और वैकल्पिक गंतव्य के गुण।
- चुने हुए पैकेज के लिए आवश्यक व्यवस्था करना, जिसमें आवास की बुकिंग, परिवहन के साधन, हवाईअड्डों से आने-जाने के लिए स्थानान्तरण, पर्यटन स्थलों का भ्रमण और पर्यटकों द्वारा देखे गए शहरों में आधे दिन या पूरे दिन की यात्रा शामिल है।

एक ट्रैवल एजेंट को एक उपयोगी मध्यस्थ (खुदरा विक्रेता) माना जा सकता है क्योंकि उसके पास सेवाओं के प्रदाताओं (थोक विक्रेताओं) के साथ ज्ञान, विशेषज्ञता और संपर्क संचित हैं।

ट्रैवल एजेंसी के कार्य गतिविधियों के दायरे पर निर्भर करते हैं और इसके आकार और स्थान पर भी निर्भर करते हैं।

ट्रैवल एजेंटों का विभागीय और संगठनात्मक सेटअप (Departmental & Organisational Setup of Travel Agents)

ट्रैवल एजेंसी समारोह (Travel agency function)

ट्रैवल एजेंसी का मुख्य कार्य एक एजेंट के रूप में कार्य करना है, आपूर्तिकर्ता की ओर से यात्रा उत्पादों और सेवाओं की बिक्री करना। नतीजतन, अन्य खुदरा व्यवसायों के विपरीत, वे स्टॉक को हाथ में नहीं रखते हैं। एक पैकेज

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

हॉलिडे या टिकट आपूर्तिकर्ता से तब तक नहीं खरीदा जाता जब तक कि कोई ग्राहक उस खरीद का अनुरोध नहीं करता। अवकाश या टिकट की आपूर्ति एजेंसी को रियायती दर पर की जाती है। लाभ इसलिए विज्ञापित मूल्य के बीच का अंतर है जो ग्राहक भुगतान करता है और रियायती मूल्य जिस पर एजेंट को आपूर्ति की जाती है। इसे आयोग के नाम से जाना जाता है। कई देशों में, टिकट बेचने वाले सभी व्यक्तियों या कंपनियों को ट्रैवल एजेंट के रूप में लाइसेंस प्राप्त करने की आवश्यकता होती है।

विशेष रूप से बड़ी श्रृंखलाओं द्वारा अन्य वाणिज्यिक संचालन किए जाते हैं। इनमें इन-हाउस इंश्योरेंस, ट्रैवल गाइड बुक्स, और पब्लिक ट्रांसपोर्ट टाइमटेबल्स, कार रेंटल, और ऑन-साइट ब्यूरो डे चेंज की सेवाएं शामिल हैं, जो सबसे लोकप्रिय हॉलिडे करेंसी में काम करती हैं।

एक ट्रैवल एजेंट से ग्राहक को निष्पक्ष यात्रा सलाह देने की अपेक्षा की जाती है। हालांकि, मास मार्केट पैकेज हॉलिडे के साथ यह कार्य लगभग गायब हो गया, और कुछ एजेंसी श्रृंखलाओं ने एक "हॉलिडे सुपरमार्केट" अवधारणा विकसित की, जिसमें ग्राहक रैक पर ब्रोशर से अपनी छुट्टी चुनते हैं और फिर इसे काउंटर से बुक करते हैं। फिर से, विभिन्न प्रकार के सामाजिक और आर्थिक परिवर्तनों ने अब इस पहलू को एक बार फिर से सामने लाने का प्रयास किया है, विशेष रूप से कई, नो-फ्रिल्स, कम लागत वाली एयरलाइनों के आगमन के साथ।

ट्रैवल एजेंट के प्रकार (Types of travel agent)

तीन अलग-अलग प्रकार की एजेंसियां हैं जैसे गुणक, लघु और स्वतंत्र एजेंसियां। मल्टीपल्स में कई राष्ट्रीय श्रृंखलाएं शामिल हैं, जो अक्सर अंतरराष्ट्रीय समूहों के स्वामित्व में होती हैं। अब बड़ी मास मार्केट टूर कंपनियों के लिए अपने उत्पाद के वितरण को नियंत्रित करने के लिए ट्रैवल एजेंसियों की एक श्रृंखला में एक नियंत्रित हित खरीदना आम बात है।

स्वतंत्र एजेंसियां आमतौर पर एक विशेष या जैसे कि एक महंगे कम्यूटर टाउन या उपनगर में निवासियों की जरूरतों को पूरा करती हैं, या एक विशेष समूह जो समान गतिविधि में रुचि रखता है, जैसे फुटबॉल, गोल्फ या टेनिस जैसी खेल प्रतियोगिताएं।

सरकार के पर्यटन विभाग द्वारा ट्रैवल एजेंटों, टूर ऑपरेटरों के अनुमोदन की प्रक्रिया (Procedure for approval of Travel Agents, Tour operators by Department of Tourism Government)

एक ट्रैवल एजेंसी शुरू करें (Start a travel agency)

1 नीचे बताई गई प्रक्रिया का पालन करें।

कंपनी का पंजीकरण (Registration of the company)

2 अपनी कंपनी के लिए एक नाम चुनें, उदाहरण के लिए "न्यूज़ एंड किंग्स टूर्स एंड ट्रैवल्स"।

3 रजिस्टर कार्यालय में कंपनी का नाम पंजीकृत करें।

4 कंपनी के लिए लोगो तैयार करें और इसे पंजीकृत करें।

5 अगर कंपनी दो या दो से अधिक व्यक्तियों के स्वामित्व में है, तो पंजीकरण कार्यालय में साझेदारी सौदे को पंजीकृत करें।

कार्यालय का संगठन (Organization of the office)

6 बाजार में कार्यालय का पता लगाएं।

7 उसके सामने बोर्ड और बैनर लगाओ।

8 कंप्यूटर को इंटरनेट कनेक्शन, स्कैनर और प्रिंटर के साथ व्यवस्थित करें।

9 कंपनी के पते के साथ मुहर तैयार करें।

10 प्रिंट लेटर पैड, रसीद और वाउचर बुक सीरियल नंबर के साथ।

11 विजिटिंग कार्ड प्रिंट करें।

12 खातों के लिए एक रजिस्टर तैयार करें।

13 कंप्यूटर का ज्ञान रखने वाले रिसेप्शनिस्ट और कार्यालय सहायक की नियुक्ति करें।

एक चालू खाता खोलना (Opening a current account)

14 राष्ट्रीयकृत बैंक में चालू खाता खोलने के लिए आवेदन करें।

15 बैंक के ऑफिसियल विजिट के लिए कंपनी के कार्यालय को तैयार करें

16 सुनिश्चित करें कि अधिकारी कंपनी की व्यवस्थाओं से संतुष्ट हों।

17 बैंक की सकारात्मक सूचना के बाद खाते का संचालन शुरू करें।

कंपनी का विकास करें (Develop the company)

18 बॉक्स में दिए गए मानदंडों का पालन करें और कंपनी को एक प्राइवेट लिमिटेड के रूप में विकसित करें, उदाहरण के लिए "न्यूज़ एंड किंग्स टूर्स एंड ट्रैवल्स प्राइवेट लिमिटेड"।

प्राइवेट लिमिटेड कंपनी के लिए मानदंड (Criteria for a Private Limited company)

न्यूनतम 20 बैंक में वेतन खाते के साथ कार्यरत हैं

लैन कनेक्शन के साथ न्यूनतम 20 कंप्यूटर सिस्टम

इंटरनेट स्कैनर और प्रिंटर

न्यूनतम वार्षिक लेनदेन 50 लाख रुपये

सेवा कर की प्रयोज्यता 12.5%

यात्रा सूचना का प्रावधान (Provision of travel information)

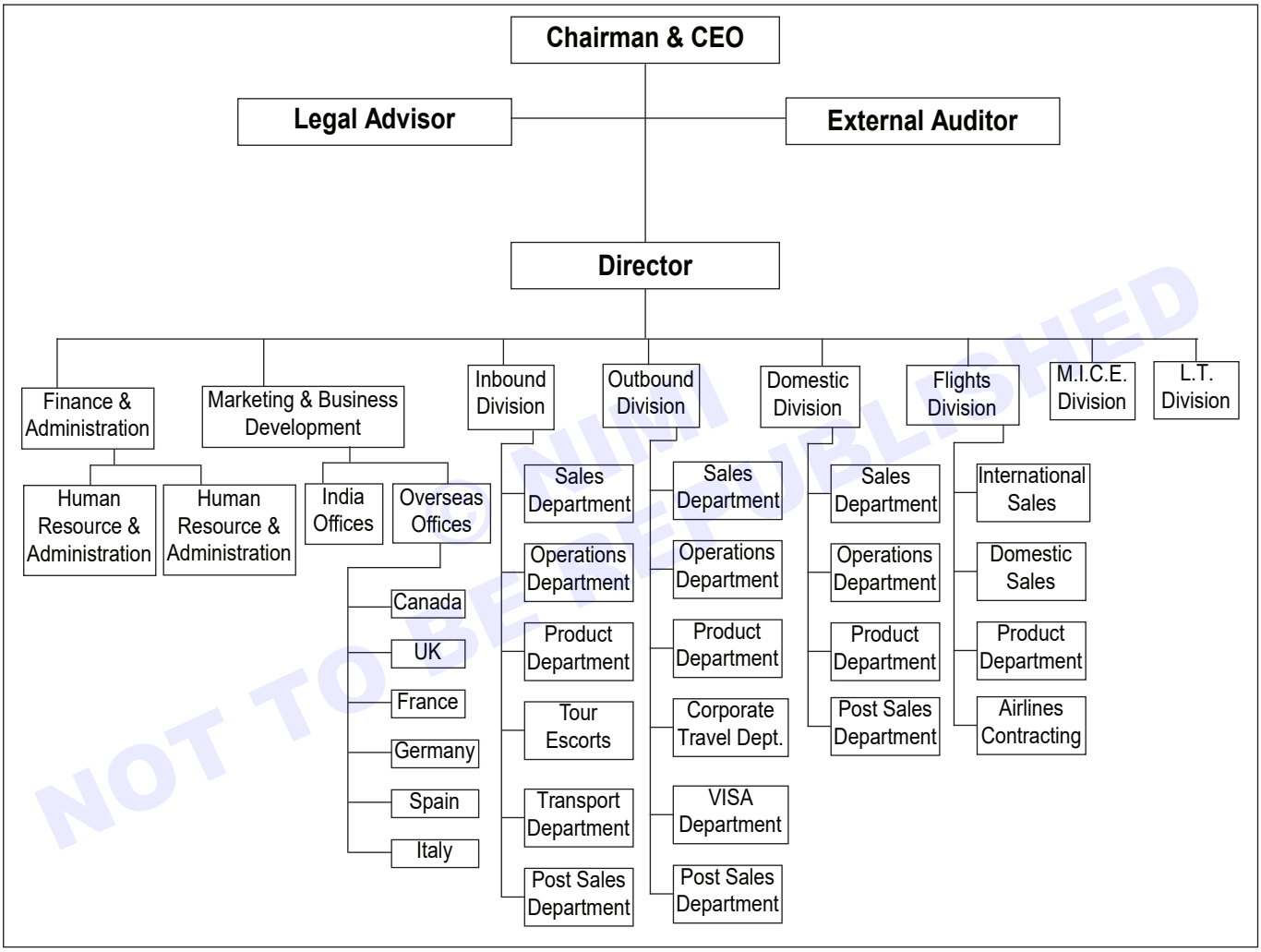
जब ग्राहक या संभावित ग्राहक ट्रैवल एजेंसी के कार्यालय में आता है, तो वह ऐसी जानकारी मांगता है जो उसे यात्रा करने में मदद करे। ट्रैवल एजेंसियां अपने ग्राहकों को यात्रा के बारे में आवश्यक जानकारी प्रदान करती हैं। यह कार्य कार्यालय जैसे सुविधाजनक स्थान पर किया जाता है जहाँ पर्यटक जानकारी प्राप्त कर सकता है। ट्रैवल एजेंट को विभिन्न ट्रैवल प्लान की जानकारी होती है। वह यात्रा और भ्रमण कार्यक्रमों के बारे में अद्यतन और सटीक जानकारी देने की स्थिति में होना चाहिए। ट्रैवल एजेंट इस उद्देश्य के लिए एक मार्केटिंग एक्जीक्यूटिव को भी नियुक्त कर सकता है जो यात्रा व्यापार के बारे में सभी विवरण जानता है। ट्रैवल एजेंट को पर्यटकों

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

और यात्रियों की जरूरतों और हितों के बारे में पता होना चाहिए। विदेशी भाषाओं का ज्ञान आवश्यक है लेकिन एक मार्केटिंग एक्जीक्यूटिव या सेल्स एक्जीक्यूटिव को ग्राहक के साथ उसकी भाषा में संवाद करना चाहिए। अच्छे परिणाम प्राप्त करने के लिए, संचार सटीक, प्रभावी और सशक्त होना चाहिए।

सेवाओं के प्रदाताओं के साथ समन्वय (Coordination with providers of services)

ट्रैवल एजेंट ग्राहकों को सेवाएं प्रदान करने का वादा करते हैं और प्रदान की गई सेवाओं के बदले पैसे लेकर ग्राहकों को बेचते भी हैं। वे ऐसा सेवा प्रदाताओं की ओर से करते हैं क्योंकि वे ऐसी सेवाएं प्रदान करने की प्रक्रिया में शामिल नहीं होते हैं। इसलिए, प्रक्रिया को वादा करने वाले ट्रैवल एजेंट और वास्तव में वादा की गई सेवाएं प्रदान करने वाले सेवा प्रदाता के बीच कुशल समन्वय की आवश्यकता होती है। उनके बीच कानूनी अनुबंध होने चाहिए ताकि निष्पादन चरण के दौरान एक ट्रैवल एजेंसी बिना किसी भ्रम और अराजकता के सेवाओं को बेचने में सक्षम हो सके। इस तरह के सेवा प्रदाताओं में परिवहन कंपनियां, होटल मालिक, भूतल परिवहन के प्रदाता जैसे टैक्सी या होटल से आने-जाने के लिए कोच और पर्यटन स्थलों में शामिल फर्म शामिल हैं। दुनिया भर में उपस्थिति वाली एक बड़ी ट्रैवल एजेंसी में, संपर्क कार्य में सेवा प्रदाताओं के साथ बहुत अधिक समन्वय शामिल होता है।



ट्रैवल एजेंटों की भविष्य की संभावनाएं (Furture prospects of travel agents): अनुमानित वृद्धि बहुत कम है। लेकिन यात्रियों की उपयोग करने की क्षमता, इंटरनेट बुक करने के लिए वोकेशन और अपनी यात्राओं की योजना बनाते हैं, वहां ट्रैवल एजेंटों द्वारा दबा दिया जाता है। यात्रा की बढ़ती संख्या भी मोबाइल सेवाओं पर बुक किए जाने की उम्मीद है। सेवाओं की पारदर्शी कार्यप्रणाली पर्यटकों को अपनी पसंद की यात्रा चुनने और तय करने के लिए मजबूर करती है।

नवाचारों के लिए हर उद्योग का रुझान और पर्यटन उद्योग कोई अपवाद नहीं है। हॉस्पिटैलिटी ट्रेड में 7 बड़े बदलावों को छोड़ दिया गया है। वहाँ हैं;

1 एकल यात्रा (Solo travel)

2 पर्यावरण यात्रा (Eco travel)

3 ब्लीजर यात्रा (Bleisure travel)

4 रोबोट (Robots)

5 चैटबॉट और स्वचालन (Chatbots and automation)

6 कृत्रिम बुद्धि (Artifi cial intelligence)

7 स्वास्थ्य और व्यवस्थित (Health & organise) आदि।

NOT TO BE REPUBLISHED

ट्रैवल एजेंट संचालन (Travel agent operations)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **ट्रैवल एजेंसी की उत्पत्ति**
- **ट्रैवल एजेंसी के संचालन**
- **एजेंसियों के प्रकार**

परिचय (Introduction)

टूर ऑपरेटर आसान प्रक्रिया से बहुत दूर है क्योंकि उनकी भूमिका, गतिविधियां और रूप शुरुआती दिनों से नाटकीय रूप से बदल गए हैं जब थॉमस कुक ने पहली बार 1840 के दशक में रेल द्वारा पैकेज यात्रा का आयोजन किया था। एक उपयोगी दृष्टिकोण यह पहचानना है कि एक टूर ऑपरेटर अपनी विशेषताओं और स्वरूप को स्थापित करने के साधन के रूप में क्या करता है। सरल शब्दों में एक टूर ऑपरेटर पर्यटन अनुभव के विभिन्न तत्वों (जैसा कि चित्र 8.1 में दिखाया गया है) को एक साथ व्यवस्थित करेगा, पैकेज करेगा और उन्हें ब्रोशर, पत्रक (leaflet) या विज्ञापन के माध्यम से या ICT का उपयोग करके जनता को बिक्री के लिए पेश करेगा। यदि एक टूर ऑपरेटर एक पैकेज की पेशकश करता है, जिसे एक समावेशी टूर के रूप में भी जाना जाता है, तो इसमें आम तौर पर कम से कम दो तत्व शामिल होने चाहिए जो कि समावेशी बिक्री मूल्य पर बिक्री के लिए पेश किए जाते हैं, और इसमें रात भर रहने की जगह में 24 घंटे से अधिक का ठहराव शामिल होगा। इन तत्वों में आम तौर पर परिवहन, आवास और अन्य पर्यटन सेवाएं शामिल हैं।

1 एजेंट (Agent)

एजेंट वह व्यक्ति होता है जो प्रिंसिपल के लिए काम करता है या उसके द्वारा नियुक्त किया जाता है। यदि कोई कंपनी व्यवसाय के दौरान किसी अन्य व्यक्ति को उसके लिए कार्य करने के लिए नियुक्त करती है, तो वह व्यक्ति एजेंट बन जाता है, चाहे नियुक्ति पूर्णकालिक या अंशकालिक हो और एजेंट को कंपनी से एक निश्चित वेतन या शुल्क प्राप्त हो या नहीं। ट्रैवल एजेंट में, कोई भी व्यक्तिगत निदेशक या कर्मचारी या ट्रैवल एजेंट के लिए काम करने वाला एक स्व-नियोजित व्यक्ति कंपनी का एजेंट होता है।

एक ट्रैवल एजेंसी एक निजी रिटेलर या सार्वजनिक सेवा है जो एयरलाइंस, कार किराए पर लेने, क्रूज लाइन, होटल, रेलवे और पैकेज टूर जैसे आपूर्तिकर्ताओं की ओर से जनता को पर्यटन संबंधी सेवाएं प्रदान करती है। आम पर्यटकों से निपटने के अलावा अधिकांश ट्रैवल एजेंसियों के पास व्यापार यात्रियों के लिए यात्रा व्यवस्था करने के लिए समर्पित एक अलग विभाग होता है और कुछ ट्रैवल एजेंसियां केवल वाणिज्यिक और व्यावसायिक यात्रा में ही विशेषज्ञ होती हैं। जहां उनके मुख्यालय स्थित हैं, उनके अलावा अन्य देशों में भी यात्रा के कार्यालय हैं।

2 ट्रैवल एजेंसी के मूल (Origins of Travel Agency)

ब्रिटिश कंपनी कॉक्स एंड किंग्स को कभी-कभी दुनिया की सबसे पुरानी ट्रैवल एजेंसी कहा जाता है, लेकिन यह उन सेवाओं पर निर्भर करता है जो 1758 में स्थापित मूल बैंक ने अपने धनी ग्राहकों को प्रदान की थी। आधुनिक ट्रैवल एजेंसी पहली बार 19वीं शताब्दी के उत्तरार्ध में दिखाई दी। थॉमस कुक ने पैकेज टूर विकसित करने के अलावा, मिडलैंड रेलवे के सहयोग से 19वीं शताब्दी की अंतिम तिमाही में एजेंसियों की एक श्रृंखला की स्थापना की। उन्होंने न केवल अपने स्वयं के पर्यटन जनता को बेचे, बल्कि इसके अलावा, अन्य टूर कंपनियों का प्रतिनिधित्व किया। अन्य ब्रिटिश अग्रणी ट्रैवल एजेंसियां डीन एंड डावसन, पॉलिटेक्निक टूरिंग एसोसिएशन और को-ऑपरेटिव होलसेल सोसाइटी थीं। उत्तरी अमेरिका की सबसे पुरानी ट्रैवल एजेंसी ब्राउनेल ट्रैवल है; 4 जुलाई, 1887 को, वाल्टर टी. ब्राउनेल ने यूरोपीय टूर पर दस यात्रियों का नेतृत्व किया, जो SS Devonia पर न्यूयॉर्क से रवाना हुए। 1920 के दशक में वाणिज्यिक विमानन के विकास के साथ ट्रैवल एजेंसियां अधिक सामान्य हो गईं। मूल रूप से, ट्रैवल एजेंसियों ने बड़े पैमाने पर मध्यम और उच्च वर्ग के ग्राहकों को सेवा प्रदान की, लेकिन बड़े पैमाने पर बाजार पैकेज छुट्टियों में युद्ध के बाद के उछाल के परिणामस्वरूप अधिकांश ब्रिटिश शहरों की मुख्य सड़कों पर ट्रैवल एजेंसियां काम कर रहे वर्ग के ग्राहकों के लिए एक सुविधाजनक स्थान की तलाश में थीं। विदेशी समुद्र तट छुट्टियों को बुक करें।

3 ट्रैवल एजेंसी के संचालन (Operations of travel agency)

एक ट्रैवल एजेंसी का मुख्य कार्य एक एजेंट के रूप में कार्य करना है, एक आपूर्तिकर्ता की ओर से यात्रा उत्पादों और सेवाओं की बिक्री करना। नतीजतन, अन्य खुदरा व्यवसायों के विपरीत, वे स्टॉक को हाथ में नहीं रखते हैं। एक पैकेज हॉलिडे या टिकट आपूर्तिकर्ता से तब तक नहीं खरीदा जाता जब तक कि कोई ग्राहक उस खरीद का अनुरोध नहीं करता। छुट्टी या टिकट उन्हें छूट पर दिया जाता है। लाभ इसलिए विज्ञापित मूल्य के बीच का अंतर है जो ग्राहक भुगतान करता है और रियायती मूल्य जिस पर एजेंट को आपूर्ति की जाती है। इसे आयोग के नाम से जाना जाता है। कई देशों में, टिकट बेचने वाले सभी व्यक्तियों या कंपनियों को ट्रैवल एजेंट के रूप में लाइसेंस प्राप्त करने की आवश्यकता होती है। कुछ देशों में एयरलाइंस ने ट्रैवल एजेंसियों को कमीशन देना बंद कर दिया है। इसलिए, ट्रैवल एजेंसियों को अब प्रति बिक्री एक प्रतिशत प्रीमियम या एक मानक फ्लैट शुल्क लेने के लिए मजबूर होना पड़ता है। हालाँकि, कुछ कंपनियां अभी भी उन्हें अपने उत्पाद बेचने के लिए एक निर्धारित प्रतिशत देती हैं। प्रमुख टूर कंपनियाँ ऐसा कर सकती हैं, क्योंकि यदि वे एक हजार ट्रिप सस्ती दर पर बेचती हैं, तो वे तब भी बेहतर होती हैं, जब वे सौ ट्रिप उच्च दर पर बेचती हैं। इस प्रक्रिया से दोनों पक्षों को लाभ होता है। एजेंटों का उपयोग किए बिना विज्ञापन और वितरण अभियानों में संलग्न होने के बजाय ट्रैवल एजेंटों को कमीशन देना भी सस्ता है। विशेष रूप से बड़ी श्रृंखलाओं द्वारा अन्य वाणिज्यिक संचालन किए जाते हैं। इनमें इन-हाउस इंश्योरेंस, ट्रैवल गाइड बुक्स और टाइमटेबल्स, कार रेंटल, और ऑन-साइट ब्यूरो डे चेंज की सेवाएं शामिल हैं, जो सबसे लोकप्रिय अवकाश मुद्राओं में काम करती हैं।

अधिकांश ट्रैवल एजेंटों ने खुद को और अपने ग्राहकों को या तो स्वयं या आपूर्तिकर्ता की व्यावसायिक विफलता की संभावनाओं से बचाने

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

की आवश्यकता महसूस की है। वे इस तथ्य को विज्ञापित करेंगे कि वे ज़मानतदार हैं, जिसका अर्थ है विफलता के मामले में, ग्राहकों को गारंटी दी जाती है या तो उनके द्वारा खोई गई छुट्टी के बराबर अवकाश या यदि वे चाहें तो धनवापसी। कई ब्रिटिश और अमेरिकी एजेंसियां और टूर ऑपरेटर इंटरनेशनल एयर ट्रांसपोर्ट एसोसिएशन (LATA) के साथ जुड़े हुए हैं, जो हवाई टिकट जारी करते हैं, एयर ट्रैवल ऑर्गनाइजर्स लाइसेंसिंग (ATOL) उन लोगों के लिए हैं जो एसोसिएशन ऑफ ब्रिटिश ट्रैवल एजेंट्स (ABTA) में टिकट ऑर्डर करते हैं। या अमेरिकन सोसाइटी ऑफ ट्रैवल एजेंट्स (ASTA), उन लोगों के लिए जो एक टूर कंपनी की ओर से हॉलिडे पैकेज बेचते हैं। एक ट्रैवल एजेंट से ग्राहक को निष्पक्ष यात्रा सलाह देने की अपेक्षा की जाती है। हालांकि, मास-मार्केट पैकेज हॉलिडे के साथ यह फ़ंक्शन लगभग गायब हो गया और कुछ एजेंसी श्रृंखलाओं ने एक 'हॉलिडे सुपरमार्केट' अवधारणा विकसित की, जिसमें ग्राहक रैक पर ब्रोशर से अपनी छुट्टी चुनते हैं और फिर इसे काउंटर से बुक करते हैं। फिर से, विभिन्न प्रकार के सामाजिक और आर्थिक परिवर्तनों ने अब इस पहलू को एक बार फिर से सामने लाने का प्रयास किया है, विशेष रूप से कई, नो-फ्रिल्स, कम लागत वाली एयरलाइनों के आगमन के साथ।

4 ट्रैवल एजेंटों का संगठन (Organization of travel agents)

जबकि इस क्षेत्र के व्यवसायों को व्यापक रूप से स्वतंत्र ट्रैवल एजेंसियों और उन गुणकों में विभाजित किया जा सकता है जो टूर ऑपरेटरों और अन्य पर्यटन चिंताओं के स्वामित्व और संचालित होते हैं, दो बुनियादी सिद्धांत प्रत्येक में सफलता की विशेषता बताते हैं: अच्छी गुणवत्ता वाली ग्राहक सेवा और प्रबंधन। प्रबंधन के संदर्भ में, लागतों को नियंत्रित करना, अत्यधिक प्रेरित कर्मचारियों को नियुक्त करना सुनिश्चित करना और मौखिक रूप से ग्राहक आधार का निर्माण करना सभी महत्वपूर्ण हैं। स्वतंत्र एजेंसियां, जो प्रबंधक के स्वामित्व वाली हैं और आम तौर पर पांच से कम कर्मचारियों को नियुक्त करती हैं, प्रमुख हाई स्ट्रीट या शॉपिंग मॉल स्थानों पर स्थित है, जहां से गुजरने वालों का ट्रैफिक अधिक है। ट्रैवल एजेंट आमतौर पर विविध प्रकार के कार्यों से निपटते हैं जिनमें निम्न शामिल हैं:

- आरक्षण करना।
- यात्रा कार्यक्रमों की योजना बनाना (दुनिया भर की जटिल यात्रा सहित)।
- किराए और शुल्क की गणना।
- गंतव्यों, रिसॉर्ट्स, एयरलाइन कंपनियों और यात्रा उत्पादों की एक विस्तृत श्रृंखला पर ग्राहकों को सलाह देने वाले टिकट बनाना।
- मौखिक रूप से और लिखित रूप में ग्राहकों के साथ संचार करना।
- आरक्षण पर सटीक रिकॉर्ड बनाए रखना।
- यह सुनिश्चित करना कि रैक अच्छी तरह से स्टॉक किए गए हैं या आपूर्ति इन-हाउस रखी गई है।
- जहां ग्राहकों की शिकायतें आती हैं वहां मध्यस्थ के रूप में कार्य करना।

ट्रैवल एजेंसी के कर्मचारियों को न केवल समय सारिणी पढ़ने, किराए की गणना करने और टिकट लिखने की क्षमता में तकनीकी कौशल की आवश्यकता होती है, बल्कि उन्हें बिक्री बंद करने और प्रौद्योगिकी (जैसे CRS) का उपयोग करने में सक्षम होने के लिए अच्छे पारस्परिक कौशल की भी आवश्यकता होती है। एजेंटों को भी हवाई किराए की बढ़ती जटिलता और उनसे जुड़ी शर्तों को सरल, सामान्य अंग्रेजी में समझाने में सक्षम होने की आवश्यकता है। एक एजेंसी प्रबंधक को कर्मचारियों के एक समूह का प्रबंधन करने में सक्षम होना होगा और खातों के वित्तीय प्रबंधन और नकदी प्रवाह, ग्राहकों की चालान-प्रक्रिया और व्यवसाय चलाने में व्यय को नियंत्रित करने में भी शामिल होना होगा। इन सबसे ऊपर, यह सुनिश्चित करना महत्वपूर्ण है कि सभी कर्मचारी उच्च स्तर की ग्राहक सेवा प्रदान करें ताकि बिक्री हो सके और ग्राहक आधार का निर्माण हो सके। यह करने के लिए:

- ग्राहकों का गर्मजोशी से स्वागत किया जाना चाहिए, आमतौर पर मुस्कान के साथ।
- कर्मचारियों को पोशाक, रूप-रंग और व्यक्तिगत साज-सज्जा के उच्च मानकों को सुनिश्चित करना चाहिए
- ग्राहक पहली छाप से प्रभावित होते हैं; उनकी व्यक्तिगत मुद्रा, तरीके और
- हावभाव भी महत्वपूर्ण है क्योंकि सतर्क, चौकस और सहानुभूति रखने के लिए तैयार रहना और उपलब्ध उत्पादों के साथ ग्राहक की जरूरतों को पूरा करना महत्वपूर्ण है
- सभी कर्मचारियों को विनम्र होना चाहिए और हमेशा आंखों का संपर्क बनाए रखते हुए खुद को स्पष्ट रूप से व्यक्त करने में सक्षम होना चाहिए
- टेलीफोन का तुरंत और विनम्रता से उत्तर दिया जाना चाहिए।

किसी उत्पाद को बेचने में, आमतौर पर एक निर्धारित क्रम का पालन किया जाता है। यह छुट्टियों की खरीदारी के उपभोक्ता मनोविज्ञान को दिखाता है, जहां एक एजेंट को धीरे-धीरे यह समझने की आवश्यकता होगी कि उपभोक्ता क्या चाहता है, उस मांग को कैसे पूरा किया जाए और किस प्रकार की बातचीत की मांग की जाए। विशेष रूप से, एजेंसी में खोज, मूल्यांकन और पुनर्मूल्यांकन की प्रक्रिया चलती है या यदि ग्राहक उत्पाद पेशकशों का आकलन करने के लिए ब्रोशर ले जाता है तो वापसी यात्रा पर जाती है। निश्चित रूप से निश्चित उत्तर प्रदान करने में एजेंट की महत्वपूर्ण भूमिका होती है, लेकिन उपभोक्ता को मार्गदर्शन करने में, विकल्प पेश करने में (और उनकी बर्खास्तगी को प्रबंधित करने में) एक उपयुक्त उत्पाद स्थित होने तक। यह स्पष्ट है कि यह एक समय लेने वाला उपक्रम है और इसलिए, यह स्पष्ट है कि क्यों कई उपभोक्ता दुनिया भर में वेब जैसी तकनीक का उपयोग करने के साथ-साथ एक ट्रैवल एजेंसी का उपयोग करके इस प्रक्रिया से गुजरेंगे।

5 आयोग (Commissions)

ट्रैवल एजेंसी के फोकस के कई क्षेत्र एजेंसी को कमीशन देते हैं जो इसकी प्रमुख आय बन जाती है। ये मुख्य रूप से कार किराए पर लेने, क्रूज लाइन, होटल, रेलवे, दर्शनीय स्थलों की यात्रा, टूर ऑपरेटर आदि हैं। कीमत के मुख्य तत्व का एक निश्चित प्रतिशत कमीशन के रूप में एजेंट को दिया

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

जाता है। मूल्य के कर घटक पर कमीशन का भुगतान नहीं किया जाता है। हालाँकि हवाई यात्रा के संबंध में कमीशन अतीत की बात होती जा रही है। संयुक्त राज्य में, अधिकांश एयरलाइंस ट्रैवल एजेंसियों को बिल्कुल भी कमीशन नहीं देती हैं। इस मामले में, एक एजेंसी आमतौर पर शुद्ध मूल्य में सेवा शुल्क जोड़ती है। कमीशन में कमी 1995 से हुई है, जब उत्तरी अमेरिका में पहली कमीशन कटौती हुई थी: वापसी यात्रा पर $50 की सीमा और एक तरफ $25, 1999 में यूरोपीय एयरलाइंस ने कमीशन को खत्म करना या कम करना शुरू किया, जबकि सिंगापुर एयरलाइंस ने एशिया के कुछ हिस्सों में ऐसा किया। 2002 में डेल्टा एयर लाइन्स ने संयुक्त राज्य अमेरिका और कनाडा के लिए शून्य कमीशन आधार की घोषणा की; कुछ महीनों के बाद यूनाइटेड एयरलाइंस, अमेरिकन एयरलाइंस, कॉन्टिनेंटल एयरलाइंस, नॉर्थवेस्ट एयरलाइंस, यूएस एयरवेज और अमेरिकन ट्रांस एयर डेल्टा में शामिल हो गए।

एजेंसियों के प्रकार (Types of agencies)

यूके में तीन अलग-अलग प्रकार की एजेंसियां हैं: मल्टीपल्स, मिनिपल्स और स्वतंत्र एजेंसियां। पूर्व में कई राष्ट्रीय श्रृंखलाएं शामिल हैं, जो अक्सर थॉमसन हॉलीडे जैसे अंतरराष्ट्रीय समूहों के स्वामित्व में होती हैं, जो अब जर्मन बहुराष्ट्रीय TUI AG की सहायक कंपनी है। बड़े मास-मार्केट टूर कंपनियों के लिए अपने उत्पाद के वितरण को नियंत्रित करने के लिए ट्रैवल एजेंसियों की एक श्रृंखला में एक नियंत्रित हित खरीदना अब काफी आम है। (यह vertical integration का एक उदाहरण है।) छोटी श्रृंखलाएं अक्सर विशेष क्षेत्रों या जिलों में आधारित होती हैं। संयुक्त राज्य अमेरिका में, चार अलग-अलग प्रकार की एजेंसियां हैं: मेगा, क्षेत्रीय, कंसोर्टियम और स्वतंत्र एजेंसियां। अमेरिकन एक्सप्रेस और अमेरिकन ऑटोमोबाइल एसोसिएशन (AAA) मेगा ट्रैवल एजेंसियों के उदाहरण हैं। स्वतंत्र एजेंसियां आमतौर पर एक विशेष या आला बाजार को पूरा करती हैं, जैसे कि एक अपमार्केट कम्यूटर टाउन या उपनगर में निवासियों की ज़रूरतें या समान गतिविधि में रुचि रखने वाला एक विशेष समूह, जैसे कि फुटबॉल, गोल्फ या टेनिस जैसी खेल प्रतियोगिताएं। ट्रैवल एजेंसियों के दो दृष्टिकोण हैं। एक पारंपरिक, बहु-गंतव्य(multi -destination), आउटबाउंड ट्रैवल एजेंसी है, जो यात्री के मूल स्थान पर आधारित है और दूसरा गंतव्य केंद्रित, इन-बाउंड ट्रैवल एजेंसी है, जो गंतव्य पर आधारित है और उस स्थान पर विशेषज्ञता प्रदान करती है। वर्तमान में, पूर्व आमतौर पर थॉमस कुक की तरह एक बड़ा ऑपरेटर होता है, जबकि बाद वाला अक्सर एक छोटा, स्वतंत्र ऑपरेटर होता है।

21वीं सदी में 6 ट्रैवल एजेंसियां (Travel agencies in the 21st century)

इंटरनेट तक आम जनता की पहुंच के साथ, कई एयरलाइनों और अन्य ट्रैवल कंपनियों ने यात्रियों को सीधे बिक्री करना शुरू कर दिया। परिणामस्वरूप, एयरलाइनों को अब बेचे गए प्रत्येक टिकट पर ट्रैवल एजेंटों को कमीशन देने की आवश्यकता नहीं रही। 1997 के बाद से, पैकेज हॉलिडे डिस्ट्रीब्यूशन नेटवर्क से परतों को हटाने के कारण लागत में कमी के कारण, ट्रैवल एजेंसियों को धीरे-धीरे अलग कर दिया गया है। हालाँकि, ट्रैवल एजेंट कुछ क्षेत्रों में प्रमुख बने हुए हैं जैसे कि क्रूज वेकेशन जहां वे 77% बुकिंग और 73% पैकेज्ड यात्रा का प्रतिनिधित्व करते हैं। 2009 में, ट्रैवेल एजेंसियों के लिए बाज़ार के आकार में तीव्र गिरावट आई, जो पिछले वर्ष के $17 बिलियन से घटकर $14.5 बिलियन हो गया। जवाब में, ट्रैवल एजेंसियों ने विस्तृत जानकारी और ऑनलाइन बुकिंग क्षमताओं के साथ ट्रैवल वेबसाइट बनाकर अपनी खुद की एक इंटरनेट उपस्थिति विकसित की है। प्रमुख ऑनलाइन ट्रैवल एजेंसियों में शामिल हैं: एक्सपीडिया, वॉयज-sncf.com, ट्रैवेलोसिटी, ऑर्बिट्ज़, चीप टिकट, प्राइसलाइन, CheapOair, Webjet, और Hotwire.com। ट्रैवल एजेंसियां प्रमुख कंप्यूटर रिजर्वेशन सिस्टम कंपनियों की सेवाओं का भी उपयोग करती हैं, जिन्हें ग्लोबल डिस्ट्रीब्यूशन सिस्टम्स (GDS) के रूप में भी जाना जाता है, जिनमें शामिल हैं: SABRE, Amadeus CRS, Galileo CRS और Worldspan, जो Trave1port की सहायक कंपनी है, जो उन्हें एयरलाइन बुक करने और बेचने की अनुमति देती है। टिकट, होटल, कार रेंटल और अन्य यात्रा संबंधी सेवाएं। कुछ ऑनलाइन यात्रा वेब साइटें आगंतुकों को मुफ्त में कई कंपनियों के साथ होटल और उड़ान दरों की तुलना करने की अनुमति देती हैं। वे अक्सर आगंतुकों को यात्रा पैकेजों को सुविधाओं, कीमत और किसी शहर या लैंडमार्क से निकटता के आधार पर क्रमबद्ध करने की अनुमति देते हैं। ट्रैवल एजेंटों ने पूरी तरह से बंधी हुई (पूर्ण वित्तीय सुरक्षा) यात्रा प्रदान करने के लिए डायनेमिक पैकेजिंग टूल का इस्तेमाल किया है, जो कि जनता के एक सदस्य के बराबर या उससे कम कीमत पर ऑनलाइन बुक कर सकता है। जैसे, पेशेवर ट्रैवल एजेंसी की सलाह के अलावा एजेंसियों की वित्तीय संपत्तियों की सुरक्षा की जाती है। ऑनलाइन होटल बेचने वाली सभी यात्रा साइटें GDS, आपूर्तिकर्ताओं और होटलों के साथ सीधे कमरे की सूची खोजने के लिए काम करती हैं। एक बार जब यात्रा साइट किसी होटल को बेच देती है, तो साइट इस होटल के लिए एक पुष्टिकरण प्राप्त करने का प्रयास करेगी। पुष्टि होने या न होने के बाद, ग्राहक से परिणाम के साथ संपर्क किया जाता है।

इसका मतलब यह है कि किसी यात्रा वेबसाइट पर होटल बुक करने से जरूरी नहीं कि तुरंत जवाब मिल जाए। यात्रा वेबसाइट पर केवल कुछ होटलों की तुरंत पुष्टि की जा सकती है (जो सामान्य रूप से प्रत्येक साइट पर इस तरह चिह्नित होती है)। चूंकि अलग-अलग यात्रा वेब साइटें अलग-अलग आपूर्तिकर्ताओं के साथ मिलकर काम करती हैं, इसलिए प्रत्येक साइट के अलग-अलग होटल होते हैं जिन्हें वह तुरंत पुष्टि कर सकता है। एक्सपेडिया, ऑर्बिट्ज़ और वर्ल्ड होटल-लिंक होटल के कमरे बेचने वाली ऐसी ऑनलाइन यात्रा वेबसाइटों के कुछ उदाहरण हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

यात्रा शब्दावली (Travel terminology)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **अभ्यास यात्रा शब्दावली**

यात्रा व्यापार संकेताक्षर (Travel Trade Abbreviations)

A4A	Airlines for America
AACO	Arab Air Carriers Organisation
AAPA	Association of Asia Pacific Airlines
AASA	Airline Association of Southern Africa
ABTA	Association of British Travel Agents
ACAC	Arab Civil Aviation Commission
ACAS	Airborne Collision-Avoidance System (ICAO)
ACC	Airport Consultative Committee (IATA)
ACI	Airports Council International
AEA	Association of European Airlines
AECMA	European Association of Aerospace Industries
AFCAC	African Civil Aviation Commission
AFRAA	African Airlines Association
AFTN	Aeronautical Fixed Telecommunications Network
AGM	Annual General Meeting (IATA)
ALPA	Air Line Pilots Association
ALTA	Association of Latin American Air Transport
AIMS	Air Navigation Services
AOC	Air Operator's Certificate
API	Advance Passenger Information
APIS	Advance Passenger Information Systems
APU	Auxiliary Power Unit
ARINC	Aeronautical Radio Inc (US)
ASA	Air Services Agreement
ASEAN	Association of South East Asian Nations
ASECNA	Agence pour la Securite de la Navigation Aerienne en Afrique et a Madag
ASO	Agency Services Office
ASPA	Association of South Pacific Airlines
ASTA	American Society of Travel Agents
ATAC	Air Transport Association of Canada
ATAG	Air Transport Action Group
ATB	Air Transport Association of America
ATC	Air Traffic Control
ATK	Available Tonne Kilometre
ATM	Air Traffic Management
ATN	Aeronautical Telecommunication Network
ATNS	Air Traffic and Navigation Services
ATS	Air Traffic Services
ATS/DS	Air Traffic Services Direct Speech
ATSP	Air Traffic Service Providers
AUC	Air Transport Users Council
AWB	Air Waybill
BAR	Board of Airline Representatives
BCBP	Bar Coded Boarding Passes
BG	Board of Governors (IATA)
BITA	Bilateral Interline Traffic Agreement
C of A	Certificate of Airworthiness
C of R	Certificate of Registration
C/I	Counterindemnity Agreement (BSP)
CAA	Civil Aviation Authority
CAAC	Civil Aviation Administration of China
CAConf	Cargo Conference
CANSO	Civil Air Navigation Services Organisation

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

CAPPS II	Computer Assisted Passenger Pre-screening System
Cargo-IMP	Cargo Interchange Message Procedures
CASE	Computer Aided Software Engineering
CAT	Clear Air Turbulence
CAT	1,2,3Categories defined by ICAO for bad weatherLandings
CATB	Cargo Agency Training Board
CBP	Customs and Border Protection
CBPP	Cargo Business Processes Panel
CBT	Computer Based Training
CDA	Continuous Descent Approach
CFIT	Controlled Flight Into Terrain
CFMU	Central Flow Management Unit
CITES	Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora
CNSC	Cargo Network Services Corporation (wholly owned subsidiary of IATA)
CNS	Communications
CRS	Computer Reservations System
CUSS	Common Use Self-Service
CUTE	Common User Terminal Equipment
CVR	Cockpit Voice Recorder
DFDR	Digital Flight Data Recorder
DGCA	Directorate General of Civil Aviation (various countries)
DGR	Dangerous Goods Regulations
DOT	US Department of Transportation (also refers to Dept of Transport in many countries)
EAG	European Action Group
EASO	European Aviation Suppliers Organisation
EATCHIP	European ATC Harmonisation and Integration Programme
EBAA	European Business Aviation Association
ECAC	European Civil Aviation Conference
ECTAA	Group of National Travel Agents' and Tour Operators' Associations within the EU
EDI	Electronic Data Interchange
ERA	European Regions Airlines Association
ET	Electronic Ticketing
ETS	Emissions Trading Scheme
EU	European Union
EUROCONTROL	European Organisation for the Safety of Air Navigation
FAA	Federal Aviation Administration
FAL	Facilitation
FDA	Flight Data Analysis
FDR	Flight Data Recorder
FIATA	International Federation of Freight Forwarders Association
FIR	Flight Information Region
FMS	Flight Management System
FOQA	Flight Operations Quality Assurance
FUAAV	Federation Universelle des Associations d'Agences de Voyages
GASAG	Global Aviation Security Action Group
GATS	General Agreement on Trade in Services (under WTO)
GDS	Global Distribution System
GNSS	Global Navigation Satellite Systems
GPS	Global Positioning System (US)
GPWS	Ground Proximity Warning System
GSA	General Sales Agent
GSP	Ground Service Provider
GTAA	Greater Toronto Airport Authority
HF	High Frequency
IACA	International Air Carrier Association
IAPA	International Airline Passengers Association
IATA	International Air Transport Association
IATAN	International Airlines Travel Agent Network (wholly owned subsidiary of IATA)

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

IATF	International Airline Training Fund
ICAO	International Civil Aviation Organisation
ICCS	IATA Currency Clearance Service
ICH	IATA Clearing House
IFALPA	International Federation of Airline Pilots Associations
IFATCA	International Federation of Air Traffic Controllers' Associations
IFSP	In-flight security personnel
ILS	Instrument Landing System
IOSA	IATA Operational Safety Audit
ISO	International Standards Organisation
ITF	International Transport Workers Federation
ITU	International Telecommunication Union
JAA	Joint Aviation Authorities (European)
JAG	Japan Action Group
JAR	Joint Aviation Requirements
LACAC	Latin American Civil Aviation Commission
	MANPADS Man Portable Air Defense Systems
MITA	Multilateral Interline Traffic Agreements
MLS	Microwave Landing System
MOT	Ministry of Transport (various countries)
MOU	Memorandum of Understanding
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
PAAST	Pan-American Aviation Safety Team
PAConf	Passenger Agency Conference
PATA	Pacific Asia Travel Association
PNR	Passenger Name Record
PRM	Persons with Reduced Mobility
RFID	Radio Frequency Identification
RNAV	Area Navigation
RNP	Required Navigation Performance
RPK	Revenue Passenger Kilometers
RSVM	Reduced Vertical Separation Minima
RTKM	Revenue Tonne Kilometre
SATCOM	Satellite Communications System
SMS	Safety Management Systems
SeMS	Security Management Systems
SES	Single European Sky
StB	Simplifying the Business
SITA	Soctete Tnternationale de Telecommunications Aeronautiques
SPT	Simplifying Passenger Travel
SST	Super Sonic Transport
STEADES	SafetyTrend Evaluation,Analysis & Data Exchange System
STB	Simplifying the Business
TCAA	Transatlantic Common Aviation Area
TCAS	Traffic Collision Avoidance System (US-FAA)
TSA	Transportation Security Administration
TWIC	Transport Worker ID Card
TWOV	Transit Without Visa
UATP	Universal Air Travel Plan
UFTAA	Universal Federation of Travel Agents' Associations
VAT	Value-added Tax
VHF	Very High Frequency
VSAT	Vectoral Satellite
WHO	World Health Organisation
WTO	World Tourism Organisation
WTO-OMC	World Trade Organisation (formerly GATT)
WTTC	World Travel and Tourism Council

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

यात्रा सरकार विभाग के लिए अनुमोदन की प्रक्रिया (Procedure for approval for travel govertment department)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **सरकारी विभाग द्वारा ट्रैवल एजेंसी की मंजूरी**

अनुमोदन की प्रक्रिया (Procedure of approval)

अनुमोदन के लिए आवेदन करने के लिए ट्रैवल एजेंसी के पास निम्नलिखित विवरण होने चाहिए,

- यात्रा और पर्यटन में न्यूनतम 3/4 योग्य परमिट होना चाहिए / प्राथमिक के लिए दो कर्मचारी मिले, मालिक योग्य होना चाहिए।
- सामान्य सेवा संचालन जैसे दस्तावेज
  - व्यवसाय संचालन में अनुभव का प्रमाण
  - योग्यता का प्रमाण
  - इस क्षेत्र में कंपनी का कम से कम तीन साल का अनुभव हो।
  - वित्तीय विवरण का प्रमाण
  - शॉप एक्ट लाइसेंस और जीएसटी सर्टिफिकेट और कम से कम 20 घंटे/सप्ताह काम करना चाहिए।
  - पर्यटन विभाग से स्वीकृति
  - राष्ट्रीय संघ का प्रमाण पत्र
  - आवश्यक विवरण में व्यापार अनुमोदन वेबसाइट

IATA g------ अनुमोदन (approval)

IATA of-- हवाई यात्रा और पर्यटन में विभिन्न ट्रेन आती हैं। उम्मीदवार को अंग्रेजी पढ़ने, लिखने और बोलने का अच्छा ज्ञान होना चाहिए---------

मुख्य सु-------- ---------- IATA अनुमोदन अधिकृत है---------

एयरलाइंस की ओर से अंतरराष्ट्रीय और घरेलू टिकट बेचने वाली एजेंसी।

IATA ट्रैवल एजेंटों को नामित में एक ट्रैवल उद्योग देता हैकोड जो तब सब---- एजेंट पर्यटन बुक करने के लिए ----और अन्य व्यवसाय कॉम---

---

IATA प्रमाणपत्र प्राप्त करने के लिए IATA नियम, विनियम और प्रक्रिया (IATA Rules, regulations & procedure for getting IATA Certificate)

यात्रा कार्यालय को अंतर्राष्ट्रीय वायु परिवहन संघ प्रमाणपत्र प्राप्त करें (Get International Air Transport Association Certificate to the Travel office)

- एक ट्रैवल एजेंसी शुरू करें।
- अपनी कंपनी में निम्नलिखित सुविधाएं विकसित करें।
- क्षेत्र मुख्यालय IATA (चेन्नई में एयर इंडिया कार्यालय) में उचित फॉर्म के माध्यम से आवेदन करें।
- कंपनी के बारे में निम्नलिखित विस्तृत जानकारी दें।
- आवेदन की पैनल स्क्रीनिंग के बाद IATA अधिकारियों के निरीक्षण के लिए अपने कार्यालय को तैयार करें। सुनिश्चित करें कि IATA अधिकारी आपकी कंपनी से संतुष्ट हैं अन्यथा कारण प्राप्त करें और इसे सुधारें।
- फिर से आवेदन करें और निरीक्षण के दौरान उन्हें संतुष्ट करें।
- अपनी कंपनी के लिए IATA प्रमाणपत्र प्राप्त करें।

IATA प्रमाणपत्र प्राप्त करने के लिए मानदंड
कम से कम 9 से 12 महीनों के लिए पूर्ण विकसित कंपनी होनी चाहिए।
कार्यालय एयर कंडीशनर के साथ मुख्य शहर क्षेत्र में स्थित होना चाहिए।
न्यूनतम 2 कर्मचारियों के पास IATA प्रमाणपत्र होना चाहिए।
पूरी तरह से कम्प्यूटरीकृत दस्तावेज।
लैन से जुड़े सभी कंप्यूटर सिस्टम।
इंटरनेट, स्कैनर और प्रिंटर।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

APPLICATION FORM FOR APPROVAL AS AN IATA PASSENGER SALES AGENT

The information requested below is required by IATA to assist in determining the eligibility of the applicant for inclusion on the IATA Agency List. Type or print clearly the answers to all questions on this form. Where additional space is required, or where you wish to supplement your answer and there is insufficient space, attach to this form additional sheets containing the data. Retain a copy of this application for your permanent records at the agency location.

NOTE: **A separate form is required for each agency location for which approval is sought.**

SECTION 1 - IDENTIFICATION OF AGENCY LOCATION FOR WHICH APPROVAL REQUESTED

1.1 Legal name: .....

1.2 Trade name, if different from 1.1 above: .....

1.3 Full address of the office for which application for approval is made:

..... Telephone No: .....

..... Telefax No: .....

..... E-Mail: .....

..... Website: .....

1.4 If registration and/or license is required by law in your country, give:

1. the trade registration or license number of the agency: .....
2. the date this was granted: .....
3. please attach a copy of the official certificate of registration and/or license

1.5 Date on which the office for which approval is sought opened as a travel agency. .....

SECTION 2 - GENERAL INFORMATION

2.1 Is approval sought as:

2.1.1. A head office location YES ☐ NO ☐

2.1.2. A branch office location of an IATA Approved Agent YES ☐ NO ☐

I f Yes:

2.1.2.1 Give name, address, telephone number, e-mail address and IATA Numeric Code of IATA Approved Head Office

..... Telephone No: .....

..... Telefax No: .....

..... E-Mail: .....

..... Website: .....

IATA Numeric Code: ☐☐-☐ ☐☐☐☐ ☐

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

2 .1.2.2 Is the branch office

(I) wholly owned by this Head Office? YES ☐ NO ☐

(ii) Wholly managed by this Head Office? YES ☐ NO ☐

2 .1.2.3 Is this application for an On-line Agency (issuing only Electronic Tickets)? YES ☐ NO ☐

2.2 Specify legal status:

☐ Sole proprietorship ☐ partnership ☐ limited liability company

☐ Other (describe).....

2.3 If your travel agency is owned by an organization other than the head office mentioned above, answer the following with respect to the parent organization:

1 . What is its legally registered name and address? .....

.....

2 . What is the principal business of this organization? .....

.....

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

SECTION 3 – FINANCIAL INFORMATION OF BUSINESS ENTITY

Specify as applicable:

3.1 Registered capital: .....

3.2 Paid-up capital: .....

3.3 Minimum paid-up capital required by the law of your country: .....

3.4 VAT No. .....

3.5 Attach a copy of your current financial statements including balance sheet and profit and loss account certified by a chartered, certified public or certified general accountant.

SECTION 4 - BUSINESS ENTITY OF AGENCY

4.1 If SOLE OWNER:

Name	Address, Telephone, Fax and Email	% of time devoted to the agency business

4.2 If PARTNERSHIP:

Names and Titles of Partners	Address, Telephone, Fax and Email	% of time devoted to the agency business	Financial Interest %

4.3 If CORPORATION:

1. When and where incorporated:

2. Names of shareholders*	Address, Telephone, Fax and Email	% of time devoted to the agency business	Financial Interest % (i.e. share-holding)

** except where your organization is a legal entity whose shares are listed on a security exchange or are regularly traded in an 'over-the-counter' market.*

3 . Name and Titles of Directors and Officers

……

……

……

4.4 IF NONE OF ABOVE APPLIES, fully describe the type of business entity, when and where organized and the names and titles of persons holding a financial or managerial interest in the business, the nature and extent of their interest, their address, telephone number, fax number, email address and percentages of their time devoted to the agency business:

……

……

……

SECTION 5 - DETAILS OF OWNERS, MANAGERS AND STAFF OF AGENCY

5.1 Attach a list setting forth the names and experience in the travel industry of managerial personnel and other full-time travel staff members qualified and competent to sell international air transportation and issue travel documents, giving details as follows:

1 . Name of manager or staff: ……

2 . Position or title: ……

3 . Date joined agency location for which approval is sought: ……

4 . Name of previous employer(s) and address(es). If previous employer(s) were travel agents, indicate if IATA approved or not:

……

……

……

5 . Date(s) of previous employment (month/year): ……

6 Position held during previous employment: ……

NOTE: List relevant qualifications (Diploma/Certificate certifying the successful completion of an airline or IATA/UFTAA training course or equivalent).

© CHMI NOT TO BE REPUBLISHED

5.2 I f any of the questions below are answered in the affirmative, give the name(s) of the agency or agencies and location(s) involved, the relationship of the individual(s) with the agency or agencies, the date of the bankruptcy or default and all pertinent details:

1 . If a sole proprietor, have you:

(a)	been involved in bankruptcy proceedings?	YES ☐	NO ☐
	if so, are you now legally and fully discharged of their obligations by the court involved?	YES ☐	NO ☐
(b)	at any time been a director or had a financial interest or a position of management in an IATA Agent which has been removed from the IATA Agency List or which was under notice of default and still has outstanding debts to IATA Members or in an IATA Agent whose debts to IATA Members were met by recourse to a financial bond or guarantee?	YES ☐	NO ☐
(c)	been found guilty of willful violations of fiduciary obligations in the course of business?	YES ☐	NO ☐

2 . If an unincorporated firm, partnership or association, have any partners or any individual having authorization to act and sign on behalf of such firm, partnership, or association:

(a)	been involved in bankruptcy proceedings?	YES ☐	NO ☐
	If so, are they now legally and fully discharged of their obligations by the court involved?	YES ☐	NO ☐
(b)	been a director or had a financial interest or a position of management in an IATA Agent which has been removed from the IATA Agency List or which was under notice of default and still has outstanding debts to IATA Members or in an IATA Agent whose debts to IATA Members were met by recourse to a financial bond or guarantee?	YES ☐	NO ☐
(c)	been found guilty of willful violations of fiduciary obligations in the course of business?	YES ☐	NO ☐

3 . If a corporation, have any officers, directors or managers:

(a)	been involved in bankruptcy proceedings?	YES ☐	NO ☐
	If so, are they now legally and fully discharged of their obligations by the court involved?	YES ☐	NO ☐
(b)	been a director or had a financial interest or a position of management in an IATA Agent which has been removed from the IATA Agency List or which was under notice of default and still has outstanding debts to IATA Members or in an IATA Agent whose debts to IATA Members were met by recourse to a financial bond or guarantee?	YES ☐	NO ☐
(c)	been found guilty of willful violations of fiduciary obligations in the course of business?	YES ☐	NO ☐

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

SECTION 6 – PREMISES OF AGENCY LOCATION FOR WHICH APPROVAL REQUESTED

6.1 What are the normal business hours and days of the week that the office is open:

……

……

……

6.2 Are the premises located at an airport? YES ☐ NO ☐

6.3 Describe the means by which the premises are identified as a travel agency:

6.4 Attach a photograph of the exterior and of the interior of the location.

6.5 If an On-line Agency specify URL address ……

SECTION 7 - SECURITY OF TRAFFIC DOCUMENTS AND AIRLINE IDENTIFICATION PLATES

Applicants will be required to provide evidence at the time of inspection that they meet the requisites for Traffic Document security, as advised by the Agency Services Office.

7.1 Describe the type of facility you have in the agency for the storage of your on-premises working supply of Traffic Documents or other accountable documents:

……

……

……

SECTION 8 - OTHER INFORMATION

8.1 Is the agency a General Sales Agent for any IATA or non-IATA airline? Y ES ☐ NO ☐

I f yes, specify:

1 . Name of airline(s): ……

2 . Scope of operation: ……

3 . GSA territory: ……

8.2 Provide the names of individuals authorized to sign, on behalf of the applicant, documents which relate to the day-to-day operation of the travel agency:

……

……

……

8.3 Submit in accordance with the attached format, a statement of your current international air passenger transportation sales.

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

8.4 If approved as an IATA Agent, what do you estimate will be the gross amount of international air transportation sales of I ATA carriers at the location for which approval is requested:

(a) In your first year? ……

(b) In your second year? ……..

8.5 Is your agency an IATA Registered **Cargo Agent**? YES ☐ NO ☐

I f so, name under which it is registered:

……..

……

……

I ATA Numeric Code: ☐☐-☐ ☐☐☐☐ ☐

8.6 Attach a sample of your agency's letterhead.

I hereby certify that the foregoing statements (including statements made in any attachment hereto) are true and correct to the best of my knowledge and belief, and that I am authorized by the organization identified in the answer to A. of Part I above to make these statements and file this document.

It is hereby agreed that this application shall become a part of every Sales Agency Agreement signed with Members of IATA for the sale of international air passenger transportation, and as such, all information contained herein will be treated as confidential (excluding the information contained in Section 1). Notwithstanding the foregoing, the applicant authorizes IATA to use and process the information contained in Sections 2.1.2.2, 2.2, 4, 5.1.1 and 5.1.2, in order to produce and distribute databases among the airline industry participants.

The applicant hereby expressly waives any and all claims, causes of action or rights to recovery and agrees to indemnify and hold harmless IATA or any of its Members, their officers, employees, agents or servants, for any loss, injury or damage based upon libel, slander or defamation of character by reason of any action taken in good faith pursuant to this application, including but not limited to a notice of disapproval.

The applicant understands and agrees that if the application for accreditation as an IATA Agent is disapproved, he will not claim any commission, remuneration or compensation for the sale of air transportation over the services of any IATA Member during the period the application was under consideration.

The applicant understands and agrees to pay the application entry and annual fees, in the amounts determined by the Conference in consultation with the Director General and as advised by the Agency Administrator, for inclusion and retention on the Agency List. If the application is rejected, the entry and initial annual agency fees shall be returned to the applicant.

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

Signature of Applicant	Country
Print/Type Name of Applicant	Date
Title/Position	

Note. T he application should be submitted to the IATA Agency Services Office and must be complete in all r espects before processing can begin.

STATEMENT OF INTERNATIONAL SALES

Please provide details of international air passenger transportation generated at:

□□□ □□□□

1.1 Registered company name. Indicate also the company legal status: LTD, SA, etc.

1.2 In case of an On-Line travel agency please indicate the web address.

1.3 Include all details of the address.

2.1 Specify the travel agency's legal entity: Corporation, Association, Limited Partnership, etc.

3.1 The Registered Capital is the total of the share capital which a limited company is allowed (authorized) to issue. It presents the upper boundary for the actually issued share capital. Shares authorized = Shares issued + Shares unissued.

3.2 The Paid-Up Capital is the amount of share capital paid by the shareholders. This may be less than the called up capital as payments may be in instalments ("calls-in-arrears")

3.3 Indicate the minimum paid-up capital (3.2) required by the law in your country

4.1 Insert VAT number according to the local country format.

4.2 Complete this field except when your organization is a legal entity whose shares are listed on a security exchange or are regularly traded in an over-the-counter market.

5.1 - List relevant qualifications (Diploma/Certificate certifying the successful completion of an airline or IATA/UFTAA training course or equivalent).

6.1 Indicate if your travel agency located at any airport.

6.2 The Company must be identified as a place of business for a travel agency.

6.3 Safe Box is not required.

8.1 According to the resolution 818g Paragraph 2.1.10, a GSA cannot be an accredited IATA travel agency.

- GSA General sales agent.
- Airline Representative office or Sales Agent

8.2 Indicate the estimated gross amount of sales of IATA carriers of sales.

8.3 Statement of international sales, only applicable for Res. 800. List of countries below

Afghanistan	Algeria	Angola
Brunei Darussalam	Gambia	Sudan
Burundi	Guinea	Tajikistan
Cape Verde	Islamic	Timor Leste
Christmas Island	Republic of Iran	Turkmenistan
Cocos (Keeling) Islands	Iraq	Uzbekistan.
Comoros	Israel	Equatorial Guinea
Democratic People's Republic of Korea (DPRK)	Laos (Peoples' Democratic Republic)	Guinea-Bissau
Democratic Republic of Congo	Liberia	Libya
Djibouti	Myanmar	Sao Tome and Principe
Eritrea	Sierra Leone	Somalia
Indian Ocean Islands	Armenia	Belarus
Madagascar	Bhutan	Maldives
Seychelles		

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

विस्तृत जानकारी
1 भागीदारों या निदेशकों या मालिक और उनके कर्मचारियों की पृष्ठभूमि
2 वित्तीय स्थिति /(पूंजी, निवेश आदि)
3 स्थान और क्षेत्र (Location and area)
4 सुरक्षा उपाय (Security measures)
5 वर्तमान कारोबार (Present turnover)
6 बैलेंस शीट, लाभ और हानि खाता, बैंकरों के नाम -
7 बिक्री के आंकड़े (Sales figures)

शाखा एजेंसियों और टूर ऑपरेटरों के लिए उपलब्ध वित्तीय और गैर-वित्तीय प्रोत्साहन (Fiscal & Non Fiscal Incentives available to Branch Agencies & Tour Operators)

ट्रैवल एजेंसी और टूर ऑपरेटर की आय का स्रोत (Source of Income of Travel Agency & Tour operator):

यात्रा के दौरे की सुविधा के लिए एक ट्रैवल एजेंसी / टूर ऑपरेटर का उद्देश्य है। इस प्रयोजन के लिए, वे यात्रा संबंधी उद्यमों और ग्राहकों के बीच समन्वय स्थापित करते हैं। वे भ्रमण के आनंद की अवधारणा विकसित करते हैं। वे अपने द्वारा प्रदान किए जाने वाले आनंद के लिए इनाम देना चाहते हैं।

ट्रैवल एजेंट की आय के स्रोत इस प्रकार हैं (A travel agent's sources of income are as follows):

बिक्री पर कमीशन (Commission on Sale): एक कमीशन एजेंट के रूप में प्रिंसिपल की सेवाओं जैसे होटल, एयरलाइंस, परिवहन को नौकायन करके कमीशन एकत्र करता है।

प्रदान की गई सेवाओं पर कमीशन/सेवा शुल्क (Commission on Services provided/Service charges): ट्रैवल एजेंट ग्राहकों से प्रदान की जाने वाली सुविधाओं, सेवाओं पर या ग्राहकों और प्रधानों के बीच समन्वय करके कमीशन एकत्र करते हैं।

सहायक से कमीशन (Commission from Auxiliary): ट्रैवल एजेंसी बीमा, यात्री चेक आदि के रूप में प्रदान की जाने वाली सहायक सेवाएं भी अर्जित करती है।

अल्प आय से अर्जित आय (Income Earned from Short): सावधि निवेश- ट्रैवल एजेंट अपने ग्राहकों से प्राप्त धन को जमा के रूप में निवेश कर सकते हैं और लाभ कमा सकते हैं।

अपने स्वयं के दौरों की बिक्री से लाभ (Profit from the sale of his Own Tours): कई ट्रैवल एजेंसियां अपने स्वयं के पर्यटन जैसे दर्शनीय स्थलों की टूर, भ्रमण, वृद्धि आदि का संचालन करती हैं और लाभ कमाती हैं।

विभिन्न सेवा प्रदाताओं से आयोग बनते हैं (Commissions form various service providers)

ट्रैवल एजेंसी के फोकस के कई क्षेत्र एजेंसी को कमीशन देते हैं जो उसकी प्रमुख आय बन जाती है। ये मुख्य रूप से कार किराए पर लेने, क्रूज लाइन, होटल, रेलवे, दर्शनीय स्थलों की यात्रा, टूर ऑपरेटर आदि हैं। कीमत के मुख्य तत्व का एक निश्चित प्रतिशत कमीशन के रूप में एजेंट को दिया जाता है। मूल्य के कर घटक पर कमीशन का भुगतान नहीं किया जाता है।

हालाँकि हवाई यात्रा के संबंध में कमीशन अतीत की बात होती जा रही है। संयुक्त राज्य में अधिकांश एयरलाइंस ट्रैवल एजेंसियों को बिल्कुल भी कमीशन नहीं देती हैं। इस मामले में, एक एजेंसी आमतौर पर शुद्ध मूल्य में सेवा शुल्क जोड़ती है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

पर्यटन विपणन (Tourism marketing)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **पर्यटन विपणन पर अभ्यास**

एक ट्रैवल एजेंसी खोलने के लिए स्थानीय पूंजी निवेश जोखिम और बाजार की क्षमता का आकलन विपणन पर्यटन (Assessing locality capital investment risk & market potential for opening a travel agency Marketing tourism)

पर्यटन विपणन की कई परिभाषाएँ हैं। पर्यटन विपणन को निरंतर पर्यटन विकास के मद्देनजर पर्यटकों, समूहों और व्यक्तियों की संतुष्टि को अनुकूलित करने के लिए अंतर्राष्ट्रीय, राष्ट्रीय और स्थानीय स्तरों पर NTOs और/या पर्यटक उद्यमों द्वारा किए गए व्यवस्थित और समन्वित प्रयासों के रूप में परिभाषित किया जा सकता है। "

Krippendorf ने मार्केटिंग, इन-टूरिज्म को इस प्रकार परिभाषित किया है:

"पहचान योग्य उपभोक्ता समूहों की जरूरतों की इष्टतम संतुष्टि प्राप्त करने के लिए स्थानीय, क्षेत्रीय, राष्ट्रीय या अंतरराष्ट्रीय स्तर पर निजी या राज्य के स्वामित्व वाले पर्यटक उपक्रमों द्वारा पर्यटन में विपणन (marketing) को 'व्यवसाय नीति के व्यवस्थित और समन्वित निष्पादन' के रूप में समझा जाना है।" ऐसा करने से उचित प्रतिफल प्राप्त होता है।

पोयंटर (1993) के अनुसार, "टूर मार्केटिंग एक व्यवस्थित प्रक्रिया है जिसमें मार्केटिंग उद्देश्य, रणनीतियाँ, शेड्यूल, मार्केटिंग मीडिया शामिल हैं, जो विशिष्ट बाज़ार खंड पर केंद्रित हैं और निवेश पर पर्याप्त रिटर्न पर आधारित हैं।"

ओटावा में विश्व पर्यटन संगठन (WTO); संगोष्ठी ने पर्यटन विपणन को एक प्रबंधन दर्शन के रूप में परिभाषित किया है, जो पर्यटकों की मांग के आलोक में अनुसंधान पूर्वानुमान और आपूर्तिकर्ताओं से पर्यटन उत्पादों/ सेवाओं के चयन के माध्यम से संभव बनाता है। -संगठन के उद्देश्य और पर्यटकों की संतुष्टि के अनुरूप।"

उपरोक्त परिभाषाओं से निम्नलिखित पहलुओं की पहचान की जा सकती है:

- पर्यटन, विपणन एक विचारोत्तेजक प्रक्रिया है।
- लक्ष्य बाजार की पहचान और चयन।
- पोजिशनिंग और उत्पाद जीवन चक्र- महत्वपूर्ण हैं।
- भविष्य की पर्यटन विपणन (tourism marketing) रणनीतियाँ।
- अभिनव / सक्रिय, विपणन।

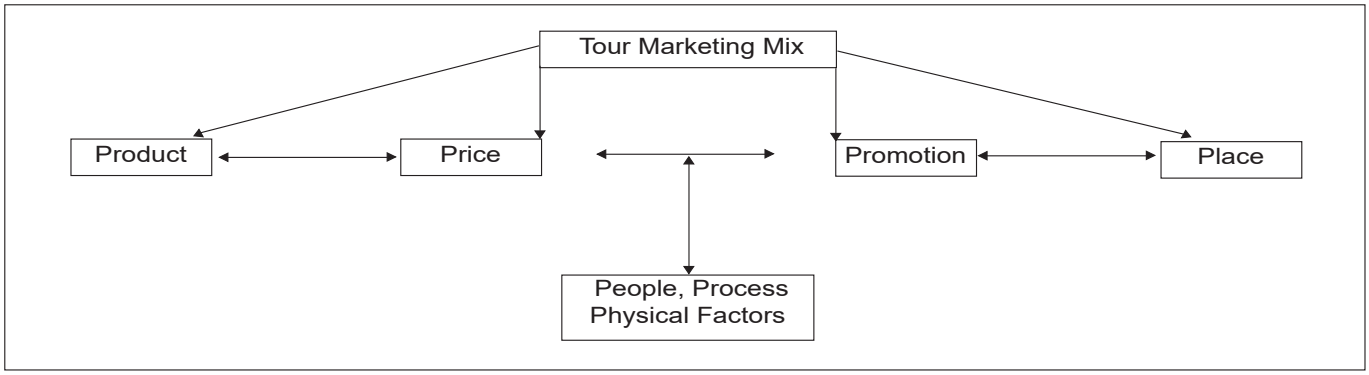
पर्यटन में विपणन का महत्व (Importance of Marketing in Tourism)

मार्केटिंग पहले उनकी जरूरतों की पहचान करके और फिर उन्हें संतुष्ट करने की कोशिश करके नए ग्राहक बनाने में मदद करती है। ग्राहकों की संतुष्टि यात्रा बिक्री का एक महत्वपूर्ण हिस्सा बन जाती है। ट्रैवल मार्केटर का पहला काम उपयुक्त उत्पादों और सेवाओं के विकास को निर्देशित करने के लिए ग्राहकों की जरूरतों की पहचान करना है, और दूसरा काम सभी संभावित ग्राहकों को विभिन्न माध्यमों से प्रेरित करना है; उन उत्पादों और सेवाओं को खरीदने के लिए; पर्यटन में विपणन का उद्देश्य, इसलिए, सभी संभावित ग्राहकों या पर्यटन सेवाओं के उपयोगकर्ताओं को एक विशेष, गंतव्य के लिए आकर्षित करने और प्रेरित करने के रूप में कहा जा सकता है, न कि किसी अन्य गंतव्य के लिए।'

पर्यटन विपणन, इसलिए, वास्तविक और संभावित मांग के विस्तृत मूल्यांकन से शुरू होता है और इस आकलन पर, ग्राहकों द्वारा उपयोग के लिए सुविधाओं और सेवाओं का विकास होता है।

'पर्यटक मांग' को 'वास्तविक (actual)' और 'संभावित (potential)' में विभाजित किया जा सकता है; 'वास्तविक' मांग उन लोगों का प्रतिनिधित्व करती है जो वास्तव में एक निश्चित पर्यटन स्थल की यात्रा करते हैं, जबकि 'संभावित' मांग उन व्यक्तियों की संख्या है जो यात्रा के बुनियादी तत्वों को पूरा करते हैं और इसलिए, यात्रा करने की स्थिति में हैं।

पर्यटक उत्पाद के विपणन की कुछ खास विशेषताएँ होती हैं। हालांकि विपणन के सामान्य सिद्धांत जो पर्यटक, उत्पाद के विपणन में काफी प्रभावी साबित हुए हैं, 'दृष्टिकोण में कुछ अंतर हैं। ये अंतर इसलिए हैं क्योंकि 6^



© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

उत्पाद (Product)	कीमत (Price)	पदोन्नति (Promotion)
* सेवा (Service)	* मार्केट ओरिएंटेड (Market Oriented)	* विज्ञापन देना (Advertising)
* गुणवत्ता (Quality)	* सूची में कमी (List reductions)	* बिक्री प्रचार (Sales Promotion)
* सीमा (Range)	* लागत (Cost)	* व्यक्तिगत बेच (Personal selling)
* ब्रांड का नाम (Brand Name)	* पिछड़ा (Backward)	* जनसंपर्क (Public relations)
* फायदा (Benefit)	* प्रवेश (Penetration)	* प्रत्यक्ष विपणन (Direct marketing)
* गारंटी (Guarantee)	* स्किमिंग (Skimming)	* प्रायोजन (Sponsorship)
	* उधार की शर्तें (Credit terms)	
स्थान (Place)		**लोग, प्रक्रिया और भौतिक साक्ष्य (People, Process and Physical Evidence)**
* लोकेशन (Location)		भूमिकाएं लोग निभाते हैं (Roles People play)
* अभिगम्यता (Accessibility)		* ग्राहक संतुष्टि (Customer satisfaction)
* सुविधा (Convenience)		* रचनात्मकता (Creativity)
* यातायात (Transport)		* ग्राहक भागीदारी (Customer involvement)
* विक्रेताओं (Vendors)		* परिधीय (Peripheral)
* चैनल (Channels)		* सादगी (Simplicity)

पर्यटक उत्पाद की विशिष्ट विशेषताएं हैं: **उत्पाद (Product)**

उत्पाद टोटिंग, मिक्स में पांच मूल तत्वों में से एक है। विपणन मिश्रण की योजना बनाने की प्रभावशीलता, उतना ही निर्भर करती है जितना क्षमता पर निर्भर करती है, सही लक्ष्य बाजार के रूप में एक उत्पाद तैयार करने पर जो संतुष्टि के उच्च स्तर उत्पन्न करेगा। पर्यटक को यह विश्वास करना होगा कि सफल होने के लिए उत्पाद अतिरिक्त मूल्य प्रदान करता है। उत्पाद के निर्माण के संबंध में निर्णय में निम्नलिखित कारक शामिल होते हैं:

- सेवाएं (Services)
- प्रतिस्पर्धियों की प्रतिस्पर्धात्मकता (Competitiveness of Competitors)
- गुणवत्ता (Quality)
- ब्रांड का नाम (Brand Name)
- विशेषतायें एवं फायदे (Features and benefits)
- सरकार। नियम और विनियम (Govt. rules and regulations)
- पर्यटन स्थल की वहन क्षमता (Carrying capacity of the tourist destination)
- मेजबान आबादी का रवैया (Attitude of host population)
- प्रतियोगिताएं (Competitions)
- सामाजिक-आर्थिक विकास (Socio - Economic development)

कीमत (Price)

टूर पैकेज के लिए चुनी गई मूल्य निर्धारण नीति अक्सर- प्रत्यक्ष रूप से इसकी भविष्य की मांग के प्रदर्शन से संबंधित होती है। टूर उद्यमों की लाभप्रदता के लिए सही मूल्य निर्धारित करना भी महत्वपूर्ण है। इस प्रकार, विपणन मिश्रण में सभी पूर्वधारणाओं में, मूल्य निर्धारण निर्णय लेना सबसे कठिन होता है। इसके पीछे तर्क मांग की मौसमीता और उत्पाद की खराब होने की क्षमता है। एक टूर पैकेज की कीमत बाजार में उसके जीवन का निर्धारण करती है इस प्रकार, एक टूर प्लानर को पैकेज टूर की कीमत निर्धारित करते समय मूल्य जोड़ना चाहिए।

इसके अलावा, टूर कॉस्टिंग और प्राइसिंग मैनेजर को टूर ऑपरेटर की मूल्य नीतियों को प्रभावित करने वाले निम्नलिखित कारकों पर विचार करना चाहिए:

- प्रतियोगिता की सीमा (Extent of the competition)
- मनोवैज्ञानिक विचार (Psychological considerations)
- विशेष प्रचार कीमत (Special promotional price)
- उत्पाद की गुणवत्ता (Product Quality)
- उत्पाद विशिष्टता (Product distinctiveness)
- वितरण के तरीके (Methods of distributions)

उपरोक्त शहरों के कारकों को ध्यान में रखते हुए, एक टूर ऑपरेटर निम्नलिखित को लागू करता है:

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- ग्राहकों को खींच लेने वाली बहुत कम कीमतें (Penetration pricing)
- स्किमिंग मूल्य निर्धारण (Skirnming pricing)
- वापसी मूल्य निर्धारण की दर (Rate of return pricing)
- लागत से अधिक मूल्य निर्धारण (Cost plus pricing)
- बाजार उन्मुख मूल्य निर्धारण (Market - oriented pricing)
- पिछड़ा मूल्य निर्धारण (Backward pricing)

पदोन्नति (Promotion)

प्रचार गतिविधियों का उद्देश्य किसी उत्पाद या सेवा की मांग पैदा करना है। प्रचार एक व्यापक शब्द है जिसमें विज्ञापन, व्यक्तिगत बिक्री, जनसंपर्क, प्रचार और बिक्री संवर्धन, गतिविधियां शामिल हैं। टूर पैकेज बेचने के लिए यह आवश्यक है:

- ध्यान आकर्षित (attract attention)
- रुचि पैदा करें (create interest)
- बाजार बनाएँ (create market)
- इच्छा पैदा करो (create desire)

© NIMI
NOT TO BE REPUBLISHED

ट्रैवल एजेंसी और उसके कार्यों की भूमिका (Role of travel agency & its functions)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **ट्रैवल एजेंसी पर अभ्यास - भूमिका - कार्य।**

यात्रा एजेंसियां अर्थ, भूमिका (Travel Agencies Meaning, Role)

ट्रैवल एजेंसी की उत्पत्ति (Origin of travel agency): थॉमस कुक के साहसिक कार्य पेशेवर यात्रा की शुरुआत 1841 में हुई। थॉमस कुक पहले व्यक्ति थे जिन्होंने यात्रा और उससे संबंधित सेवाओं को व्यवस्थित करने और बेचने के विचार पर काम किया। डर्बीशायर का एक बैपटिस्ट उपदेशक टेम्परेंस सोसाइटी के अपने दोस्तों को लीसेस्टर से लफ़बरो तक ले जाने और उन्हें वापस लाने के लिए एक ट्रेन किराए पर लेना चाहता था। थॉमस कुक ने चुनौती स्वीकार की। कुछ सप्ताह बाद, मिडलैंड कंट्रीज रेलवे द्वारा 570 यात्रियों को ले जाया गया। प्रचार से सनसनी फैल गई और दूसरी यात्रा की व्यवस्था करनी पड़ी।

1843 में कुक 3000 बच्चों को लीसेस्टर से डर्बी ले गया। 1845 की लिवरपूल-कैंटरबरी ट्रिप एक शानदार सफलता थी। कुक ने यात्रियों को उनकी यात्रा के दौरान प्रदान किए जा सकने वाले निश्चित आवास और बुनियादी सुविधाओं के बारे में सभी संभावनाओं के बारे में सोचा। उन्होंने आवास और सुविधाओं का प्रारंभिक सर्वेक्षण किया और लिवरपूल की यात्रा की एक पुस्तिका प्रकाशित की। 1948 से 1963 तक, कुक ने एक सीजन में 5,000 पर्यटकों के साथ स्कॉटलैंड का सर्कुलर टूर किया। उन्नीसवीं शताब्दी के मध्य तक, यह एक बड़े सामाजिक समूह के लिए घर से दूर छुट्टियां बिताने के लिए प्रथागत हो गया। 1851 में, उन्हें 1851 की महान प्रदर्शनी के लिए भ्रमण ट्रेनों के संचालन का एक बड़ा अवसर प्रदान किया गया। कुक ने क्रिस्टल पैलेस से 16,500 लोगों को पहुँचाया। 1856 में, उन्होंने "महाद्वीप का ग्राउंड सर्कुलर टूर" आयोजित किया। यह दौरा इतना सफल रहा कि उसे छह सप्ताह के बाद इसे दोहराना पड़ा।

1862 में, पेरिस भ्रमण कुक का पहला पैकेज टूर था जिसमें पहले से ही परिवहन और आवास की व्यवस्था की गई थी। 1863 में कुक ने स्विट्ज़रलैंड का दौरा किया जहां होटल और रेलवे अधिकारियों ने उनके विचारों का स्वागत किया। उसके बाद, उन्होंने इटली का दौरा किया और वहां उपलब्ध पर्यटक आकर्षणों और सुविधाओं का सर्वेक्षण किया। 1860 में, कुक ने रेलवे और होटल सुविधाओं के अधिग्रहण के लिए एक कूपन प्रणाली की शुरुआत की। 1890 के दशक तक, दुनिया भर में 1,200 होटलों ने उनके कूपन स्वीकार किए। 1865 में, उन्होंने लंदन में थॉमस कुक एंड सन के नाम से अपना पहला कार्यालय स्थापित किया। बाद में, उनके बेटे ने लंदन कार्यालय का कार्यभार संभाला।

वर्ष 1880 में, जॉन मेसन कुक भारत आए और बंबई (अब मुंबई) और फिर कलकत्ता (अब कोलकाता) में अपना कार्यालय स्थापित किया। परिवहन प्रौद्योगिकी और होटल व्यवसाय में उन्नीसवीं शताब्दी की प्रगति का लाभ उठाते हुए, थॉमस कुक एंड संस ने यात्रा और पर्यटन के क्षेत्र में क्रांति ला दी। यह अब एक उद्योग था। कुक के होटल और रेल कूपन से सुसज्जित, पर्यटक एक समान कीमतों और भोजन और आवास के मानकों का आनंद ले सकते हैं। पेशेवर रूप से प्रबंधित संगठन के माध्यम से पहली बार पर्यटकों को सहज बनाया गया था। यह नया चलन था! पहले यात्री अपने भ्रमण कार्यक्रम तय करते थे और कष्ट उठाते थे। लेकिन कुक ने अपनी यात्राओं की योजना बनाने का भार अपने ऊपर ले लिया था और इन योजनाओं को अद्त कुशलता के साथ क्रियान्वित किया।

1898 में, कंपनी का प्रबंधन जॉन मेसन कुक के तीन बेटों को सौंप दिया गया। जॉन मेसन कुक की मृत्यु के समय रसोइयों के व्यवसाय में यात्रा के तीन पहलू शामिल थे। ये थे—टूर, ट्रैवल और शिफ्टिंग बेचना। द्वितीय विश्व युद्ध के बाद, ब्रिटिश सरकार ने कंपनी पर अधिकार कर लिया। 1972 में, ब्रिटिश सरकार द्वारा कंपनी को मिडलैंड बैंक कंसोर्टियम को बेच दिया गया था। कंपनी के वर्तमान में दुनिया भर में 700 कार्यालय हैं।

इस प्रकार, हम यह निष्कर्ष निकाल सकते हैं कि थॉमस कुक आधुनिक ट्रैवल एजेंसी के जनक थे।

ट्रैवल एजेंसी का विकास (Growth of travel agency): अमेरिकन एक्सप्रेस कंपनी दो सबसे बड़ी ट्रैवल एजेंसियों, थॉमस कुक एंड सन और अमेरिकन एक्सप्रेस कंपनी की शुरुआत एक ही वर्ष 1841 में हुई। उसी समय संयुक्त राज्य अमेरिका में उनका माल व्यवसाय। प्रारंभ में, हेनरी वेल्स ने एक मज़दूर के रूप में अपना व्यवसाय शुरू किया; बाद में उन्होंने अमेरिका की प्रसिद्ध कंपनी Wells Fargo की स्थापना की।

टूर बेचने के अलावा, कंपनी बैंकिंग में काम करती है। यह ट्रैवेलर्स चेक और अंतरराष्ट्रीय मुद्रा लेनदेन में काम करता है। यह विदेशी मुद्रा की खरीद और बिक्री भी करता है। कंपनी क्रेडिट कार्ड (लोकप्रिय रूप से एमेक्स कहा जाता है) में भी काम कर रही है। इन कार्डों का उपयोग पूरी दुनिया में किया जाता है और CC धारक अंतरराष्ट्रीय हवाई टिकट खरीद सकता है, होटल के बिलों का भुगतान कर सकता है और अन्य चीजें खरीद सकता है जो उसके लिए दिलचस्प हैं। कंपनी अपने ग्राहकों को जीवन बीमा और सामान्य बीमा की सुविधाएं भी देती है।

ट्रैवल एजेंसी के कार्य गतिविधियों के दायरे पर निर्भर करते हैं और इसके आकार और स्थान पर भी निर्भर करते हैं।

एक ट्रैवल एजेंसी के कार्य (Functions of a travel agency)

ट्रैवल एजेंसी के कुछ प्रमुख कार्य इस प्रकार हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

टूर पैकेजों का विपणन और प्रचार (Marketing and promotion of tour packages)

आज के अत्यधिक प्रतिस्पर्धी बाजारों में सफल होने के लिए ट्रैवल एजेंसियां निम्नलिखित तरीकों से खुद को बढ़ावा देती हैं:

- स्थानीय और क्षेत्रीय समाचार पत्रों में विज्ञापन, जो संभावित ग्राहकों द्वारा पढ़े जाते हैं।
- यात्रा व्यापार से संबंधित पत्रिकाओं में विज्ञापन, जैसे ट्रैव टॉक, गो नाउ, व्हेयर, ट्रैवल और टूरिज्म आदि
- ग्राहकों को समाचार पत्रों के माध्यम से लीफलेट और छोटे ब्रोशर जैसी मुद्रित सामग्री की आपूर्ति।
- ग्राहकों के ई-मेल खातों में ई-मेल संदेशों का प्रेषण।
- नेट के माध्यम से ग्राहकों के सेल्युलर फोन और पाम-टॉप नोटबुक पर SMS और MMS संदेशों का प्रेषण।
- उन ग्राहकों को पत्र (विशिष्ट प्रस्तावों के साथ) जो पहले से ही ट्रैवल एजेंसी की सेवाओं का लाभ उठा चुके हैं।
- टेलीफोनिक विपणन गतिविधियां; ऐसी गतिविधियों के लिए, एक अच्छी दिखने वाली अच्छी पोशाक वाली महिला को एजेंसी के कार्यालय से संभावित ग्राहकों को बुलाने के लिए कहा जाता है। यदि ग्राहक इच्छुक होता है, तो उसे ट्रैवल एजेंसी के कार्यालय में बुलाया जाता है और टूर पैकेज एक वरिष्ठ विपणन अधिकारी द्वारा उसे बेचा जाता है।
- व्यक्तिगत बिक्री प्रयास; _ये महानगरों की बड़ी ट्रैवल एजेंसियों द्वारा कॉर्पोरेट ग्राहकों, अमीर व्यापारियों और बहुराष्ट्रीय कंपनियों को टूर पैकेज बेचने के लिए किए जाते हैं।
- यात्रा और पर्यटन उद्योग से संबंधित मेलों में भागीदारी।

PoP सामग्री जो ट्रैवल एजेंसी के कार्यालय के स्वागत कक्ष में रखे रैक में प्रदर्शित की जाती है। संभावित ग्राहक (और यहां तक कि मौजूदा वाले भी) कार्यालय में आते हैं, पत्रक चुनते हैं (जो विभिन्न टूर पैकेजों का वर्णन करते हैं) और ट्रैवल एजेंसी के मार्केटिंग एक्जीक्यूटिव के साथ तौर-तरीकों पर चर्चा करने के बाद निर्णय लेते हैं।

Sub voce : ट्रैवेल एजेंसी बुनियादी यात्रा और पर्यटन सेवाओं के निर्माता के साथ समन्वय करती है। वास्तव में, यह ऐसे उत्पादकों के साथ नियमित रूप से संपर्क में रहता है। इन उत्पादकों की नीतियों और विभिन्न पैकेजों (सेवाओं और उत्पादों) को ट्रैवल एजेंसी द्वारा समय-समय पर अपने स्वयं के प्रचार, अभियानों में भी प्रचारित किया जाता है। इस प्रकार, ट्रैवल एजेंसी उन उत्पादकों के व्यावसायिक हितों का प्रतिनिधित्व करती है जिनके उत्पादों और/या सेवाओं को वह लक्षित बाजार में बेचने का इरादा रखती है।

यात्रा सूचना का प्रावधान (Provision of travel information)

जब ग्राहक या संभावित ग्राहक ट्रैवल एजेंसी के कार्यालय में आता है, तो वह ऐसी जानकारी मांगता है जो उसे यात्रा करने में मदद करे। ट्रैवल एजेंसियां अपने ग्राहकों को यात्रा के बारे में आवश्यक जानकारी प्रदान करती हैं। यह कार्य कार्यालय जैसे सुविधाजनक स्थान पर किया जाता है जहाँ पर्यटक जानकारी प्राप्त कर सकता है। ट्रैवल एजेंट को विभिन्न ट्रैवल प्लान की जानकारी होती है। वह यात्रा और भ्रमण कार्यक्रमों के बारे में अद्यतन और सटीक जानकारी देने की स्थिति में होना चाहिए। ट्रैवल एजेंट इस उद्देश्य के लिए एक मार्केटिंग एक्जीक्यूटिव को भी नियुक्त कर सकता है जो यात्रा व्यापार के बारे में सभी विवरण जानता है। ट्रैवल एजेंट को पर्यटकों और यात्रियों की जरूरतों और हितों के बारे में पता होना चाहिए। विदेशी भाषाओं का ज्ञान आवश्यक है लेकिन एक मार्केटिंग एक्जीक्यूटिव या सेल्स एक्जीक्यूटिव को ग्राहक के साथ उसकी भाषा में संवाद करना चाहिए। अच्छे परिणाम प्राप्त करने के लिए, संचार सटीक, प्रभावी और सशक्त होना चाहिए।

सेवाओं के प्रदाताओं के साथ समन्वय (Coordination with providers of services)

ट्रैवल एजेंट ग्राहकों को सेवाएं प्रदान करने का वादा करते हैं और प्रदान की गई सेवाओं के बदले पैसे लेकर ग्राहकों को बेचते भी हैं। वे ऐसा सेवा प्रदाताओं की ओर से करते हैं क्योंकि वे ऐसी सेवाएं प्रदान करने की प्रक्रिया में शामिल नहीं होते हैं। इसलिए, प्रक्रिया को वादा करने वाले ट्रैवल एजेंट और वास्तव में वादा की गई सेवाएं प्रदान करने वाले सेवा प्रदाता के बीच कुशल समन्वय की आवश्यकता होती है। उनके बीच कानूनी अनुबंध होने चाहिए ताकि निष्पादन चरण के दौरान एक ट्रैवल एजेंसी बिना किसी भ्रम और अराजकता के सेवाओं को बेचने में सक्षम हो सके। इस तरह के सेवा प्रदाताओं में परिवहन कंपनियां, होटल मालिक, भूतल परिवहन के प्रदाता जैसे टैक्सी या होटल से आने-जाने के लिए कोच और पर्यटन स्थलों में शामिल फर्म शामिल हैं। दुनिया भर में उपस्थिति वाली एक बड़ी ट्रैवल एजेंसी में, संपर्क कार्य में सेवा प्रदाताओं के साथ बहुत अधिक समन्वय शामिल होता है।

पर्यटन की योजना और लागत (Planning and costing of tours)

अपने संभावित ग्राहक के लिए दौरे की योजना बनाने से पहले, ट्रैवल एजेंट को निम्नलिखित प्रश्नों का उत्तर देना चाहिए:

- संभावित खरीदार कौन हैं और वे कहां रहते हैं?
- उनकी पसंद और नापसंद क्या हैं?
- उनकी यात्रा के उद्देश्य और रुचियां क्या हैं?
- वे कहाँ खरीदना पसंद करते हैं? .
- उनकी परिवहन प्राथमिकताएं क्या हैं?
- उनकी मनोरंजन प्राथमिकताएं क्या हैं?
- क्या वे व्यवसाय को भ्रमण के साथ मिलाएंगे?
- उनके बजट क्या हैं?
- यदि वे अपने परिवार, बड़ों, विकलांग बच्चों आदि के साथ यात्रा कर रहे हैं तो उनकी विशेष प्राथमिकताएं क्या हैं?
- `क्या वे एजेंसी के नियमित ग्राहक होंगे?
- वे अपनी यात्रा कार्यक्रम कब शुरू करना चाहेंगे?
- वे इस तरह के यात्रा कार्यक्रम कब समाप्त करना चाहेंगे?

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

आज का खरीदार सनकी और उधम मचाने वाला है। एक ट्रैवल एजेंसी उसकी जरूरतों और बजट को समझने के बाद उसके दौरे की योजना बनाती है। ट्रैवल एजेंट या ट्रैवल एजेंसी का एक्जीक्यूटिव अपनी जरूरतों के अनुसार टूर ऑपरेटरों, ट्रांसपोर्टरों, एयरलाइंस, होटल मालिकों आदि के साथ समन्वय करता है। फिर, वह एक योजना बनाता है और दौरे के लिए लागत अभ्यास करता है। वह उसे कम से कम लागत में सर्वोत्तम सुविधाएं प्रदान करने की कोशिश करता है। यदि नियोजित किया जाने वाला दौरा एक विदेशी दौरा है, तो ट्रैवल एजेंट के कर्तव्य कठिन हैं। वह एयरलाइन टिकट की व्यवस्था करता है, वीजा के लिए पासपोर्ट पर मुहर लगवाता है, अपने ग्राहक की ओर से विदेशी मुद्रा खरीदता है और व्यापक (और सटीक) यात्रा कार्यक्रम तैयार करता है। इसलिए, यात्रा द्वारा व्यवस्थित दौरे।

© NIMI
NOT TO BE REPUBLISHED

विभिन्न स्थानों में परिवहन का तरीका (Mode of transportation in different locations)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **विभिन्न स्थानों में परिवहन के मोड पर अभ्यास।**

पर्यटन में परिवहन की भूमिका (Role of transportation in tourism)

सारांश (Abstract): पर्यटन को ध्यान में रखे बिना परिवहन और यात्रा पर चर्चा की जा सकती है, लेकिन यात्रा के बिना पर्यटन का विकास नहीं हो सकता। परिवहन पर्यटन उद्योग का एक अभिन्न अंग है। यह काफी हद तक परिवहन के सुधार के कारण है कि पर्यटन का विस्तार हुआ है। पारिस्थितिकी पर प्रभाव, गंतव्य स्थलों का क्षरण, पर्यटक अनुभव और अर्थव्यवस्था ने संसाधनों के बेहतर प्रबंधन की मांग की है। जैव विविधता समृद्ध क्षेत्रों में, बेहतर बुनियादी ढांचे और सेवा के माध्यम से संवेदनशील और नाजुक क्षेत्रों को खोलना उस स्थान की पारिस्थितिकी के लिए हानिकारक साबित हो सकता है। ऐसे मुद्दों के आलोक में, इन जैसे क्षेत्रों में परिवहन की भूमिका पर पुनर्विचार करना महत्वपूर्ण है। हालांकि स्थिरता सुनिश्चित करने के लिए गंतव्य के घटकों की सावधानीपूर्वक योजना बनाई जाती है, इस प्रक्रिया में परिवहन पर शायद ही कभी विचार किया जाता है और इस वजह से आसान पहुंच के कारण कई जैव विविधता समृद्ध क्षेत्रों को नष्ट कर दिया गया है।

1 परिचय (Introduction)

प्राकृतिक आकर्षण और पर्यटन प्रबंधन की स्थिति वर्षों से अधिक शोध का केंद्र रही है। पर्यटन प्राकृतिक पर्यावरण के सभी पहलुओं को प्रभावित करता है। "पर्यावरणीय अंतर-संबंधों ... विशेष रूप से पारिस्थितिक रूप से संवेदनशील क्षेत्रों जैसे कि छोटे द्वीपों, रीफ्स, रेगिस्तानी ओसेस और उष्णकटिबंधीय आवासों" का अध्ययन करने की आवश्यकता है क्योंकि ये क्षेत्र अक्सर "सबसे बड़ी पर्यटन क्षमता" (Inskeep, 1987, P 120) प्रदान करते हैं। प्रभाव की डिग्री पर्यटकों की संख्या, पर्यटन, समय, पर्यटन में बदलते फैशन, और स्वयं पर्यटन की परिवर्तनकारी प्रकृति (बम्स एंड एसोसिएट्स, 1989) द्वारा उत्पन्न दबाव के लिए पारिस्थितिकी तंत्र की लचीलापन के अनुसार भिन्न होती है।

परिवहन विभिन्न गंतव्यों और फेरी लोगों, वस्तुओं और सेवाओं को जोड़ता है। पर्यटन यात्रा के बारे में है; और इसके संचालन में परिवहन की भूमिका महत्वपूर्ण है। यह काफी हद तक परिवहन के सुधार के कारण है कि पर्यटन का विस्तार हुआ है। उड़ान के आगमन ने दुनिया को छोटा कर दिया है, और मोटर वाहन ने कहीं भी यात्रा करना संभव बना दिया है। बदलते कार्य पैटर्न और अभिनव विपणन के साथ इस वास्तविकता ने वर्षों से अंतर्राष्ट्रीय जन पर्यटन को प्रेरित किया है।

कल्पन (1987, p 546) ने परिवहन के साधनों और प्रबंधन को "अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन प्रणाली के महत्वपूर्ण अवयवों" के रूप में पहचाना, यह स्वीकार करते हुए कि संचालन के साथ-साथ ईंधन जैसी सहायक सेवाओं की उपलब्धता के लिए हवा, समुद्र और भूमि के माध्यम से जुड़ाव आवश्यक है। जैसे कि स्टेशनों, ऑटो मरम्मत, मोटल और भूमि यात्रा के लिए आराम की सुविधा।

परिवहन अध्ययन के लिए पूर्वी एशिया सोसायटी की कार्यवाही, Vol. 5, pp. 1767 - 1777,2005

परिवहन में अग्रिमों ने व्यापक रूप से यात्रा को आसान बना दिया है। इसका श्रेय आधुनिक परिवहन की आसानी और पहुंच को दिया जाता है जिसने संयुक्त राज्य अमेरिका और विदेशों में प्रकृति पर्यटन के व्यापक विकास को बढ़ावा दिया है (Honey, 1999)। जो कभी दूर-दराज के क्षेत्र हुआ करते थे, वहां आगंतुकों की संख्या में वृद्धि के परिणामस्वरूप संसाधनों का क्षरण और क्षति हुई है, जिससे अभ्यास में परिवहन की भूमिका का पुनर्मूल्यांकन करने की आवश्यकता हुई है। पर्यटन विकास के प्रभावों में मिट्टी का कटाव या संघनन, सड़कों और पर्यटन सुविधाओं के लिए रास्ता देने के लिए वनस्पति की निकासी, ऑफ-रोड वाहनों का मनोरंजन उपयोग, ट्रेल बाइक, स्नोमोबाइल्स, घोड़े और यहां तक कि पैदल चलने वालों (Buckley, 1996) को रौंदना शामिल है। संवेदनशील क्षेत्रों की सावधानीपूर्वक योजना जिसमें सुविधाओं और पर्यटन गतिविधियों के लिए क्षेत्रों का निर्धारण करने और प्राकृतिक क्षेत्रों की रक्षा करने और विकास को हतोत्साहित करने के लिए ज़ोनिंग का उपयोग शामिल है, और सड़कों, लंबी पैदल यात्रा और सवारी ट्रेल्स की योजना को प्राकृतिक पर्यावरण में एकीकृत किया जाना चाहिए (Inskeep,1987)

2 पर्यटन में परिवहन (Transportation in tourism)

क्रोल (1995, p l) अपनी आलोचना में व्यापक थे जिसे उन्होंने "पर्यटन का भूत" कहा था, जिसे वे धीरे-धीरे प्राचीन प्राकृतिक परिदृश्यों, विचित्र समुदायों को बर्बाद करने के साथ-साथ हवा और पानी को प्रदूषित करने, संस्कृतियों को तुच्छ बनाने और जीवन को कम करने वाले के रूप में देखते हैं। इस ग्रह पर। वह दोष खराब या आगंतुक प्रबंधन की कमी और गंतव्य क्षेत्र की पहुंच के स्तर पर डालता है। पहुंच और पर्यटन गतिविधियों ने बाधाओं को तोड़ दिया है और परिवहन की उपलब्धता के साथ कुछ दूर के स्वर्ग के आक्रामक विपणन के माध्यम से आगंतुकों के लिए पूर्व में ऑफ-ट्रैक क्षेत्रों को खोल दिया है।

पर्यटन में परिवहन को अक्सर पर्यटन प्रणाली के हिस्से के रूप में देखा जाता है जो पर्यटकों को गंतव्य तक लाने के लिए प्रभारी होता है, यात्रा की अवधि समाप्त होने के बाद जगह के चारों ओर घूमने और इसे छोड़ने का साधन पेज और लम्सडन (2004) का तर्क है कि एक पर्यटन स्थल की परिवहन प्रणाली का पर्यटन अनुभव पर प्रभाव पड़ता है जो बताता है कि लोग कैसे यात्रा करते हैं और वे छुट्टी, गंतव्य और परिवहन के विभिन्न रूपों का चयन क्यों करते हैं। परिवहन साधनों में सुधार और कम किराए ने उन

© NIMI Not To Be Republished

क्षेत्रों की पहुंच में वृद्धि की है जिन्हें एक बार रास्ते से हटकर माना जाता था। पर्यटन स्थलों तक पहुंच स्थल की प्रकृति, बुनियादी ढांचे की स्थिति और सार्वजनिक परिवहन प्रणाली की दक्षता के अनुसार अलग-अलग होती है।

OECD (1988 जैसा कि बटन, 1993 में उद्त किया गया है) पर्यावरण पर परिवहन के प्रमुख प्रभावों को रेखांकित करने वाली एक टेबल के साथ सामने आया। भूमि परिवहन के लिए, रेल और सड़कें वन्य जीवन और आवास को प्रभावित करती हैं जब ये प्राकृतिक क्षेत्रों से गुजरते हैं, अन्यथा सन्निहित मैदान में विभाजन बनाते हैं। सड़क और हवाई परिवहन से होने वाले उत्सर्जन ग्रीनहाउस गैसों के सामान्य स्रोत हैं और औद्योगीकरण ने स्रोतों को कम करने में ज्यादा मदद नहीं की है। "परिवहन क्षेत्र दुनिया के प्राथमिक ऊर्जा उपयोग के एक चौथाई से अधिक और विश्व तेल खपत के लगभग 54 प्रतिशत के लिए जिम्मेदार है" (Peters, 2000, p 110) वायु और ध्वनि प्रदूषण विमानों, मोटर वाहनों, निर्माण, ओवरहेड केबल कारों से इंजन के शोर के साथ-साथ मानव आवाज और पैदल चलने (Buckley, 1996) के लिए जिम्मेदार है।

2.1 एक्सेस और मोड्स (Access and Modes)

पर्यटन और पहुंच को गंतव्य के क्षरण के स्तर से जोड़ा जा सकता है। इससे उत्पन्न होने वाले मुद्दों में वहन क्षमता की अवधारणा, प्रति व्यक्ति प्रभाव और आगंतुक 1768 परिवहन अध्ययन के लिए पूर्वी एशिया सोसायटी की कार्यवाही, Vol. 5, pp. 1767 -1777,2005 प्रबंधन शामिल हैं। इन मुद्दों को कैसे प्रबंधित किया जाता है यह ऑपरेटर, समुदाय और साथ ही सरकार द्वारा वकालत किए जा रहे पर्यटन के प्रकार को दर्शाता है।

अभिगम्यता किसी गंतव्य को बना या बिगाड़ सकती है। यहाँ तर्क की दो धाराएँ हैं: एक में आगंतुकों की संख्या शामिल है और दूसरी में प्रति व्यक्ति आगंतुकों की संख्या शामिल है। पहला तर्क है कि बहुत अधिक पहुंच लोगों की एक बड़ी संख्या में लाती है जो गिरावट के स्तर को बढ़ा सकती है, अनुभव को कम कर सकती है और संसाधनों की प्राकृतिक स्थिति को प्रभावित कर सकती है। दूसरा तर्क आगंतुकों के मेजबान आबादी के अनुपात और निर्मित प्रभावों के स्तर और प्रकार पर विचार करता है।

वहन क्षमता के मुद्दे पर, Inskeep (1987) इस तथ्य को स्वीकार करता है कि छोटे द्वीप, शुष्क और तटीय भूमि, चट्टानें, पहाड़ और झील जैसे क्षेत्र पर्यटकों के अति प्रयोग और अतिविकास के लिए असुरक्षित हैं और प्रस्ताव करते हैं कि वहन क्षमता व्यापक का एक हिस्सा होना चाहिए। क्षेत्रीय और साइट-विशिष्ट विश्लेषण और योजना प्रक्रिया और "पर्यटन की स्वीकार्यता के आधार पर क्षमता और पर्यावरणीय गिरावट पर आधारित क्षमता के बीच अंतर करना महत्वपूर्ण है क्योंकि दोनों समान नहीं हो सकते हैं" (Inskeep, 1987, पृष्ठ 121)

फेनेल (2003) और हनी (1999) ने इक्वाडोर में गैलापागोस द्वीप समूह के अनुभव का हवाला दिया, जिसमें पहुंच में वृद्धि ने समस्याओं की एक श्रृंखला शुरू की: 1970 के दशक में द्वीपों तक पहुंच इक्वाडोर के ग्वायाकिल में मुख्य बंदरगाह से मालवाहक जहाजों के माध्यम से थी, जो द्वीपों पर चलती थी। हर तीन महीने या इसके बाद, लेकिन एक प्रकृति परिक्षेत्र के रूप में द्वीपों की बढ़ती लोकप्रियता ने नौका विहार व्यवसाय को 70 के दशक की शुरुआत में सिर्फ पांच छोटी नावों से 1980 तक बयालीस तक फैलाने के लिए प्रेरित किया; और जब बाल्ट्रा पर संयुक्त राज्य अमेरिका के सैन्य अड्डे ने नियमित वाणिज्यिक एयरलाइनों को समायोजित किया, तो आगंतुकों की संख्या तेजी से अस्थिर अनुपात में बढ़ गई क्योंकि ट्रेल्स पर भीड़ और आगंतुक आंदोलन की निगरानी योग्य गाइडों की कमी के साथ अक्षम हो गई। अप्रवासन में वृद्धि हुई क्योंकि उच्च भुगतान वाली नौकरियां हाथ में थीं जिसके कारण बकरियों और चूहों जैसी नई प्रजातियों की शुरुआत हुई, जो बदले में द्वीप के लिए स्थानिक प्रजातियों को खतरे में डाल दिया (हनी, 1999)।

आगंतुकों और मेजबान आबादी के अनुपात को उस स्तर पर रखा जाना चाहिए जहां समुदाय आगंतुकों के प्रवाह के स्तर के साथ सहज हो और संसाधनों के संबंध में कोई संघर्ष न हो। कई शोधों में उन क्षेत्रों की समस्याओं को शामिल किया गया है जिनमें स्थानीय समुदाय को उनके क्षेत्र में पर्यटन विकास द्वारा अलग-थलग कर दिया गया है। इससे भी बदतर, समुद्र तटों का उपयोग करने से प्रतिबंधित होने के अलावा, क्योंकि ये होटल के मेहमानों के विशेष उपयोग के लिए हैं, अक्सर स्थानीय लोगों को बिजली और पानी की कमी का सामना करना पड़ता है ताकि होटलों में हर समय एयर कंडीशनिंग और चलने वाला पानी हो।

आगंतुकों की संख्या में वृद्धि का मतलब बहुत सी चीजें हैं: सड़कों और पगडंडियों पर भीड़भाड़, प्रदूषण स्तर में वृद्धि (शोर और हवा दोनों), अधिक कचरा, वृद्धि का समर्थन करने के लिए अपर्याप्त बुनियादी ढांचा, साथ ही साथ पर्यावरण पर प्रभाव और वन्यजीव। कोस्टा रिका में मोंटेवेर्डे क्लाउड फ़ॉरेस्ट रिज़र्व में गोल्डन टॉड का गायब होना एक ऐसा मामला है जहां 1987 में संख्या 1,500 से गिरकर दो साल के भीतर लगभग शून्य हो गई, इस क्षेत्र के पर्यटन में वृद्धि (हनी, 1999) को जिम्मेदार ठहराया गया है।

Independent Digital (UK) Ltd. (2004) ने एक लेख चलाया कि कैसे "सस्ती उड़ानें और पर्यावरण के साथ आकर्षण" ने प्राकृतिक क्षेत्रों के क्षरण में योगदान दिया है। हवाई जहाज़ पर चढ़ना और दिन के भीतर अपने गंतव्य तक पहुंचना इतना आसान है, सस्ते दामों में कारक और एक गंतव्य क्षेत्र तुरंत आगंतुकों से भर जाता है। 171)9

परिवहन अध्ययन के लिए पूर्वी एशिया सोसायटी की कार्यवाही, Vol. 5, pp. 1767 - 1777,20055

हम जो मोड चुनते हैं और हम कैसे यात्रा करते हैं, वे हमारी जागरूकता के स्तर के संकेतक हैं। कुछ टूर ऑपरेटर अपने ग्राहकों को विकल्प देते हैं जबकि अन्य उन्हें केवल एक समूह में रखते हैं ताकि किसी सौदे का सर्वोत्तम लाभ उठाया जा सके। जैसा कि पहले तर्क दिया गया था, प्रकृति के संरक्षण को ध्यान में रखते हुए स्थानों तक पहुंच व्यवस्थित रूप से विकसित या नियोजित होगी। और पर्यावरण पर परिवहन का प्रभाव वर्षों से एक मुद्दा रहा है। क्योटो प्रोटोकॉल को औद्योगिक देशों को उत्सर्जन कम करने के लिए मजबूर करने के साधन के रूप में देखा जाता है, फिर भी इसे अभी भी इसके लायक साबित करना है।

जैसा कि अर्थशास्त्र से संबंधित तर्कों के साथ है, Ozbay, K. et al. (2003) ने सिद्धांत दिया कि एक विश्वसनीय और कुशल परिवहन अवसंरचना का होना किसी क्षेत्र के आर्थिक कल्याण का एक महत्वपूर्ण

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

कारक है। उन्होंने ट्रांसपोर्ट नेटवर्क के प्रदर्शन की जांच करने के लिए हैनसेन (1959), इनग्राम (1971) और ब्लैक और कॉनरॉय (1977) जैसे कई एक्सेसिबिलिटी इंडेक्स का उपयोग किया और इस निष्कर्ष पर पहुंचे कि अच्छी पहुंच वाला क्षेत्र कुशल संचालन सुनिश्चित करता है। विनिर्माण, खुदरा, श्रम और आवास बाजारों की। आर्थिक सफलता और पहुंच के बीच का संबंध इस अर्थ में तार्किक है कि वस्तुओं और सेवाओं का प्रवाह अबाधित है। स्थिर नकदी प्रवाह के लिए पर्यावरण का त्याग करने को तैयार सरकारों द्वारा इस तर्क का दुरुपयोग किया जा सकता है। स्थिरता और आर्थिक मुद्दों का सवाल फिर से तस्वीर में आ गया है।

2.2 दिन यात्राएं और ऑटोमोबाइल (Day Trips and the Automobile)

पर्यटन में ऑटोमोबाइल के प्रभाव को दिन की ट्रिप और अवकाश यात्रा की बढ़ती संख्या में देखा जा सकता है। ग्रामीण इलाकों की अधिकांश यात्राएं आम हैं और अधिकांश ऑटोमोबाइल का उपयोग करते हैं, जो संसाधनों पर अपना टोल ले सकते हैं। नेल्सन और वाल (1986) ने वैंकूवर द्वीप के बदलते परिवहन नेटवर्क के संबंधों की जांच की और राजोटे (1972) और लुंडग्रेन (1982) की टिप्पणियों की पुष्टि की कि स्थापित पर्यटन स्थलों का महत्व तब कम हो जाता है जब एक अधिक सुलभ गंतव्य कहीं और खुल जाता है। यह ऑटोमोबाइल का व्यापक उपयोग था जिसने वैंकूवर द्वीप पर परिवर्तन की शुरुआत की, यहां तक कि तटीय लाइनर्स और यात्री ट्रेनों ने भी इस प्रतियोगिता को प्रस्तुत किया।

पर्यावरण पर दिन के पर्यटन के प्रभावों पर कैपिनेरी और स्पिनेली द्वारा किए गए एक अध्ययन में, वे तीन प्रकार के बफ़र्स की पहचान करने में सक्षम थे, जो इस बात से मेल खाते हैं कि कैसे पर्यटक आबादी एक रिसॉर्ट में परिवर्तित हो जाती है, "मौजूदा नेटवर्क और कनेक्शन से प्रभावित पैटर्न के साथ।" अंतर्देशीय" (कैपिनेरी और स्पिनेली, 2002, पृष्ठ 196) यह इस प्रकार है कि एक रिसॉर्ट जितना अधिक जुड़ा हुआ है, उसके आकर्षण का क्षेत्र उतना ही व्यापक है; जबकि छोटे बफ़र्स के पास परिवहन नेटवर्क की कमी के कारण सीमित जलग्रहण क्षेत्र है। परिणामी पैटर्न का उपयोग उन क्षेत्रों की पहचान करने के लिए किया गया था जहां यातायात प्रबंधन प्रणाली को नियोजित किया जाना चाहिए।

2.3 परिवहन रणनीतियाँ (Transport Strategies)

परिवहन रणनीतियाँ व्यवसाय में उन लोगों के मूल्यों को दर्शाती हैं। फैरेल और रुनयान (1991, पृष्ठ 31) में, विभिन्न परिवहन-पर्यटन प्रबंधन दृष्टिकोण सुझाए गए हैं: एक है "अधिक गहन उपयोग की सुविधा के लिए यातायात को पक्का करना, बाड़ लगाना, प्रतिबंधित करना या यातायात को निर्देशित करना या अन्य तरीकों से संसाधन को 'कठोर' करना"; अन्य में भूमि उपयोग का विनियमन, साइट की प्रकृति पर निर्भर पहुंच को सीमित/प्रतिबंधित करना शामिल है, मूल्य निर्धारण भी एक बहुत ही विवादित विकल्प है, और निजी-सार्वजनिक परिवहन लिंकेज, गति सीमा, समूह आकार और विशेषताओं जैसे आगंतुक यातायात प्रबंधन योजनाओं का उपयोग, और मार्केटिंग चूंकि परिवहन एक व्युत्पन्न मांग है तो 1770 परिवहन अध्ययन के लिए पूर्वी एशिया सोसायटी की कार्यवाही, Vol. 5, pp. 1767 - 1777,2005 लक्षित आबादी को जानने से कुछ क्षेत्रों के लिए परिवहन के सबसे उपयुक्त साधनों को निर्धारित करने में काफी मदद मिलेगी।

परिवहन प्रबंधन में उपयोग की जाने वाली एक अन्य रणनीति में स्थान, पैमाने, घनत्व और गतिविधियों के डिजाइन को विनियमित करके भूमि उपयोग नीतियों का निर्माण शामिल है, जिनका यातायात प्रवाह पर प्रभाव पड़ता है। इसका उपयोग संतुलित यात्री मांग बनाने के लिए सार्वजनिक परिवहन प्रणाली की जरूरतों के आसपास शहरी विकास को समायोजित करने के लिए भी किया जा सकता है। गैर-मोटर चालित और सार्वजनिक परिवहन को बढ़ावा देने पर जोर दिया जाता है और निर्णय लेने और परिवहन के नकारात्मक प्रभावों को कम करने में उपयोगकर्ताओं की भागीदारी को प्रोत्साहित किया जाता है। हालांकि भूमि-उपयोग योजना अकेले अस्थिर परिवहन पैटर्न को हल नहीं कर सकती है, यह अनावश्यक यात्राओं की संख्या को कम करने में मदद कर सकती है, गतिविधि के विखंडन को रोक सकती है और परिवहन के अन्य पर्यावरण-अनुकूल साधनों के लिए अवसर प्रदान कर सकती है (हेराला, 2003)

अंत में, पर्यटन स्थिरता और परिवहन के मुद्दे पर ध्यान दिया जा सकता है जब उन आकर्षणों तक पहुंच जो पर्यटन स्थलों को अपनी अपील देते हैं या तो सीमा से बाहर या सीमित हैं (Ayala, 1996) किसी साइट को संरक्षित करने के लिए पर्यटकों के आवास न होने के कारण बहुत अधिक तनाव के कारण पुनर्वास की आवश्यकता से कारण भिन्न होते हैं। मोफोर्थ और मंट (1998) बताते हैं कि मोटर चालित वाहनों को अब प्रकृति क्षेत्रों में प्रतिबंधित किया जा रहा है। तथ्य यह है कि ऑटोमोबाइल परिवहन के सबसे अस्थिर साधनों में से एक है, यह कदम वास्तव में अच्छी खबर है। उच्च स्तर के कार स्वामित्व और उपयोग वाले देशों के लिए, यह स्वतंत्रता और अधिकारों के संबंध में एक मुद्दा हो सकता है। हालांकि यह मुद्दा तीसरी दुनिया के देशों (टीडब्ल्यूसी) में ज्यादा चिंता का विषय नहीं हो सकता है, विशेष मामले जैसे "राजमार्ग ... पनामा सिटी में मेट्रोपॉलिटन नेशनल पार्क के माध्यम से बनाया गया है, [जो] सीमाओं के भीतर उष्णकटिबंधीय वर्षावन का सबसे बड़ा क्षेत्र है। एक शहर का" और पूर्वी अफ्रीका में वन्यजीव सफारी वाहनों का उपयोग जांच के लायक है (माउफोर्थ और मंट, 1998, पृष्ठ 118)। अंतिम विश्लेषण में, यह है कि लोग कैसे यात्रा करते हैं, कैसे गंतव्यों को पैक किया जा रहा है, और इकोटूरिज्म पर सरकारों का रुख जैसा कि विनियमों से परिलक्षित होता है, जो स्थिरता के स्तर को निर्धारित करने में महत्वपूर्ण हैं।

3 योजना के मुद्दे (Planning issues)

गंतव्य स्थलों के रूप में प्राकृतिक क्षेत्रों की योजना में परिवहन जो भूमिका निभाता है, उसमें विभिन्न खिलाड़ी शामिल होते हैं और समुदाय की जरूरतों पर विचार किया जाता है। परिवहन कभी-कभी वांछित पर्यटन विकास को प्रोत्साहित नहीं करता है और इसलिए यदि गंतव्य की विकास प्रक्रिया को समझना है तो गंतव्य विकास में परिवहन की केंद्रीय स्थिति को समझना महत्वपूर्ण है।

3.1 पर्यटक (The Tourists)

वास्तविकता यह है कि गंतव्य स्थलों के रूप में प्राकृतिक क्षेत्रों की मांग में

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

वृद्धि हुई है, जबकि पर्यटन में वृद्धि के कारण प्राकृतिक क्षेत्रों की गुणवत्ता और मात्रा में उल्लेखनीय गिरावट आई है। पर्यटन आंदोलन के विश्लेषण से पता चलता है कि यह मौसमी की अवधारणा पर आधारित है: पसंदीदा जलवायु, स्थान और त्योहारों और इसी तरह की गतिविधियों की समय-सारणी (बम्स एंड एसोसिएट्स, 1989)। जिस प्रकार के पर्यटकों की देखभाल की जा रही है और उनकी गतिविधियों का पर्यावरण पर क्या प्रभाव पड़ता है, इसके बीच संबंध भी बनाया जा सकता है।

होल्डन (2000) ने स्व-आबादी वाले, नर्वस और गैर-साहसिक व्यक्तियों से बने मनोविश्लेषण की पहचान की जो उच्च स्तर के पर्यटन विकास को पसंद करते हैं; और आश्वस्त, प्रयोगात्मक और साहसी व्यक्तियों से बना आवंटन, जो परिवहन अध्ययन के लिए पूर्वी एशिया सोसायटी की 1771 कार्यवाही पसंद करते हैं, Vol. 5, pp. 1767 - 1777,2005 गैर-संस्थागत पर्यटन। ड्यूफस और डियरडेन के अध्ययन में (1990, ह्वेनगार्ड, 1994 में उद्त) वन्यजीव पर्यटकों को आंशिक रूप से भौतिक कठोरता और रुचि के स्तर के आधार पर वर्गीकृत किया गया था; वे ऐसे विशेषज्ञों के साथ आए जिन्हें बहुत कम बुनियादी ढांचे, व्याख्यात्मक या प्रबंधन सुविधाओं की आवश्यकता थी और जिनकी उपस्थिति मौजूदा समर्थन प्रणालियों द्वारा अवशोषित की जाती है; जबकि सामान्यवादी कम महत्वाकांक्षी थे और आम तौर पर बड़ी संख्या में आते थे, विशेष रूप से साइट के आकर्षण में रुचि नहीं रखते थे और इसलिए बुनियादी ढांचे पर बहुत अधिक निर्भर थे। सामान्यज्ञों द्वारा दौरा किए गए क्षेत्रों में उनकी उपस्थिति के अतिरिक्त दबाव के प्रभावों को ऑफसेट करने के लिए एक अच्छी प्रबंधन योजना होनी चाहिए।

आर्थिक रूप से संचालित व्यवसाय के लिए पर्यटकों के कल्याण की चिंता हमेशा प्राथमिकता रही है। अधिकांश यात्रा और पर्यटन शोधों ने इस बात पर ध्यान केंद्रित किया है कि कैसे उनकी आवश्यकताओं के लिए खानपान की व्यवस्था में सुधार किया जाए जैसे कि आसान स्थानान्तरण, सही आवास, भोजन और पेश की जाने वाली गतिविधियों के प्रकार। ऐसा लगता है कि दुनिया पर्यटकों के इर्द-गिर्द घूमती है और उद्योग में हर कोई उनकी सनक का पालन करने और उसे पूरा करने के लिए झुकता है। वर्षों के दौरान, एंथ्रोसेंट्रिक से इकोसेंट्रिक परिप्रेक्ष्य में फोकस में बदलाव को प्रोत्साहित किया गया है। नए पर्यावरणीय प्रतिमान को स्थिरता के मुद्दों और वास्तविकता से प्रेरित किया गया था कि वर्तमान विकास को "दुनिया की पर्यावरण वहन क्षमता के साथ असंगत" माना जाता है (वीवर और लॉटन, 2002, पृष्ठ 343)।

3.2 हितधारक (The Stakeholders)

पर्यटन और परिवहन के बीच स्थिरता के मुद्दे को स्थानीय सरकार, ऑपरेटरों और विभिन्न संगठनों द्वारा अलग तरह से माना जाता है। किसी योजना की सफलता के लिए यह महत्वपूर्ण और आवश्यक है कि पर्यटन रणनीति अभ्यास को अधिक टिकाऊ बनाने में हितधारकों की विभिन्न भूमिकाओं को ध्यान में रखे। ब्रोमन (1996) का मानना है कि राज्य और बाजार को ऐसे मानदंड स्थापित करने चाहिए जिनमें पर्यटन विकास राज्य और जनता दोनों के हितों की पूर्ति करेगा। गंतव्य क्षेत्रों की योजना बनाने में गैर-सरकारी संगठनों (NGOs), सामुदायिक समूहों और स्थानीय सरकार की भूमिका के महत्व पर जोर दिया गया है।

दो सौ इक्कीस इकोटूर ऑपरेटरों के एक सर्वेक्षण में दिखाया गया है कि अतिविकास, प्राचीन वातावरण की हानि, और पारंपरिक संस्कृतियों के बारे में उनकी चिंता शिक्षाविदों की तरह उत्सुक नहीं है '; लेकिन वे पर्यावरण जागरूकता में वृद्धि और उद्योग के उत्पादों और प्रथाओं में अधिक सतत विकास मूल्यों को पेश करने की आवश्यकता को पहचानते हैं (Lew, 1998)।

डूलन (1994) स्वीकार करते हैं कि टूर ऑपरेटर ईकोटूरिज़्म के यात्रा पहलू के प्रति उत्सुक हैं, यह महत्वपूर्ण है कि यात्रा की जाए। ऑपरेटरों के लिए, यह समूह पर्यटकों को गंतव्यों तक लाने से संबंधित है: पहुंच, मोड, आवास और समूह के आकार से लेकर शानदार लेकिन दूरस्थ क्षेत्रों के मुद्दों पर ध्यान दिया जाता है। दूसरी ओर, नेशनल पार्क रेंजर्स, लोगों की व्यवहार्य संख्या को देख रहे होंगे, जिन्हें साइट किसी भी समय समायोजित कर सकती है। संख्या जो संसाधनों का समर्थन कर सकती है और जानवरों की आदतों पर आगंतुकों का प्रभाव तौला जाता है। पर्यटक अपने पैसे के मूल्य, आकर्षण की गुणवत्ता और अनुभव की गहराई से अधिक चिंतित हैं।

Ceballos-Lascurain (2001) गैर-सरकारी संगठनों को पर्यटन और जैव विविधता संरक्षण के बीच की कड़ी के रूप में देखता है। वह अनुसंधान, आउटरीच और सामुदायिक सशक्तिकरण के माध्यम से जैव विविधता संरक्षण के लक्ष्यों को आगे बढ़ाने में WWF, IUCN, संरक्षण इंटरनेशनल (CI), और द नेचर कंजरवेंसी जैसे अंतर्राष्ट्रीय NGG की भूमिका का हवाला देते हैं। गैर-सरकारी संगठन यह भी पुलिस कर सकते हैं कि सरकार पर्यटन और विकास के संबंध में अपनी नीतियों पर कैसे काम कर रही है।

पर्यटन की स्थिरता देश की पर्यटन नीतियों, ऑपरेटरों के दृष्टिकोण और दृष्टि, और NGO और हिमायती समूहों की सतर्कता जैसे कारकों से जुड़ी हुई है। McKercher (1993a जैसा कि फेनेल, 2003 में उद्त किया गया है) ने चार कारणों का हवाला दिया जो स्थायी पर्यटन के पतन का कारण बन सकते हैं और जिनमें से तीन तर्क के लिए प्रासंगिक हैं। इसमें "प्राकृतिक संसाधन-निर्भर उद्योग" के रूप में पर्यटन की गैर-मान्यता शामिल है, यह वास्तविकता कि पर्यटन "चुनावी रूप से कमजोर" है और इसलिए सरकार से समर्थन पर्याप्त नहीं है, और उद्योग को चलाने के लिए "नेतृत्व की कमी" है। तीसरे बिंदु को इस तथ्य से जोड़ा जा सकता है कि पर्यटन एक अंतरराष्ट्रीय उद्योग है और प्रत्येक देश रिटर्न का एक हिस्सा प्राप्त करने की कोशिश करता है ताकि यह बेतरतीब ढंग से मुनाफे के साथ अपने पाठ्यक्रम का निर्धारण करे।

ट्रैविस (1985, पृष्ठ 98) ने इस तथ्य को स्वीकार किया कि "पर्यटन एक अंतरराष्ट्रीय स्तर पर 'व्यापार' वस्तु है।" पर्यटन वास्तव में एक वैश्विक उद्योग है जो अंतरराष्ट्रीय पर्यटकों द्वारा लाए गए विदेशी राजस्व के बदले में राष्ट्रीय सरकारों को अपने प्राकृतिक आकर्षणों का अधिकतम लाभ उठाने के लिए प्रोत्साहित करता है। सरकारी पर्यटन एजेंसियों ने अपने क्षेत्र में प्राकृतिक आकर्षणों को बढ़ावा देने के लिए अपने स्वयं के विपणन तंत्र (marketing mechanisms) बनाए हैं, जिनमें से सबसे लोकप्रिय दर्शनीय स्थलों और पसंदीदा गतिविधियों को करने के लिए कई दिनों तक प्राकृतिक क्षेत्रों की पैकेज्ड यात्राएं होंगी।

यह महत्वपूर्ण है कि निर्णय लेने में राष्ट्रीय योजना के उद्देश्यों को ध्यान में

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

रखते हुए सभी क्षेत्रों को शामिल किया जाए, विशेष रूप से जब एक पर्यटन विकास के लिए सड़कों, हवाई अड्डों, बिजली और पानी की आपूर्ति जैसे बुनियादी ढांचे की आवश्यकता होती है, क्योंकि इससे न केवल विकास बल्कि स्थानीय समुदाय पर भी प्रभाव पड़ता है। (Brohman, 1996)।

3.3 आगंतुक प्रबंधन (Visitor Management)

आगंतुकों की संख्या में वृद्धि के कारण पगडंडियों के बिगड़ने से पर्यटन के लिए क्षेत्रों के उद्घाटन को सीमित करने, कम करने या प्रतिबंधित करने के लिए विभिन्न रणनीतियों का नेतृत्व किया गया है। गंतव्य क्षेत्र पर प्रभावों को कम करने के आलोक में आगंतुकों और संसाधनों के प्रबंधन में परिवहन की भूमिका का विश्लेषण किया जाता है।

संसाधनों के प्रभावी प्रबंधन के लिए किसी साइट के संसाधनों की मात्रा निर्धारित करने के लिए एक अच्छे मापने वाले उपकरण की आवश्यकता होती है। इनस्किप (1987) का सुझाव है कि पर्यटन योजना के लिए एक आधार तैयार करने के लिए एक "संपूर्ण और व्यवस्थित पर्यावरणीय विश्लेषण" किया जाना चाहिए जिसमें साइट की वहन क्षमता शामिल हो। इस तरह से पर्यावरण की दृष्टि से महत्वपूर्ण क्षेत्रों में आगंतुकों की पहुंच को नियंत्रित किया जा सकता है, पर्यटक सुविधाओं के लिए उपयुक्त स्थलों का मानचित्रण किया जा सकता है और संवेदनशील क्षेत्रों की सुरक्षा की जा सकती है। एक और बात जो इंगित की गई है वह है पर्यटकों की स्वीकार्यता और पर्यावरण पर आधारित वहन क्षमता को परिभाषित करने का महत्व (इनस्किप, 1987) बकले (1996) का संबंध है कि आगंतुकों की संख्या और उनके व्यवहार को "दुनिया भर में कई संरक्षण भंडारों के लिए प्रमुख प्रबंधन मुद्दा" माना जाता है।

एक मजबूत सार्वजनिक परिवहन प्रणाली, उपयुक्त यातायात प्रबंधन योजनाओं का प्रयोग, और इकोटूर संचालकों के कार्यक्रमों के साथ अच्छा जुड़ाव प्रभावों को कम कर सकता है। कोलमैन (1997) ने नॉर्थ यॉर्क मूर्स नेशनल पार्क में आगंतुक यातायात के अध्ययन का उद्देश्य पार्क में कार्यरत यातायात, पर्यावरण और आगंतुक प्रबंधन प्रणाली पर आगंतुकों और निवासियों दोनों के विचार प्राप्त करना था। यह एक सबसे उपयुक्त आगंतुक यातायात प्रबंधन योजना भी तैयार करना चाहता था जो निजी वाहनों पर निर्भरता को हतोत्साहित करे और परिवहन अध्ययन के लिए पूर्वी एशिया सोसायटी की 1773 कार्यवाही, Vol. 5, pp. 1767 - 1777, 2005 सार्वजनिक परिवहन के उपयोग को प्रोत्साहित करते हैं। अध्ययन के परिणामों से, मोडल शिफ्ट को प्रोत्साहित करने के लिए, सार्वजनिक परिवहन के वर्तमान उपयोग और पर्यटकों/आगंतुकों द्वारा इसका उपयोग नहीं करने के कारणों की जानकारी आवश्यक है (कोलमैन, 1997)।

परिवहन के पर्यावरणीय प्रभावों को नियंत्रित करने के लिए कई नियामक उपकरण तैयार किए गए हैं। Acutt और Dodgson (1997) द्वारा आर्थिक नीति के उपकरणों और परिवहन संकेतकों की समीक्षा की गई थी। आर्थिक साधनों में ईंधन कर, उत्सर्जन कर, चर कार उत्पाद शुल्क कर, परिमार्जन बाउंटी, सड़क भीड़ मूल्य निर्धारण, पार्किंग शुल्क और सार्वजनिक परिवहन सब्सिडी शामिल हैं। दूसरी ओर, विनियामक उपकरणों में वाहन उपयोग प्रतिबंध, पार्किंग नियंत्रण, भूमि उपयोग योजना, वाहन शोर, उत्सर्जन स्तर, सड़क निर्माण, सुरक्षा और यातायात शांत करना शामिल है। पर्यावरण पर परिवहन के प्रभावों से निपटने के दौरान उनके अध्ययन ने सरकारों के लिए नीतिगत विकल्पों की एक विस्तृत श्रृंखला प्रदान की। आर्थिक तकनीकों को लागू करने की कठिनाई को स्वीकार किया जाता है और वे वकालत करते हैं कि "आर्थिक दृष्टिकोण नियामक के लिए एक प्रभावी पूरक हो सकता है" (एक्ट और डोडसन, 1997, पृष्ठ 33)।

4 परिवहन की भूमिका पर पुनर्विचार (Rethinking the role of transportation)

ग्राहक-प्रसन्नता उद्योग के रूप में पर्यटन उस पर्यावरण को नष्ट करने के खतरे में है जिसे वह बढ़ावा देता है। पर्यटन, जिसका जोर नाजुक और संवेदनशील क्षेत्रों पर है, को उचित स्तर के विकास, गतिविधियों के प्रकार और पहुंच की अनुमति देने के लिए गहन मूल्यांकन से गुजरना होगा। पूरी प्रक्रिया में अर्थशास्त्र की बड़ी भूमिका होती है। तीसरी दुनिया के जैव विविधता समृद्ध क्षेत्रों के लिए, आर्थिक मुद्दे इन संसाधनों पर उनकी निर्भरता के इर्द-गिर्द घूमते हैं। पर्यटन के विकास और वैकल्पिक स्थलों की खोज ने प्रकृति भंडार के लिए एक नया बाजार तैयार किया है।

प्रकृति पर्यटन को सरकारों द्वारा एक आर्थिक और संरक्षण रणनीति के रूप में माना जाता है। यह रणनीति सार्थक भी है और साथ ही खतरनाक भी क्योंकि कभी-कभी वही सरकार पर्यावरण का शोषण करने वाली विकास योजनाओं पर हस्ताक्षर करती है। लोग जिस पर्यावरण को देखने आ रहे हैं, उसकी उचित देखभाल और विकास सुनिश्चित करने के लिए विनियमन की आवश्यकता की वकालत की जाती है।

एक आर्थिक रूप से संचालित उद्योग के रूप में पर्यटन जो पर्यावरण की स्थिति से अपनी अधिकांश आय प्राप्त करता है, जब इसे स्थायी रूप से चलाया जाता है तो इससे बहुत लाभ होगा। उद्योग में सरकारों, गैर-सरकारी संगठनों और ऑपरेटरों की भूमिका संसाधनों के उचित उपयोग के लिए महत्वपूर्ण है। राष्ट्रीय विकास योजना के निर्माण में पर्यटन को शामिल करने का महत्व यह है कि संसाधनों का प्रबंधन बाकी सरकारी एजेंसियों की नीतियों के अनुरूप किया जा सकता है। यह आशा की जाती है कि गंतव्य के ज्ञान और पृष्ठभूमि को देखते हुए एक संतुलित योजना बनाई जा सकती है। अर्थशास्त्र और पर्यावरण के बीच व्यापार-नापसंद एक मुद्दा बना रहेगा क्योंकि यह शामिल समुदाय की दृष्टि, मौजूदा नीतियों और सामान्य अभ्यास जैसे चर पर निर्भर करेगा।

पर्यावरण के मुद्दे विभिन्न लोगों के लिए अलग-अलग दिखते हैं। एक के लिए जो शोषण हो सकता है वह दूसरे के लिए जीवित रहने की प्रक्रिया मात्र है। समस्या को संदर्भ में और सरकारों द्वारा निभाई जाने वाली भूमिका को देखने की आवश्यकता है। जैसा कि उल्लेख किया गया है, पर्यावरण पर सरकार का रुख उनके मूल्यों को दर्शाता है। पारिस्थितिकी और अर्थशास्त्र के बीच संतुलन बनाने की समस्या केंद्रीय मुद्दा होगा। प्रकृति पर्यटन की बढ़ती लोकप्रियता के साथ इसके बड़े पैमाने पर पर्यटन के रूप में गिरने की आशंका विचार के योग्य है, क्योंकि परिवहन में उन्नति और साधनों की उपलब्धता इसके 1774 के मुख्य कारणों में से एक हो सकती है।

परिवहन अध्ययन के लिए पूर्वी एशिया सोसायटी की कार्यवाही, Vol. 5, pp. 1767 - 1777,2005

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

अंतिम गिरावट वर्तमान में, एक गंतव्य की पहुंच और पर्यावरण की स्थिति के बीच एक लिंक खींचा जा सकता है। पर्यटकों और वाहनों के हमले के कारण विरासत स्थल, राष्ट्रीय उद्यान और ग्रामीण इलाके अस्त-व्यस्त हो गए हैं। वैकल्पिक आगंतुक प्रबंधन योजनाओं पर विचार किया जा रहा है ताकि प्रभावों को कम करने में मदद मिल सके और उस पर्यावरण को बचाया जा सके जिसे देखने के लिए लोग दूर-दूर से आ रहे हैं। अफ़सोस की बात यह है कि पर्यटकों के लिए खुले परिवहन विकल्प जरूरी नहीं कि सबसे टिकाऊ हों। जो चीज इसे और अधिक चुनौतीपूर्ण बनाती है, वह यह है कि ये गंतव्य नाजुक और संवेदनशील हैं और संरक्षण के अपने लक्ष्य को प्राप्त करने के लिए सावधानीपूर्वक योजना बनानी होगी।

भारत की परिवहन प्रणाली (Transport system of India): रेडियो कार/टैक्सी एक सार्वजनिक परिवहन वाहन है जो रेडियो संकेतों को संचालित करता है। जब भी ग्राहक रेडियो टैक्सी के हेल्पलाइन नंबर पर कॉल करता है, तो ऑपरेटर निकटतम टैक्सी का पता लगाने के लिए रेडियो सिग्नल के माध्यम से चालक से संपर्क करता है। टैक्सी निर्दिष्ट स्थान पर समय पर पहुँच जाती है। यह आधुनिक तकनीक का उपयोग करता है और समय पर प्रेषण करता है। रोजगार पाने के लिए ड्राइवर के पास बैज होना चाहिए और पुलिस विभाग द्वारा पृष्ठभूमि का सत्यापन पूरा होना चाहिए। यह पर्यटन विभाग द्वारा टैक्सी चालकों के लिए एक पूर्व अनुरोध है। अतिथि की बेहतर ट्रैकिंग और सुनिश्चित करने के लिए सभी टैक्सी GPS उपकरण से अच्छी तरह से जुड़े हुए हैं।

© NIMI
NOT TO BE REPUBLISHED

आरक्षण (हवाई परिवहन और होटल आवास)(Reservation (Air transport & hotel accommodation))

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **हवाई परिवहन और होटल आवास के लिए आरक्षण पर अभ्यास।**

एयरलाइन बुकिंग (Airline Booking)

इंटरनेट के विस्फोट के साथ, एयरलाइन आरक्षण डेस्क को उड़ान बुक करने के लिए कॉल करना अब आवश्यक नहीं है-वास्तव में, यह आपको महंगा पड़ सकता है। कई एयरलाइंस अब फोन प्रतिनिधि के माध्यम से बुक करने के लिए शुल्क ले रही हैं, ग्राहकों को या तो सीधे एयरलाइन की वेबसाइट पर, या कई एयरलाइन टिकट तुलना और वेब पर बुकिंग साइटों पर ऑनलाइन जाने के लिए प्रोत्साहित कर रही हैं। इससे कोई फर्क नहीं पड़ता कि आप अपना टिकट कैसे आरक्षित करना चाहते हैं, बुक करने से पहले टिकटों के लिए इंटरनेट ब्राउज़ करना आपके पैसे बचा सकता है।

निर्देश (Instructions)

- उस विशिष्ट उड़ान की पहचान करें जिसे आप चाहते हैं। कोई फर्क नहीं पड़ता कि आप अपने टिकट आरक्षित करने या बुक करने के लिए कौन सी विधि चुनते हैं, अगर आपको सटीक उड़ान जानकारी पता है तो प्रक्रिया तेजी से (और सस्ती होगी)। अपना टिकट खोजने के लिए इंटरनेट का उपयोग करके आप काफी पैसे बचा सकते हैं। SideStep.com, FareCompare.com या Priceline.com जैसी साइट से शुरुआत करें। इन साइटों के साथ आप बस अपनी इच्छित प्रस्थान और आगमन जानकारी दर्ज करके उन सभी एयरलाइनों की तुलना कर सकते हैं जो आपके गंतव्य के लिए उड़ान भरती हैं।
- जब आपको मनचाहा समय और कीमत पर टिकट मिल जाए, तो उसे अभी आरक्षित न करें। Farecast.live.com पर जाएं, एक ऐसी साइट जो न केवल टिकट की कीमतों की तुलना करती है, बल्कि आपके प्रस्थान से पहले टिकट की कीमतों में गिरावट या वृद्धि के बारे में भविष्यवाणी भी करती है। अपने टिकट को अभी खरीदें/आरक्षित करें या प्रतीक्षा करें, इस बारे में पूर्वानुमान की सलाह प्राप्त करने के लिए अपनी प्रस्थान और आगमन जानकारी दर्ज करें।
- सीधे एयरलाइन की वेबसाइट पर जाएं। यहां आपको अपने इच्छित टिकट को आरक्षित करने के बारे में विशेष जानकारी मिलेगी। यदि आप फोन पर अपना टिकट आरक्षित करना चुनते हैं, तो ऐसा करने के लिए कोई अतिरिक्त शुल्क है या नहीं, यह पता लगाने के लिए आप एयरलाइन की वेबसाइट पर जा सकते हैं।
- अपने टिकट आरक्षण के नियमों और शर्तों की जांच करें। यह भी कुछ ऐसा है जो उस एयरलाइन की वेबसाइट पर किया जा सकता है जिससे आप अपना टिकट खरीदने का निर्णय लेते हैं। यह जानकारी आपको बताएगी कि क्या आप अपना टिकट बदल सकते हैं या रद्द कर सकते हैं, और क्या इस स्थिति में दंड या शुल्क लागू होंगे।
- जब आप अपनी उड़ान बुक करने के लिए तैयार हों, तो ऐसा करने के लिए किसी तृतीय-पक्ष साइट या एजेंट का उपयोग करने के बजाय एयरलाइन की वेबसाइट या आरक्षण डेस्क (फ़ोन द्वारा) का उपयोग करें। एयरलाइन की वेबसाइट पर बुकिंग आमतौर पर मूल्य तुलना साइटों या ट्रैवल एजेंटों का उपयोग करने पर आपके पैसे बचाती है, क्योंकि दोनों आमतौर पर अतिरिक्त बुकिंग शुल्क लेते हैं।

होटल बुकिंग (Hotel booking)

एक होटल पर फैसला करें। क्या यह यात्रा बजट में फिट है? क्या बच्चों को एक कमरा साझा करने की कोई अतिरिक्त लागत है? किस तरह के कमरे की जरूरत है? सभी ऐसे प्रश्न हैं जिनका उत्तर होटल के कमरे को किराए पर लेते समय दिया जाना चाहिए।

ट्रैवेलोसिटी, प्राइसलाइन, Kayak.com आदि जैसे प्रमुख यात्रा स्थलों पर होटल सौदों की खोज करें। आप अपनी पसंद के होटलों के बगल में स्थित बॉक्स को चेक करके और फिर 'तुलना' बटन पर क्लिक करके प्रत्येक साइट के होटलों की तुलना भी कर सकते हैं। इस तरह, आपके पास तीन होटलों का एक साथ-साथ पृष्ठ दृश्य होगा जिसे आप बाद की समीक्षा के लिए प्रिंट भी कर सकते हैं। कुछ होटलों में मुफ्त इंटरनेट, नाश्ता आदि शामिल नहीं है। इसे 'तुलना' सुविधा का उपयोग करके देखा जा सकता है।

यदि उपलब्ध हो तो होटल की वेब साइट देखें, या होटल समीक्षा के लिए यात्रा वेब साइट देखें। आवास के बारे में अपने ट्रैवल एजेंट से संपर्क करें।

सीधे होटल को कॉल करें। जबकि आपको डिस्काउंट यात्रा वेब साइटों पर बेहतर सौदा मिल सकता है, वे शायद आपको विशेष विशेष सौदों के बारे में नहीं बताएंगे। सुनिश्चित करें कि आप विनम्रता से पूछें कि क्या उनके पास छूट है, और वे आपको बताएंगे कि उनके पास छूट है या नहीं।

होटल आरक्षण करते समय आपके मन में कोई भी प्रश्न क्लर्क से पूछें। यदि आप इसे अभी कर लेते हैं, तो आप बाद में निराश नहीं होंगे। आपको पार्किंग, पालतू जानवर, धूम्रपान, अगर यह एक खड़ी पहाड़ी पर है, आदि के बारे में पूछने की आवश्यकता हो सकती है।

होटल के बारे में एक सूचना पैकेट या विवरणिका का अनुरोध करें, यह सुनिश्चित करने के लिए कि आपको ठीक-ठीक पता है कि क्या उम्मीद करनी है। आरक्षण की पुष्टि करें और आरक्षण संख्या लिख लें। होटल की रद्दीकरण नीति की पुष्टि करें।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

टिकटिंग की प्रक्रिया (Procedure for ticketing): आजकल टिकट बुकिंग को विजेट टेम्प्लेट के माध्यम से सक्षम किया जा सकता है और विभिन्न एप्लिकेशन का उपयोग करके ऑनलाइन के माध्यम से ट्रेन / बस / हवाई टिकट बुक किया जा सकता है।

टिकटिंग सप्टेम ग्राहकों के लिए एक सेवा उपकरण है जो कंपनियों को उनकी सेवाओं का प्रबंधन करने में मदद करता है। ऐप एक टिकट बनाता है जो ग्राहकों के अनुरोधों को दस्तावेज करता है और ग्राहकों के लिए इसे आसान बनाता है।

दस्तावेज़ीकरण, पासपोर्ट, वीज़ा और व्यवसाय को संभालना और सम्मेलन और कनेक्शन संभालने वाले कॉर्पोरेट ग्राहक, प्रोत्साहन दौरे व्यावसायिक ग्राहक (Documentation, passport,visa & Handling business & corporate clients handling conferance & connections, incentive tours Business Clients)

आर्थिक सुधार से प्रेरित होकर, अगले वर्ष व्यापार यात्रियों की संख्या में वृद्धि होने की संभावना है। नतीजतन, अमेरिकन एक्सप्रेस के आंकड़ों के अनुसार, होटल के कमरे की दरों में उत्तर अमेरिकी में 3% तक और एशिया-प्रशांत में 4% तक की वृद्धि होगी। कई होटलों में, व्यापार यात्री कार्यदिवस बुक करते हैं जबकि सप्ताहांत अवकाश यात्रियों के साथ अधिक लोकप्रिय हैं। इसका मतलब व्यापार यात्रियों द्वारा उत्पन्न 5 से 2 रातों के कमरे की उत्पादकता का अनुपात है।

व्यापार यात्रा होटल उद्योग के लिए एक बड़ा बाजार रही है: न केवल दरों के मामले में, बल्कि उत्पादकता/दोहराव की मांग के मामले में भी। इसके अलावा, कॉरपोरेट ग्राहक न केवल कमरों की बिक्री के माध्यम से बल्कि अन्य विभागों, जैसे बिजनेस सेंटर, फंक्शन / मीटिंग रूम, एफ एंड बी और टेलीफोन उपयोग के माध्यम से भी होटलों के लिए राजस्व उत्पन्न करते हैं। दूसरे शब्दों में, कॉर्पोरेट ग्राहक वफादारी हासिल करना निरंतर राजस्व की गारंटी बन जाता है

ऐसे कारणों से, एक होटल को कॉर्पोरेट ग्राहकों की वफादारी बनाने के कई तरीकों पर ध्यान देना चाहिए। एक अपने होटल में बुकिंग आरक्षण को एक त्वरित और आसान मामला बनाना है, विशेष रूप से यह देखते हुए कि अंतिम समय में कितने कॉर्पोरेट यात्री बुकिंग करते हैं। आपकी होटल वेब साइट के माध्यम से आपकी आरक्षण प्रणाली कितनी आसानी से तत्काल पुष्टि प्रदान कर सकती है, या विशेष कॉर्पोरेट दरों की पेशकश कर सकती है? यदि आपके पास उस तरह की आरक्षण प्रणाली नहीं है जो आपकी वेबसाइट के माध्यम से तत्काल पुष्टि प्रदान करती है, तो यह कठिनाइयों को जन्म दे सकता है, विशेष रूप से आपके विदेशी कॉर्पोरेट ग्राहकों के साथ, उनके देश से अंतरराष्ट्रीय डायरेक्ट डायलिंग के माध्यम से आरक्षण करने की उच्च लागत के कारण -असुविधाजनक समय अंतर का उल्लेख नहीं करना

एक होटल की अपनी वेबसाइट विस्तृत होटल जानकारी प्रदान करने के लिए एक प्रवेश द्वार के रूप में कार्य कर सकती है: चित्र, सुविधाएं, दिशाएं, दरें आदि। होटल की वेबसाइट में प्रदर्शित अधूरी या गलत जानकारी दूसरी ओर एक कॉर्पोरेट यात्री को इस विशेष होटल को चुनने से हतोत्साहित कर सकती है। उदाहरण के लिए, किसी विशेष कन्वेंशन हॉल या हवाई अड्डे की दूरी के बारे में अस्पष्ट जानकारी, क्योंकि होटल का स्थान कॉर्पोरेट यात्रियों के लिए उनके आवास का चयन करते समय प्रमुख कारकों में से एक है।

कॉर्पोरेट ग्राहकों की वफादारी को सुरक्षित रखने और बनाए रखने का एक अन्य तरीका आकर्षक कार्यक्रमों या पैकेजों के निर्माण के माध्यम से है जो उनकी विशेष आवश्यकताओं के अनुरूप हैं। कॉरपोरेट क्लाइंट अपने प्रवास के दौरान क्या चाहते हैं और क्या चाहते हैं, यह जानने से यह पता लगाने में मदद मिलेगी कि उनके लिए सबसे अच्छा प्रोग्राम या पैकेज क्या है। पैकेज या प्रोग्राम की पेशकश तब तक प्रभावी नहीं होती जब तक कि उन्हें लगातार अपडेट नहीं किया जाता है या उनके लक्षित उपयोगकर्ताओं को उनके बारे में सूचित नहीं किया जाता है। कॉर्पोरेट मेहमानों को अपने होटल कार्यक्रमों या प्रचारों के बारे में समाचार प्रसारित करने के लिए ईमेल सबसे तेज़ और सबसे किफायती तरीकों में से एक हो सकता है, इसलिए सुनिश्चित करें कि आपके पास अपने सभी मेहमानों के बारे में पूरी और सटीक ईमेल जानकारी है।

आपके कॉर्पोरेट ग्राहक को समझने के आपके प्रयास में अतिथि इतिहास रिपोर्ट महत्वपूर्ण बुद्धिमत्ता हैं। इनमें कारक शामिल होंगे जैसे:

- पसंदीदा कमरे का प्रकार
- औसत खर्च प्रोफ़ाइल
- कमरे की वरीयता
- ठहरने की औसत अवधि
- विशेष आहार या अन्य अनुरोध
- मनोरंजन स्वाद
- दृश्य-श्रव्य आवश्यकताएं
- पर्सनल कंप्यूटर आवश्यकताएँ (मॉडेम हुकअप, बिजनेस सेंटर एक्सेस, आदि)

इस तरह के एक डेटाबेस के माध्यम से आप कॉर्पोरेट ग्राहकों के आने से पहले ही अद्वितीय उत्पादों और सेवाओं को तैयार करने के लिए तैयार हो सकते हैं।

कॉर्पोरेट वफादारी बनाने और बनाए रखने में सक्षम होने के लिए, आपको एक प्रणाली की आवश्यकता है जो आरक्षण प्रणाली, कॉर्पोरेट अनुबंध प्रबंधन प्रणाली, व्यापक रिपोर्टिंग और वेब प्रचार इंजन के कई पहलुओं को संभाल सके। पेलिकन रिजर्वेशन मैनेजमेंट सिस्टम कॉर्पोरेट / एजेंट वफादारी बनाने के लिए ग्राहक होटलों के साथ मिलकर काम करते हुए ऐसी ही सुविधाएँ प्रदान करता है। पेश की गई कुछ सुविधाओं में शामिल हैं:

- तत्काल पुष्टि (Instant confirmation)- कॉर्पोरेट ग्राहक आरक्षण कर सकते हैं और सीधे होटल की वेबसाइट से तत्काल पुष्टि प्राप्त कर सकते हैं।
- कॉर्पोरेट अनुबंध प्रबंधन प्रणाली (Corporate contract management system) - होटल मौसमी अवधियों के अनुसार कॉर्पोरेट दरें और कमरों का आवंटन निर्धारित कर सकते हैं, इस

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

प्रकार कॉर्पोरेट ग्राहकों के लिए सुरक्षित पहुँच प्रदान करते हैं। होटल गोपनीय व्यापार दरों को पुनः प्राप्त कर सकते हैं और "पहले आओ-पहले पाओ" के आधार पर कई अलग-अलग कॉर्पोरेट ग्राहकों के बीच आवंटन साझा कर सकते हैं।

- वेब प्रचार इंजन (Web promotion engine)- एक क्लिक के साथ सभी कॉर्पोरेट ग्राहकों / एजेंटों को पैकेज या प्रचार के बारे में समाचार भेजने के लिए एक होटल को सक्षम करने के लिए अपने ईमेल वितरण कार्यक्रम का उपयोग करना।
- विस्तृत ग्राहक रिपोर्ट (Detailed customer report) - पूरी रिपोर्ट प्रदान की जाती है, जिसमें ठहरने की औसत अवधि, कमरे की पसंद, औसत खर्च आदि जैसे विवरण शामिल होते हैं।

प्रोत्साहन दौरा (Incentive tour)

प्रोत्साहन दौरे आपकी फर्म की सफलता में योगदान देने के आपके सकारात्मक प्रयास की पहचान हैं। इंडिया टूर एंड ट्रैवल उन योग्य व्यक्तियों को पुरस्कृत और प्रेरित करने के लिए विशेष प्रोत्साहन प्रदान करता है जिन्होंने असाधारण योगदान दिया है और अपने संगठन को सफलता प्राप्त करने में मदद की है।

प्रोत्साहन पर्यटन के लिए भारत एक अद्त गंतव्य है। भारत में कुछ इंसेंटिव टूर जिनका आप अनुभव कर सकते हैं:

- भारत में गोवा या केरल के समुद्र तटों पर एक अविस्मरणीय समुद्र तट की छुट्टी का आनंद लें, नरम रेत, सुनहरे सूरज और नीले समुद्र के साथ एक समुद्र तट स्वर्ग में छुट्टी का आनंद लें।
- राजस्थान में एक शानदार महल होटल में आनंद लें, और अपने भारत दौरे पर महाराजा की तरह व्यवहार करें।
- आगरा भारत में अद्भुत ताजमहल पर जाएँ। मुगल बादशाह शाहजहाँ द्वारा अपनी रानी मुमताज महल के लिए बनवाया गया ताजमहल दुनिया भर में चिरस्थायी प्रेम के स्मारक के रूप में जाना जाता है।
- एक आयुर्वेद स्पा में एक कायाकल्प छुट्टी मनाएं और भारत में अपने प्रोत्साहन दौरों पर योग और आयुर्वेद के उपचारों के आरामदेह प्रभावों को महसूस करें।
- राजस्थान में रेत के टीलों पर ऊँट की सवारी का आनंद लें या आमेर किले तक हाथी की सवारी करें और कल्पना करें कि आप पुराने समय के शाही शासक हैं।
- भारत में लग्जरी ट्रेन में यात्रा करें और पैलेस ऑन व्हील्स ऑन योर इंसेंटिव टूर्स पर शाही वैभव में यात्रा करें।
- भारत में एक जंगल का अन्वेषण करें और भारत के प्रोत्साहन दौरों पर जंगल में बाघों, हाथियों और गैंडों का निरीक्षण करें।

भारत के लिए एक प्रोत्साहन दौरा जीवन भर का अनुभव है। प्रोत्साहन दौरे के लिए भारत एक आदर्श गंतव्य है चाहे वह उत्तर भारत हो या दक्षिण भारत।

भारत दुनिया भर से आने वाले यात्रियों के लिए प्रत्येक और अंतहीन कमरे पर सबसे मनोरंजक पर्यटन स्थलों में से एक है। यह प्रत्येक भाग अलग है; उत्तर भारत के किलों और महलों, पश्चिम के मंदिरों, उत्तर पूर्व की सदाबहार पहाड़ियों और दक्षिण के बैकवाटर और समुद्र तटों से - यात्री को अपनी यात्रा को सबसे यादगार बनाने के लिए बहुत कुछ है। भारतीय बाज़ार आपको विभिन्न प्रकार की कला और शिल्प, रेशम, ब्रोकेड, कालीन, लकड़ी, पत्थर और हाथी दांत में नक्काशी, चमकदार आभूषण और बहुत कुछ प्रदान करते हैं।

जबकि दक्षिण भारत में कोचीन या मारारी में फिशरमैन थीम शाम, कोचीन में केरल थीम शाम आदि का अनुभव कर सकते हैं।

सुझाए गए शहर (Suggested Cities)

भारत की अपनी यात्रा को बेहद खास बनाने के लिए, शहर के सामान्य दौरों के अलावा सपनों के स्थलों पर विशेष गतिविधियों का पालन करें।

दिल्ली (Delhi)

भारत की राजधानी और इसका तीसरा सबसे बड़ा शहर, दिल्ली एक ऐतिहासिक अतीत और एक जीवंत वर्तमान का मिश्रण है। यह देश में दूसरा सबसे व्यापक रूप से इस्तेमाल किया जाने वाला प्रवेश बिंदु है, उत्तर भारतीय यात्रा नेटवर्क का केंद्र है, और पूरे एशिया में थलचर मार्ग पर एक पड़ाव है।

- चांदनी चौक पर रिक्शा की सवारी।
- शाम की चाय और नाश्ते के साथ अक्षरधाम मंदिर की यात्रा।
- सिल्वर थाली डिनर (थीम) जहां सच्चे भारतीय अंदाज में आपका गर्मजोशी से स्वागत किया जाएगा। फिर आप "दस्तारख्वान" के लिए जा सकते हैं। चांदी की थालियों में परोसे जाने वाले विभिन्न भारतीय प्रांतों के भोजन से लदी low dining table पर इनाम का आनंद लें।

जयपुर (Jaipur)

राजस्थान की जीवंत राजधानी, अपने अद्भुत पुराने शहर में इमारतों के रंग के लिए लोकप्रिय रूप से 'गुलाबी शहर' के रूप में जानी जाती है। उल्लेखनीय आकर्षणों में बहुप्रतीक्षित हवा महल, जंतर मंतर, प्रसिद्ध वेधशाला, सिटी पैलेस संग्रहालय और आमेर किला शामिल हैं।

- आमेर किले की चोटी पर पहुंचने के लिए हाथी की सवारी।
- जल महल महल के पास ऊंट की सवारी।
- सिटी पैलेस (महाराजा पैलेस) में शाही स्वागत
- शाही परिवार के साथ शाम का गाला डिनर (उपलब्धता या महामहिम के कार्यक्रम के अधीन)

आगरा (Agra)

आगरा, ताजमहल का घर, निस्संदेह प्यार का अब तक का सबसे असाधारण स्मारक है। लंबे समय तक, मुगल साम्राज्य की राजधानी आगरा उस युग के उत्कृष्ट स्मारकों से सुसज्जित है, उनमें से उल्लेखनीय हैं आगरा का किला और फतेहपुर सिकिरी शहर।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- ऊंट/घोड़ा गाड़ी की सवारी द्वारा ताज की यात्रा
- रात के खाने के दौरान मैजिक शो।
- मुगल थीम डिनर: मुगल युग की भव्यता और चंचलता में वापस जाएं। जहां आप शानदार नृत्यों के लिए बैठ सकते हैं और रॉयल्टी के अनुरूप परोसे जाने वाले शानदार मुगलई व्यंजनों की पंक्ति पर कतार लगा सकते हैं।

उदयपुर (Udaipur)

उदयपुर जैसा रोमांटिक शायद राजस्थान का कोई शहर नहीं है। ब्रदर ग्रिम की तो बात ही छोड़िए, फ्रेंच इम्प्रेशनिस्ट पेंटर्स को यह जगह बहुत पसंद आई होगी। यह औचित्य के बिना नहीं है कि उदयपुर को पूर्व का वेनिस कहा जाता है: पुराना शहर पेचीदा सड़कों का ढेर है।

- गणगौर नाव परिभ्रमण (The Gangaur Boat Cruise): हाउस ऑफ मेवाड़ के प्राचीन शाही नौका में एक शांत सवारी करें। जैसे ही आप रहस्यमयी लेक पैलेस होटल की परिक्रमा करते हैं, तारों की छत्रछाया में उदयपुर के महाराणाओं द्वारा पसंद की जाने वाली मेवाड़ी विशिष्टताओं का आनंद लें।
- क्रिस्टल गैलरी में हाई टी (High Tea)
- विंटेज कार संग्रहालय का दौरा
- जगमंदिर आइलैंड पैलेस में डिनर या सिटी पैलेस के मानेक चौक में म्यूजिकल परफॉर्मेंस के साथ डिनर।

समोदे (Samode)

सामोद का इतिहास कच्छवाहा राजपूतों के सत्रहवें राजकुमार अंबर के शानदार पृथ्वीराज सिंहजी के समय से साढ़े चार सौ साल पहले का है। उनके बारह पुत्रों में से एक, गोपाल सिंहजी को जयपुर रियासत के एक कुलीन सामंत सामोद से सम्मानित किया गया था।

- कॉकटेल स्वागत है।
- विलेज कैमल कार्ट सफारी के बाद पारंपरिक संगीत, गीत, नृत्य और भोजन के साथ पूल के किनारे दोपहर का भोजन आपको स्थानीय संस्कृतियों के साथ-साथ रॉयल इंडिया के दिनों का स्वाद लेने की अनुमति देता है। 3 गाला डिनर विद पैलेस लिट अप एंड फायर वर्क्स जो आपकी शाम को बेहद खास बनाता है।

जोधपुर (Jodhpur)

541 साल पहले बना जोधपुर शहर समय की मार झेलते हुए थार रेगिस्तान के किनारों पर विजयी रूप से खड़ा है। इतिहास, संस्कृति और परंपरा से समृद्ध, इस शहर में एक पुरानी दुनिया का आकर्षण है जो एक प्रमुख वाणिज्यिक केंद्र के रूप में उभरने के साथ-साथ शानदार ढंग से सह-अस्तित्व में है।

- मेहरानगढ़ किले और अन्य दर्शनीय स्थलों का मार्गदर्शित दौरा।
- रेत के टीलों के लिए शाम तैयार अनुभव: जोधपुर के किलों, हवेलियों और मंदिरों में इतिहास फुसफुसाता है। लेकिन थार रेगिस्तान के फैलाव में कई कहानियाँ छिपी हुई हैं। तो रेत के टीलों पर 'मशाल' (जलती हुई मशालें) और अलाव से सोना जलाने के लिए ऊंट गाड़ी की सवारी करें। फिर टेंट की शरण में और सितारों की एक बड़ी छतरी एक स्वागत योग्य पेय पीती है जबकि 'लंगस' और 'कालबेलिया' राजस्थानी नृत्य और संगीत के साथ आपका मनोरंजन करते हैं। बारबेक्यू डिनर और आतिशबाजी के साथ एक रमणीय शाम का अंत करें।

महत्वपूर्ण नोट (Important Note): बहुत सी विशेष गतिविधियों के साथ कई अन्य अद्त गंतव्य हैं जिन्हें आपकी रुचि के अनुसार नियोजित किया जा सकता है।

टिकटिंग की प्रक्रिया (Procedure for Ticketing): आजकल टिकट बुकिंग को विजेट टेम्पलेट के माध्यम से सक्षम किया जा सकता है और विभिन्न एप्लिकेशन (एप्स) का उपयोग करके ऑनलाइन के माध्यम से ट्रेन/बस/हवाई के लिए टिकट बुक किया जा सकता है।

टिकटिंग सेवा ग्राहकों के लिए एक सेवा उपकरण है जो कंपनियों को उनकी सेवाओं का प्रबंधन करने में मदद करता है। ऐप एक टिकट बनाता है जो ग्राहकों के अनुरोधों को दस्तावेज करता है और ग्राहकों के लिए इसे आसान बनाता है।

ऑनलाइन के माध्यम से ट्रेन टिकट का ऑनलाइन आरक्षण निम्नलिखित सुविधाएं की जा सकती हैं (facilities can be done)

1 www.indianrailgov.in

2 a Reservation / Confi rmation

b PNR Enquiry

c Seat avaliablity

d Alternate train process through the station

e Exchange of Name

f Get SMS message

3 enquiry.indrail.gov.in

a अपनी ट्रेन स्पॉट करें (Spot your train)

i By giving Train no. / Name

ii Journey station

iii Journey date

iv Ahow cancellation information

4 IRCTC ई-टिकट नाम परिवर्तन: (irctc.co.in)

5 अपने टिकट की तिथि/समय बदलने के लिए माई एकाउंट में लॉग इन करें। जिस यात्रा को आप बदलना चाहते हैं, उसके बगल में "चेज दिनांक/समय" पर क्लिक करें। नए समय और दिनांक के लिए चरण दर चरण अनुसरण करें।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

5 m.etrain.info

a Check PNR status

b Get train schedule

c Train running status

d Current booking avaliablity

6 आप निम्न चरणों से अपना टिकट रद्द कर सकते हैं

a Go to “My order“

b Choose the Train ticket to be cancelled

c Click on “Cancel order“ button & its done.

प्रक्रिया देखें (Refer procedure)

यह हमें देता है कि यह धनवापसी स्वचालित रूप से बुकिंग के समय बनाए गए उपयोगकर्ता A/C में जमा हो जाएगी, आप अपने धनवापसी को भी ट्रैक कर सकते हैं।

© NIMI
NOT TO BE REPUBLISHED

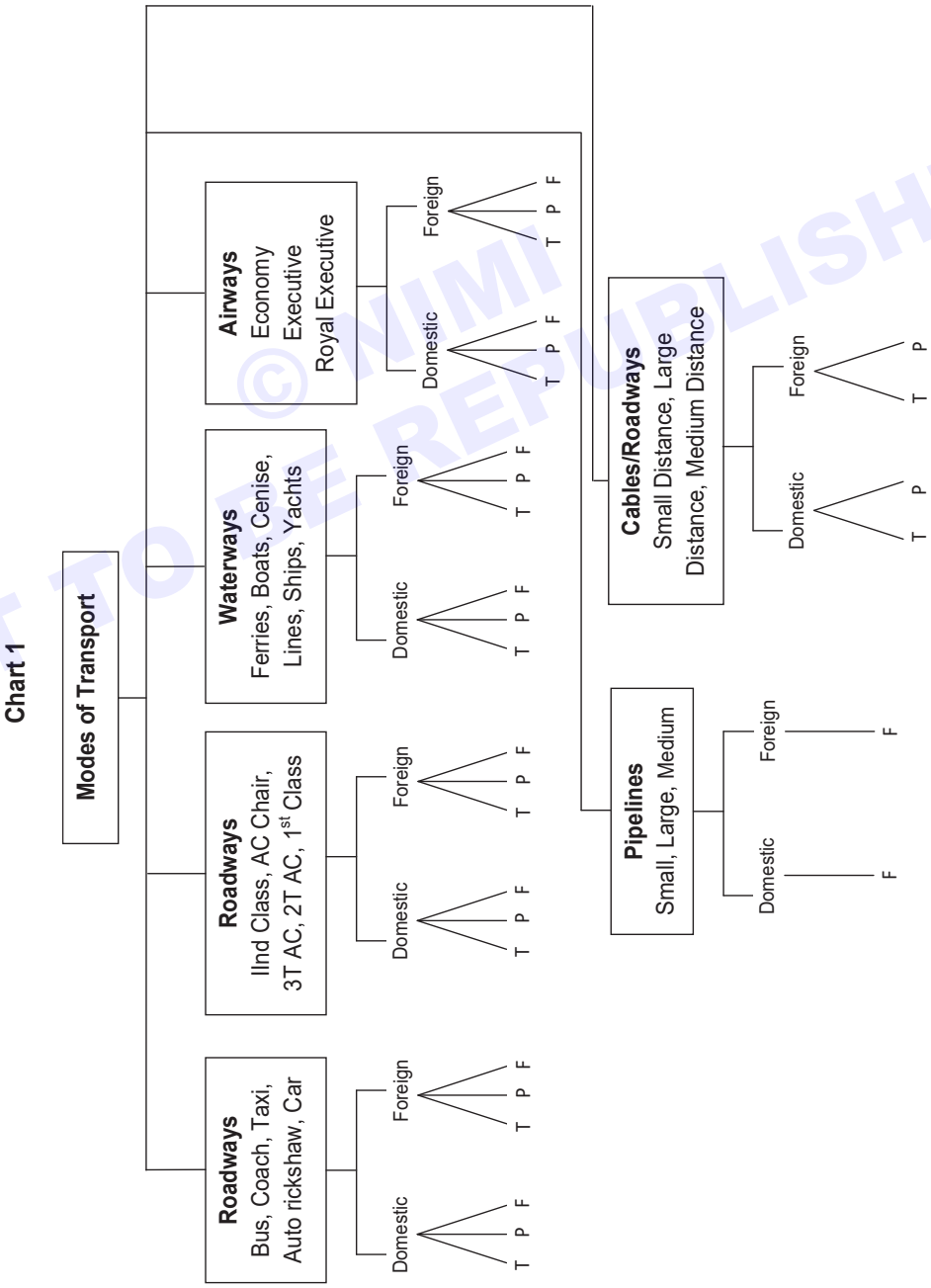
पर्यटन - परिवहन (Tourism - Transportation)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **परिवहन के लिए मानचित्र के विचार पर अभ्यास।**

ऑनलाइन बस बुकिंग और रद्दीकरण (Online bus booking & cancellation): ऑनलाइन बस टिकट आरक्षण सहायता एक वेब आधारित एप्लिकेशन है जो आगंतुकों को बस टिकट की उपलब्धता, सीटों का चयन करने और बुकिंग के लिए मूल्य निर्धारण की अनुमति देता है।

अब, ऑनलाइन के माध्यम से बस टिकटों की बुकिंग के लिए विभिन्न ऐप उपलब्ध हैं। प्रमुख फर्म जैसे red bus, make my trip, Gobibo आदि। ऑनलाइन सप्टेम स्टाफ के कार्यभार को कम करता है और ग्राहकों की संतुष्टि को बढ़ाता है। अतिथि सबसे सस्ते किराए की पुष्टि कर सकता है, गारंटी ले सकता है, कीमत के वास्तविक मूल्य का अनुभव कर सकता है, दिन के लिए छूट, रिफंड, फिर से बुकिंग और समीक्षा भी कर सकता है। यह सब वेबसाइट पर जाकर और टिकट बुकिंग पर क्लिक करके अतिथि सुविधा में किया जा सकता है।



© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

पर्यटक परिवहन के ऐसे साधनों का उपयोग नहीं करना चाहते हैं जो विश्वसनीय नहीं हैं, या जिन्हें कुख्यात करार दिया गया है। उदाहरण: पर्यटक ऐसे क्रूज जहाज का उपयोग नहीं करेंगे जो अतीत में कई दुर्घटनाओं का शिकार हुआ हो। वे ऐसी एयरलाइनों का भी उपयोग नहीं करेंगे जो नागरिक उड्डयन सुरक्षा से जुड़े कारणों से बार-बार बंद हो गई हैं। वे केवल उन्हीं ट्रेनों में सवार होना पसंद करते हैं जो हमेशा नियमित होती हैं। अगर कुछ ट्रेनें आमतौर पर 4 से 5 घंटे लेट होती हैं, तो वे उनका इस्तेमाल नहीं करना पसंद करते हैं।

वे हर टॉम डिक और हैरी स्टेशन पर रुकने वाली यात्री ट्रेनों को पसंद नहीं करते हैं।

Sub voce: शारीरिक और मानसिक रूप से विकलांग यात्रियों को बस, हवाई और रेल किराए में रियायत मिलती है। उनके परिचारकों को भी ऐसी रियायतें मिलती हैं।

परिवहन के साधन का चयन (Selection of mode of transport)

इस चरण में परिवहन के विभिन्न तरीकों पर विचार किया जाता है। रसद प्रबंधक को उपलब्ध साधनों में से किसी एक के संबंध में निर्णय लेना होता है। परिवहन के दो तरीके हैं- सिंगल मोड और इंटर मोडल। सिंगल-मोड परिवहन प्रणालियों में, परिवहन कार्यकारी परिवहन के 7 साधनों में से केवल एक का चयन करता है, जैसा कि चार्ट 1 में दिखाया गया है। इंटर-मॉडल परिवहन प्रणालियों में, परिवहन कार्यकारी परिवहन के उद्देश्यों को प्राप्त करने के लिए परिवहन के दो या अधिक साधनों को जोड़ता है। चार्ट 2 संक्षेप में परिवहन की इंटर-मॉडल प्रणाली को दर्शाता है। यह स्व-व्याख्यात्मक है।

एक मोड के भीतर परिवहन के प्रकार का चयन करें (Select the type of transport within a mode)

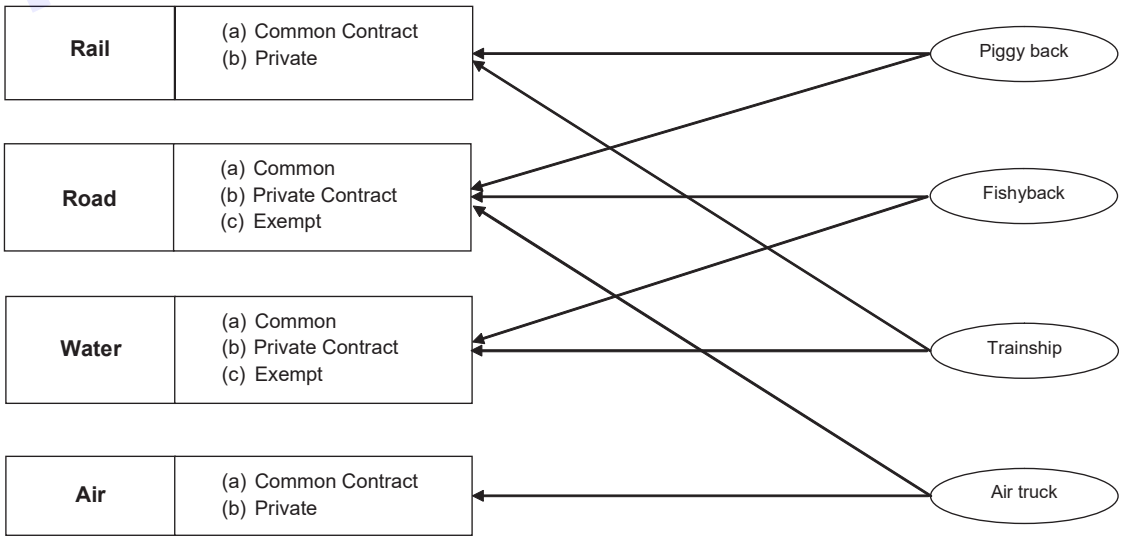
फर्म अब यह तय करती है कि वह गतिविधि को आउटसोर्स करना चाहती है या इसे इनसोर्स करना चाहती है। परिवहन सेवा के मुख्य प्रकार अनुबंध वाहक, छूट वाले वाहक, फ्रेट फारवर्डर, पार्सल पोस्ट सेवा, शिपर्स एसोसिएशन, दलाल आदि हैं। फर्म को ध्यान से स्पॉट में रखते हुए सही मोड का चयन करना होता है। बैंकॉक और लुमपुर में यही प्रक्रिया अपनाई जा रही है। इस प्रकार, जब पर्यटक हवाई अड्डे पर आता है, तो वह हवाई अड्डे पर ट्रैवल एजेंट को वाउचर दिखाने के बाद ही भुगतान करता है। फिर, वह गंतव्य के ट्रैवल एजेंट की सेवाओं का लाभ उठाने और होटल में जाने के लिए पात्र है, जैसा कि यात्रा कार्यक्रम में उल्लेख किया गया है। शब्द के सख्त अर्थों में अनुसूचियों का पालन किया जाता है। जाहिर है कि सभी संबंधित ट्रैवल एजेंट से लेकर उनके अधिकारी टूर प्रोग्राम कर रहे हैं। वे पर्यटकों को एक स्थान से दूसरे स्थान पर ले जाने के लिए भी जिम्मेदार होते हैं, यदि इसका उल्लेख अनुसूची में किया गया हो। हालांकि, यदि अनुसूची में ऐसी गतिविधियों का उल्लेख नहीं है, तो वे उसे एक स्थान से दूसरे स्थान पर ले जाने के लिए उत्तरदायी नहीं हैं। हवाई अड्डे से यात्रा स्थानान्तरण और इसके विपरीत, सुबह का नाश्ता, स्वागत पेय, शिष्टाचार लंच आदि कार्यक्रम का हिस्सा हैं। पर्यटक इन सुविधाओं और/या सेवाओं का लाभ उठाने का पात्र है क्योंकि उसने इनके लिए काफी पहले ही भुगतान कर दिया है।

यदि भ्रमण से पर्यटक को संतुष्टि एवं आनंद मिलता है तो वह प्रसन्न मन से वापस आता है। वह अपने देश की ट्रैवल एजेंसी को सूचित करता है कि वह यात्रा करके खुश था। वह ट्रैवल एजेंसी के लिए अच्छा मौखिक प्रचार करता है। वह इसके माध्यम से अन्य पर्यटन स्थलों पर जाता है। लेकिन अगर वह होटल, ट्रांसपोर्टर, स्पॉट मैनेजर, वेटर, रेस्टोरेंट अटेंडेंट आदि की सेवाओं से संतुष्ट नहीं है, तो वह उस ट्रैवल एजेंसी को दोबारा नहीं चुनता है। वह एक अन्य ट्रैवल एजेंसी से संपर्क करता है जिसे वह एक और सफल टूर की योजना बनाने के लिए उपयुक्त समझता है।

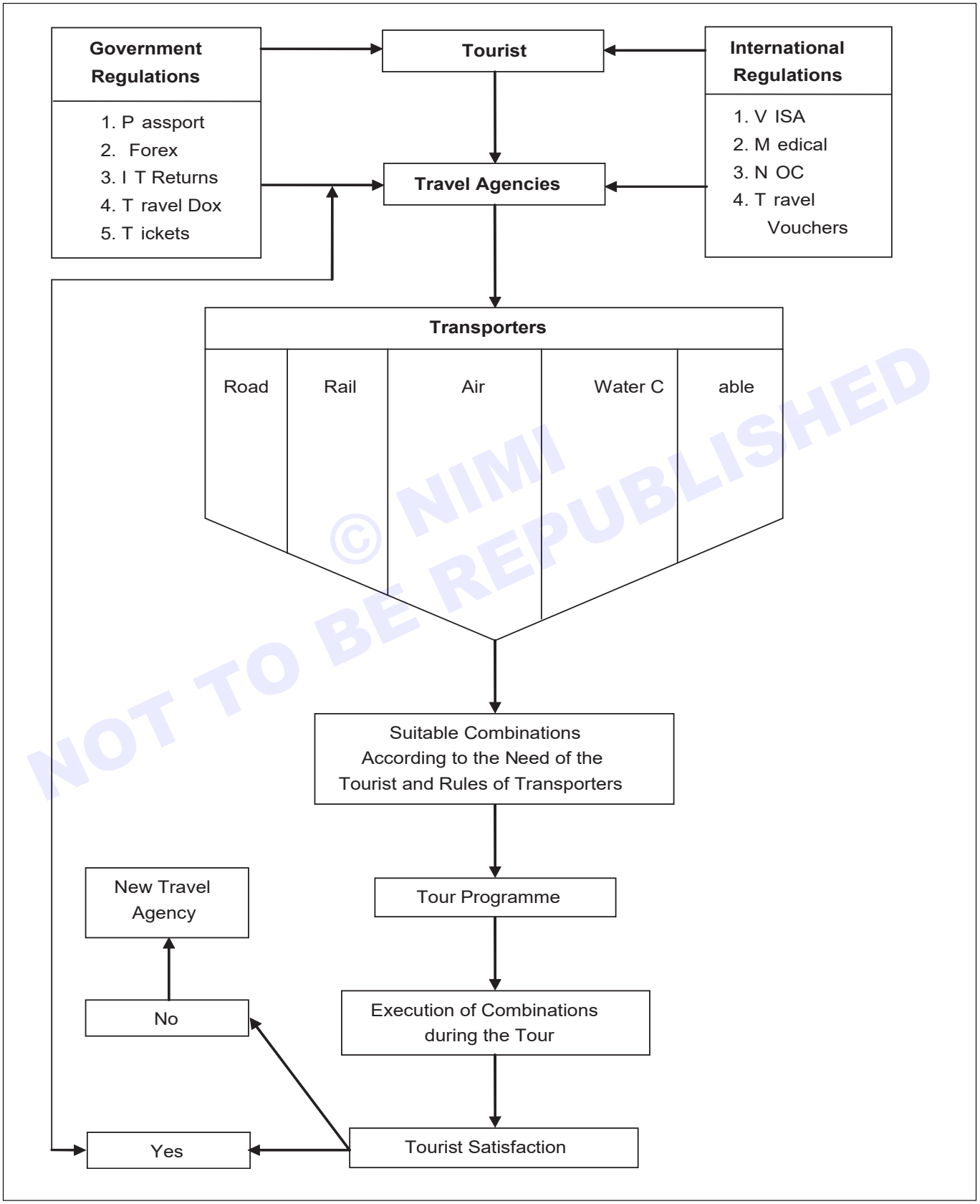
संक्षेप में, पर्यटन में होटल आवास, परिवहन, पर्यटक की मनोरंजक गतिविधियाँ, एक स्थान से दूसरे स्थान पर स्थानान्तरण और पूरक उपहार या भोजन शामिल हैं। हालांकि, पर्यटक को यह स्पष्ट होना चाहिए कि उसे क्या मिलने वाला है। गंतव्य शहर या स्थान की ट्रैवल एजेंसी को ऐसे विवरणों के बारे में स्पष्ट होना चाहिए।

© NCVT NOT TO BE REPUBLISHED

Chart 2



परिवहन प्रणाली दौरे के सभी चरणों में शामिल है। ये इंटर-मोडल सिस्टम भी हो सकते हैं, जैसा कि आमतौर पर अंतरराष्ट्रीय पर्यटन में होता है। घरेलू पर्यटन से संबंधित गतिविधियों में, शहरों या कस्बों के भीतर परिवहन के विभिन्न साधनों के माध्यम से पर्यटन के माध्यम से आम तौर पर एकल मोड परिवहन पर्याप्त होता है। उदाहरण: पर्यटक कोणार्क के सूर्य मंदिर में बस से आ सकते हैं। लेकिन वे चारों ओर घूमने और समुद्र तट के वातावरण का आनंद लेने के लिए टैक्सियों और कोचों का उपयोग कर सकते हैं। अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन में, हमारे अनुभव के अनुसार, एक यात्रा कार्यक्रम में कम से कम तीन मोड जोड़े जाते हैं। एक उदाहरण उद्त करने के लिए केबल कार, वातानुकूलित कोच और हवाई यात्रा को समय के आधार पर दौरे की लागत को कुशल और तर्कसंगत बनाने के लिए जोड़ा जा सकता है।



© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

विश्व व्यापार संगठन और विश्व पर्यटन (WTO & world tourism)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **विश्व व्यापार संगठन और विश्व पर्यटन के बारे में जानें।**

विश्व पर्यटन संगठन (World Tourism Organisation)

विश्व पर्यटन संगठन (UNWTO) संयुक्त राष्ट्र की एजेंसी है जो जिम्मेदार, टिकाऊ और सार्वभौमिक रूप से सुलभ पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए जिम्मेदार है।

पर्यटन के क्षेत्र में अग्रणी अंतरराष्ट्रीय संगठन के रूप में, UNWTO पर्यटन को आर्थिक विकास, समावेशी विकास और पर्यावरणीय स्थिरता के चालक के रूप में बढ़ावा देता है और दुनिया भर में ज्ञान और पर्यटन नीतियों को आगे बढ़ाने में क्षेत्र को नेतृत्व और समर्थन प्रदान करता है।

UNWTO पर्यटन के लिए वैश्विक आचार संहिता के कार्यान्वयन को प्रोत्साहित करता है, पर्यटन के सामाजिक-आर्थिक योगदान को अधिकतम करने के लिए इसके संभावित नकारात्मक प्रभावों को कम करता है, और संयुक्त राष्ट्र सहस्राब्दी विकास लक्ष्यों (MDG) को प्राप्त करने के साधन के रूप में पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए प्रतिबद्ध है। गरीबी को कम करना और सतत विकास को बढ़ावा देना।

UNWTO बाजार ज्ञान उत्पन्न करता है, प्रतिस्पर्धी और टिकाऊ पर्यटन नीतियों और उपकरणों को बढ़ावा देता है, पर्यटन शिक्षा और प्रशिक्षण को बढ़ावा देता है, और दुनिया भर के 100 से अधिक देशों में तकनीकी सहायता परियोजनाओं के माध्यम से पर्यटन को विकास के लिए एक प्रभावी उपकरण बनाने के लिए काम करता है।

UNWTO की सदस्यता में 156 देश, 6 सहयोगी सदस्य और 400 से अधिक संबद्ध सदस्य शामिल हैं जो निजी क्षेत्र, शैक्षणिक संस्थानों, पर्यटन संघों और स्थानीय पर्यटन प्राधिकरणों का प्रतिनिधित्व करते हैं।

विश्व के प्रसिद्ध पर्यटन स्थल (Famous Tourism Destinations in the world)

फ्रांस (France)

फ्रांस पर्यटकों द्वारा सबसे अधिक देखा जाने वाला देश है क्योंकि यह देश संस्कृति से समृद्ध है और यहाँ देखने के लिए कुछ बेहतरीन स्थान हैं। फ्रांस में विला, फ्रेंच वाइन और मौसम देश को देखने का शानदार कारण बनाते हैं।

अमेरीका (USA)

USA पर्यटकों के लिए एक शीर्ष गंतव्य है। संयुक्त राज्य अमेरिका में छुट्टियाँ विविधता में एक अनुभव हैं क्योंकि देश अपनी मौसम की स्थिति, जनसंख्या की संरचना और स्थलाकृति में विविध है। इस विविधता ने लोगों को संयुक्त राज्य अमेरिका को अपनी शर्तों में परिभाषित करने के लिए प्रेरित किया है और कोई भी संयुक्त राज्य अमेरिका के राज्यों की अपनी एक अलग पहचान देख सकता है।

चीन (China)

चीन एक शीर्ष पर्यटन स्थल के रूप में विकसित हुआ है क्योंकि देश के लोग और उनकी अनूठी संस्कृति दूर-दूर से लोगों को आकर्षित करती है। चीन की प्रभावशाली महान दीवार और देश का स्वादिष्ट भोजन हर चीन की छुट्टी को समय के लायक बनाता है।

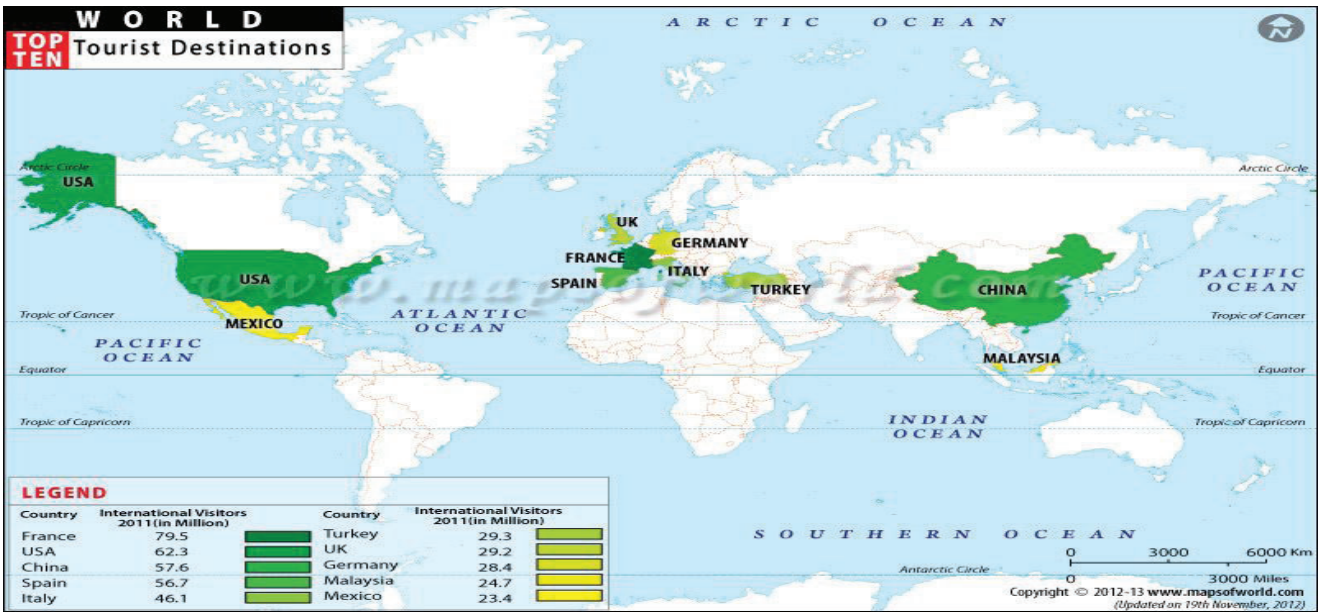
स्पेन (Spain)

स्पेन दुनिया का दूसरा सबसे अधिक देखा जाने वाला देश है, जहाँ सालाना 50 मिलियन से अधिक पर्यटक आते हैं। स्पेन के दौरे में इसके प्रसिद्ध शहरों बार्सिलोना और मैड्रिड की यात्रा शामिल होगी। कुछ जातीय स्पेनिश भोजन और शराब के नमूने के अलावा स्पेन की इमारतों पर कुछ सबसे सुंदर वास्तुशिल्प डिजाइन देख सकते हैं।

इटली (Italy)

यूरोप में इटली एक महत्वपूर्ण पर्यटन स्थल है जो हनीमून मनाने वालों और सभी रोमांटिक लोगों का पसंदीदा है। इटली में छुट्टियां अपना समय इंद्रियों में लिप्त होने के लिए एक निमंत्रण है, चाहे वह स्वादिष्ट इतालवी पास्ता खाना हो या कुछ बेहतरीन इतालवी शराब पीना हो, इतालवी कला देखना हो या देश की सुगंधित हवा में सांस लेना हो।

© NIMI NOT TO BE PUBLISHED



दुनिया के शीर्ष पर्यटन स्थल (Top Tourism Destinations of the world)

मंज़िल	अंतर्राष्ट्रीय आगंतुक 2012	प्रसिद्ध पर्यटन स्थल	लोकेशन
फ्रांस	83	एफिल टॉवर	पेरिस
		सेंट ट्रोपेज़	फ्रांस का उष्ण तटीय क्षेत्र
		पैलेस ऑफ़ वर्सेलिस	वर्सेल्स
		मोंट सेंट-मिशेल	नॉरमैंडी
		पालिस डेस पेप्स	अविग्नॉन
		पाइला का टिब्बा	ला टेस्टे-डे-बच
		चार्ट्रेस कैथेड्रल	चार्ट्रेस
अमेरीका	67	ग्रैंड कैनियन	उत्तरी एरिजोना
		मैनहट्टन	न्यूयॉर्क
		येलोस्टोन	व्योमिंग
		गोल्डन गेट ब्रिज	सैन के बीच फ्रांसिस्को और मारिन
		नायग्रा फॉल्स	न्यूयॉर्क और के बीच ओंटारियो
		व्हाइट हाउस	वाशिंगटन डीसी
चीन	57.7	चीन की महान दीवार	उत्तरी चीन भर में
		टेराकोटा सेना	शीआन
		द बंड	शंघाई
		विक्टोरिया हार्बर	हांगकांग
		पीला पर्वत	हुआंगशन
		असली पलासियो	मैड्रिड
		ला कोंचा	सैन सेबेस्टियन

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

स्पेन	57.7	शारदा परिवार अलहम्ब्रा पैलेस रोमन कालीज़ीयम पीसा की झुकी मीनार संत पीटर का बसिलिका ग्रैंड वेनिस नहरें	बार्सिलोना ग्रेनेडा रोम पीसा वेटिकन सिटी वेनिस
इटली	46.4	कैपरी द्वीप Cappadocia हिरापोलिस (पवित्र शहर) इस्तांबुल इफिसुस	इटली केंद्रीय अनातोलिया दक्षिण पश्चिम अनातोलिया टर्की सेल्कुक, इज़मिर
टर्की	35.7	सुमेला मठ बर्लिन की दीवार हैम्बर्ग सिटी हॉल विशालकाय पुराना चर्च चेकप्वाइंट चार्ली ड्रेसडेन	मैका, ट्रैबज़ोन बर्लिन हैम्बर्ग इत्र बर्लिन जर्मनी
जर्मनी	30.4	म्यूनिख/म्यूनिख नेउशवांस्टीन पैलेस ईडन परियोजना शेक्सपियर का ग्लोब होल्खम खाड़ी पीठ एडिनबरा	जर्मनी फुसेन कॉर्नवाल लंदन नॉरफ़ॉक कैंब्रिज यूके
यूके	30.4	टॉर्के मातृभूमि मातृभूमि सेंट बेसिल कैथेड्रल हर्मिटेज संग्रहालय	यूके कीव मास्को सेंट पीटर्सबर्ग
रूस	25.7	मास्को क्रेमलिन बैकल झील किज़ी द्वीप पेट्रोनेस ट्विन टावर्स मलेशिया / फेरिस पर नजर कोटा किनाबालू	मास्को साइबेरिया करेलिया क्कालालंपुर कुआलालंपुर पहिया सबा
मलेशिया	25	मेलाकामलक्का लैंगकॉवी सनवे लैगून बाटू गुफा	 केदाह पिटालिंग जाया क्कालालंपुर

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

इंटरनेशनल एयर ट्रांसपोर्ट एसोसिएशन (IATA) (International Air Transport Association (IATA))

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **IATA के बारे में जानकारी प्राप्त करें**
- **राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय एयरलाइनों के एजेंट बनने की प्रक्रियाओं के बारे में जानें।**

IATA - इंटरनेशनल एयर ट्रांसपोर्ट एसोसिएशन (IATA - International Air Transport Association)

इंटरनेशनल एयर ट्रांसपोर्ट एसोसिएशन (IATA) दुनिया की एयरलाइनों के लिए व्यापार संघ है, जो लगभग 250 एयरलाइनों या कुल हवाई यातायात के 84% का प्रतिनिधित्व करता है। हम विमानन गतिविधि के कई क्षेत्रों का समर्थन करते हैं और महत्वपूर्ण विमानन मुद्दों पर उद्योग नीति तैयार करने में मदद करते हैं।

मिशन (Mission)

- एयरलाइन उद्योग का प्रतिनिधित्व, नेतृत्व और सेवा करना

दृष्टि (Vision)

- एक सकुशल, सुरक्षित और लाभदायक हवाई परिवहन उद्योग चलाने वाले मूल्य निर्माण और नवाचार के लिए बल बनना जो हमारी दुनिया को स्थायी रूप से जोड़ता और समृद्ध करता है।

सदस्यता (Membership)

- IATA सदस्यता: 117 देशों में लगभग 250 एयरलाइनें
- IATA सदस्यों द्वारा उड़ानें कुल यातायात का 84% प्रतिनिधित्व करती हैं (उपलब्ध सीट किलोमीटर)।
- IATA members total freight - 2013 में 44 मिलियन टन था, जिसमें से 29 मिलियन टन अंतर्राष्ट्रीय थे।
- IATA members total freight tonne-kilometers (scheduled) - 2013 में 180 अरब टन-किलोमीटर, जिनमें से 157 अरब टन-किलोमीटर अंतरराष्ट्रीय थे।
- IATA members' total passengers 2013 (scheduled) - 2.1 बिलियन, जिनमें से 912 मिलियन अंतर्राष्ट्रीय थे।
- Global total passenger tonne-kilometers 2013 (scheduled) -4.6 ट्रिलियन टन-किलोमीटर, जिनमें से 3.1 ट्रिलियन टन-किलोमीटर अंतर्राष्ट्रीय थे।

इतिहास (History)

- IATA की स्थापना अप्रैल 1945 में हवाना, क्यूबा में हुई थी। IATA के इतिहास पर और अधिक IATA के कार्यालय IATA के 53 देशों में 54 कार्यालय होंगे।
- **प्रधान कार्यालय: मॉन्ट्रियल, कनाडा**
- **कार्यकारी कार्यालय: जिनेवा, स्विट्जरलैंड**
- **अम्मान, बीजिंग, मैड्रिड, मियामी और सिंगापुर में क्षेत्रीय कार्यालय**
- **ब्रसेल्स, मॉस्को, जोहान्सबर्ग और वाशिंगटन डी.सी. में भी महत्वपूर्ण उपस्थिति**



© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

पैसिफिक एशिया ट्रैवल एसोसिएशन (PATA) (Pacific Asia Travel Association (PATA))

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **PATA के बारे में जानकारी प्राप्त करें**
- **PATA के महत्व की व्याख्या करें।**

PATA

पैसिफिक एशिया ट्रैवल एसोसिएशन (PATA) एशिया पैसिफिक यात्रा और पर्यटन उद्योग के जिम्मेदार विकास के लिए एक उत्प्रेरक के रूप में कार्य करने वाला एक सदस्यता संघ है।

PATA के निजी और सार्वजनिक क्षेत्र के सदस्यों के साथ साझेदारी में, हम क्षेत्र से और भीतर यात्रा और पर्यटन के सतत विकास, मूल्य और गुणवत्ता को बढ़ाते हैं।

1951 से PATA ने एशिया प्रशांत क्षेत्र में यात्रा और पर्यटन पर अग्रणी आवाज़ और अधिकार के रूप में सामने से नेतृत्व किया है

- निजी और सार्वजनिक क्षेत्र के सदस्यों के साथ साझेदारी में, PATA क्षेत्र के अंदर और भीतर यात्रा और पर्यटन के सतत विकास, मूल्य और गुणवत्ता को बढ़ाता है।
- एसोसिएशन अपने सदस्य संगठनों को एक व्यक्तिगत और सामूहिक आधार पर नेतृत्व और परामर्श प्रदान करता है, जिसमें 90 सरकार, राज्य और शहर के पर्यटन निकाय, लगभग 30 अंतरराष्ट्रीय एयरलाइंस, हवाई अड्डे और क्रूज लाइनें, 57 शैक्षणिक संस्थान और एशिया प्रशांत और उससे आगे की सैकड़ों यात्रा उद्योग कंपनियां शामिल हैं।
- PATA का Strategic Intelligence Centre (SIC) एशिया पैसिफिक इनबाउंड और आउटबाउंड सांख्यिकी, विश्लेषण और पूर्वानुमान के साथ-साथ रणनीतिक पर्यटन बाजारों पर गहन रिपोर्ट सहित बेजोड़ डेटा और अंतर्दृष्टि प्रदान करता है।
- PATA के कार्यक्रम हर साल इसके सदस्यों के लिए लाखों डॉलर का नया कारोबार सृजित करते हैं
- हजारों यात्रा पेशेवर दुनिया भर में 43 सक्रिय PATA अध्यायों से संबंधित हैं और PATA और उद्योग आयोजनों की एक विस्तृत श्रृंखला में भाग लेते हैं।
- PATA फाउंडेशन पर्यावरण की सुरक्षा, विरासत के संरक्षण और शिक्षा के समर्थन के माध्यम से एशिया प्रशांत क्षेत्र में यात्रा और पर्यटन के सतत और जिम्मेदार विकास में योगदान देता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED



- पैसिफिक एशिया ट्रैवल एसोसिएशन (PATA) एक गैर-लाभकारी सदस्यता संघ है जो एशिया प्रशांत क्षेत्र के भीतर यात्रा और पर्यटन के जिम्मेदार विकास के लिए उत्प्रेरक के रूप में कार्य करता है। इस वर्ष, PATA को विकासशील पर्यटन के 60 गतिशील वर्षों का जश्न मनाने पर गर्व है।

निजी और सार्वजनिक क्षेत्र के सदस्यों के साथ साझेदारी में, PATA क्षेत्र के भीतर और भीतर यात्रा और पर्यटन के सतत विकास, मूल्य और गुणवत्ता को बढ़ाता है। एसोसिएशन 80 से अधिक सरकारी, राज्य और शहर के पर्यटन निकायों को व्यक्तिगत और सामूहिक आधार पर नेतृत्व और परामर्श प्रदान करता है; लगभग 50 अंतरराष्ट्रीय एयरलाइंस, हवाई अड्डे और क्रूज लाइनें और एशिया प्रशांत क्षेत्र और उससे आगे कई सैकड़ों यात्रा उद्योग कंपनियां। हजारों यात्रा पेशेवर दुनिया भर में 39 सक्रिय PATA अध्यायों से संबंधित हैं और PATA और उद्योग की घटनाओं की एक विस्तृत श्रृंखला में भाग लेते हैं। PATA का स्ट्रैटेजिक इंटेलिजेंस सेंटर (SIC) बेजोड़ डेटा और अंतर्दृष्टि प्रदान करता है जिसमें एशिया पैसिफिक इनबाउंड और आउटबाउंड आँकड़े, विश्लेषण और पूर्वानुमान के साथ-साथ रणनीतिक पर्यटन बाजारों पर गहन रिपोर्ट शामिल हैं।

1951 में स्थापित, पैसिफिक एशिया ट्रैवल एसोसिएशन पैसिफिक एशिया यात्रा और पर्यटन पर मान्यता प्राप्त प्राधिकरण है। इस अंतिम शेष पर्यटन सीमा के प्रचार के लिए खुद को समर्पित करके, PATA के विशिष्ट संरचित संगठन और इसके दूरगामी प्रयासों ने इस क्षेत्र में पर्यटन के कई पहलुओं को एकजुट करने में मदद की है। PATA 41 राष्ट्रीय सरकार के सदस्यों, 48 राज्य और स्थानीय पर्यटन निकायों, 66 एयरलाइनों और क्रूज लाइनों के सामूहिक प्रयासों को नेतृत्व प्रदान करता है - कुल मिलाकर लगभग 2,000 यात्रा उद्योग कंपनियां। हमारे सदस्यों में ऐसी कंपनियाँ भी शामिल हैं जो यात्रा उद्योग को व्यापक सेवाएँ प्रदान करती हैं। PATA की अध्याय सदस्यता में दुनिया भर में स्थित 80+ PATA अध्यायों में 17,000 यात्रा पेशेवर शामिल हैं।

दृष्टि की स्पष्टता के साथ भी जो दृष्टि प्रदान करता है, प्रशांत अंतरिम यात्रा संघ को शुरू करने के लिए चुने गए लोगों की तुलना में बेहतर समय की कल्पना करना मुश्किल होगा

1952 में प्रथम प्रशांत क्षेत्र यात्रा सम्मेलन में आयोजकों और 91 प्रतिनिधियों द्वारा। उन्होंने एक ऐसे मुद्दे को संबोधित करने में समय की अदम्य समझ प्रदर्शित की थी जिसका समय आ गया था, जो कि सबसे बड़े अर्थ में, प्रशांत क्षेत्र की यात्रा को विकसित कर रहा था।

1950 के दशक के प्रारंभ तक इस क्षेत्र में रुचि रखने वालों को अवसरों की जबरदस्त श्रृंखला का सामना करना पड़ रहा था। 1952 में, जेट हवाई जहाज का व्यावसायिक उपयोग अभी भी कई साल दूर था और इसलिए 1960 के दशक में प्रशांत यात्रा में विस्फोट हुआ था। हालाँकि, 1952 के प्रशांत क्षेत्र सम्मेलन ने आने वाले बूम वर्षों के लिए आवश्यक नींव रखना शुरू कर दिया।

पैसिफिक एशिया ट्रैवल एसोसिएशन (PATA) का लाभ यह है कि यह सार्वजनिक क्षेत्र के पर्यटन संगठनों की अपनी अनूठी सदस्यता संरचना के माध्यम से उद्योग की दिशा को प्रभावित करना जारी रखता है; हवा, जमीन और समुद्र वहन करता है; और यात्रा उद्योग के उत्पादन, वितरण, वित्तपोषण, परामर्श, शिक्षा और अन्य तकनीकी पहलुओं में लगे संगठन।

2001 में 50वें PATA वार्षिक सम्मेलन के लिए "गर्व अतीत, भविष्य का वादा" विषय चुना गया था, जिसके दौरान सदस्यों ने अपने संघ की उपलब्धियों पर विचार किया। PATA ने प्रशांत और एशिया दोनों में यात्रा और पर्यटन के विकास और सफलता में निर्विवाद रूप से योगदान दिया है; एशिया प्रशांत और पर्यटन का नेता बन गया है। PATA की कहानी संघ के समर्पित लोगों, इसके सदस्यों, अधिकारियों, बोर्ड और कर्मचारियों की कहानी है।

IATO

इंडियन एसोसिएशन ऑफ टूर ऑपरेटर्स (IATO) पर्यटन उद्योग का राष्ट्रीय निकाय है। इसके 4000 से अधिक सदस्य हैं जो पर्यटन उद्योग के सभी क्षेत्रों को कवर करते हैं। 1982 में स्थापित, IATO के पास आज अंतर्राष्ट्रीय स्वीकृति और संबंध हैं। इसका अमेरिका, नेपाल और इंडोनेशिया में अन्य पर्यटन संघों के साथ घनिष्ठ संबंध और निरंतर संपर्क है, जहां USTOA, NATO और ASITA इसके सदस्य निकाय हैं; और न केवल भारत बल्कि पूरे क्षेत्र में आने वाले अंतर्राष्ट्रीय यात्रियों की बेहतर सुविधा के लिए पेशेवर निकायों के साथ अपनी अंतर्राष्ट्रीय नेटवर्किंग बढ़ा रहा है।

IATO भारत में पर्यटन उद्योग को प्रभावित करने वाले सभी महत्वपूर्ण मुद्दों पर सरकार के साथ मिलकर पर्यटन सुविधा को सर्वोच्च प्राथमिकता देता है। यह सभी सरकारी मंत्रालयों/विभागों, वाणिज्य और उद्योग मंडलों, राजनयिक मिशनों आदि के साथ निकटता से बातचीत करता है। यह निर्णयकर्ताओं और उद्योग के बीच सामान्य माध्यम के रूप में कार्य करता है, और दोनों पक्षों के लिए पूर्ण परिप्रेक्ष्य प्रस्तुत करता है, पर्यटन सुविधा के अपने सामान्य एजेंडे को सक्रिय करता है। . IATO के सभी सदस्य पेशेवर नैतिकता के उच्चतम मानकों का पालन करते हैं और अपने ग्राहकों को व्यक्तिगत सेवा प्रदान करते हैं।

पर्यटन उद्योग का राष्ट्रीय सर्वोच्च निकाय होने के नाते, IATO हमेशा अपनी सामाजिक जिम्मेदारी के प्रति सक्रिय रूप से उत्तरदायी है। IATO के सभी सदस्य न केवल राष्ट्रीय आपात स्थितियों और प्राकृतिक आपदाओं के दौरान, बल्कि एक चल रहे उद्यम के रूप में भी अपने सामाजिक दायित्वों को पूरा करने में सक्रिय रूप से भाग लेते हैं। हाल के वर्षों के दौरान IATO सदस्यों ने राष्ट्रीय रक्षा कोष के लिए उदारता से योगदान दिया और कारगिल संघर्ष के दौरान रक्तदान शिविर भी आयोजित किए, उड़ीसा में चक्रवात प्रभावित क्षेत्रों में राहत कार्य किए, गुजरात भूकंप के पीड़ितों के लिए आपातकालीन राहत आपूर्ति की स्थापना की, इसके अलावा अपनाने एक गांव और उन्हें आवश्यक राहत और पुनर्वास बुनियादी ढांचा प्रदान करना। IATO ने प्रधान मंत्री राहत कोष में पूरे दिल से योगदान दिया है, साथ ही राष्ट्रीय संकट के दौरान सरकार को उनके प्रयासों में मदद करने के लिए भी।

IATO की सदस्यता की पांच श्रेणियां हैं: सक्रिय, संबद्ध, सहयोगी, अंतर्राष्ट्रीय और मानद। इसके सभी सक्रिय सदस्य भारत सरकार के पर्यटन विभाग द्वारा मान्यता प्राप्त और अनुमोदित हैं और IATO बिरादरी में भर्ती होने से पहले भारत के अंतर्राष्ट्रीय पर्यटकों को संभालने का कम से कम तीन साल का अनुभव रखते हैं।

NOT TO BE REPUBLISHED

IATO के मामलों को एक कार्यकारी समिति द्वारा प्रबंधित किया जाता है, जो हर दो साल में सक्रिय सदस्यों द्वारा चुनी जाती है। कार्यकारी समिति की अध्यक्षता राष्ट्रपति द्वारा की जाती है जिसमें छह पदाधिकारियों और 9 कार्यकारी सदस्यों की एक टीम होती है। मौजूदा पर्यटन उद्योग और सदस्यता के मुद्दों पर चर्चा करने के लिए कार्यकारी समिति हर महीने मिलती है। स्थानीय स्तर पर अपने राज्य स्तरीय अध्यायों के माध्यम से IATO नेटवर्क जहां सभी स्थानीय मुद्दों को उचित स्तर पर संभाला जाता है।

IATO की 12 कार्य समितियाँ हैं, प्रत्येक समिति के सदस्यों द्वारा सहायता प्राप्त एक संयोजक की अध्यक्षता में एक विशेष क्षेत्र पर केंद्रित है। वहाँ हैं:

- साहसिक पर्यटन विकास समिति
- नागरिक उड्डयन, प्रेस और पीआर समिति
- घरेलू पर्यटन विकास समिति
- शिकायत समिति
- समन्वय समिति का मार्गदर्शन करता है
- मेजबान समिति
- होटल संबंध विकास समिति
- IATO समाचार समिति
- कानूनी मामले, बीमा और उपभोक्ता समिति
- विशेषाधिकार कार्ड विकास समिति
- रेलवे समन्वय और विकास। समिति
- भूतल परिवहन विकास समिति
- वेबसाइट विकास समिति

IATO विशेषज्ञ इनबाउंड टूर - ऑपरेटरों का संघ है, जिनके सदस्य पर्यटन मंत्रालय, भारत सरकार द्वारा मान्यता प्राप्त / अनुमोदित हैं। IATO की सदस्यता सेवा में विश्वास, गुणवत्ता और पारदर्शिता का प्रतीक है।

सदस्य लाभ (Members Benefits)

- सर्वोच्च निकाय के सदस्य (Member of the Apex Body)
- बेहतर नेटवर्किंग के लिए कार्यक्षेत्र (Scopes for better networking)
- विदेशी व्यापार के अवसर (Overseas business opportunities)
- बेहतर व्यावसायिक जोखिम (Better business exposures)

सदस्यता लाभ (Membership Benefits)

देश में पर्यटन के विकास के लिए अथक प्रयास करते हुए IATO अपने सदस्यों के हितों की रक्षा करता है। जब एसोसिएशन ने आकार लिया, तो यह निम्नलिखित लक्ष्यों और उद्देश्यों के साथ निर्धारित हुआ:

- राष्ट्रीय एकता, कल्याण और सद्भावना को बढ़ावा देना।
- पर्यटन के विकास को बढ़ावा देना, प्रोत्साहित करना और सहायता करना और हर तरह से यात्रा व्यापार के कल्याण को सुनिश्चित करना।
- उद्योगों के बीच मैत्रीपूर्ण भावनाओं को प्रोत्साहित करना और बढ़ावा देना।
- सदस्यों के विवादों को सौहार्दपूर्ण ढंग से निपटाने का प्रयास करना।
- विदेशी टूर ऑपरेटरों के कदाचार से सदस्यों के हितों की रक्षा करना।
- उद्योग में उच्च नैतिक मानकों को स्थापित करना और बनाए रखना।
- ऐसे कल्याणकारी कार्यकलाप करना जिन्हें सदस्य व्यक्तिगत रूप से नहीं कर सकते।
- अन्य देशों में समान संगठनों के साथ संबद्धता प्राप्त करने के लिए।
- नस्ल, रंग, पंथ या राष्ट्रीयता के भेद के बिना सभी आगंतुकों के लिए पर्यटन और यात्रा सुविधाओं का आनंद लेने के समान अवसरों को बढ़ावा देना।
- विभिन्न एयरलाइनों और विदेशों में भारत सरकार के पर्यटन कार्यालयों और अन्य समान संगठनों के साथ संयुक्त रूप से विदेशी प्रचार यात्राओं का आयोजन करना।
- अध्ययन और सांस्कृतिक बैठकों के पाठ्यक्रमों का संचालन, सहायता और चर्चा करना।
- पर्यटन संबंधी गतिविधियों में उत्कृष्टता के लिए पुरस्कारों की स्थापना करना।
- विशेष रूप से पर्यटन के विकास के क्षेत्र में उच्च शिक्षा, अध्ययन और अनुसंधान को आगे बढ़ाने के लिए छात्रवृत्ति की पेशकश करके छात्रों की सहायता करना।

टूर ऑपरेटरों की IATO मान्यता (IATO Recognition of Tour Operators)

स्वीकृति इनबाउंड टूर ऑपरेटर के रूप में मान्यता / नवीनीकरण के लिए दिशानिर्देश (Guidelines For Recognition / Renewal as an Approval Inbound Tour Operator)

(4 दिसंबर 2009 से संशोधित) ((Revised with effect from 4th December 2009))

स्वीकृत इनबाउंड टूर ऑपरेटर के रूप में मान्यता / नवीनीकरण के लिए दिशानिर्देश (Guidelines for Recognition / Renewal as an Approved Inbounded Tour Operator)

1 इनबाउंड टूर ऑपरेटर की मान्यता के लिए योजना का लक्ष्य और उद्देश्य इस श्रेणी में गुणवत्ता मानक और सेवा को प्रोत्साहित करना है ताकि भारत और विदेशों में पर्यटन को बढ़ावा दिया जा सके। यह एक स्वैच्छिक योजना है जो सभी वास्तविक टूर ऑपरेटरों को संगठित क्षेत्र में लाने के लिए खुली है

2 परिभाषा (Definition): एक इनबाउंड टूर ऑपरेटर वह है जो विदेशी पर्यटकों के लिए परिवहन, आवास, दर्शनीय स्थल, मनोरंजन और अन्य पर्यटन संबंधी सेवाओं की व्यवस्था करता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

3 मान्यता के लिए आवेदन अपर महानिदेशक, पर्यटन मंत्रालय, परिवहन भवन, 1. संसद मार्ग, नई दिल्ली - 110 001 को संबोधित किया जाएगा।

4 अनुमोदित इनबाउंड टूर ऑपरेटर के रूप में मान्यता पर्यटन मंत्रालय, भारत सरकार, नई दिल्ली द्वारा शुरू में पांच साल के लिए, संबंधित क्षेत्रीय निदेशक और IATO के सदस्य वाली समिति की निरीक्षण रिपोर्ट/सिफारिशों के आधार पर प्रदान की जाएगी।

5 नवीनीकरण/विस्तार के लिए आवेदन संबंधित क्षेत्र के क्षेत्रीय निदेशक को निम्नलिखित पते पर संबोधित किया जाएगा।

- The Regional Director (East), India Tourism,"Embassy", 4 Shakespeare Sarani, Kolkata - 700 071, West Bengal, Phone NO.(033) 2282 5813 /2282 1475, Fax : (033) 2282 3521, Email : indtour@cal2.vsnl.net.in
- The Regional Director (West), India Tourism, 123, M.Karve Road, Opp. Church Gate, Mumbai - 400020, Maharashtra, Phone No. (022) 2208 3263/2207 43333 / 2207 4334, Fax : (022) 2201 4496, Email : indiatourism@hathway.com, indiatourism@vsnl.com
- The Regional Director (North), India Tourism, 88 - Janpath, New Delhi 110 001. Phone No.(011) 2332 0342 / 2332 0005 / 2332 0008, Fax : (011) 2332 0109,Email goitodelhi@nic.in
- The Regional Director (South), India Tourism,154, Anna Salai, Chennai - 600 002, Tamil Nadu, Phone No. (044) 2846 0285 / 28461459, Fax : (044) 2846 0193, Email: indtour@vsnal.com, goitochn@tn.nic.in
- The Regional Director (North - East), India Tourism, AsomParyatanBhawan, 3rd Floor, Near Nepali Mandir, A.K. Azad Road, Paltan Bazar, Guwahati - 781 008, Assam, Phone No. (0361) 273 7554, Fax No. (0361) 273 7553, Email : indtourguwahati@nic.in.

6 इसके बाद नवीकरण/विस्तार, आवश्यक शुल्क/दस्तावेजों के साथ टूर ऑपरेटर द्वारा किए गए आवेदन पर संबंधित क्षेत्रीय निदेशक और IATO के एक सदस्य की एक समिति द्वारा किए गए निरीक्षण के बाद पांच साल के लिए प्रदान किया जाएगा।

7 सभी प्रकार से जांच के बाद आवेदकों से प्राप्त दस्तावेजों की पावती यात्रा व्यापार प्रभाग द्वारा प्रथम अनुमोदन के संबंध में और संबंधित क्षेत्रीय निदेशक द्वारा नवीनीकरण के लिए दी जाएगी। पूर्ण आवेदन की प्राप्ति से साठ कार्य दिवसों की अवधि के भीतर निरीक्षण दल द्वारा प्रथम अनुमोदन/नवीनीकरण के लिए निरीक्षण किया जाएगा।

8 निम्नलिखित शर्तों को इनबाउंड टूर ऑपरेटर द्वारा मान्यता/नवीनीकरण प्रदान करने के लिए पूरा किया जाना चाहिए

पर्यटन मंत्रालय (Ministry of Tourism)

i मान्यता/नवीनीकरण के लिए आवेदन निर्धारित प्रपत्र में होगा और आवश्यक दस्तावेजों के साथ दो प्रतियों में प्रस्तुत किया जाएगा।

ii शेष भारत में स्थित इनबाउंड टूर ऑपरेटरों के पास न्यूनतम प्रदत्त पूंजी (या नियोजित पूंजी) रु.3.00 लाख और रु.50,000/- होनी चाहिए, उत्तर पूर्वी क्षेत्र, दूरस्थ और ग्रामीण क्षेत्रों के मामले में, नवीनतम द्वारा विधिवत समर्थित ऑडिटेड बैलेंस शीट/चार्टर्ड एकाउंटेंट का प्रमाण पत्र।

iii केवल पिछले वित्तीय वर्ष या कैलेंडर वर्ष के दौरान इनबाउंड टूर संचालन से फर्म द्वारा विदेशी आय के संदर्भ में टर्नओवर शेष भारत के लिए न्यूनतम 25.00 लाख रुपये और उत्तर-पूर्वी क्षेत्र के लिए 5.00 लाख रुपये होना चाहिए। , दूरस्थ और ग्रामीण क्षेत्रों में चार्टर्ड एकाउंटेंट के प्रमाण पत्र द्वारा विधिवत समर्थित। हालांकि, उत्तर-पूर्वी क्षेत्र के लिए, रुपये की कमाई में फर्म के कारोबार के संबंध में चार्टर्ड एकाउंटेंट का प्रमाण पत्र विदेशी मुद्रा आय के रूप में माना जाएगा, बशर्ते दस्तावेजी सबूत हो कि ऐसी आय केवल इनबाउंड टूर संचालन से ही है।

iv इनबाउंड टूर ऑपरेटर के पास मालिक या उनके स्टाफ के एक पूर्णकालिक सदस्य के प्रभार में एक कार्यालय होना चाहिए, जो परिवहन, आवास, मुद्रा, सीमा शुल्क नियमों और पर्यटन और यात्रा संबंधी सेवा के बारे में सामान्य जानकारी के मामलों में पर्याप्त रूप से प्रशिक्षित/अनुभवी हो। हालांकि, अंग्रेजी के अलावा प्रभावी संचार कौशल और विदेशी भाषा के ज्ञान पर अधिक जोर दिया जा सकता है।

कम से कम चार योग्य कर्मचारी होने चाहिए, जिनमें से कम से कम एक के पास किसी मान्यता प्राप्त विश्वविद्यालय, IITTM या AICTE द्वारा अनुमोदित संस्थान से पर्यटन और यात्रा प्रबंधन में डिप्लोमा / डिग्री होनी चाहिए। फर्म के मालिक को योग्य कर्मचारियों में से एक के रूप में शामिल किया जाएगा।

अन्य दो स्टाफ सदस्यों के मामले में शैक्षणिक योग्यता में छूट दी जा सकती है जो एयरलाइंस, शिपिंग, परिवहन, PR एजेंसियों, होटलों और अन्य कॉर्पोरेट निकायों में असाधारण रूप से अनुभवी कर्मचारी हैं और जिनके पास पर्यटन मंत्रालय द्वारा स्वीकृत टूर ऑपरेटरों के साथ दो साल का अनुभव है। उत्तर-पूर्वी क्षेत्र, दूरस्थ और ग्रामीण क्षेत्रों में स्थित एजेंसियों के लिए, कम से कम दो कर्मचारी होने चाहिए, जिनमें से एक योग्य कर्मचारी होना चाहिए, जिसके पास किसी मान्यता प्राप्त विश्वविद्यालय, IITTM से पर्यटन और यात्रा प्रबंधन में डिप्लोमा / डिग्री हो या AICTE द्वारा अनुमोदित संस्थान। फर्म के मालिक को योग्य कर्मचारियों में से एक के रूप में शामिल किया जाएगा।

v इनबाउंड टूर ऑपरेटर आवेदन की तारीख से पहले कम से कम एक वर्ष की अवधि के लिए संचालन में होना चाहिए।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

vi शेष भारत के लिए न्यूनतम कार्यालय स्थान कम से कम 150 वर्ग फुट और पहाड़ी क्षेत्रों के लिए 100 वर्ग फुट होना चाहिए जो समुद्र तल से 1000 मीटर से ऊपर हैं। इसके अलावा, कार्यालय साफ-सुथरे परिवेश में स्थित होना चाहिए और टेलीफोन, फैक्स और कंप्यूटर आरक्षण प्रणाली आदि से सुसज्जित होना चाहिए। स्वागत के लिए पर्याप्त जगह और शौचालयों तक आसान पहुंच होनी चाहिए।

vii इनबाउंड टूर ऑपरेटर एक आयकर निर्धारिती होना चाहिए और पिछले या वर्तमान मूल्यांकन वर्ष के लिए आयकर रिटर्न दाखिल करना चाहिए।

viii अस्वीकरण (Disclaimer): इनबाउंड टूर ऑपरेटर को पर्यटन मंत्रालय, भारत सरकार द्वारा प्रशिक्षित और लाइसेंस प्राप्त क्षेत्रीय स्तर के गाइड और राज्य सरकारों द्वारा अनुमोदित राज्य स्तर के गाइड को ही नियुक्त करना चाहिए।

इस खंड का कार्यान्वयन रिट याचिका संख्या 5607/2004 और अन्य माननीय न्यायालयों में राजस्थान के माननीय उच्च न्यायालय के निर्णय के अधीन होगा।

ix इनबाउंड टूर ऑपरेटर पर्यटकों के लिए साहसिक विकल्पों और संबंधित सेवाओं के क्षेत्र में अनुमोदित विशेष एजेंसियों को अनुबंधित/ उपयोग करेगा।

9 इनबाउंड टूर ऑपरेटर को रुपये के गैर-वापसी योग्य शुल्क का भुगतान करना होगा। 3, 00 / - प्रधान कार्यालय के साथ-साथ प्रत्येक शाखा कार्यालय की मान्यता और नवीनीकरण के लिए आवेदन करते समय शुल्क बैंक ड्राफ्ट के रूप में वेतन एवं लेखा अधिकारी, पर्यटन मंत्रालय को देय होगा।

10 मान्यता/नवीनीकरण घरेलू टूर ऑपरेटर के प्रधान कार्यालय को प्रदान किया जाएगा। शाखा कार्यालयों को प्रधान कार्यालय के साथ या बाद में अनुमोदित किया जाएगा, बशर्ते कि शाखा कार्यालयों का विवरण पर्यटन मंत्रालय को मान्यता के लिए और नवीकरण के लिए संबंधित क्षेत्रीय निदेशक को प्रस्तुत किया जाए और उसके द्वारा स्वीकार किया जाए।

11 इनबाउंड टूर ऑपरेटर को इस प्रकार मान्यता/नवीनीकरण प्रदान किया गया है, वह सरकार द्वारा समय-समय पर दी जाने वाली प्रोत्साहन और रियायतों का हकदार होगा और पर्यटन मंत्रालय, भारत सरकार द्वारा समय-समय पर निर्धारित मान्यता के नियमों और शर्तों का पालन करेगा ।

12 यद्यपि यात्रा व्यापार के सेवा प्रदाताओं को मान्यता की मंजूरी देने की योजना स्वैच्छिक है, पर्यटन और यात्रा व्यापार मंत्रालय की एक सक्रिय भूमिका निभाने की आवश्यकता है ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि अधिक से अधिक सेवा प्रदाता अनुमोदन प्राप्त करें और फिर पर्यटकों को सेवा प्रदान करें। अस्वीकृत सेवा प्रदाताओं के माध्यम से सेवाओं का लाभ उठाने के संभावित जोखिम के खिलाफ हितधारकों के साथ-साथ उपभोक्ताओं को शिक्षित करने की भी आवश्यकता है।

13 ट्रैवल ट्रेड के लिए स्वीकृत सेवा प्रदाता के लिए पर्यटन मंत्रालय द्वारा दिए गए रिकॉग्निटिनो के अनुमोदन के प्रमाण पत्र को बोर्ड या पिक्चर फ्रेम में चिपकाकर प्रमुखता से प्रदर्शित करना अनिवार्य होगा ताकि संभावित पर्यटक को यह दिखाई दे।

14 मान्यता / नवीनीकरण के मामले में पर्यटन मंत्रालय, भारत सरकार का निर्णय अंतिम होगा। हालांकि, MOT अपने विवेक से मान्यता देने/ नवीनीकरण और फर्म को मना कर सकता है या किसी भी समय सक्षम प्राधिकारी के अनुमोदन से मान्यता/नवीनीकरण को वापस ले सकता है। ऐसा निर्णय लेने से पहले, आवश्यक शो केस नोटिस निरपवाद रूप से जारी किया जाएगा और गुण-दोष के आधार पर उत्तर पर विचार किया जाएगा। यह सावधानीपूर्वक विचार करने के बाद और आम तौर पर अंतिम उपाय के रूप में किया जाएगा। जिन परिस्थितियों में निकासी की जाती है उन्हें भी इंगित किया जाएगा।

15 आवेदन पत्र सहित दिशानिर्देश वेबसाइट www.tourism.gov.in से डाउनलोड किए जा सकते हैं

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

ट्रैवल एजेंट्स एसोसिएशन ऑफ इंडिया (Travel Agents Association of India (TAAI))

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **TAAI के बारे में जानकारी प्राप्त करें।**

ट्रैवल एजेंट्स एसोसिएशन ऑफ इंडिया (TAAI) (Travel Agents Association of India (TAAI))

- TAAI यात्रा और पर्यटन उद्योग के विभिन्न क्षेत्रों का एक पेशेवर समन्वय निकाय है।
- TAAI भारत का नोडल संघ है।
- TAAI गैर-राजनीतिक, गैर-वाणिज्यिक और एक गैर-लाभकारी संस्था है।
- TAAI को यात्रा और पर्यटन उद्योग के मुख्य प्रतिनिधि निकाय के रूप में मान्यता प्राप्त है। प्रतीक TAAI विश्वसनीय और पेशेवर सेवा का प्रवर्तन है।

ट्रैवल एजेंट्स एसोसिएशन ऑफ़ इंडिया (TAAI) का गठन वर्ष 1951 के अंत में बारह प्रमुख ट्रैवल एजेंटों के एक समूह द्वारा किया गया था, जिन्होंने महसूस किया कि संगठित लाइनों के साथ भारत में यात्रा उद्योग को विनियमित करने के लिए एक एसोसिएशन बनाने का समय आ गया है। ध्वनि व्यापार सिद्धांतों के साथ।

प्राथमिक उद्देश्य उद्योग में लगे लोगों के हितों की रक्षा करना, इसके व्यवस्थित विकास और विकास को बढ़ावा देना और यात्रा करने वाली जनता को बेईमान और अविश्वसनीय ऑपरेटरों द्वारा शोषण से बचाना था।

बाद के वर्षों में, एसोसिएशन की सदस्यता सक्रिय, सहयोगी, संबद्ध, सरकार और अनिवासी सहित मूल 12 से लगभग 2500 सदस्यों तक तेजी से बढ़ी है।

अभिप्राय और उद्देष्य (Aims and Objectives)

- TAAI यात्रा करने वाली जनता के हितों के प्रति जागरूक है और यात्रा व्यापार के भीतर उच्च नैतिक मानकों को बनाए रखता है।
- TAAI का उद्देश्य उद्योग में सेवा और व्यावसायिकता के स्तर में लगातार सुधार करके भारत में यात्रा और पर्यटन उद्योग का विकास करना है ताकि भारत और विदेशों के यात्रियों और पर्यटकों की जरूरतों को पूरा किया जा सके।
- TAAI समग्र रूप से उद्योग की अच्छी प्रगति और वृद्धि में योगदान देकर, TAAI सदस्यों के बीच, यात्रा और पर्यटन उद्योग के विभिन्न क्षेत्रों के बीच आपसी सहयोग को बढ़ावा देने में लगा हुआ है।

TAAI की गतिविधियां (Activities of TAAI)

- TAAI विचारों और अनुभवों के आदान-प्रदान के लिए एक शक्तिशाली मंच के रूप में कार्य करता है।
- TAAI उद्योग में यात्रा और पर्यटन के विकास को बढ़ावा देने, बनाए रखने और प्रोत्साहित करने में मदद करता है।
- TAAI सम्मेलनों और सेमिनारों के माध्यम से सदस्यों को कल की चुनौतियों का सामना करने के लिए शिक्षित और सुसज्जित करता है।
- TAAI देश में नियंत्रक और नियामक प्राधिकरणों का ध्यान आकर्षित करता है और उनके साथ उद्योग की समस्याओं पर चर्चा करता है और अपने सदस्यों के अस्तित्व और बेहतरी के लिए काम करता है।
- TAAI विश्व निकायों के साथ निकट संपर्क बनाए रखता है और देश के यात्रा और पर्यटन उद्योग को प्रभावित करने वाले मामलों का प्रतिनिधित्व करता है।
- TAAI यात्रा और पर्यटन पर उपयोगी जानकारी एकत्र करता है और अपने सदस्यों को उनके मार्गदर्शन के लिए प्रसारित करता है।
- TAAI यात्रा उद्योग के विभिन्न क्षेत्रों के बीच बेहतर समझ विकसित करने में मदद करता है और विभिन्न श्रेणियों के तहत सदस्यता प्रदान करके उन्हें अपने दायरे में लाता है।
- TAAI अपने सदस्यों के बीच बंधुत्व को बढ़ावा देता है,TAAI ने पड़ोसी देशों और दुनिया भर में विभिन्न ट्रैवल एजेंट संघों के साथ कई समझौता ज्ञापनों पर हस्ताक्षर किए हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

एक नई ट्रैवल एजेंसी शुरू करना (Starting a new travel agency)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **ट्रैवल एजेंसी शुरू करने की प्रक्रिया।**

स्वीकृत ट्रैवल एजेंट/एजेंसी (टीए) के रूप में मान्यता/नवीकरण या विस्तार के लिए दिशानिर्देश (Guidelines for recognition / renewal or extension as an approved travel agent / agency (TA))

[18 जुलाई 2011 से प्रभावी संशोधित]

ट्रैवल एजेंट/एजेंसी (TA) की मान्यता के लिए योजना का लक्ष्य और उद्देश्य इस श्रेणी में गुणवत्ता मानक और सेवा को प्रोत्साहित करना है ताकि भारत में पर्यटन को बढ़ावा दिया जा सके। यह एक स्वैच्छिक योजना है जो सभी प्रामाणिक ट्रैवल एजेंसियों को संगठित क्षेत्र में लाने के लिए खुली है।

परिभाषा (Definition): ट्रैवल एजेंट/एजेंसी (TA) वह है जो हवाई यात्रा, रेल, जहाज, पासपोर्ट, वीजा आदि के लिए टिकट की व्यवस्था करता है। यह आवास, पर्यटन, मनोरंजन और अन्य पर्यटन संबंधी सेवाओं की व्यवस्था भी कर सकता है।

अनुमोदन के लिए आवेदन सहायक महानिदेशक, यात्रा व्यापार प्रभाग, पर्यटन मंत्रालय, भारत सरकार, Room No. 23, C - 1 Hutments, Dalhousie Road, New Delhi - 110 011, Tel No. 0112301 2805, Fax No. 011 2301 9476, Email ID: sanjay.singh1@nic.in.

नवीनीकरण / विस्तार के लिए आवेदन संबंधित क्षेत्र के RD को निम्नलिखित पते के अनुसार संबोधित किया जाएगा: -

- क्षेत्रीय निदेशक (पूर्व), भारत पर्यटन, "दूतावास", 4, शेक्सपियर सारणी, Kolkata - 700 071, West Bengal. Phone No.(033) 2282 5813 / 2282 1475, Fax: (033) 2282 3521, Email:indtour6100@dataone.in
- क्षेत्रीय निदेशक (पश्चिम), भारत पर्यटन, 123, M. Karve Road, Opp. Church Gate, Mumbai - 400 020, Maharashtra. Phone No. (022) 2208 3263 / 2207 4333 /2207 4334, Fax: (022) 2201 4496, Email:indiatourism@vsnl.com, regdir.indtour@gmail.com
- क्षेत्रीय निदेशक (उत्तर), भारत पर्यटन, 88 - Janpath, New Delhi 110 001. Phone No. (011) 2332 0342 / 2332 0005 / 2332 0008,Fax: (011) 2332 0109, Email: goitodelhi@nic.in
- क्षेत्रीय निदेशक (दक्षिण), भारत पर्यटन, 154, अन्ना सलाई।
- Chennai - 600 002, Tamil Nadu. Phone No. (044) 28460285 / 28461459, Fax: (044) 2846 0193, Email: indtour@dataone.in.
- क्षेत्रीय निदेशक (उत्तर - पूर्व), भारत पर्यटन, असोम पर्यटन भवन, 3rd Floor, Near Nepali Mandir, A. K. Azad Road, Paltan Bazar, Guwahati - 781 008, Assam. Phone No. (0361) 273 7554, Fax No. (0361) 273 7553, Email: indtourguwahati@nic.in

एक अनुमोदित DTO के रूप में मान्यता पर्यटन मंत्रालय (MOT), भारत सरकार (GOI), नई दिल्ली द्वारा शुरू में संबंधित क्षेत्रीय निदेशक (RD) की निरीक्षण रिपोर्ट/समिति की सिफारिशों के आधार पर पांच साल के लिए प्रदान की जाएगी।) और इंडियन टूरिस्ट ट्रांसपोर्टर्स एसोसिएशन (ITTA) के सदस्य हैं।

इसके बाद नवीनीकरण/विस्तार, आवश्यक शुल्क/दस्तावेजों के साथ TA द्वारा किए गए आवेदन पर संबंधित RD और TAAI के एक सदस्य वाली समिति द्वारा किए गए निरीक्षण के बाद पांच साल के लिए दिया जाएगा।

सभी प्रकार से जांच के बाद आवेदक से प्राप्त दस्तावेजों को MOT में ट्रैवल ट्रेड डिवीजन (TT डिवीजन) द्वारा पहले अनुमोदन के संबंध में और संबंधित RD द्वारा नवीनीकरण या विस्तार के लिए स्वीकार किया जाएगा। पूर्ण आवेदन प्राप्त होने के साठ कार्य दिवसों की अवधि के भीतर निरीक्षण दल द्वारा प्रथम अनुमोदन/नवीनीकरण या विस्तार के लिए निरीक्षण किया जाएगा।

MOT द्वारा मान्यता/नवीनीकरण या विस्तार प्रदान करने के लिए TA द्वारा निम्नलिखित शर्तों को पूरा किया जाना चाहिए:

- मान्यता/नवीनीकरण या विस्तार के लिए आवेदन निर्धारित प्रपत्र में होगा और आवश्यक दस्तावेजों के साथ दो प्रतियों में प्रस्तुत किया जाएगा।
- आवेदक को आवेदन के समय न्यूनतम एक वर्ष की अवधि के लिए पर्यटक परिवहन संचालन व्यवसाय में होना चाहिए।
- TTO ने उपरोक्त अवधि में वाणिज्यिक पर्यटक वाहनों के लिए संबंधित State Transport Authority (STA) / Road Transport Authority (RTA) द्वारा जारी उचित पर्यटक परमिट के साथ कम से कम छह पर्यटक वाहनों का संचालन किया है। इन छह पर्यटक वाहनों में से कम से कम चार कारें होनी चाहिए। पर्यटक वाहन और संबंधित दस्तावेज कंपनी के नाम पर होने चाहिए सिवाय इसके कि जहां मालिक एक मालिक है। अनुबंध-1 में दिए गए निर्धारित प्रोफार्मा में वाहनों की सूची आवेदन के साथ संलग्न की जानी चाहिए।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- आवेदक को हवाई अड्डे से पर्यटकों को स्थानांतरित करने के लिए पर्यटक परिवहन वाहनों को संभालने का पर्याप्त ज्ञान होना चाहिए। रेलवे स्टेशन, बस स्टेशन आदि, और विदेशी और घरेलू पर्यटकों के देखने के लिए। ड्राइवरों को अंग्रेजी और हिंदी/स्थानीय भाषाओं का कार्यसाधक ज्ञान होना चाहिए।
- पर्यटक वाहनों के चालकों को उचित वर्दी पहननी चाहिए और पर्यटकों को देखने के लिए ले जाने का पर्याप्त ज्ञान होना चाहिए।
- आवेदक के पास वाहनों के लिए उचित पार्किंग स्थान होना चाहिए।
- TTO पर्यटक परिवहन वाहनों के संचालन के व्यवसाय को चलाने के लिए उपयुक्त प्राधिकरण के साथ पंजीकृत है।
- प्राचीन स्मारक और पुरातत्व स्थल और अवशेष अधिनियम 1958 (1958 का 24) के तहत संरक्षित स्मारकों के लिए, TTO को पर्यटन मंत्रालय द्वारा प्रशिक्षित और लाइसेंस प्राप्त क्षेत्रीय स्तर के पर्यटक गाइडों की सेवाएं लेनी चाहिए। भारत सरकार या भारत सरकार द्वारा अधिकृत टोहर गाइड या माननीय न्यायालय के आदेश के तहत। स्मारकों और गंतव्यों के लिए उपयुक्त प्राधिकारी के आदेश के तहत अधिकृत गाइड, यदि संबंधित स्मारक/गंतव्य में से कोई हो, को TTO द्वारा तैनात/नियुक्त किया जाना चाहिए।
- न्यूनतम कार्यालय स्थान शेष भारत के लिए कम से कम 150 वर्ग फुट और पहाड़ी क्षेत्रों के लिए 100 वर्ग फुट होना चाहिए जो समुद्र तल से 1000 मीटर से ऊपर हैं। इसके अलावा, कार्यालय व्यावसायिक क्षेत्र में स्थित हो सकता है और टेलीफोन, फैक्स और कंप्यूटर आदि से सुसज्जित हो सकता है। इसके आस-पास स्वागत के लिए पर्याप्त जगह और शौचालय की सुविधा के लिए आसान पहुंच होनी चाहिए।
- टूरिस्ट ट्रांसपोर्ट ऑपरेशंस से फर्म का टर्न-ओवर शेष भारत के लिए न्यूनतम 25.00 लाख रुपये और उत्तर-पूर्वी क्षेत्र, दूरस्थ और ग्रामीण क्षेत्रों के लिए 10.00 लाख रुपये होना चाहिए, जो वैधानिक द्वारा जारी प्रमाण पत्र द्वारा विधिवत समर्थित हो। फर्म का लेखा परीक्षक। इस संबंध में, फर्म के वैधानिक लेखा परीक्षक द्वारा विदेशी मुद्रा और INR के माध्यम से टर्नओवर का अलग से उल्लेख किया जाना चाहिए।
- आवेदक को आयकर निर्धारिती होना चाहिए और वर्तमान निर्धारण वर्ष के लिए आयकर रिटर्न दाखिल करने के प्रमाण के रूप में पावती प्रमाण पत्र की प्रति जमा करनी चाहिए।

भूतपूर्व रक्षा कर्मियों के लिए, एक वर्ष के लिए पर्यटक परिवहन वाहनों के व्यवसाय में होने की शर्त में छह महीने की छूट है और छह वाहनों के लिए चार पर्यटक वाहनों में छूट है, बशर्ते उम्मीदवार को रक्षा मंत्रालय के पुनर्वास महानिदेशक द्वारा प्रायोजित किया गया हो। , नई दिल्ली हालांकि इस योजना के तहत आवेदन करने वाले पूर्व-रक्षा कर्मियों को स्वयं पर्यटक परिवहन व्यवसाय संचालित करना चाहिए और अन्य फाइनेंसरों के पुरुषों को नियुक्त नहीं करना चाहिए।

प्रधान कार्यालय और प्रत्येक शाखा कार्यालय के लिए मान्यता/नवीनीकरण के लिए आवेदन करते समय TTO को रु.3,000/- के गैर-वापसी योग्य शुल्क का भुगतान करना आवश्यक है। शुल्क बैंक ड्राफ्ट के रूप में पर्यटन मंत्रालय के वेतन एवं लेखा अधिकारी को देय होगा।

TTO को "सुरक्षित और सम्माननीय पर्यटन" के लिए आचार संहिता के सिद्धांतों का पालन करना चाहिए, जिसके लिए निम्नलिखित कार्रवाई करनी होगी।

- "सुरक्षित और सम्माननीय पर्यटन" के प्रति प्रतिबद्धता की प्रतिज्ञा की एक हस्ताक्षरित प्रति आवेदन के साथ हिंदी या अंग्रेजी भाषाओं में संलग्न की जानी चाहिए। प्रतिज्ञा क्रमशः अंग्रेजी और हिंदी में अनुलग्नक II और III के रूप में संलग्न है।
- जिस दिन कोई स्टाफ सदस्य TTO में शामिल होता है, उसे प्रतिज्ञा लेने/हस्ताक्षर करने की आवश्यकता होगी। शपथ को कर्मचारियों के नियुक्ति पत्र/जॉइनिंग रिपोर्ट में शामिल किया जाएगा।
- 25 से अधिक कर्मियों वाले संगठनों के मामले में TTO द्वारा अनुमोदन के लिए आवेदन करते समय दो फोकल पॉइंट नामित किए जाएंगे (अर्थात HRD सुरक्षा पक्ष आदि से)। 25 से कम कर्मियों वाले TTO के मामले में एक फोकल प्वाइंट नामित करना होगा।
- "सुरक्षित और माननीय पर्यटन" के संबंध में Capacity Building of Service Providers (CBSP) योजना के तहत MOT द्वारा अनुमोदित TTO के कर्मचारियों को प्रशिक्षण प्रदान किया जाएगा। TTO के फोकल प्वाइंट्स को पहले MOT अनुमोदन के पहले छह महीनों के भीतर प्रशिक्षित किया जाएगा। तत्पश्चात् प्रशिक्षित फोकल प्वाइंट कर्मचारियों को और आंतरिक प्रशिक्षण प्रदान करेंगे जिसकी व्यवस्था अगले छह महीनों के भीतर की जाएगी।
- "सुरक्षित और सम्माननीय पर्यटन" के प्रति प्रतिबद्धता की प्रतिज्ञा को TTO द्वारा प्रमुखता से TTO के फ्रंट ऑफिस क्षेत्र / लॉबी में प्रदर्शित करना होगा।
- आचार संहिता के हस्ताक्षरकर्ताओं को इस पैरा के प्रावधानों के अनुपालन में उनके द्वारा की गई कार्रवाई का रिकॉर्ड बनाए रखना आवश्यक होगा, जिसे उनके कार्यालय में रखा जाएगा और नवीनीकरण के समय समितियों को दिखाया जाएगा।

TTO के प्रधान कार्यालय को मान्यता / नवीनीकरण या विस्तार प्रदान किया जाएगा। TTO के शाखा कार्यालयों को प्रधान कार्यालय के साथ अनुमोदित किया जाएगा या बाद में मान्यता के लिए और संबंधित RD के नवीनीकरण या विस्तार के लिए शाखा कार्यालयों के विवरण MOT को प्रस्तुत किए जाते हैं और इसके द्वारा स्वीकार किए जाते हैं।

TTO को दी गई मान्यता/नवीनीकरण या विस्तार ऐसे प्रोत्साहनों और रियायतों का हकदार होगा जो सरकार द्वारा समय-समय पर दी जा सकती है और MOT, भारत सरकार द्वारा समय-समय पर निर्धारित मान्यता के नियमों और शर्तों का पालन करेगी।

TTO को उनके द्वारा की गई कार्रवाई की रिपोर्ट उनकी वार्षिक रिपोर्ट में देनी होगी जो उनके पास रखी जाएगी और नवीकरण के समय समितियों को दिखाई जाएगी।

© SSEMI NOT TO BE REPUBLISHED

भले ही यात्रा के सेवा प्रदाताओं को मान्यता देने की योजना स्वैच्छिक प्रकृति की है, यह सुनिश्चित करने के लिए कि अधिक से अधिक सेवा प्रदाता अनुमोदन प्राप्त करें और फिर पर्यटकों को सेवा प्रदान करें, MOT और यात्रा व्यापार की एक सक्रिय भूमिका निभाने की आवश्यकता है। अस्वीकृत सेवा प्रदाताओं के माध्यम से सेवाओं का लाभ उठाने के संभावित जोखिम के खिलाफ हितधारकों के साथ-साथ उपभोक्ताओं को शिक्षित करने की भी आवश्यकता है।

यात्रा व्यापार के एक अनुमोदित सेवा प्रदाता के लिए यह अनिवार्य होगा कि वह MOT द्वारा दी गई मान्यता/नवीनीकरण या विस्तार के अनुमोदन के प्रमाण पत्र को बोर्ड पर या चित्र के फ्रेम में चिपकाकर प्रमुखता से प्रदर्शित करे ताकि यह एक संभावित पर्यटक को दिखाई दे।

मान्यता/नवीनीकरण या विस्तार के मामले में MOT, भारत सरकार का निर्णय अंतिम होगा। हालांकि, MOT अपने विवेक से किसी भी फर्म को मान्यता देने/नवीनीकरण या विस्तार करने से मना कर सकता है या किसी भी समय मान्यता/नवीनीकरण को सक्षम कारण बताओ नोटिस के अनुमोदन के साथ वापस ले सकता है/वापस ले सकता है और योग्यता के आधार पर जवाब दिया जाएगा। यह सावधानीपूर्वक विचार करने के बाद और आम तौर पर अंतिम उपाय के रूप में किया जाएगा। जिन परिस्थितियों में निकासी की जाती है उन्हें भी इंगित किया जाएगा।

अतुल्य भारत (Incredible India)

अनुलग्नक - II (Annexure - II)

सुरक्षित और सम्मानजनक पर्यटन और सतत पर्यटन के प्रति प्रतिबद्धता की प्रतिज्ञा (Pledge for commitment towards safe & honourable tourism and sustaible tourism)

मैं/हम सत्यनिष्ठा से शपथ लेते हैं और अपने व्यापार को इस तरह से संचालित करने की अपनी प्रतिबद्धता को दोहराते हैं जो हमारी समृद्ध और प्राचीन सभ्यता की संस्कृति और लोकाचार और हमारे बहुसांस्कृतिक समाज की सहिष्णु और मिलनसार प्रकृति को लाभ पहुंचाता है और सभी व्यक्तियों, विशेष रूप से महिलाओं और बच्चों को सभी अपमानजनक चीजों से बचाता है। ऐसे कार्य जो हमारे देश की भावना के विपरीत हैं। हम सुरक्षित और सम्मानजनक पर्यटन के लिए आचार संहिता का पालन करने के लिए प्रतिबद्ध हैं।

यह स्वीकार करते हुए कि प्रत्येक पृथ्वी संसाधन परिमित और नाजुक है, मैं/हम सर्वोत्तम पर्यावरण और विरासत संरक्षण मानकों के अनुरूप स्थायी पर्यटन प्रथाओं को पूरी तरह से लागू करने की प्रतिज्ञा करते हैं, जैसे कि मेरी/हमारी वर्तमान पर्यटन संसाधन आवश्यकताएं स्थानीय समुदाय लाभ और भविष्य के टिकाऊ उपयोग दोनों को अनुकूलित करती हैं।

हस्ताक्षर: .....

नाम: .....

की ओर से : .....

की उपस्थिति में : .....

A अनुलग्नक - 1 (NNEXURE - 1)

TTO के वाहन का विवरण (न्यूनतम 06 वाहन जिनमें से 04 कार होनी चाहिए (सभी कंपनी के नाम पर) RC/TC की प्रतियां प्रमाणित होनी चाहिए। टेबल 1 में अतिरिक्त वाहनों के लिए और कॉलम जोड़े जा सकते हैं।

क्रम सं.	वाहन के प्रकार	के नाम से पंजीकृत है	पंजीकरण संख्या	RC dated	पर्यटक आज्ञा देना	TP dated	अन्य टिप्पणी
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

मोटर वाहन (पर्यटक परिवहन परिचालक के लिए अखिल भारतीय परमिट) नियम, 1993 (The motor vehicles (All india permit for tourist transport operator) rules,1993)

- लघु शीर्षक, विस्तार, प्रारंभ और छूट - (1) इन नियमों को मोटर वाहन (पर्यटन परिवहन ऑपरेटरों के लिए अखिल भारतीय परमिट) नियम, 1993 कहा जा सकता है।
- इनका विस्तार पूरे भारत में होगा
- ये प्रकाशन की तारीख से प्रभावी होंगे।
- केंद्रीय मोटर वाहन नियम 1989 के नियम 82 से 85ए में निर्धारित शर्तें इस योजना के तहत दिए गए परमिट पर लागू नहीं होंगी।
  _____ G.S.R. 541(E), दिनांक 10 अक्टूबर, 1993, भारत के राजपत्र अतिरिक्त, भाग-II धारा 3(i), दिनांक 10 अगस्त, 1993 में प्रकाशित।

परिभाषाएँ - इन नियमों में जब तक कि संदर्भ से अन्यथा अपेक्षित न हो। (Definitions - In these Rules unless the context otherwise requires.)

अधिनियम का अर्थ मोटर वाहन अधिनियम 1988 (1988 का 59) है।

• प्राधिकरण प्रमाण पत्र का अर्थ है एक मान्यता प्राप्त पर्यटक संचालक को एक उपयुक्त प्राधिकारी द्वारा जारी किया गया प्रमाण पत्र जो उसे भारत के पूरे क्षेत्र में या ऐसे निरंतर राज्यों में संचालित करने के लिए अधिकृत करता है, जिसकी संख्या तीन से कम नहीं है, जिसमें वह राज्य भी शामिल है जिसमें परमिट जारी किया गया है। पर्यटक सर्किट, जैसा कि उसे दिए गए पर्यटक वाहन के लिए अखिल भारतीय परमिट में निर्दिष्ट किया गया है।

- उपयुक्त प्राधिकारी का अर्थ है वह प्राधिकरण जो अधिनियम के तहत एक पर्यटक वाहन के संबंध में परमिट देने के लिए अधिकृत है।
- नियम का अर्थ है केंद्रीय मोटर वाहन नियम 1989 का नियम।
- धारा का अर्थ है अधिनियम की धारा।
- अनुसूची का अर्थ है इन नियमों से जुड़ी अनुसूची।
- टूरिस्ट ट्रांसपोर्ट ऑपरेटर का मतलब है।
- एक कंपनी या एक व्यक्ति पर्यटन सर्किट पर पर्यटन परिवहन वाहन उपलब्ध कराकर टोरसिम के प्रचार के व्यवसाय में लगा हुआ है। या
- कोई भी ट्रैवल एजेंसी (जिसके पास अपना वाहन है या कम से कम एक वर्ष की अवधि के लिए इस उद्देश्य के लिए लीज पर वाहन लिया है) किसी कंपनी या किसी व्यक्ति द्वारा संचालित हवाई, रेल, जहाज, पासपोर्ट द्वारा यात्रा के लिए सभी टिकट प्रदान करती है, वीजा और आवास, पर्यटन, मनोरंजन और अन्य पर्यटन संबंधी सेवाओं की व्यवस्था भी करता है; या
- टूर ऑपरेटर (कंपनी या व्यक्ति जो परिवहन, आवास, दर्शनीय स्थल, मनोरंजन और पर्यटन से संबंधित अन्य पर्यटन सेवाएं प्रदान करता है, और जिसके पास अपना वाहन है या इस उद्देश्य के लिए कम से कम एक अवधि के लिए पट्टे पर वाहन लिया है एक वर्ष और भारत सरकार के पर्यटक विभाग द्वारा मान्यता प्राप्त है।
- टूरिस्ट सर्किट का अर्थ है राज्य में स्थित सभी पर्यटन स्थल जिनके लिए पैकेज टूर तैयार किए जाते हैं और मान्यता प्राप्त पर्यटक परिवहन संचालक द्वारा बेचे जाते हैं।

स्पष्टीकरण (Explanation): शंकाओं को दूर करने के उद्देश्य से यह स्पष्ट किया जाता है कि ऐसे पर्यटक सर्किटों को कवर करने वाला परमिट पूरे राज्य में मान्य होगा:

_____

Subs. By G.S.R. 286(E), dated 22nd March 1995 (w.e.f22-3-1995)

Ins. By G.S.R. 286(E), dated 22nd March 1995 (w.e.f. 22-3-1995)

प्राधिकरण प्रमाण पत्र केवल केंद्र सरकार के पर्यटन विभाग द्वारा मान्यता प्राप्त एक पर्यटक परिवहन ऑपरेटर को जारी किया जाएगा।

प्राधिकरण प्रमाणपत्र की प्रपत्र सामग्री और अवधि आदि, (Form Contents and Duration etc, of the Authorisation Certificate)

- प्राधिकरण प्रमाणपत्र जारी करने के लिए प्रत्येक आवेदन संबंधित राज्य परिवहन प्राधिकरण को पहली अनुसूची में दिए गए फॉर्म में किया जाएगा।
- प्रत्येक प्राधिकरण प्रमाणपत्र दूसरी अनुसूची में निर्धारित प्रपत्र में होगा।
- प्रमाणीकरण प्रमाणपत्र की वैधता की अवधि एक बार में एक वर्ष से अधिक नहीं होगी।
- प्राधिकरण प्रमाणपत्र की समाप्ति की तारीख से कम से कम पंद्रह दिन पहले किए गए आवेदन पर नवीनीकरण किया जा सकता है।

प्राधिकरण प्रमाणपत्र जारी करने के लिए आवेदन करने की प्रक्रिया (Procedure of applying for issue of Authorisation Certificate):

- प्राधिकरण प्रमाण पत्र के लिए आवेदन संबंधित राज्य परिवहन प्राधिकरण को किसी भी कार्य दिवस पर किया जा सकता है।
- एक राज्य परिवहन प्राधिकरण इन नियमों के तहत आवेदन किए गए प्राधिकरण प्रमाणपत्र को जारी करने से सामान्य रूप से मना नहीं करेगा।
- परिवहन प्राधिकरण उप-नियम (1) के तहत किए गए आवेदन को लिखित रूप में रिकॉर्ड किए जाने वाले अच्छे और पर्याप्त कारणों से अस्वीकार कर सकता है, या जहां प्राधिकरण की राय है कि इससे प्राधिकरण प्रमाणपत्रों की संख्या सीमित रूप से बढ़ जाएगी धारा 74(3) का।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

बशर्ते कि राज्य परिवहन प्राधिकरण द्वारा आवेदन प्राप्त करने की तारीख से तीस दिनों की अवधि के भीतर आवेदन किया गया प्राधिकरण प्रमाण पत्र जारी या अस्वीकार कर दिया जाएगा।

परमिट का स्थानांतरण (Transfer of Permit)

- उप-नियम (2) में अन्यथा प्रदान किए गए के अलावा, एक प्राधिकरण प्रमाणपत्र राज्य परिवहन प्राधिकरण की अनुमति के बिना एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति को हस्तांतरित नहीं किया जा सकता है, जिसने प्राधिकरण प्रमाण पत्र जारी किया है और ऐसी अनुमति के बिना, किसी व्यक्ति को प्रदान नहीं करेगा जिसे प्राधिकरण प्रमाणपत्र द्वारा कवर किया गया वाहन प्राधिकरण प्रमाणपत्र द्वारा अधिकृत तरीके से उस वाहन का उपयोग करने का कोई अधिकार हस्तांतरित करता है।
- जहां एक प्राधिकरण प्रमाणपत्र के धारक की मृत्यु हो जाती है, प्राधिकरण प्रमाणपत्र द्वारा कवर किए गए वाहनों के कब्जे में आने वाला व्यक्ति तीन महीने की अवधि के लिए धारक की मृत्यु की तारीख से और अपने इरादे से प्राधिकरण प्रमाणपत्र का उपयोग कर सकता है प्राधिकरण प्रमाणपत्र का उपयोग करें।

बशर्ते आगे कि किसी भी प्राधिकरण प्रमाण पत्र का उपयोग उसके नवीनीकरण के बाद के अलावा, उस तारीख के बाद नहीं किया जाएगा, जिस दिन वह मृत धारक के हाथों में प्रभावी नहीं होता।

- राज्य परिवहन प्राधिकरण, प्राधिकरण प्रमाणपत्र धारक की मृत्यु के तीन महीने के भीतर आवेदन करने पर, उक्त प्रमाणपत्र को उस व्यक्ति को स्थानांतरित कर सकता है, जो प्राधिकरण प्रमाणपत्र द्वारा कवर किए गए वाहन के कब्जे में सफल होता है।

बशर्ते कि राज्य परिवहन प्राधिकरण तीन महीने की उक्त अवधि की समाप्ति के बाद किए गए आवेदन पर विचार कर सकता है यदि यह संतुष्ट है कि आवेदक को निर्दिष्ट समय के भीतर आवेदन करने से रोका गया था।

वाहन का प्रतिस्थापन (Replacement of vehicle): प्राधिकरण प्रमाणपत्र धारक, राज्य परिवहन प्राधिकरण की अनुमति से, जिसके द्वारा प्राधिकरण प्रमाणपत्र जारी किया गया था, प्राधिकरण प्रमाणपत्र द्वारा कवर किए गए किसी भी वाहन को उसी प्रकृति के किसी अन्य वाहन से बदल सकता है।

स्पष्टीकरण (Explanation): समान प्रकृति के वाहन का अर्थ होगा समान बैठने की क्षमता जिसके लिए परमिट दिया गया है और समग्र शुल्क का भुगतान किया गया है और ऐसा प्रतिस्थापन वाहन किसी अन्य मेक या मॉडल का हो सकता है।

अपील - कोई भी व्यक्ति इससे व्यथित है (Appeals - Any Person aggrieve by)

- प्राधिकरण प्रमाण पत्र जारी करने के लिए राज्य परिवहन प्राधिकरण के इनकार या उसके द्वारा जारी किए गए प्राधिकरण प्रमाण पत्र से जुड़ी शर्त या
- प्राधिकरण प्रमाणपत्र के निरसन या निलंबन का आदेश या उसकी शर्तों में किसी प्रकार का परिवर्तन या
- इन नियमों के नियम 6 या धारा 12 के तहत प्राधिकरण प्रमाण पत्र को स्थानांतरित करने से इनकार करने का आदेश, या
- प्राधिकरण प्रमाणपत्र को नवीनीकृत करने से इनकार करने का आदेश या
- कोई अन्य आदेश जो किया जा सकता है, उस तारीख से तीस दिनों की अवधि के भीतर हो सकता है जिस पर उक्त आदेश आवेदक को सूचित किया जाता है, मोटर की धारा 89 की उप-धारा (2) के तहत गठित राज्य परिवहन अपीलीय न्यायाधिकरणमें अपील की जा सकती है। वाहन अधिनियम, 1988 जो ऐसे व्यक्ति और राज्य परिवहन प्राधिकरण को एक अवसर देने के बाद उस पर निर्णय देगा जो अंतिम होगा।

प्राधिकरण शुल्क (Authorisation Fee): प्राधिकरण प्रमाणपत्र जारी करने के लिए शुल्क रुपये होगा। 500/- प्रति वर्ष और इसके जारी करने या नवीनीकरण के लिए प्रत्येक आवेदन के साथ उपयुक्त प्राधिकारी के पक्ष में उक्त राशि के लिए एक बैंक ड्राफ्ट संलग्न किया जाएगा।

बैठने की क्षमता (Seating capacity): ड्राइवर और कंडक्टर को छोड़कर, केवल (39) सीटों की बैठने की क्षमता वाले वाहनों के संबंध में पर्यटक परिवहन ऑपरेटरों के लिए अखिल भारतीय परमिट जारी किया जाएगा। साथ ही उक्त नियमों के उपनियम (11) को छोड़कर केन्द्रीय मोटर वाहन नियमावली 1989 के नियम 128 के प्रावधान भी पर्यटक वाहनों पर लागू होंगे।

Subs by G.S.R. 286(E), dated 22nd March 1995 for 35 (w.e.f 22.3.1995)

टूरिस्ट कोचों की आयु (Age of the Tourist Coaches): टूरिस्ट ट्रांसपोर्ट ऑपरेटरों के लिए एक अखिल भारतीय परमिट को उस तारीख से अमान्य माना जाएगा, जिस पर उक्त परमिट द्वारा कवर किया गया वाहन मोटर कैब के मामले में नौ साल पूरा करता है और आठ साल पूरा करता है। मोटर कैब के अलावा किसी अन्य वाहन का मामला।

स्पष्टीकरण (Explanation): इस नियम के प्रयोजन के लिए, संबंधित पर्यटक वाहन के प्रारंभिक पंजीकरण की तारीख से नौ या आठ वर्ष की अवधि की गणना की जाएगी।

इन नियमों के तहत जारी प्राधिकरण प्रमाण पत्र के तहत प्रत्येक मोटर वाहन या मोटर मोटर वाहन के पीछे विपरीत रंगों में अखिल भारतीय पर्यटक परमिट शब्द प्रदर्शित करेगा, ताकि स्पष्ट रूप से दिखाई दे।

Subs by G.S.R. 444(E) dated 26th June 2007 for rule 12 (w.e.f. 26.6.2007) Rule 12, प्रतिस्थापन से पहले, निम्नानुसार खड़ा था

मोटर वाहन पर प्रदर्शित किए जाने वाले विशिष्ट विवरण (Distinguishing Particulars to be exhibited on Motor Vehicle): इन नियमों के तहत जारी प्राधिकरण प्रमाण पत्र के तहत कवर

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

किए गए मोटर वाहन या मोटर कैब को शरीर के बाहरी हिस्से के केंद्र में 10 सेंटीमीटर चौड़ाई के नीले रंग के रिबन से रंगा जाएगा। वाहन के दोनों किनारों पर 60 सेंटीमीटर व्यास के घेरे में "पर्यटक" शब्द चित्रित किया जाएगा। परमिट धारक पर्यटक वाहन के सामने के शीर्ष पर, मोटर कैब के अलावा, पीले रंग का एक बोर्ड, काले रंग के अक्षरों के साथ अंग्रेजी और हिंदी में शिलालेख "स्वीकृत पर्यटक परिवहन ऑपरेटर संख्या ..." के साथ प्रदर्शित करेगा और यदि परमिट भी है धारक गृह राज्य की क्षेत्रीय भाषा में लोगो मोर के साथ पसंद करता है, जैसा कि अनुलग्नक संख्या 1 में निर्दिष्ट है।

पर्यटकों की सूची (List of Tourists): मोटर कैब के अलावा एक पर्यटक वाहन, जो एक पर्यटक परिवहन ऑपरेटर के लिए अखिल भारतीय परमिट के तहत चलता है, हर समय पर्यटकों की एक सूची रखता है - प्रत्येक यात्रा के संबंध में यात्री और सूची द्वारा मांग पर प्रस्तुत की जाएगी अधिनियम या उसके अधीन बनाए गए नियमों द्वारा या उसके अधीन दस्तावेजों को प्रस्तुत करने की मांग करने के लिए प्राधिकृत अधिकारी।

अखिल भारतीय पर्यटक परमिट धारक द्वारा दायर की जाने वाली त्रैमासिक रिटर्न (Quarterly Returns to be filed by an All India Tourist Permit Holder): एक अखिल भारतीय पर्यटक परमिट धारक इन नियमों द्वारा कवर किए गए मोटर वाहन के संबंध में तिमाही रिटर्न दाखिल करेगा, तीसरी अनुसूची में उपयुक्त रूप में निर्धारित किया गया है। उस राज्य का अधिकार जिसके द्वारा अखिल भारतीय परमिट प्रदान किया गया है और उक्त प्राधिकारी बदले में संबंधित अन्य राज्यों के उपयुक्त अधिकारियों को उसकी प्रतियां अग्रेषित करेगा।

मान्यता का प्रमाण पत्र (Certificate of Recognition)

- मान्यता प्रमाण पत्र के लिए पात्रता की शर्तें चौथी अनुसूची में निर्धारित की गई हैं।
- पर्यटन विभाग, भारत सरकार द्वारा मान्यता प्रमाण पत्र के लिए प्रत्येक आवेदन, पाँचवीं अनुसूची में निर्धारित प्रपत्र में पर्यटन महानिदेशक, पर्यटन विभाग, भारत सरकार, नई दिल्ली - 110 001 को प्रस्तुत किया जाएगा।
- मान्यता का प्रमाण पत्र छठी अनुसूची में निर्धारित प्रपत्र में प्रदान किया जाएगा।

एयर लाइन टिकटिंग (Air line Ticketing)

परिचय (Introduction)

अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक विदेशों की यात्रा के लिए एयरलाइनों का उपयोग करना पसंद करते हैं। यूरोप में, वे "यूरो रेल द्वारा स्थानांतरित" करना पसंद करते हैं; वे यूरोप के कई देशों में जाने के लिए शेंगेन वीजा प्राप्त कर सकते हैं। यदि वे दक्षिण-पूर्व एशिया में हैं, तो वे एक देश से दूसरे देश में जाने के लिए ट्रेन या कोच का उपयोग करते हैं। लेकिन ज्यादा बार, वे एक देश से दूसरे देश जाने के लिए एयरलाइन का उपयोग करते हैं जो पूर्व से बहुत दूर स्थित है। पर्यटक हवाई यात्रा को महत्व देते हैं क्योंकि वे मानते हैं कि यह "आराम और विलासिता" का पर्याय है। वे यह भी मानते हैं कि हवाई यात्रा से उनका समय बचता है। सड़क या रेल मार्ग से अपनी यात्रा के दौरान जिन प्रयासों और कष्टों का उन्होंने सामना किया होगा, वे भी पूरी तरह से समाप्त हो गए हैं। अपनी शुरुआत के दिनों में हवाई यात्रा विलासिता का पर्याय थी। हालाँकि, यह अधिकांश अंतर्राष्ट्रीय यात्रियों के लिए एक आवश्यकता बन गया है। सड़क या रेल मार्ग से हजारों मील की दूरी तय करना आसान नहीं है। अत: हवाई यात्रा अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटकों की स्वाभाविक पसंद है।

भारत में यह चलन धीरे-धीरे जोर पकड़ रहा है। भारतीय पर्यटक भी हवाई यात्रा में शामिल हो रहे हैं क्योंकि यह उन्हें गति सुविधा और विलासिता प्रदान करता है। सुपर एपेक्स और एपेक्स हवाई किराए ने भारतीय डायस्पोरा के लिए हवाई यात्रा करना और दिनों के भीतर अपनी यात्राओं को पूरा करना संभव बना दिया है। हालांकि, भारत को हवाई यात्रा के क्षेत्र में पश्चिम के साथ बराबरी करने के लिए अभी लंबा रास्ता तय करना है।

समुद्री यात्रा कई पर्यटकों द्वारा की जाती है लेकिन उनका उद्देश्य अलग होता है। पर्यटक समुद्र के वातावरण का आनंद लेने के लिए क्रूज लाइनों और लक्जरी नौकाओं से यात्रा करते हैं। वास्तव में, समुद्री यात्रा को हवाई यात्रा की तुलना में माना जाता है, कम से कम अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन संचालन की भाषा में। पश्चिम में घरेलू पर्यटक हवाई यात्रा से लेकर सड़क या समुद्री यात्रा को भी प्राथमिकता देते हैं। वे कम समय अवधि में अपने पर्यटन और व्यापार यात्रा को पूरा करने वाले हैं। व्यापारिक यात्रियों को भी हवाई यात्रा करना आसान और सुविधाजनक लगता है। इस प्रकार, हवाई यात्रा न केवल एक प्रतिष्ठा का प्रतीक बन गई है, बल्कि यह दुनिया के सभी कोनों में शानदार और सुविधाजनक यात्रा के लिए एक कार्य प्रणाली के रूप में भी महत्वपूर्ण हो गई है। हवाई टिकटों के दाम गिर रहे हैं और निजी हवाई टैक्सियां भी ग्राहकों को लुभाने के लिए जी तोड़ मेहनत कर रही हैं।

इस अध्याय में हम एयरलाइन टिकटिंग, CRS और एयरपोर्ट हैंडलिंग प्रक्रियाओं की प्रक्रियाओं पर चर्चा करेंगे। हमने इस खंड में इनमें से कुछ मुद्दों पर विभिन्न चरणों में चर्चा की है। यह अध्याय एयरलाइन टिकटिंग, QRS, हवाईअड्डा प्रबंधन प्रक्रियाओं और सामान नियमों से संबंधित सभी महत्वपूर्ण विवरणों का सारांश होगा।

एयरलाइन टिकटिंग क्या है (What is airline ticketing)

एयरलाइंस अपने ग्राहकों को परिवहन, भोजन और आतिथ्य की सेवाएं प्रदान करती हैं। हवाई यात्रा करना कई लोगों के लिए मजेदार हो सकता है। लेकिन बार-बार उड़ान भरने वालों को हवाई यात्रा के विशाल दायरे में कुछ खास नहीं मिल सकता है। हालांकि, पहली बार हवाई यात्रा करने वाले यात्रियों को यह अनुभव बहुत रोमांचक लग सकता है।

एयरलाइन टिकटिंग एक ग्राहक के लिए उसके पूर्व नियोजित यात्रा कार्यक्रम के अनुसार एयरलाइन टिकट बुक करने की प्रक्रिया है। एक ट्रैवल एजेंट आमतौर पर यह काम "अपने ग्राहक (यात्री) की ओर से" करता है। यह ट्रैवल एजेंट PSA, GSA या PSA या GSA का सबएजेंट हो सकता है। दुनिया की एयरलाइंस हवाई अड्डों के लिए और से अपनी उड़ानें संचालित करती हैं। उनके प्रस्थान और गंतव्य हवाई अड्डों को स्पष्ट रूप से परिभाषित किया गया है और उनके उड़ान कार्यक्रम में कोई बड़ा बदलाव नहीं किया जा सकता है जब तक कि उन्हें कुछ गंभीर समस्याओं का सामना न करना पड़े। दूसरी ओर, ग्राहक के पास कुछ टूर प्लान और आवश्यकताएं भी होती हैं। यात्रा की प्रक्रिया ग्राहक के संपूर्ण यात्रा कार्यक्रम के अनुरूप होनी

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

चाहिए। ट्रैवल एजेंट का काम ग्राहक के लिए हवाई टिकट बुक करना है ताकि एयरलाइन के साथ-साथ ग्राहक के उद्देश्यों को भी पूरा किया जा सके। इस प्रक्रिया में ट्रैवल एजेंट को एयरलाइन से कमीशन मिलता है। यदि ट्रैवल एजेंट भी अपने ग्राहक के लिए यात्रा कार्यक्रम की योजना बना रहा है, तो वह होटल या किसी अन्य ट्रैवल एजेंसी से कमीशन प्राप्त करने का हकदार है, जो पर्यटक स्थल पर ग्राहक के दौरे को अंजाम देता है। लेकिन एयरलाइन टिकट पर उसका कमीशन एयरलाइन द्वारा भुगतान किया जाता है। यदि वह एक उप-एजेंट है, तो उसके कमीशन का भुगतान एजेंट (PSA या GSA) द्वारा किया जाता है।

यात्री को हवाई टिकट मिलता है; वास्तव में, वीजा के लिए अपने पासपोर्ट पर मुहर लगवाने से पहले उसे इसे प्राप्त करना होगा। घरेलू यात्रा के मामले में उसे वीजा के लिए अपने पासपोर्ट पर मुहर लगाने की जरूरत नहीं है। किसी देश में जाने वाले विदेशियों को अपना पासपोर्ट हर समय तैयार रखना चाहिए; जिस देश में वे जा रहे हैं, वहां पारगमन के दौरान उन्हें इन्हें हवाईअड्डा अधिकारियों को दिखाना पड़ सकता है। ट्रैवल एजेंट ग्राहक के लिए टिकट की व्यवस्था करता है और उसे उसके कार्यालय या आवास पर डिलीवर करता है।

एयरलाइन टिकटिंग में शामिल खिलाड़ी (Players involved in airline ticketing)

ट्रैवल एजेंसियां अपने ग्राहकों के लिए हवाई टिकट, क्रूज लाइन टिकट और कोच टिकट खरीदने के काम के लिए जिम्मेदार हैं। वे अपने ग्राहकों के दौरे के कार्यक्रम की पहले से योजना बनाते हैं, उनकी स्वीकृति प्राप्त करते हैं" और फिर, एयरलाइनों से टिकट खरीदने के लिए आगे बढ़ते हैं। ग्राहक सीधे एयरलाइंस से भी टिकट खरीद सकते हैं। लेकिन ऐसा तब होता है जब यात्री कोई टूर पैकेज नहीं खरीदता है और अपनी यात्रा के दौरान खुद ही होता है। हमने देखा है कि व्यापारिक यात्री आमतौर पर टिकट ही खरीदते हैं। वे उन जगहों से अच्छी तरह वाकिफ हैं, जहां वे जाने वाले हैं। इसलिए होटल में रहना, खाना और ट्रांसपोर्ट उनके लिए कोई समस्या नहीं है। दूसरी ओर आराम करने वाले यात्री टूर पैकेज खरीदते हैं, जिसमें सभी प्रकार के टिकट शामिल होते हैं; वे उन पर्यटन स्थलों से अच्छी तरह वाकिफ नहीं हैं, जहां वे जाने की योजना बनाते हैं और इसलिए, सुचारू और कुशल यात्रा कार्यक्रम तैयार करने के लिए ट्रैवल एजेंसी पर निर्भर हैं।

एयर टिकटिंग में एजेंट (Agents in air ticketing)

ट्रैवल एजेंसियां एयरलाइंस की प्रतिनिधि बन जाती हैं। ये उन एयरलाइंस के एजेंट कहलाते हैं। लेकिन एजेंट शब्द के भीतर बारीक विभाजन हैं। इस खंड में, हम ऐसे विभाजनों का वर्णन इस प्रकार करेंगे।

जीएसए (GSA)

GSA का फुल फॉर्म General Sales Agent है। वह LATA द्वारा अनुमोदित है। एक शहर में एक एयरलाइन का केवल एक GSA हो सकता है। GSA एयरलाइन से थोक में हवाई टिकट लेता है। उसे एयरलाइन से थोक में (ऐसे टिकटों की) बिक्री के लक्ष्यों को प्राप्त करने की आवश्यकता है। वह टिकटों के थोक खरीदार हैं। वह PSA और उप-एजेंटों को टिकट बेच सकता है। उसके पास हवाई टिकटों का अधिकतम स्टॉक है। वह एयरलाइन को गारंटी देता है कि वह एक निश्चित समय सीमा के भीतर न्यूनतम संख्या में टिकट बेचेगा।

GSA का देय कमीशन (Commission Payable of the GSA)

GSA को कमीशन के भुगतान की 2 योजनाएँ निम्नानुसार हैं: -

a बेसिक टिकट मूल्य पर आधारित कमीशन (Commission Based on Basic Ticket Price): GSA को उनके द्वारा बेचे गए प्रत्येक टिकट के लिए बेसिक टिकट चावल पर 7 प्रतिशत का कमीशन मिलता है। यदि वह उप एजेंट या PSA को टिकट बेचता है, तो उसे मूल टिकट मूल्य पर 1 प्रतिशत का कमीशन मिलता है जबकि उप एजेंट या PSA को मूल टिकट मूल्य पर 6 प्रतिशत कमीशन मिलता है। ऐसे मामलों में, PSA या सबएजेंट अंतिम ग्राहक को बिक्री करता है जिसे टिकट खरीदना है। ये प्रतिशत IATA द्वारा अनुमोदित हैं। ये बहुत कम ही बदले जाते हैं।

b बेचे गए टिकटों की मात्रा के आधार पर कमीशन (Commission Based on Quantity of Tickets Sold): यदि GSA 10 टिकट बेचता है, तो उसे ग्यारहवां टिकट मुफ्त मिलता है। यदि वह ग्यारहवां टिकट बेचने में सक्षम होता है, तो वह पूरी राशि (उसकी मूल कीमत की) अपने पास रखता है। यदि वह टिकट बेचने में सक्षम नहीं है, तो एयरलाइन उसे (ग्यारहवें) टिकट की मूल कीमत की प्रतिपूर्ति करती है। 10 बेचे गए + 1 मुफ़्त के नियम को 15 बेचे गए + 1 मुफ़्त से बदल दिया गया है। उत्तरार्द्ध का तात्पर्य है कि यदि GSA 15 टिकट बेचता है, तो उसे सोलहवीं टिकट मुफ्त में मिलती है। वह इसे बेच सकता है और इसकी मूल टिकट कीमत अपने पास रख सकता है। यदि वह इसे बेचने में असमर्थ है, तो उसे एयरलाइन द्वारा उस (सोलहवें) टिकट के मूल टिकट मूल्य की प्रतिपूर्ति की जाती है। ध्यान दें कि इस संदर्भ में विभिन्न एयरलाइंस विभिन्न योजनाओं का उपयोग कर सकती हैं। लेकिन आजकल आम तौर पर स्वीकृत नियम 15 बिका + 1 मुफ़्त है।

c अन्य प्रोत्साहन (Other Incentives): एयरलाइन समय-समय पर GSA के कर्मचारियों को टर्नओवर प्रोत्साहन और मुफ्त टिकट या पैकेज देती है। लेकिन ये रियायतें इस बात पर निर्भर करती हैं कि GSA बाजार में कैसा प्रदर्शन करता है। अलग-अलग एयरलाइंस अलग-अलग तरह के इंसेंटिव देती हैं। आम तौर पर, GSA के निदेशक या उनके कर्मचारियों को मुफ्त हवाई पैकेज या टूर पैकेज दिए जाते हैं। जैसा कि पहले बताया गया है, ये GSA को मिलने वाले कमीशन के अतिरिक्त हैं।

उदाहरण (Examples): निझावन ट्रैवल ब्रिटिश एयरवेज का GSA है। निझावन ट्रेवल्स के अलावा दिल्ली में ब्रिटिश एयरवेज का कोई अन्य GSA नहीं है। इसके अलावा, लुफ्थांसा और एयर लंका के GSA के कार्यालय कनॉट प्लेस (नई दिल्ली) में हैं। स्टिक ट्रैवल्स ब्रिटिश एयरवेज को छोड़कर सभी एयरलाइनों का GSA है।

पीएसए (PSA)

PSA शब्द का फुल फॉर्म पैसेंजर सेल्स एजेंट है। वह IATA द्वारा अनुमोदित भी है। एक ही शहर के भीतर एक एयरलाइन के कई PSA हो सकते हैं। वे GSA से टिकट खरीद सकते हैं। वे आम तौर पर अंतिम ग्राहकों को टिकट

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

स्टॉक बेचते हैं। PSA एयरलाइन से कम मात्रा में हवाई टिकट लेता है। वह टिकटों के थोक खरीदार नहीं हैं। वह उप-एजेंटों को टिकट बेच सकता है। वह प्रति फ्लाइट हवाई टिकट के 10-12 स्टॉक प्राप्त कर सकता है।

पीएसए को देय कमीशन (Commission Payable to the PSA)

PSA को कमीशन के भुगतान की 2 योजनाएँ निम्नानुसार हैं:-

a मूल टिकट मूल्य पर आधारित कमीशन (Commission Based on Basic Ticket Price): PSA को उसके द्वारा बेचे गए प्रत्येक टिकट के मूल टिकट मूल्य पर 7 प्रतिशत का कमीशन मिलता है। यदि वह उप-एजेंट को टिकट बेचता है, तो उसे मूल टिकट मूल्य पर 1 प्रतिशत का कमीशन मिलता है, जबकि उप-एजेंट को मूल टिकट मूल्य पर 6 प्रतिशत कमीशन मिलता है। ऐसे मामलों में, उप-एजेंट अंतिम ग्राहक को बिक्री करता है जिसे टिकट खरीदना है।

b बेचे गए टिकटों की मात्रा के आधार पर कमीशन (Commission Based on Quantity of Tickets Sold): PSA के मामले में 10 बेचे गए + 1 मुफ़्त या 15 बेचे गए + 1 मुफ़्त का नियम भी लागू होता है। इस संदर्भ में खंड 7.2.1.1 पढ़ें।

c अन्य प्रोत्साहन (Other Incentives): GSA को दिए गए प्रोत्साहन PSA को भी दिए जा सकते हैं। इस संदर्भ में खंड 7.2.1.1.1 पढ़ें।

उदाहरण (Examples): एअरोफ़्लोत के पास PSA हैं लेकिन कोई GSA नहीं है। थाई एयरवेज के पास PSA हैं लेकिन GSA नहीं। एयर इंडिया के पास PSA भी हैं। मलेशियाई एयरलाइंस सिस्टम (MAS) में PSA हैं; तो ऑस्ट्रियन एयरलाइंस है। अंत में, इंडियन एयरलाइंस के पास भी PSA हैं।

उप स्वर (Sub voce): ट्रैवेल एजेंट विभिन्न एयरलाइनों के PSA और/या GSA हो सकते हैं।

डीएसए (DSA)

इसका फुल फॉर्म डायरेक्ट सेलिंग एजेंट है। ये एजेंट सीधे यात्रियों को हवाई टिकट भी बेचते हैं। वे उप-एजेंटों को भी टिकट बेच सकते हैं। IATA द्वारा एक DSA को भी अनुमोदित किया जाना चाहिए। एयरलाइन उसे सीधे हवाई टिकट का स्टॉक देती है।

सबएजेंट (Subagent)

ये छोटी ट्रैवल एजेंसियां हैं जो विभिन्न शहरों में काम करती हैं और अपनी टिकट आवश्यकताओं के लिए PSA या GSA पर निर्भर करती हैं। उन्हें IATA द्वारा अनुमोदित होने की आवश्यकता नहीं है। वे PSA और GSA दोनों से निपट सकते हैं। उन्हें मूल टिकट मूल्य का 6 प्रतिशत कमीशन मिलता है। शेष 1 प्रतिशत उन PSA या GSA द्वारा अपने पास रखा जाता है जिनसे वे ऐसे टिकट खरीदते हैं। वे टिकट बिक्री के आधार पर प्रोत्साहन प्राप्त करने के पात्र नहीं हैं (जैसे 10 बेचे गए + 1 मुफ़्त या 15 बेचे गए + 1 मुफ़्त योजना)। उन्हें उनके द्वारा बेची गई एयरलाइन सीटों पर ही कमीशन मिलता है। हालांकि, समूह बुकिंग में, PSA उन्हें अतिरिक्त सीटों की पेशकश कर सकते हैं (यानी, 10 बेची गई + 1 मुफ्त या 15 बेची गई + 1 मुफ्त योजना)। आम तौर पर, वे PSA के तहत काम करते हैं। उनकी क्रेडिट अवधि 14 दिन है।

Sub voce: सत्यापन मुहर **(Validation Stamp)**

प्रत्येक PSA या GSA के पास एक सत्यापन मुहर होती है जो उसे IATA, मुख्य अनुमोदन प्राधिकारी द्वारा दी जाती है। यह सत्यापन टिकट एयरलाइन द्वारा उसके माध्यम से जारी किए गए हवाई टिकट पर मुद्रित होता है। आइए हम एक सत्यापन स्टाम्प की जांच करें। नीचे चार्ट देखें।

चार्ट
सिटीग्लोबल मार्ग
115 Antriksh Agtd
22 KG Marg In
14351433

पीएसए या जीएसए का सत्यापन टिकट (A validation stamp of a PSA or GSA)

उपरोक्त चार्ट से, हम निम्नलिखित जानकारी प्राप्त कर सकते हैं:

- PSA या GSA का नाम सिटीग्लोबल पैसेज है।
- इसका कार्यालय 115, अंतरिक्ष भवन, कस्तूरबा गांधी मार्ग, नई दिल्ली - 110 001 (भारत) में स्थित है।
- इसकी पंजीकरण संख्या 14351433 है। यह संख्या IATA द्वारा PSA या GSA को दी जाती है। यह अद्वितीय संख्या है; कोई अन्य PSA या GSA इसका उपयोग नहीं कर सकता है।

इस PSA या GSA द्वारा जारी किए गए प्रत्येक हवाई टिकट के शीर्ष दाएं भाग पर, सूचना के अन्य सेटों के साथ, यह सत्यापन टिकट मुद्रित किया जाता है। यह सत्यापन टिकट किसी भी उप-एजेंट को जारी नहीं किया जाता है। यह केवल IATA-अनुमोदित PSA, GSA द्वारा विशेषाधिकार है। सत्यापन मुहर, टिकट के किसी अन्य भाग पर मुद्रित किया जा सकता है। टिकट का प्रारूप इसकी सटीक स्थिति तय करेगा। अंत में, PSA और GSA दोनों के पास सत्यापन टिकट होना चाहिए ताकि वे टिकट जारी कर सकें।

हवाई यात्रा से संबंधित बुनियादी शब्दावली (Basic terminology related to air travel)

इससे पहले कि हम एयरलाइन टिकटिंग प्रक्रियाओं का अध्ययन करें, हवाई यात्रा के शब्दजाल से संबंधित कुछ बुनियादी शर्तों को जानना हमारे लिए महत्वपूर्ण है। यदि इन शर्तों को ध्यान से आत्मसात किया जाए, तो हमारे मूल्यवान पाठकों को आसानी से एयरलाइन टिकटिंग की पेचीदगियों को समझने में मदद मिलेगी। हमने होटल संचालन से संबंधित शर्तों पर भी चर्चा की है। अध्याय 5 में समुद्री यात्रा से संबंधित शर्तों का जानबूझकर उल्लेख किया गया है। आइए हम इस अध्याय में हवाई यात्रा और होटल बुकिंग से संबंधित शर्तों का अध्ययन करें (टिकटिंग प्रक्रियाओं का अध्ययन करने से पहले पाठकों को इनमें से प्रत्येक को अच्छी तरह से समझने की आवश्यकता है)।

© TEMI NOT TO BE REPUBLISHED

AAR: Against All Risks

Affinity Group: एक साथ यात्रा करने वाला समूह जो यात्रा के अलावा किसी अन्य उद्देश्य के लिए बनाया गया हो।

AGT: A travel agent.

एपीपी (App): एपेक्स फेयर भी कहा जाता है। इसका पूर्ण रूप Advance Passenger Excursion Fare है। यह केवल अनुसूचित वाहकों द्वारा पेश किया जाता है। यात्रियों को 14 से 20 दिन पहले टिकट की पूरी कीमत चुकानी होगी। मौजूदा चलन कम से कम 30 दिन पहले टिकट बुकिंग कराने का है। अराउंड-द-वर्ल्ड ट्रिप: यह एक सर्कल ट्रिप है और अटलांटिक महासागर और प्रशांत महासागर दोनों के माध्यम से एक ही बिंदु से शुरू होने वाली और वापस लौटने वाली पूर्व की ओर या पश्चिम की ओर जाने वाली निरंतर यात्रा पर लागू होती है। दुनिया भर की यात्रा का किराया उसी तरीके से बनाया जाता है, जिसका उपयोग किसी सर्कल यात्रा के किराए का निर्माण करने के लिए किया जाता है।

ARR: Arrival

ARUNK : Arrival Unknown. Also read Surface in this context.

बैगेज अलाउंस (Baggage Allowance): इसका अर्थ है सामान की वह मात्रा या भार जो यात्री द्वारा बिना किसी अतिरिक्त शुल्क के ले जाया जा सकता है।

BHM चेक (BHM Check): केवल एकतरफा यात्रा के लिए किया जाता है। मूल स्थान से केवल स्टॉपओवर बिंदु सभी प्रकार के लेन-देन में किराया गणना के लिए भाग लेंगे, यदि मूल स्टेशन से किसी एक स्टॉपओवर बिंदु तक का किराया मूल से गंतव्य तक के किराए से अधिक है।

बोर्ड (Board): जहाज पर सवार होने का संदर्भ देता है।

बोर्डिंग पास (Boarding Pass): इसका मतलब टिकट कूपन लेते समय चेक-इन या बोर्डिंग काउंटर पर जारी किया गया प्रिंटेड पास होता है, जिसमें फ्लाइट और सीट नंबर दिए होते हैं। कुछ एयरलाइंस इसे बोर्डिंग कार्ड कह सकती हैं।

बुकिंग (Booking): उड़ान के लिए आरक्षण करना। जब किसी यात्री के आरक्षण की पुष्टि हो जाती है, तो उसे उड़ान में 'बुक' मान लिया जाता है।

बम्प (Bump): उच्च प्राथमिकता वाले आरक्षण के आधार पर एक यात्री को विस्थापित करना (एक नियमित-किराया यात्री एक स्टैंडबाय यात्री को टक्कर देगा)।

कैरियर (Carrier): एक एयरलाइन या फर्म जो यात्रियों को ले जाने के लिए अपने विमान को एक स्टेशन से दूसरे स्टेशन तक संचालित करती है। वाहक दो प्रकार के हो सकते हैं आधिकारिक या निजी। एक आधिकारिक वाहक वह है जो किसी देश का प्रतिनिधित्व करता है। यह उस देश की संस्कृति, व्यंजन, आतिथ्य को अपनी सेवाओं के माध्यम से दर्शाता है जो अद्वितीय हैं (और अपने देश की परंपराओं पर आधारित हैं)। एक निजी वाहक हवाई परिवहन संचालन के व्यवसाय में कोई भी निजी फर्म है। ऐसी फर्म यात्रियों को एक हवाई अड्डे से दूसरे हवाई अड्डे तक ले जाती है। यह एक घरेलू वाहक या एक अंतरराष्ट्रीय हो सकता है

घरेलू टिकटिंग प्रक्रियाएं (Domestic ticketing procedures)

भारत में निजी एयरलाइनों को संचालित करने की अनुमति दी गई है ताकि घरेलू पर्यटकों और यात्रियों को सेवा प्रदान की जा सके। इन निजी एयरलाइंस द्वारा संचालित विमानों को एयर टैक्सी कहा जाता है। इसके अलावा, राज्य के स्वामित्व वाली संस्था, इंडियन एयरलाइंस भी भारत के भीतर अपनी उड़ानें संचालित करती है। ये विवरण हमने इस खंड के अध्याय 5 में दिए हैं। ध्यान दें कि इंडियन एयरलाइंस भी कुछ अंतरराष्ट्रीय हवाई अड्डों के लिए और से उड़ानें संचालित कर रही है।

एक घरेलू यात्री को अपना हवाई टिकट लेने के लिए अपना पासपोर्ट जमा करने की आवश्यकता नहीं है। एक विदेशी को अपना पासपोर्ट (अपनी पहचान के उद्देश्य के लिए) जमा करना होगा, भले ही वह भारत की सीमाओं के भीतर उड़ान भरता हो। यह नियम उन सभी विदेशियों पर लागू होता है जब वे दूसरे देशों की यात्रा करते हैं और ऐसे देशों के भीतर जाने के लिए घरेलू उड़ानें लेते हैं। वे INR वैल्यू में टिकट नहीं खरीद सकते। ऐसा करने के लिए उन्हें अमेरिकी डॉलर के संदर्भ में भुगतान करना होगा। भारत के नागरिक को घरेलू टिकट खरीदने के लिए पहचान का कोई प्रमाण प्रस्तुत करने की आवश्यकता नहीं है। उसे INR मूल्यों में घरेलू टिकट खरीदने होंगे। घरेलू यात्रा करने के लिए एक टिकट Fig 1 में दिखाया गया है।

घरेलू उड़ानों में यात्रा की श्रेणियां (Classes of travel in domestic flights)

घरेलू उड़ानों में 2 वर्ग हैं, जो इस प्रकार हैं:

J क्लास (J Class)

इसमें एक्जीक्यूटिव क्लास की भी रेलिंग होती है। यह एक खर्चीला वर्ग है। इसमें बेहतर सीटें, एयर कंडीशनिंग, कुशन हैं

श्रेणी INR किराया (Class (INR Fare))

भारतीय ग्राहक इस श्रेणी के लिए भारतीय राष्ट्रीय रुपये (INR) में टिकट खरीद सकते हैं।

वर्ग (डॉलर किराया) (Class (dollar fare))

("वह ग्राहक संयुक्त राज्य अमेरिका डॉलर में इस वर्ग के लिए टिकट खरीद सकता है। विदेशी, जो भारत आते हैं, आम तौर पर एक अंतरराष्ट्रीय मुद्रा US डॉलर ले जाते हैं। इसलिए, उन्हें इस मुद्रा के संदर्भ में घरेलू टिकटों की कीमतों का भुगतान करना सुविधाजनक लगता है। वे केवल अमेरिकी डॉलर में हवाई किराया देकर खरीद सकते हैं, उन्हें भारतीय रुपये में जे श्रेणी के टिकट खरीदने की अनुमति नहीं है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

Y Class

इसे इकोनॉमी क्लास भी कहा जाता है। यह एक सस्ता वर्ग है। इस श्रेणी के यात्रियों को मिलने वाली सुविधाएं उतनी अच्छी नहीं हैं, जितनी जे श्रेणी के यात्रियों को मिलती हैं। Y क्लास में दो सब-क्लास हैं, जो इस प्रकार हैं।

Y Class (INR fare)

भारतीय ग्राहक इस श्रेणी के लिए भारतीय राष्ट्रीय रुपए (INR) में टिकट खरीद सकते हैं।

Y Class (dollar fare)

ग्राहक इस वर्ग के लिए युनाइटेड स्टेट्स डॉलर में टिकट खरीद सकता है। विदेशी, जो भारत आते हैं, आम तौर पर US डॉलर जैसी अंतरराष्ट्रीय मुद्रा ले जाते हैं। इसलिए, उन्हें इस मुद्रा के संदर्भ में घरेलू टिकटों की कीमतों का भुगतान करना सुविधाजनक लगता है। वे केवल अमेरिकी डॉलर में विमान किराया देकर खरीद सकते हैं; उन्हें INR के साथ Y श्रेणी के टिकट खरीदने की अनुमति नहीं है

Sub voce:

1 आमतौर पर घरेलू उड़ानों में J क्लास और Y क्लास उपलब्ध हैं।

2 INR और US डॉलर में किराए अलग-अलग हैं; ये एयरलाइन से एयरलाइन में भी भिन्न होते हैं। (3) INR और US डॉलर के किराए में बहुत अंतर नहीं है।

एयरलाइन टिकट टेम्पलेट

_____ [नाम] एयरलाइंस	
बोर्डिंग पास	
वर्ग का नाम: _____ [शुरुआत में मोटे अक्षरों में उल्लेख करें इकॉनोमी, प्रीमियम, में से किस वर्ग को पत्र आवंटित किया गया है क्लब और प्रथम श्रेणी]	
कैरियर संख्या: _____ [सही उड़ान कोड का उल्लेख करें]	
तारीख: _____ [उस तारीख का उल्लेख करें जिस दिन उड़ान भरी जाएगी सवार हो]	
यात्री की जानकारी:	
नाम: _____ [संबंधित यात्री का नाम प्रदान करें]	
लिंग :_____[लिंग का उल्लेख करें]	आयु: _____ [उम्र का उल्लेख करें]
गेट संख्या: _____ [निर्दिष्ट करें वह गेट जिस पर विमान चढ़ेगा]	सीट: _____[विमान की सीट संख्या बताएं कक्षाकोडकेसाथ]
बोर्डिंग समय: _____ [उल्लेख करें कि विमान को किस समय चलना चाहिए सवार हो]	
से: _____[टर्मिनल बताएं नाम जहां से उड़ान भरती है]	To: _____ [उड़ान के लैंड करने के स्थान का नाम बताएं]
टिप्पणियाँ: _____ [के बारे में कुछ टिप्पणियों के लिए स्थान शामिल करें एयरलाइन कंपनी की सेवा]	
अवलोकन: _____[उल्लेख करने के लिए निश्चित स्थान शामिल करें सेवाओं का अवलोकन]	

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

घरेलू उड़ानों के लिए नियम और कानून (Rules and regulations for domestic flights)

सरकार ने यह सुनिश्चित करने के लिए नियमों के विस्तृत सेट को परिभाषित किया है कि यात्रियों को हवाई यात्रा के दौरान सर्वोत्तम गुणवत्ता वाली हवाई सेवाएं प्राप्त हों। ये नियम सभी घरेलू एयरलाइंस पर लागू होते हैं।

टेबल 2 जेट एयरवेज की सुपर एपेक्स योजना

सुपर एपेक्स किराया

से (रु.)	सुपर एपेक्स दिल्ली को	से किराया (रु.)	सुपर एपेक्स दिल्ली को किराया
अहमदाबाद	2,335	जम्मू	1,800
बागडोरा	3,360	कोलकाता	3,205
बैंगलोर	4,700	लखनऊ	2,500
भोपाल	2,000	मुंबई	3,400
चेन्नई	3,600	पुणे	3,305
कोचीन	5,275	त्रिवेंद्रम	5,610
गुवाहाटी	4,200	उदयपुर	1,500
हैदराबाद	4,000	वडोदरा	2,285
इंदौर	1,880	वाराणसी	2,300

AI जैसी अन्य एयरलाइंस भी सूट का पालन करती हैं और ग्राहक इन मूल्य युद्धों के वास्तविक लाभार्थी हैं। लेकिन जब इस कटौती की असली वजह गायब हो जाती है तो एयरलाइंस एक बार फिर अपना किराया बढ़ा देती हैं। Fig 4 (जेट एयरवेज के) में दी गई कीमतों के मामले में, कीमतों में कमी का कारण छुट्टियों का मौसम था। जब सीजन समाप्त हो जाता है, तो एयरलाइन अपने सामान्य (उच्च) किराया ढांचे पर वापस आ जाती है। अन्य एयरलाइंस भी सूट का पालन करती हैं। हवाई किराए में कमी के और भी कई कारण हो सकते हैं, जैसे देशों पर हमले (जैसे, इराक), महामारी (जैसे; सार्स), खराब आर्थिक विकास दर (जैसे, सुस्त अमेरिकी अर्थव्यवस्था), अप्रत्याशित घटना (जैसे, जलप्रलय) और बहुत अधिक। इन्हीं समस्याओं के कारण यात्री हवाई यात्रा नहीं करते हैं। इसलिए, एयरलाइनें अपने टिकटों की कीमतों को कम कर देती हैं ताकि उन्हें कम या खराब मौसम के दौरान अपनी सेवाओं का उपयोग करने के लिए प्रेरित किया जा सके। लगभग सभी एयरलाइंस इन प्रचार रणनीतियों को अपनाती हैं और जितना संभव हो उतने हवाई टिकट बेचने की कोशिश करती हैं। हमारे शोध से यह निष्कर्ष निकला है कि अधिकांश एयरलाइंस संकट के समय भी अपने किराए में कमी नहीं करती हैं। उदाहरण : सिंगापुर एयरलाइंस ने अपने हवाई किराए कम कर दिए हैं क्योंकि दुनिया की अन्य एयरलाइनों ने अपने किराए में लगभग 15 से 20 प्रतिशत की कटौती कर दी है। ध्यान दें कि सिंगापुर एयरलाइंस आम तौर पर अपने हवाई किराए को कम नहीं करती है, लेकिन यात्रियों की संख्या कम होने के मद्देनजर ऐसा किया है। यह कमी उस द्वीप-राज्य में कई सार्स मामलों की पहचान के कारण प्रभावित हुई थी। सिंगापुर को WHO द्वारा बाद में SARS-free घोषित किया गया था।

क्रेडिट कार्ड का उपयोग (Use of credit cards)

कई घरेलू यात्री क्रेडिट कार्ड (CC) लेनदेन के माध्यम से टिकट खरीदते हैं। विदेशी, जिनके पास विश्व स्तर पर मान्य CC हैं, वे भी ऐसे CC के माध्यम से घरेलू टिकट खरीद सकते हैं। ऐसा करने के लिए उन्हें अमेरिकी डॉलर में भुगतान करना होगा। भारतीय CC का उपयोग कर सकते हैं जो भारत में मान्य हैं। ऐसा करने के लिए वे विश्व स्तर पर मान्य CC का भी उपयोग कर सकते हैं।

यात्रियों के प्रकार (Types, of passengers)

इस संदर्भ में चार प्रकार के वर्गों को परिभाषित किया जा सकता है-वयस्क, बच्चे, शिशु और 12 से 30 वर्ष की आयु वर्ग के विदेशी। वयस्क 12 वर्ष से अधिक आयु के व्यक्ति हैं। बच्चे 2-12 वर्ष आयु वर्ग के व्यक्ति हैं। शिशु 2-12 वर्ष आयु वर्ग के व्यक्ति हैं, 12-30 वर्ष आयु वर्ग के विदेशी विशेष किराए के पात्र हैं; इस अध्याय में इस समूह के लिए किराए की गणना पर चर्चा की गई है। सामान्य तौर पर, यात्रियों की केवल 3 प्रमुख श्रेणियां होती हैं, यदि उनका आयु समूह वर्गीकरण का मानदंड है। ये हैं-वयस्क, बच्चे और शिशु।

IATT दरें और रियायतें (IATT rates and concessions)

IATT शब्द का अर्थ इंडियन एयरपोर्ट ट्रैवल टैक्स है। यह टैक्स सभी घरेलू यात्रियों से वसूला जाता है। विदेशियों को IATTA के कुछ लेवी से छूट दी गई है, जैसा कि बाद की गणना में चर्चा की जाएगी। कुछ घरेलू क्षेत्रों में, IA1T विदेशियों (अमेरिकी डॉलर टिकटों के लिए) से शुल्क नहीं लिया जाता है। कुछ अन्य में, IATT को भारतीय नागरिकों (INR टिकटों के लिए) से नहीं लिया जाता है। IATT लगाने के संदर्भ में समय-समय पर नियम बदल सकते हैं। सरकार इस संदर्भ में अंतिम निर्णय लेती है। यह निर्णय सभी घरेलू वाहकों के लिए बाध्यकारी है।

IATT के दो भाग हैं, जो इस प्रकार हैं:

1 IATT टैक्स

2 IATT बीमा

हमने इस अध्याय में दिए गए उदाहरणों में इन अवधारणाओं पर चर्चा की है।

पीएसएफ (PSF)

इसका पूर्ण रूप Passenger Service Fare है, यह घरेलू या अंतरराष्ट्रीय सभी यात्रियों से लिया जाता है। किराया गणना का उदाहरण हमारे पाठकों को इस अवधारणा को समझने में मदद करेगा।

यह है बीमा शुल्क, जो हर यात्री से वसूला जाता है।

घरेलू टिकट और यात्रा कार्यक्रम मानदंड (Domestic tickets and the itinerary criterion)

एक घरेलू यात्री अपने प्रस्थान का दिन और वापसी का दिन चुन सकता है। वह हवाई जहाज से उड़ना भी चुन सकता है, लेकिन वापस नहीं लौट सकता। वह अपने मूल स्थान पर लौटने के लिए सतही मार्ग का उपयोग कर सकता है, उदाहरण के लिए। इस प्रकार, हमारे पास 3 प्रकार के (घरेलू)

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

टिकट हैं, यदि यात्रा कार्यक्रम मुख्य मानदंड है, इस प्रकार है:

- **वन वे टिकट (One Way Ticket):** इसका कोड OW है। यात्री किसी भी घरेलू स्टेशन का टिकट खरीद सकता है। वह उस टिकट का उपयोग कर सकता है और निर्दिष्ट वाहक द्वारा उड़ान भर सकता है। लेकिन वह बहुत से वापस नहीं लौटे।
- **ओपन टिकट (Open Ticket):** इसका मतलब ऐसा टिकट है, जिसमें आगमन या प्रस्थान की तिथि मुद्रित नहीं है। स्वाभाविक रूप से, यह एक तरफ़ा टिकट या दो तरफ़ा टिकट हो सकता है। यदि यह एक तरफ़ा खुला टिकट है, तो यात्री अपने आगमन या प्रस्थान की तिथि निर्दिष्ट करता है और यह उसके टिकट पर छपी होती है। यदि यह दो तरफा खुला टिकट है, तो यात्री यह तय करने के लिए स्वतंत्र है कि वह अपनी यात्रा कब शुरू करेगा और अपनी यात्रा (वापसी) भी। लेकिन वह टिकट जारी होने की तारीख से शुरू होने वाली एक निश्चित अवधि के भीतर ही ऐसा कर सकता है। इस समय अवधि को टिकट की वैधता अवधि कहा जाता है। कई एयरलाइन टिकट जारी करती हैं जो उनके जारी होने की तारीख से 1 वर्ष के लिए वैध हो सकती हैं। कुछ अन्य उनके जारी होने की तारीख से केवल 4 महीने केलिए वैध हो सकते हैं। इस संदर्भ में अलग-अलग एयरलाइंस के अलग-अलग नियम हैं। घरेलू यात्रा की भाषा में मूल स्थान पर वापसी की कोई समस्या नहीं है। उदाहरण: यात्री नई दिल्ली से कोलकाता के लिए एक तरफ़ा खुला टिकट लेकर जा सकता है। वह वहां 3 महीने तक रह सकता है। एक अच्छी सुबह, वह नई दिल्ली वापस आने का फैसला कर सकता है। उसे बस इतना करना है कि एयरलाइन या ट्रैवल एजेंट को सूचित करना है कि वह नई दिल्ली वापस जाना चाहता है। उन्हें नई दिल्ली के लिए पहली उपलब्ध उड़ान मिलेगी। यदि यह दो तरफा खुला टिकट है तो यही प्रक्रिया लागू की जाती है; इस मामले में, वह अपने जाने का दिन भी तय कर सकता है लेकिन टिकट की वैधता अवधि के भीतर।
- **रिटर्न टिकट (Return Ticket):** इस प्रकार के टिकट में, प्रस्थान और वापसी की तारीखें पहले से तय की जाती हैं और टिकट पर उल्लिखित होती हैं।

मैनुअल आरक्षण चार्ट (Manual reservation charts)

एक ट्रैवल एजेंट अपने ग्राहकों के लिए मैन्युअल बुकिंग प्रक्रियाओं के माध्यम से भी टिकट बुक कर सकता है। इस अवधारणा को CRS और उपग्रहों के माध्यम से ऑनलाइन बुकिंग प्रणाली द्वारा प्रतिस्थापित किया जा रहा है। लेकिन कई एयरलाइंस अब भी हवाई टिकट बुकिंग के लिए मैनुअल सिस्टम का इस्तेमाल कर रही हैं। हमारे लिए यह जानना जरूरी है कि मैनुअल सिस्टम कैसे काम करता है। ट्रैवल एजेंसी के कार्यकारी अपने ग्राहक के अनुरोधों को या तो टेलीफोन पर या टेबल-चर्चा के माध्यम से संसाधित करते हैं। वह यात्रियों की विशिष्ट यात्रा आवश्यकताओं के अनुसार उनके लिए सीटें बुक करता है। वह समय-समय पर एयरलाइंस से भी पुष्टि करता है और पता लगाता है कि विशेष क्षेत्रों के लिए और दी गई तारीखों पर सीटें उपलब्ध हैं या नहीं। फिर, वह चार्ट को भरता है जैसा कि चार्ट 2 में दिखाया गया है। यह जैगसन एयरलाइंस लिमिटेड द्वारा प्रदान किया गया है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

चार्ट 2

आरक्षण चार्ट

फ़्लाइट नंबर JA..... दिनांक .....

प्रस्थान समय..... से .....प्रति .....

नं	यात्री का नाम	दर्जा	टिकट नं.	गंतव्य	फोननंब&PNR.संपर्क पता
1					
2					
3					
4					
5					

इस संदर्भ में PNR महत्वपूर्ण है; यह पैसेंजर नेम रिकॉर्ड के लिए है। यात्री की पहचान PNR और उसके नाम से होती है। ध्यान दें कि मैन्युअल आरक्षण प्रणाली धीरे-धीरे समाप्त हो रही है।

विदेशी मुद्राओं का प्रावधान (Provision of foreign currencies)

यह ट्रैवल एजेंसी द्वारा की जाने वाली एक महत्वपूर्ण गतिविधि भी है। यह यात्रियों के लिए विदेशी मुद्रा की व्यवस्था करता है। कुछ एजेंसियां विशेष रूप से विदेशी मुद्रा, ट्रैवेलर्स चेक आदि के प्रावधान में काम करती हैं। यह अपने ग्राहकों के लिए एक महत्वपूर्ण सुविधा है क्योंकि यह ग्राहक का बहुत 3विदेशी मुद्रा ली थी।

अधिकृत मनी एक्सचेंजर ग्राहक के कार्यालय या निवास पर आता है और उसे भारतीय मुद्रा के बदले एक्सचेंज देता है। वैकल्पिक रूप से, ग्राहक मनी एक्सचेंजर के कार्यालय में जा सकता है और अपनी यात्रा की जरूरतों के अनुसार विदेशी मुद्रा प्राप्त कर सकता है।

पहचान चिह्न और एयरलाइनों की फ़्लाइट नंबर (Identification marks and flight numbers of airlines)

हर घरेलू एयरलाइन को एक कोड दिया जाता है। इसमें एक पहचान योग्य प्रतीक या प्रतीक चिन्ह भी है जो इसे अन्य वाहकों से अलग करता है। यह नियम ICAO के मानदंडों और दिशानिर्देशों के अनुरूप है। इसलिए ये नियम घरेलू हवाई यात्रा संचालन में भी लागू होते हैं। ये पहचान चिह्न प्रदान किए जाते हैं ताकि हवाईअड्डे पर विमान की पहचान करते समय यात्री, वायु चालक दल और विमान रखरखाव कर्मचारी भ्रमित न हों।

इसके अलावा, प्रत्येक उड़ान को एक नंबर दिया जाता है। यह संख्या (या फ़्लाइट कोड) इस मायने में विशिष्ट है कि इसका उपयोग किसी अन्य एयरलाइन या क्षेत्र में नहीं किया जा सकता है। उदाहरण: जैगसन एयरलाइंस लिमिटेड ने धर्मशाला (HP) से दिल्ली जाने वाली उड़ान के लिए कोड JA-212 आवंटित किया है। यह फ्लाइट धर्मशाला से 9:55 बजे निकलती है और 11:50 बजे (उसी दिन) दिल्ली पहुंचती है। इस उड़ान के दिन सप्ताह के प्रत्येक सोमवार, बुधवार और शुक्रवार के रूप में निर्धारित किए गए हैं। यह डेटा सामान्य रूप से नहीं बदलता है और एयरलाइन के एजेंट एयरलाइन द्वारा निर्दिष्ट प्रस्थान और आगमन कार्यक्रम के अनुसार सीट बुक करना जारी रखते हैं। यह अनुसूचियां हैं। मुद्रित स्वरूपों में और एयरलाइन द्वारा प्रदान किए जाने वाले प्रत्येक टिकट के लिए मूल्य ब्रेक-अप भी शामिल करें। संबंधित सरकारी प्राधिकरण से परामर्श करने और इस तरह के परिवर्तनों को लागू करने के लिए औपचारिक अनुरोध करने के बाद ही एयरलाइन प्रस्थान और आगमन कार्यक्रम में बदलाव कर सकती है।

आम तौर पर, ये शेड्यूल नहीं बदले जाते हैं। लेकिन टिकटों की कीमतें मौसम के अनुसार बदलती रहती हैं, उदाहरण: जेट एयरवेज ने 14 मई, 2003 को प्रिंट मीडिया में एक विज्ञापन जारी किया था और अपनी चयनित फ़्लाइट के लिए सुपर एपेक्स किराए की घोषणा की थी। Fig 4 इन किराए को दर्शाता है। सुपर एपेक्स किराया योजना के तहत भारी छूट पाने के लिए 30 दिन पहले टिकट बुक किया जा सकता है।

बीमा (Insurance)

ट्रैवल एजेंसी यात्री के बीमा की भी व्यवस्था करती है। बीमा कंपनियाँ व्यक्तिगत दुर्घटना जोखिम और सामान की चोरी/क्षति दोनों के लिए बीमा करती हैं। ट्रैवल एजेंट का यह भी कर्तव्य है कि वह बीमा के संबंध में उचित मार्गदर्शन प्रदान करे। किसी भी मामले में, इसे ऐसी सेवाएं प्रदान करने के लिए प्रमुख यात्रा बीमा कंपनियों के साथ गठजोड़ करना होगा। ट्रैवल एजेंसी स्वयं बीमा प्रदान नहीं कर सकती है।

वयस्क यात्रियों के लिए INR मूल्यों पर आधारित लागत (Costing based on inr values for adult passengers)

घरेलू हवाई टिकटिंग में, इसलिए 4 प्रमुख घटक इस प्रकार हैं।

मूल टिकट की कीमत (Basic ticket price)

यह टिकट का वह मूल मूल्य है जो घरेलू वाहक अपने द्वारा प्रदान की जाने वाली हवाई सेवा के बदले यात्री से वसूलता है। एयरलाइन को इस मूल कीमत में से अपने और GSA को कमीशन देना होता है। इसे स्टाफ, फ्यूल, एयरपोर्ट लैंडिंग चार्ज, नेविगेशन चार्ज, मेंटेनेंस क्रू, पायलट, एयरहोस्टेस और दूसरे सपोर्ट स्टाफ का खर्च भी उठाना पड़ता है। इसे सभी लागतों को घटाकर इस मूल कीमत से मुनाफा भी कमाना होता है।

उदाहरण (Example): जयपुर - उदयपुर एक एयरलाइन के एक तरफ के किराए की गणना निम्नानुसार की जा सकती है:

मूल किराया (Basic Fare) = 2,400 रुपये

IATT

यह एक कर घटक है जो सरकार द्वारा मूल किराए पर लगाया जाता है। इसके दो उप-घटक IATT कर और IATT बीमा हैं।

IATT टैक्स

यह आम तौर पर मूल किराए का एक प्रतिशत होता है। यह प्रतिशत भिन्न हो सकता है; सरकार इस संदर्भ में अंतिम निर्णय लेती है।

उदाहरण (Example): जयपुर-उदयपुर एयरलाइन का एकतरफा किराया (जारी):

मूल किराया (Basic Fare) = 2,400 रुपये

IATT = Rs 360

IATT बीमा (IATT insurance)

यह IATT टैक्स के साथ चार्ज किया जाता है। इसकी दरें सेक्टर से सेक्टर में भिन्न होती हैं। सरकार इन बीमा शुल्कों को परिभाषित करती है।

उदाहरण (Example): जयपुर - उदयपुर एक एयरलाइन का एक तरफ का किराया (जारी):

मूल किराया (Basic Fare) = 2,400 रुपये

IATT = 360 रुपये

IATT बीमा = 40 रुपये

पीएसएफ (PSF)

इसका फुल फॉर्म Passenger Service Fare होता है। इसकी कीमत भी सरकार तय करती है।

उदाहरण (Example): किसी एयरलाइन का जयपुर-उदयपुर एक तरफ का किराया (जारी):

मूल किराया (Basic Fare) = 2,400 रुपये

मूल किराया (Basic Fare) = 2,400 रुपये

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

IATT = 360 रुपये

IATT बीमा = 40 रुपये

यात्री सेवा किराया = US 200

बीमा शुल्क भी सरकार द्वारा परिभाषित किया गया है। इसे YQ चार्ज भी कहा जाता है। यह स्थिर रहता है।

बच्चों के लिए INR मूल्यों के आधार पर लागत (Costing based on inr values for children)

2-12 वर्ष की आयु तक के यात्रियों को बच्चे माना जाता है। आम तौर पर, बच्चे के टिकट का मूल किराया वयस्क के टिकट के मूल मूल्य का 50 प्रतिशत होता है। टिकट की कीमत के घटक 4 हैं, ठीक वैसे ही जैसे वे एक वयस्क के टिकट के मामले में होते हैं। लेकिन सरकार इनमें से कुछ शुल्क बच्चों से ले भी सकती है और नहीं भी। एक उदाहरण अवधारणा को स्पष्ट करेगा।

उदाहरण (Example): उदयपुर-राजकोट एक तरफ का किराया:

मूल किराया = 2,739 रुपये

IATT (वयस्क के लिए IATT का 50 प्रतिशत) = 411 रुपये

IATT बीमा = 40 रुपये

यात्री सेवा किराया = 200 रुपये

YQ चार्ज (बीमा) = 250 रुपये

कुल किराया (बच्चा) = 2400 + (411 + 40) + (200) + (250) = 3,640 रुपये

शिशुओं के लिए INR मूल्यों के आधार पर लागत (Costing based on inr values for infants)

0-2 वर्ष की आयु तक के यात्रियों को शिशु माना जाता है। एक शिशु के टिकट का मूल किराया एक वयस्क के मूल टिकट मूल्य के मूल मूल्य का 10 प्रतिशत है। टिकट की कीमत के घटक 4 हैं, ठीक वैसे ही जैसे वे एक वयस्क के टिकट के मामले में होते हैं। IATT कर आमतौर पर शिशुओं से नहीं लिया जाता है। एक उदाहरण अवधारणा को स्पष्ट करेगा।

उदाहरण (Example): दिल्ली-कुल्लू एक तरफ का किराया :

मूल किराया = यूएस $ 80

IATT = यूएस $ 0

IATT बीमा = यूएस $ 0

यात्री सेवा किराया = US$ 5 YQ (बीमा) = US$ 5

कुल किराया f AHnlrt = 80 + ((= 80 + (0 + 0) + (5) + (5)

= यूएस $ 90

वयस्क यात्रियों के लिए डॉलर के मूल्यों के आधार पर लागत (Costing based on dollar values for adult passengers)

मूल टिकट की कीमत (Basic ticket price)

यह टिकट का मूल मूल्य होता है जो एयरलाइन अपने द्वारा प्रदान की जाने वाली हवाई सेवा के बदले यात्री से लेती है।

उदाहरण (Example): जयपुर-उदयपुर हवाई जहाज़ के रास्ते के किराए की गणना निम्नानुसार की जा सकती है:

मूल किराया: यूएस $ 80

IATT

यह वह कर घटक है जो सरकार द्वारा मूल किराए पर लगाया जाता है। इन कर के दो घटक हैं-IATT कर और बीमा। यह कुछ क्षेत्रों में लगाया जा सकता है या नहीं भी लगाया जा सकता है।

IATT टैक्स (IATT TAX)

आम तौर पर, विदेशियों को इस शुल्क से छूट दी जाती है। लेकिन सरकार नियमों में बदलाव कर सकती है। उदाहरण: जयपुर-उदयपुर एयरलाइन का एकतरफा किराया (जारी):

मूल किराया = यूएस $ 80

IATT = यूएस $ 0

IATT बीमा (IATT insurance)

यह IATT टैक्स के साथ चार्ज किया जाता है। इसकी दरें सेक्टर से सेक्टर में भिन्न होती हैं। सरकार इन बीमा शुल्कों को परिभाषित करती है।

उदाहरण (Example): जयपुर-उदयपुर एयरलाइन का एकतरफा किराया (जारी):

मूल किराया = यूएस $ 80

IATT = यूएस $ 0

IATT बीमा = यूएस $ 0

पीएसएफ (PSF)

इसका फुल फॉर्म Passenger Service Fare होता है। इसकी कीमत भी सरकार तय करती है। उदाहरण: किसी एयरलाइन का जयपुर-उदयपुर एक तरफ का किराया (जारी):

मूल किराया = यूएस $ 80

IATT = यूएस $ 0

IATT बीमा = यूएस $ 0

यात्री सेवा किराया = यूएस $ 5

बीमा (Insurance)

यह शुल्क भी सरकार द्वारा परिभाषित किया गया है। इसे YQ चार्ज भी कहा जाता है। एयरलाइन टिकटिंग की भाषा में, Q अक्षर सरचार्ज के लिए प्रयुक्त होता है। यह सरकार द्वारा तय किया जाता है और तय रहता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

उदाहरण (Example): किसी एयरलाइन का जयपुर-उदयपुर एक तरफ का किराया (जारी):

मूल किराया = यूएस $ 80

IATT = यूएस $ 0

IATT बीमा = यूएस $ 0

यात्री सेवा किराया = US$ 5 YQ (बीमा) = US$ 5

कुल किराया f AHnlrt = 80 + ((= 80 + (0 + 0) + (5) + (5) = US$ 90

बच्चों के लिए डॉलर के मूल्यों के आधार पर लागत (Costing based on dollar values for children)

2-12 वर्ष की आयु तक के यात्रियों को बच्चे माना जाता है। बच्चे के टिकट का मूल किराया वयस्क के टिकट के मूल मूल्य का 50 प्रतिशत है। टिकट की कीमत के घटक 4 हैं, ठीक वैसे ही जैसे वे एक वयस्क के टिकट के मामले में होते हैं। लेकिन सरकार इनमें से कुछ शुल्क बच्चों से ले भी सकती है और नहीं भी। एक उदाहरण अवधारणा को स्पष्ट करेगा।

उदाहरण (Example): उदयपुर-राजकोट एक तरफ का किराया :

मूल किराया = यूएस $ 80

मूल किराया = यूएस $ 45

IATT = यूएस $ 0

IATT बीमा = यूएस $ 0

यात्री सेवा किराया = यूएस $ 5

YQ शुल्क (बीमा) = US$ 5

कुल किराया (बच्चा) = 45 + (0 + 0) + (5) + (5) = यूएस$ 55

शिशुओं के लिए डॉलर के मूल्यों के आधार पर लागत (Costing based on dollar values for infants)

0-2 वर्ष की आयु तक के यात्रियों को शिशु माना जाता है। शिशु के टिकट का मूल किराया वयस्क के टिकट के मूल मूल्य का 10 प्रतिशत है। टिकट की कीमत के घटक 4 हैं, ठीक वैसे ही जैसे वे एक वयस्क के टिकट के मामले में होते हैं। IATT कर आमतौर पर शिशुओं से नहीं लिया जाता है। सरकार इनमें से कुछ शुल्क शिशुओं से ले भी सकती है और नहीं भी। लगभग सभी मामलों में शिशुओं से बीमा शुल्क (YQ) नहीं लिया जाता है। एक उदाहरण अवधारणा को स्पष्ट करेगा।

उदाहरण (Example): कुल्लू-गग्गल एक तरफ का किराया:

मूल किराया = यूएस $ 10

IATT टैक्स = यूएस $ 0

IATT बीमा = यूएस $ 0

यात्री सेवा किराया = यूएस $ 5

YQ चार्ज (बीमा) = 0 रुपये

कुल किराया (शिशु) = 10 + (0 + 0) + (5) + (0)

= यूएस $ 15

विदेशियों के लिए विशेष किराए (Special fares for foreigners)

यह यात्रियों की एक विशेष श्रेणी है। इसका उल्लेख हम इस अध्याय में पहले ही कर चुके हैं। एयरलाइंस समय-समय पर विदेशियों के लिए विशेष किराए की सूचियां जारी करती हैं। छुट्टियों के मौसम या पीक सीजन ऐसे विशेष किरायों की घोषणा के कारण हो सकते हैं। ये किराए केवल उन यात्रियों के लिए लागू हैं जो:

- विदेशी;
- भारत के कोने-कोने में भ्रमण करना; तथा
- 12 से 30 वर्ष के आयु वर्ग में।

सरकार किसी भी समय विशेष किराए के संबंध में नियम बदल सकती है। एयरलाइन को नियमों के नए शासन के अनुरूप होना होगा। आइए एक उदाहरण का अध्ययन करें।

उदाहरण (Example): दिल्ली-देहरादून एक तरफ का किराया

मूल किराया = यूएस $ 86

IATT टैक्स = यूएस $ 0

IATT बीमा = यूएस $ 0

यात्री सेवा किराया = यूएस $ 5

YQ शुल्क (बीमा) = US$ 5

कुल किराया (युवा) = 86 + (0 + 0) + (5) + (5)

= यूएस $ 96

Sub voce: हमारे मूल्यवान पाठकों को घरेलू एयरलाइनों की किराया संरचना के बारे में स्पष्ट जानकारी होनी चाहिए। फिर, वे अंतरराष्ट्रीय हवाई टिकटिंग के विशाल क्षेत्र में जा सकते हैं। कृपया निम्नलिखित पर भी ध्यान दें:

• विभिन्न (घरेलू) वाहक अलग-अलग किराए ले सकते हैं। हमारे पाठक पाएंगे कि उनके किराए का ब्रेक-अप मान भी भिन्न है।

• एयरलाइंस अलग-अलग मूल किराए में बदलाव कर सकती हैं; यह उन पर निर्भर है कि वे अपने दम पर बाजार में जगह बनाएं और इसलिए, वे उस कीमत पर टिकट बेच सकते हैं जो उन्हें उचित लगे। लेकिन कर और बीमा शुल्क (जैसा कि पहले चर्चा की गई थी) यात्रियों से लिया जाएगा और फिर सरकार को भुगतान किया जाएगा।

• एपेक्स फेयर और सुपर एपेक्स फेयर एयरलाइंस द्वारा दुर्लभ ऑफर हैं; हमने ऐसी ही एक योजना पर चर्चा की है जो एक वाहक द्वारा पेश की गई है। एयरलाइंस हमेशा सुपर एपेक्स किराए की व्यापक दरें देती हैं। इन किरायों में आम तौर पर कर शामिल होते हैं। सुपर एपेक्स किराए में फ़्लाइट या तारीखों में परिवर्तन की अनुमति है लेकिन यात्रियों के लिए मामूली लागत

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

पर; यह लागत 200 रुपये से 250 रुपये तक भिन्न हो सकती है। यात्री को फ़्लाइट की तारीख से कम से कम 30 दिन पहले शेड्यूल में बदलाव करना चाहिए (200 रुपये या 250 रुपये प्रति टिकट के भुगतान के साथ, जैसा भी मामला हो)। सुपर एपेक्स फेयर यात्रा में ओपन-डेट टिकट की अनुमति नहीं है। सुपर एपेक्स और एपेक्स योजनाएं यात्रियों को जेपी माइल योजनाओं के लिए योग्य नहीं बनाती हैं। अगले सीजन में जब एयरलाइन सुपर एपेक्स या एपेक्स स्कीम की घोषणा करती है तो नियम बदले जा सकते हैं। यह अगली बार अपने यात्रियों को हवाई किराए के समान सेट की पेशकश करने के लिए बाध्य नहीं है।

रद्दीकरण और वापसी नियम (Cancellation and refund rules)

टिकट रद्द करने के नियम (Cancellation rules for inr tickets)

ये नियम इस प्रकार हैं (यह सूची जैगसन एयरलाइंस, नई दिल्ली द्वारा प्रदान की गई है):

- यात्री भारतीय मौद्रिक मुद्रा, जिसे INR कहा जाता है, का भुगतान करके टिकट खरीद सकते हैं। घरेलू हवाई टिकट खरीदने के लिए विदेशी INR के संदर्भ में भुगतान नहीं कर सकते हैं। हालांकि, कुछ घरेलू एयरलाइंस उन्हें ऐसा करने की अनुमति देती हैं। उदाहरण: जैगसन एयरलाइंस IA और AI विदेशी नागरिकों को INR मूल्यों में घरेलू टिकट खरीदने की अनुमति नहीं देते हैं।
- ओपन टिकट या अपुष्ट (unconfirmed) टिकट पर कोई रद्दीकरण शुल्क नहीं लगाया जाता है।
- विमान के प्रस्थान के निर्धारित समय से 48 घंटे पहले या बाद में रद्द करने पर "पुष्टि की स्थिति" वाले टिकट पर 100 रुपये का रद्दीकरण शुल्क लगाया जाता है।
- विमान के प्रस्थान के निर्धारित समय से 48 से 24 घंटे पहले टिकट रद्द करने पर टिकट की कीमत के 10 प्रतिशत के बराबर रद्दीकरण शुल्क लगाया जाता है।
- विमान के प्रस्थान के निर्धारित समय से 24 से 4 घंटे पहले टिकट रद्द करने पर टिकट की कीमत के 25 प्रतिशत के बराबर रद्दीकरण शुल्क लगाया जाता है।
- विमान के प्रस्थान के निर्धारित समय से 4 घंटे पहले टिकट रद्द करने पर टिकट की कीमत के 100 प्रतिशत के बराबर रद्दीकरण शुल्क लगाया जाता है। यदि यात्री विमान में चढ़ने के लिए नहीं आता है, तब भी टिकट की कीमत का 100 प्रतिशत मूल्य काट लिया जाता है; प्रस्थान लाउंज में आने के लिए यात्री की अक्षमता को No Show कहा जाता है।
- शिशुओं के टिकट पर रद्दीकरण शुल्क लागू नहीं है।
- यदि विमान तकनीकी खराबी के कारण उड़ान भरने में असमर्थ है, या यदि खराब मौसम के कारण फ़्लाइट रद्द कर दी जाती है, तो रद्दीकरण शुल्क लागू नहीं होता है।

डॉलर किराया टिकट रद्द करने के नियम (Cancellation rules for dollar fare tickets)

ये नियम इस प्रकार हैं:

- अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक और यात्री संयुक्त राज्य अमेरिका डॉलर में टिकट की राशि का भुगतान करके टिकट खरीद सकते हैं।
- ओपन टिकट या अपुष्ट (unconfirmed) टिकट पर कोई रद्दीकरण शुल्क नहीं लगाया जाता है।
- फ़्लाइट के निर्धारित समय से 48 घंटे पहले रद्द करने पर टिकट की कीमत के 10 प्रतिशत के बराबर रद्दीकरण शुल्क लगाया जाता है।
- विमान के प्रस्थान के निर्धारित समय से 48 से 24 घंटे पहले टिकट रद्द करने पर टिकट की कीमत के 25 प्रतिशत के बराबर रद्दीकरण शुल्क लगाया जाता है।
- विमान के प्रस्थान के निर्धारित समय से 24 घंटे से कम और 4 घंटे से अधिक समय पहले टिकट रद्द करने पर टिकट की कीमत के 50 प्रतिशत के बराबर रद्दीकरण शुल्क लगाया जाता है।
- विमान के प्रस्थान के निर्धारित समय से 4 घंटे पहले टिकट रद्द करने पर टिकट की कीमत के 100 प्रतिशत के बराबर रद्दीकरण शुल्क लगाया जाता है। यदि यात्री विमान में चढ़ने के लिए नहीं आता है, तब भी टिकट की कीमत का 100 प्रतिशत मूल्य काट लिया जाता है; प्रस्थान लाउंज में आने के लिए यात्री की अक्षमता को No Show कहा जाता है।
- यदि विमान तकनीकी खराबी के कारण उड़ान भरने में असमर्थ है, या यदि खराब मौसम के कारण फ़्लाइट रद्द कर दी जाती है, तो रद्दीकरण शुल्क लागू नहीं होता है।

Sub voce: ये नियम हर एयरलाइन में अलग-अलग हो सकते हैं। हमने इस खंड में एक विशेष एयरलाइन के रद्दीकरण नियमों पर चर्चा की है।

घरेलू टिकटिंग में रिफंड (Refunds in domestic ticketing)

टिकट खरीदने वाले यात्री या स्वीकृत ट्रैवल एजेंट को धनवापसी की जाती है। इंडियन एयरलाइंस के कार्यालय से नकद में खरीदे गए टिकटों को उसी या इंडियन एयरलाइंस के किसी अन्य कार्यालय में रद्द किया जा सकता है। किसी मान्यता प्राप्त ट्रैवल एजेंट के माध्यम से खरीदे गए टिकट केवल उसी एजेंट को वापस किए जा सकते हैं। घरेलू उड़ानों में, वयस्क या बच्चे के टिकट के लिए रिफंड प्रशासन शुल्क 100 रुपये है। यदि यात्री शिशु है, तो रिफंड शुल्क शून्य है। यदि उड़ान में देरी या रद्द हो जाती है, तो धनवापसी शुल्क शून्य होता है। टिकट खो जाने पर कोई रिफंड स्वीकार्य नहीं है। एक अंतरराष्ट्रीय यात्री को अमेरिकी डॉलर के संदर्भ में रिफंड मिलता है।

घरेलू संचालन में एयरलाइंस के कोड (Codes of airlines in domestic operations)

कृपया निम्नलिखित ध्यान दें:

- एयरलाइन कोड इस प्रकार हैं (घरेलू क्षेत्रों में) -AI: Air India; BG: Bangladesh Biman; CD: Alliance Air; DC: Alliance Air (a

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

subsidiary of Indian Airlines); F5: Archna Airways; G8: Gujarat Airways; IC: Indian Airlines; JA: Jagson Airlines; KB: Druk Air; RA: Royal Nepal; S2: Sahara Airlines; UI: Srilankan Airlines; 9W: Jet Airways

- घरेलू संचालन में उपयोग किए जाने वाले विमानों के प्रकार के कोड इस प्रकार हैं-747 : Boeing 747- AB3 :Airbus 300: 737 : Boeing 737- D10 : DC 10; F27 :Fokker Friendship; D28 : Dornier 228; BC9 : Beach Craft 1900D; L41 : L410; ATR : ATR 72-500; 320 : Airbus 320.

लैंडिंग शुल्क (Landing charges)

विभिन्न हवाई अड्डे के अधिकारियों द्वारा विमान पर निम्नलिखित लैंडिंग शुल्क लगाए जाते हैं (सभी आंकड़े रुपये में हैं): -

- India: A 300 B4 : 42,700; A300 B2 : 35,600; A 320 : 16,900; and B 737-200 : 11,800.
- Dubai: A 300 B4 : 30,300; A300 B2 : 26,400; A 320 :15,000; and B 737-200 : 11,300
- Sharjah: A 300 B4 : 26,100; A300 B2 : 22,500; A 320: 11,700; and B 737-200 : 8,200
- Thailand: A 300 B4 : 22,700; A300 B2 : 19,500; A 320 : 11,000; and B 737-200 : 9,200
- Sri Lanka: A 300 B4 : 32,000; A300 B2 : 27,500; A 320 : 14,300; and B 737-200 10,100

नेविगेशन शुल्क (Navigation charges)

नेविगेशन से संबंधित खर्चों को पूरा करने के लिए विमान पर निम्नलिखित नेविगेशन शुल्क लगाए जाते हैं:

- India: A 300 B4 : 21,500; A300 B2 : 21,500; A 320 : 17,400; and B 737-200 : 8,800.
- Dubai: A 300 B4 : 2,300; A300 B2 : 2,300; A 320: 1,400; and B 737-200 : 1,400.
- Sharjah: A 300 B4 : 2,300; A300 B2 : 2,300; A 320 : 1,400; and B 737-200 : 1,400.
- Thailand: A 300 B4 : 10,900; A300 B2 : 10,900; A 320 : 10,200; and B 737-200 : 10,200.
- Sri Lanka: A 300 B4 : Nil; A300 B2 : Nil; A 320 : Nil; and B 737-200 : Nil

अंतर्राष्ट्रीय टिकटिंग प्रक्रियाएं (International ticketing procedures)

अंतरराष्ट्रीय उड़ानों में यात्रा की कक्षाएं (Classes of travel in international flights)

अंतरराष्ट्रीय उड़ानों में 2 प्रमुख वर्ग हैं, जो इस प्रकार हैं:

1 अंतर्राष्ट्रीय श्रेणी (inr किराया)

यात्री इस प्रमुख श्रेणी में टिकट खरीदने के लिए भारतीय रुपये में भुगतान करते हैं। इस वर्ग में 3 प्रमुख वर्ग हैं। वास्तव में, ये सभी अंतरराष्ट्रीय उड़ानों में मुख्य वर्ग हैं। ये हैं- Y क्लास, C क्लास और F क्लास।

2 वाई वर्ग (अर्थव्यवस्था)

यह सबसे सस्ता वर्ग है। कुछ एयरलाइंस या ट्रैवल एजेंट इसे एक्सर्सन फेयर क्लास भी कह सकते हैं। इसमें उचित रूप से अच्छी सीटें, एयर कंडीशनिंग, सीटों के कुशन, म्यूजिक सिस्टम आदि हैं। इस श्रेणी से यात्रा करने वाले यात्रियों को प्रदान की जाने वाली सेवाएं औसत स्तर की होती हैं। युवा लोग, गरीब व्यवसायी, छात्र और लगातार यात्रा करने वाले इस वर्ग का उपयोग करते हैं। Y क्लास में 4 सब-क्लास हैं, जो इस प्रकार हैं:

i Y क्लास (एम) (Y class (M))

M अक्षर माइक या विक्ट्री को संदर्भित करता है। यह किसी भी एयरलाइन में उपलब्ध सबसे सस्ती श्रेणी है। जाहिर है, यह एक सस्ता वर्ग है।

ii Y क्लास (एल) (Y class (L))

'L' अक्षर लीमा के लिए है। यह एक प्रकार का इकोनॉमी क्लास है।

iii Y क्लास (एच) (Y class (H))

'H' अक्षर हैरी के लिए है। यह भी एक प्रकार का इकोनॉमी क्लास है।

iv Y क्लास (टी) (Y class (T))

'T' अक्षर टैंगो के लिए है। यह इकोनॉमी क्लास का एक और रूपांतर है।

Sub voce:

- इनमें से प्रत्येक में प्रदान की जाने वाली सुविधाओं और विलासिता के स्तर के अनुसार इन वर्गों की दरें भिन्न होती हैं।
- एयरलाइंस अपने विमानों में इन वर्गों में इन सभी वर्गों को प्रदान कर सकती हैं या नहीं भी कर सकती हैं। वे दूसरों की सेवाओं से अपनी सेवाओं को अलग करने के लिए उन्हें एक अलग तरीके से नाम भी दे सकते हैं। लेकिन प्रत्येक वर्ग के संबंध में शासी मानदंड प्रत्येक अंतरराष्ट्रीय वाहक के लिए समान होना चाहिए।

C क्लास (व्यवसाय) (C class (Business))

यह वर्ग सुविधाओं, लेगरूम, पेय, भोजन और सेवाओं के मामले में इकोनॉमी क्लास से आगे का अगला उच्च वर्ग है। इस श्रेणी के यात्रियों की अच्छी सेवा की जाती है। यह इकोनॉमी क्लास की तुलना में थोड़ा महंगा है। यह व्यापार यात्रियों का पसंदीदा वर्ग है।

F क्लास (लक्जरी) (F class (Luxury))

यह किसी एयरलाइन की सबसे महंगी क्लास है। यह अपने ग्राहकों को सर्वोत्तम मेनू, शराब, शीतल पेय, पेय पदार्थ, संगीत और सेवा प्रदान करता है। इस क्लास में लेगरूम भी ज्यादा होता है। अमीर व्यापारी, उद्योग जगत

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

के दिग्गज, राजनेता, VVIP, राजनयिक और संभ्रांत लोग इस वर्ग से यात्रा करते हैं। इसे अलग-अलग एयरलाइंस द्वारा अलग-अलग नामों से पुकारा जा सकता है। उदाहरण: थाई एयरवेज ने अपनी एफ क्लास को रॉयल एक्जीक्यूटिव क्लास नाम दिया है।

अंतर्राष्ट्रीय श्रेणी (डॉलर किराया या पीटीए) (International class (dollar fare or pta))

वास्तव में यह कोई अलग वर्ग नहीं है। यह एक विशेष किराया श्रेणी है जिसके लिए यात्री अमेरिकी डॉलर में भुगतान करते हैं। इसे PTA भी कहा जाता है। PTA शब्द Prepaid Travel Allowance के लिए है। अगर किसी व्यक्ति को अपने दोस्त या रिश्तेदार के लिए नई दिल्ली से लंदन का टिकट भेजना है (ताकि बाद वाला लंदन से नई दिल्ली आ सके), तो पहले वाले को डॉलर किराए के मामले में भारत में टिकट खरीदना होगा। वह व्यक्ति, जो नई दिल्ली से लंदन के लिए टिकट भेज रहा है, वह इस टिकट को किसी ट्रैवल एजेंसी या लंदन स्थित एयरलाइन से भेजेगा। ऐसा करने के लिए वह एक स्थानीय ट्रैवल एजेंट को शामिल कर सकता है। वह अमेरिकी डॉलर या उनके समकक्ष INR के संदर्भ में भुगतान कर सकता है। उसे भारत में मिलने वाले टिकट से सस्ता या महंगा टिकट मिल सकता है। हालांकि, लंदन में स्थित ट्रैवल एजेंसी को टिकट की कीमत अमेरिकी डॉलर में मिलेगी। लेकिन इस टिकट को बनाने के लिए लंदन में प्रचलित दरों का इस्तेमाल किया जाएगा। जब वह इस टिकट को खरीद लेता है, तो वह इसे लंदन में रह रहे या रह रहे अपने रिश्तेदार या दोस्त को भेज सकता है। वह रिश्तेदार या दोस्त उस टिकट को तय दिन पर इस्तेमाल करते और नई दिल्ली आ जाते। भारतीय अक्सर इस प्रकार की टिकट खरीद का सहारा लेते हैं और इसीलिए हमने इस वर्ग की एक अलग श्रेणी बनाई है। अंत में, ध्यान दें कि यात्रा की कक्षाएं इस श्रेणी में भी समान हैं, अर्थात् Y क्लास, C क्लास और F क्लास।

Sub voce: किराया गणना के प्रयोजन के लिए, केवल तीन वर्ग हैं- Y श्रेणी, C श्रेणी और F श्रेणी।

अतिरिक्त माइलेज प्रतिशत (Extra milage percentage): ये मील किसी विशेष एयरलाइन (या) से जुड़े निजी लोगों द्वारा बार-बार उड़ान भरकर प्राप्त किए जाते हैं। इसके आधार पर एयरलाइंस कंपनी यात्रा पर कुछ रियायत/सुविधाएं देती है।

बैगेज रूल्स एंड बॉन्डिंग (Baggage rules & bonding): इसे फ्लाइट में निर्दिष्ट ड्यूटी के साथ सामान ले जाने के लिए प्रति यात्रियों को बैगेज अलाउंस प्रतिबंध के रूप में जाना जाता है। चेक-इन लगेज और हैंड लगेज दोनों के लिए आकार, वजन और टुकड़ों की मात्रा पर प्रतिबंध प्रत्येक एयरलाइन अपना सामान भत्ता निर्धारित करती है।

समय अंतर (Time differentials): समय अंतर एक दूसरे से संपर्क करने वाली एक ही समय रेखा में विभिन्न बिंदुओं के बीच होने की स्थिति है। दो (या) अधिक भिन्न क्षेत्रों के बीच घड़ी के समय में अंतर।

GMT (GMT): Green witch meridian (मीन) समय इसे सार्वभौमिक समय (universal time) भी कहा जाता है।

आउट बाउंड पैकेज टूर (Out bound package tour): यह उन यात्रियों में एक बड़ी हिट है जो दूसरे देशों की प्राकृतिक सुंदरता का अनुभव करना चाहते हैं और खुद को तरोताजा करना चाहते हैं। मिस्र, इज़राइल, चीन, थाई और रुमिया और ऑस्ट्रेलिया और वियतनाम जैसे कई देशों के आउटबाउंड पैकेज उपलब्ध हैं। टूर एंड ट्रेवल्स के पदार्थ के लिए IRCTC जैसी सरकारी एजेंसी से संपर्क किया जा सकता है।

यात्रा संबंधी दस्तावेज (Travel related documents): 1 वीज़ा: यह एक सशर्त प्राधिकरण परमिट है जो किसी देश द्वारा किसी विदेशी को दिया जाता है, जिससे टेहम को निर्धारित समय के भीतर देश में प्रवेश करने, रहने और छोड़ने की अनुमति मिलती है।

ITC : इसे input tax credit कहा जाता है जो आउटपुट पर टैक्स देनदारी के समायोजन के खिलाफ एक तंत्र है।

स्वास्थ्य प्रमाण पत्र (Health certificate): यह प्रमाणित करने के लिए मूल देशों में सरकारी संगठन द्वारा जारी किए गए निर्यात / आयात लेनदेन में उपयोग किया जाने वाला एक दस्तावेज है कि निर्यात के लिए सुरक्षा मानदंडों / मानकों का पालन करके खाद्य शिपमेंट मानव उपभोग के लिए उपयुक्त है।

यह व्यक्तियों के मेडिकल इतिहास, संचार रिकॉर्ड, आंखों के कांच के नुस्खे, दवा के नुस्खे और किसी भी दवा के लिखित रिकॉर्ड को संदर्भित करता है जो एक व्यक्ति नियमित रूप से उपयोग करता है।

भारतीय रिजर्व बैंक के नियम (RBI regulations): भारत के निवासी 25,000/- रुपये के साथ विदेश यात्रा कर सकते हैं। विदेशी मुद्रा की कोई सीमा नहीं है कि वह कुछ शर्तों के अधीन ले जा सकता है।

सीमा शुल्क (Customs): यह एक सरकारी एजेंसी है जो आयात और निर्यात पर करों की निगरानी और संग्रह करती है जो कि सामान देश में और बाहर आता है। ये प्रतिबंध देश के अनुसार अलग-अलग हैं।

यात्रा बीमा (Travel insurance): विदेशी मुद्रा (या) विदेशी मुद्रा आवश्यकता के अनुसार घरेलू देश की मुद्रा का दूसरे में रूपांतरण है। भारत देश मुद्रा आपूर्ति और मांग श्रृंखला के अनुसार मूल्यवान है।

यह बाजार के अनुसार काम करता है जो अधिकांश मुद्राओं के मूल्य (विनिमय दर) को निर्धारित करता है। विदेशी मुद्रा का मुख्य स्रोत के लिए व्युत्पन्न है

- निर्यात माल और सेवाओं घरेलू देश से विदेशी देश के लिए
- विदेशी के लिए प्रत्यक्ष निवेश
- अंतर्राष्ट्रीय व्यापार संगठन को भुगतान ऋण और ब्याज।

विनिमय दर के कारण यह बहुत महत्वपूर्ण है, एक मुद्रा की दूसरी मुद्रा में कीमत, एक राष्ट्र के स्वस्थ अर्थवाद को निर्धारित करने में मदद करती है और इसमें लोगों की भलाई भी आवश्यक है।

© CSTM NOT TO BE REPUBLISHED

पर्यटन में केंद्रीय आरक्षण प्रणाली (Central reservation system in tourism)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **इस पाठ के अंत तक प्रशिक्षक यात्रा उद्योग में केंद्रीय प्रणाली की भूमिका की व्याख्या करने में सक्षम होंगे।**

यात्रा उद्योग में आज और भविष्य में वैश्विक कंप्यूटर आरक्षण प्रणाली की भूमिका (The Role of Global Computer Reservation Systems in the Travel Industry Today and in the Future)

इलेक्ट्रॉनिक बाजार समन्वय की वैश्विक प्राप्ति के कुछ उदाहरणों में से एक कंप्यूटर आरक्षण प्रणाली (CRS) या वैश्विक वितरण प्रणाली (GDS) हैं जो यात्रा उद्योग में उपयोग की जाती हैं। लगातार बढ़ती प्रतिस्पर्धा, नई तकनीकों और बदलते वितरण चैनलों के कारण CRS की भूमिका के बारे में चर्चा शुरू हो गई है।

1 यात्रा बीमा खर्चों को कवर करता है यदि आपको किसी कवर किए गए कारण से अपनी यात्रा रद्द करनी पड़े (Travel insurance covers expenses if you need to cancel your trip for a covered reason)

ट्रिप कैंसलेशन कवरेज आपको प्री-पेड, नॉन-रिफंडेबल खर्चों की प्रतिपूर्ति करता है यदि आपको प्रस्थान करने से पहले अपनी यात्रा रद्द करने की आवश्यकता होती है।

अपनी यात्रा रद्द करने के कवर किए गए कारण:

- आपकी, परिवार के किसी सदस्य, या यात्रा करने वाले साथी की बीमारी, चोट, या मृत्यु।
- तूफान आपके गंतव्य को नुकसान पहुंचाता है या आपकी उड़ान को रद्द कर देता है।
- काम से हटा दिया गया है या काम करने की आवश्यकता है।
- आपके गंतव्य शहर में आतंकवादी घटना।
- आपके यात्रा आपूर्तिकर्ता का दिवालियापन।
- जूरी ड्यूटी के लिए बुलाया गया।

अगर कुछ होता है और आपको घर लौटने की आवश्यकता होती है, तो बीमा आपको आपकी यात्रा के खोए हुए हिस्से के लिए प्रतिपूर्ति करेगा... साथ ही अंतिम मिनट में घर जाने के लिए किए गए किसी भी अतिरिक्त खर्च की प्रतिपूर्ति करेगा।

2 यात्रा बीमा आपातकालीन चिकित्सा व्यय को कवर करता है (Travel insurance covers emergency medical expenses)

जब आप विदेश यात्रा करते हैं तो चिकित्सा व्यय कवरेज आपको दुर्घटनाओं और आपातकालीन चिकित्सा और दंत चिकित्सा देखभाल के लिए कवर करेगा।

भले ही आप विदेशों में बुनियादी आपातकालीन देखभाल के लिए कवर किए गए हों (फिर से, एक बड़ा ।F), आपका वर्तमान स्वास्थ्य बीमा प्रदाता लगभग निश्चित रूप से आपको खाली करने और आपको यू.एस. वापस भेजने के लिए भुगतान नहीं करेगा।

3 आपातकालीन निकासी (Emergency evacuations)

चिकित्सा आपात स्थिति डरावनी हो सकती है, और ऊपर बताए गए यात्रा चिकित्सा कवरेज से आपको देखभाल करने में मदद मिलती है।

लेकिन आप घर कैसे जाते हैं?

यात्रा बीमा आपातकालीन निकासी को कवर करता है (Travel insurance covers emergency evacuations)

आपातकालीन निकासी कवरेज आपातकालीन निकासी खर्चों जैसे एयरलिफ्ट और चिकित्सकीय रूप से सुसज्जित फ़्लाइट के लिए घर वापस जाने के लिए भुगतान करेगा, और अक्सर आपको देखभाल के लिए आपकी पसंद के अस्पताल में ले जाएगा।

निकासी खर्च विनाशकारी हो सकता है।

अस्पताल के लिए एक एम्बुलेंस, एक अधिक पर्याप्त अस्पताल के लिए एक एयरलिफ्ट, आपको बाद में एक मेडिकल-स्टाफ वाली फ़्लाइट पर वापस घर ले जाना निकासी का खर्च आसानी से $ 50,000 हो सकता है।

4 खोया हुआ बैग, विलंबित बैग, विलंबित उड़ानें (Lost bags, delayed bags, delayed flights)

ये कवरेज "छोटी चीज़ों" के लिए हैं जो अच्छी हैं। दोबारा, सूची पूरी नहीं है लेकिन यह आपको कुछ अतिरिक्त कवरेजों का विचार देगी।

यात्रा बीमा सामान और देरी को कवर करता है (Travel insurance covers baggage and delays)

अगर आपका सामान खो जाता है, चोरी हो जाता है या क्षतिग्रस्त हो जाता है तो बैगेज कवरेज आपको आपके निजी सामान की प्रतिपूर्ति कर सकता है।

बैगेज डिले कवरेज आपके विलंबित बैग के आने तक आवश्यक वस्तुओं को खरीदने के लिए पैसे प्रदान करता है, जैसे कि टॉयलेटरी किट, एक स्विमसूट, या कपड़ों का कोई अन्य परिवर्तन।

यदि आपकी फ़्लाइट में देरी होती है, जैसे होटल में अतिरिक्त रात या रेस्टोरेंट में भोजन, तो यात्रा विलंब कवरेज अतिरिक्त खर्चों के लिए प्रतिपूर्ति प्रदान करता है।

5 फोन सहायता 24/7 दुनिया भर में (Phone assistance 24/7 worldwide)

यह कुछ होने पर कॉल करने के लिए 'लाइफलाइन' होने के बारे में है।

चिकित्सा आपात स्थिति, चोरी का सामान, खोया हुआ पासपोर्ट, रद्द की गई फ़्लाइट। प्रत्येक यात्रा बीमा कंपनी इन सभी जरूरतों के लिए 24/7 सहायता प्रदान करती है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

यह सेवा सबसे महत्वपूर्ण तब होती है जब आपको कोई चिकित्सीय समस्या होती है।

24/7 यात्रा सहायता सेवाएँ आपकी मदद कर सकती हैं (24/7 Travel Assistance Services can help you):

- जरूरत पड़ने पर निकटतम पर्याप्त अस्पताल का पता लगाएं।
- चिकित्सा परिवहन व्यवस्थित करें।
- उपचार की व्यवस्था करें और किसी भी भाषा की बाधा को दूर करें।
- परिवहन घर व्यवस्थित करें।
- आपातकालीन स्थिति में नुस्खे बदलें।

इसके अलावा, गैर-चिकित्सा सहायता में शामिल हो सकते हैं:

- खोए हुए सामान की खोज; चोरी का सामान बदलने में सहायता
- खोया हुआ पासपोर्ट/यात्रा दस्तावेज सहायता
- वीजा/पासपोर्ट आवश्यकताओं सहित यात्रा संबंधी जानकारी
- आपातकालीन टेलीफोन व्याख्या सहायता

वर्तमान आलोचना और सिस्टम की भविष्य की भूमिका के बारे में विस्तार से जाने से पहले, हम संक्षेप में वर्णन करेंगे कि CRS क्या हैं:

आदर्श रूप से, CRS विशुद्ध रूप से (सूचना हस्तांतरण) रसद कार्यों के लिए सिस्टम हैं। वे सभी उपलब्ध सेवा प्रदाताओं के बारे में वर्तमान जानकारी संग्रहीत करते हैं और ऐसे डेटा को स्थानांतरित करने के लिए आवश्यक बुनियादी ढांचा रखते हैं। इसका मतलब यह है कि सिस्टम सेवा वितरण से संबंधित अतिरिक्त कार्य भी करता है, जो माल के क्षेत्र में आमतौर पर फ्रेट फारवर्डर्स द्वारा किया जाता है। वे क्रमशः निर्माता और बिक्री मध्यस्थ या उपभोक्ता के बीच भौतिक दूरी को समाप्त करके माल के परिवहन (या सेवा के अधिकार) का समर्थन करते हैं। इसलिए, CRS को सहायक वितरण प्रक्रिया के रूप में चित्रित किया जा सकता है क्योंकि मौजूदा सिस्टम किसी भी तरह से निर्माता और उपभोक्ता के बीच बातचीत का समर्थन नहीं करते हैं। CRS पर्यटन उद्योग में रुचि रखने वाले प्रदाताओं को प्रदान किए जाने वाले बुनियादी ढांचे के उपायों का एक संयोजन है। एक खाली सुपरमार्केट के समान, सिस्टम मेमोरी और संचार मीडिया के रूप में बिक्री क्षेत्र प्रदान करता है। प्रदाता तब CRS को अपना डेटा प्रदान करके खाली अलमारियों को भर सकते हैं।

आज के प्रतिस्पर्धी सीआरएस (Today's Competing CRSs)

ऐसी प्रणालियों का विकास पहले से ही साठ के दशक की शुरुआत में शुरू हो गया था, जिसका उद्देश्य एयरलाइनों की सीट आरक्षण प्रक्रियाओं को स्वचालित करना था। आज, इस उद्देश्य के लिए सबसे बड़े नागरिक डेटा केंद्र और सबसे शक्तिशाली संचार नेटवर्क का विशेष रूप से उपयोग किया जा रहा है। बाज़ार में कई बदलावों के बाद, सबसे प्रसिद्ध वैश्विक CRS AMADEUS, GALILEO, SABRE और WORLDSPAN हैं, जिसमें AMADEUS एकमात्र ऐसा है जो बड़े पैमाने पर यूरोपीय एयरलाइंस के स्वामित्व में है। गैलीलियो के साथ मिलकर यह यूरोपीय बाजार में अग्रणी प्रणाली है। हालाँकि, अमेरिकी प्रणाली में विलय के बाद गैलीलियो की अमेरिकी बाजार में भी मजबूत स्थिति है। सेबर और वर्ल्डस्पैन को अमेरिका में विकसित किया गया है। अब तक, SABER एकमात्र CRS है जिसका पूर्ण स्वामित्व एक ही एयरलाइन के पास है।

वैश्विक सीआरएस की कार्यक्षमता (Functionality of Global CRSs)

वैश्विक CRS का उपयोग करते हुए, ट्रैवल एजेंसियां किसी भी एयरलाइन के साथ और सभी महाद्वीपों पर समन्वय प्रक्रिया या अनुबंध वार्ता के बिना सीधे अपने टर्मिनल से आरक्षण कर सकती हैं। सभी वैश्विक CRS उत्पाद

	एमॅड्यूस	गैलीलियो	सब्रे	वर्ल्डस्पैन
यूएसए/मेक्सिको	Canada U:7.839 T : 29.313	U : 13.347 T : 59.980	U :17.496 T : 82.441	U : 9.200 T : 41.106
यूरोप/रूस	U : 21.729 T : 59.804	U : 12.561 T : 39.487	U : 4.028 T : 11.477	U : 5.474 T : 10. 208
लैटिन अमेरिका / कैरेबियन	U : 4.631 T : 8.247	U : 1.100 T : 1.918	U : 1.985 T : 6.328	U : 53 T : 268
सुदूर पूर्व/ऑस्ट्रेलिया	U : 920 T : 2.034	U : 3.686 T : 12.871	U : 4.113 T : 14.246	U : 0 T : 0
अफ्रीका मध्य पूर्व	U : 374 T : 768	U : 1.632 T : 5.144	U : 490 T : 1.452	U : 600 T : 1.368
कुल	U : 35.493 T : 100.166	U : 32.326 T : 119.400	U : 28.112 T: 117.914	U : 15.327 T : 47.950

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

प्रस्तुति, आरक्षण, किराया उद्धरण और टिकटिंग और अतिरिक्त सेवाओं जैसे आरक्षण प्रक्रिया के लिए बुनियादी कार्य प्रदान करते हैं।

प्रोडक्ट प्रेसेंटेशन (Product Presentation)

CRS के लिए, सूचना का सबसे महत्वपूर्ण स्रोत यात्रा उद्योग से संबंधित सभी क्षेत्रों में प्रदाताओं द्वारा प्रदान किए जाने वाले उत्पादों और सेवाओं की प्रस्तुति है। सेवा प्रदाताओं के प्रत्येक समूह की अलग-अलग स्क्रीन श्रेणियां होती हैं, जिनकी सामग्री विशेष रूप से उनके प्रसाद की जटिलता और उनकी सेवाओं की विशिष्ट विशेषताओं का प्रतिनिधित्व करती है। उदाहरण के लिए उत्पाद "फ़्लाइट" को जटिल विवरण की आवश्यकता नहीं है क्योंकि यह एक तटस्थ उत्पाद प्रस्तुति के लिए प्रस्थान और आगमन के समय, मार्ग, विशेष आरक्षण श्रेणियों की उपलब्धता और संभवतः किराया बताने के लिए पर्याप्त है। हालांकि, केवल सीमित मात्रा में जानकारी के साथ अन्य सेवा प्रदाताओं के उत्पादों का उचित वर्णन करना मुश्किल हो सकता है। उदाहरण के लिए, होटल अब तक केवल कीमत, बिस्तर के आकार और उसके अनुमानित स्थान के बारे में जानकारी प्रदान करने में सक्षम रहे हैं जो अकेले संभावित ग्राहकों के लिए सार्थक विवरण नहीं है। इस कारण से, ग्राहक को अधिक विस्तृत जानकारी प्रदान करने में सक्षम होने के लिए विशेष ऑफ़र को विज़ुअल मल्टीमीडिया तकनीक से जोड़ने का इरादा है।

आरक्षण (Reservation)

आरक्षण प्रणाली का मुख्य कार्य और उन्हें विकसित करने का मुख्य कारण यात्रा उद्योग में प्रस्तावित सेवाओं का आरक्षण है। इसके लिए, प्रत्येक यात्री या यात्रियों के प्रत्येक समूह के लिए एक तथाकथित Passenger Name Record (PNR) या Guest Name Record (GNR) बनाया जाता है। इन रिकॉर्ड में सेवाओं से संबंधित सभी ग्राहक जानकारी होती है। साथ ही, यह जानकारी सभी सेवा प्रदाताओं की आंतरिक सूची प्रणाली में स्थानांतरित की जाती है, जिनके पास किसी भी समय उपलब्धता के बारे में नवीनतम जानकारी होती है और इसे एक नए प्रस्ताव के आधार के रूप में उपयोग कर सकते हैं। इसके अलावा, सिस्टम ग्राहक संबंधी जानकारी जैसे उदाहरण एक निश्चित ग्राहक को प्रदान की जाने वाली सभी सेवाएँ, भुगतान का प्रकार, सेवा की जानकारी आदि।

किराया भाव और टिकट (Fare Quote & Ticketing)

उत्पाद प्रस्तुति की तरह, किराया उद्धरण, टिकटिंग और वाउचर बनाने की प्रक्रिया की पेशकश की गई सेवाओं के प्रकार और जटिलता पर निर्भर करती है। फ्लाइटों के लिए, कई किराए की पेशकश की जा रही है जो आरक्षण श्रेणी, यात्रा की तारीख, जिस दिन आरक्षण किया गया था, मार्ग और ठहरने की अवधि के अनुसार अलग-अलग हैं। इसका मतलब है कि व्यावहारिक रूप से प्रत्येक किराए की अलग-अलग गणना की जानी चाहिए। इसके अलावा, किराया उद्धरण दैनिक रूप से बदल सकते हैं। हालांकि, अन्य सेवा प्रदाताओं की कीमतें अपेक्षाकृत स्थिर होती हैं, इसलिए ज्यादातर मामलों में, वे प्रस्ताव का एक अपरिवर्तित हिस्सा बने रहते हैं। टिकटिंग के लिए, ट्रैवल एजेंसियों को एक निश्चित संख्या में टिकट फॉर्म प्राप्त होते हैं जिनका उपयोग संबंधित सेवा प्रदाता से पुष्टि प्राप्त होने के बाद ही किया जा सकता है। आमतौर पर, किसी भी अतिरिक्त सूचना सामग्री का प्रिंट-आउट अधिकांश प्रणालियों द्वारा समर्थित नहीं होता है क्योंकि यह हमेशा आवश्यक नहीं होता है, उदाहरण के लिए होटल या किराये की कार आरक्षण का प्रिंट-आउट।

अतिरिक्त सेवाएं (Additional Services)

बाजार में बढ़ती प्रतिस्पर्धा के कारण, सिस्टम ऑपरेटरों को न केवल सूचना और बुकिंग प्रणाली के तीन आवश्यक घटकों बल्कि अतिरिक्त सेवाओं की पेशकश करने के लिए मजबूर होना पड़ा। आज, उपयोगकर्ता के पास आवश्यक यात्रा जानकारी तक सीधी पहुंच है और व्यापार शो, वीजा नियमों, विशेष घटनाओं आदि के बारे में सभी CRS में और जानकारी प्राप्त कर सकते हैं। इसके अलावा, कार्यक्रम और इंटरफेस विकसित किए गए हैं जो प्रत्येक ट्रैवल एजेंट के लिए आंतरिक प्रशासन की सुविधा प्रदान करते हैं। इसके अलावा चालान, लेखा, ग्राहक और कोटा प्रबंधन तेजी से संबंधित CRS पर निर्भर करते हैं। उपयोगकर्ता संकेतन में काफी सुधार हुआ है ताकि अनुभवहीन उपयोगकर्ता भी आसानी से सीख सकें कि आरक्षण प्रक्रिया के साथ कैसे काम करना है। चूंकि इस क्षेत्र में अधिक से अधिक पीसी का उपयोग किया जा रहा है, इसलिए आधुनिक यूजर इंटरफेस पेश किए गए हैं।

सूचना अवसंरचना (The Information Infrastructure)

चार प्रमुख कार्यात्मकताओं के अलावा, एक उच्च गति नेटवर्क CRS का दूसरा आधार है। यह सिस्टम को एक ओर सेवा प्रदाताओं से जोड़ता है और दूसरी ओर ट्रैवल एजेंटों को। यूरोप में, ट्रैवल एजेंट मुख्य रूप से इंटरफेस के माध्यम से सहयोगी राष्ट्रीय प्रणालियों से जुड़े होते हैं, जिसमें स्थानीय नेटवर्क के बुनियादी ढांचे का उपयोग किया जा रहा है। CRS AMADEUS का उपयोग करने वाले ट्रैवल एजेंट विभिन्न नेटवर्क के माध्यम से जुड़े हुए हैं। ज्यादातर मामलों में, वे राष्ट्रीय START नेटवर्क में एकीकृत होते हैं। अन्य देशों में, वे या तो SITA नेटवर्क के माध्यम से या Datex-P X.25 के माध्यम से जुड़े हुए हैं। एयरलाइनों के शहर और हवाई अड्डे के कार्यालय ज्यादातर अपने संबंधित आंतरिक नेटवर्क में एकीकृत होते हैं।

वैश्विक CRS AMADEUS के नेटवर्क में पूरी दुनिया में अतिरिक्त 14 नेटवर्क नोड वितरक हैं। वे एक दूसरे से 13 लाइनों द्वारा 1.92 Mbyte / s और 11 लाइनों के साथ कम संचरण दर से जुड़े हुए हैं। इन पंक्तियों का अधिकतम 60% उपयोग किया जाता है। स्वचालित रूप से वैकल्पिक लिंक स्थापित करने से, 99.7% की उपलब्धता प्राप्त होती है, क्योंकि आवश्यकता के मामले में, किसी भी संदेश को अन्य नोड्स के माध्यम से स्थानांतरित किया जा सकता है।

CRS के बारे में आलोचना (Criticism About CRSs)

हाल ही में, CRS के बारे में विवादास्पद चर्चाएँ हुई हैं। उन्हें अनम्य डायनासोर कहा गया है जो वर्तमान या भविष्य की बाजार की जरूरतों को पूरा करने में सक्षम नहीं हैं। आलोचना मुख्य रूप से दी जाने वाली सेवाओं के अपर्याप्त दायरे और उच्च वितरण लागत से संबंधित है।

अधिकांश एयरलाइनों के साथ आज आसानी से और बिना किसी समस्या के केवल कंप्यूटर कीबोर्ड पर संबंधित कुंजियों को दबाकर उड़ान बुक करना संभव है। हालांकि, सेवाओं के लिए अभी भी कई ज़रूरतें हैं जिन्हें वर्तमान CRS अभी तक पर्याप्त रूप से पूरा नहीं कर सकते हैं। उत्पाद प्रस्तुति के

© NIMI Not to be republished

संबंध में, ऑफ़र लगभग विशेष रूप से एयरलाइनों की श्रेणी तक सीमित हैं। अन्य सेवा प्रदाताओं (जैसे होटल, किराये की कार, टूर ऑपरेटर, चार्टर एयरलाइंस आदि) के पास केवल बहुत सीमित आरक्षण दर होती है या बिल्कुल प्रदर्शित नहीं होती है। यूरोप में, ऐसे कार्य मुख्य रूप से राष्ट्रीय वितरण प्रणाली द्वारा किए जाते हैं। हालाँकि, आज भी पास के एक छोटे से होटल में एक कमरा आरक्षित करने की तुलना में दूर के हॉलिडे रिसॉर्ट के लिए फ़्लाइट बुक करना अभी भी आसान है।

जबकि कार्यक्षमता "आरक्षण" आधुनिक पहुंच प्रौद्योगिकी के आधार पर समस्याओं के बिना काम कर रही है, "fare quoting" अभी भी एक जटिल, समझ से बाहर और भ्रमित करने वाली प्रक्रिया है। मूल्य पारदर्शिता या यहां तक कि मूल्य वार्ता भी सिस्टम द्वारा समर्थित नहीं हैं। इसलिए, सर्वोत्तम किराया खोजने में हमेशा बहुत समय लगता है। इन कमियों का एक कारण यह है कि CRS का स्वामित्व उन एयरलाइनों के पास है जो अपने उत्पादों को तुलनीय बनाने में रुचि नहीं रखती हैं। हाल ही में हालांकि, ट्रैवल एजेंटों ने "सर्वश्रेष्ठ खरीद" की मांग की है - बातचीत के किराए के बारे में कार्यक्षमता और जानकारी CRS में एक और कमजोर बिंदु हमेशा अतिरिक्त कार्य रहा है क्योंकि इस तरह के कार्यों से बेचे गए फ़्लाइट टिकटों की संख्या में वृद्धि नहीं होगी। केवल अब फ्रंट ऑफिस के लिए विभिन्न प्रणालियों में आधुनिक ग्राफिकल यूजर इंटरफेस विकसित किए जा रहे हैं। पर्याप्त बैक ऑफिस कार्यों की पेशकश बहुत कम ही की गई है।

सिस्टम की आंतरिक क्षमताओं के बारे में आलोचना के अलावा, असंतोष का एक और बिंदु उच्च वितरण लागत रहा है। प्रतिस्पर्धी बने रहने के लिए एयरलाइंस को अपने संगठन को सुव्यवस्थित करने की अत्यधिक आवश्यकता है।

कई उपक्षेत्रों में, कुछ अनुकूलन और दक्षता उपाय पहले ही किए जा चुके हैं। अब केवल लागतें जो अभी भी बदली और कम की जा सकती हैं वे कार्मिक और ईंधन लागतें और साथ ही बिक्री की लागतें हैं।

आम तौर पर इस उद्योग के भीतर बिक्री की लागत कुल राजस्व का 20 - 25% होती है जिसे बहुत अधिक माना जाता है। तो यह CRS को भुगतान किए गए ट्रैवल एजेंटों और आरक्षण शुल्क के लिए कमीशन है, जिसकी अब बहुत बारीकी से जांच और समीक्षा की जा रही है।

वितरण लागत कम करना (Reducing Distribution Costs)

दो दृष्टिकोण हैं जो वितरण लागत को कम करने में मदद कर सकते हैं। एक ओर, ऑन-लाइन सेवाएं अंतिम ग्राहक को लागत प्रभावी प्रत्यक्ष वितरण की अतिरिक्त संभावनाएं प्रदान करती हैं। कई एयरलाइंस अब ऑनलाइन सेवाओं और विशेष रूप से इंटरनेट के माध्यम से अपने आंतरिक सेवा प्रदाता सिस्टम तक पहुंच प्रदान करती हैं। यह ट्रैवल एजेंटों द्वारा किए गए खर्च और CRS के शुल्क को कम करने में भी मदद करता है। इस क्षेत्र में उद्योग के नेताओं में से एक लुफ्थांसा है:

इसकी दिलचस्प अवधारणा "इन्फो फ्लाईवे" सीडी-रोम पर सांख्यिकीय जानकारी प्रदान करेगी और ऑनलाइन इंटरफेस के माध्यम से सीधे आरक्षण करना संभव बनाएगी। इसके अलावा, कुछ एयरलाइंस अब इंटरनेट के माध्यम से नीलामी में विशेष रूप से अच्छी कीमतों पर आखिरी मिनट के टिकट पेश करती हैं।

ऑन-लाइन सेवाओं का उपयोग करके ट्रैवल एजेंट कमीशन और CRS फीस के लिए लागत कम करना और एक ही समय में लोड फैक्टर बढ़ाना संभव होगा। हालांकि, यह यूरोप के बाद से कुल ग्राहकों के एक छोटे से हिस्से को ही आकर्षित करेगा, उदाहरण के लिए केवल 3% आबादी के पास ऑनलाइन सेवाओं तक पहुंच है।

तथाकथित "नो फ्रिल कैरियर", उनमें से एक साउथवेस्ट एयरलाइंस है, ने इसे एक कदम आगे बढ़ाया है। सभी क्षेत्रों में, वे अनावश्यक लागतों (सेवा, बुकिंग में परिवर्तन, भोजन, आदि) से बचते हैं और केवल बुनियादी सेवाओं की पेशकश करते हैं, अर्थात एक यात्री को A से B तक सर्वोत्तम संभव कीमत पर ले जाने के लिए। वे CRS के माध्यम से किसी भी सामान्य वितरण चैनल का उपयोग या पेशकश नहीं करते हैं, लेकिन शक्तिशाली आंतरिक क्लाइंट/सर्वर सिस्टम की मदद से आने वाली सभी बुकिंग को संसाधित करते हैं। पहले की तरह, ग्राहक अब एयरलाइन को सीधे कॉल करने के लिए वापस जाते हैं और वहीं और फिर अपने क्रेडिट कार्ड से भुगतान करते हैं। इस आक्रामक प्रक्रिया ने कई अन्य एयरलाइनों को भी सीधे आरक्षण करने और CRS को बायपास करने के लिए मजबूर किया है। कुछ वाहक, जैसे स्विसएयर, प्रमुख ट्रैवल एजेंट श्रृंखलाओं के साथ एक समझौते पर आए हैं, जो तब संबंधित एयरलाइन की प्रणाली में सीधे अपना आरक्षण कर सकते हैं। अमेरिकन एक्सप्रेस जैसे कुछ प्रमुख ट्रैवल एजेंट विभिन्न एयरलाइनों और होटलों को अपनी सेवाओं को सीधे ट्रैवल एजेंटों के आंतरिक सिस्टम में प्रदर्शित करने की संभावना प्रदान करते हैं। यह CRS द्वारा प्रदान की जाने वाली सेवाओं के दायरे को पर्याप्त रूप से प्रतिस्थापित कर सकता है और सेवा प्रदाता और ट्रैवल एजेंट के बीच संचार की लागत को कम किया जा सकता है। हालांकि, यह तेजी से वैश्विक इलेक्ट्रॉनिक बाजार बनाने के विचार का प्रतिकार करेगा।

निष्कर्ष (Conclusion)

संक्षेप में, यह कहा जा सकता है कि एक तरफ वैश्विक कंप्यूटर आरक्षण प्रणाली काफी उच्च आर्थिक और तकनीकी स्तर पर पहुंच गई है और ट्रैवल एजेंट शायद ही इन उपकरणों के बिना अपना काम कर पाएंगे। दूसरी ओर, हालांकि, उच्च लागत के कारण कई प्रदाता अपनी जटिल कार्यात्मक आवश्यकताओं और विश्वव्यापी नेटवर्क के साथ इस सुसंगत अवधारणा का उपयोग करने से बचते हैं। इसलिए, CRS अब एक महत्वपूर्ण मोड़ पर हैं। या तो सिस्टम नई बाजार स्थितियों के अनुकूल हो या वे दुनिया भर में इलेक्ट्रॉनिक बाजारों के विनाश के लिए एक प्रारंभिक उदाहरण बन जाएंगे।

तथ्यों की फ़ाइल (Fact File)

यात्रा और पर्यटन उद्योग में चार वैश्विक वितरण प्रणाली (The Four Global Distribution Systems in the Travel and Tourism Industry)

कार्स्टन कर्चर द्वारा - स्ट्रेथक्लाइड विश्वविद्यालय, ग्लासगो वैश्विक यात्रा और पर्यटन उद्योग में प्रमुख electronic market systems (EMS) पर पृष्ठभूमि की जानकारी इस तथ्य फ़ाइल में प्रस्तुत की गई है। चित्रित प्रमुख यात्रा और पर्यटन EMS चार global distribution systems (GDS) एमेडियस, गैलीलियो इंटरनेशनल, सेबर और वर्ल्डस्पैन हैं। चार GDS की तकनीकों का

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

ऐतिहासिक (या विकासवादी) विकास Fig 1 में दिखाया गया है, यह दर्शाता है कि कैसे एक GDS की तकनीक दूसरे पर आधारित थी। Société Internationale de Télécommunications Aéronautiques (SITA) को भी रेखांकित किया गया है, जिसने कई GDS और अन्य यात्रा और पर्यटन संगठनों को दूरसंचार सेवाओं की आपूर्ति की।

एमॅड्यूस ग्लोबल ट्रैवल डिस्ट्रीब्यूशन एस.ए. (Amadeus Global Travel Distribution S.A.)

मैड्रिड, स्पेन

एमॅड्यूस (Amadeus)

(एमॅड्यूस सेंट्रल सिस्टम और अमानेट)

एमेडियस ग्लोबल ट्रैवल डिस्ट्रीब्यूशन का गठन 1987 में किया गया था, जिसमें चार यूरोपीय एयरलाइंस एयर फ्रांस, इबेरिया, लुफ्थांसा और SAS स्कैंडिनेवियन एयरलाइंस सिस्टम के बराबर शेयर थे। 1991 में, हालांकि, खाड़ी युद्ध के बाद वित्तीय कठिनाइयों के कारण SAS ने अन्य तीन को अपना हिस्सा बेच दिया, एमेडियस को अन्य तीन एयरलाइनों के समान स्वामित्व में छोड़ दिया। एमेडियस सेंट्रल सिस्टम आरक्षण प्रणाली वन के सॉफ्टवेयर पर आधारित था और जर्मनी में मुंचेन के पास एर्डिंग में स्थित था। प्रणाली 1991 में चालू हो गई, फ्रांस में चार राष्ट्रीय आरक्षण प्रणालियों एस्टरेल, स्पेन में साविया, स्वीडन में स्मार्ट और जर्मनी में स्टार्ट को एकीकृत किया गया, जो मुख्य रूप से नियंत्रित थे और (आंशिक रूप से) क्रमशः मूल चार पार्टनर एयरलाइंस के स्वामित्व में थे, साथ ही साथ आगे की एयरलाइनों की कई अन्य राष्ट्रीय प्रणालियों को एकीकृत करना। Amadeus अपने स्वयं के नेटवर्क Amanet पर, विभिन्न राष्ट्रीय नेटवर्क पर और वैश्विक SITA नेटवर्क पर संचालित होता है, और 1994 में, यूरोप का सबसे बड़ा नागरिक डेटाबेस होने का दावा किया। Amadeus की नींव के बाद से, राष्ट्रीय Amadeus उप-प्रणालियों का संचालन और विपणन मुख्य रूप से > 30 राष्ट्रीय विपणन कंपनियों (NMCs) द्वारा संचालित किया गया है, जैसे जर्मनी में START Amadeus Vertrieb GmbH, और ऑस्ट्रिया में Amadeus ऑस्ट्रिया मार्केटिंग Ges.mbH, SAS के साथ राष्ट्रीय भागीदार भी बने रहे।

© NIMI
NOT TO BE REPUBLISHED

एक नई ट्रैवल एजेंसी शुरू करना (Concept & types of pakage tour)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **पैकेज टूर की अवधारणा और प्रकारों के बारे में जानें**

पर्यटन की योजना और लागत

अपने संभावित ग्राहक के लिए टूर की योजना बनाने से पहले, ट्रैवल एजेंट को निम्नलिखित प्रश्नों का उत्तर देना चाहिए:

1 संभावित खरीदार कौन हैं और वे कहां रहते हैं?

2 उनकी पसंद और नापसंद क्या हैं ?

3 उनकी यात्रा के उद्देश्य और रुचियां क्या हैं?

4 वे कहाँ खरीदना पसंद करते हैं? .

5 उनकी परिवहन प्राथमिकताएँ क्या हैं?

6 उनकी मनोरंजन प्राथमिकताएं क्या हैं ?

7 क्या वे व्यवसाय को भ्रमण के साथ मिश्रित करेंगे ?

8 उनके बजट क्या हैं?

9 यदि वे अपने परिवार, बड़ों, विकलांग बच्चों आदि के साथ यात्रा कर रहे हैं तो उनकी विशेष प्राथमिकताएँ क्या हैं?

10 क्या वे एजेंसी के नियमित ग्राहक होंगे ?

11 वे अपने यात्रा कार्यक्रम कब शुरू करना चाहेंगे ?

12 वे ऐसे यात्रा कार्यक्रम कब समाप्त करना चाहेंगे?

आज का खरीदार सनकी और उधम मचाने वाला है। एक ट्रैवल एजेंसी उसकी जरूरतों और बजट को समझने के बाद उसके टूर की योजना बनाती है। ट्रैवल एजेंट या ट्रैवल एजेंसी का एक्जीक्यूटिव अपनी जरूरतों के अनुसार टूर ऑपरेटरों, ट्रांसपोर्टरों, एयरलाइंस, होटल मालिकों आदि के साथ समन्वय करता है। फिर, वह एक योजना बनाता है और दौरे के लिए लागत अभ्यास करता है। वह उसे कम से कम लागत में सर्वोत्तम सुविधाएं प्रदान करने की कोशिश करता है। यदि नियोजित किया जाने वाला दौरा एक विदेशी दौरा है, तो ट्रैवल एजेंट के कर्तव्य कठिन हैं। वह एयरलाइन टिकट की व्यवस्था करता है, वीजा के लिए पासपोर्ट पर मुहर लगवाता है, अपने ग्राहक की ओर से विदेशी मुद्रा खरीदता है और व्यापक (और सटीक) यात्रा कार्यक्रम तैयार करता है। इसलिए, ट्रैवल एजेंसी द्वारा आयोजित दौरे सुनियोजित और लागत प्रभावी होने चाहिए। यात्रियों को आराम और मितव्ययता का सर्वोत्तम संभव स्तर प्रदान करने के लिए योजनाएँ इस तरह से बनाई जानी चाहिए।

ट्रैवल एजेंसी के अधिकारी ऑर्डर बुकिंग फॉर्म पर दौरे का विवरण नोट करते हैं। इस फॉर्म का प्रारूप चार्ट 1 में दिखाया गया है। इसमें टूर प्रोग्राम के सभी विवरणों को सूचीबद्ध किया गया है।

अंत में, यात्रा कार्यक्रम परिभाषित किया गया है और दौरे के प्रत्येक भाग की लागत की गणना की गई है। प्रदान की जाने वाली सेवाओं में से प्रत्येक के लिए एक उचित सेवा शुल्क जोड़ा जाता है। ट्रैवल एजेंसियां हवाई टिकट पर 8 फीसदी कमीशन की हकदार हैं; यह प्रतिशत एक एयरलाइन से दूसरी एयरलाइन में अलग हो सकता है। उन्हें टूरिस्ट रिसॉर्ट्स और होटलों से भी कमीशन मिलता है। ये पूर्वनिर्धारित शर्तें हैं और टूर पैकेज की कीमतों में उनका कमीशन शामिल है। इसके अलावा, पर्यटक ट्रैवल एजेंसी से वीजा के लिए अपने पासपोर्ट पर मुहर लगवाने के लिए कह सकता है। दूतावास या उच्चायोग से प्रत्येक वीजा प्राप्त करने के लिए ट्रैवल एजेंसी 100 से 200 रुपये लेती है। अंतिम दौरे की लागत में इन विविध लागतों को शामिल नहीं किया गया है। पर्यटक स्वयं दूतावास या उच्चायोग में जाकर वीजा के लिए अपने पासपोर्ट पर मुहर लगवा सकता है। लेकिन यह एक कठिन प्रक्रिया है; और वह इस कार्य को करने में बहुत व्यस्त भी हो सकता है।

टूर के कार्यक्रम को अंतिम रूप देना (Finalisation of tour programme)

यह ट्रैवल एजेंसी के संचालन का सबसे महत्वपूर्ण हिस्सा है। इसे ग्राहक के कार्यालय में एक कार्यकारी को भेजना पड़ सकता है। यह उसे अपने कार्यालय में आने और टूर के कार्यक्रम को अंतिम रूप देने के लिए आमंत्रित कर सकता है। क्लाइंट स्वाभाविक रूप से एजेंसी द्वारा बनाए गए अस्थायी टूर के कार्यक्रम को बदल देगा या संशोधित करेगा (और अक्सर टेलीफोन पर चर्चा की जाती है)। लेकिन जब ट्रैवल एजेंसी के अधिकारी और क्लाइंट टेबल के आमने-सामने बैठते हैं, तो क्लाइंट से उसके टूर प्रोग्राम के संबंध में सभी स्पष्टीकरण प्राप्त किए जाते हैं। ट्रैवेल एजेंसी के अनुभवी कार्यपालक भी टूर के दौरान आने वाली व्यावहारिक समस्याओं के अनुसार टूर प्रोग्राम में बदलाव करते हैं। कुछ पर्यटक इन सुझावों का विरोध कर सकते हैं लेकिन उन्हें पता होना चाहिए कि ट्रैवल एजेंसियों के अधिकारी अधिक अनुभवी हैं। इसलिए, कार्यकारी द्वारा दिए गए व्यावहारिक सुझावों को स्वीकार करना बेहतर है।

अंतिम पैकेज तय किया जाता है और ग्राहक कुछ अग्रिम राशि का भुगतान करता है। कुछ स्पष्टीकरण बाद की तारीख में किए जाने की आवश्यकता हो सकती है। क्लाइंट को अपना पासपोर्ट भी जमा करना होता है ताकि वीजा के लिए उस पर मुहर लग सके। मूल स्टेशन से प्रस्थान, गंतव्य स्थलों/होटलों में ठहरने और टूर से लौटने की तारीखें तय की जाती हैं। विभिन्न शहरों के होटलों में रहने के दिनों की संख्या ग्राहक की विशेष जरूरतों (और वित्तीय संसाधनों) के अनुसार तय की जाती है। एक बार यह हो जाने के बाद, ग्राहक आवश्यक कार्रवाई करने के लिए ट्रैवल एजेंसी के कार्यकारी को हरी झंडी देता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

टिकिट लेना (Ticketing)

यात्रा कार्यक्रम को क्रियान्वित करने के लिए पहली कार्रवाई टिकटों की खरीद है। ये हवाई टिकट, रेलवे टिकट, समुद्री क्रूज टिकट या कोच के टिकट हो सकते हैं, ध्यान दें कि वीजा देने के लिए ग्राहक के पासपोर्ट पर तब तक मुहर नहीं लगाई जा सकती जब तक कि उसने यात्रा के लिए टिकट नहीं खरीदा हो। विदेश यात्रा में आमतौर पर हवाई यात्रा शामिल होती है। इस प्रकार, IATA-अनुमोदित ट्रैवल एजेंट या एयरलाइन से हवाई टिकट खरीदना महत्वपूर्ण है, ट्रैवल एजेंसी यह कार्य करती है, वैकल्पिक रूप से, यदि पर्यटक अनुभवी है, तो वह अपनी पसंद की एयरलाइन या ट्रैवल एजेंसी से हवाई टिकट खरीद सकता है।

Chart 1

Name(s) of Clients(s) 1..... 2..... 3..... Address: Contact Phone/E-mail:	ABC Travel Agency Ltd Address: Phone: Fax: Web Site: E-mail:
Basic Tour Requirements:	FCT No: CL:

Date	From	To	ETD	ETA	NN	Status

Additional Important

PNR:	T/L:	TLR:
BILL NO:	RECEIPT NO:	
Hotel Stay:- Day.....	Night.....	Purpose.....

.....	.....
Tour Executive	Marketing Manager

एक ट्रैवल एजेंट को परिवहन के विभिन्न साधनों के शेड्यूल का पूरा ज्ञान होना चाहिए, कभी-कभी, दो यात्रा के तरीकों को जोड़ना पड़ सकता है, इस उद्देश्य के लिए यात्रा कार्यक्रम की जांच करनी होगी और उसके अनुसार टिकट बुक करना होगा। टिकट खरीदना कोई आसान काम नहीं है क्योंकि अंतरराष्ट्रीय हवाई किराए की सीमा और विविधता बहुत जटिल है। अंतरराष्ट्रीय और स्थानीय उड़ान कार्यक्रम में बदलाव बहुत आम हैं, इस संदर्भ में रोडवेज, रेलवे, एयरलाइंस, स्टीमशिप कंपनियों और टैक्सियों का ज्ञान आवश्यक है (Fig 2)।

Computerised Reservation System (CRS) ने एयरलाइन टिकटिंग के संदर्भ में ट्रैवल एजेंटों पर बोझ कम कर दिया है। इस प्रणाली में एक कंप्यूटर नेटवर्क शामिल है जिसका उपयोग ट्रैवल एजेंट द्वारा हवाई टिकट आरक्षित करने के साथ-साथ होटल में ठहरने के लिए भी किया जा सकता है। विश्वव्यापी नेटवर्क के माध्यम से, टिकट और होटल आरक्षण की पुष्टि सेकंडों में की जा सकती है। इस प्रयोजन के लिए ट्रैवल एजेंसी के पेशेवर रूप से प्रशिक्षित अधिकारी क्लाइंट की मदद करते हैं। वे CRS के जरिए बातचीत करते हैं और सारी बुकिंग करवाते हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

होटल, रिसॉर्ट और पर्यटक रुचि के स्थलों की बुकिंग ट्रैवल एजेंसी गंतव्य शहरों/देशों में होटलों, पर्यटन स्थलों और अस्थायी ठहरने के अन्य स्थानों, अर्थात् मनोर, किले, शैटॉऔक्स, हवेलियों, हेरिटेज होटल आदि के साथ भी समन्वय करती है। यह ऐसी जगहों के लिए अपने ग्राहकों के लिए आरक्षण करवाता है। यदि संभव हो तो वह संग्रहालयों, इन पार्कों, चिड़ियाघरों और ऐसे अन्य स्थानों के लिए टिकटों की व्यवस्था भी करता है जिनमें पर्यटकों की रुचि हो सकती है। कुछ मामलों में, अग्रिम बुकिंग की जा सकती है लेकिन कई अन्य में ऑन-द-स्पॉट बुकिंग प्रचलन में है। यदि ट्रैवल एजेंसी इन महत्वपूर्ण स्थानों के लिए नियमों द्वारा लगाए गए प्रतिबंधों के कारण टिकट नहीं प्राप्त कर सकती है, तो यह एक व्यक्ति (सामान्य रूप से, एक टूर गाइड या एक स्थानीय सहायक) की व्यवस्था करती है, जो पर्यटक के लिए ऐसे टिकट प्राप्त करता है, जब वह वास्तव में मौके पर पहुंचता है। आरक्षण प्रक्रियाओं और नियोजन प्रक्रियाओं में बहुत समय लगता है। इस प्रकार, पर्यटक को अपने मूल स्टेशन से प्रस्थान की तारीख से कम से कम दो महीने पहले बुकिंग प्राप्त करने की प्रक्रिया शुरू कर देनी चाहिए। पासपोर्ट पर मुहर लगाने में आजकल काफी समय लगता है।

चार्टर संचालन (Charter operations): एक चार्टर फ़्लाइट वह फ़्लाइट है जो किसी एयरलाइन द्वारा प्रकाशित कार्यक्रम का हिस्सा नहीं है। इसे वेबसाइट पर पोर्ट नहीं किया गया है। वहाँ उड़ानें आमतौर पर विशिष्ट अनिर्धारित यात्रा मार्गों के लिए संचालित की जाती हैं। संपूर्ण विमान किराए पर लिया जाता है और आगमन प्रस्थान, स्थान और समय निर्धारित किया जाता है। संचालन में कई प्रकार की चार्टर फ़्लाइट हैं।

भूतल परिवहन के लिए दस्तावेज (Documents for surface transport): अनिवार्य दस्तावेजों में वाहन का पंजीकरण प्रमाण पत्र, टैक्स प्रमाण पत्र, बीमा प्रमाण पत्र, प्रदूषण प्रमाण पत्र और फिटनेस प्रमाण पत्र और व्यावसायिक वाहन के लिए परमिट और ड्राइविंग व्यक्ति के लिए ड्राइविंग लाइसेंस शामिल हैं।

यात्रा कार्यक्रम की तैयारी और तकनीक (Itinery preparation & techniques): यह नियोजित यात्रा से संबंधित टूर ऑपरेटर/ट्रैवल एजेंट द्वारा बनाया गया एक यात्रा कार्यक्रम है। इसमें विशिष्ट समय पर देखे जाने वाले गंतव्य और परिवहन, ठहरने आदि के साधन शामिल हैं। ये यात्रा-वृत्तियाँ स्पष्ट और विशिष्ट होनी चाहिए ताकि वह पेशेवर ढंग से व्यवहार कर सके।

टूर फाइल को संभालना (Handling tour file): टूर फाइल मुख्य रूप से टूलकिट से जुड़ी होती है, यह फोटो को फ्लोर प्लान डायग्राम, मैप्स (a) एरियल फोटो से जोड़कर वर्चुअल टूर प्रदर्शित करती है। यह सॉफ़्टवेयर सक्षम फ़ाइल, उन्नत कर सकती है। अनुकूलन क्षमताएं कर सकता है। हालांकि इस साफ्टवेयर से मेहमान टूर के बारे में प्रत्यक्ष जानकारी हासिल कर सकते हैं।

कॉन्ट्रैक्ट कैरिज परमिट (Contract carriage permit): यह एक सामान्य प्रकार का परमिट है जिसका उपयोग किसी गंतव्य में किराए पर लेने और संचालित करने के लिए परमिट के लिए किया जाता है। एक समझौते के निष्पादन के तहत इसे चार्टर्ड वाहन भी कहते हैं।

राज्य परिवहन (State carriage): राज्य परिवहन समय-समय पर वाहन चलाने की अनुमति देता है। आवश्यकता पर निर्भर करता है। परमिट धारक विशेष आवंटित मार्गों से ही वाहन का संचालन कर सकता है।

अखिल भारतीय परमिट (All India permit): यह पर्यटकों के परिवहन के लिए राज्य परिवहन प्राधिकरण द्वारा लक्जरी कोचों/वाहनों को दिया जाने वाला परमिट है।

Taxe, registration Licence & Fitness certificate } All these can be done through online www.tnsta.gov.in can be visited for further details.

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

भारतीय और विश्व भूगोल (Indian and world geographes)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **संसाधनों, आकर्षक स्थलों और रिसॉर्ट्स का अर्थ और अवधारणा**
- **संसाधनों के प्रकार - प्राकृतिक, मानव निर्मित, सामाजिक-सांस्कृतिक, धार्मिक और विरासत**
- **भारतीय और विश्व भूगोल का बुनियादी ज्ञान**
- **भारत के विभिन्न क्षेत्रों के बारे में ज्ञान इकट्ठा करें।**

पर्यटन और अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटन का अर्थ अपने आधुनिक रूप में प्रारंभिक मानव इतिहास की यात्राओं के समान नहीं है। यहूदियों की भाषा में 'Torah' शब्द का अर्थ अध्ययन या खोज होता है और 'tour' इसी से लिया गया प्रतीत होता है। 'लैटिन' में मूल शब्द 'Tornos' इसके करीब खड़ा है। 'टॉर्नोस' एक प्रकार का गोल पहिया जैसा उपकरण था जो यात्रा सर्किट या पैकेज टूर के विचार पर इशारा करता था। संस्कृत में, 'पर्यटन' का अर्थ है आराम के लिए और ज्ञान प्राप्त करने के लिए यात्रा करने के लिए अपने निवास को छोड़ना। 'देशाटन' एक और शब्द है जिसका अर्थ है आर्थिक लाभ के लिए यात्रा करना। 'तीर्थतन' तीसरा समकक्ष है जिसका अर्थ है धार्मिक उद्देश्यों के लिए यात्रा करना। वहाँ सभी शब्द पर्यटन के अर्थ और अवधारणा को और अधिक उचित रूप से व्यक्त करते हैं।

पर्यटन संसाधन (Tourism resources)

पर्यटन संसाधनों को उन कारकों के रूप में परिभाषित किया जा सकता है जो पर्यटन अनुभव उत्पन्न करना संभव बनाते हैं और इसमें शामिल हैं:

- मूर्त संसाधन (सुविधाएं, आकर्षण, बुनियादी ढांचा, आदि)।
- अमूर्त संसाधन (छवि, प्रतिष्ठा, संस्कृति, आदि)।
- मानव संसाधन (कौशल, प्रेरणा, सेवा स्तर, आदि)।
- वित्तीय संसाधन

पर्यटन गंतव्य के प्राथमिक संसाधनों की आकर्षक शक्ति पर निर्भर है:

- प्राकृतिक संसाधन (जलवायु, परिदृश्य, पारिस्थितिक तंत्र);
- सांस्कृतिक संसाधन (शहरी विरासत, कला, पुरातात्विक मूल्य, परंपराएं, विज्ञान मूल्य, लोक शिल्प और उपसांस्कृतिक गठन);
- सामाजिक संसाधन (सामाजिक-जनसांख्यिकीय विशेषताओं, क्षमताओं, वित्तीय पूंजी, ज्ञान, स्वास्थ्य-पर्यावरण-संपत्ति सुरक्षा प्रणाली, स्थानीय सामुदायिक हितों आदि के साथ संभावित पर्यटन विकासकर्ता)।

इसके अलावा पर्यटन स्थल द्वितीयक संसाधन प्रदान करते हैं:

- आवास क्षेत्र (होटल, मोटल, कैम्पिंग, गेस्ट हाउस आदि);
- खानपान क्षेत्र (कैफे, रेस्टोरेंट, बिस्ट्रो आदि);
- यात्रा संगठन क्षेत्र (एजेंसियां, टूर ऑपरेटर आदि);
- परिवहन क्षेत्र (वायु, नाव, ट्रेन, बस, आदि); मनोरंजन क्षेत्र (कैंबलिंग, डिस्को आदि);
- सूचना क्षेत्र (पर्यटन सूचना नेटवर्क);
- पूरक सेवाएं, सुविधाएं और सेवा ढांचा

आकर्षण (Attraction)

एक पर्यटक आकर्षण एक रुचि का स्थान है जहां पर्यटक आते हैं, आमतौर पर इसके अंतर्निहित या प्रदर्शित प्राकृतिक या सांस्कृतिक मूल्य, ऐतिहासिक महत्व, प्राकृतिक या निर्मित सुंदरता, अवकाश, रोमांच और मनोरंजन की पेशकश के लिए। रिज़ॉर्ट एक ऐसा स्थान है जिसका उपयोग आराम या मनोरंजन के लिए किया जाता है, जो आगंतुकों को छुट्टियों और/या पर्यटन के लिए आकर्षित करता है। रिसॉर्ट्स स्थान, कस्बे या कभी-कभी एक कंपनी द्वारा संचालित व्यावसायिक प्रतिष्ठान होते हैं।

भारत के विभिन्न क्षेत्र (Different region of india)

पूर्वोत्तर (North East)

पूर्वोत्तर भारत, भारत के सबसे पूर्वी क्षेत्र को संदर्भित करता है जिसमें सटे Seven Sister states, सिक्किम और उत्तर बंगाल के कुछ हिस्से (दार्जिलिंग, जलपाईगुड़ी और कोच बिहार के जिले) शामिल हैं। सुदूर उत्तर पूर्व में, चिन हिल्स और काचिन हिल्स, गहरे जंगलों वाले पहाड़ी क्षेत्र, भारत को म्यांमार से अलग करते हैं। बांग्लादेश-भारत सीमा को खासी पहाड़ियों और मिज़ो पहाड़ियों और भारत-गंगा के मैदान के वाटरशेड क्षेत्र द्वारा परिभाषित किया गया है। पटकाई, या पूर्वांचल, म्यांमार के साथ भारत की पूर्वी सीमा के पास स्थित हैं, जो पटकाई-बम, गारो-खासी जयंतिया और लुशाई पहाड़ियों से बनी हैं। गारो-खासी श्रेणी मेघालय में स्थित है। चेरापूंजी के निकट एक गाँव मासिनराम, जो इन पहाड़ियों के हवादार किनारे पर स्थित है, को दुनिया में सबसे अधिक नमी वाली जगह होने का गौरव प्राप्त है।

केंद्रीय (Central)

विंध्याचल पर्वत श्रृंखला मध्य भारत को परिभाषित करती है, क्योंकि वे लगभग भारत उपमहाद्वीप के मध्य भाग में स्थित हैं। विंध्याचल की पर्वत श्रृंखला गुजरात राज्य से लेकर बिहार तक फैली हुई है, जो मध्य भारत के राज्यों मध्य प्रदेश और छत्तीसगढ़ से गुजरती है। सोनभद्र और नर्मदा नदियाँ विंध्याचल से उत्पन्न, पर्वत श्रृंखला भारत या भारत को दो अलग-अलग हिस्सों में विभाजित करती है: उत्तरी भारत और प्रायद्वीपीय भारत।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

दक्षिण (South)

भारत दक्षिण भारत के साथ अपने प्रायद्वीपीय सिरे तक पहुँचता है, जो उत्तर में दक्कन से शुरू होता है और कन्याकुमारी पर समाप्त होता है। दक्षिण भारत के राज्य कर्नाटक, आंध्र प्रदेश, तमिलनाडु और केरल हैं। दक्षिण-पूर्व तट, पश्चिम को प्रतिबिम्बित करते हुए, पूर्वी घाट की एक पर्वत श्रृंखला के नीचे आराम से टिका हुआ है, जो हिंद महासागर की ओर झुका हुआ है।

पश्चिम (West)

गुजरात, महाराष्ट्र, गोवा और मध्य प्रदेश के विशाल, केंद्रीय राज्य का हिस्सा पश्चिमी भारत का गठन करता है। गुजरात प्रायद्वीप से नीचे गोवा तक फैला हुआ, पश्चिमी तट भारत के कुछ बेहतरीन समुद्र तटों से घिरा हुआ है। तट के किनारे की भूमि आमतौर पर वर्षावनों से भरपूर होती है। पश्चिमी घाट हरे-भरे तट को विंध्य पर्वत से और सूखे दक्कन के पठार को और अंतर्देशीय से अलग करते हैं। अरब सागर के अलावा, इसकी पश्चिमी सीमा विशेष रूप से पाकिस्तान द्वारा परिभाषित की जाती है।

उत्तर (North)

हिमालय, दुनिया की सबसे ऊंची पर्वत श्रृंखला और नेपाल अपने पड़ोसी देश के रूप में, भारत की उत्तरी सीमा पर हावी है। उत्तर-पूर्व में व्यापक पहाड़ों के बाद, इसकी सीमाएँ नेपाल, तिब्बत, बांग्लादेश और भूटान के बीच से गुजरने वाले एक छोटे से चैनल तक सीमित हो जाती हैं, फिर "पूर्वी त्रिकोण" में बर्मा से मिलने के लिए फिर से फैलती हैं। उत्तर भारत देश का सबसे बड़ा क्षेत्र है, जो जम्मू और कश्मीर से शुरू होता है, जिसमें दूर उत्तर में शुष्क पहाड़ों से लेकर अभावग्रस्त देश और श्रीनगर और जम्मू के पास के जंगल हैं। सिंधु नदी के साथ दक्षिण की ओर बढ़ते हुए, उत्तर चापलूसी और अधिक मेहमाननवाज हो जाता है, जो पश्चिम में पंजाब के उपजाऊ मैदानों और उत्तर प्रदेश की हिमालय की तलहटी और पूर्व में गंगा नदी घाटी में चौड़ा हो जाता है। इन दोनों राज्यों के बीच स्थित राजधानी दिल्ली है।

पूर्व (East)

भारत पवित्र नदी गंगा और हिमालय की अधिकांश तलहटी का घर है, पूर्वी भारत बिहार, उड़ीसा और पश्चिम बंगाल राज्यों से शुरू होता है, जिसमें इस क्षेत्र का पश्चिमी भाग शामिल है। पूर्वी भारत में पूर्वी त्रिकोण के रूप में जाना जाने वाला एक क्षेत्र भी शामिल है, जो पूरी तरह से अलग है। यह भूमि का अंतिम क्षेत्र है जो बांग्लादेश से परे फैला हुआ है, जो बर्मी सीमा के साथ नागा पहाड़ियों में समाप्त होता है।

भारत पर्यटन स्थलों की सुगमता (Seasonality of india tourism places)

ग्रीष्म ऋतु (मार्च से मई) (Summer) (March to May)

भारत फरवरी के आसपास से गर्म होना शुरू हो जाता है, पहले उत्तरी मैदानों में और फिर देश के बाकी हिस्सों में। अप्रैल तक, कई स्थानों पर दैनिक तापमान 40 डिग्री सेल्सियस (105 डिग्री फ़ारेनहाइट) से अधिक हो जाता है। यह देश के दक्षिणी भागों में ठंडा रहता है, तापमान लगभग 35 डिग्री सेल्सियस (95 डिग्री फ़ारेनहाइट) तक पहुँच जाता है, हालाँकि यह बहुत अधिक आर्द्र है।

मई के अंत में मानसून के आने के संकेत दिखने लगते हैं। आर्द्रता का स्तर बनता है, और गरज और धूल भरी आंधी चलती है।

भारत में गर्मी के बारे में सबसे थकाने वाली बात यह है कि गर्मी इतनी कठोर होती है। दिन-ब-दिन मौसम नहीं बदलता है यह हमेशा बेहद गर्म, धूपदार और शुष्क रहता है।

- गर्मी के मौसम में भारत में घूमने की जगह: गर्मियों के दौरान, यह पहाड़ों और हिल स्टेशनों पर जाने का सही समय है, वहां की हवा ताजी और सुखदायक होती है। यदि आप वन्यजीवों को देखना और बाघों को उनके प्राकृतिक वातावरण में देखना चाहते हैं, तो गर्मियों का समय भी भारत के राष्ट्रीय उद्यान की यात्रा करने का सबसे अच्छा समय है क्योंकि सभी जानवर गर्मी में पानी की तलाश में झाड़ियों से बाहर आते हैं।

मानसून (जून से अक्टूबर) (Monsoon) (June to October)

भारत में वास्तव में दो मानसून होते हैं- दक्षिण-पश्चिम मानसून और पूर्वोत्तर मानसून। दक्षिण-पश्चिम मानसून, जो मुख्य मानसून है, समुद्र से आता है और जून की शुरुआत में भारत के पश्चिमी तट तक अपना रास्ता बनाना शुरू कर देता है। जुलाई के मध्य तक, देश का अधिकांश भाग वर्षा से आच्छादित हो जाता है। यह धीरे-धीरे अक्टूबर तक उत्तर पश्चिम भारत के अधिकांश स्थानों से साफ होने लगती है।

पूर्वोत्तर मानसून नवंबर और दिसंबर के दौरान भारत के पूर्वी तट को प्रभावित करता है। यह एक छोटा लेकिन तीव्र मानसून है। तमिलनाडु, कर्नाटक और केरल राज्य अपनी अधिकांश वर्षा पूर्वोत्तर मानसून से प्राप्त करते हैं, जबकि शेष देश अपनी अधिकांश वर्षा दक्षिण-पश्चिम मानसून से प्राप्त करते हैं।

- मानसून के मौसम में भारत में घूमने की जगह: मानसून के समय में पूरे भारत में यात्रा करना मुश्किल होता है क्योंकि बारिश अक्सर परिवहन सेवा को बाधित करती है। हालांकि, सुदूर उत्तर में लोकप्रिय लेकिन अलग-थलग पड़े लद्दाख की यात्रा करने का यह सबसे अच्छा समय है, क्योंकि वहां जाने वाली सड़कें बर्फ से साफ नहीं होती हैं और जून तक खुल जाती हैं। यह भारत में मानसून यात्रा के लिए कई बेहतरीन स्थलों में से एक है।

सर्दी (नवंबर से फरवरी) (Winter) (November to February)

मानसून के इस गायब होने से साफ आसमान की शुरुआत होती है, साथ ही भारत के अधिकांश हिस्सों में पर्यटन सीजन की शुरुआत होती है। दिन के समय सर्दियों का तापमान आरामदायक होता है, हालांकि अक्सर रात में काफी ठंडा होता है।

दक्षिण में, यह नया ठंडा हो जाता है। यह हिमालय क्षेत्र के आसपास, भारत के सुदूर उत्तर में अनुभव किए जाने वाले ठंड के तापमान के पूर्ण विपरीत है।

- भारत में घूमने की जगहें सर्दियों के मौसम में भारत में समुद्र तटों की यात्रा करने का समय होता है, और कई लोग गोवा में समुद्र तटों की लंबी पट्टी पर आराम करने और पार्टी करने के लिए आते हैं। भारत का सुदूर दक्षिण भी सर्दियों में सबसे अच्छा आनंद लेता है, दिसंबर

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

से फरवरी वहां यात्रा करने के लिए वास्तव में अच्छे महीने होते हैं। सर्दियों के दौरान राजस्थान के रेगिस्तानी राज्य की यात्रा करना, गर्मी के तापमान से बचने के लिए बेहतर विचार है। सर्दियों में हिमालय के पहाड़ बर्फ से ढक जाएंगे।

विश्व का भूगोल (World Geography)

महाद्वीप (Continents)

महाद्वीप पृथ्वी ग्रह पर सबसे बड़े भूभाग का निर्माण करते हैं। एक महाद्वीप एक द्वीप से बड़ा होता है और आमतौर पर कई देशों से बना होता है। दुनिया में सात महाद्वीप हैं, हालांकि कुछ लोग यूरोप और एशिया को एक महाद्वीप यूरेशिया में जोड़ते हैं और अन्य लोग उत्तर और दक्षिण अमेरिका को अमेरिकी महाद्वीप में जोड़ते हैं।

जबकि अफ्रीका पहले वर्णानुक्रम में है, यह पृथ्वी के महाद्वीपों के बीच जनसंख्या और आकार के मामले में दूसरे स्थान पर है। अफ्रीका के 54 देशों में लगभग 1 अरब लोग रहते हैं। यह कुल भूमि क्षेत्र के 20 प्रतिशत पर रहने वाली विश्व की लगभग 15 प्रतिशत जनसंख्या है। भूमध्य रेखा बड़े पैमाने पर उष्णकटिबंधीय जलवायु वाले महाद्वीप के केंद्र से होकर गुजरती है। अफ्रीका के उत्तरी और दक्षिणी भाग में अधिक समशीतोष्ण परिस्थितियाँ हैं। अफ्रीका को मानव जाति के जन्मस्थान के रूप में भी जाना जाता है। होमो सेपियन्स का सबसे पुराना जीवाश्म साक्ष्य महाद्वीप के पूर्वी भाग में पाया गया था। अफ्रीका महाद्वीप के बारे में और जानें।

अंटार्कटिका (Antarctica)

अंटार्कटिका पृथ्वी के महाद्वीपों के बीच कई प्रथम स्थान रखता है। यह महाद्वीप सात महाद्वीपों में सबसे दक्षिणी है और इसमें दक्षिणी ध्रुव भी शामिल है। यह 5,000 से कम निवासियों के साथ सबसे कम आबादी वाला भी है। अंटार्कटिका को सबसे ठंडे भूभाग के रूप में जाना जाता है और यहाँ कुछ देशी पौधे या जानवर हैं। अधिकांश भूभाग स्थायी हिमनदों से आच्छादित है। अंटार्कटिका महाद्वीप के बारे में और जानें।

एशिया (Asia)

एशिया पृथ्वी की सतह का लगभग 9 प्रतिशत कवर करता है जो इसे महाद्वीपों में सबसे बड़ा बनाता है। यह 4.3 बिलियन की अनुमानित आबादी वाले लोगों का घर भी है। एशिया को यूरेशिया महाद्वीप के पूर्वी भाग के रूप में परिभाषित किया गया है जिसमें यूराल नदी और पहाड़ यूरोप के साथ सेवा कर रहे हैं। एशिया में चीनी और जापानी राष्ट्र सहित दुनिया की कुछ सबसे पुरानी सभ्यताएँ हैं। महाद्वीपों की बड़ी आबादी इसे विश्व अर्थव्यवस्था का एक महत्वपूर्ण हिस्सा बनाती है। एशिया में भारत और जापान और हांगकांग के विनिर्माण केंद्र शामिल हैं, जो एक प्रमुख बैंकिंग और कॉर्पोरेट मुख्यालय केंद्र है एशिया महाद्वीप के बारे में अधिक जानें।

ऑस्ट्रेलिया (Australia)

ऑस्ट्रेलिया महाद्वीप में देश की मुख्य भूमि ऑस्ट्रेलिया और न्यू गिनी, तस्मानिया और सेराम के द्वीप राष्ट्र शामिल हैं। हिमयुग के दौरान, जब दुनिया का अधिकांश पानी ग्लेशियरों में जम गया था, ऑस्ट्रेलियाई मुख्य भूमि भूमि पुलों द्वारा इन द्वीपों से जुड़ी हुई थी। ऑस्ट्रेलिया में जानवरों और पौधों की एक विस्तृत विविधता है, जिनमें से कई दुनिया में अद्वितीय हैं। सबसे पहले महाद्वीप लगभग 45,000 साल पहले मनुष्य द्वारा बसाया गया था। 1700 के दशक में यूरोपीय निवासी ऑस्ट्रेलियाई भूभाग पर आए। ऑस्ट्रेलिया महाद्वीपों में सबसे अलग और दूरस्थ है और लोगों, पौधों और जानवरों के प्रवासन से सबसे कम प्रभावित हुआ है। ऑस्ट्रेलिया महाद्वीप के बारे में और जानें।

यूरोप (Europe)

यूरेशियन महाद्वीपों के पश्चिमी भाग को यूरोप के नाम से जाना जाता है। यह दुनिया के 7 प्रतिशत भूभाग के साथ सबसे छोटे महाद्वीपों में से एक के रूप में विख्यात है। हालाँकि, यूरोप पृथ्वी की लगभग 11% आबादी का घर है, और यह एशिया के 203 लोगों प्रति वर्ग मील के पीछे, प्रति वर्ग मील 134 लोगों के साथ दूसरी सबसे घनी आबादी वाला देश है। परिभाषा के अनुसार यूरोप में रूस में यूराल पर्वत पर पूर्व में समाप्त होने वाली महाद्वीपीय मुख्य भूमि शामिल है। यूरोप में आइसलैंड और सिसिली जैसे द्वीप भी शामिल हैं, और ब्रिटिश लेन के द्वीपों में बड़े द्वीप शामिल हैं जो इंग्लैंड, स्कॉटलैंड और वेल्स का घर है, और इसे ग्रेट ब्रिटेन कहा जाता है; ब्रिटिश द्वीप में छोटा द्वीप भी शामिल है जिसमें उत्तरी आयरलैंड और आयरलैंड गणराज्य शामिल हैं, और आसपास के कई छोटे द्वीप हैं, लोग लगभग 100,000 वर्षों से यूरोप में रह रहे हैं। लगभग 2000 ईसा पूर्व, भारत-यूरोपीय बसने वाले आए और उस भाषा को लेकर आए जिससे अधिकांश आधुनिक यूरोपीय भाषाएं निकली हैं। प्राचीन ग्रीक और रोमन सभ्यताएँ वहाँ फली-फूलींमी जो हमें अपनी शिक्षा और संस्कृति से बहुत कुछ मिलता है। 5वीं और 6वीं शताब्दी में, जर्मनिक जनजातियों ने अधिकांश यूरोप पर कब्जा कर लिया, और उनके वंशजों ने स्कैंडिनेविया के आधुनिक देशों और पश्चिम और मध्य यूरोप को आकार दिया। इस समय तक रोमन साम्राज्य के हाथ ईसाई बन गए, और अंततः पूरे यूरोप में विश्वास और अर्थशास्त्र दोनों कारणों से ईसाई बन गए। आज हम जिस यूरोप को जानते हैं, उसे आकार देने में कई विविध और रोचक तत्वों का योगदान रहा है। यूरोप महाद्वीप के बारे में और जानें।

उत्तरी अमेरिका (North America)

उत्तर अमेरिकी महाद्वीप में लैटिन अमेरिकी क्षेत्र शामिल हैं जो उत्तर और दक्षिण अमेरिका के बीच एक संबंध के रूप में काम करते हैं। उत्तरी अमेरिका दुनिया के लगभग 17 प्रतिशत भूभाग का निर्माण करता है और लगभग 8 प्रतिशत लोगों का घर है। लगभग 529 मिलियन लोगों की यह आबादी लगभग 23 स्वतंत्र देशों में रहती है। उत्तरी अमेरिका में सबसे पहले मानव निवासी एशिया से थे और एक हिमयुग के दौरान बेरिंग लैंड ब्रिज के ऊपर से अलास्का में गए थे। यूरोपीय लोगों का आगमन 1600 के दशक के मध्य में हुआ। यह आबादी अब उत्तरी अमेरिका में प्रभावी है। उत्तरी अमेरिका महाद्वीप के बारे में और जानें।

दक्षिण अमेरिका (South America)

दक्षिण अमेरिकी महाद्वीप बड़े अमेरिकी महाद्वीप का दक्षिणी भाग है। भूमध्य रेखा दक्षिण में संभावित समशीतोष्ण परिस्थितियों के साथ अधिकांश भूभाग के लिए एक उष्णकटिबंधीय जलवायु प्रदान करने वाले महाद्वीप से होकर गुजरती है। दक्षिण अमेरिका के स्वदेशी लोग उत्तरी अमेरिका

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

से दक्षिण की ओर पलायन कर सकते हैं, हालांकि इसके वर्तमान 371 मिलियन निवासियों में से अधिकांश यूरोपीय मूल के हैं। आबादी के आधार बड़े पैमाने पर प्रशांत तटों के साथ-साथ अंतर्देशीय क्षेत्रों के बड़े हिस्से में छोटी और व्यापक रूप से फैली हुई आबादी की मेजबानी करते हैं। दक्षिण अमेरिका में एंडीज पर्वत शामिल हैं, जिसमें दुनिया की सबसे लंबी चोटियां शामिल हैं। महाद्वीप लामा और अल्पाका का घर है जो मूल रूप से जंगली थे लेकिन लगभग 5,000 साल पहले पालतू बन गए थे। स्पेनिश और पुर्तगाली खोजकर्ताओं द्वारा औपनिवेशीकरण के प्रयासों ने अंततः दक्षिण अमेरिकी महाद्वीप पर उन भाषाओं के प्रसार को जन्म दिया। दक्षिण अमेरिका महाद्वीप के बारे में और जानें।

पर्यटन आकर्षण (Tourism attraction)

पर्यटन के संदर्भ में एक 'आकर्षण' एक ऐसी चीज है जो किसी विशेष पर्यटक या भावी पर्यटक को आकर्षित करती है। यह कुछ ऐसा है जो रुचि पैदा करता है और देखने या इसमें भाग लेने की इच्छा पैदा करता है; यह वास्तव में भावना या यात्रा शुरू करने की प्रेरणाओं के लिए एक अपील है।

स्थलों पर आकर्षण की संभावित सीमा बहुत बड़ी और विविध है, और उस सीमा को लगातार चौड़ा किया जा रहा है। फिर भी, निम्नलिखित श्रेणियों में आकर्षण को वर्गीकृत करना संभव है: -

साइट आकर्षण (Site attractions) जो देश या देशों के क्षेत्र या देशों के समूह, या भौगोलिक क्षेत्र, या शहर या रिसॉर्ट हो सकते हैं। वास्तव में, यह गंतव्य ही है जो पर्यटकों को आकर्षित करता है।

कार्यक्रम के आकर्षण (Event attractions) जो प्रदर्शनियां, खेल जुड़नार (जैसे ओलंपिक और विश्व कप फुटबॉल फाइनल), अंतर्राष्ट्रीय सम्मेलन, कार्निवल, त्यौहार, धार्मिक समारोह आदि हो सकते हैं। पर्यटक उस स्थान पर जाने का विकल्प चुनते हैं क्योंकि उस समय वहां क्या हो रहा था जब वे यात्रा करने का प्रस्ताव रखते हैं।

संयुक्त स्थल/घटना आकर्षण (Combined site /event attractions) कई आयोजनों के पर्यटकों के लिए अधिक और अतिरिक्त अपील होने की संभावना है यदि वे अंतर्निहित स्थल आकर्षण वाले स्थानों में आयोजित किए जाते हैं।

प्राकृतिक आकर्षण (Natural attractions) जैसे कि पहाड़ (व्यक्तिगत या सीमा), ज्वालामुखी, झरने, झीलें, रोलिंग ग्रामीण इलाके, समुद्र तट, खेल भंडार, fjords, और इसी तरह; साथ ही जलवायु परिस्थितियाँ, जैसे कि धूप, नीला आसमान, स्वच्छ/ताज़ी हवा, इत्यादि।

मानव निर्मित आकर्षण (Man - made attractions), जैसे हॉलिडे रिसॉर्ट्स और कॉम्प्लेक्स, थीम पार्क, चिड़ियाघर, वन्यजीव पार्क और समुद्री केंद्र, ऐतिहासिक या धार्मिक स्थल और इमारतें और अन्य निर्माण (उदाहरण के लिए मिस्र में पिरामिड, चीन की महान दीवार और पनामा नहर), और इसी तरह वास्तुशिल्प हित के हैं ।

संसाधन (Resource): यह आपूर्ति, सहायता या सहायता का एक स्रोत है जिसे जरूरत पड़ने पर आसानी से तैयार किया जा सकता है। उदाहरण संपत्ति, स्टॉक, बांड, बैंक खाते, कानून इत्यादि हैं, जिन्हें नकद में बदला जा सकता है। अवधारणा प्राकृतिक संसाधन प्रकृति में निर्मित सामग्री हैं जो मनुष्यों द्वारा उपयोग और उपयोग करने योग्य हैं। इनमें प्राकृतिक उत्पाद जैसे मिट्टी, पानी और ऊर्जा आपूर्ति जैसे ठंडा और गैस शामिल हैं।

वन्य जीवन (Wild life): वन्य जीवन पर्यावरण को संतुलित करने में बहुत महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। वहाँ पालतू जानवरों की प्रजातियाँ और सभी जीव जो बढ़ते हैं, मानव द्वारा पेश किए बिना एक क्षेत्र में रहते हैं। ये प्रजातियाँ काफी हद तक भावनात्मक और सामाजिक कारणों से मानव से जुड़ी हुई हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

प्रदर्शनियों, मेलों और त्योहारों (Exhibitions, fairs & festivals)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **लोकप्रिय मेलों और त्योहारों संगीत समारोहों, व्यापार प्रदर्शनियों और कला के बारे में जानें**
- **भारत और दुनिया भर में गैलरीज**

भारत के त्योहार और त्योहार (Festival & Festivals of India)

भारत दुनिया भर में एक भूमि जीवंत उत्सव के रूप में जाना जाता है; भारत के प्रत्येक शहर में उच्च उत्साह के साथ मनाए जाने वाले विभिन्न मेले और त्योहारों के उत्सव के दौरान भारत की संस्कृति और जीवन को देखा जा सकता है। कुल मिलाकर भारत में साल भर त्योहारों का सिलसिला जारी रहता है। अनुष्ठानों, परंपराओं, किंवदंतियों, मानसून, इतिहास के आधार पर प्रत्येक मेले और त्योहार के पीछे महान कारण और सार्थक पहचान होती है, जबकि कई विभिन्न धर्मों के देवताओं के प्रति समर्पण व्यक्त करते हैं। धार्मिक मेला, ऐतिहासिक मेला, दीर्घ जीवन विवाह आधारित त्यौहार, पशु पूजा मेला, मानसून मेला, बदलते मौसम का मेला, सभी त्योहार जीवंतता, रंग, उच्च भावना, समर्पण, उत्साह, शांति, शक्ति, मानवता संदेश, स्वादिष्ट भोजन, खेल को दर्शाते हैं। गतिविधियों, कलात्मक प्रदर्शन, प्रार्थना और संयोग भारत के अद्त त्योहारों का गवाह है।

भारत में प्रमुख उत्सव में होली ईद, क्रिसमस, दिवाली, गणपति, नवरात्रि, कुंभमेला, गणतंत्र दिवस, पोंगल, ओणम, सूरजकुंड मेला, गोवा कार्निवल, स्नेक बोट रेस, डेजर्ट फेस्टिवल और भी बहुत कुछ शामिल हैं, और ये मेले और त्यौहार, उनमें से प्रत्येक लोगों की जीवन शैली और उत्साह को दर्शाते हैं। अधिकांश उत्सव प्रार्थनाओं के अनुष्ठानों, सद्भावना के आदान-प्रदान, घरों को सजाने, नए कपड़े पहनने, आभूषण, संगीत, गायन और नृत्य और भोज पर आधारित होते हैं।

अखिल भारतीय मेले और त्योहारों में प्रत्येक राज्य की संस्कृति, जीवन शैली, भाषा, धर्म के अनुसार बहुत विविधता होती है और फिर से जुड़ते हैं, जैसे दुर्गा पूजा (नवरात्रि) पश्चिम बंगाल के प्रमुख त्योहार हैं, महाराष्ट्र में गणपति, पश्चिमी और पूर्वी में भी और भारत के पूर्वी भाग, तमिलनाडु में पोंगल, केरल में ओणम, गोवा कार्निवल, गोवा में क्रिसमस और नव वर्ष, पुरी का कार महोत्सव, राजस्थान में पुष्कर मेला, केरल में सर्प नौका मेला, उत्तर भारत में होली, हरिद्वार और वाराणसी में कुंभ मेला, दिल्ली में गणतंत्र दिवस, दिवाली वह त्यौहार है जो पूरे भारत में लगभग एक ही उत्साह के साथ मनाया जाता है।

यदि कोई भारत की संस्कृति, विश्वास, जीवन शैली, रहन-सहन, खान-पान, कला, परंपराओं की गहरी जड़ों को देखना चाहता है, तो मेले और त्यौहार भारत के असली रंग को देखने की खिड़की हैं।

पोंगल (Pongal) (Fig 1)

पोंगल तमिलनाडु के सबसे अद्त और फसल के त्योहारों में से एक है। भारत एक कृषि प्रधान देश है, जहां भारत की 70% आबादी गांवों में रहती है और कृषि पर निर्भर करती है। इसलिए मेले और त्योहारों के ज्यादातर बड़े आयोजन खेती से जुड़े होते हैं। पोंगल के समान त्योहार पूरे भारत में अलग-अलग नाम, पहचान और रीति-रिवाजों के साथ मनाया जाता है।

Fig 1




मकर संक्रांति (Makar Sankranti) (Fig 2)

मकर संक्रांति एक हिंदू त्योहार है। यह पूरे भारत में फसल उत्सव के रूप में मनाया जाता है जब किसान अपनी फसल घर लाते हैं। यह दक्षिणायन से उत्तरी गोलार्ध (उत्तरायण) तक सूर्य की यात्रा की शुरुआत करता है जब यह मकर (कॉप्रिकॉर्न) के चिन्ह को मिटा देता है। यह महोत्सव दुनिया भर में पतंग के प्रति उत्साही लोगों को अधिक से परिचित कराता है।

Fig 2




दीवाली (Diwali) (Fig 3)

दीवाली भारत के सभी त्योहारों में से एक सबसे स्पंदित और सबसे बड़ा त्योहार है, दिवाली पूरे भारत में बड़े उत्साह के साथ मनाई जाती है, यह त्योहार अमावस्या (अंधेरे पखवाड़े के 15 वें दिन) पर दशहरा उत्सव के 20 दिनों के बाद आता है। भारत को जातियों और धर्मों के पिघलने वाले बर्तन के रूप में जाना जाता है। दिवाली हिंदू न्यू मोर की शुरुआत के रूप में भी चिह्नित है।

Fig 3




होली (Holi) (Fig 4)

रंगों के त्योहार के रूप में भी जाना जाता है, होली हिंदू कैलेंडर पर सबसे प्रत्याशित त्योहार है। फाल्गुन के महीने में 'होली' पूर्णिमा पर पड़ती है, जो फरवरी के अंत और मार्क की शुरुआत तक फैली हुई है। होली की पूर्व संध्या पर अलाव जलाने के साथ होली उत्सव की शुरुआत होती है। होली एक वसंत उत्सव है और अधिक रंग डालने की उल्लासपूर्ण रस्म है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

Fig 4





होली सबसे उत्साही हिंदू त्योहारों में से एक है जो वसंत की शुरुआत का संदेश लाता है। यह रंगों का त्योहार है और एक दूसरे पर रंगीन पानी और पाउडर फेंक कर मनाया जाता है। होली की पूर्व संध्या पर इसके प्रतीकात्मक प्रतिनिधित्व के रूप में विशाल अलाव जलाए जाते हैं। होली का त्योहार सदियों से उसी जोश और उत्साह के साथ मनाया जा रहा है।

दशहरा (Dussehra) (Fig 5)

दशहरा को विजयादशमी के नाम से भी जाना जाता है, इसे रावण पर राम की जीत के रूप में मनाया जाता है। इस दिन सत्ययुग में, राम (भगवान विष्णु के आठवें अवतार) ने लंका के दस सिर वाले राजा रावण का वध किया, जिसने राम की पत्नी का अपहरण किया था। दशहरा नवरात्रि का आखिरी दिन है; यह हिंदू महीने के दौरान बढ़ते चंद्रमा के 10 वें दिन पड़ता है।

Fig 5





त्यागराज महोत्सव (Tyagaraja Festival)

त्यागराज उत्सव त्यागराज की याद में मनाया जाता है, एक दक्षिण भारतीय संगीतकार और संत का जन्म 1767 में हुआ था। उन्होंने भगवान राम की प्रशंसा में कई तेलुगु गीतों की रचना की है। इस आदमी के अद्त काम से कई युवा कवि और संगीतकार प्रेरित हैं। हर साल, दक्षिण भारतीय संगीतकार उनकी प्रशंसा में गाने के लिए तंजौर से थिरुवयारु-13 किलोमीटर दूर इकट्ठा होते हैं। लोग, युवा और बूढ़े, पूर्ण सामंजस्य में गाते हैं। राग ऐसा है कि कोई भी इसकी सरासर भक्ति और दिव्य अनुनाद से अछूता नहीं रह सकता है।

गंगा सागर मेला (Ganga SagarMela)

गंगासागर मेला पश्चिम बंगाल में मनाया जाने वाला सबसे बड़ा और सबसे महत्वपूर्ण मेला है। यह मेला वहां आयोजित किया जाता है जहां बंगाल की गंगा और खाड़ी द्वारा एक सांठगांठ बनती है इसलिए इसका नाम गंगासागर मेला पड़ा। यह त्योहार पूरे भारत के लाखों तीर्थयात्रियों के लिए एक प्रमुख आकर्षण है। कहा जाता है कि गंगा में डुबकी लगाने से उनका 'स्व' पवित्र हो जाता है और इस प्रकार 'पुण्य' हो सकता है। एक विशेष 'पूजा' की जाती है जो अच्छी फसल के लिए धन्यवाद के रूप में सूर्य देव को अर्पित की जाती है। यह भी माना जाता है कि पवित्र स्नान करने वाली लड़कियों को सुंदर वर मिलते हैं और लड़कों को सुंदर दुल्हन मिलती है। वसंत पंचमी समारोह वसंत का स्वागत करता है जब लोग, रंगीन कपड़े पहने हुए, विशेष रूप से पीले रंग के चमकीले रंगों में, नृत्य करते हैं, गाते हैं। पश्चिम बंगाल में विद्या की देवी 'सरस्वती' की पूजा की जाती है। शांति निकेतन के विश्वविद्यालय शहर में यह त्योहार बहुत ही उत्साह के साथ मनाया जाता है

शिवरात्रि (Shivarathri)

पूरे देश में, शिवरात्रि को रात के रूप में मनाया जाता है, जब भगवान शिव ने 'तांडव'-उनका लौकिक नृत्य किया था। उपवास और प्रार्थना के कारण भक्तों का मंदिर में तांता लगा रहता है। वाराणसी, कालाहस्ती (आंध्र प्रदेश) और चिदंबरम (तमिलनाडु) के प्रमुख शैव मंदिर अपने विशेष उत्सवों के लिए प्रसिद्ध हैं।

गणगौर (Gangaur) (Fig 6))

राजस्थान में सबसे महत्वपूर्ण स्थानीय त्योहार, गणगौर उत्सव अठारह दिनों तक चलता है। यह देवी पार्वती की अभिव्यक्ति गौरी को समर्पित है। यह त्यौहार पूरे राजस्थान में लड़कियों और विवाहित महिलाओं द्वारा मनाया जाता है। गौरी की प्रतिमा को अलंकृत किया जाता है और प्रसाद चढ़ाया जाता है। यह युवाओं के लिए अपने जीवन साथी का चयन करने का भी एक शुभ दिन है। रंग-बिरंगे जुलूसों के साथ शहर में बैंड बजाना, घोड़े और विस्तृत पालकी इसे एक आकर्षक तमाशा बनाते हैं।

Fig 6



तप्पम (Teppam)

तप्पम हर साल तमिलनाडु में फरवरी के मध्य से पूर्णिमा के महीने में व्यापक रूप से मनाया जाता है जिसे तमिल में थाई के नाम से जाना जाता है। देवी मीनाक्षी और उनकी पत्नी अंडरेश्वरा की आश्चर्यजनक रूप से सजे-धजे और गहनों से सजी प्रतिमा राफ्ट पर तैरती है। पूरे किनारे पर, भक्त भजनों का जाप करते हैं क्योंकि बैंड की एक टोली अपने मंत्रों के साथ टेंपो में ड्रम बजाती है।

रेगिस्तान (Desert)

सुनहरी नगरी जैसलमेर में मनाए जाने वाले डेजर्ट फेस्टिवल की अपनी ही एक आभा होती है। जैसलमेर के कठपुतली कलाकारों के साथ त्योहार जीवंत हो जाता है, इसकी अपनी एक आभा होती है। कठपुतली कलाकारों, कलाबाज़ों और लोक नर्तकों के साथ यह त्यौहार जीवंत हो जाता है और रंग बिखेर देता है। कैमल रेसेस का बहुत महत्व है और कैमल पोलो एक बड़ा आकर्षण है। तीन दिन तक चलने वाले इस उत्सव में पगड़ी बांधने की प्रतियोगिताएं और सबसे अच्छी पोशाक वाली राजपूत प्रतियोगिताएं शामिल होती हैं।

नागौर मेला (Nagaur Fair)

नागौर अपने वार्षिक पशु मेले के दौरान जीवन से सराबोर रहता है, जो देश के सबसे बड़े मेले में से एक है। रोमांचक खेल और ऊंट दौड़ उत्सव का हिस्सा हैं। पूरे राजस्थान से मवेशी के मालिक नागौर के बाहरी इलाके में आते हैं और डेरा डालते हैं, जबकि वे एनीमेशन खरीदते और बेचते हैं। यह मेला विभिन्न खेल आयोजनों के लिए भी प्रसिद्ध है, जो इसमें आयोजित

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

होते हैं, रस्साकशी, ऊँट दौड़ और ऊँट दौड़ और मुर्गों की लड़ाई। रात होते ही, लोक संगीत और गीत रेगिस्तान के शांत वातावरण में एक शानदार संगीतमय स्पर्श लाते हैं।

विश्व का भूगोल (World Geography)

महाद्वीप (Continents)

महाद्वीप पृथ्वी ग्रह पर सबसे बड़े भूभाग का निर्माण करते हैं। एक महाद्वीप एक द्वीप से बड़ा होता है और आमतौर पर कई देशों से बना होता है। दुनिया में सात महाद्वीप हैं, हालांकि कुछ लोग यूरोप और एशिया को एक महाद्वीप यूरेशिया में जोड़ते हैं और अन्य लोग उत्तर और दक्षिण अमेरिका को अमेरिकी महाद्वीप में जोड़ते हैं।

जबकि अफ्रीका पहले वर्णानुक्रम में है, यह पृथ्वी के महाद्वीपों के बीच जनसंख्या और आकार के मामले में दूसरे स्थान पर है। अफ्रीका के 54 देशों में लगभग 1 अरब लोग रहते हैं। यह कुल भूमि क्षेत्र के 20 प्रतिशत पर रहने वाली विश्व की लगभग 15 प्रतिशत जनसंख्या है। भूमध्य रेखा बड़े पैमाने पर उष्णकटिबंधीय जलवायु वाले महाद्वीप के केंद्र से होकर गुजरती है। अफ्रीका के उत्तरी और दक्षिणी भाग में अधिक समशीतोष्ण परिस्थितियाँ हैं। अफ्रीका को मानव जाति के जन्मस्थान के रूप में भी जाना जाता है। होमो सेपियन्स का सबसे पुराना जीवाश्म साक्ष्य महाद्वीप के पूर्वी भाग में पाया गया था। अफ्रीका महाद्वीप के बारे में और जानें।

अंटार्कटिका (Antarctica)

अंटार्कटिका पृथ्वी के महाद्वीपों के बीच प्रथम स्थान रखता है। यह महाद्वीप सात महाद्वीपों में सबसे दक्षिणी है और इसमें दक्षिणी ध्रुव भी शामिल है। यह 5,000 से कम निवासियों के साथ सबसे कम आबादी वाला भी है। अंटार्कटिका को सबसे ठंडे भूभाग के रूप में जाना जाता है और यहाँ कुछ देशी पौधे या जानवर हैं। अधिकांश भूभाग स्थायी हिमनदों से आच्छादित है। अंटार्कटिका महाद्वीप के बारे में और जानें।

एशिया (Asia)

एशिया पृथ्वी की सतह का लगभग 9 प्रतिशत कवर करता है जो इसे महाद्वीपों में सबसे बड़ा बनाता है। यह 4.3 बिलियन की अनुमानित आबादी वाले लोगों का घर भी है। एशिया को यूरेशिया महाद्वीप के पूर्वी भाग के रूप में परिभाषित किया गया है जिसमें यूराल नदी और पहाड़ यूरोप के साथ सेवा कर रहे हैं।

एशिया में चीनी और जापानी राष्ट्र सहित दुनिया की कुछ सबसे पुरानी सभ्यताएँ हैं। महाद्वीपों की बड़ी आबादी इसे विश्व अर्थव्यवस्था का एक महत्वपूर्ण हिस्सा बनाती है। एशिया में भारत और जापान और हांगकांग के विनिर्माण केंद्र शामिल हैं, जो एक प्रमुख बैंकिंग और कॉर्पोरेट मुख्यालय केंद्र है एशिया महाद्वीप के बारे में अधिक जानें।

ऑस्ट्रेलिया (Australia)

ऑस्ट्रेलिया महाद्वीप में देश की मुख्य भूमि ऑस्ट्रेलिया और न्यू गिनी, तस्मानिया और सेराम के द्वीप राष्ट्र शामिल हैं। हिमयुग के दौरान, जब दुनिया का अधिकांश पानी ग्लेशियरों में जम गया था, ऑस्ट्रेलियाई मुख्य भूमि, भूमि पुलों द्वारा इन द्वीपों से जुड़ी हुई थी।

ऑस्ट्रेलिया में जानवरों और पौधों की एक विस्तृत विविधता है, जिनमें से कई दुनिया में अद्वितीय हैं। सबसे पहले महाद्वीप लगभग 45,000 साल पहले मनुष्य द्वारा बसाया गया था। 1700 के दशक में यूरोपीय निवासी ऑस्ट्रेलियाई भूभाग पर आए। ऑस्ट्रेलिया महाद्वीपों में सबसे अलग और दूरस्थ है और लोगों, पौधों और जानवरों के प्रवासन से सबसे कम प्रभावित हुआ है। ऑस्ट्रेलिया महाद्वीप के बारे में और जानें।

यूरोप (Europe)

यूरेशियन महाद्वीपों के पश्चिमी भाग को यूरोप के नाम से जाना जाता है। यह दुनिया के 7 प्रतिशत भूभाग के साथ सबसे छोटे महाद्वीपों में से एक के रूप में विख्यात है। हालाँकि, यूरोप पृथ्वी की लगभग 11% आबादी का घर है, और यह एशिया के 203 लोगों प्रति वर्ग मील के पीछे, प्रति वर्ग मील 134 लोगों के साथ दूसरी सबसे घनी आबादी वाला देश है। परिभाषा के अनुसार यूरोप में रूस में यूराल पर्वत पर पूर्व में समाप्त होने वाली महाद्वीपीय मुख्य भूमि शामिल है। यूरोप में आइसलैंड और सिसिली जैसे द्वीप भी शामिल हैं, और ब्रिटिश लेन के द्वीपों में बड़े द्वीप शामिल हैं जो इंग्लैंड, स्कॉटलैंड और वेल्स का घर है, और इसे ग्रेट ब्रिटेन कहा जाता है; ब्रिटिश द्वीप में छोटा द्वीप भी शामिल है जिसमें उत्तरी आयरलैंड और आयरलैंड गणराज्य शामिल हैं, और आसपास के कई छोटे द्वीप हैं, लोग लगभग 100,000 वर्षों से यूरोप में रह रहे हैं। लगभग 2000 ईसा पूर्व, भारत-यूरोपीय बसने वाले आए और उस भाषा को लेकर आए जिससे अधिकांश आधुनिक यूरोपीय भाषाएं निकली हैं। प्राचीन ग्रीक और रोमन सभ्यताएं वहां फली-फूलीं, जिनसे हमें अपनी बहुत सी शिक्षा और संस्कृति मिलती है। 5वीं और 6वीं शताब्दी में, जर्मनिक जनजातियों ने अधिकांश यूरोप पर कब्जा कर लिया, और उनके वंशजों ने स्कैंडिनेविया के आधुनिक देशों और पश्चिम और मध्य यूरोप को आकार दिया। इस समय तक रोमन साम्राज्य के हाथ ईसाई बन गए, और अंततः पूरे यूरोप में विश्वास और अर्थशास्त्र दोनों कारणों से ईसाई बन गए। आज हम जिस यूरोप को जानते हैं, उसे आकार देने में कई विविध और रोचक तत्वों का योगदान रहा है। यूरोप महाद्वीप के बारे में और जानें।

उत्तरी अमेरिका (North America)

उत्तर अमेरिकी महाद्वीप में लैटिन अमेरिकी क्षेत्र शामिल हैं जो उत्तर और दक्षिण अमेरिका के बीच एक संबंध के रूप में काम करते हैं। उत्तरी अमेरिका दुनिया के लगभग 17 प्रतिशत भूभाग का निर्माण करता है और लगभग 8 प्रतिशत लोगों का घर है। लगभग 529 मिलियन लोगों की यह आबादी लगभग 23 स्वतंत्र देशों में रहती है। उत्तरी अमेरिका में सबसे पहले मानव निवासी एशिया से थे और एक हिमयुग के दौरान बेरिंग लैंड ब्रिज के ऊपर से अलास्का में गए थे। यूरोपीय लोगों का आगमन 1600 के दशक के मध्य में हुआ। यह आबादी अब उत्तरी अमेरिका में प्रभावी है। उत्तरी अमेरिका महाद्वीप के बारे में और जानें।

दक्षिण अमेरिका (South America)

दक्षिण अमेरिकी महाद्वीप बड़े अमेरिकी महाद्वीप का दक्षिणी भाग है। भूमध्य रेखा दक्षिण में संभव समशीतोष्ण परिस्थितियों के साथ अधिकांश भूभाग के लिए एक उष्णकटिबंधीय जलवायु प्रदान करने वाले महाद्वीप से गुजरती है। दक्षिण अमेरिका के स्वदेशी लोग उत्तरी अमेरिका से दक्षिण की ओर पलायन कर सकते हैं, हालांकि इसके वर्तमान 371 मिलियन निवासियों में

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

से अधिकांश यूरोपीय मूल के हैं। आबादी के आधार बड़े पैमाने पर प्रशांत तटों के साथ-साथ अंतर्देशीय क्षेत्रों के बड़े हिस्से में छोटी और व्यापक रूप से फैली हुई आबादी की मेजबानी करते हैं। दक्षिण अमेरिका में एंडीज पर्वत शामिल हैं, जिसमें दुनिया की सबसे लंबी चोटियां शामिल हैं। महाद्वीप लामा और अल्पाका का घर है जो मूल रूप से जंगली थे लेकिन लगभग 5,000 साल पहले पालतू बन गए थे। स्पेनिश और पुर्तगाली खोजकर्ताओं द्वारा औपनिवेशीकरण के प्रयासों ने अंततः दक्षिण अमेरिकी महाद्वीप पर उन भाषाओं के प्रसार को जन्म दिया। दक्षिण अमेरिका महाद्वीप के बारे में और जानें।

महाद्वीप द्वारा सूचीबद्ध देश (Countries Listed By Continent)

अफ्रीका (AFRICA)

- अल्जीरिया
- अंगोला
- बेनिन
- बोत्सवाना
- बुर्किना
- बुरुंडी
- कैमरून
- केप वर्ड
- केन्द्रीय अफ़्रीकी गणराज्य
- चार्ड
- कोमोरोस
- कांगो
- कांगो लोकतांत्रिक गणराज्य
- जिबूती
- मिस्र



- भूमध्यवर्ती गिनी
- इरिट्रिया
- इथियोपिया
- गैबॉन
- गाम्बिया
- घाना
- गिनी
- गिनी-बिसाऊ
- हाथीदांत का किनारा
- केन्या

- लेसोथो
- लाइबेरिया
- लीबिया
- मेडागास्कर
- मलावी
- माली
- मॉरिटानिया
- मॉरीशस
- मोरक्को
- मोज़ाम्बिक
- नाइजर
- नाइजीरिया
- रवांडा
- साओ टोमे और प्रिंसिपे
- सेनेगल
- सेशेल्स
- सेरा लिओन
- सोमालिया
- दक्षिण अफ्रीका
- दक्षिण सूडान
- सूडान
- स्वाजीलैंड
- तंजानिया
- तोगोग
- ट्यूनीशिया
- युगांडा
- जाम्बिया
- ज़िम्बाब्वे

एशिया (ASIA)

- अफगानिस्तान
- बहरीन
- बांग्लादेश
- ब्रुनेई
- बर्मा (म्यांमार)
- कंबोडिया
- चीन
- पूर्वी तिमोर
- भारत
- इंडोनेशिया
- ईरान
- इराक
- इजराइल
- जापान
- जॉर्डन
- कजाकिस्तान
- कोरिया, उत्तर
- कोरिया, दक्षिण
- कुवैत
- किर्गिस्तान
- लाओस
- लेबनान
- मलेशिया
- मालदीव
- मंगोलिया
- नेपाल
- ओमान
- पाकिस्तान
- फिलीपींस
- कतर
- रूसी संघ
- सऊदी अरब
- सिंगापुर
- श्री लंका
- सीरिया
- ताजिकिस्तान
- थाईलैंड
- टर्की
- तुर्कमेनिस्तान

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- संयुक्त अरब अमीरात
- उज़्बेकिस्तान
- वियतनाम
- यमन

यूरोप (EUROPE)

- अल्बानिया
- अंडोरा
- आर्मेनिया
- ऑस्ट्रिया
- अज़रबैजान
- बेलारूस
- बेल्जियम
- बोस्निया और हर्जेगोविना
- बुल्गारिया
- क्रोएशिया
- साइप्रस
- चेक गणतंत्र
- डेनमार्क
- एस्टोनिया
- फिनलैंड
- फ्रांस
- जॉर्जिया
- जर्मनी
- यूनान
- हंगरी
- आइसलैंड
- आयरलैंड
- इटली
- लातविया
- लिकटेंस्टीन
- लिथुआनिया
- लक्ज़मबर्ग
- मैसेडोनिया
- माल्टा
- मोल्दोवा
- मोनाको
- मोंटेनेग्रो
- नीदरलैंड
- नॉर्वे
- पोलैंड
- पुर्तगाल
- रोमानिया
- सैन मैरीनो
- सर्बिया
- स्लोवाकिया
- स्लोवेनिया
- स्पेन
- स्वीडन
- स्विट्जरलैंड
- यूक्रेन
- यूनाइटेड किंगडम
- वेटिकन सिटी

उत्तरी अमेरिका (North AMERICA) (23)

- अंतिगुया और बार्बूडा
- बहामास
- बारबाडोस
- बेलीज
- कनाडा
- कोस्टा रिका
- क्यूबा
- डोमिनिका
- डोमिनिकन गणराज्य
- एल साल्वाडोर
- ग्रेनेडा
- ग्वाटेमाला
- हैती
- होंडुरास
- जमैका

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- मेक्सिको
- निकारागुआ
- पनामा
- संत किट्ट्स और नेविस
- सेंट लूसिया
- संत विंसेंट और द ग्रेनडीनेस
- त्रिनिदाद और टोबैगो
- संयुक्त राज्य

ओशिनिया (OCEANIA) (14)

- ऑस्ट्रेलिया
- फ़िजी
- किरिबाती
- मार्शल द्वीप
- माइक्रोनेशिया
- नाउरू
- न्यूजीलैंड
- पलाऊ
- पलाऊ न्यू गिनी
- समोआ
- सोलोमन द्वीप
- टोंगा
- तुवालु
- वानुअतु

दक्षिणी अमेरिका (South AMERICA) (12)

- अर्जेंटीना
- बोलीविया
- ब्राजील
- चिली
- कोलम्बिया
- इक्वाडोर
- गुयाना
- पैराग्वे
- पेरू
- सूरीनाम
- उरुग्वे
- वेनेजुएला

भारत में विरासत पर्यटन (Heritage tourism in india)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **भारत में विरासत पर्यटन के बारे में जानें**
- **विरासत महत्व के स्थलों, संग्रहालयों, भारत और दुनिया भर में ऐतिहासिक महत्व के स्थानों के बारे में जानें।**

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

विरासत पर्यटन (Heritage Tourism)

हेरिटेज टूरिज्म (या डायस्पोरा टूरिज्म) पर्यटन की एक शाखा है जो उस स्थान की सांस्कृतिक विरासत की ओर उन्मुख है जहां पर्यटन हो रहा है। संयुक्त राज्य अमेरिका में नेशनल ट्रस्ट फॉर हिस्टोरिक प्रिजर्वेशन ने विरासत पर्यटन को "उन स्थानों और गतिविधियों का अनुभव करने के लिए यात्रा के रूप में परिभाषित किया है जो प्रामाणिक रूप से अतीत की कहानियों और लोगों का प्रतिनिधित्व करने वाले स्थानों और गतिविधियों का प्रतिनिधित्व करते हैं," और सांस्कृतिक विरासत पर्यटन को "यात्रा" के रूप में परिभाषित किया गया है। उन स्थानों और गतिविधियों का अनुभव करने के लिए जो प्रामाणिक रूप से अतीत और वर्तमान की कहानियों और लोगों का प्रतिनिधित्व करते हैं।

भारत में विरासत पर्यटन (Heritage Tourism in India)

विरासत पर्यटन भारत ने पिछले कुछ वर्षों में भारी वृद्धि दर्ज की है, जब से भारत सरकार द्वारा विरासत पर्यटन के लिए एक गंतव्य के रूप में भारत की छवि को बढ़ावा देने के लिए अतिरिक्त पहल की गई है।

भारत हमेशा से अपनी समृद्ध विरासत और प्राचीन संस्कृति के लिए प्रसिद्ध रहा है। इसलिए भारत में विरासत पर्यटन की शुरुआत लंबे समय से प्रत्याशित थी। भारत का गौरवशाली अतीत और सांस्कृतिक विविधता एक ऐसा मिश्रण है जो हर साल लाखों पर्यटकों को अपनी विरासत पर्यटक आकर्षणों की ओर आकर्षित करता है। भारत सरकार और पर्यटन और संस्कृति मंत्रालय पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए विशेष रूप से प्रसिद्ध भारतीय राज्यों को कई लाभ प्रदान करके भारत में विरासत पर्यटन को प्रोत्साहित करते हैं।

भारत की समृद्ध विरासत विभिन्न मंदिरों, महलों, स्मारकों और किलों में परिलक्षित होती है जो देश में हर जगह पाए जा सकते हैं। इससे भारतीय विरासत पर्यटन में वृद्धि हुई है।

भारत में सबसे लोकप्रिय विरासत पर्यटन स्थल हैं: आगरा में ताजमहल, राजस्थान में मंडावा महल, तमिलनाडु में महाबलीपुरम, तमिलनाडु में मदुरै, उत्तर प्रदेश में लखनऊ, दिल्ली, भारतीय राजधानी। भारत आने वाले पर्यटकों की अधिकतम संख्या ताजमहल देखने के लिए दुनिया के 7 अजूबों में से एक है। यह संगमरमर से बना है जिसमें अति सुंदर और

सावधानीपूर्वक शैली में जटिल जड़ाई का काम किया गया है। राजस्थान में 1775 में निर्मित मंडावा महल, भारत की समृद्ध विरासत को दर्शाता है और राजस्थान में हर साल हजारों पर्यटकों को आकर्षित करता है, जो विशेष रूप से अपने प्राचीन चित्रों, जेड गहने, स्थानों और परिधानों के लिए लोकप्रिय लगता है।

महाबलीपुरम में मूर्तिकला और स्थापत्य स्थल हैं जिन्हें भारत में सबसे महान माना जाता है। महाबलीपुरम में गुफा मंदिर है जो ग्रेनाइट ब्लॉक से उकेरा गया है और 7 वीं शताब्दी का है। यह प्राथमिक कारण है कि भारत में कई विरासत पर्यटक इस स्थान पर आते हैं। भारत के मंदिरों में कई विदेशियों की रुचि के कारण भारत में विरासत का पर्यटन भी बढ़ा है। शहर में बड़ी संख्या में मंदिरों की उपस्थिति के कारण मदुरै को 'मंदिरों के शहर' के रूप में जाना जाता है। और इसी वजह से हर साल काफी संख्या में पर्यटक यहां घूमने आते हैं। मदुरै में सबसे महत्वपूर्ण मंदिर मीनाक्षी मंदिर है। विरासत पर्यटन भारत को इसलिए भी लोकप्रिय बनाया गया है क्योंकि बहुत सारे पर्यटक दिल्ली जाते हैं जो न केवल भारत की राजधानी है बल्कि कई विरासत स्थल भी हैं। दिल्ली में सबसे प्रसिद्ध विरासत स्थल लाल किला, जामा मस्जिद, हुमायूं का मकबरा और तुहलाकाबाद किला हैं। हर्टेज पर्यटन भारत हाल के वर्षों में विकसित हुआ है लेकिन आगे विकास की गुंजाइश है जो भारत सरकार और पर्यटन बोर्डों के संयुक्त प्रयासों से ही प्राप्त किया जा सकता है।

ऐतिहासिक स्मारक और मंदिर (Historic monuments& Temple)

- ताजमहल भारत के सबसे प्रसिद्ध स्थलों में से एक है और भारत में सबसे अच्छी वास्तुशिल्प उपलब्धियों में से एक है, जो आगरा, उत्तर प्रदेश में स्थित है।
- फतेहपुर सीकरी यह मुगलों का पहला नियोजित शहर था और मुगल वास्तुकला में डिजाइन किया गया पहला शहर भी था, जो भारतीय वास्तुकला का एक समामेलन था, भारतीय वास्तुकला, फारसी और इस्लामी वास्तुकला का एक समामेलन था और इसे 1986 में यूनेस्को की विश्व विरासत स्थल घोषित किया गया था।
- वाराणसी घाट दुनिया के सबसे पुराने शहर में से एक है।
- महाबोधि मंदिर बिहार के बोध गया में गौतम बुद्ध को समर्पित 2000 साल पुराना मंदिर है। यह एक यूनेस्को वर्ल्ड हेरिटेज साइट है।
- नालंदा बिहार के भारतीय स्थल में स्थित है, आंशिक रूप से पाल साम्राज्य के तहत 427 ई.पू. से 1197 ई.पू. तक शिक्षा का एक बौद्ध केंद्र था।
- ऐतिहासिक अध्ययनों के अनुसार नालंदा विश्वविद्यालय की स्थापना गुप्त सम्राटों, विशेष रूप से कुमारगुप्त के संरक्षण में 450 ई.पू. में हुई थी।
- तमिलनाडु के तंजावुर में बृहदीश्वर मंदिर चोलों द्वारा निर्मित है मंदिर भारत के सबसे बेशकीमती वास्तुशिल्प स्थलों में से एक है।
- ऐरावतेश्वर मंदिर तमिलनाडु के कुहाबलीपुरम के पास दारासुरम शहर में स्थित है। तट मंदिर, महाबलीपुरम, तमिलनाडु में अन्य स्मारकों के संग्रह के साथ यूनेस्को की विश्व धरोहर स्थलों के रूप में घोषित किया गया है।
- हरमंद्री साहिब भारत में सम्मानित गुरुद्वारा में से एक है और सिखों के लिए सबसे पवित्र स्थान है। गुरुद्वारा अमृतसर, पंजाब, भारत में स्थित है।
- दिल्ली में बहाई मंदिर 1986 में बनकर तैयार हुआ था और भारतीय उपमहाद्वीप के मातृ मंदिर के रूप में कार्य करता है। इसने कई वास्तुविद्याओं को जीता है और सैकड़ों अखबारों और महाज़ीन लेखों में चित्रित किया गया है। (इसे लोटस टेम्पल के रूप में भी जाना जाता है।)
- जयपुर में हवामहल को हवाओं के स्थान के रूप में भी जाना जाता है।
- ताजमहल प्लेस मुंबई का आम प्रतीक है।
- कोलकाता में विक्टोरिया मेमोरियल, ब्रिटिश राज के दौरान बनाया गया।
- मुंबई में छत्रपति शिवराज टर्मिनस, महारानी विक्टोरिया के लिए बनाया गया।

नागौर मेला (Nagaur Fair)

नागौर अपने वार्षिक पशु मेले के दौरान जीवन से सराबोर रहता है, जो देश के सबसे बड़े मेले में से एक है। रोमांचक खेल और ऊंट दौड़ उत्सव का हिस्सा हैं। पूरे राजस्थान से मवेशी के मालिक नागौर के बाहरी इलाके में आते हैं और डेरा डालते हैं, जबकि वे एनीमेशन खरीदते और बेचते हैं। यह मेला विभिन्न खेल आयोजनों के लिए भी प्रसिद्ध है, जो इसमें आयोजित होते हैं, रस्साकशी, ऊँट दौड़ और ऊँट दौड़ और मुर्गों की लड़ाई। रात होते ही, लोक संगीत और गीत रेगिस्तान के शांत वातावरण में एक शानदार संगीतमय स्पर्श लाते हैं।

महावीर जयंती (Mahavir Jayanti)

महावीर जयंती जैन धर्म के संस्थापक महावीर का पर्व मनाते है। यह महावीर के जन्म का स्मरण कराता है। यह मुख्य रूप से जैनियों द्वारा बड़े जोश और उत्साह के साथ मनाया जाता है। वे इस दिन पवित्र स्थलों पर जाते हैं और तीर्थंकरों की पूजा करते हैं। यह त्योहार गुजरात और राजस्थान में बड़े पैमाने पर मनाया जाता है।

रामनवमी (RamNavami)

रामनवमी भगवान विष्णु के मानव अवतार राम के जन्म का जश्न मनाती है। अयोध्या और पांडिचेरी, जिस स्थान के बारे में कहा जाता है कि वह रामायण की घटनाओं का गवाह है, इस उत्सव के मुख्य केंद्र हैं। मंदिरों को सजाया जाता है और पूजा अर्चना की जाती है। मंदिरों से राम, सीता और लक्ष्मण की रथ शोभायात्रा बड़े उत्साह के साथ निकाली जाती है।

गुड फ्राइडे (Good Friday)

यह ईसाई त्योहार ईसा मसीह के सूली पर चढ़ने की स्मृति को चिह्नित करता है। जिस तरह यह दुनिया भर में मनाया जाता है, उसी तरह भारत में भी हर

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

साल अप्रैल में गुड फ्राइडे मनाया जाता है। सभी ईसाई इस दिन गिरजाघरों में आयोजित मास में शामिल होते हैं। गुड फ्राइडे के बाद ईस्टर संडे आता है, जिसे बड़े उत्साह और हर्षोल्लास के साथ मनाया जाता है।

ईस्टर (Easter)

ईस्टर यीशु मसीह के पुनरुत्थान की याद दिलाता है। यह मृत्यु पर जीवन की जीत का प्रतिनिधित्व करता है। ईस्टर मृतकों में से मसीह के पुनरुत्थान का उत्सव है।

विशु (Vishu)

विशु केरलवासियों के लिए नए साल का दिन है। नया साल सभी मनुष्यों के बीच बेहतर ज्ञान और समझ लाने वाला माना जाता है। त्योहार बहुत हर्षित और खुश मन के साथ मनाया जाता है और सभी मतभेदों को भुला दिया जाता है।

नौ रोज़ (Nau Roj)

नौ रोज़ कश्मीर का नववर्ष दिवस है। इस दिन पूरे राज्य में सामूहिक पर्व और उल्लास का माहौल होता है।

गोरूबिहू (GoruBihu)

गोरूबिहू, मवेशियों का त्योहार अप्रैल या मई के हिंदू नववर्ष के दिन मनाया जाता है। इस दिन मवेशियों को नहलाया और सजाया जाता है। उन्हें हल्दी से लेपित किया जाता है और गुड़ (Jaggery) और बैंगन से उपचारित किया जाता है।

नबाबरशा (NabaBarsha)

यह त्योहार बंगालियों का नव वर्ष दिवस है। यह नए साल का स्वागत सुबह के जुलूसों, गीतों और नृत्य के साथ करता है। अल्पना नामक सुंदर डिजाइन गृहिणियों द्वारा फर्श पर बनाई जाती हैं।

गुड़ी पड़वा (GudiPadva)

गुड़ी पड़वा महाराष्ट्र में व्यापक रूप से मनाया जाता है। महाराष्ट्र वासियों के लिए दिन बहुत ही शुभ है। आमतौर पर यह माना जाता है कि इस दिन शुरू किया गया कोई भी उद्यम सफलता के अलावा और कुछ नहीं देता है।

उगादि (Ugadi)

उगादि चंद्रमा की कक्षा में बदलाव के साथ एक नए हिंदू चंद्र कैलेंडर की शुरुआत करता है। मान्यता है कि भगवान ब्रह्मा ने इसी दिन सृष्टि की शुरुआत की थी। उगादि तेलुगू नववर्ष दिवस है। इस दिन मंत्रों का जाप किया जाता है और नए साल के लिए भविष्यवाणी की जाती है।

पुथंडु (Puthandu)

इसे तमिल नव वर्ष दिवस के रूप में मनाया जाता है। कुंभकोणम के पास थिरुवदामरुदुर में एक बड़ा कार उत्सव आयोजित किया जाता है।

चेटीचंद (ChetiChand)

यह त्योहार सिंधियों की परंपरा और संस्कृति को दर्शाता है। इसे अष्ट देव के जन्मदिन के रूप में मनाया जाता है। उन्हें को सिंधी समुदाय का देवता माना जाता है। उनका जन्मदिन चैत्र (हिंदू कैलेंडर के अनुसार वर्ष का पहला महीना) की दूसरी तिथि (अवसर) पर पड़ता है। यह दिन बहुत शुभ माना जाता है और बहुत धूमधाम और भव्यता के साथ मनाया जाता है।

बुद्ध (Buddha)

बुद्ध पूर्णिमा, भगवान बुद्ध की जयंती, पूरे भारत में बौद्धों द्वारा मनाई जाती है। लेकिन सारनाथ और बोधगया में यह बहुत लोकप्रिय है। बौद्ध इस दिन अपने मंदिरों में प्रार्थना करते हैं। बुद्ध का जन्म पूर्णिमा के दिन वैसाख में 563 ईसा पूर्व में हुआ था। उन्होंने संत तिथि पर आत्मज्ञान के साथ-साथ निर्वाण भी प्राप्त किया।

ईद-उल-फितर (Id-Ul-Fitr)

ईद-उल-फितर या रमजान ईद रमजान के अंत का प्रतीक है, जिस महीने में मुसलमान रोज उपवास करते हैं। रमजान का अर्थ है उपवास तोड़ने का 'त्योहार'। फितर 'फतर' शब्द से बना है जिसका अर्थ है 'तोड़ना'। रमजान ईद उस दिन मनाई जाती है जब नया चाँद दिखाई देता है। मस्जिदों और ईदगाहों में नमाज़ अदा की जाती है और विस्तृत उत्सव आयोजित किए जाते हैं। इस त्योहार को मुस्लिम बड़ी धूमधाम से मनाते हैं।

बैसाखी (Baisakhi)

पहले 'बैसाख' पर आयोजित - 13 अप्रैल-बैसाखी हिमाचल के सबसे महत्वपूर्ण त्योहारों में से एक है। ग्रामीण कृषि परंपरा में निहित, यह सर्दियों को अंतिम विदाई देता है। सिख इसे सामूहिक जन्मदिन के रूप में मनाते हैं। वातावरण को उल्लास, संगीत, नृत्य और अच्छे उत्साह से भर देना। यह त्योहार गांवों में पूरी तरह से त्याग के साथ आनंद लेने का एक अवसर है क्योंकि वे जानते हैं कि कड़ी मेहनत का मौसम जल्द ही आता है जिसके बाद मकई और अन्य अनाज की कटाई का समय होता है।

करगानाबा (KaragaNaba)

करगा का नाटकीय उत्सव बैंगलोर के धर्मराज मंदिर से शुरू होता है। एक भक्त को चुना जाता है और उसके सिर पर करगा या मिट्टी का घड़ा रखा जाता है। बर्तन पुरातन शक्ति की देवी शक्ति शक्ति का प्रतिनिधित्व करता है। भक्त को बर्तन को संतुलित करना होता है क्योंकि उसके पास कर्मचारी और एक तलवार होती है जो उसके हाथों में होती है।

मीनाक्षी लालायनम (चित्रा महोत्सव) (Meenakshi Lalaynam (Chitra Festival))

यह 10 दिवसीय उत्सव मदुरै के मीनाक्षी मंदिर में होता है, शिव और मीनाक्षी मंदिर के बीच पौराणिक विवाह को मनाने के लिए पृथ्वी पर वास्तुकला के सबसे शानदार अत्यधिक प्रदर्शनों में से एक है। मंदिर में नौ विशाल गोपुरम और हजारों स्तंभ हैं, जो ऊपर से नीचे तक लगभग 30 मिलियन रंगीन नक्काशी और देवताओं, राक्षसों और जानवरों की जिप्सम छवियों के साथ कवर किए गए हैं।

ढुंगरी वन महोत्सव (Dhungri Forest Festival)

ढुंगरी वन उत्सव मनाली के हडिम्बा या धुन्गिरी मंदिर में मनाया जाता है। यह चार मंजिला लकड़ी का मंदिर एक जंगल के बीच में स्थित है जिसे

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

धुन्गिरी वन विहार कहा जाता है। स्थानीय महिलाओं द्वारा देवी की पूजा की जाती है, जो देवी को खुश करने के लिए उनके सामने अनुष्ठान नृत्य करने के लिए अपने रंगीन परिधानों में आती हैं। किंवदंती कहती है कि जिस राजा ने मंदिर का निर्माण करवाया था, वह परिणामों से इतना अधिक संतुष्ट था कि उसने शिल्पकार का दाहिना हाथ काट दिया ताकि उसे कहीं और नकल करने से रोका जा सके।

ईद-उल-अज़हा या ईद-उल-जुहा (बकरी ईद) (Id-Ul-Azha or Id-Ul-Zuha(bakri Id))

बकरीद विशेष रूप से आंध्र प्रदेश में अनुष्ठानिक उत्साह के साथ मनाया जाता है। बकरीद इस्लामिक कैलेंडर के आखिरी महीने में पड़ने वाला मुसलमानों का एक महत्वपूर्ण त्योहार है। त्योहार का महत्व पैगंबर इब्राहिम की परीक्षा का स्मरण है। इस दिन पूजा की जाती है और बकरे की बलि दी जाती है।

रथ यात्रा (Rath Yatra)

यह शानदार रथ उत्सव पुरी के प्रसिद्ध जगन्नाथ मंदिर में आयोजित किया जाता है। भगवान जगन्नाथ - ब्रह्मांड के भगवान, उनकी बहन सुभद्रा और भाई बलभद्र की छवियों को तीन विशाल रथों में जुलूस निकाला जाता है। जुलूस या रथ यात्रा पूरे देश से भारी भीड़ खींचती है।

मेला हेमिस गोम्पा (Mela Hemis Gompa)

लामावाद के संस्थापक पद्मसंभव का जन्मदिन मनाने के लिए लेह से लगभग 50 किलोमीटर दूर हेमिस गोम्पा में एक बड़ा मेला आयोजित किया जाता है। नकाबपोश नर्तकियों द्वारा अनुष्ठान नृत्य मुख्य आकर्षण के रूप में मुख्य आकर्षण हैं, जैसा कि स्थानीय हस्तशिल्प हैं।

तीज (Teej)

यह राजस्थानी त्योहार देवी पार्वती के अपने पति के घर जाने की याद में श्रावण मास की चांदनी के तीसरे दिन महिलाओं द्वारा मनाया जाता है। राजस्थान के अलावा यह त्योहार बिहार और उत्तर प्रदेश में भी मनाया जाता है। सुबह पूजा की जाती है। बाद में, शाम को युवतियों और लड़कियों ने लहंगा और चुनरी पहनकर डांडिया नृत्य किया।

बोनालू (The bonalu)

त्योहार तेलंगाना क्षेत्र के लोगों के लिए एक प्रमुख स्वागत है। यह त्योहार पुरानी और पुरानी परंपरा है और इसे कम उत्साह और धार्मिक उत्साह के साथ मनाया जाता है। एक महीने तक चलने वाले इस उत्सव में संगीतमय व्यवहार और कर्मकांडों का आयोजन होता है। दुनिया "बोनालू" की उत्पत्ति "भोजनालु" से हुई है जिसका अर्थ है भोजन, जो देवी को अर्पित किया जाता है। ग्राम देवताओं येल्लम्मा, महनकली, मैसम्मा, पोचम्मा, गुंडम्मा से प्रार्थना की जाती है। यह लोगों द्वारा अपनी प्रतिज्ञाओं की पूर्ति के लिए देवी को वार्षिक धन्यवाद भी है।

रक्षाबंधन (RakshaBandhan)

रक्षाबंधन श्रावण मास (जुलाई-अगस्त) की पूर्णिमा को मनाया जाता है। रक्षाबंधन का त्योहार प्यार, स्नेह और भाईचारे की भावना का प्रतीक है। इस दिन बहनें अपने भाइयों की दाहिनी कलाई पर ताबीज बांधकर उनकी लंबी आयु और सुख-समृद्धि की कामना करती हैं। रक्षा का अर्थ है सुरक्षा, और मध्यकालीन भारत में कुछ स्थानों पर, जहाँ महिलाएँ असुरक्षित महसूस करती थीं, वे पुरुषों की कलाई पर राखी बाँधती थीं, जिन्हें वे भाई मानती थीं। विभिन्न भावनाओं को व्यक्त करने के लिए कलाई के चारों ओर एक धागा या "राखी" बांधने की परंपरा वैदिक काल से युगों से चली आ रही है।

नागा (Naga)

श्रावण (जुलाई-अगस्त) के शुक्ल पक्ष की 5वीं तिथि को नाग पंचमी मनाई जाती है। इस दिन दूध, मिठाई, फूल, दीपक और यहां तक कि बलि से नाग, कोबरा और सांप की पूजा की जाती है। चांदी से बनी नाग देवताओं की प्रतिमा; लकड़ी को पानी और दूध से नहलाया जाता है, और फिर मंत्रों के उच्चारण के साथ पूजा की जाती है।

झापन (मनसा) महोत्सव (Jhapan (Manasa) Festival)

यह त्योहार भगवान शिव की पुत्री देवी मनसा को समर्पित है। उन्हें सर्प पूजा के उर्वरता पंथ की दिव्य नेता माना जाता है। अधिक लोकप्रिय रूप से इसे सांपों के त्योहार के रूप में मनाया जाता है।

इस त्योहार का सबसे बड़ा आकर्षण घातक कोबरा है।

नंदा देवी राज जाट (Nanda Devi Raj Jat)

गढ़वाल के चमोली जिले के शांत पहाड़ नंदा देवी राज यात्रा के दौरान उत्सव की गतिविधियों की झड़ी लगा देते हैं, जो प्राचीन काल से प्रचलित पहाड़ों के माध्यम से एक शाही तीर्थयात्रा है।

यह धार्मिक परंपरा, लोककथाओं और पौराणिक कथाओं में गहरी जड़ें जमाए हुए एक महत्वपूर्ण धार्मिक आयोजन है। यात्रा नंदा देवी की कथा से जुड़ी हुई है, जो क्षेत्र के स्थानीय निवासियों द्वारा श्रद्धा में रखी गई देवी है।

गणेश चतुर्थी (Ganesh Chaturthi)

यह दिन भगवान गणेश को समर्पित है, जो सभी अच्छी शुरुआत और सफलता के देवता हैं। प्रतिवर्ष आयोजित होने वाला यह उत्सव दस दिनों तक चलने वाला आयोजन है। भगवान गणेश की छवियों को स्थापित किया जाता है और उनकी पूजा की जाती है और अंतिम दिन उन्हें बहते पानी में विसर्जित करने के लिए जुलूस में ले जाया जाता है। लोगों से खचाखच भरा मुंबई का समुद्र तट एक शानदार दृश्य है।

ओणम (Onam)

केरल का सबसे महत्वपूर्ण त्योहार प्राचीन असुर राजा महाबली के सम्मान में मनाया जाता है। यह अवसर फसल के मौसम की भी शुरुआत करता है। फूलों के कालीनों के साथ घरों की सजावट, महाबली के सुनहरे शासन की प्रशंसा में एक शानदार दोपहर का भोजन और गीत, दस दिवसीय उत्सव को चिह्नित करते हैं। ओणम उत्सव का एक प्रमुख आकर्षण चंपाकुलम, अरनमुला और कोट्टायम में बैकवाटर के किनारे प्रसिद्ध सर्प नौका दौड़ है।

जन्माष्टमी (Janmashtami)

जन्माष्टमी, भगवान कृष्ण का जन्म पूरे उत्तर भारत में, कृष्ण पक्ष की अष्टमी या भादों के महीने में अंधेरे पखवाड़े के 8 वें दिन बड़ी भक्ति और उत्साह के साथ मनाया जाता है। रासलीला, कृष्ण के जीवन के दृश्यों विशेषकर

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

राधा के प्रति प्रेम को दर्शाने वाली एक झांकी का प्रदर्शन किया जाता है। शाम को, भजन गाए जाते हैं, जो आधी रात को समाप्त होते हैं, शुभ मुहूर्त जब भगवान कृष्ण का जन्म हुआ था। इसके बाद आरती की जाती है, प्रसाद बांटा जाता है और मूर्ति पर फूल बरसाए जाते हैं।

मुहर्रम (Muharram)

मुहर्रम हिजड़ा साल का शुरुआती महीना है। इस महीने (मई) के 10वें दिन को केरल के मुसलमानों द्वारा सम्मानित किया जाता है। मुहर्रम पैगंबर मोहम्मद के पोते इमाम हुसैन की शहादत का प्रतीक है। ताज़िया जो बांस और शहीद के मकबरे की कागज़ की प्रतिकृति होती हैं, अभ्रक से सजी होती हैं और शहर की सड़कों पर ले जाई जाती हैं। इस त्रासदी को मातम मनाने वालों ने अपने छाती को पीट कर और ढोल पीट कर इमाम की हत्या पर शोक व्यक्त करते हुए व्यक्त किया है। उपवास इस दिन का एक महत्वपूर्ण अनुष्ठान है।

बटकामा (Batkama)

आंध्र प्रदेश में बटकामा का त्योहार सबसे सुंदर अवसर है। यह मूल रूप से फूलों का त्योहार है। लगभग एक महीने तक मनाया जाने वाला यह त्यौहार गणेश चतुर्थी से शुरू होता है और दशहरा उत्सव पर समाप्त होता है। फूलों को एक चौकोर लकड़ी के तख़्त या एक चौकोर बाँस के फ्रेम पर शंकाकार आकार में फ्रेम के आकार के साथ शीर्ष पर एक शीर्ष बनाने के लिए व्यवस्थित किया जाता है। यह छोटा पुष्प पर्वत देवी बटकामा का प्रतिनिधित्व करता है और उनकी पूजा की जाती है।

दशहरा (Dussehra)

दशहरा या विजय दशमी एक बहुत ही लोकप्रिय हिंदू त्योहार है, जिसे पूरे देश में एक्लाट के साथ मनाया जाता है। यह अश्विन (सितंबर अक्टूबर) के उज्ज्वल हलके दसवें दिन मनाया जाता है। यह दस दिवसीय उत्सव है, जो राक्षस राजा रावण पर भगवान राम की जीत की स्मृति में मनाया जाता है। रामायण की महाकाव्य कहानी पर आधारित 'रामलीला' का मंचन उत्तर भारत के अधिकांश शहरों और कस्बों में विभिन्न स्थानों पर किया जाता है। इस प्रदर्शन के दौरान संगीत के साथ लगातार रामायण का पाठ किया जाता है। यह अभिनेताओं के साथ कहानी की हर घटना को साझा करने वाले उत्साही और धार्मिक दर्शकों के सामने संगीत, नृत्य, माइम और कविता का एक अच्छा सम्मिश्रण प्रस्तुत करता है।

ईद-ए-मिलाद (बारह वफ़ात) (Id-E-Milad (BarahWafat))

इस त्योहार के दौरान मुस्लिम वर्ष के तीसरे महीने रबी-उल-अव्वल के बारहवें दिन पैदा हुए पैगंबर के जीवन और नेक कामों पर ध्यान केंद्रित करते हुए विद्वान पुरुषों द्वारा मस्जिदों में उपदेश दिए जाते हैं। 'बारह' शब्द पैगंबर की बीमारी के बारह दिनों के लिए है। देश के कुछ हिस्सों में, पत्थर में उकेरे गए पैगंबर के प्रतीकात्मक पैरों के निशान पर 'sandal' संस्कार के रूप में जाना जाने वाला एक समारोह किया जाता है।

दिवाली (Diwali)

दीवाली, रोशनी का त्योहार, 'अमावस्या', 'कार्तिका' की सबसे अंधेरी रात को पड़ता है। यह बुराई पर अच्छाई की जीत और आत्मा को ढंकने वाले आध्यात्मिक अंधकार को उठाने का प्रतीक है। यह त्योहार भगवान राम के अपने 14 साल के वनवास को पूरा करने के बाद अपने राज्य अयोध्या में लौटने की याद दिलाता है। दीपावली शब्द का अर्थ है दीयों की पंक्तियाँ (मिट्टी के दीये), सबसे विनम्र घर या भव्य घरों में चमक लाते हैं। पटाखे फोड़ने के बीच परिवारों और दोस्तों के बीच मिठाइयों और उपहारों का आदान-प्रदान होता है। दिवाली पर मां लक्ष्मी के लिए दरवाजे खुले रहते हैं। उत्सव का अवसर हिंदू नव वर्ष की शुरुआत का भी प्रतीक है। शुभता और ज्ञान के प्रतीक भगवान गणेश की इस दिन देवी लक्ष्मी के साथ पूजा की जाती है।

गुरुपर्व (Gurupurab)

गुरुपर्व या गुरु नानक जयंती गुरु नानक की जयंती है जिन्होंने सिख धर्म की स्थापना की थी। त्योहार से पहले दो दिन और रात के लिए ग्रन्थसाहेब (शास्त्र) पढ़ा जाता है। त्योहार के दिन, ग्रन्थ साहब को एक भव्य शोभायात्रा में निकाला जाता है। अमृतसर में समारोह सबसे प्रभावशाली हैं। प्रार्थना सभा और जुलूस विशेष रूप से पंजाब में निकाले जाते हैं। सिख गुरुद्वारा में 'लंगर' {भोजन का वितरण} करते हैं नवंबर: गोवर्धन पूजा एक हिंदू त्योहार है जो हिंदुओं के सबसे पवित्र जानवरों गाय को समर्पित है।

पुष्कर मेला (Pushkar Fair)

यह प्यारा और विशाल मेला पुष्कर की पवित्र झील के पास कार्तिक (अक्टूबर - नवंबर) के हिंदू महीने के अंतिम दिन (पूर्णिमा के दिन) पड़ता है। स्नान घाटों से घिरी इस खूबसूरत झील का अपना धार्मिक महत्व है, जिसकी जड़ें एक मिथक में हैं। मेला मुख्य रूप से भगवान ब्रह्मा, निर्माता और पवित्र त्रिमूर्ति में से एक को समर्पित है। रंग-बिरंगे कपड़े पहने लोग मेले की रौनक बढ़ा देते हैं। मेला सबसे बड़ा ऊंट बाजार है। पवित्र सरोवर में डुबकी लगाने के लिए हजारों तीर्थयात्री यहां एकत्रित होते हैं। कठपुतली शो अन्य प्रमुख भीड़-खींचने वाले होते हैं

नगुला चविथि (Nagula Chatvithi)

नगुलाचविथी दीपावली के चौथे दिन मनाया जाता है, जो अमावस्या के दिन पड़ता है। इस दिन नागों की पूजा बड़ी श्रद्धा और धार्मिक उत्साह के साथ की जाती है। इस दिन महिलाएं और बच्चे व्रत रखते हैं और नाग देवता की पूजा करते हैं। अपने उत्सव के सबसे अच्छे कपड़े पहने, वे सांपों की पहाड़ियों पर दूध चढ़ाते हैं। इस दिन स्नेक हिल्स की काफी डिमांड रहती है। कुछ लोग घर में सांप की तस्वीर या मूर्ति रखकर अनुष्ठान पूरा करते हैं। कार्तिक और श्रवण के महीनों के दौरान वर्ष में दो बार नगुला चविथि मनाई जाती है। 'नगुला' का अर्थ है सांप और 'चविथि' प्रत्येक अमावस्या या पूर्णिमा के बाद चौथा दिन है।

Fig 7



© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

नवरात्रि (Navratri)

जगत जननी देवी के सम्मान में यह उत्सव अश्विन मास के पहले दिन से शुरू होता है और नौ दिनों तक चलता है। देवी शक्ति, या "शक्ति" का अवतार है। उन्हें कई नामों से जाना जाता है: "काली", "लक्ष्मी", "सरस्वती", "चंडी-का", "दुर्गा", "भवानी", "अंबिका", "अष्टभुजा" (आठ हाथ)। उसका मुख्य कार्य दुष्टों को दण्ड देना है। वह युद्ध में लगी हुई है, और उसके हाथ में शस्त्र हैं। वह एक शेर पर बैठती है। उसके हथियार "शूल" (पाइक), "चक्र" (पहिया), "परशु" (कुल्हाड़ी) और "तलवार" (sword) हैं। काली को "महिषा-सुरमर्दिनी" के रूप में जाना जाता है, जो राक्षस महिषासुर का वध करती है। राक्षस के खिलाफ लड़ाई पहले दिन से शुरू होती है जब तक कि नौवें दिन वैकुंठ एकादश पर उसकी हार नहीं हो जाती है।

वर्ष के दौरान हिंदुओं द्वारा मनाई जाने वाली सभी 24 एकादशियों में हैं। वैकुंठ एकादशी नवंबर में मनाई जाती है और देवी एकादशी के सम्मान में मनाई जाती है। लोग व्रत रखते हैं और देवी से प्रार्थना करते हैं। महाराष्ट्र में, तीर्थयात्री एक जुलूस में मार्च करते हैं, भजन या भक्ति गीत गाते हैं और पंढरपुर के विठ्ठल मंदिर में इकट्ठा होते हैं।

सोनपुर पशुधन मेला (Sonepur Livestock Fair)

सोनपुर मेला नवंबर के महीने में कार्तिक पूर्णिमा (पूर्णिमा के दिन) पर सोनपुर (बिहार) में गंगा नदी के तट पर आयोजित किया जाता है। यह एक पखवाड़े तक चलता है और इस अवसर के लिए मवेशियों को सजाया जाता है। यह एशिया का सबसे बड़ा पशु मेला है जहाँ हाथियों से लेकर ऊँटों, भैंसों, बकरियों और सभी प्रकार के चार पैरों वाले जीवों तक कुछ भी खरीदा जा सकता है। मेला रंग, संगीत, नृत्य, जादू शो, मवेशी, व्यापारियों और हस्तशिल्प का एक आभासी विस्फोट बन जाता है क्योंकि दुनिया भर से लोग इस विशाल आयोजन में भाग लेने के लिए एकत्रित होते हैं। इसमें एक लोकप्रिय मेले जैसा मज़ा और रंग है, जिसमें धार्मिक अर्थ भी हैं और सभी द्वारा बहुत मज़ाक और धूमधाम से इसका आनंद लिया जाता है।

क्रिसमस (Christmas)

भारत में क्रिसमस बहुत ही धूमधाम से मनाया जाता है। सभी प्रमुख भारतीय शहरों ने उत्सव का रूप धारण कर लिया है। इस अवसर के लिए दुकानों और बाज़ारों को सजाया जाता है और आकर्षक सौदे पेश किए जाते हैं। कैरल गाना, मिलन-समारोह और उपहारों का आदान-प्रदान क्रिसमस की भावना को बढ़ाता है। क्रिसमस पार्टियां नए साल के लिए जश्न शुरू करती हैं, इस प्रकार कम से कम एक सप्ताह के लिए उत्सव के मूड को बनाए रखती हैं।

कुंभ मेला (KumbhMela)

कुंभमेला को भारत में सबसे महत्वपूर्ण धार्मिक आयोजनों में से एक माना जाता है। त्योहार की उत्पत्ति अमृत से भरे घड़े "अमृतकुंभ" के कब्जे को लेकर देवताओं और राक्षसों के बीच संघर्ष में प्राचीन मान्यता में निहित है।

यह मेला 4 स्थानों - हरिद्वार, इलाहाबाद, नासिक और उज्जैन में मनाया जाता है। विदेशी परंपराओं और भारत के धार्मिक रहस्यवाद के बारे में अपनी जिज्ञासा से खींचे गए इस महत्वपूर्ण आयोजन में भाग लेने के लिए दुनिया भर से लोग आते हैं। पवित्र नदी में डुबकी लगाने के लिए बड़ी संख्या में साधु गंगा के तट पर इकट्ठा होते हैं और लोग इस शुभ अवसर पर हरिद्वार में 'हरके पौड़ी' घाट पर स्नान करते हैं। शोर सभी विवरणों को चकित करता है, भस्म लगे साधुओं के चिल्लाने और चीखने के साथ घोड़ों की हिनहिनाहट, हाथियों की चिंघाड़, ऊंटों की घुरघुराहट, बैलों की गर्जना, और जैसे कि ये पर्याप्त नहीं हैं, घड़ियाल और नगाड़े बज रहे हैं ढोल पीट रहे हैं, तुरही बजा रहे हैं, कोंडी के गोले उड़ रहे हैं और घंटियाँ बज रही हैं।

रामेश्वरम मंदिर (Rameshwaram temple)

रामेश्वरम मंदिर देश के सबसे प्रसिद्ध हिंदू मंदिरों में से एक है। यह पम्बन द्वीप पर भारतीय स्थलडमरूमध्य के सिरे पर स्थित है। यह पवित्र स्थान एक महत्वपूर्ण तीर्थ स्थल है क्योंकि यह बारह ज्योतिर्लिंगों में से एक है। मंदिर में श्री नामक 'लिंग' के आकार में एक मुख्य देवता शामिल है।

श्रीमहावीरजी मंदिर (ShriMahavirji Temple)

श्रीमहावीरजी मंदिर, जिसे अतिक्षेत्र के नाम से भी जाना जाता है, राजस्थान में करौली जिले के चंदनपुर गाँव में स्थित है। जैनियों के चौबीसवें तीर्थंकर, भगवान महावीर की प्राचीन मूर्ति के मिट्टी से निकाले जाने के बाद यह गांव प्रमुखता से उभरा। इस प्रकार, इस घटना के बाद इसका नाम बदलकर 'श्रीमहावीरजी' कर दिया गया।

सोमनाथ (Somnath)

सोमनाथ, 'आदि ज्योतिर्लिंग श्री सोमनाथ महादेव' का घर हिंदुओं के लिए एक पवित्र स्थान है। हालांकि सोमनाथ का शाब्दिक अर्थ है "चंद्रमा भगवान", यह मंदिर वास्तव में भगवान शिव को समर्पित है और माना जाता है कि यह बारह ज्योतिर्लिंगों में से एक है। सोमनाथ गुजरात में वेरावल के पास, भारत की पश्चिमी तट पर स्थित है।

त्र्यंबकेश्वर मंदिर (Trimbakeshwar Temple)

त्र्यंबकेश्वर मंदिर भारत में सबसे अधिक सम्मानित और पवित्र तीर्थ स्थलों में से एक है। इसे गोदावरी नदी का उद्गम स्थल भी कहा जाता है क्योंकि इस जलकुंड के अस्तित्व से जुड़ी कई किंवदंतियाँ हैं। इस मंदिर को पवित्र घोषित किए जाने का एक मुख्य कारण त्र्यंबकेश्वर है

वैष्णो (Vaishno)

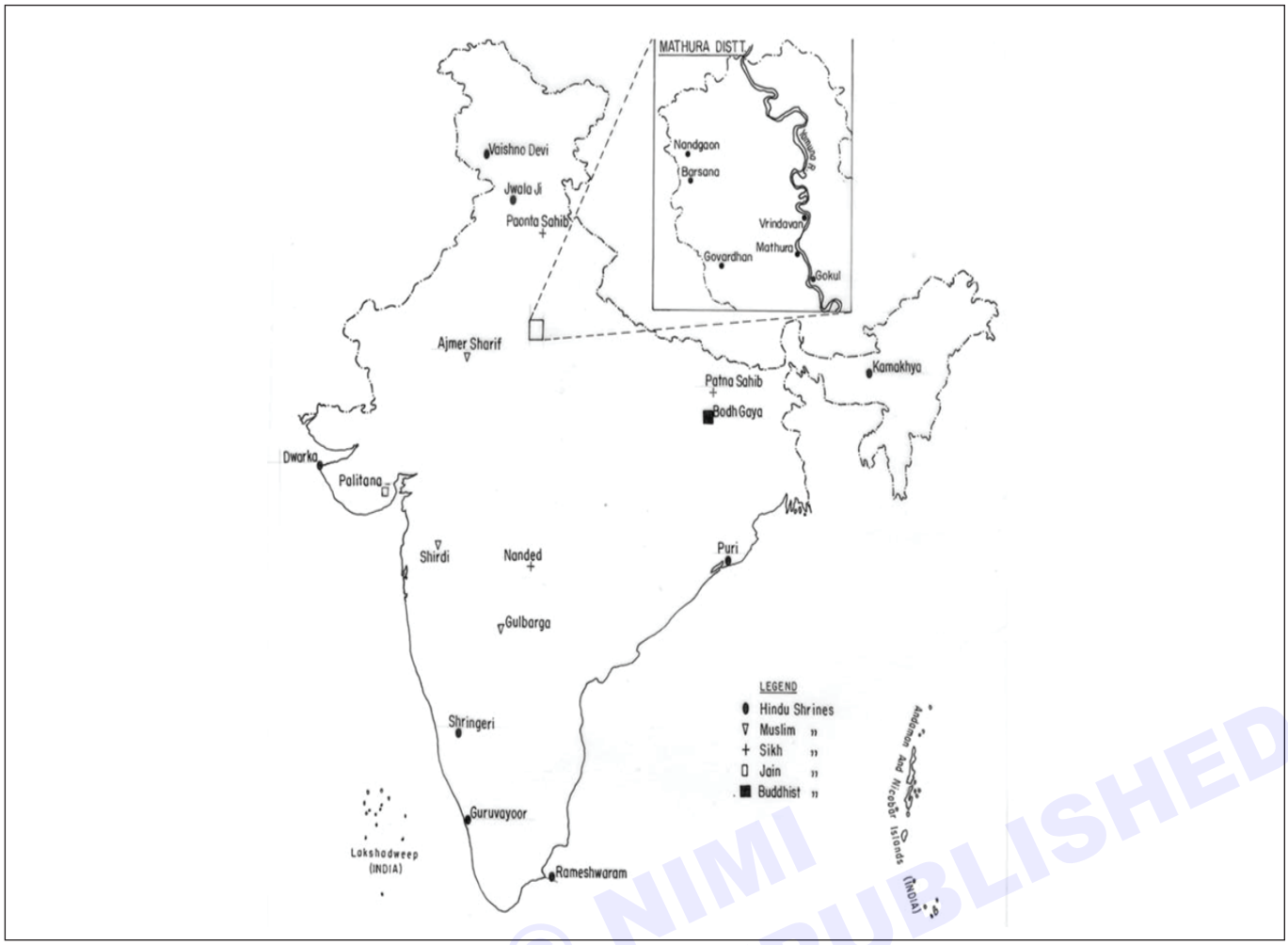
श्री माता वैष्णो देवी दुनिया के सबसे महत्वपूर्ण हिंदू मंदिरों में से एक है

हर साल 8 मिलियन से अधिक भक्तों को प्राप्त करने वाला मंदिर, भारत में जम्मू और कश्मीर की सुरम्य पहाड़ियों में स्थित है, त्रिकूट के रूप में तीन-शिखर वाले पर्वत में 5200 फीट की ऊंचाई पर स्थित एक गुफा मंदिर है। यह एक छोटे के पास है।

यमुनोत्री (Yamunotri)

यमुनोत्री सबसे प्रसिद्ध और पवित्र तीर्थ स्थलों में से एक है, जो सुंदर और भव्य हिमालय के बीच में स्थित है। आगंतुकों का कहना है कि इस तीर्थस्थल की सुंदरता लुभावनी है, चाहे वे कितनी भी बार यहां क्यों न आए हों। नदी के उद्गम को श्रद्धांजलि देने के लिए देश भर से हिंदू यहां आते हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED



© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

अन्य महत्वपूर्ण मंदिर (Other Important Shrines)

वराह मंदिर 12वीं शताब्दी में बनाया गया था और कहा जाता है कि मुगल बादशाह औरंगजेब ने इसे नष्ट कर दिया था। औरंगज़ेब एक आदमी के शरीर और एक सूअर के सिर के साथ भगवान वराह की विशाल मूर्ति से काफी परेशान था।

गुरुद्वारा हरमंदिर साहिब (Gurudhwara Harmandir Shaib)

दिव्य अमृत (झील) पर पवित्र स्वर्ण भवन का अद्वितीय प्रतिबिंब और तीर्थ परिसर में घूमने वाले तीर्थयात्रियों की भीड़ भारत में इस लोकप्रिय धार्मिक स्थान की यात्रा करने का आग्रह करती है। चौथे सिख गुरु, रामदास साहिब जी द्वारा निर्मित, गुरुद्वारा हरमंदिर साहिब भारत में घूमने के लिए सबसे महत्वपूर्ण सिख तीर्थ स्थल है। सोने का पानी चढ़ा मंदिर कई सिख ऐतिहासिक घटनाओं की याद दिलाता है। शांति का अग्रदूत, स्वर्ण मंदिर भारत में किसी विरासत से कम नहीं है।

हेमकुंड साहिब (Hemkund Sahib)

देश के सबसे सुंदर स्थानों में से एक में स्थित, हेमकुंड साहिब भारत में धार्मिक यात्रा में आकर्षण जोड़ता है। भारत में अन्य सिख तीर्थस्थलों के विपरीत, हेमकुंड साहिब में एक पंचकोणीय संरचना है। इस स्थान की प्राकृतिक सुंदरता उल्लेखनीय है क्योंकि यह मंदिर बर्फ से ढकी ऊंची पहाड़ियों के बीच स्थित है। प्रतिकूल जलवायु परिस्थितियों के बावजूद तीर्थयात्री यहां जिस तरह की भक्ति दिखाते हैं, उसे देखकर कोई भी दंग रह जाएगा। हेमकुंड साहिब का आध्यात्मिक माहौल आपको यहां कुछ देर और रुकने के लिए प्रेरित कर सकता है।

अजमेर शरीफ अजमेर शरीफ (Ajmer Sharif in Ajimer)

ख्वाजा मोइनुद्दीन चिश्ती यहाँ शांति से लेटे थे, लोगों की इच्छाएँ सुनते थे और उन्हें पूरा करते थे। एक बार जब आप दरगाह के उस द्वार से प्रवेश करते हैं तो एक विचित्र शांति आप पर हावी हो जाती है। अजमेर में एक पवित्र तीर्थस्थल, दरगाह शरीफ में हर साल दुनिया भर से लाखों भक्त आते हैं। दरगाह कई कारणों से किसी का भी दिल मोह लेती है; निश्चित रूप से इस जगह के बारे में कुछ ऐसा है जो जादुई है कि विभिन्न धर्मों के लोग यहां आकर काम करते हैं। हालांकि दरगाह में हमेशा भीड़ रहती है, अजमेर शरीफ जाने का सबसे अच्छा समय उर्स त्योहार के दौरान होता है। हर साल आयोजित होने वाले इस त्योहार के दौरान यह जगह जीवंत हो उठती है।

वेलंकन्नी चर्च (Velankanni Church)

यदि आप तमिलनाडु के नागापट्टिनम जिले में स्थित वेलंकन्नी चर्च को देखने से चूक जाते हैं तो भारत में धार्मिक यात्रा अधूरी रह जाएगी। कई गोथिक शैली के चर्चों की तरह वेलंकन्नी चर्च या बेसिलिका ऑफ अवर लेडी ऑफ गुड हेल्थ में सुंदर वास्तुकला है लेकिन पर्यटकों को इस चर्च की ओर सबसे ज्यादा आकर्षित करने वाला चर्च का निर्माण इतिहास है। ऐसा माना जाता है कि एक पुर्तगाली नाविक द्वारा बनाया गया था जो सर्वोच्च शक्ति के प्रति आभार के रूप में एक हिंसक समुद्री तूफान से बच गया था, यह चर्च वास्तव

में भारत में आस्था के महत्वपूर्ण स्तंभों में से एक है। हर साल मई के जन्म का पर्व यहां मनाया जाता है और इसमें दुनिया भर से लाखों भक्त शामिल होते हैं।

गोवा (Goa)

गोवा किसी भी तरह से भारत में एक क्लिच तीर्थस्थल नहीं है; हालाँकि, गोवा में चर्चों की संख्या उचित है कि यह भारत में धार्मिक पर्यटन स्थलों की सूची में क्यों होना चाहिए। पुर्तगाली सभ्यता की एक विरासत जिसने बहुत लंबे समय तक राज्य पर शासन किया, गोवा में चर्च देखने लायक हैं। ईसाई धर्म के प्रतीक होने के साथ-साथ, ये भवन भारत के स्थापत्य संग्रह में बड़े पैमाने पर योगदान करते हैं। गोवा में सबसे प्रसिद्ध चर्चों में बेसिलिका ऑफ बॉम जीसस, चर्च ऑफ द लेडी ऑफ इमैक्युलेट कॉन्सेप्शन, चर्च ऑफ सेंट लॉरेंस एंड चर्च और कॉन्वेंट ऑफ सेंट फ्रांसिस ऑफ असीसी शामिल हैं।

शिरडी (Shirdi)

धर्म, जाति, पंथ और अन्य प्रकार के भेदभाव के बारे में भूल जाओ, महाराष्ट्र में शिरडी शुद्ध आध्यात्मिकता का प्रवेश द्वार है। अपने पूरे जीवन में अत्यंत श्रद्धेय साईं बाबा ने एक ईश्वर (सब का मालिक एक) के बारे में उपदेश दिया और इस प्रकार अपने लिए कई अनुयायी अर्जित किए। आज, उनका मूल स्थान, शिरडी धर्म, रंग या पंथ के बावजूद शांति, आध्यात्मिकता की खोज करने वाले और इस महान संत को श्रद्धांजलि देने वाले भक्तों की भीड़ से भरा हुआ है। इसलिए, शिरडी भारत में सबसे अधिक देखे जाने वाले धर्म स्थलों में से एक है।

भारत का संगीत समारोह (Music concert of India)

- एक संगीत कार्यक्रम दर्शकों के सामने संगीत का जीवंत प्रदर्शन है। प्रदर्शन एकल संगीतकार द्वारा हो सकता है, जिसे कभी-कभी गायन कहा जाता है, या एक संगीत पहनावा, जैसे ऑर्केस्ट्रा, गाना बजाने वालों या संगीत बैंड द्वारा।

भारत में प्रसिद्ध प्रदर्शनी और सम्मेलन केंद्र (Famous Exhibition & convention Centers in India)

आंध्र प्रदेश (Andhra Pradesh)

- हाईटेक्स प्रदर्शनी केंद्र (हैदराबाद)
- हैदराबाद इंटरनेशनल कन्वेंशन सेंटर (HICC)

  (हैदराबाद)
- प्रदर्शनियों और सम्मेलनों के लिए लियोनिया इंटरनेशनल सेंटर (हैदराबाद)
- रवींद्र भारती (हैदराबाद)
- शिल्पकला वेदिका (हैदराबाद)
- प्रदर्शनियों और सम्मेलनों के लिए VPR केंद्र (आंध्र प्रदेश)

बिहार (Bihar)

- श्री कृष्णा मेमोरियल हॉल (पटना)
- पटना इंटरनेशनल कन्वेंशन सेंटर (पटना)

गुजरात (Gujarat)

- महात्मा मंदिर (गांधीनगर)
- गुजरात विश्वविद्यालय सम्मेलन और प्रदर्शनी केंद्र, गांधी निगम (अहमदाबाद)

कर्नाटक (Karnataka)

- बैंगलोर अंतर्राष्ट्रीय प्रदर्शनी केंद्र (बैंगलोर)
- बैंगलोर पैलेस (बैंगलोर)
- डॉ. टी.एम.ए. पई इंटरनेशनल कन्वेंशनल सेंटर (मैंगलोर) (दक्षिण कनारा)

केरल (Kerala)

- वायथिरी विलेज कन्वेंशन सेंटर (केरल)
- अल सज कन्वेंशन सेंटर (त्रिवेंद्रम)
- CIAL व्यापार मेला और प्रदर्शनी केंद्र (कोच्चि)
- लुलु कन्वेंशन सेंटर (त्रिशूर)
- अंतर्राष्ट्रीय सम्मेलन केंद्र (थुरावूर) (अंगमाली)

महाराष्ट्र (Maharashtra)

- बॉम्बे कन्वेंशन एंड एक्जीबिशन सेंटर (मुंबई)
- इंटरनेशनल कन्वेंशन सेंटर, पुणे

मध्य प्रदेश (Madhya Pradesh)

- ब्रिलियंट कन्वेंशन सेंटर (इंदौर)

राष्ट्रीय राजधानी क्षेत्र (एनसीआर) (National Capital Region (NCR))

- इंडिया हैबिटेट सेंटर (नई दिल्ली)
- प्रगति मैदान (नई दिल्ली)
- विज्ञान भवन (नई दिल्ली)

तमिलनाडु (Tamil Nadu)

- चेन्नई व्यापार केंद्र

पश्चिम बंगाल (West Bengal)

- साइंस सिटी (कोलकाता)
- मिलन मेला प्रांगण (कोलकाता)
- नजरुल मंच (कोलकाता)
- सुकांत मंच (कोलकाता)
- कोलकाता इंटरनेशनल कन्वेंशन सेंटर, न्यू टाउन (कोलकाता)
- अंतर्राष्ट्रीय वित्तीय हब कन्वेंशन सेंटर (कोलकाता)
- नीचे दी गई टेबल में दुनिया में सबसे अधिक देखे जाने वाले संग्रहालयों की सूची है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

No.	Museum	City	Country
1	Louvre	Paris	France
2	British Museum	London	United Kingdom
3	Metropolitan Museum of Art	New York City	United States
4	National Gallery	London	United Kingdom
5	Vatican Museums	Vatican City (Rome)	Vatican City
6	Tate Modern	London	United Kingdom
7	National Palace Museum	Taipei	Taiwan
8	National Gallery of Art	Washington, D.C.	United States
9	Musee National d'Art Moderne	Paris	France
10	Museed Orsay	Paris	France
11	Victoria and Albert Museum	London	United Kingdom
12	Reina Sofía	Madrid	Spain
13	Museum of Modern Art	New York City	United States
14	National Museum of Korea	Seoul	South Korea
15	State Hermitage Museum	St. Petersburg	Russia
16	National Folk Museum of Korea	Seoul	South Korea
17	Rijksmuseum	Amsterdam	Netherlands
18	Somerset House	London	United Kingdom
19	Museo del Prado	Madrid	Spain
20	The National Art Center	Tokyo	Japan
21	Centro Cultural Banco do Brasil	Rio de Janeiro	Brazil
22	National Portrait Gallery	London	United Kingdom
23	Shanghai Museum	Shanghai	China
24	National Gallery of Victoria	Melbourne	Australia
25	Galleria degli Uffizi	Florence	Italy
26	MuCEM	Marseille	France
27	National Museum of Scotland	Edinburgh	United Kingdom
28	Moscow Kremlin	Moscow	Russia
29	J. Paul Getty Museum	Los Angeles	United States
30	FAMSF	San Francisco	United States
31	Art Institute of Chicago	Chicago	United States
32	Saatchi Gallery	London	United Kingdom
33	Centro Cultural Banco do Brasil	Brasilia	Brazil
34	National Galleries of Scotland	Edinburgh	United Kingdom
35	Van Gogh Museum	Amsterdam	Netherlands
36	Grand Palais	Paris	France
37	Tokyo National Museum	Tokyo	Japan
38	Tate Britain	London	United Kingdom
39	Tretyakov Gallery	Moscow	Russia
40	Dalí Theatre and Museum	Figueres	Spain

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

No.	Museum	City	Country
41	Musée du quaiBranly	Paris	France
42	Doge's Palace	Venice	Italy
43	Gyeongju National Museum	Gyeongju	South Korea
44	Australian Centre for the Moving Image	Melbourne	Australia
45	Pergamon Museum	Berlin	Germany
46	Galleria dell'Accademia	Florence	Italy
47	Queensland Art Gallery/GoMA	Brisbane	Australia
48	Mori Art Museum	Tokyo	Japan
49	LACMA	Los Angeles	United States
50	SAAM/Renwick Gallery	Washington, D.C.	United States
51	Guggenheim Museum	New York City	United States
52	InstitutValenciàd'Art Modern	Valencia	Spain
53	Art Gallery of New South Wales	Sydney	Australia
54	National Museum of Western Art	Tokyo	Japan
55	Museum of Fine Arts	Boston	United States
56	MuseoSoumaya	Mexico City	Mexico
57	Acropolis Museum	Athens	Greece
58	National Portrait Gallery	Washington, D.C.	United States
59	National Art Museum of China	Beijing	China
60	Kelvingrove Art Gallery and Museum	Glasgow	United Kingdom
61	Royal Academy of Arts	London	United Kingdom
62	Montreal Museum of Fine Arts	Montreal	Canada
63	Museum of Liverpool	Liverpool	United Kingdom
64	Israel Museum	Jerusalem	Israel
65	Belvedere	Vienna	Austria
66	Royal Ontario Museum	Toronto	Canada
67	Serpentine Galleries	London	United Kingdom
68	Thyssen-Bornemisza Museum	Madrid	Spain
69	Neues Museum	Berlin	Germany
70	Centro Cultural Banco do Brasil	São Paulo	Brazil
71	Guggenheim Museum	Bilbao	Spain
72	Museu Picasso	Barcelona	Spain
73	Musée de l'Orangerie	Paris	France
74	MCA Australia	Sydney	Australia
75	CaixaForum Barcelona	Barcelona	Spain
76	Art Gallery of Ontario	Toronto	Canada
77	Museum of Fine Arts	Houston	United States
78	Melbourne Museum	Melbourne	Australia
79	Merseyside Maritime Museum	Liverpool	United Kingdom
80	Louvre-Lens	Lens	France

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

No.	Museum	City	Country
81	Royal Palace of Milan	Milan	Italy
82	CaixaForum Madrid	Madrid	Spain
83	Kunsthistorisches Museum	Vienna	Austria
84	National Gallery of Australia	Canberra	Australia
85	Ashmolean Museum	Oxford	United Kingdom
86	Palais de Tokyo	Paris	France
87	World Museum Liverpool	Liverpool	United Kingdom
88	Muséed'Art Moderne de la Ville de Paris	Paris	France
89	UllensCenter for Contemporary Art	Beijing	China
90	Stedelijk Museum Amsterdam	Amsterdam	Netherlands
91	Seattle Art Museum	Seattle	United States
92	Royal Museums of Fine Arts of Belgium	Brussels	Belgium
93	Huntington Library	San Marino	United States
94	Art Gallery of South Australia	Adelaide	Australia
95	National Portrait Gallery	Canberra	Australia
96	Hirshhorn Museum	Washington, D.C.	United States
97	MACBA	Barcelona	Spain
98	National Gallery of Ireland	Dublin	Ireland
99	Philadelphia Museum of Art	Philadelphia	United States
100	MuseuNacionald'Art de Catalunya	Barcelona	Spain
101	Tel Aviv Museum of Art	Tel Aviv	

Natyanjali dance festival

नटंजलि नृत्य उत्सव हर साल फरवरी-मार्च के महीनों के दौरान आयोजित किया जाता है और यह पांच दिनों का उत्सव है। यह नृत्य उत्सव सार्वभौमिक नर्तक भगवान शिव को समर्पित है, जिन्हें भगवान नटराज के रूप में जाना जाता है। यह त्योहार तमिलनाडु के चिदंबरम शहर में आयोजित किया जाता है। यह त्योहार महा शिवरात्रि से शुरू होता है, जो भगवान शिव को समर्पित है और चिदंबरम मंदिर के प्राकार में आयोजित किया जाता है।

भगवान नटराज को समर्पण के रूप में हजारों साल पहले निर्मित यह शानदार मंदिर एक सुंदर पृष्ठभूमि बनाता है। सोने की छत वाले मंदिर और खंभों की भव्यता के साथ सेटिंग वास्तव में दिव्य है। तमिलनाडु के शास्त्रीय नृत्य भरतनाट्यम की 108 मुद्राओं या मुद्राओं में भगवान शिव को चित्रित किया गया है।

तमिलनाडु सरकार का पर्यटन विभाग, भारत सरकार का पर्यटन मंत्रालय और नाट्यंजलि ट्रस्ट, चिदंबरम संयुक्त रूप से इस उत्सव या उत्सव का आयोजन करते हैं। यह त्यौहार भारत भर के नर्तकों को भारी भीड़ के सामने आने और प्रदर्शन करने का अनूठा अवसर प्रदान करता है।

मामल्लपुरम नृत्य उत्सव (Mamallapuram dance festival)

मामल्लपुरम नृत्य उत्सव हर साल दिसंबर-जनवरी के दौरान तमिलनाडु के ममल्लापुरम में आयोजित किया जाता है। यह नृत्य महोत्सव पर्यटन विभाग, सरकार द्वारा आयोजित किया जाता है। तमिलनाडु का मामल्लपुरम कभी पल्लवों का प्राचीन बंदरगाह था। मामल्लपुरम पल्लव बंदरगाह के लिए प्रसिद्ध और प्राचीन 7 वीं शताब्दी का केंद्र है। अब यह नृत्य के एक जीवंत उत्सव की मेजबानी करता है, भरतनाट्यम, कुचिपुड़ी, कथक और कथकली के प्रतिपादक पल्लव रॉक मूर्तियों की शानदार पृष्ठभूमि के खिलाफ प्रदर्शन करते हैं।

मामल्लपुरम लोकप्रिय समुद्र तट रिज़ॉर्ट और एक सांस्कृतिक मोर्चा है, विशेष रूप से उन पर्यटकों के लिए, जो समृद्ध परंपराओं को आत्मसात करना और सोखना पसंद करते हैं। यह विश्व नगर समुद्र तट प्राचीन स्मारकों, मूर्तियों, गुफाओं, अखंड मंदिरों से भरा हुआ है और मंदिर के पत्थर संगीत और नृत्य की लय से गूंजने लगते हैं।

भारत में विभिन्न प्रकार की आर्ट गैलरी हैं और नीचे कुछ सबसे महत्वपूर्ण आर्ट गैलरी का उल्लेख किया गया है।

1 **ललित कला अकादमी, कलकत्ता (Academy of fine arts, calcutta):** यह 1933 के दौरान स्थापित भारत की बहुत पुरानी आर्ट गैलरी में से एक है। यहां प्रख्यात भारत और विदेशी पेंटिंग प्रदर्शित की गई हैं, जिनमें से कुछ रवींद्रनाथ टैगोर की तस्वीर वाली सर्दियों की शाम की लड़की हैं।

2 **सरकारी संग्रहालय और आर्ट गैलरी चंडीगढ़ (The government museum & art gallery chandigarh):** यह 1988 के दौरान जनता के लिए खुला है। इसमें विभिन्न मूर्तियां, वास्तुकला और कला पेंटिंग हैं, प्रसिद्ध कलाकार जैसे रविवर्मा, अमीरथ शेर, गिल, टैगोर, नंदलाल बोस, लघु भारतीय पेंटिंग भी हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

3 **सरकारी संग्रहालय चेन्नई (Government museum Chennai):** यह 1851 के दौरान खोला गया दूसरा पुराना संग्रहालय है। इसमें प्रदर्शन के रूप में पारंपरिक ताजोर पेंटिंग और तविवर्मा पेंटिंग हैं।

4 **विक्टोरिया मेमोरियल, कोलकाता (Victoria memorial, kolkatta):** गैलरी 1921 के दौरान खुली है। इसमें भारतीय और विदेशी चित्रों के विभिन्न खंड हैं। पेंटिंग महारानी विक्टोरिया को समर्पित है। पश्चिमी चित्रकला के संग्रह में चार्ल्स डॉयली, जोहान ज़ोफ़नी पेंटिंग शामिल हैं।

भारत में द्वीप (Islands in India): भारत में 1208 द्वीप हैं (निर्वासित सहित)। अंडमान और निकोबार द्वीप समूह और लक्षद्वीप द्वीप समूह इनिडा में मुख्य द्वीप हैं केवल अंडमान द्वीप समूह में खारे पानी के मगरमच्छ का निवास स्थान है जो बंडेंस में भ्रमण करता है। अंडमान का राजकीय पशु डुगोंग (समुद्री गाय) है।

तटीय क्षेत्र और समुद्र तट (Coastal area & beaches): समुद्र तटों का प्राकृतिक आकर्षण चारों ओर बिखरा हुआ है यह भी 7500 किमी लंबी तटीय रेखा है। सभी को आकर्षित करने के लिए समुद्र तट स्वाभाविक रूप से सुंदरता के साथ मिश्रित होते हैं।

हमारा देश समुद्र और समुद्र तटों से घिरा हुआ है और कुछ अविश्वसनीय प्राकृतिक समुद्र तट हैं। समुद्र तट की छुट्टी अधिकांश लोगों के लिए प्रकृति की महिमा में आराम करने का विचार है। कुछ सौंदर्य समुद्र तट हैं;

1 अगोंडा बीच, गोवा
2 रामा कृष्णा बीच, वीजा
3 मारारी बीच, अलप्पुझा, केरल
4 धनुसिकोडी समुद्र तट, रामेश्वरम (भूमि दक्षिण छोर)
5 हैवलॉक द्वीप, अंडमान द्वीप
6 मरीना बीच, चेन्नई
7 पुरी बीच, उड़ीसा
8 कोवलम बीच, कोवलम
10 गोपीनाथ बीच, गुजरात

आर्ट गेलेरी (Art galleries): भारत की अपनी शैली और कला का जुनून है, इसे फोर्क कला कहा जाता है। एक अन्य कला भी है जो ग्रामीण क्षेत्रों में प्रसिद्ध है और इसे जनजातीय कला कहा जाता है।

कला को मूर्तियों, चित्रों और वास्तुकला के रूप में परिभाषित किया गया है, संगीत, सिनेमा और नृत्य जैसी अन्य पसंदीदा कलाओं को भी कला के रूप में परिभाषित किया गया है।

दुनिया में सबसे अधिक देखे जाने वाले कला संग्रहालयों में से कुछ (Some of the most visited art museums in the world)

- लौवर, पेरिस में, दुनिया के सबसे बड़े संग्रहालयों में से एक है और दुनिया में सबसे अधिक देखा जाने वाला कला संग्रहालय है।
- ब्रिटिश संग्रहालय, लंदन, यूनाइटेड किंगडम (Fig 8)
- द मेट्रोपॉलिटन म्यूज़ियम ऑफ़ आर्ट, न्यूयॉर्क सिटी, युनाइटेड स्टेट्स (Fig 9)

Fig 8



Fig 9



- नेशनल गैलरी, लंदन, यूनाइटेड किंगडम (Fig 10)
- वेटिकन संग्रहालय, वेटिकन सिटी (Fig 11)

Fig 10



Fig 11



© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- राष्ट्रीय पैलेस संग्रहालय, ताइपेई, ताइवान (Fig 12)

Fig 12



- टेट मॉडर्न, लंदन, यूनाइटेड किंगडम (Fig 13)

Fig 13



- कला की राष्ट्रीय गैलरी, वाशिंगटन, डी.सी., संयुक्त राज्य अमेरिका (Fig 14)
- द सेंटर पोम्पिडो, पेरिस, फ्रांस (Fig 15)
- मुसी डी'ऑर्से, पेरिस, फ्रांस (Fig 16)
- विक्टोरिया और अल्बर्ट संग्रहालय, लंदन, यूनाइटेड किंगडम(Fig 17)
- कोरिया का राष्ट्रीय संग्रहालय, सियोल, दक्षिण कोरिया(Fig 18)

Fig 14



Fig 15



Fig 16



Fig 17



Fig 18



© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

भारत की सांस्कृतिक विरासत और भारत में सांस्कृतिक पर्यटन (Cultural heritage of india & cultural tourism in india)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **भारतीय संस्कृति की विशिष्टता के बारे में जानें**
- **भारत की संस्कृति और विरासत के प्रभाव के बारे में ज्ञान इकट्ठा करें**
- **भारत में संस्कृति पर्यटन के बारे में जानें**
- **भारत और विश्व भूगोल में सांस्कृतिक महत्व के स्थलों को जानें।**

भारतीय संस्कृति की विशिष्टता (Uniqueness of Indian Culture)

भारत विविध संस्कृतियों का देश है। भौतिक, जलवायु परिस्थितियों में भिन्नता और अन्य संस्कृतियों के संपर्क की सीमा ने विभिन्न क्षेत्रों की परंपराओं और संस्कृति को बहुत प्रभावित किया है। स्थानीय आवश्यकताओं के प्रभावों के आधार पर प्रथाओं में भिन्नता के साथ, पूरे भारत के लिए एक अंतर्निहित बुनियादी कारक सामान्य है। इसके अलावा, भारत की महानता सभी आक्रमणकारियों से सर्वश्रेष्ठ स्वीकार कर रही है और मौजूदा के साथ नए रीति-रिवाजों और शैलियों को मिला रही है - यह सभी पहलुओं में दिखाई देती है - संगीत, नृत्य, पेंटिंग, मूर्तियां, वास्तुकला। भौतिक, धार्मिक, भाषाई और कलात्मक क्षेत्रों में अपनी विविधता और विविधता के कारण भारत की संस्कृति अद्वितीय है।

भारतीय सांस्कृतिक विरासत 5000 वर्ष पुरानी है। दुनिया के बहुत कम देशों में सामाजिक और धार्मिक संरचना है जो आक्रमणों का सामना करती है और फिर भी उन्हें पूरी तरह से बदलने या नष्ट करने के सभी प्रयासों को आत्मसात करने, अनदेखा करने या अस्वीकार करने के लिए पर्याप्त लचीला होने के कारण अपनी पहचान बनाए रखती है। विभिन्न अवधियों के दौरान भारत के सांस्कृतिक प्रभाव निम्नलिखित हैं।

प्रागैतिहासिक प्रभाव (Pre-historic Influence)

सिंधु घाटी सभ्यता इस क्षेत्र में सबसे पहले ज्ञात है। हालांकि सभ्यता के उदय और उसके बाद के पतन के बारे में बहुत कम जानकारी है, मोहनजोदड़ो और हड़प्पा (अब पाकिस्तान में) के जुड़वां शहरों को पुजारियों द्वारा शासित माना जाता है और हिंदू धर्म की शुरुआत होती है। इन सभ्यताओं को एक परिष्कृत जीवन शैली, सौंदर्यशास्त्र की एक उच्च विकसित भावना, नगर नियोजन का एक आश्चर्यजनक ज्ञान और एक लिपि भाषा के लिए जाना जाता था जो आज तक अनिर्दिष्ट है।

प्राचीन प्रभाव (Ancient Influence)

1500 ईसा पूर्व के आसपास भारत-यूरोपीय समूह के आगमन ने सिंधु घाटी सभ्यता के पतन को अंतिम रूप प्रदान किया। वैदिक युग की शुरुआत में, भारत-यूरोपीय समूह उत्तर से आए और भारत के बड़े हिस्से में फैल गए और अपने साथ अपनी संस्कृति और धार्मिक विश्वास लाए। चार वेद, या हिंदू धर्म की महत्वपूर्ण पुस्तकें, इस काल में संकलित की गई थीं।

567 ईसा पूर्व में, बौद्ध धर्म के संस्थापक - गौतम बुद्ध - का जन्म हुआ था। इस दौरान महावीर भी रहे, जिन्होंने जैन धर्म की स्थापना की। दो सौ साल बाद, चौथी शताब्दी ईसा पूर्व में, मौर्य वंश के सम्राट अशोक, इतिहास के सबसे महान राजाओं में से एक, ने पाटलिपुत्र (वर्तमान पटना और बिहार की राजधानी) में स्थित मगध साम्राज्य का नेतृत्व किया, जो लगभग सभी को अपने कब्जे में ले लिया। अब आधुनिक भारत है।

मध्यकालीन प्रभाव (Medieval Influence)

गुप्त राजवंश मौर्य के बाद उत्तर में शासन करने के लिए सबसे महान था, जिसे 'भारत के स्वर्ण युग' के रूप में जाना जाता था, जबकि भारत के दक्षिणी भाग में कई अलग-अलग साम्राज्य-चोल, पांड्य और चेर-प्रसार और 1100 के दशक के अंत तक यूरोप और एशिया के अन्य भागों के साथ व्यापार बढ़ता गया।

लगभग उसी समय यूरोप से ईसाई धर्म का भारत में प्रवेश हुआ। किंवदंती है कि सेंट थॉमस द एपोस्टल 52 ईस्वी में भारत आया था। लगभग 7वीं शताब्दी ईस्वी में ज़ोरोस्ट्रियंस या पारसियों का एक समूह गुजरात में उतरा और आज भारत में धर्मों के बड़े मिश्रण का हिस्सा बन गया, जिनमें से प्रत्येक अपने महत्वपूर्ण और विशिष्ट स्वाद को जोड़ता है। 15वीं शताब्दी में गुरु नानक ने पंजाब में सिख धर्म की नींव रखी।

मुगल प्रभाव (Mughal Influence)

मुगल मध्य एशिया से आए और जल्द ही उपमहाद्वीप के अधिकांश उत्तरी हिस्सों पर अपना अधिकार कर लिया। मुगल शासकों ने मध्य एशियाई कला और वास्तुकला को भारत में पेश किया। मुगलों और विभिन्न राजपूत राज्यों के अलावा, कई स्वतंत्र हिंदू राज्य, जैसे कि विजयनगर साम्राज्य, मराठा साम्राज्य और अहोम साम्राज्य क्रमशः दक्षिणी, पश्चिमी और उत्तर-पूर्वी भारत में एक साथ फले-फूले।

औपनिवेशिक प्रभाव (Colonial Influence)

यूरोपीय-पुर्तगाली, फ्रेंच डच, डेनिश और ब्रिटिश-1600 के दशक की शुरुआत में वास्को डी गामा द्वारा सफलतापूर्वक 1498 में यूरोप से भारत के लिए एक नया समुद्री मार्ग खोजने के बाद आना शुरू हुआ। 1617 में, ब्रिटिश ईस्ट इंडिया कंपनी को मुगल सम्राट जहांगीर द्वारा अनुमति दी गई थी। भारत में व्यापार करने के लिए। 1857 में भारत के प्रथम स्वतंत्रता संग्राम के बाद, सारी शक्ति ईस्ट इंडिया कंपनी से ब्रिटिश क्राउन को स्थानांतरित कर दी गई थी, जिसने अधिकांश भारत को एक उपनिवेश के रूप में प्रशासित करना शुरू कर दिया था।

भारत में सांस्कृतिक पर्यटन (Cultural tourism in india)

सांस्कृतिक पर्यटन को 'अपनी सांस्कृतिक आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए नई जानकारी और अनुभव इकट्ठा करने के इरादे से, अपने सामान्य निवास स्थान से दूर सांस्कृतिक आकर्षण के लिए व्यक्तियों की आवाजाही' के रूप में परिभाषित किया गया है। विदेशी "अन्य" को देखकर इन

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

सांस्कृतिक आवश्यकताओं में किसी की अपनी सांस्कृतिक पहचान को मजबूत करना शामिल हो सकता है

सांस्कृतिक पर्यटन (या संस्कृति पर्यटन) एक देश या क्षेत्र की संस्कृति से संबंधित पर्यटन का सबसेट है, विशेष रूप से उन भौगोलिक क्षेत्रों में लोगों की जीवन शैली, उन लोगों का इतिहास, उनकी कला, वास्तुकला, धर्म और अन्य तत्व जिसने उनके जीवन के तरीके को आकार देने में मदद की। सांस्कृतिक पर्यटन में शहरी क्षेत्रों में पर्यटन, विशेष रूप से ऐतिहासिक या बड़े शहरों और उनकी सांस्कृतिक सुविधाएं जैसे संग्रहालय और थिएटर शामिल हैं। इसमें स्वदेशी सांस्कृतिक समुदायों (अर्थात् त्योहार, अनुष्ठान) की परंपराओं और उनके मूल्यों और जीवन शैली को प्रदर्शित करने वाले ग्रामीण क्षेत्रों में पर्यटन भी शामिल हो सकता है।

सांस्कृतिक पर्यटन भारत हाल के वर्षों में पर्यटन क्षेत्र में भारत की उल्कापिंड वृद्धि के पीछे प्रमुख कारक है, क्योंकि अति प्राचीन काल से, भारत को प्राचीन इतिहास, विरासत और संस्कृति की भूमि माना जाता रहा है।

भारत सरकार ने भारत में सांस्कृतिक पर्यटन को बूट करने के लिए पर्यटन और संस्कृति मंत्रालय की स्थापना की है। मंत्रालय ने हाल के वर्षों में 'अतुल्य भारत' अभियान शुरू किया है और इससे भारत में संस्कृति पर्यटन का विकास हुआ है। सदियों से भारत में कई शासक हुए हैं, उन सभी ने भारत की संस्कृति पर प्रभाव डाला। इन सभी विभिन्न संस्कृतियों में नृत्य में विभिन्न का प्रभाव देखा जा सकता है कि भारत की विरासत और संस्कृति संपूर्ण और जीवंत है। संस्कृति में यह समृद्धि भारत को अंतिम सांस्कृतिक पर्यटन गंतव्य के रूप में पेश करने में बहुत आगे जाती है, जिससे भारत में संस्कृति में पर्यटन को बढ़ावा मिलता है।

सांस्कृतिक पर्यटन के लिए भारत में सबसे लोकप्रिय राज्य हैं:

- राजस्थान
- तमिलनाडु
- उतार प्रदेश
- उत्तरांचल

भारत में सांस्कृतिक दृष्टि से विभिन्न राज्यों में राजस्थान सर्वाधिक लोकप्रिय है। इसका कारण यह है कि राजस्थान अपनी समृद्ध सांस्कृतिक विरासत के लिए प्रसिद्ध है। यह राज्य राजस्थान की समृद्ध सांस्कृतिक विरासत कई शानदार महलों और किलों के लिए प्रसिद्ध है। राजस्थान में बड़ी संख्या में त्योहार और मेले आयोजित किए जाते हैं जैसे ऊंट उत्सव, मारवाड़ त्योहार और पुष्कर उत्सव। ये सभी कई पर्यटकों को राजस्थान की ओर आकर्षित करते हैं क्योंकि उन्हें राज्य की समृद्ध संस्कृति देखने को मिलती है।

तमिलनाडु भारत में सांस्कृतिक पर्यटन के लिए भी प्रसिद्ध है, क्योंकि यह द्रविड़ परंपरा और संस्कृति को दर्शाता है। इसमें कई मंदिर हैं जो भारत की समृद्ध सांस्कृतिक विरासत को दर्शाते हैं। उत्तर प्रदेश में बहुत सारे पर्यटन स्थल हैं जो देश की समृद्ध संस्कृति की गवाही भी देते हैं। सबसे प्रसिद्ध स्मारक आगरा में ताजमहल है। उत्तर प्रदेश में वाराणसी, इलाहाबाद, वृंदावन और अयोध्या जैसे शहर भी बड़ी संख्या में पर्यटकों को आकर्षित करते हैं क्योंकि वे भारत के सुंदर विगनेट्स को समेटे हुए हैं।

उत्तरांचल सांस्कृतिक पर्यटन भारत के लिए भी प्रसिद्ध है। इस राज्य में हिमालय पर्वत है जिसे देवताओं का निवास कहा जाता है। राज्य के कुमाऊं और गढ़वाल क्षेत्रों में कई प्राचीन मंदिर पाए जाते हैं।

वन्य जीवन (Wild life): पर्यावरण संतुलन में वन्य जीवों की अहम भूमिका है। वहाँ गैर-पालतू जानवरों की प्रजातियाँ और सभी जीव जो बढ़ते हैं (i) मानव द्वारा पेश किए बिना एक क्षेत्र में रहते हैं ये प्रजातियाँ भावनात्मक और सामाजिक कारणों से बड़े पैमाने पर मानव से जुड़ी हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

विपणन पर्यटन का अर्थ और भूमिका (Meaning & role of marketing tourism)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **पर्यटन विपणन के अर्थ और भूमिका के बारे में जानें।**

विपणन पर्यटन (Marketing tourism)

पर्यटन विपणन की कई परिभाषाएँ हैं। पर्यटन विपणन को निरंतर पर्यटन विकास के मद्देनजर पर्यटकों, समूहों और व्यक्तियों की संतुष्टि को अनुकूलित करने के लिए अंतर्राष्ट्रीय, राष्ट्रीय और स्थानीय स्तरों पर NTOs और/या पर्यटक उद्यमों द्वारा किए गए व्यवस्थित और समन्वित प्रयासों के रूप में परिभाषित किया जा सकता है। "

Krippendorf ने मार्केटिंग, इन-टूरिज्म को इस प्रकार परिभाषित किया है;

- पर्यटन में विपणन को पहचान योग्य उपभोक्ता समूहों की जरूरतों की इष्टतम संतुष्टि प्राप्त करने के लिए स्थानीय, क्षेत्रीय राष्ट्रीय या अंतरराष्ट्रीय स्तर पर निजी या राज्य के स्वामित्व वाले पर्यटक उपक्रमों द्वारा व्यापार नीति के व्यवस्थित और समन्वित निष्पादन के रूप में समझा जाता है और ऐसा करने के लिए एक उचित रिटर्न प्राप्त करें।
- पोयंटर (1993) के अनुसार, "टूर मार्केटिंग एक व्यवस्थित प्रक्रिया है जिसमें मार्केटिंग उद्देश्य, रणनीतियाँ, शेड्यूल, मार्केटिंग मीडिया शामिल हैं, जो विशिष्ट बाज़ार खंड पर केंद्रित हैं और निवेश पर पर्याप्त रिटर्न पर आधारित हैं।"
- ओटावा में विश्व पर्यटन संगठन (WTO); संगोष्ठी ने पर्यटन विपणन को एक प्रबंधन दर्शन के रूप में परिभाषित किया है, जो पर्यटकों की मांग के आलोक में अनुसंधान पूर्वानुमान और आपूर्तिकर्ताओं से पर्यटन उत्पादों/सेवाओं के चयन के माध्यम से संभव बनाता है। -संगठन के उद्देश्य और पर्यटकों की संतुष्टि के अनुरूप।"

उपरोक्त परिभाषाओं से निम्नलिखित पहलुओं की पहचान की जा सकती है:

- पर्यटन, विपणन एक विचारोत्तेजक प्रक्रिया है।
- लक्ष्य बाजार की पहचान और चयन
- पोजिशनिंग और उत्पाद जीवन चक्र- महत्वपूर्ण हैं।
- भविष्य की पर्यटन विपणन रणनीतियाँ।
- अभिनव / सक्रिय, विपणन।

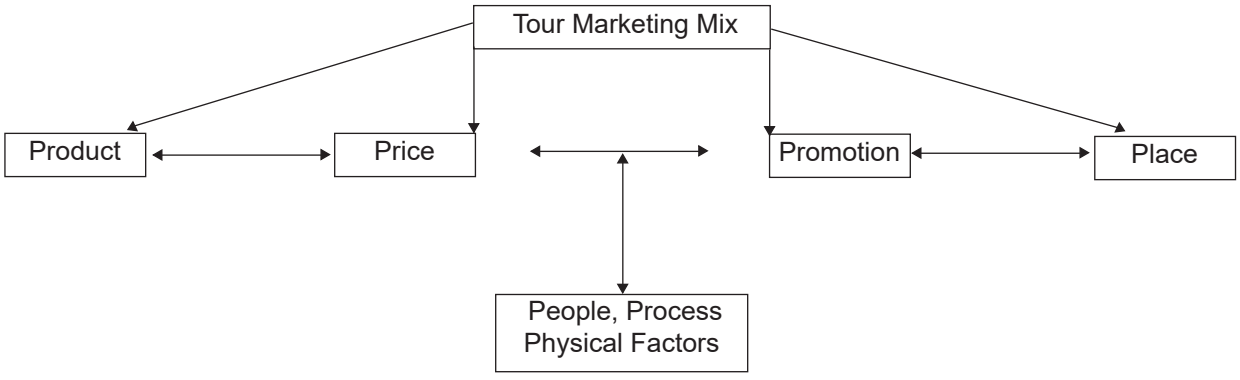
पर्यटन में विपणन का महत्व (Importance of Marketing in Tourism)

मार्केटिंग पहले उनकी जरूरतों की पहचान करके और फिर उन्हें संतुष्ट करने की कोशिश करके नए ग्राहक बनाने में मदद करती है। ग्राहकों की संतुष्टि यात्रा बिक्री का एक महत्वपूर्ण हिस्सा बन जाती है। ट्रैवल मार्केटर का पहला काम उपयुक्त उत्पादों और सेवाओं के विकास को निर्देशित करने के लिए ग्राहकों की जरूरतों की पहचान करना है, और दूसरा काम सभी संभावित ग्राहकों को विभिन्न माध्यमों से प्रेरित करना है; उन उत्पादों और सेवाओं को खरीदने के लिए; पर्यटन में विपणन का उद्देश्य, इसलिए, सभी संभावित ग्राहकों या पर्यटन सेवाओं के उपयोगकर्ताओं को एक विशेष, गंतव्य के लिए आकर्षित करने और प्रेरित करने के रूप में कहा जा सकता है, न कि दूसरे को।'

पर्यटन विपणन, इसलिए, वास्तविक और संभावित मांग के विस्तृत मूल्यांकन से शुरू होता है और इस आकलन पर, ग्राहकों द्वारा उपयोग के लिए सुविधाओं और सेवाओं का विकास होता है।

'पर्यटक मांग' को 'वास्तविक' और 'संभावित' में विभाजित किया जा सकता है; 'वास्तविक' मांग उन लोगों का प्रतिनिधित्व करती है जो वास्तव में एक निश्चित पर्यटन स्थल की यात्रा करते हैं, जबकि 'संभावित' मांग उन व्यक्तियों की संख्या है जो यात्रा के बुनियादी तत्वों को पूरा करते हैं और इसलिए, यात्रा करने की स्थिति में हैं।

पर्यटक उत्पाद के विपणन की कुछ खास विशेषताएँ होती हैं। हालांकि विपणन के सामान्य सिद्धांत जो पर्यटक, उत्पाद के विपणन में काफी प्रभावी साबित हुए हैं, 'दृष्टिकोण में कुछ अंतर हैं। ये अंतर हैं क्योंकि, 6^ पर्यटक उत्पाद की विशिष्ट विशेषता:



© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

उत्पाद (Product)

* सेवा
* गुणवत्ता
* सीमा
* ब्रांड का नाम
* फायदा
* गारंटी

* प्रायोजन
* लोकेशन
* अभिगम्यता
* सुविधा
* यातायात
* विक्रेताओं
* चैनल
* प्रायोजन

कीमत (Price)

* बाजार उन्मुख
* सूची में कमी
* लागत
* पिछड़ा
* प्रवेश
* स्किमिंग
* उधार की शर्तें

पदोन्नति (Promotion)

* विज्ञापन देना
* बिक्री प्रचार
* व्यक्तिगत बेच
* जनसंपर्क
* सीधा विपणन

लोग, प्रक्रिया और भौतिक साक्ष्य (People, Process and Physical Evidence)

भूमिकाएं लोग निभाते हैं

* ग्राहक संतुष्टि
* रचनात्मकता
* ग्राहक भागीदारी
* परिधीय
* सादगी

बिक्री बनाम विपणन (Selling vs marketing): बिक्री एक ऐसी क्रिया है जो उत्पादों से नकद में निपटती है। जहाँ मार्केटिंग ग्राहक की जरूरतों को पूरा करने और संतुष्ट करने की प्रक्रिया है। यह एक समसामयिक प्रक्रिया है।

विपणन अवधारणा (Marketing concept): यह दर्शन है कि कंपनियों को अपने ग्राहकों की आवश्यकताओं की जांच करनी चाहिए और फिर प्रतिस्पर्धा से बेहतर तरीके से उनकी जरूरतों को पूरा करने का निर्णय लेना चाहिए।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

पर्यटन विपणन की विशेष विशेषताएं (Special features of tourism marketing)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **पर्यटन विपणन की विशेष विशेषताओं को समझें।**

1 भारतीय पर्यटन उद्योग (Indian tourism industry)

यात्रा और पर्यटन क्षेत्र कई सामाजिक आर्थिक लाभ प्रदान करने वाली भारतीय अर्थव्यवस्था में रणनीतिक महत्व रखता है। रोजगार, आय और विदेशी मुद्रा का प्रावधान, अन्य उद्योगों जैसे कृषि, निर्माण, हस्तशिल्प आदि का विकास या विस्तार पर्यटन क्षेत्र द्वारा प्रदान किए जाने वाले कुछ या महत्वपूर्ण आर्थिक लाभ हैं। इसके अलावा, इंफ्रास्ट्रक्चर सुविधाओं जैसे परिवहन, भारत पर्यटन सांख्यिकी 2008 में निवेश। टाउनसम आवास और अन्य पर्यटन संबंधी सेवाओं के मिनसर अर्थव्यवस्था में बुनियादी ढांचे के समग्र विकास की ओर ले जाते हैं। विश्व आर्थिक मंच की यात्रा और पर्यटन प्रतिस्पर्धात्मकता रिपोर्ट 2013 के अनुसार। यात्रा और पर्यटन प्रतिस्पर्धात्मकता सूचकांक में 140 अर्थव्यवस्थाओं में से भारत एशिया प्रशांत क्षेत्र में 11वें और विश्व स्तर पर 65वें स्थान पर है। भारत पिछले कुछ वर्षों में अपने यात्रा और पर्यटन क्षेत्र में लगातार वृद्धि देख रहा है। कुल पर्यटक भ्रमण 2008 में 577 मिलियन पर्यटकों से 16.3 प्रतिशत प्रति वर्ष की दर से बढ़कर 2012 में 1057 मिलियन पर्यटक हो गए हैं।

2 पर्यटकों की संख्या में वृद्धि

भारत में अंतरराष्ट्रीय पर्यटकों के आगमन (2013 में 7.5 मिलियन आंकी गई) के साथ अगले दशक में 6.2 प्रतिशत की वार्षिक वृद्धि दर देखने की उम्मीद है, आगंतुक निर्यात (विदेशी पर्यटकों द्वारा उत्पन्न व्यय) 2023 तक INR 2958 बिलियन होने की उम्मीद है। 9.6 प्रतिशत प्रति वर्ष की दर से बढ़ रहा है।

भारत में पर्यटकों का दौरा, मिलियन, टेबल 1 में देखें।

इस वृद्धि को मुख्य रूप से आय के बढ़ते स्तर और बदलती जीवन शैली, विविध पर्यटन प्रस्तावों और सरकार द्वारा नीति और ढांचागत समर्थन जैसे वीजा प्रक्रियाओं के सरलीकरण और होटलों के लिए कर अवकाश के लिए जिम्मेदार ठहराया जा सकता है।

स्रोत (Source): भारत पर्यटन सांख्यिकी 2008, 2009, 2010, 2011, पर्यटन मंत्रालय।

3 सकल घरेलू उत्पाद पर पर्यटन क्षेत्र का प्रभाव

यात्रा और पर्यटन क्षेत्र ने 2012 में भारत के सकल घरेलू उत्पाद में 1920 अरब रुपये का प्रत्यक्ष योगदान दिया, जो 2007 से 14 प्रतिशत CAG R की वृद्धि को दर्शाता है।यह वर्ष 2013 में अनुमानित INR 2222 बिलियन से 2023 तक INR 6818 बिलियन से 12 प्रतिशत के CAG R पर बढ़ने का अनुमान है।

जबकि Fig 1.3 यात्रा और पर्यटन क्षेत्र के प्रत्यक्ष योगदान को दर्शाता है, कुल योगदान बहुत अधिक होने की उम्मीद है। आवास, परिवहन और मनोरंजन जैसे क्षेत्र से प्रत्यक्ष रूप से संबंधित आर्थिक गतिविधियों के प्रभाव के अलावा, क्षेत्र का कुल योगदान निवेश या आपूर्ति श्रृंखला गतिविधियों के अप्रत्यक्ष प्रभावों और प्रेरित आय प्रभावों को भी ध्यान में रखता है। कर्मचारी प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से क्षेत्र से संबंधित हैं। यात्रा और पर्यटन क्षेत्र: सतत विकास के लिए संभावित, अवसर और I 06 सक्षम ढांचा Fig 1.3: GOP INR बिलियन में यात्रा और पर्यटन का प्रत्यक्ष योगदान हैं

स्रोत (Source): WITC यात्रा और पर्यटन आर्थिक प्रभाव 2013 ~ भारत, नाममात्र कीमतों पर लिया गया डेटा

कुल योगदान के घटकों के विवरण के लिए, कृपया बॉक्स 1 देखें।

उद्योग के इस तरह के अप्रत्यक्ष और प्रेरित योगदान के परिणामस्वरूप समग्र अर्थव्यवस्था पर गुणक प्रभाव पड़ता है। इस गुणक प्रभाव को लागू करते हुए, यात्रा और पर्यटन का कुल योगदान 2012 में 6385 बिलियन रुपये था, जो इसके प्रत्यक्ष योगदान का लगभग 3.3 गुना था। इसका तात्पर्य यह है कि सकल घरेलू उत्पाद में पर्यटन के प्रत्यक्ष योगदान के प्रत्येक रुपये के लिए। पर्यटन के अप्रत्यक्ष और प्रेरित प्रभावों पर विचार करने पर अर्थव्यवस्था में अतिरिक्त 2.3 रुपये का योगदान होता है।

वर्ष 2012 में, अप्रत्यक्ष और प्रेरित योगदान क्रमशः 3500 अरब रुपये और 966 अरब रुपये था। कुल सकल घरेलू उत्पाद का योगदान अगले दशक में 12 प्रतिशत की CAG R से बढ़ने का अनुमान है, जिसमें अप्रत्यक्ष और प्रेरित योगदान 2023 तक क्रमशः 12939 अरब रुपये और 3263 अरब रुपये होने का अनुमान है।

बॉक्स 1 (Box 1): सकल घरेलू उत्पाद में कुल योगदान के घटक

1 प्रत्यक्ष योगदान (Direct contribution): सकल घरेलू उत्पाद में यात्रा और पर्यटन के प्रत्यक्ष योगदान की गणना विभिन्न पर्यटन क्षेत्रों जैसे कि होटल, एयरलाइंस, हवाई अड्डों, ट्रैवल एजेंटों और अवकाश और मनोरंजन से सीधे संबंधित सेवाओं पर की गई खरीद को घटाकर कुल आंतरिक व्यय से की जाती है। पर्यटकों के साथ आंतरिक व्यय एक विशेष देश के भीतर निवासियों और गैर-निवासियों द्वारा व्यापार और अवकाश उद्देश्यों के लिए यात्रा और पर्यटन पर कुल खर्च के साथ-साथ सांस्कृतिक या मनोरंजक सेवाओं जैसे आगंतुकों से सीधे जुड़ी यात्रा और पर्यटन सेवाओं पर सरकारी व्यय है।

2 अप्रत्यक्ष योगदान (Indirect contribution): इसमें यात्रा और पर्यटन क्षेत्र में निवेश गतिविधियों जैसे नए विमानों की खरीद और नए होटलों के निर्माण द्वारा समर्थित GDP शामिल है; पर्यटन विपणन और संवर्धन, उड्डयन, प्रशासन, सुरक्षा सेवाओं, रिसॉर्ट क्षेत्र की सुरक्षा सेवाओं, रिसॉर्ट क्षेत्र स्वच्छता सेवाओं आदि जैसे क्षेत्रों में सरकारी सामूहिक खर्च

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

और पर्यटकों से सीधे व्यवहार करने वाले क्षेत्रों द्वारा वस्तुओं और सेवाओं की घरेलू खरीद जैसे की खरीद होटल द्वारा भोजन और सफाई सेवाएं, एयरलाइंस द्वारा ईंधन और खानपान सेवाएं और ट्रैवल एजेंटों द्वारा आईटी सेवाएं।

टेबल 1

राज्य	रैंक 2012 में	2012 में पर्यटक यात्राओं की संख्या (mm)	CAGR (2008 - 2012)	रैंक सुधार (2008 - 2012)	पर्यटन व्यय (INR mn) 2011-12	समग्र संभावित राज्य 2011-12 व्यय का %
आंध्र प्रदेश	1	207	12%	-	106	0.02%
तमिलनाडु	2	188	17%	1	307	0.13%
उतार प्रदेश।	3	170	8%	(1)	261	0.06%
कर्नाटक	4	95	64%	6	2400	0.63%
महाराष्ट्र	5	71	33%	-	4855	1.16%
मध्य प्रदेश	6	53	24%	-	727	0.32%
राजस्थान Rajasthan	7	30	0.2%	(3)	281	0.10%
उत्तराखंड	8	27	7%	(1)	1111	1.42%
गुजरात	9	25	12%	-	2691	0.71%
पश्चिम बंगाल	10	24	4%	(2)	430	0.19%
बिहार	11	23	17%	-	304	0.14%
दिल्ली	12	21	47%	4	155	0.10%
झारखंड	13	20	36%	-	250	0.20%
पंजाब	14	19	147%	3	224	0.19%
हिमाचल प्रदेश	15	16	13%	(3)	174	0.52%
छत्तीसगढ	16	15	141%	3	479	0.29%
जम्मू और कश्मीर	17	13	13%	1	1392	2.11%
केरल	1	11	7%	(5)	1530	1.27%
अखिल भारतीय	-	1057	16%	-	23991	0.49%

3 प्रेरित योगदान (Induced contribution): इसमें यात्रा और पर्यटन उद्योग द्वारा प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से नियोजित लोगों के खर्च द्वारा समर्थित GDP शामिल है।

यात्रा और पर्यटन क्षेत्र, सतत विकास के लिए संभावित, अवसर और सक्षम ढांचा।

4 रोजगार पर पर्यटन क्षेत्र का प्रभाव (Impact of tourism sector on employment): यात्रा और पर्यटन क्षेत्र ने 2012 में सीधे पर्यटन क्षेत्र से संबंधित 25 मिलियन नौकरियों का समर्थन किया। 2012 में देश में कुल रोजगार का 4.9 प्रतिशत का गठन, यह 2023 तक 31 मिलियन नौकरियों की राशि होने की उम्मीद है।

जबकि ये संख्या होटल, ट्रैवल एजेंटों, यात्री परिवहन सेवाओं या अन्य रेस्टोरेंट और अवकाश रोजगार द्वारा रोजगार को दर्शाते हुए पर्यटन क्षेत्र द्वारा समर्थित प्रत्यक्ष रोजगार का संकेत देती है, अप्रत्यक्ष और प्रेरित प्रभावों सहित कुल योगदान से अर्थव्यवस्था पर गुणक प्रभाव पड़ने की उम्मीद है जिसके परिणामस्वरूप अधिक रोजगार सृजन होगा।

इस गुणक प्रभाव को लागू करते हुए, यात्रा और पर्यटन क्षेत्र ने 2012 में कुल 40 मिलियन नौकरियों का समर्थन किया, जो पूरी अर्थव्यवस्था के रोजगार का 7.7 प्रतिशत था? इसका तात्पर्य यह है कि पर्यटन क्षेत्र द्वारा प्रत्यक्ष रूप से समर्थित प्रत्येक कार्य के लिए, पर्यटन के अप्रत्यक्ष और प्रेरित प्रभावों पर विचार करने पर अर्थव्यवस्था में अतिरिक्त 0.6 कार्य समर्थित होते हैं।

5 पर्यटन क्षेत्र में पूंजी निवेश (Capital investment in tourism sector): पर्यटन क्षेत्र में पूंजी निवेश में यात्रा और पर्यटन उद्योग से प्रत्यक्ष रूप से जुड़े सभी क्षेत्रों द्वारा किया गया खर्च शामिल है। अन्य उद्योगों द्वारा विशिष्ट पर्यटन संपत्तियों जैसे नए आगंतुक आवास और यात्री परिवहन उपकरण, साथ ही विशिष्ट पर्यटन उपयोग के लिए रेस्टोरेंट और अवकाश सुविधाएं भी पूंजी निवेश का हिस्सा हैं। इस तरह के निवेश से अर्थव्यवस्था का सामाजिक विकास होता है क्योंकि परिवहन, आवास आदि के क्षेत्रों में पर्यटन उद्देश्यों के लिए बनाए गए बुनियादी ढांचे का उपयोग सामान्य रूप से समुदाय द्वारा भी किया जा सकता है।

टेबल 2 देखें, यात्रा और पर्यटन क्षेत्र में पूंजी निवेश, INR बिलियन।

स्रोत (Source): WfTC यात्रा और पर्यटन आर्थिक प्रभाव 2013-भारत। नाममात्र कीमतों पर लिया गया डेटा।

2012 में यात्रा और पर्यटन क्षेत्र में पूंजी निवेश 1761.4 अरब रुपये होने का अनुमान लगाया गया था, जो भारतीय अर्थव्यवस्था में कुल निवेश का लगभग 6.2 प्रतिशत था। 2013 में इसमें 14.2 प्रतिशत की वृद्धि होने की उम्मीद है, और 2023 तक 10.5 प्रतिशत की वार्षिक वृद्धि दर के साथ

©NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

5459 बिलियन भारतीय रुपये की वृद्धि होने की उम्मीद है।

घरेलू पर्यटन	इनबाउंड पर्यटन	आउटबाउंड पर्यटन
स्वस्थ आर्थिक विकास और बढ़ती आय का स्तर	नए उत्पाद की पेशकश	बढ़ती प्रयोज्य आय के साथ वेंe भारतीय उपभोक्ता
उपभोक्ता जीवन शैली को बदलना भौगोलिक विविधता	समृद्ध प्राकृतिक/सांस्कृतिक संसाधन और	आकर्षक टूर पैकेज।
लो कोस्ट एयरलाइंस की उपलब्धता	सरकार की पहल और नीति	अंतर्राष्ट्रीय घटनाओं और वृद्धि हुई सहयोगव्यावसायिक यात्रा
विविध उत्पाद प्रसाद गतिविधियां	एकाधिक विपणन और प्रचार	स्वस्थ आर्थिक विकास
आसान वित्त उपलब्धता	स्वस्थ आर्थिक विकास स्तर प्रमुख अंतरराष्ट्रीय कार्यक्रमों के लिए मेजबान देश	स्वस्थ आर्थिक विकास आसान वित्त उपलब्धता

टेबल 2

(Growth of tourism in India - Key drivers & trends): भारतीय यात्रा और पर्यटन उद्योग का विकास कई उद्योग चालकों द्वारा प्रभावित हो रहा है।

- **स्वस्थ आर्थिक विकास और आय का बढ़ता स्तर (Healthy economic growth and rising income levels):** भारतीय अर्थव्यवस्था में अनुकूल वृद्धि, मध्यम वर्ग की आबादी में वृद्धि (नेशनल काउंसिल ऑफ एप्लाइड इकोनॉमिक रिसर्च (NCAER) अध्ययन: मध्यम वर्ग के परिवारों की संख्या 2010 में 31.4 मिलियन से बढ़कर 2025-20268 तक 113.8 मिलियन होने की उम्मीद है) और अवकाश यात्रा के लिए बढ़ी हुई आत्मीयता के साथ डिस्पोजेबल आय के बढ़ते स्तर कुछ ड्राइविंग बल हैं।
- **बदलती उपभोक्ता जीवन शैली (Changing consumer lifestyles):** 65 प्रतिशत से अधिक के साथ? 15-64 वर्ष के आयु वर्ग में आने वाली भारतीय आबादी में, भारतीय यात्री छुट्टियों के लिए अधिक खुले हैं और नए स्थलों का पता लगाने के इच्छुक हैं।
- **विविध उत्पाद पेशकशें (Diverse product offerings):** भारत में ग्रामीण, क्षेत्रीय जैसे विविध पर्यटन प्रस्ताव। तीर्थयात्रा, साहसिक कार्य और अन्य विभिन्न रूप पर्यटन के विकास को गति प्रदान कर रहे हैं।
- **आसान वित्त उपलब्धता (Easy finance availability)**: क्रेडिट संस्कृति को अपनाने में वृद्धि और समान मासिक किश्तों पर छुट्टियों की उपलब्धता (EMil एक अन्य विकास चालक है।
- **समृद्ध प्राकृतिक/सांस्कृतिक संसाधन और भौगोलिक विविधता (Rich natural/cultural resources and geographical diversity)**: 28 विश्व विरासत स्थलों, 25 जैव-भौगोलिक क्षेत्रों के साथ-साथ 7000 किलोमीटर लंबी तटरेखा के साथ भारत प्राकृतिक संसाधनों से भरपूर है और कई धर्मों, परंपराओं, मेलों और त्योहारों के माध्यम से एक समृद्ध सांस्कृतिक विरासत प्रदान करता है।
- **सरकार की पहल और नीति समर्थन (Government initiatives and policy support):** पर्यटन क्षेत्र में FDI में वृद्धि (2013 में 3.2 बिलियन अमरीकी डालर पर फरवरी 2013 में क्षेत्र ने दूसरा उच्चतम FDI आकर्षित किया) इसके विकास को बढ़ावा दे रहा है। 100 प्रतिशत FDI जैसी नीतिगत कार्रवाइयां, बड़ी संख्या में देशों के लिए वीजा ऑन अराइवल स्कीम के विस्तार की योजना और यूनेस्को की विश्व धरोहर स्थलों के आसपास स्थित 2, 3 और 4 सितारा श्रेणी के होटलों के लिए पांच साल की कर छूट से भविष्य में विकास की उम्मीद है।
- **प्रमुख अंतरराष्ट्रीय कार्यक्रमों के लिए मेजबान देश (Host nation for major international events):** भारत 2010 में आयोजित कॉमनवेल्थ गार्नर जैसे प्रमुख अंतरराष्ट्रीय कार्यक्रमों की मेजबानी के लिए पसंदीदा राष्ट्र के रूप में तेजी से उभर रहा है। भारत में व्यापार यात्रा में वृद्धि।
- **आगंतुक प्रोफ़ाइल (Visitor profile):** भारतीय कार्यबल में शामिल होने वाली महिलाओं की बढ़ती संख्या के साथ, महिला व्यापार यात्रियों की संख्या में वृद्धि हो रही है (2011 में यात्रियों की कुल संख्या में महिला व्यापार यात्रियों की संख्या लगभग 25 प्रतिशत होने का अनुमान लगाया गया है) 2030 तक 891 प्रतिशत)। 65 वर्ष और उससे अधिक आयु की जनसंख्या भारतीय यात्रियों की एक महत्वपूर्ण श्रेणी के रूप में उभर रही है (वरिष्ठ यात्रियों की संख्या 2011 में 1.3 मिलियन थी, जो 2030 तक बढ़कर 7.3 मिलियन हो जाएगी)।
- **यात्रा का उद्देश्य (Purpose of travel)**: जबकि धार्मिक और सामाजिक यात्रा का सबसे बड़ा योगदान रहा है और रहने की उम्मीद है, यात्रा में वृद्धि सप्ताह के दिनों में घूमने और परिवार के साथ विदेशी स्थलों की यात्राओं के रूप में देखी गई है।
- **विविध प्रस्ताव (Diverse offerings):** चिकित्सा, साहसिक कार्य, क्रूज, ग्रामीण, गोल्फ, कल्याण, विलासिता और विरासत पर्यटन जैसी

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

नई अवधारणाएं प्रत्येक अपनी विशिष्ट विशेषताओं और प्रस्तावों के साथ तेजी से पर्यटन को आकर्षित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही हैं। इसके अलावा, ऑफबीट डेस्टिनेशंस और नए अनुभवों के साथ कस्टमाइज्ड टूर पैकेज तेजी से लोकप्रिय हो रहे हैं।

भारत के प्रमुख पर्यटन राज्य का तुलनात्मक मूल्यांकन (Comparative assessment of major tourist state of india)

टेबल 1: बाजार हिस्सेदारी के आधार पर भारत के राज्यों की तुलना करती है।

टेबल 1: पर्यटकों की संख्या के आधार पर भारत के प्रमुख पर्यटन राज्य।

स्रोत (Source): भारत पर्यटन सांख्यिकी 2008 पर्यटन मंत्रालय।

राज्यवार/क्षेत्रवार वार्षिक योजना 2011-12, योजना आयोग

- आंध्र प्रदेश 2008-2012 के दौरान लगातार सूची में शीर्ष पर रहा है, यहां तक कि राज्य द्वारा पर्यटन क्षेत्र में कम खर्च किए जाने के बावजूद भी। एक प्रमुख तीर्थस्थल होने के नाते, यहां 2012 में सबसे अधिक संख्या में पर्यटक आए थे। अच्छी गुणवत्ता वाले बुनियादी ढांचे की उपलब्धता पर्यटन के विकास में और सहायता करती है। चेन्नई, मदुरै और रामेश्वरम जैसे प्रमुख पर्यटक आकर्षणों के साथ तमिलनाडु दक्षिण में एक और प्रमुख तीर्थस्थल है।
- कर्नाटक ने 2011-12 के दौरान कुल संभावित राज्य व्यय के 0.63 प्रतिशत पर पर्यटन क्षेत्र की ओर खर्च में वृद्धि के साथ रैंक में सबसे बड़ी वृद्धि देखी। इसके मार्केटिंग अभियान की प्रभावशीलता इस तथ्य से स्पष्ट है कि इसकी वेबसाइट पॉपुलर टीवी 2009 में 13वें स्थान से 7वें स्थान से सुधर कर 2011 में 6वें स्थान पर आ गई है।
- देश में एक प्रमुख वाणिज्यिक और अवकाश गंतव्य होने के नाते दिल्ली में आवश्यक बुनियादी ढांचा और बड़ी संख्या में पर्यटक आते हैं।
- महाराष्ट्र, एक प्रमुख वाणिज्यिक और व्यावसायिक गंतव्य, सभी आंतरिक आर्थिक और डेनोक्रैफिक मापदंडों पर अच्छा स्कोर करता है, जहां प्रति वर्ग किमी क्षेत्र में पांचवीं सबसे बड़ी संख्या में ब्रांडेड कमरे हैं, देश में पांचवीं सबसे बड़ी GDP प्रति व्यक्ति और 83 प्रतिशत राज्य साक्षरता दर है।
- पर्यटन क्षेत्र के लिए आवंटित राज्य व्यय के 0.71 प्रतिशत के साथ गुजरात के बजटीय आवंटन अनुपात में काफी वृद्धि देखी गई। अमिताभ बच्चन के रूप में ब्रांड एंबेसडर के साथ गुजरात पर्यटन अभियान की सफलता और अन्य विपणन और प्रचार गतिविधियों के साथ, गुजरात ने अपनी पर्यटन अपील में कई गुना सुधार किया है। गुजरात पर एक विस्तृत केस स्टडी के लिए, कृपया बॉक्स 2 देखें।
- विपणन और प्रचार अभियान जैसे 2006 में 'बायोस्कोप: हिंदुस्तान का दिल देखो', 'आंखें अभियान' और 2010 में 'MP अजब है, सबसे गजब है' थीम के साथ हैंड शैडोग्राफी वाले विज्ञापनों ने मध्य प्रदेश को दुनिया के बीच स्थिति हासिल करने में मदद की भारत के शीर्ष 10 पर्यटक राज्य। t'>2013 में सुंदर, चमकीले रंगों के माध्यम से राज्य को प्रस्तुत करने के विचार पर आधारित यहूदी विज्ञापन अभियानों से राज्य की पर्यटन क्षमता में और वृद्धि होने की उम्मीद है-।
- राजस्थान, पश्चिम बंगाल, हिमाचल प्रदेश, उत्तराखंड और केरल ऐसे राज्य हैं जिन्होंने पसंदीदा पर्यटन स्थलों के रूप में अपनी स्थिति में गिरावट देखी है। जबकि इन राज्यों में पर्यटन क्षेत्र के लिए आवंटित धन में वृद्धि की आवश्यकता है, धन के प्रभावी कार्यान्वयन के लिए राज्य में विपणन और प्रचार गतिविधियों के प्रभाव के सावधानीपूर्वक मूल्यांकन की आवश्यकता हो सकती है। जिन अन्य क्षेत्रों पर विचार करने की आवश्यकता है, वे समग्र राज्य अवसंरचना में सुधार हैं।
- जबकि केरल साक्षरता के स्तर पर उच्चतम स्कोर करता है, प्रति व्यक्ति कम सकल घरेलू उत्पाद और कम शहरीकरण के स्तर का पर्यटन अपील पर नकारात्मक प्रभाव पड़ा है। हालाँकि, आवास और यात्री परिवहन के क्षेत्रों में पर्याप्त बुनियादी ढाँचे के साथ-साथ सरकार के केंद्रित विपणन और प्रचार गतिविधियों से केरल को अपनी खोई हुई स्थिति को फिर से हासिल करने में मदद मिलने की उम्मीद है। केरल पर विस्तृत केस स्टडी के लिए कृपया बॉक्स 3 देखें।

बॉक्स 2: गुजरात में पर्यटन पर केस स्टडी (Box 2: Case study on tourism in gujarat)

गुजरात की राज्य सरकार ने राज्य की पर्यटन अपील को बढ़ाने के लिए कई पहल की हैं, इनमें से कुछ इस प्रकार हैं:

- **भूमि बैंक योजना (Land bank scheme):** होटल, रिजॉर्ट्स, रेस्टोरेंट और अन्य पर्यटक सुविधाओं के विकास के लिए गुजरात औद्योगिक विकास निगम सम्पदा और SEZ में क्षेत्र निर्धारित किए गए हैं। रियायतें या तो पट्टे और उसकी अवधि पर या शासकीय भूमि के लिए परिवर्तित होने वाली दर पर और पर्यटन परियोजनाओं के लिए भूमि के लेन-देन पर स्टाम्प शुल्क और निबंधन शुल्क पर प्रदान की जाती हैं।
- **पर्यटन प्रोत्साहन पैकेज योजना (Tourism incentive package scheme):** 1020-1025 तक विशेष प्रोत्साहन प्रदान करने का प्रस्ताव है, जिसमें होटलों पर विलासिता कर पर कर अवकाश, खाद्य और पेय पदार्थों और प्राकृतिक गैस पर वैट शुल्क में कमी, मनोरंजन कर में कमी, ब्याज सब्सिडी जैसी रियायतें शामिल हैं।जैसे बिजली शुल्क में ब्याज सब्सिडी में कमी और व्यापक पर्यटन संबंधी परियोजनाओं को कवर करने के लिए ऋण मानदंड में संशोधन जैसे मनोरंजन पार्क, सड़क के किनारे सुविधाएं, सेवा उन्मुख परियोजनाएं जैसे ट्रैवल एजेंसियां, टूर ऑपरेटर आदि।।
- **मार्केटिंग और ब्रांडिंग (Marketing & branding):** राज्य के विविध पर्यटन पहलुओं के बारे में जागरूकता बढ़ाने के लिए अमिताभ बच्चन के साथ ब्रांड अभियान 'खुशबू गुजरात की' को ब्रांड एंबेसडर के रूप में लॉन्च किया गया था। भारत भर में कई पर्यटन सूचना केंद्र खोले गए हैं। राज्य की वेबसाइट को विशेष रूप से राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय दोनों पर्यटकों को पूरा करने के लिए सात अलग-अलग भाषाओं में लॉन्च किया गया है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

विभाजन, उत्पाद और स्थिति का मूल (Basic of segmentation, product and positioning)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **विभाजन, उत्पाद और स्थिति की मूल बातें समझें।**

विभाजन का आधार (Basic of segmentation): मुख्य ग्राहक विभाजन को 4 प्रकारों में विभाजित किया जा सकता है। वे मनोवैज्ञानिक, जनसांख्यिकीय, भौगोलिक और व्यवहारिक आदि हैं।

जनसांख्यिकी (Demographic): यह आयु, आय, लिंग, परिवार, धर्म और व्यवसाय को दर्शाता है।

साइकोग्राफिक (Psychographic): चेतन, अवचेतन, विश्वास, प्रेरणा और प्राथमिकताएं।

व्यवहारिक (Behavioral): क्रय व्यवहार, लाभ उपलब्धता, ग्राहक निष्ठा आदि।

भौगोलिक (Geographic): इसमें देश, राज्य, क्षेत्र, शहर (a) यहां तक कि पड़ोस के आधार पर संभावित ग्राहकों का समूह बनाना शामिल है।

पर्यटक प्रोफ़ाइल (Tourist profile): यह प्रत्येक स्थानीय पर्यटन क्षेत्र के औसत यात्री का सूचना डेटा है। इस जानकारी में पर्यटक जनसांख्यिकीय डेटा, यात्री के प्रकार: दिन में यात्रा करने वाले, रात भर घरेलू आगंतुक और अंतर्राष्ट्रीय आगंतुक शामिल हैं।

उत्पाद (Product)

उत्पाद टोटिंग, मिक्स में पांच मूल तत्वों में से एक है। विपणन मिश्रण की योजना बनाने की प्रभावशीलता, उतनी ही निर्भर करती है जितनी कि क्षमता अस्वीकार, एक उत्पाद तैयार करने पर सही लक्ष्य बाजार जो संतुष्टि के उच्च स्तर उत्पन्न करेगा। पर्यटक को यह विश्वास करना होगा कि सफल होने के लिए उत्पाद अतिरिक्त मूल्य प्रदान करता है। उत्पाद के निर्माण के संबंध में निर्णय में निम्नलिखित कारक शामिल होते हैं:

- सेवाएं
- प्रतिस्पर्धियों की प्रतिस्पर्धात्मकता
- गुणवत्ता
- ब्रांड का नाम
- विशेषतायें एवं फायदे
- सरकार के नियम और विनियम
- पर्यटन स्थल की वहन क्षमता
- मेजबान आबादी का रवैया
- प्रतियोगिताएं
- सामाजिक - आर्थिक विकास

कीमत (Price)

टूर पैकेज के लिए चुनी गई मूल्य निर्धारण नीति अक्सर- प्रत्यक्ष रूप से इसकी भविष्य की मांग के प्रदर्शन से संबंधित होती है। टूर उद्यमों की लाभप्रदता के लिए सही मूल्य निर्धारित करना भी महत्वपूर्ण है। इस प्रकार, विपणन मिश्रण में सभी पूर्वधारणाओं में, मूल्य निर्धारण निर्णय लेना सबसे कठिन होता है। इसके पीछे तर्क मांग की मौसमीता और उत्पाद की खराब होने की क्षमता है। एक टूर पैकेज की कीमत बाजार में उसके जीवन का निर्धारण करती है इस प्रकार, एक टूर प्लानर को पैकेज टूर की कीमत निर्धारित करते समय मूल्य जोड़ना चाहिए।

इसके अलावा, टूर कॉस्टिंग और प्राइसिंग मैनेजर को टूर ऑपरेटर की मूल्य नीतियों को प्रभावित करने वाले निम्नलिखित कारकों पर विचार करना चाहिए:

- प्रतियोगिता की सीमा
- मनोवैज्ञानिक विचार
- विशेष प्रचार कीमत
- उत्पाद की गुणवत्ता
- उत्पाद विशिष्टता
- वितरण के तरीके

उपरोक्त शहरों के कारकों को ध्यान में रखते हुए, एक टूर ऑपरेटर निम्नलिखित को लागू करता है:

- ग्राहकों को खींच लेने वाली बहुत कम कीमतें
- स्किमिंग मूल्य निर्धारण
- वापसी मूल्य निर्धारण की दर
- लागत से अधिक मूल्य निर्धारण
- बाजार उन्मुख मूल्य निर्धारण
- पिछड़ा मूल्य निर्धारण

पदोन्नति (Promotion)

प्रचार गतिविधियों का उद्देश्य किसी उत्पाद या सेवा की मांग पैदा करना है। प्रचार एक व्यापक शब्द है जिसमें विज्ञापन, व्यक्तिगत बिक्री, जनसंपर्क, प्रचार और बिक्री संवर्धन, गतिविधियां शामिल हैं। टूर पैकेज बेचने के लिए यह आवश्यक है:

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- ध्यान आकर्षित
- रुचि पैदा करें
- बाजार बनाएँ
- इच्छा पैदा करो
- नेतृत्व करें
- कार्रवाई करें

टूर मार्केटिंग मैनेजर, प्रचार प्रयासों में दक्षता सुनिश्चित करने के लिए विचार करना चाहिए:

- पूरी रेंज प्रचार के तरीके
- बजट
- प्रतियोगिताएं
- पिछले प्रचार अभियानों का मूल्यांकन
- पर्यटन व्यापार और आपूर्तिकर्ता - रवैया व्यवहार
- पर्यटन विक्रेता

स्थान (Place)

टूर मार्केटिंग मैनेजर के लिए एक और निर्णय यह है कि कौन से वितरण चैनलों का उपयोग किया जाएगा। यह निर्णय विपणन के अन्य तत्वों को प्रभावित करता है 'मिश्रण क्योंकि टूर पैकेज एक है।' जहां- स्वामित्व का कोई हस्तांतरण नहीं होता है और सेवा केवल किराए पर या उपभोग की जाती है। इसके लिए एक प्रभावी वितरण प्रणाली की आवश्यकता है। एक उपयुक्त चैनल का चयन इसके आधार पर: .

- विश्लेषण - उत्पाद
- प्रकृति और बाजार की सीमा
- बिचौलिए उपलब्ध हैं

संचार कौशल का अभ्यास करें (Practice communication skills)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **संचार कौशल के विभिन्न प्रकारों और महत्व को स्पष्ट रूप से समझाएं।**

1 परिचय (Introduction)

मुख्य विषय पर चर्चा करने से पहले आइए स्मृति लेन की यात्रा करें। अपने आप से उन कुछ लोगों को याद करने के लिए कहें जिनसे आप अपने जीवन के दौरान मिले हैं। उदाहरण के लिए एक डॉक्टर जो आपके बुखार को ठीक करने में बहुत अच्छा रहा है लेकिन जिसने आपको रोगियों की लंबी कतार में एक नंबर की तरह इलाज किया है और दूसरी तरफ एक डॉक्टर जो आपके बुखार को ठीक करने में उतना ही अच्छा रहा है और साथ ही जिसने सुखद, देखभाल करने वाला और आपके सवालों का जवाब दिया।

यह एक उदाहरण है लेकिन ऐसे कई लोग हो सकते हैं जिनसे आप अपने जीवन में मिलते हैं। उनमें से कौन से लोग आपको अभी भी याद हैं-जिनका रवैया सकारात्मक और उत्साहित था, और जो हमेशा मदद के लिए तैयार रहते थे; या वे जो अनम्य थे और गलतियों को स्वीकार करने में कठिन समय था?

उपरोक्त उदाहरण में दोनों डॉक्टर अपनी बुनियादी शिक्षा और अनुभव में बहुत अच्छे हैं लेकिन कुछ अन्य कौशल हैं जो अंतर पैदा कर रहे हैं। ये कौशल क्या हैं और ये आपके लिए कैसे महत्वपूर्ण हैं, इस इकाई में विस्तार से बताया गया है।

2 हार्ड स्किल्स और सॉफ्ट स्किल्स को परिभाषित करना (Defining hard skills & Soft skills)

आज के प्रतिस्पर्धी माहौल में सफल होने के लिए एक छात्र को कौशल के दो सेटों का सही संतुलन सीखने की जरूरत है। ये दो स्किल्स हैं- हार्ड स्किल्स और सॉफ्ट स्किल्स

कठिन कौशल (Hard Skills): "हार्ड" स्किल्स को टेक्निकल स्किल्स भी कहा जाता है। ये कौशल हमें नौकरी में अच्छा प्रदर्शन करने में मदद करते हैं। स्कूल विज्ञान, गणित और अन्य "कठिन" कौशल जैसे विषयों को पढ़ाने, पढ़ने, लिखने का अच्छा काम करते हैं।

काम की दुनिया में, "कठोर कौशल" बुनियादी तकनीकी या प्रशासनिक प्रक्रियाएं हैं जो नौकरी करने के लिए आवश्यक हैं। हम इन्हें किताबों से या हाथों के अनुभव से सीख सकते हैं। उदाहरण के लिए एक शिक्षक के लिए कठिन कौशल उसके विषय का व्यापक ज्ञान है। इन कौशलों का निरीक्षण करना, मात्रा निर्धारित करना और मापना आम तौर पर आसान होता है। उन्हें सीखना भी आसान है, क्योंकि अधिकांश समय सीखने वाले के लिए कौशल सेट बिल्कुल नए होते हैं और कोई भी सीखना शामिल नहीं होता है।

डेनिस कोट्स के अनुसार, "कठिन कौशल आमतौर पर निरीक्षण करने, परिमाणित करने और मापने में आसान होते हैं। उन्हें प्रशिक्षित करना भी आसान होता है, क्योंकि ज्यादातर समय सीखने वाले के लिए कौशल सेट बिल्कुल नए होते हैं और इसमें कोई अनलर्निंग शामिल नहीं है।

पहले चर्चा किए गए उदाहरण में दोनों डॉक्टर अपने कठिन कौशल या तकनीकी कौशल यानी बुखार का निदान करने और उसे ठीक करने में बहुत अच्छे थे।

सॉफ्ट स्किल्स (Soft Skills):

सॉफ्ट स्किल्स को पीपल स्किल्स भी कहा जाता है। रोजगार के कुछ रूपों के लिए ये वांछनीय गुण हैं जो अर्जित ज्ञान पर निर्भर नहीं करते हैं, बल्कि उनमें सामान्य ज्ञान, लोगों से निपटने की क्षमता और एक सकारात्मक लचीला रवैया शामिल है। विकिपीडिया के अनुसार "सॉफ्ट स्किल्स व्यक्तित्व लक्षणों, सामाजिक गौरव, और भाषा, व्यक्तिगत आदतों, मित्रता और आशावाद के समूह को संदर्भित करता है जो लोगों को अलग-अलग डिग्री के लिए चिह्नित करता है। सॉफ्ट स्किल्स हार्ड स्किल्स के पूरक हैं, जो किसी नौकरी की तकनीकी आवश्यकताएं हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

शुरुआत में चर्चा किए गए उदाहरण का संदर्भ लें, जो दो डॉक्टरों को अलग करता है, वह सॉफ्ट स्किल्स में उनकी योग्यता है, जो डॉक्टर सकारात्मक, देखभाल करने वाला और मिलनसार था, उसे दूसरे डॉक्टर की तुलना में आपके द्वारा याद किया गया था।

सॉफ्ट कौशल के उदाहरण;

- संचार कौशल
- विरोधाभास प्रबंधन
- सांस्कृतिक जागरूकता
- समस्या समाधान कौशल
- बातचीत का कौशल
- शिष्टाचार और अच्छा
- वफ़ादारी / ईमानदारी
- टर्नवर्क क्षमता
- सामाजिकता
- जिम्मेदारी
- अर्नपथी
- आत्म प्रबंधन
- शिष्टाचार
- कार्य नीति
- समय प्रबंधन
- शिष्टाचार
- आत्म सम्मान

सॉफ्ट कौशल संदर्भ से संदर्भ में भिन्न होते हैं और अलग-अलग व्यक्ति से अलग-अलग धारणा में भिन्न होते हैं। साथ ही सॉफ्ट स्किल्स के साथ समस्या यह है कि एक बुनियादी धारणा है कि वे जन्मजात कौशल हैं। लेकिन इन कौशलों की एक करीबी परीक्षा अन्यथा सुझाव देगी। जबकि कुछ व्यक्ति इन कौशलों को स्वाभाविक रूप से प्रदर्शित करते हैं, कुछ इन कौशलों को अनुभव के माध्यम से स्वयं सीखते हैं लेकिन अधिकांश व्यक्तियों के लिए इन्हें समय के साथ अर्जित और पोषित भी किया जा सकता है। इसलिए यह बहुत महत्वपूर्ण है कि आप सॉफ्ट स्किल्स के प्रशिक्षण और विकास पर उतना ही ध्यान दें जितना कि आप पारंपरिक हार्ड स्किल्स पर देते हैं। सॉफ्ट स्किल्स आपको अपने व्यक्तिगत जीवन, सामाजिक जीवन के साथ-साथ अपनी नौकरी में बढ़त हासिल करने में मदद करती हैं। कई शोधों ने साबित किया है कि अच्छे सॉफ्ट स्किल्स वाले व्यक्तियों को सॉफ्ट स्किल्स की कमी वाले लोगों की तुलना में नौकरी के लिए अधिक पसंद किया जाता है।

3 पर्यटन और यात्रा उद्योग में सॉफ्ट स्किल्स का महत्व (Importance of soft skills in tourism and travel industry)

पर्यटन और यात्रा उद्योग में सॉफ्ट स्किल्स की विशेष प्रासंगिकता है। बल्कि हम कह सकते हैं कि इस उद्योग का हिस्सा बनने के लिए सॉफ्ट स्किल्स में विशेषज्ञता एक बुनियादी आवश्यकता है। यह मुख्य रूप से इस उद्योग की कुछ विशेष विशेषताओं के कारण है:

- पर्यटन उद्योग एक जन आधारित उद्योग है। अलग-अलग लोग जैसे होटल व्यवसायी, ट्रांसपोर्टर, ट्रैवल एजेंट, टूर गाइड और कई अन्य संयुक्त रूप से अंतिम उत्पाद बनाने और इसे ग्राहक तक पहुंचाने में बहुत महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। यहां सॉफ्ट स्किल्स उन्हें एक साथ काम करने और ग्राहक की खुशी से सेवा करने की सुविधा प्रदान करती हैं।
- साथ ही पर्यटन एक ऐसी गतिविधि है जिसे लोग फुर्सत और खुशनुमा समय में करते हैं। इसे और अधिक खुश करने के लिए आपको एक ऐसे व्यक्ति की आवश्यकता होती है जो सॉफ्ट स्किल्स में निपुण हो।

उदाहरण के लिए : यदि आप सुंदर ताज महल देखना चाहते हैं, तो आप एक टैक्सी बुक करेंगे। लेकिन टैक्सी ड्राइवर दो घंटे देर से आता है, बहुत उतावले ढंग से गाड़ी चलाता है और आपसे अशिष्टता से बात करता है, और फिर ताज की यात्रा का आपका पूरा अनुभव उतना अच्छा नहीं होगा जितना कि आपने एक टैक्सी ड्राइवर के साथ यात्रा की है जो अच्छी तरह से समय पर, अच्छे व्यवहार वाले, देखभाल करने वाले और मृदुभाषी हैं। इसका मतलब है कि पर्यटन उद्योग में काम करने वाले लोगों के सॉफ्ट स्किल पर्यटन स्थल से अधिक पर्यटकों की खुशी और संतुष्टि में योगदान करते हैं - उदाहरण के लिए ताजमहल।

इस प्रकार यह कहा जा सकता है कि पर्यटन उद्योग में सॉफ्ट स्किल्स हार्ड स्किल्स को महत्व देती हैं। आप यह कैसे कर सकते हैं यह आगे पढ़ने से स्पष्ट होगा।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

छात्र स्वयं-गतिविधि -1 (STUDENTS SEIF -ACTIVITY -1)

स्कूल या सामाजिक दायरे में अपने आसपास के लोगों के बारे में सोचें। कुछ ऐसे व्यक्तियों को पहचानें जिनके पास कुछ विशेष कौशल हों- हो सकता है और उनमें सभी को अपना मित्र बनाने का दृष्टिकोण हो। वे अक्सर अपनी मित्र मंडली के भीतर और बाहर विश्वास करते हैं। वे उन दोस्तों/रिश्तेदारों द्वारा बेहतर छवि पेश करते हैं जो उनकी उपलब्धि की सराहना करते हैं।

.....

.....

उनके बारे में निष्पक्ष रूप से सोचें। वे अपने सहपाठियों और साथियों द्वारा पसंद किए जाते हैं। वे कप्तान, प्रधान और नेता हैं, हालांकि वे आसपास के कई अन्य लोगों की तुलना में अधिक बुद्धिमान नहीं हो सकते हैं।

1 - लघु उत्तरीय प्रश्न :

1 तकनीकी कौशल और लोगों के कौशल को परिभाषित करें? सॉफ्ट स्किल्स के विभिन्न प्रकार कौन से हैं?

_____

_____

_____

_____

2 सॉफ्ट स्किल स्वाभाविक हैं या हम उन्हें सीख सकते हैं। कौन सी सीखना आसान है - हार्ड स्किल्स या सॉफ्ट स्किल्स?

_____

_____

_____

_____

_____

_____

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

4 कम्युनिकेशन स्किल्स - सॉफ्ट स्किल्स की कुंजी (Communication Skills - A key to soft skills)

ऊपर बताए गए सभी सॉफ्ट स्किल्स में से सबसे महत्वपूर्ण कम्युनिकेशन स्किल्स है क्योंकि अन्य सॉफ्ट स्किल्स की एक श्रृंखला के लिए पर्याप्त कम्युनिकेशन स्किल्स एक शर्त है। संचार मनुष्य की एक बुनियादी गतिविधि है जो सोने के अलावा हर पल हमारे द्वारा की जाती है। अभी भी इन पंक्तियों को पढ़ते हुए आप संवाद में लिप्त हैं। यह इतना महत्वपूर्ण है कि हम कह सकते हैं कि हमारे समाज, परिवार, रिश्तों और संगठन की नींव संचार है। क्या आपको लगता है कि हमें ऐसी गतिविधि में अध्ययन, सीखना और प्रशिक्षित होना चाहिए जो हमारे लिए बहुत स्वाभाविक और स्पष्ट है। इस सवाल का जवाब हां है। इस उत्तर के समर्थन में आइए रॉबिन्सन क्रूसो की कहानी पर चर्चा करें - एक यात्री जो 30 वर्षों तक एकांत द्वीप में फंसा रहा। एक भी इंसान ऐसा नहीं था जिससे वह बात कर सके और जब वह अपने देश वापस आया तो वह बोल नहीं पा रहा था क्योंकि वह भूल गया था कि कैसे बोलना है।

इस प्रकार, सॉफ्ट स्किल्स में मास्टर बनने के लिए सबसे पहले हमें कम्युनिकेशन स्किल्स में विशेषज्ञता हासिल करनी होगी। विशेष रूप से पर्यटन और यात्रा उद्योग में जहां आपको विभिन्न प्रकार के लोगों के साथ लगातार प्रभावी ढंग से संवाद करना होता है। पर्यटक, एयरलाइंस के लोग, होटल कर्मचारी, गाइड, वीजा अधिकारी, टैक्सी ड्राइवर, ट्रांसपोर्टर इत्यादि।

5 संचार - अवधारणा (Communication - The concept)

किसी भी अवधारणा को समझने का सबसे अच्छा तरीका है कि उसके अर्थ के लिए शब्दकोश का सहारा लिया जाए। अंग्रेजी शब्द 'कम्युनिकेशन' लैटिन संज्ञा 'कम्युनिस' और लैटिन क्रिया कम्यूनिकेयर' से लिया गया है जिसका अर्थ है 'सामान्य बनाना, संचारित करना या प्रदान करना'।

सरल शब्दों में, संचार वह गतिविधि है जिसमें हम दो या दो से अधिक व्यक्तियों के बीच किसी भी विचार, भावना, राय और जानकारी को इस तरह साझा करते हैं कि दोनों पक्षों की समझ का आधार समान हो। इस प्रकार संचार में तीन पहलुओं का अत्यधिक महत्व है - संदेश का प्रसारण, संदेश को सुनना/प्राप्त करना और शामिल पक्षों के बीच संदेश की सामान्य समझ। संचरण कई तरीकों से किया जा सकता है जैसे शब्दों द्वारा - मौखिक या लिखित, शरीर की भाषा या संकेतों द्वारा और समझ का मतलब है कि दोनों पक्षों के मन में वांछित संदेश का एक ही अर्थ प्राप्त होता है और प्रतिक्रिया की मदद से इसकी पुष्टि की जा सकती है। जब समझ प्राप्त होती है तभी संचार पूर्ण होता है।

संचार को कई सिद्धांतकारों द्वारा परिभाषित किया गया है (Communication has been defined by many theorists):

डब्ल्यू.एच. न्यूमैन ने परिभाषित किया, "संचार दो या दो से अधिक व्यक्तियों द्वारा तथ्यों, विचारों, विचारों या भावनाओं का आदान-प्रदान है। एलन लुइस ने परिभाषित किया "संचार उन सभी चीजों का योग है जो एक व्यक्ति करता है जब वह दूसरे के दिमाग में एक समझ पैदा करना चाहता है, इसमें एक व्यवस्थित और निरंतर प्रक्रिया शामिल होती है।"

6 संचार की प्रक्रिया (Process of communication)

जैसा कि उपरोक्त पंक्तियों में चर्चा की गई है, संचार एक व्यवस्थित और सतत प्रक्रिया है। इन चरणों को समझने के लिए हम संचार प्रक्रिया के एक सामान्य मॉडल की सहायता ले सकते हैं। मॉडल हमेशा यह समझने के लिए उपयोगी होता है कि प्रक्रिया की परिचालन प्रक्रिया के चरण दर चरण वास्तव में कुछ कैसे होता है।

संचार प्रक्रिया मॉडल (The Communication Process Model): (स्रोत: कुमार, एस. और सिंह, पुष्पलता कम्युनिकेशन स्किल्स 2011)

मॉडल वर्णन (Model description)

उपरोक्त आरेख संचार प्रक्रिया के मूल तत्वों की व्याख्या करता है। पर्यटन उद्योग से उदाहरण के साथ प्रत्येक तत्व का संक्षिप्त विवरण आगे की पंक्तियों में दिया गया है:

- **प्रेषक (Sender)**

संचार का प्रेषक वह प्रवर्तक है जो मॉडल को क्रियान्वित करता है। यह एक व्यक्ति या समूह हो सकता है जिसके पास संचार प्रक्रिया शुरू करने का एक विशिष्ट कारण हो। यानी एक विचार, सूचना, भावना आदि है कि वे दूसरे को प्राप्त करना चाहते हैं। उदाहरण के लिए: राहुल ABC ट्रैवल कंपनी में ट्रैवल काउंसलर के रूप में काम कर रहा है। एक पर्यटक अपने कार्यालय में चलता है। अब यह उसका कर्तव्य है कि वह पर्यटकों से उसके आने का उद्देश्य पूछे। इसका अर्थ है कि राहुल के पास पर्यटकों के साथ संचार प्रक्रिया शुरू करने का एक विशेष कारण है।

- **एन्कोडिंग (Encoding)**

अब जब संचार शुरू करने का कारण तय हो गया है, तो एक निर्दिष्ट प्रारूप होना चाहिए जिसमें प्रेषक (हमारे उदाहरण राहुल में) के दिमाग में विचार व्यक्त किए जा सकें और एक संदेश का रूप ले सकें। यह संचार प्रक्रिया का अगला चरण है और इसे एन्कोडिंग कहा जाता है। कूटलेखन का अर्थ है विचार को मौखिक और गैर-मौखिक तरीकों का उपयोग करके एक उपयुक्त प्रारूप में परिवर्तित करना ताकि प्रेषक के मन में जो विचार है उसे व्यक्त किया जा सके। एनकोडिंग हमेशा आपके दर्शकों को ध्यान में रखते हुए की जाती है यानी आपका संदेश कौन प्राप्त करेगा। उदाहरण में राहुल अपने चेहरे पर मुस्कान के साथ पर्यटक का अभिवादन करता है - "गुड मॉर्निंग सर! ABC ट्रैवल कंपनी में आपका स्वागत है। मैं राहुल हूं। मैं आपकी कैसे मदद कर सकता हूं?

- **संदेश (Message)**

सूचना, विचार या अवधारणा जो प्रेषक से दूसरे व्यक्ति को संप्रेषित की जा रही है, संदेश है। उदाहरण में राहुल द्वारा बोली गई उपरोक्त पंक्ति और उसके चेहरे के भाव।

- **चैनल (Channel)**

संदेश भेजने के तरीके या माध्यम को चैनल कहा जाता है। माध्यम या चैनल मौखिक, लिखित या गैर-मौखिक हो सकता है। जैसे राहुल ने मौखिक और गैर-मौखिक चैनल का इस्तेमाल किया। इस पुस्तक को पढ़ते समय आप संचार के लिखित माध्यम का उपयोग कर रहे हैं।

- **रिसीवर (Receiver)**

डिकोडिंग का अध्ययन करने से पहले आपको रिसीवर को समझना होगा संचार को निष्पादित करने के लिए, प्रेषक द्वारा भेजे गए संदेश को प्राप्त करने के लिए कोई होना चाहिए। संदेश प्राप्त करने वाले व्यक्ति को प्राप्तकर्ता कहा जाता है। हमारे उदाहरण में ABC कंपनी में प्रवेश करने वाला पर्यटक राहुल द्वारा भेजे गए संदेश का प्राप्तकर्ता है।

- **डिकोडिंग (Decoding)**

जब संदेश प्राप्तकर्ता तक पहुँचता है, तो प्राप्तकर्ता इसे उसके मूल रूप से एक रूप में व्याख्या करता है जिसे वह समझ सकता है। यह डिकोडिंग है जो कि वह प्रक्रिया है जहां प्राप्तकर्ता द्वारा प्राप्त संदेश को समझा जा रहा है। यह अनिवार्य रूप से प्रेषक और एन्कोडिंग के समान ही एक उलट क्रम में बातचीत है। उदाहरण में, पर्यटक राहुल द्वारा बोली गई पंक्ति और राहुल द्वारा दी गई मुस्कान की व्याख्या करेगा।

- **प्रतिपुष्टि (Feedback)**

प्रतिक्रिया संदेश प्राप्त करने के बाद प्रेषक के प्रति प्राप्तकर्ता की प्रतिक्रिया या उत्तर है। प्रतिक्रिया बताएगी कि क्या संदेश पूरी तरह से वांछित के रूप में समझा गया है या संदेश को गलत समझा गया है या गलत व्याख्या की गई है। प्रतिक्रिया के बिना, स्रोत कभी नहीं जान पाएगा कि संचार सफल रहा या नहीं। फीडबैक का अपना महत्व है क्योंकि फीडबैक से ही संचार की सफलता या असफलता तय होती है। उदाहरण के तौर पर, टूरिस्ट की प्रतिक्रिया यह हो सकती है कि वह वापस मुस्कुराए और कहे "गुड मॉर्निंग राहुल, मैं अमित हूं और मुझे गोवा के लिए तीन दिन का टूर पैकेज चाहिए।" यह प्रतिक्रिया दर्शाती है कि राहुल का पर्यटक के प्रति संचार सफल है।

- **शोर (Noise)**

संचार प्रक्रिया में शोर एक अन्य महत्वपूर्ण तत्व है और इसका संचार की सफलता पर सीधा प्रभाव पड़ता है। शोर हस्तक्षेप या विकृति है जो प्रारंभिक संदेश को बदल देता है। यह हमेशा संचार प्रक्रिया के दौरान खेल में आता है। इसे संचार की बाधाएं भी कहा जाता है। यह भौतिक हो सकता है, किसी भी अन्य ध्वनि की तरह जो संदेश के कहे जाने पर उसे वश में कर लेता है, या यह भाषा से संबंधित हो सकता है जैसे कि संदेश के भीतर उपयोग की जाने वाली शब्दावली इसके प्राप्तकर्ता के ज्ञान की सीमा से परे है। संचार को प्रभावी बनाने के लिए शोर को कम करने का प्रयास करना चाहिए। उदाहरण के लिए जब राहुल पर्यटक से बात कर रहा था और उसी समय पर्यटक का फोन बज उठा तो उसे शारीरिक शोर या बाधा कहा जाता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

आकलन 2 - लघु उत्तरीय प्रश्न (ASSESSMENT 2 - SHORTANSWERQUESTIONS):

1 संचार को परिभाषित कीजिए। अच्छा उद्योग होना क्यों जरूरी है ?

_____

_____

_____

2 क्या संवाद करने का तरीका सीखने की कोई आवश्यकता है ? संचार के तीन बुनियादी पहलू क्या हैं ?

_____

_____

_____

_____

_____

3 संचार चक्र का चित्र बनाइए और उसका वर्णन कीजिए ?

_____

_____

_____

_____

इस प्रकार संचार की प्रक्रिया एक सतत, रचनात्मक और दोतरफा प्रक्रिया है जहां प्रेषक और प्राप्तकर्ता अपनी भूमिकाओं को बदलते रहते हैं।

रोल प्ले गतिविधि: 1 - संचार प्रक्रिया को पहचानें और पूरा करें (ROLE PLAY ACTIVITY : 1 - IDENTIFIY&COMPLETE THE COMMUNICATIONPROCESS)

यह गतिविधि कक्षा शिक्षक की देखरेख में छात्रों द्वारा की जानी चाहिए। कक्षा शिक्षक को 04 छात्रों का एक समूह बनाना चाहिए (शिक्षक कृपया समूह बनाते समय ध्यान रखें कि जो छात्र कक्षा में पहले से ही अच्छे दोस्त हैं और एक साथ बैठते हैं वे एक ही समूह में नहीं होने चाहिए) और प्रत्येक समूह को एक-एक करके बुलाएं समूह संचार चक्र हम राहुल (यात्रा परामर्शदाता) और A111 {पर्यटक} के बीच संचार प्रक्रिया का वर्णन करते हुए उदाहरण में समझाया है। एक छात्र राहुल की भूमिका निभाएगा और एक अमित की भूमिका दो और छात्रों को संचार चक्र में शामिल होने के लिए कहें, जिस भी भूमिका में वे बातचीत से संबंधित हैं, समूह में चारों के बीच होने वाले एन्कोडिंग, संदेश, माध्यम, रिसीवर, डिकोडिंग, जेडबैक और शोर

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

की पहचान करें। अन्य छात्रों से पूछें कि क्या संचार सफल रहा या नहीं। उनके बाद क्या. क्या सही था और क्या गलत था, इसे कक्षा के सभी छात्रों के साथ चार छात्रों के समूह में विभाजित करके दोहराया जाना चाहिए।

7 संचार के प्रकार (Types of Communication):

अब जब हम संचार को समझ गए हैं और यह कैसे होता है, तो हम संचार के विभिन्न प्रकारों का अध्ययन करेंगे। संचार को विभिन्न आधारों पर परिभाषित किया जा सकता है। अभिव्यक्ति के माध्यम के आधार पर संचार के विभिन्न प्रकार हैं:

1 मौखिक संचार

2 गैर-मौखिक संचार

1 मौखिक संचार (Verbal communication)

मौखिक संचार में संचारक संचार के माध्यम के रूप में शब्दों का उपयोग करता है। संचारक उस भाषा का उपयोग करता है जिसे मानव द्वारा डिजाइन, विकसित और प्रचारित किया गया है। एक प्रभावी मौखिक संचार एक दो तरफा प्रक्रिया है जिसका अर्थ है कि बोलना और सुनना दोनों एक ही समय में किए जाते हैं। आगे के मौखिक संचार को दो समूहों में विभाजित किया जा सकता है:

i मौखिक संचार (Oral Communication)

मौखिक संचार वे संदेश हैं जो वक्ता के मुख से शब्दों के माध्यम से आते हैं। यह अभिव्यक्ति और प्रस्तुति का एक बहुत ही सुविधाजनक रूप है। यह लगभग तात्कालिक, त्वरित और कम खर्चीला है। मौखिक संचार का उदाहरण है - आमने-सामने का

संचार, भाषण, बैठक, टेलीफोन पर बातचीत आदि। पर्यटन और यात्रा उद्योग में आमने-सामने और टेलीफोन पर बातचीत का अक्सर उपयोग किया जाता है।

ii लिखित संचार (Written Communication)

वह संचार जो हम लिखित प्रतीकों या शब्दों के माध्यम से करते हैं, लिखित संचार कहलाता है। इसके लिए तैयारी की आवश्यकता होती है और किसी को तकनीकी, कानूनी और अधिकांश राजनयिक संचार के लिए लिखने से पहले इसकी ठीक से योजना बनानी होती है।

पर्यटन उद्योग में लिखित संचार भी संचार का लोकप्रिय रूप है। यह पत्र, परिपत्र, कार्यालय ज्ञापन, फैक्स संदेश, समाचार पत्र, ब्रोशर, बुलेटिन, रिपोर्ट, मैनुअल, रिपोर्ट, घरेलू पत्रिकाओं, पत्रिकाओं आदि जैसे विभिन्न रूपों में हो सकता है। तकनीक के इस युग में नए प्रकार के लिखित संदेश जैसे ईमेल, मोबाइल फोन पर लघु संदेश सेवा (SMS), त्वरित संदेश आदि बहुत आम और लोकप्रिय हो गए हैं।

8 मौखिक संचार के तत्व (Elements of Verbal Communication)

जब हम मौखिक रूप से संवाद करते हैं तो न केवल हमारे द्वारा उपयोग किए जाने वाले शब्द सुने जाते हैं बल्कि भाषण के मुखर तत्व भी बहुत महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। ये मुखर तत्व आवाज के मोड़, भाषण की दर, मात्रा और स्वर हैं। ये हमारे संदेशों में रुचि और अर्थ जोड़ते हैं। उदाहरण के लिए आदरपूर्वक कही गई पंक्ति "बाद में मिलते हैं" का एक अलग अर्थ होता है और क्रोध में कही गई एक ही पंक्ति का बिल्कुल अलग अर्थ होता है। हम अपने मौखिक संचार को और अधिक प्रभावी बनाने के लिए इन मुखर तत्वों का उपयोग कर सकते हैं। ये हैं:

- **अपनी आवाज़ की गति बदलें (Change the speed of your voice):** आवाज़ की एक समान गति आपके भाषण को सुस्त और अप्रभावी बना सकती है। इस प्रकार हमें दर्शकों और हमारे संचार के उद्देश्य के आधार पर अपनी आवाज की गति में बदलाव करना चाहिए। जब आपको ध्यान आकर्षित करना हो और अपने दर्शकों को उत्साहित करना हो तो जल्दी और उत्साह से बोलें। जब आप चाहते हैं कि दर्शक आपकी बातों पर ध्यान दें तो धीरे-धीरे बोलें।
- **अपनी आवाज़ की पिच बदलें (Shift the pitch of your voice):** बोलने की आवृत्ति को आवाज़ का पिच कहा जाता है। भाषण के उद्देश्य के आधार पर आप कभी-कभी उच्च और निम्न पिचों का उपयोग कर सकते हैं। चरम सीमाओं का उपयोग आपके मौखिक संचार की सफलता को खराब कर सकता है।
- **अपनी आवाज की मात्रा को नियंत्रित करें (Control the volume of your voice):** आवाज की मात्रा दर्शकों पर सीधा प्रभाव डालती है। सामान्य रूप से एक औसत मात्रा का उपयोग करना चाहिए। लेकिन फिर से आपके संचार के उद्देश्य के आधार पर आप जोर से या नरम हो सकते हैं। जब आप अपने संचार में ज़ोर और कोमलता के संयोजन का उपयोग करते हैं तो यह आपके संचार में विशेष प्रभाव डालता है।
- **विराम के साथ विराम चिह्न (Punctuate with pauses):** आपके संचार में सूचना के प्रवाह को तोड़ना महत्वपूर्ण है ताकि श्रोता समझ सकें कि उन्होंने क्या सुना है। आम तौर पर संचार में ठहराव तब लिया जाता है जब आप एक महत्वपूर्ण बिंदु बता चुके होते हैं या आप चाहते हैं कि अब श्रोताओं को अनुमान लगाना चाहिए
- **स्पष्ट रूप से व्यक्त करें (Articulate clearly):** यह बहुत महत्वपूर्ण है कि आप जो संवाद करते हैं वह दर्शकों के लिए स्पष्ट हो। इसके लिए आपको उच्चारण में विशेषज्ञता होनी चाहिए और प्रत्येक शब्द को स्पष्ट रूप से व्यक्त करना चाहिए। जब आप इस तरह से बोलते हैं तो आप अधिक आत्मविश्वास और स्पष्टता प्राप्त करते हैं।

2 अशाब्दिक संचार (Non-verbal communication)

अब तक हमने पढ़ा है कि हमें अपने मौखिक संचार में बहुत प्रभावी होना चाहिए। लेकिन आपको यह जानकर हैरानी होगी कि दूसरों के साथ बातचीत के पहले चार मिनट उनके दिमाग में हमारी पहली छाप छोड़ देते हैं। और हो सकता है कि इन चार मिनटों में हम एक शब्द भी न बोलें। प्रोफ़ेसर अल्बर्ट मेहरबियन के अनुसार, शरीर की भाषा पहली छाप का 55% हिस्सा है; 38% आवाज के स्वर से आता है; 7% हमारे वास्तविक शब्दों से आता है। इस प्रकार यह बहुत महत्वपूर्ण है कि हमें उस संचार के बारे में सीखना चाहिए जो मौखिक नहीं बल्कि गैर-मौखिक है।

अशाब्दिक संचार किसी भी बोले गए शब्दों का उपयोग किए बिना सूचना देने या आदान-प्रदान करने का कार्य है। यदि हम शब्द का प्रयोग नहीं कर रहे हैं तो हम क्या करेंगे? यह आपको तब पता चलेगा जब आप विभिन्न प्रकार के गैर-मौखिक संचार का अध्ययन करेंगे। इसे सांकेतिक भाषा भी कहते हैं। उदाहरण के लिए 'नहीं' कहने के लिए एक तरफ से सिर हिलाना या 'हाँ' कहने के लिए ऊपर और नीचे।

गैर-मौखिक संचार बहुत महत्वपूर्ण है क्योंकि यह न केवल हमारे मौखिक संचार में अर्थ जोड़ता है बल्कि;

- **गैर-मौखिक संकेत शक्तिशाली होते हैं (Non-verbal signals are powerful):** गैर-मौखिक संकेत मुख्य रूप से आंतरिक भावनाओं को व्यक्त करते हैं (मौखिक संदेश मूल रूप से बाहरी दुनिया से संबंधित होते हैं)।
- **शब्दों की सीमाएँ होती हैं (Words have limitations):** ऐसे कई क्षेत्र हैं जहाँ मौखिक संचार की तुलना में अशाब्दिक संचार अधिक प्रभावी होता है।
- **गैर-मौखिक संदेश अधिक वास्तविक होने की संभावना है (Non-verbal message are likely to be more genuine):** क्योंकि गैर-मौखिक व्यवहार को बोले गए शब्दों की तरह आसानी से नियंत्रित नहीं किया जा सकता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- जब आपके मौखिक और गैर-मौखिक संचार असंगत होते हैं, तो लोग मौखिक से अधिक गैर-मौखिक पर विश्वास करेंगे।

गैर-मौखिक संचार ने संचार के विषय को देखने के तरीके को बदल दिया है। ऐसा प्रतीत होता है कि हम हर समय अपने इशारों, भावों, ध्वनियों, संकेतों और संकेतों के माध्यम से अशाब्दिक रूप से संचार कर रहे हैं।

9 गैर-मौखिक संचार के प्रकार (Types of non-verbal communication)

गैर-मौखिक संचार के विभिन्न प्रकार होते हैं। इनका संक्षिप्त विवरण नीचे दिया गया है:

1 शारीरिक भाषा (Body Language)

2 दूरी की भाषा (Language of Distance)

3 समय की भाषा (Language of Time)

1 शारीरिक भाषा (Body Language): जैसा कि नाम से पता चलता है कि हमारे शरीर के अंगों जैसे आंख, सिर, हाथ, पैर, बैठने की शैली, चलने की शैली आदि की गतिविधियों का अध्ययन शरीर की भाषा कहलाती है। इसे जेस्चरल कम्युनिकेशन या किनेसिक्स भी कहा जाता है। यह वास्तव में हमारे मन में चल रही आंतरिक भावना को दर्शाता है। हम अपनी सच्ची आंतरिक भावना को छुपाने के लिए अपने शब्दों को नकली बना सकते हैं लेकिन हमारा शरीर कुछ ऐसा है जो बिना एक भी शब्द बोले इस भावना को आप तक पहुँचा सकता है।

एक नियम के रूप में, यह तब तक झूठ या गुमराह नहीं करता जब तक कि किसी ने छल या छलावरण की कला में महारत हासिल न कर ली हो। और यह भी मानव निर्मित भाषा नहीं है। हम सिर्फ इसका अध्ययन कर सकते हैं, इसकी व्याख्या कर सकते हैं और वह भी कई वर्षों तक इस भाषा का अध्ययन करने के बाद कर सकते हैं।

बॉडी लैंग्वेज के विभिन्न प्रकार निम्नलिखित हैं:

i **व्यक्तिगत दिखावट (Personal Appearance):** व्यक्तिगत दिखावट का अर्थ है जिस तरह से हम कपड़े पहनते हैं, खुद को तैयार करते हैं और सामान का उपयोग करते हैं। यह हमें दूसरों पर अपनी छवि बनाने में मदद करता है। हमारी पहली छाप एक छवि बनाती है इसलिए यह महत्वपूर्ण है कि हम अपनी व्यक्तिगत उपस्थिति को महत्वपूर्ण रूप से प्रबंधित करें। किसी की स्थिति, व्यक्तित्व, विश्वसनीयता और क्षमता के बारे में अनुमान हमारी व्यक्तिगत उपस्थिति के अनुसार लगाया जाता है। इस प्रकार हमारी व्यक्तिगत उपस्थिति पर ध्यान देना महत्वपूर्ण है और हमें अच्छी तरह से तैयार होना चाहिए। और दूसरे पर अच्छा प्रभाव डालने के लिए अच्छी तरह से तैयार किया गया।

ii **पोस्चर (Posture):** पोस्चर हमारे बैठने, खड़े होने और खुद को कैरी करने के तरीके को दर्शाता है। एक छात्र को अपने बैठने और खड़े होने और चलने की मुद्राओं में लालित्य पैदा करना और बनाए रखना होता है क्योंकि यह आपके व्यक्तित्व के बारे में संदेश देता है। उदाहरण के लिए यदि आप कुर्सी पर झुके हुए हैं तो इसका मतलब है कि आप रुचि नहीं ले रहे हैं।

iii **हाथों और भुजाओं के साथ इशारे (Gestures with hands and arms):** एक इशारा उन सभी को संप्रेषित कर सकता है जो वक्ता सचेत रूप से या अनजाने में महसूस करता है। हाथ मिलाना, छूना, पकड़ना, गले लगाना या पीठ थपथपाना, ये सब संदेश देते हैं।

iv **आई कॉन्टैक्ट (Eye Contact):** आंख कभी झूठ नहीं बोलती। प्रभावी संचार के लिए नेत्र संपर्क महत्वपूर्ण है। संपर्क की आवृत्ति रुचि या ऊब का सुझाव दे सकती है। उदाहरण के लिए, एक ट्रैवल काउंसलर को सीधे व्यक्ति की आंखों में देखना चाहिए, भले ही वह आत्मविश्वास और रुचि दिखाने के लिए सुखद और स्नेहपूर्ण हो।

v **चेहरे के भाव (Facial Expression):** यह सच कहा जाता है कि चेहरा दिमाग का सूचकांक है। चेहरे के हाव-भाव जैसे मुस्कान, भ्रूभंग, उभरी हुई भौहें, उबासी लेना और उपहास करना, ये सभी जानकारी देते हैं। चेहरे के भाव सबसे स्वाभाविक और अचेतन चेहरे के भाव हैं जो बातचीत के दौरान लगातार बदलते रहते हैं और प्राप्तकर्ता द्वारा लगातार देखे जाते हैं। मुस्कुराना सुखद और मददगार माना जाता है। भ्रूभंग भ्रम और कभी-कभी क्रोध को व्यक्त करता है।

2 दूरी की भाषा (Language of Distance): लोग अपने आस-पास के भौतिक स्थानों को कैसे पहचानते हैं और कैसे महत्व देते हैं, इसका अध्ययन दूरी या निकटता की भाषा के रूप में जाना जाता है। दूरी की भाषा दो व्यक्तियों के बीच शरीर की दूरी को ध्यान में रखती है। दो लोगों के बीच भौतिक दूरी को उनके द्वारा साझा किए गए रिश्ते से संबंधित किया जा सकता है, चाहे वह व्यक्तिगत हो या सामाजिक । ये चार प्रकार के होते हैं:

i **अंतरंग क्षेत्र (Intimate Zone):** पति-पत्नी, बच्चों, माता-पिता, बहुत करीबी रिश्तेदारों और दोस्तों द्वारा साझा की जाने वाली दूरी। यह 15 से लेकर 46 cm है।

ii **व्यक्तिगत क्षेत्र (Personal Zone):** व्यावसायिक समारोहों, सामाजिक कार्यों और मेल-मिलाप के दौरान व्यक्तियों के बीच दूरी। यह 1.2m से लेकर 3.6m है।

iii **सामाजिक क्षेत्र (Social Zone):** अजनबियों या कभी-कभार आने वाले आगंतुकों द्वारा साझा की गई दूरी। यह 3.6m से अधिक है।

iv **सार्वजनिक क्षेत्र (Public Zone):** वक्ता और श्रोता के बीच साझा की गई दूरी। यह 15cm से लेकर 46 cm है।

दूरी की भाषा हमें सिखाती है कि पहले हम अपने और दूसरे व्यक्ति के बीच क्या संबंध है यह निर्धारित करें और उसी के अनुसार हमें दूरी का प्रबंधन करना चाहिए। उदाहरण के लिए अपने ग्राहक से बात करते समय आपको पता होना चाहिए कि आप सार्वजनिक क्षेत्र में हैं और आपको प्रवेश नहीं करना चाहिए

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

3 समय की भाषा (Language of Time): समय की भाषा या कालक्रम अशाब्दिक संचार में समय के उपयोग का अध्ययन है। जिस तरह से एक व्यक्ति समय, संरचना समय और समय पर प्रतिक्रिया करेगा, वह एक शक्तिशाली संचार उपकरण है, और समय की पाबंदी, प्रतीक्षा करने की इच्छा और बातचीत भी शामिल है। यूनिट की शुरुआत में चर्चित टैक्सी ड्राइवर का उदाहरण याद रखें, जो दो घंटे लेट था, यह बताता है कि टैक्सी ड्राइवर अपने समय के साथ-साथ अपने पर्यटक के समय को भी महत्व नहीं देता है।

प्रभावी संचार के लिए मौखिक और गैर-मौखिक संचार दोनों पर उचित ध्यान देना चाहिए।

छात्र स्वयं गतिविधि - 2 (STUDENTS SELF ACTIVITY - 2)

दूसरों द्वारा प्राप्त गैर-मौखिक संकेतों को समझने के लिए जब वे किसी विशेष सुबह को ऐसा करने के लिए माता-पिता से व्यक्तिगत अनुग्रह देखना चाहते थे। हालाँकि, जब वे बिना एहसान माँगे उससे मिलने गए। सोचिए क्या हुआ था और क्यों उन्होंने पक्ष लेने का मन बदल लिया।.....

..... सोचिए क्या हुआ था और क्यों उन्होंने पक्ष लेने का मन बदल लिया।

कक्षा गतिविधि -2 साइलेंट मूवी चलायें (CLASS ROOM ACTIVITY -2 PLAY SILENT MOVIE)

छात्रों को दो या दो से अधिक समूहों में विभाजित करें। कक्षा के पहले भाग में, कुछ छात्र पटकथा लेखक होंगे और अन्य छात्र अभिनेता होंगे। दूसरी छमाही के लिए भूमिकाएं बदल जाएंगी। पटकथा लेखक छात्र निम्नलिखित युक्तियों को ध्यान में रखते हुए एक मूक फिल्म दृश्य लिखेंगे:

1 मूक फिल्में बिना शब्दों के कहानी कहती हैं। दृश्य की शुरुआत एक स्पष्ट कार्य करने वाले व्यक्ति के साथ करना महत्वपूर्ण है, जैसे घर की सफाई करना या नाव चलाना।

2 यह दृश्य तब बाधित होता है जब एक दूसरा अभिनेता (या कई अभिनेता) दृश्य में प्रवेश करता है। नए अभिनेता/अभिनेताओं की उपस्थिति का बड़ा प्रभाव पड़ता है। याद रखें कि नए पात्र जानवर, चोर, बच्चे, सेल्समैन आदि हो सकते हैं।

3 एक शारीरिक हलचल होती है।

4 समस्या का समाधान हो गया है।

अभिनय समूह स्क्रिप्ट का प्रदर्शन करेंगे। शो का आनंद लेने के लिए हर कोई वापस बैठता है! पॉपकॉर्न एक अच्छा जोड़ है। यह अभ्यास छात्रों को अभिनय करने और अशाब्दिक संदेशों को पढ़ने का एक शानदार अवसर देता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

11 संचार के लिए बाधाएं (Barriers to communication)

संचार की बाधाओं का अध्ययन किए बिना संचार का अध्ययन अधूरा है। संचार में बाधाएं तब होती हैं जब आप अपना संदेश किसी को या लोगों के समूह को देते हैं और संदेश क्लेअरली और स्पष्ट रूप से प्राप्त नहीं होता है। इस प्रकार, प्राप्त संदेश भेजा गया संदेश नहीं है। यह संचार प्रक्रिया के विभिन्न चरणों में हो सकता है। निम्नलिखित आरेख इसे समझाता है:

(स्रोत- गिरधाम, 1995 प्रभावी संचार, एलेस्विएर, 2007 से अनुकूलित)

संचार के विभिन्न स्तरों पर ऊपर चर्चा की गई बाधाओं का तीन मुख्य शीर्षकों के तहत अध्ययन किया जा सकता है:

1 भाषा (सिमेंटिक बाधाएं)

2 सांस्कृतिक बाधाएं

3 मनोवैज्ञानिक बाधाएं (धारणा में अंतर)

1 भाषा/सिमेंटिक बैरियर (Language/Semantic Barrier): भाषा संचार का मुख्य माध्यम है। यह एक बाधा बन सकती है जब या तो हम ऐसी भाषा का उपयोग करते हैं जिसे दूसरे नहीं जानते हैं या जब हम गलत तरीके से भाषा का उपयोग करते हैं। यह तीन तरीकों से हो सकता है:

i **शब्दजाल का प्रयोग (Using jargons):** शब्दजाल डॉक्टरों, वकीलों जैसे विशेष पेशे से संबंधित हैं। पर्यटन में हमारे पास PAX (अर्थात यात्री) जैसे शब्दजाल भी हैं। कई पेशे शब्दजाल पर बहुत अधिक निर्भर करते हैं और उनकी अपनी 'भाषा' होती है जो बाहरी लोगों को नहीं पता होती है। यह एक बाधा के रूप में कार्य करता है।

ii **परिवर्णी शब्द और संक्षिप्ताक्षर (Acronyms and abbreviations):** ये संक्षिप्त रूप हैं। ये उन रिसीवर्स को खत्म कर देते हैं जो उनके अर्थ से परिचित नहीं हैं।

iii **अंग्रेजी भाषा (English Language)**: अंग्रेजी प्रमुख व्यावसायिक भाषा रही है। गैर-देशी वक्ताओं के लिए भले ही वे अंग्रेजी जानते हों, कभी-कभी यह बाधा के रूप में कार्य करता है। बहुत तेज बोलना और अपशब्द बोलना अंग्रेजी में भी संचार को कठिन बना सकता है।

2 सांस्कृतिक बाधा (Cultural Barrier): संस्कृति का अर्थ है मूल्यों, अभिव्यक्ति के रूपों, विश्वासों और भाषा का संचय। यह जीवन की विभिन्न घटनाओं की व्याख्या को आकार देता है। लेकिन परस्पर विरोधी सांस्कृतिक मान्यताओं के कारण संचार समस्याएँ हो सकती हैं। ये हो सकते हैं:

i **नृजातीयता (Ethnocentrism):** नृजातीयता केवल अपनी संस्कृति के मूल्यों और मानकों से दूसरे की संस्कृति का न्याय कर रही है और दूसरों की संस्कृति को पसंद नहीं कर रही है। जातीय व्यक्ति विशेष रूप से भाषा, व्यवहार, रीति-रिवाजों और धर्म की चिंता के साथ अपने स्वयं के विशेष जातीय समूह या संस्कृति के सापेक्ष अन्य समूहों का न्याय करेगा।

ii **संस्कृति के कारण गैर-मौखिक अंतर (Non-Verbal Differences due to Culture):** जीवन के कई पहलुओं के लिए संस्कृतियों के अलग-अलग मानक हैं जैसे आपको कितनी तेजी से बात करनी चाहिए, आपको कितनी बात करनी चाहिए, आपको कितनी दूर खड़ा होना चाहिए आदि। यदि आप इस पर ध्यान नहीं देते हैं, तो यह आपके मौखिक संचार में बाधा के रूप में कार्य कर सकता है। उदाहरण के लिए: सामाजिक संपर्क के दौरान भौतिक दूरी संस्कृति के अनुसार भिन्न होती है। मध्य पूर्व और दक्षिण अमेरिका के क्षेत्रों में लोग बात करते समय बहुत करीब खड़े होते हैं लेकिन यूरोपीय अमेरिकी उनके बीच अधिक दूरी रखना पसंद करते हैं। आप किसी अन्य व्यक्ति के बहुत करीब खड़े होने से बहुत असुविधा पैदा कर सकते हैं जिससे संचार में बाधा उत्पन्न हो सकती है।

3 मनोवैज्ञानिक बाधाएँ (Psychological Barriers): ये प्रत्येक व्यक्ति की ओर से बाधाएँ हैं। कोई भी दो व्यक्तित्व समान नहीं होते हैं। वे अपने ज्ञान, अनुभव, दृष्टिकोण, भावना, विश्वास, मूल्यों आदि में भिन्न होते हैं, और इस प्रकार ऐसा होता है कि वे संचार करते समय समान तरंग दैर्ध्य पर ट्यून नहीं करते हैं जो संचार में बाधा उत्पन्न करते हैं। मनोवैज्ञानिक बाधा उत्पन्न करने वाले विभिन्न कारणों पर नीचे चर्चा की गई है:

i **Emotions (Emotions):** ये शक्तिशाली संचार फ़िल्टर हैं। जब आप संदेश भेजते हैं तो प्राप्तकर्ता अपनी भावनाओं के साथ सोच सकते हैं जिसे दुनिया को रंगीन चश्मे से देखना कहा जाता है। मजबूत भावनाएं संदेश के स्वागत को रोक सकती हैं, या संदेश की ताकत को विकृत कर सकती हैं। उदाहरण के लिए यदि आपका अपने भाई या बहन के साथ नाश्ते की मेज पर दिन भर झगड़ा होता रहता है तो अशांत भावनाओं के कारण आपके संचार में कमी आएगी।

ii **मनोवृत्ति (Attitude):** ये भी भावनाओं की तरह प्रभावी संचार के लिए बाधक हैं। नकारात्मक और सकारात्मक दृष्टिकोण किसी संदेश के प्रति प्रतिरोध या पूर्वाग्रह पैदा कर सकते हैं।

iii **असावधानी (Inattention)**: कई बार हम सुनते नहीं हैं, केवल सुनते हैं, खासकर जब अधिक महत्वपूर्ण बातों का ध्यान रखना होता है। उदाहरण के लिए, यदि कोई आगंतुक उसी समय आपके पास आता है जब आप फोन का जवाब दे रहे होते हैं, तो फोन पर व्यक्ति से खुद को अलग करना महत्वपूर्ण होता है ताकि आगंतुक पर विशेष ध्यान दिया जा सके या आप आगंतुक से अनुरोध कर सकते हैं कुछ समय प्रतीक्षा करें।

12 प्रभावी संचार (Effective communication)

संचार की विभिन्न बाधाओं की समझ हमें इन बाधाओं पर काबू पाने के तरीकों और साधनों का पता लगाने में मदद करती है।

अमेरिकन मैनेजमेंट एसोसिएशन ने प्रभावी संचार के लिए निम्नलिखित आदेश तैयार किए हैं:

- संचार से पहले विचारों को स्पष्ट करना।
- अपने संचार का उद्देश्य जानें।
- संचार के भौतिक और मानवीय वातावरण को समझें।
- संचार की योजना बनाने में दूसरों से परामर्श करें।
- संचार की सामग्री और ओवरटोन का ध्यान रखें।
- रिसीवर को संचार का महत्व बताएं।
- अनुवर्ती कार्रवाई करें।
- संचार के महत्व को समझें।
- आपके कार्य संचार के अनुरूप होने चाहिए।
- अच्छी तरह से सुनने का अभ्यास करें - अच्छा सुनना प्रभावी संचार के लिए बुनियादी पूर्व-आवश्यकता है। इस पर हम आगे चर्चा करेंगे।

13 सुनना (Listening)

सुनने का एक निकट पर्याय श्रवण है; श्रवण कोई भी ध्वनि है जो श्रवण तंत्रिकाओं या ध्वनि तरंगों के माध्यम से कानों में प्रवेश करती है। लेकिन समझ के साथ सुनना सुनना है। हमें समझने और प्रतिक्रिया देने के लिए सुनना चाहिए। सुनना शक्तिशाली व्यक्तित्व का एक गुण है क्योंकि इस गुण के लिए आपके व्यक्तित्व का हिस्सा बनने के लिए धैर्य, शांति और खुलेपन जैसे कई अन्य गुणों की आवश्यकता होती है। अच्छा सुनना संचार की बाधाओं का एक निश्चित संक्षिप्त समाधान है। सुनने के दस सुनहरे नियमों का पालन करके हम अच्छा सुनना अपना सकते हैं:

इस इकाई ने आपको सॉफ्ट स्किल्स और हार्ड स्किल्स की अवधारणा से परिचित कराया है। आप जान चुके हैं कि पर्यटन उद्योग में सफल होने के लिए आपको सॉफ्ट स्किल्स में विशेषज्ञता की आवश्यकता होती है। यह इकाई इस बात पर भी प्रकाश डालती है कि पर्यटन उद्योग में बढ़त हासिल करने के लिए सभी सॉफ्ट स्किल्स के बीच संचार कौशल पूर्व-आवश्यकता है। आपने संचार की प्रक्रिया सीखी है जो दूसरों को खुद को समझने की एक चरणबद्ध प्रक्रिया है। संचार के प्रकार आपको सिखाते हैं कि संचार करते समय हमें अपने मौखिक और गैर-मौखिक संचार का भी ध्यान रखना चाहिए। प्रभावी ढंग से संवाद करने के लिए आपको संचार की उन बाधाओं को कम करने का प्रयास करना चाहिए जो संचार प्रक्रिया के किसी भी चरण में हो सकती हैं। साथ ही एक अच्छा श्रोता बनकर आप अच्छे संचारक बनने के लिए आवश्यक कौशल को एक सीमा तक प्राप्त करने में सक्षम हो सकते हैं। यह इकाई सॉफ्ट स्किल्स के विशाल क्षेत्र की ओर पहला कदम है। अगली कक्षा में आप अन्य सॉफ्ट स्किल्स का अध्ययन करेंगे जो पर्यटन जैसे सेवा उद्योगों के लिए एक अच्छी तरह से विकसित व्यक्तित्व के लिए भी आवश्यक हैं।

© NSDC NOT TO BE REPUBLISHED

अच्छी तरह से सुनने के दस नियम (Ten Rules for Good Listening):

	नियम सुनना	नियम के पीछे तर्क
1	बात करना बंद करें	यदि आप बात कर रहे हैं तो आप सुन नहीं सकते।
2	व्यक्ति को आराम से रखें	किसी व्यक्ति को बेझिझक बात करने में मदद करें: एक अनुमोदक वातावरण बनाएं।
3	उस व्यक्ति को दिखाएं जिसे आप सुनना चाहते हैं	रुचि देखें और कार्य करें; समझने के लिए, विरोध करने के लिए नहीं।
4	विकर्षणों को दूर करें	कामचोरी न करें, टैप करें, या कागज़ों को फेरबदल न करें; शांति प्राप्त करने के लिए यदि आवश्यक हो तो दरवाजा बंद करें।
5	सहानुभूति	दूसरे व्यक्ति के दृष्टिकोण को देखने का प्रयास करें।
6	धैर्य रखें	भरपूर समय दें; दरवाज़े को न रोकें या बीच में न चलें; दरवाज़े की ओर न बढ़ें या दूर जाएँ।
7	संयम रखें	क्रोधित व्यक्ति शब्दों का गलत अर्थ निकाल लेता है

छात्र स्वयं गतिविधि : 3 अच्छी श्रवण कौशल प्रश्नोत्तरी (Student self activity : 3 good listening skilll quiz)

1	जब आप बात कर रहे हों तो एक अच्छा श्रोता बोलता है	T	F
2	जब कोई आपसे बात कर रहा हो तब टीवी देखते रहना ठीक है।	T	F
3	जब आप बात कर रहे हों तो एक अच्छा श्रोता ऊपर-नीचे कूदेगा।	T	F
4	यदि आपका शिक्षक बात कर रहा है, तो आप जो कर रहे हैं उसे रोकना चाहिए और उसे देखना चाहिए।	T	F
5	एक अच्छा श्रोता नीचे रखता है कि वह क्या कर रहा है यदि आप बात कर रहे हैं।	T	F

आकलन 4 - लघु उत्तरीय प्रश्न (ASSESSMENT 4 - SHORT ANSWER QUESTIONS):

1 संचार की बाधाओं को परिभाषित करें और क्यों। ये संचार प्रक्रिया होती है,

2 उन समाधानों को लिखें जिन्हें आप बाधाओं को दूर करने के लिए अपनाना चाहेंगे।

3 सुनने के सुनहरे नियम लिखें।

© TUMI NOT TO BE REPUBLISHED

पर्यटन में विज्ञापन (Advertisement in tourism)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **यात्रा और पर्यटन उद्योग में विज्ञापनों के महत्व की व्याख्या करें।**

विज्ञापन देना (Advertising)

- विज्ञापन महंगा है।
- इसके प्रभाव का अंदाजा लगाना मुश्किल है और ग्राहकों पर इसका कोई प्रभाव पड़ने में कुछ समय लगता है।
- यह परिभाषित करना कठिन है कि बाज़ार में विज्ञापन वास्तव में क्या करता है।
- कई कंपनियां सोचती हैं कि उन्हें विज्ञापन पर खर्च में कटौती करनी चाहिए और इसे बिक्री प्रचार, प्रत्यक्ष मेल, जनसंपर्क और विपणन संचार के अन्य रूपों में पुनर्निर्देशित करना चाहिए।

पर्यटन और अवकाश में विपणन और प्रचार आज (Marketing and promotion in tourism and leisure today)

- विपणन की प्रक्रिया में विज्ञापन एक महत्वपूर्ण और सीमित भूमिका निभाता है।
- अच्छे विपणक अपने व्यवसाय को ग्राहक के दृष्टिकोण से देखते हैं और विश्वास के आधार पर ग्राहक के साथ संबंध विकसित करने के लिए अपने पूरे उद्यम को व्यवस्थित करते हैं।

प्रचार प्रबंधन (Promotional management):

प्रचार तत्व (मिश्रण) (Promotional elements (mix))

- मीडिया विज्ञापन
- जनसंपर्क
- व्यक्तिगत बेच
- बिक्री प्रचार
- कीमत में छूट
- वितरण माध्यम
- परिचय यात्राएं
- प्रदर्शनियां और शो
- बिक्री साहित्य
- मर्चेंडाइजिंग और पॉइंट-ऑफ-सेल डिस्प्ले
- डायरेक्ट मेल
- प्रायोजन/विशेष कार्यक्रम

मीडिया विज्ञापन (Media advertising)

- टेलीविजन, प्रेस, रेडियो, बिलबोर्ड और इंटरनेट; टूरिस्ट बोर्ड यात्रा संबंधी गाइड, किताबें और ब्रोशर जो विज्ञापन स्थान बेचते हैं।

विज्ञापन और प्रोत्साहन (Advertising: Promotion)

- विज्ञापन प्रचार मिश्रण का केवल एक तत्व है।
- विज्ञापन को परिभाषित किया गया है और इसे या तो समाचार पत्रों, पत्रिकाओं, रेडियो, टेलीविजन, बिलबोर्ड, इंटरनेट के माध्यम से जनसंचार या प्रत्यक्ष मेल के माध्यम से सीधे-से-उपभोक्ता संचार के रूप में लिया जाता है।
- प्रचार: एक अल्पकालिक गतिविधि हो सकती है, लेकिन जब रणनीतिक स्तर पर देखा जाता है, तो यह एक सुसंगत और विश्वसनीय कॉर्पोरेट या गंतव्य राष्ट्र की पहचान बनाने के उद्देश्य से मध्य और दीर्घकालिक निवेश है।

पर्यटन और अवकाश विपणन में विज्ञापन का महत्व,

- पर्यटन और हॉस्पिटाटी क्षेत्रों में, जहां उत्पाद एक "service" प्रचार है, अन्य उद्योगों की तुलना में अधिक महत्वपूर्ण है।
- पर्यटन उत्पाद "intangib/e'~"tosepsrsbte", "चर" और "नाशवान" है।
  - ग्राहक के पास पहले से जांच करने या बाद में ले जाने के लिए कुछ भी ठोस नहीं है।
  - सर्विस इसके उत्पादन से अविभाज्य है।
  - अनुभव परिवर्तनशील है और विपणक के नियंत्रण से परे कारकों के अधीन है।
  - उत्पाद खराब होने वाला है और बिक्री के लिए संग्रहीत नहीं किया जा सकता है।
- ग्राहक शब्दों, चित्रों, ध्वनियों आदि के माध्यम से प्रचारात्मक रूप से स्थापित प्रतीकात्मक अपेक्षाओं के आधार पर छुट्टी खरीदता है।
- विज्ञापन और मीडिया के माध्यम से पर्यटन के अनुभव हमारी कल्पना में निर्मित होते हैं।
- पर्यटन उत्पाद भी एक विवेकाधीन (वैकल्पिक) उत्पाद है, जो व्यय की आवश्यक वस्तुओं और अन्य विवेकाधीन खरीद के विरुद्ध ग्राहक के समय और धन दोनों के लिए प्रतिस्पर्धा करेगा।
- इन 5 विशेषताओं "अमूर्त" ~ "अविभाज्य", "चर", "नाशवान" और "विवेकाधीन" का अर्थ है कि पर्यटन और अवकाश विपणन में कौशल उत्पाद के कथित मूल्य को बनाने में निहित है।

विज्ञापन पर्यटन और अवकाश में कैसे काम करता है? (How advertising works in tourism and leisure?)

- विज्ञापन संचार की एक प्रक्रिया है।
- विज्ञापनों को उन बातों के लिए राजी करना और सुझाव देना चाहिए जिन पर उपभोक्ता ने पहले विचार नहीं किया होगा और अनुनय प्रक्रिया विज्ञापनों के माध्यम से प्राप्त की जाती है।
- विज्ञापन को तत्काल और मापने योग्य प्रभाव पैदा करना चाहिए।
- प्रभावी होने पर, विज्ञापन (संचार) ग्राहकों को "जागरूकता" से दूर ले जाता है। एक उत्पाद का" से "खरीद के बाद की संतुष्टि को मजबूत करना":
  - चरण 1 - जागरूकता (Awareness)
  - चरण 2 - समझ (Comprehension)
  - चरण 3 - स्वीकृति (Acceptance)
  - चरण 4 - वरीयता (Preference)
  - चरण 5 - खरीद (Purchase)
  - चरण 6 - सुदृढीकरण (Reinforcement)
- चरण 1- जागरूकता (Awareness)
  - जागरूक उत्पाद होने के लिए लक्ष्य बाजार।
- चरण 2 - समझ (Comprehension)
  - संभावित ग्राहक इसकी विशेषताओं और लाभों को समझें।
- चरण 3 - स्वीकृति (Acceptance)
  - संभावित ग्राहकों को यह तय करना होगा कि उत्पाद उनकी जरूरतों को पूरा कर सकता है। विज्ञापन यहाँ एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- चरण 4 - वरीयता (Preference)
  - विज्ञापन को संभावित ग्राहकों को यह सोचने के लिए एक सम्मोहक कारण प्रदान करना चाहिए कि उत्पाद उनकी आवश्यकताओं को पूरा करता है।
- चरण 5 - खरीदारी (Purchase)
  - विज्ञापन ग्राहकों को कार्रवाई करने या खरीदने के लिए प्रेरित करता है। उत्पाद। यह उद्देश्य हमेशा बिक्री प्रचार से जुड़ा होता है।
- चरण 6 - सुदृढीकरण (Reinforcement)
  - ग्राहकों की पसंद की पुष्टि करने और उनके कार्यों या खरीदारी के बारे में संतुष्टि की भावना पैदा करने के लिए।

विज्ञापन कैसे काम करता है? (How advertising works?)

- आज विज्ञापन की योजना बनाने में 4 प्रमुख मॉडलों का उपयोग किया जाता है:

1 बिक्री प्रतिक्रिया (Sales response)

2 अनुनय (Persuasion)

3 भागीदारी (Involvement)

4 लवणता (Saliency)

1 बिक्री प्रतिक्रिया मॉडल (Sales response model)

- यह एक बहुत ही सरल मूल्य-आधारित मॉडल है।
- विशुद्ध रूप से इसकी कीमत के आधार पर किसी उत्पाद की खरीद को प्रोत्साहित करता है।

2 अनुनय मॉडल (Persuasion model)

- यह विज्ञापन को शुरुआती बिंदु के रूप में लेता है।
- और, यदि इसे प्रभावी ढंग से संकलित किया गया है, तो इसके प्रभाव और संदेश को दर्शकों को यह विश्वास दिलाना चाहिए कि प्रस्तुत उत्पाद सबसे अच्छा है।
- किसी उत्पाद के विशिष्ट लाभ को उजागर करके ब्रांड लाभ सुरक्षित किया जाता है।
  - ब्रांड: उत्पाद विशेषताएँ + जोड़े गए मूल्य

3 भागीदारी मॉडल (Involvement model)

- इसका उद्देश्य उपभोक्ता को रुचिकर बनाना और संलग्न करना है।
- रुचि होने के बाद, दर्शकों के साथ एक रिश्ता बनाया जाता है - उत्पाद के बारे में अच्छा महसूस करने के लिए।
- अगला कदम उत्पाद के प्रति प्रतिबद्धता है, जिसके परिणामस्वरूप बिक्री में वृद्धि होती है।

4 सामर्थ्य मॉडल (Saliency model)

- यह अभिनव ब्रांड-उत्पाद-जागरूकता पर निर्भर करता है।
- यह दर्शकों को भावनात्मक रूप से ब्रांड उत्पाद के करीब ले जाता है.:
- "वह उत्पाद मेरे लिए है" की भावना उत्पन्न करता है।

निष्कर्ष (Conclusion)

- विज्ञापन की भूमिका बिक्री बढ़ाना नहीं है बल्कि इसका मूल्य निहित है;
  - ब्रांड्स के प्रति उपभोक्ता के रवैये में सुधार करना।
  - लंबी अवधि की बिक्री के लिए अग्रणी।
  - विज्ञापन का वास्तविक प्रभाव बिक्री के बिंदु पर नहीं बल्कि 'उपभोग' के बिंदु पर होता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

मौखिक और लिखित संचार (Oral and written Communication)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **पर्यटन में मौखिक और लिखित संचार।**

संचार (Communication)

संचार एक ऐसी प्रक्रिया है जिसमें एक माध्यम से प्रेषक से प्राप्तकर्ता तक सूचना भेजी जाती है। यह संचार कई प्रकार का हो सकता है - मौखिक(oral)/मौखिक(verbal), लिखित, इलेक्ट्रॉनिक और गैर-मौखिक। संचार के मौखिक और लिखित रूप संचार के सबसे आम और अक्सर उपयोग किए जाने वाले रूप हैं।

मौखिक संचार (Oral Communication)

मौखिक संचार प्रेषक से रिसीवर तक शब्दों और कभी-कभी दृश्य साधनों का उपयोग करके सूचना का हस्तांतरण है। मौखिक संचार के उदाहरणों में चर्चा, भाषण, प्रस्तुतियाँ और आमने-सामने बातचीत शामिल हैं। हालांकि इस तरह के संचार में शब्दों का उपयोग किया जाता है, ज्यादातर समय मौखिक संचार प्रभावी ढंग से शरीर की भाषा और आवाज के मॉड्यूलेशन के साथ पूरक होता है। जैसा कि पहले उल्लेख किया गया है, हम संदेश को संप्रेषित करने के लिए दृश्य साधनों का भी उपयोग करते हैं।

मौखिक संचार के अनेक लाभ हैं। यह संचार का एक त्वरित और सीधा तरीका है। आपको अपना फीडबैक तुरंत मिल जाता है, चाहे वह प्रशंसा हो या आलोचना। यदि मौखिक संदेश स्पष्ट रूप से समझ में नहीं आता है, तो श्रोता के चेहरे के भाव देखकर वक्ता अतिरिक्त दृश्य साधनों या अन्य सूचनाओं के साथ इसे बेहतर ढंग से समझाने का प्रयास कर सकता है। या वह आवाज की पिच और स्वर को बदलकर श्रोता को विश्वास दिला सकता है। तत्काल प्रतिक्रिया प्रभावी ढंग से संवाद करने में मदद करती है।

मौखिक संचार भी कम औपचारिक होता है। लेकिन फिर भी प्रभावी मौखिक संचार के लिए, आपको अपने संचार में स्पष्टता, संक्षिप्तता (कुछ शब्दों का उपयोग करके) और सटीकता की आवश्यकता है। जटिल वाक्यों और शब्दजाल से बचना बेहतर है जो श्रोताओं को भ्रमित कर सकते हैं। वक्ता की हाव-भाव भी भाषण का पूरक होना चाहिए। यह हमेशा प्रभावी नहीं होता क्योंकि इसकी अपनी सीमाएँ भी होती हैं। संचार के इस रूप में, गलत व्याख्या और गलतफहमी बहुत बार होती है। कुशल वक्ता ही प्रभावी वक्ता हो सकते हैं। इस तरह के संचार के साथ एक और समस्या यह है कि इसका इस्तेमाल दस्तावेजी साक्ष्य के लिए नहीं किया जा सकता है।

लिखित संचार (Written Communication)

संचार का कोई भी रूप जो प्रेषक से रिसीवर तक लिखित और प्रलेखित होता है, लिखित संचार के रूप में जाना जाता है। लिखित संचार के उदाहरण हैं: पत्र, मेमो, शैक्षणिक शोध पत्र, रिपोर्ट, समाचार पत्र आदि।

लिखित संचार में रिकॉर्ड, संदर्भ और कानूनी साक्ष्य प्रदान करने का लाभ होता है। इस तरह के संचार को सावधानीपूर्वक तैयार किया जा सकता है और फिर बड़े पैमाने पर मेल संदेशों के माध्यम से बड़े दर्शकों को निर्देशित किया जा सकता है। लिखित संचार में अस्पष्टता से बचने के लिए इसमें स्पष्टता, शुद्धता और तार्किक निरंतरता होनी चाहिए। इस तरह के संचार में, हमें तत्काल प्रतिक्रिया नहीं मिलेगी क्योंकि यह मौखिक संचार के साथ थी: लेकिन चूंकि इस तरह का संचार अधिक लोगों तक पहुंचता है, इसलिए ध्यान रखना चाहिए कि यह त्रुटि रहित हो। चूंकि लेखन के लिए अधिक समय आवंटित किया जाता है, इसलिए इसे त्रुटि मुक्त रखना संभव है। लेकिन इसकी अपनी सीमाएँ भी हैं क्योंकि इसमें बॉडी लैंग्वेज और वॉइस मॉड्यूलेशन आदि से अतिरिक्त मदद नहीं मिलती है। यह कागज के पहाड़ भी बनाता है, अप्रभावी लेखकों द्वारा खराब रूप से व्यक्त किया जा सकता है, और तत्काल प्रतिक्रिया नहीं मिलती है। सीखने के उद्देश्यों के लिए मौखिक और लिखित संचार को एक साथ जोड़कर इसे सफलतापूर्वक दूर किया जा सकता है। एक की सीमाओं को दूसरे के लाभ से सफलतापूर्वक संबोधित किया जाएगा।

दूरभाष वार्तालाप (Telephone Conversation)

मोबाइल टेलीफोन आज मनुष्य द्वारा बनाया गया सबसे जटिल नेटवर्क और व्यापक रूप से उपयोग किया जाने वाला संचार उपकरण है। आज 700 मिलियन से अधिक टेलीफोन हैं। आज हम टेलीफोन के बिना दुनिया की कल्पना नहीं कर सकते। वे अब कोई विलासिता नहीं बल्कि एक आवश्यकता हैं। यहां तक कि एक किशोर को भी लगता है कि उसे अपने माता-पिता और दोस्तों से संपर्क करने के लिए टेलीफोन की जरूरत है। कार्य स्थल पर यह संचार का एक प्रमुख रूप है। आज भर्ती के लिए टेलीफोनिक साक्षात्कार और यहां तक कि बड़े व्यापारिक सौदे भी फोन पर किए जाते हैं। टेलीफोन द्वारा संवाद करने की क्षमता कैरियर की प्रगति में मदद कर सकती है, कार्यस्थल में तनाव कम कर सकती है, हमारी कार्यकुशलता में सुधार कर सकती है और हमें एक बहुत ही प्रतिस्पर्धी दुनिया में लाभ दे सकती है।

माइक्रोफोन का डर (Fear of the Microphone)

कुछ लोगों को सार्वजनिक रूप से बोलने में कठिनाई होती है। ऐसा नहीं है कि वे अपनी भाषा में अच्छे नहीं हैं, लेकिन यह माइक्रोफोन का डर है फोन का भी कुछ लोगों पर ठीक वैसा ही असर हो सकता है। अगर आप फोन रिसीवर से बात करने की कोशिश नहीं करेंगे तो इस डर को दूर किया जा सकता है। इसके बजाय, आपको यह कल्पना करनी होगी कि जिस व्यक्ति को आप कॉल कर रहे हैं वह ठीक सामने बैठा है और उसे सीधे संबोधित करें। यदि आप किसी ऐसे व्यक्ति से बात कर रहे हैं जिसे आप जानते हैं, तो उस व्यक्ति की कल्पना करना आसान होगा। यदि आप उस व्यक्ति को नहीं जानते हैं, तो आवाज के आधार पर यह कल्पना करने का प्रयास करें

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

कि वह किस प्रकार का व्यक्ति होगा। जब हम बात करते हैं तो हम बहुत से इशारों का इस्तेमाल करते हैं। टेलीफोन पर बातचीत के दौरान भी कुछ लोग इशारों का इस्तेमाल करते रहते हैं। इशारों का उपयोग करने में कुछ भी गलत नहीं है लेकिन अगर आप कारोबारी माहौल में बोल रहे हैं तो यह बहुत स्पष्ट नहीं होना चाहिए।

सार्वजनिक बोल (Public Speaking)

एक और क्षेत्र जहां लोगों को कठिनाई होती है वह है सार्वजनिक रूप से बोलना। एक चतुर, सुशिक्षित और ज्ञानी व्यक्ति भी भीड़ के सामने खड़ा होने पर जीभ से बंध जाता है। माइक्रोफोन का यह डर, या स्टेज का डर सबसे अच्छे छात्रों में भी देखा जाता है। इस डर को अभ्यास से ही दूर किया जा सकता है। किसी को तेज आवाज या भाषा के महान आदेश की जरूरत नहीं है। दर्शकों के सामने बात करने के लिए उन्हें सबसे पहले आत्मविश्वास की जरूरत होती है। यदि उसके पास आत्मविश्वास है, तो बाकी सब उसके बाद आएगा क्योंकि व्यक्ति अपने भाषण के लिए खुद को तैयार करेगा।

मौखिक संचार पर अभ्यास (Practice on Oral Communication)

मौखिक और लिखित संचार के बीच प्रमुख अंतर बताते हुए टेबल को पूरा करें

मौखिक संचार बोली जाती है	लिखित संचार यह लिखा है

टेलीफोन पर बातचीत - रोल प्ले (Telephonic Conversation - Role play)

शिक्षक को सूची में दिए गए विकल्पों को छोटी चिटों में लिखना होता है। कक्षा में छात्रों की संख्या के आधार पर शिक्षक पर्याप्त संख्या में पर्चियां बना सकता है। निम्नलिखित सूची 20 छात्रों वाली कक्षा के लिए उपयुक्त है। यदि अधिक छात्र हैं, तो दिए गए विकल्पों को दोहराया जा सकता है। उदाहरण के लिए, सूची में दस विकल्पों को डुप्लिकेट किया जा सकता है, ताकि दो छात्रों के पास समान विकल्प हों। कक्षा को दो समूहों में विभाजित करें। पहले समूह में सभी छात्रों को सूची 1 से विकल्प दें और दूसरे समूह को सूची 2 से विकल्प दें। छात्रों को दिए गए संकेतों के आधार पर तैयार करना चाहिए कि वे फोन पर क्या बात करने जा रहे हैं। अब पहले समूह से एक व्यक्ति को बुलाओ। दिए गए सुराग के आधार पर दूसरे समूह से साथी को बुलाओ। उदाहरण के लिए यदि सामने आने वाला व्यक्ति पिता का चरित्र है तो कम्प्यूटर संस्थान में कार्यरत व्यक्ति को आवाज दें। यदि समान भूमिका वाले एक से अधिक उम्मीदवार हैं, तो आप उनमें से किसी एक को बुला सकते हैं। वरना आप नंबरों का इस्तेमाल कर सकते हैं। उदाहरण के लिए यदि आप किसी ऐसे व्यक्ति को कॉल कर रहे हैं जिसके पास सूची 1 में विकल्प संख्या 5 है, तो उस व्यक्ति को कॉल करें जिसके पास सूची 2 में विकल्प संख्या 5 है। यदि एक ही विकल्प वाले दो या तीन छात्र हैं, तो उनमें से किसी एक को पूरी बिक्री बल के आगे आने के लिए कहें; यह एक जमीनी तरीका है?; पूर्वानुमान जमीनी स्तर पर सूक्ष्म स्तर के बिक्री क्षेत्रों में उत्पन्न होता है; जमीनी स्तर के लोगों का निर्णय; जो लोग बाज़ार के सबसे करीब हैं वे पूर्वानुमान के लिए आधार बनाते हैं'

पिछले कुछ वर्षों में निजी क्षेत्र के सहयोग से कई प्रमुख पहलें की गई हैं। पर्यटन उद्योग में सरकार और निजी खिलाड़ियों के सदस्यों के साथ एक "राज्य-स्तरीय विपणन और प्रचार समिति" का गठन इसका एक उदाहरण है। समिति के संदर्भ की शर्तों में विपणन और प्रचार गतिविधियों के लिए प्रक्रियाओं और मानकों को स्थापित करना शामिल है। समिति के पास गोवा पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए सरकार द्वारा आवंटित विपणन और प्रचार बजट को मंजूरी देने और अधिकृत करने की शक्ति है। निजी क्षेत्र की भागीदारी के साथ कुछ अन्य पहलों में विशेषज्ञ समितियों का गठन शामिल है, जिसमें गोवा पर्यटन उद्योग में निजी खिलाड़ियों के प्रमुख सदस्य शामिल हैं, जो संदर्भ और मूल्यांकन/परामर्शदाताओं के चयन की शर्तों का मसौदा तैयार करते हैं। GTDC ने हाल ही में अपनी मौजूदा संपत्तियों के नवीनीकरण के साथ-साथ नई संपत्तियों के विकास के लिए निजी क्षेत्र के साथ संयुक्त उद्यम बनाने की योजना की घोषणा की है।

ये पहलें सार्वजनिक और निजी क्षेत्र के बीच बढ़ते सहयोग का संकेत देती हैं और गोवा में पर्यटन की दीर्घकालिक स्थिरता के लिए अच्छा संकेत देती हैं।

निम्नलिखित गतिविधियों में निजी क्षेत्र की भागीदारी को प्रोत्साहित करने के लिए व्यवहार्य व्यवसाय मॉडल विकसित किए जा सकते हैं:

- महत्वपूर्ण पर्यटन स्थलों पर पर्यटक सुविधाओं का विकास और प्रबंधन संचालन।
- सरकार के परामर्श से उद्योग मानकों, नैतिकता और उचित प्रथाओं को निर्धारित करना।
- पर्यटकों के आकर्षण के संरक्षण और संरक्षण में सक्रिय रूप से भाग लेना।
- हरित प्रथाओं के अनुसंधान और कार्यान्वयन को प्रोत्साहित करना।
- पर्यटन परियोजनाओं की योजना, विकास और रखरखाव में स्थानीय समुदाय की भागीदारी को प्रोत्साहित करने के लिए कदम उठाना।
- रोजगार सृजन के साथ-साथ पर्यटकों को गुणवत्तापूर्ण सेवाओं के प्रावधान के लिए पर्याप्त प्रशिक्षण और कौशल विकास के अवसर प्रदान करना।
- सरकार के सहयोग से पर्यटन स्थलों के प्रचार-प्रसार और विपणन गतिविधियों को हाथ में लेना।

उत्तरी राज्यों में प्रमुख पर्यटन सर्किट (Key tourism circuits in northern states)

पर्यटन क्षमता को बढ़ाने के लिए उत्तर भारत के राज्यों ने कई पर्यटन रणनीतियों को अपनाया है। राज्य के बुनियादी ढांचे के विकास के लिए राज्य सरकारों द्वारा विभिन्न वित्तीय प्रोत्साहन और निवेशक अनुकूल नीतियां

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

अपनाई गई हैं।

टेबल 2.5: भारत के उत्तरी राज्यों में प्रमुख पर्यटन सर्किट।

तीर्थयात्रा, रोमांच, प्राकृतिक वनस्पतियों और जीवों, सांस्कृतिक विरासत, राष्ट्रीय इतिहास, प्रसिद्ध हस्तियों, क्षणों, नदियों और अन्य स्थलाकृतिक विविधता के विभिन्न विषयों के आधार पर राज्यों में कई पर्यटन सर्किट भारत के उत्तरी राज्यों की 'पर्यटन क्षमता बढ़ाने' के लिए पर्याप्त अवसर प्रदान करते हैं। इसे और बढ़ाया जा सकता है:

- नए पर्यटन सर्किटों की पहचान और विकास या मौजूदा वाले में वृद्धि।
- पड़ोसी राज्यों के सहयोग से एकीकृत परिपथों का विकास।
- पर्यटन स्थलों के साथ-साथ नागरिक अवसंरचना पर ध्यान केंद्रित करते हुए अवसंरचनात्मक विकास।
- कम कर, सब्सिडी, आसान वित्त विकल्प या भूमि बैंकों की उपलब्धता जैसे वित्तीय प्रोत्साहनों के रूप में निजी क्षेत्र की भागीदारी के लिए प्रोत्साहन।
- आवश्यक प्रशासनिक ढांचे की स्थापना
- अभिनव विपणन (innovative marketing) और प्रचार तकनीकों (promotion techniques) का विकास

राज्य	प्रमुख पर्यटन सर्किट	प्रमुख पर्यटन स्थल
पंजाब	• अमृतसर सर्किट (अमृतसर- राम तीरथ - सराय अमाना! खान - वाघा बॉर्डर! • पठानकोट सर्किट (अमृतसर - डेरा बाबा नानक - दावियां -कलानौर- गुरदासपुर) • जालंधर सर्किट (अमृतसर - तरनतारन - हरि - के - पट्टन - गोइंदवाल साहिब - सुल्तानपुर लोधी - कपूरथला कांजली झील! • जालंधर सर्किट [अमृतसर - बाबा बकाला - करतारपुर) • चंडीगढ़ सर्किट (चंडीगढ़, रोपड़ (रूप नकार} आनंदपुर साहिब, शकरा - नंगल, रोपड़) • फरीदकोट सर्किट (लुधियाना-मोगा-फोरोज़पुर-भटिंडा-मलौत-मुक्तसर) • चंडीगढ़ सर्किट (पटियाला-नाभा-मलेरकोटला - लुधियाना - फतेहगढ़ साहिब - चंडीगढ़ जालंधर होशियारपुर, या तो वापस जालंधर या रोपड़) पहचाने गए सर्किट • सिख सर्किट (अमृतसर में अकाल तख्त, आनंदपुर में श्रीकेशगढ़ साहिब और तलवंडी सबा भटिंडा जिले में श्री दमदमा साहिब) • ईसीजी टूरिज्म सर्किट (चंडीगढ़-होपर-होशियारपुर-तलवाड़ा-रंजल्ट सागर बांध) • हेरिटेज सर्किट (नाभा - पटियाला - संगरूर - 8ठिंडा - फरीदकोट - कपूरथला) • फ्रीडम ट्रेल आई पटियाला - नाभा - मलकरकोटला - जगराओं - फ़ोरोलपुर - अमृतसर - अजनाला)	• अमृतसर, स्वर्ण मंदिर, वाघा पटियाला, आनंदपुर साहिब, जलियांवाला बाग।
दिल्ली	• दिल्ली-एग्रो-जयपुर • दिल्ली-आगरा-जयपुर-खजुरा • दिल्ली-चंडीगढ़-अमृतसर पहचाने गए सर्किट • मीनार, लोटस टेंपल में हेरिटेज स्मारकों को कवर करने वाला हेरिटेज सर्किट। राष्ट्रीय राजधानी क्षेत्र\ • अक्षरधाम, बहाई मंदिर को कवर करने वाला धार्मिक सर्किट। जामा मस्जिद, निजामुद्दीन दरगाह, गुरुद्वारा बंगिया साहब आदि।	कनॉट प्लेस, चांदनी चौक, राज घाट, राजपथ, गुरुद्वारा बंगला साहिब, लोदी गार्डन, जंतर मंतर, इंडिया गेट, लाल किला, कुतुब मीनार, लोटस टेंपल.

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

हिमाचल प्रदेश	• धौलाधार सर्किट (दिल्ली-चिंतपूर्णी-ज्वालारूखी कंकरा-डलहौजी-खज्जियार-चरनबाधर्मशाला-चामुंडा-पालमपुर-जोगिंदरनगर-दिल्ली! • ब्यास सर्किट (डेलिल - स्वारखाट - बिलासपुर - मंडी - रिवालसर - कुल्लू - मनाली - रोलटंग - नग्गर मणिकरण - दिल्ली) • ट्राइबल सर्किट (दिल्ली - शिमला - सराहन - सांगला - कल्पा - नाको - ताबो - धनकर - पिन वैली काजा - लोसेरकुंजम - कोकसार - सिसु - टांडी - उदयपुर - आईलोकपुर - रोहतांग दर्रा - मनाली दिल्ली)	डलहौजी, शिमला, मंडी, हमीरपुर, चंबा, मनाली, -कुल्लू, सोलंग, धर्मशाला, कांगड़ा, नारकंडा, सराहन, रोहतांग
राज्य	**प्रमुख पर्यटन सर्किट**	**प्रमुख पर्यटन स्थल**
	• सतलज सर्किट (दिल्ली-परवाणू-कसौल-बरोग-सोलन-चायल-हाटकोटी-हरनपुर-सहाराहरी-नारकंडा-नालदेहरा-तत्तापानी-शिमला-कियारीघाट-दिल्ली) पहचाने गए सर्किट • शिरला सर्किट (कालका - सोलन - शिम ला - चैल - कुफरी - नालदारा) • धर्मशाला सर्किट (धर्मशाला - कांगड़ा - इलमपुर - चंबा)	
जम्मू और कश्मीर	• नगर नगर सर्किट (वातलब-हजरतबल-तुरुल्लाह-मानसबल-वुल्लूर झील पहचाने गए सर्किट • यूसमर्ग - अहरबल - पहलगाम - वेरीनाग - कोकेरनाक़-किश्तवाड़ - भदरवा • लखनपुर-बसोली-सूरीसर-मानसर-जम्मू-कटरा-शिवखोरी-शुद महादेव-पत्नीटॉप • न्योमा - तांग्से - लेह - बास्गो - हुंदरल्लवुब्रल - तुर्तुक (नुब्रा) - मंगुए - टेमीगैंग - खलत्सी	मुबारक मंडी विरासत परिसर, गुलमर्ग, कश्मीर के मुगल उद्यान, पहलगाम, सोनमर्ग, लेह, कारगिल, वैष्णो देवी।
उत्तराखंड	• हरिद्वार- ऋषिकेश- मुनि- की- रेती पहचाने गए सर्किट • देहरादून - मसूरी - धनौल्टी - कनाताल - ऋषिकेश - हरिद्वार - देहरादून • कॉर्बेट - नैनीताल - कॉर्बेट • आदिबर्ली - सिमली - कार्यप्रयाग - चमोली - पीपलकोटी - उर्गम - वृधबरजी - जोशीमठ - भविष्य बद्री - योगध्यान बद्री (पांडुकेश्वर) - तपोवन- मोलारी - नीती गांव ननकर्णट्टा - टनकपुर - पूर्णागिरि - चंपावत - एल.ओहाखाट - एबॉट माउंट - पिथौरागढ़ - जौल जिबी - मडकोल - मुन्सिवेरी - शवर्ण - कामकोट- बेगेश्वर - ताकुला - अल्मोड़ा	धनोल्टी, देहरादून, जिम कॉर्बेट, मुक्तेश्वर, मसूरी, नैनीताल, हरिद्वार, चार धाम।
उत्तर प्रदेश	• वाराणसी-सारनाथ-रामनगर • महाभारत सर्किट (हस्तिनापुर-बागपत-बिजनौर) • राम वन-गमन यात्रा सर्किट (आयोध्या, भरतकुंड, बेल्हा देवी-प्रतापगढ़ ,श्रृंगवेरपुर, इलाहाबाद, चित्रकूट) • 1857 के प्रथम स्वतंत्रता संग्राम से संबंधित परिपथ: (झांस.-मेरठ-लखनऊ-रायबरेली-उन्नाव-कानपुर-बिठूर-सीतापुर-बदायूं-बरेली-हाथरस-शाहजहांपुर-मैनपुरी-फिरोजाबाद-गोरखपुर-देवरिया-आजमगढ़-बलिया-वाराणसी-इलाहाबाद) • जैन सर्किट (श्रावस्ती-कौशाम्बी-इलाहाबाद-अयोध्या-फैजाबाद-रोनाही-कंपिल-हस्तिनापुर-सौरीपुर-आगरा-बनारस-कुशीनगर • सिख सर्किट (गुरुद्वारा पक्की संगत II आलियाहाबाद) - गुरुद्वारा अहरौरा, गुरुद्वारा छोटा और गुरुद्वारा भुइली [मिर्जापुर] गुरुद्वारा नीची बाग, गुरुद्वारा गुरुबगल वाराणसी - गुरु तेग बहादुर जी की तपस्थली, चचनकपुर, गुरुद्वारा रासमंडल (जौनपुर) - गुरुद्वारा ब्रह्मकुंड (अयोध्या)- गुरुद्वारा अहियागंज लखनऊ- गुरुद्वारा सिंह सभा मथुरा-गुरुद्वारा हाथीघाट, गुरुद्वारा गुरु का ताल (आगरा)	ताजमहल, आगरा का किला फतेहपुर सीकरी, इलाहाबाद के किले, झांसी बिजनौर, लखनऊ, वाराणसी, सारनाथ

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

राज्य	प्रमुख पर्यटन सर्किट	प्रमुख पर्यटन स्थल
	सूफी सर्किट (फतेहपुर सीकरी - रामपुर - बदायूं - बरेली - लखनऊ - काकोरी - देवाशरीफ इबाराबंकील बहराइच - किछोचा शरीफ - कड़क शाह - कड़ा (कौशाम्बी) - इलाहाबाद - कांतित शरीफ मिर्ज़ापुर • क्रिश्चियन सर्किट (मेरठ-सरताना-आगरा-कानपुर-लखनऊ-इलाहाबाद-वाराणसी-गोरखपुर • हस्तशिल्प परिपथ (लखनऊ--आगरा""अलीगढ़,-,हरोजाबाद,-रामपुर--कानपुर-,कन्नौज--वृंदावन-·मुरादाबाद-खुर्जा-वाराणसी-भदोही-मिर्जापुर-चुनार-जौनपुर-गोरखपुर) पहचाने गए सर्किट • अवध - अयोध्या परिपथ • इलाहाबाद-वाराणसी सर्किट • उत्तर प्रदेश बौद्ध सर्किट	
हरियाणा	• पानीपत-कुरुक्षेत्र-पिंजौर • कुरुक्षेत्र-पिहोवा-हरद्वार+लोदल पहचाने गए सर्किट • कालका-पंचकुला-नारायणगढ़-यमुना नक़ेर-कुरुक्षेत्र-तिआनेसर-पिहोवा-पानीपत • रोहतक-महल-हांसी-हिसार-डबावली • सूरजकुंड - दमदमा झील - फरीदाहड़ (बड़कल झील) - पलवल • महेंद्रगढ़-माधोगढ़-नारनौल	अंबाला, कमल, पंचकुला, कुरुक्षेत्र, ज्योतिसर, थानेसर, मोमी हिल्स, पिंजौर
राजस्थान	• धुआंधार सर्किट (जयपुर-आमेर-दौसा) • हनोती सर्किट (बूंदी - कोला - झालावाड़) • मेरवाड़ा-1वारवार सर्किट (अजमेर-नागौर) • मेवात-बृज परिक्षेत्र अलवर-भरतपुर-रणथंभौर-टोंकल • वागड सर्किट इडुंगरप्लिर - बांसवारल • शेखावाटी सर्किट (सीकर - झुंझुनूं - चूरू) • गोडवाड सर्किट (माउंट आबू - रणकपुर - जालोर पहचाने गए सर्किट • डेजर्ट सर्किट (जोधपुर " बीकानेर - जैसमेर) • जयपुर।, 'अजमेर - पुष्कर • चित्तौड़गढ़ .... उदयपुर···· माउंट आबू • उदयपुर._, रणकपुर,-· कुम्भलगढ़"" नाथद्वारा	अलवर, अजमेर में सूफी संत ख्वाजा मोइनुद्दीन चिश्ती की दरगाह शरीफ-मकबरा बूंदी में महल और किले, दीवान-ए-अर्न, बूंदी, बीकानेर, जैसलमेर किला, जोधपुर, माउंट आबू, राष्ट्रीय उद्यान, उदयपुर, जैनूर के रानल्हामट में हथिया पोल और नौबत खाना

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- पर्यटन के विभिन्न रूपों को बढ़ावा देने के लिए प्राकृतिक संसाधनों, वनस्पतियों और जीवों, समृद्ध और सांस्कृतिक विरासत आदि के मामले में राज्य की प्रमुख ताकत का लाभ उठाना।

प्रोत्साहन दौरा (Incentive tour)

प्रोत्साहन दौरे आपकी फर्म की सफलता में योगदान देने के आपके सकारात्मक प्रयास की पहचान हैं। इंडिया टूर एंड ट्रैवल उन योग्य व्यक्तियों को पुरस्कृत और प्रेरित करने के लिए विशेष प्रोत्साहन प्रदान करता है जिन्होंने असाधारण योगदान दिया है और अपने संगठन को सफलता प्राप्त करने में मदद की है।

भारत .... प्रोत्साहन पर्यटन के लिए एक अद्त गंतव्य है। भारत में कुछ इंसेंटिव टूर जिनका आप अनुभव कर सकते हैं:

- भारत में गोवा या केरल के समुद्र तटों पर एक अविस्मरणीय समुद्र तट छुट्टी का आनंद लें। नरम रेत, सुनहरी धूप और नीले समुद्र के साथ एक समुद्र तट आंनद का जगह में छुट्टी।
- राजस्थान में एक शानदार महल होटल में आनंद लें, और अपने भारत टूर पर महाराजा की तरह व्यवहार करें।
- आगरा भारत में अद्त ताजमहल पर जाएँ। मुगल बादशाह शाहजहाँ द्वारा अपनी रानी मुमताज महल के लिए बनवाया गया ताजमहल दुनिया भर में चिरस्थायी प्रेम के स्मारक के रूप में जाना जाता है।
- एक आयुर्वेद स्पा में एक कायाकल्प छुट्टी मनाएं और भारत में अपने प्रोत्साहन दौरों पर योग और आयुर्वेद के उपचारों के आरामदेह प्रभावों को महसूस करें।
- राजस्थान में रेत के टीलों पर ऊँट की सवारी का आनंद लें या आमेर किले तक हाथी की सवारी करें और कल्पना करें कि आप पुराने समय के शाही शासक हैं।
- भारत में लग्जरी ट्रेन में यात्रा करें और पैलेस ऑन व्हील्स ऑन योर इंसेंटिव टूर्स पर शाही वैभव में यात्रा करें।
- भारत में एक जंगल का अन्वेषण करें और भारत के प्रोत्साहन टूर पर जंगल में बाघों, हाथियों और गैंडों का निरीक्षण करें।

भारत के लिए एक प्रोत्साहन टूर जीवन भर का अनुभव है। प्रोत्साहन टूर के लिए भारत एक आदर्श गंतव्य है चाहे वह उत्तर भारत हो या दक्षिण भारत।

भारत दुनिया भर से आने वाले यात्रियों के लिए प्रत्येक और अंतहीन कमरे पर सबसे मनोरंजक पर्यटन स्थलों में से एक है। यह प्रत्येक भाग अलग है; उत्तर भारत के किलों और महलों, पश्चिम के मंदिरों, उत्तर पूर्व की सदाबहार पहाड़ियों और दक्षिण के बैकवाटर और समुद्र तटों से - यात्री को अपनी यात्रा को सबसे यादगार बनाने के लिए बहुत कुछ है। भारतीय बाज़ार आपको विभिन्न प्रकार की कला और शिल्प, रेशम, ब्रोकेड, कालीन, लकड़ी, पत्थर और हाथी दांत में नक्काशी, चमकदार आभूषण और बहुत कुछ प्रदान करते हैं।

जबकि दक्षिण भारत में कोचीन या मारारी में फिशरमैन थीम शाम, कोचीन में केरल थीम शाम आदि का अनुभव कर सकते हैं।

सुझाए गए शहर (Suggested Cities)

भारत की अपनी यात्रा को बेहद खास बनाने के लिए, शहर के सामान्य टूर के अलावा सपनों के स्थलों पर विशेष गतिविधियों का पालन करें।

दिल्ली (Delhi)

भारत की राजधानी और इसका तीसरा सबसे बड़ा शहर, दिल्ली एक ऐतिहासिक अतीत और एक जीवंत वर्तमान का मिश्रण है। यह देश में दूसरा सबसे व्यापक रूप से इस्तेमाल किया जाने वाला प्रवेश बिंदु है, उत्तर भारतीय यात्रा नेटवर्क का केंद्र है, और पूरे एशिया में थलचर मार्ग पर एक पड़ाव है।

1 चांदनी चौक पर रिक्शा की सवारी

2 शाम की चाय और नाश्ते के साथ अक्षरधाम मंदिर की यात्रा

3 सिल्वर थाली डिनर (थीम) जहां सच्चे भारतीय अंदाज में आपका गर्मजोशी से स्वागत किया जाएगा। फिर आप "दस्तारख्वान" के लिए जा सकते हैं। चांदी की थालियों में परोसे जाने वाले विभिन्न भारतीय प्रांतों के भोजन से low dining table laden पर इनाम का आनंद लें।

जयपुर (Jaipur)

राजस्थान की जीवंत राजधानी, अपने अद्त पुराने शहर में इमारतों के रंग के लिए लोकप्रिय रूप से 'गुलाबी शहर' के रूप में जानी जाती है। उल्लेखनीय आकर्षणों में बहुप्रतीक्षित हवा महल, जंतर मंतर, प्रसिद्ध वेधशाला, सिटी पैलेस संग्रहालय और आमेर किला शामिल हैं।

1 आमेर किले की चोटी पर पहुंचने के लिए हाथी की सवारी

2 जल महल पैलेस के पास ऊंट की सवारी

3 सिटी पैलेस (महाराजा पैलेस) में शाही स्वागत

4 शाही परिवार के साथ शाम का गाला डिनर (उपलब्धता या महामहिम के कार्यक्रम के अधीन)

आगरा (Agra)

आगरा, ताजमहल का घर, निस्संदेह प्यार का अब तक का सबसे असाधारण स्मारक है। लंबे समय तक, मुगल साम्राज्य की राजधानी आगरा उस युग के उत्कृष्ट स्मारकों से सुसज्जित है, उनमें से उल्लेखनीय हैं आगरा का किला और फतेहपुर सिकिरी शहर

1 ऊंट/घोड़ा गाड़ी की सवारी द्वारा ताज की यात्रा

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

2 डिनर के दौरान मैजिक शो।

3 मुगल थीम डिनर: मुगल युग की भव्यता और चंचलता में वापस जाएं। जहां आप शानदार नृत्यों के लिए बैठ सकते हैं और रॉयल्टी के अनुरूप परोसे जाने वाले शानदार मुगलई व्यंजनों की पंक्ति पर कतार लगा सकते हैं।

उदयपुर (Udaipur)

उदयपुर जैसा रोमांटिक शायद राजस्थान का कोई शहर नहीं है। ब्रदर ग्रिम की तो बात ही छोड़िए, फ्रेंच इम्प्रेशनिस्ट पेंटर्स को यह जगह बहुत पसंद आई होगी। यह औचित्य के बिना नहीं है कि उदयपुर को पूर्व का वेनिस कहा जाता है: पुराना शहर पेचीदा सड़कों का ढेर है।

1 द गणगौर बोट क्रूज: हाउस ऑफ मेवाड़ के प्राचीन शाही बार्ज में एक शांत सवारी करें। जैसे ही आप रहस्यमयी लेक पैलेस होटल की परिक्रमा करते हैं, तारों की छत्रछाया में उदयपुर के महाराणाओं द्वारा पसंद की जाने वाली मेवाड़ी विशिष्टताओं का आनंद लें।

2 क्रिस्टल गैलरी में हाई टी

3 विंटेज कार संग्रहालय का दौरा

4 जगमंदिर आइलैंड पैलेस में डिनर या सिटी पैलेस के मानेक चौक में म्यूजिकल परफॉर्मेंस के साथ डिनर

सामोद (Samode)

सामोद का इतिहास कच्छवाहा राजपूतों के सत्रहवें राजकुमार अंबर के शानदार पृथ्वीराज सिंहजी के समय से साढ़े चार सौ साल पहले का है। उनके बारह पुत्रों में से एक, गोपाल सिंहजी को जयपुर रियासत के एक कुलीन सामंत सामोद से सम्मानित किया गया था।

1 कॉकटेल स्वागत है

2 विलेज कैमल कार्ट सफारी के बाद पारंपरिक संगीत, गीत, नृत्य और भोजन के साथ पूल के किनारे दोपहर का भोजन आपको स्थानीय संस्कृतियों के साथ-साथ रॉयल इंडिया के दिनों का स्वाद लेने की अनुमति देता है।

3 पैलेस लिट अप और फायर वर्क्स के साथ गाला डिनर जो आपकी शाम को बेहद खास बनाता है।

जोधपुर (Jodhpur)

541 साल पहले बना जोधपुर शहर समय की मार झेलते हुए थार रेगिस्तान के किनारों पर विजयी रूप से खड़ा है। इतिहास, संस्कृति और परंपरा से समृद्ध, इस शहर में एक पुरानी दुनिया का आकर्षण है जो एक प्रमुख वाणिज्यिक केंद्र के रूप में उभरने के साथ-साथ शानदार ढंग से सह-अस्तित्व में है।

1 मेहरानगढ़ किले और रुचि के अन्य स्थानों का मार्गदर्शित दौरा

2 रेत के टीलों के अनुभव के लिए शाम तैयार: जोधपुर के किलों, हवेलियों और मंदिरों में इतिहास फुसफुसाता है। लेकिन थार रेगिस्तान के फैलाव में कई कहानियाँ छिपी हुई हैं। तो रेत के टीलों पर 'मशाल' (जलती हुई मशालें) और अलाव से सोना जलाकर ऊंट गाड़ी की सवारी करें। फिर टेंट की शरण में और सितारों की एक बड़ी छतरी एक स्वागत योग्य पेय पीती है जबकि 'लंगस' और 'कालबेलिया' राजस्थानी नृत्य और संगीत के साथ आपका मनोरंजन करते हैं। बारबेक्यू डिनर और आतिशबाजी के साथ एक रमणीय शाम का अंत करें।

महत्वपूर्ण नोट (Important Note): बहुत सी विशेष गतिविधियों के साथ कई अन्य अद्त गंतव्य हैं जिन्हें आपकी रुचि के अनुसार नियोजित किया जा सकता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

कंप्यूटर - इसके भाग और उपयोग (Computer - Its parts and uses)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **कंप्यूटर की विशेषताओं को समझें**
- **कंप्यूटर के भागों के बारे में वर्णन करें**
- **वर्डपैड से टाइप करना सीखें**
- **विंडोज ऑपरेटिंग सिस्टम के बारे में समझाएं।**

कंप्यूटर के लक्षण (Characteristics of the Computer)

कंप्यूटर एक मशीन है। यह आपको कई काम जल्दी, आसानी से और बेहतर तरीके से करने में मदद करता है। आइए याद करें कि आप इसके साथ क्या कर सकते हैं।

एक कंप्यूटर आपकी मदद कर सकता है... (A computer can help you to…)

चित्र बनाएं और उनमें रंग भरें।

प्रकार और पत्र डिजाइन करना और कार्ड (Type and design letters and cards)

धूप में रखना

कार्टून और फिल्में देखना;

गाने सुनना

होमवर्क करना

खेल खेलना

जानकारी जमा करना

इंटरनेट का उपयोग करना

अपने दोस्तों को ई-मेल भेजना।

कंप्यूटर कोई साधारण मशीन नहीं है। यह एक स्मार्ट मशीन है।

स्पीड (Speed)

एक कंप्यूटर बहुत तेजी से काम करता है। यह बहुत जल्दी अरबों जोड़ कर सकता है। यह हमारा बहुत समय बचाता है।

शुद्धता (Accuracy)

एक कंप्यूटर गलतियाँ नहीं करता है। यह बहुत ही सटीक और विश्वसनीय है।

कम्प्यूटर एक ही कार्य को बार-बार कर सकता है। कंप्यूटर कभी भी टेंड या बोर नहीं होता है।

बड़ी मेमोरी (Large Memory)

एक कंप्यूटर में एक बड़ी मेमोरी होती है जो कई शब्दों, संख्याओं और चित्रों को स्टोर कर सकती है।

बहुक्रियाशील (Multifunctional)

एक कंप्यूटर कई प्रकार के कार्य कर सकता है जैसे संख्याएँ जोड़ना, चित्र बनाना, पत्र छापना, संगीत बजाना और ईमेल भेजना।

कंप्यूटर हर जगह (Computer Everywhere)

आजकल हर जगह कंप्यूटर का उपयोग किया जाता है। आइए देखें कि वे अलग-अलग जगहों पर लोगों की मदद कैसे करते हैं।

घर पर (At home)

- खेल खेलने के लिए
- संगीत सुनने के लिए
- इंटरनेट का उपयोग करने के लिए
- तस्वीरें देखने के लिए

विद्यालय में (At school)

- छात्रों को पढ़ाने के लिए
- शिक्षकों को परिणाम तैयार करने में मदद करने के लिए
- रिपोर्ट कार्ड तैयार करने के लिए
- शुल्क बिल तैयार करने के लिए
- इंटरनेट का उपयोग करने के लिए

कार्यालय में (In office)

- पत्र और अन्य दस्तावेज टाइप करने के लिए
- खाते रखने के लिए
- ई-मेल भेजने के लिए
- अन्य कार्यालयों के साथ संवाद करने के लिए

दुकानों में (In shops)

- बिल तैयार करने के लिए
- दुकान में मौजूद चीजों का रिकॉर्ड रखने के लिए

अस्पतालों में (In hospitals)

- रोगियों के इलाज के लिए
- संचालन में मदद करने के लिए
- सभी रोगियों का रिकॉर्ड रखने के लिए

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

बैंकों में (In banks)

- पैसे का हिसाब रखने के लिए

हवाई अड्डों और रेलवे स्टेशनों पर (At airports and railway stations)

- टिकट बुक करने के लिए
- ट्रेनों और हवाई जहाजों के आगमन और प्रस्थान का समय बताने के लिए।

कारखानों में (In factories)

- विभिन्न चीजें बनाने के लिए
- स्वचालित रूप से कार्य करने के लिए

हवाई जहाज में (In aero planes)

- उड़ान में पायलटों का मार्गदर्शन करने के लिए

कंप्यूटर के भाग (Parts of a Computer)

हम आमतौर पर कंप्यूटर में निम्नलिखित भागों को देखते हैं,

- सेन्ट्रल प्रॉसेसिंग यूनिट (सीपीयू)
- मॉनिटर
- कीबोर्ड
- माउस

निम्नलिखित चित्र इन सभी भागों को दिखाता है

1 सेंट्रल प्रोसेसिंग यूनिट (सीपीयू) (Central Processing Unit (CPU))

कंप्यूटर में एक सेंट्रल प्रोसेसिंग यूनिट (सीपीयू) होता है जो दिमाग की तरह काम करता है और जो कुछ भी हम उसे बताते हैं उसे याद रखता है। इस प्रकार, एक सीपीयू कर सकता है,

- प्रक्रिया और विभिन्न कार्यों को निष्पादित करें
- डेटा और जानकारी स्टोर करें

CPU में दो बटन होते हैं,

a On/Off

b Restart

2 मॉनिटर (Monitor)

- टीवी स्क्रीन जैसा दिखता है
- हम जो कुछ भी टाइप करते हैं उसे प्रदर्शित करता है
- एक On/Off बटन है

क्या आप जानते हैं?

मॉनिटर को विज़ुअल डिस्प्ले यूनिट (VDU) के रूप में भी जाना जाता है

मॉनिटर विभिन्न आकृति और आकार में आते हैं।

नीचे दिए गए विभिन्न प्रकार के मॉनिटरों को देखें;

3 कीबोर्ड (Keyboard)

की-बोर्ड में टाइपराइटर की तरह कुंजियाँ होती हैं। यह निम्नलिखित कार्य करने के लिए प्रयोग किया जाता है,

- शब्दों और संख्याओं को टाइप करने के लिए
- कंप्यूटर को निर्देश या कमांड देने के लिए

एक कीबोर्ड पर कुंजियों की संख्या एक कीबोर्ड से दूसरे में भिन्न हो सकती है। कुछ कीबोर्ड में 104 कुंजियाँ होती हैं जबकि अन्य में अधिक होती हैं।

4 माउस (Mouse)

छात्रों, अब तक हम जान चुके हैं कि कीबोर्ड की मदद से कंप्यूटर को कमांड दिए जा सकते हैं। आइए, अब हम अपना परिचय कंप्यूटर सिस्टम के दूसरे भाग यानी माउस से कराते हैं।

माउस कंप्यूटर को कमांड देने में भी हमारी मदद करता है। यह भी एक पॉइंटिंग डिवाइस है। हम माउस का उपयोग इसलिए करते हैं क्योंकि

- यह प्रयोग करने में आसान है
- यह कमांड्स को याद रखने के कार्य को कम करता है

एक माउस में तीन बटन होते हैं।

a सही माउस बटन

b बायाँ माउस बटन

c स्क्रॉल बटन

क्या आप जानते हैं?

माउस का आविष्कार डॉ एंगेलबार्ट ने किया था (The mouse was invented by Dr. Engelbart)

बटन	फंक्शन
Left Mouse Button	• सिंगल क्लिक द्वारा फ़ाइल कोसेलेक्ट करने के लिए • डबल क्लिक द्वारा फ़ाइल खोलने के लिए • क्लिक और ड्रैग द्वारा ड्रा करने के लिए
दायाँ माउस बटन	• विशेष\मेनू खोलने के लिए
स्क्रॉल बटन	• किसी पृष्ठ को ऊपर और नीचे ले जाने के लिए

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

माउस का प्रत्येक बटन विशिष्ट कार्य करता है जैसा कि नीचे दी गई टेबल में दिया गया है:

एक केबल की सहायता से एक माउस को सीपीयू से जोड़ा जाता है। आजकल कॉर्डलेस माउस भी प्रयोग में आने लगा है।

माउस हमेशा माउस पैड पर रखा जाता है।

नोट(Note): माउस बटन को 'दबाने' और 'जाने' की क्रिया को क्लिक के रूप में जाना जाता है।

कंप्यूटर चालू करें (Switch on thecomputer)

छात्रों, अब हम कंप्यूटर के सभी भागों से परिचित हैं। आइए अब सीखते हैं कि कंप्यूटर को स्विच ऑन कैसे करें।

दिए गए चरणों का पालन करें- (Following the given steps-)

चरण 1 : UPS या मुख्य पावर स्विच को चालू करें

चरण 2 : On/Off बटन दबाकर CPU को चालू करें

चरण 3 : On/Off बटन दबाकर मॉनिटर को चालू करें।

कंप्यूटर का उपयोग (Uses of a computer)

कंप्यूटर हमें विभिन्न क्षेत्रों जैसे स्कूलों, घरों, बैंकों, अस्पतालों, कार्यालयों आदि में सहायता करते हैं। कंप्यूटर की मदद से;

- टिकट रेलवे स्टेशनों और हवाई अड्डों पर बुक किए जाते हैं।
- रिकॉर्ड और डेटा कार्यालयों में बनाए रखा जाता है।
- बैंकिंग और खाते आसानी से हो जाते हैं।
- कक्षा शिक्षण को रोचक बनाया जाता है।
- कार्टून और ग्राफिक्स किताबों और अन्य उद्देश्यों के लिए डिज़ाइन किए गए हैं।
- एनिमेटेड फिल्में तैयार की जाती हैं
- परियोजनाएं और प्रस्तुतियां तैयार की जाती हैं
- वैज्ञानिक शोध और अविष्कार आदि किए जाते हैं।

नोट: फिल्मों में सभी जादुई चीजें जैसे मैं हूं ना, कृष, लिटिल स्टुअर्ट, जुरासिक पार्क आदि कंप्यूटर की मदद से बनाई गई थीं।

वर्डपैड के साथ टाइप करना सीखना (Learning to Type with WordPad)

आप वर्डपैड का उपयोग पत्र, कहानियाँ लिखने या अपना होमवर्क करने के लिए भी कर सकते हैं।

वर्डपैड शुरू करना (Starting WordPad)

वर्डपैड प्रोग्राम शुरू करने के लिए आपको इन चरणों का पालन करना चाहिए।

वर्डपैड कंप्यूटर में एक प्रोग्राम है जो आपको दस्तावेज़ टाइप करने देता है।

क्या आप रिबन देख सकते हैं? इसमें वे सभी उपकरण शामिल हैं जिनकी आपको लंबी सफेद जगह लिखने के लिए आवश्यकता होती है जिसे कार्यक्षेत्र कहा जाता है।

आप कार्यक्षेत्र के ऊपरी बाएँ हाथ के कोने पर कर्सर को ब्लिंक करते हुए देख सकते हैं। इसे कार्यक्षेत्र में टाइप करें।

कीबोर्ड को ध्यान से देखें। यह आपको टेक्स्ट टाइप करने में मदद करता है।

- अक्षरों और संख्याओं को टाइप करने के लिए अक्षर कुंजियों का और संख्याओं को टाइप करने के लिए संख्या कुंजियों का उपयोग करें।
- बड़े अक्षरों में टाइप करने के लिए कैप्स लॉक कुंजी का उपयोग करें
- शब्दों के बीच अंतर बनाने के लिए स्पेसबार कुंजी का प्रयोग करें।
- यह पूर्णविराम टाइप करने की कुंजी है।
- कर्सर को अगली पंक्ति में ले जाने के लिए एंटर कुंजी का उपयोग करें।

सुधार करना (Making Corrections)

यदि आपने टाइप करते समय कोई गलती की है तो आप बैकस्पेस या डिलीट की का उपयोग करके परिवर्तन या सुधार कर सकते हैं।

अक्षर इन्सर्ट करना (Inserting Text)

अगर आप बीच में कोई अक्षर या शब्द डालना चाहते हैं। स्पेसबार कुंजी का प्रयोग करें।

अक्षरों, कविताओं या यहां तक कि अपने गृहकार्य को टाइप करने के लिए वर्ड पैड का उपयोग करना बहुत मजेदार है। सुधार करना इतना आसान है, किसी इरेज़र की आवश्यकता नहीं है !!

आप अपने टेक्स्ट को रंगीन भी बना सकते हैं और विभिन्न आकार के अक्षरों का उपयोग कर सकते हैं।

अक्षर का स्वरूपण (Formatting Text)

रिबन पर फ़ॉन्ट समूह में टूल का उपयोग करके आप अपनी पंक्तियों को आकर्षक बना सकते हैं।

बोल्ड टेक्स्ट बनाना

आप किसी अक्षर, शब्द या रेखा को बोल्ड करके मोटा और भारी बना सकते हैं

- रेखा के ऊपर सूचक को खींचकर रेखा का चयन करें।
- **बोल्ड** बटन पर क्लिक करें।
- कार्यक्षेत्र पर कहीं भी क्लिक करें। यह चयन को हटा देता है।
- अक्षर विचारक और गहरे रंग के हो गए हैं। वे अब बोल्ड टाइप में हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

इटैलिक टेक्स्ट बनाना (Creating Italics Text)

आप तिरछी शैली में या **इटैलिक** शब्दों या पंक्तियों को भी बना सकते हैं।

अक्षरों का रेखांकन करना (Creating Underlining Text)

जिस शब्द के नीचे रेखा होती है, उसे **रेखांकित शब्द** कहते हैं।

बोल्ड, इटैलिक या रेखांकित टेक्स्ट को सामान्य बनाने के लिए, लाइन को फिर से चुनें और प्रत्येक के लिए बने बटन को दबाएं। पाठ सामान्य प्रकार में बदल जाता है।

रंगीन अक्षर (Coloring Text)

टेक्स्ट को खूबसूरत दिखाने के लिए आप उसमें कलर भी कर सकते हैं।

पोजिशनिंग टेक्स्ट (Positioning text)

Centre Align टेक्स्ट को पृष्ठ के केंद्र में ले जाना है।

पाठ केंद्र में स्थानांतरित हो जाता है।

Right Align टेक्स्ट को पृष्ठ के दाईं ओर ले जाना है।

Left Align टेक्स्ट को पेज के बाईं ओर ले जाना है।

विंडोज ऑपरेटिंग सिस्टम (Windows Operating System)

छात्रों, अब हम सभी कंप्यूटर के भागों, विशेषताओं और उपयोगों से परिचित हैं। कंप्यूटर को कार्य करने के लिए एक प्रोग्राम की आवश्यकता होती है। आइए इस अध्याय में इसके बारे में अध्ययन करें।

नोट(Note): कंप्यूटर में, 'प्रोग्राम' एक सेट या निर्देशों को संदर्भित करता है जिसे कंप्यूटर समझता है और निष्पादित करता है।

एक ऑपरेटिंग सिस्टम एक बुनियादी प्रोग्राम है जो उपयोगकर्ता और कंप्यूटर के बीच एक कड़ी के रूप में कार्य करता है। Microsoft Windows सबसे लोकप्रिय और सार्वभौमिक ऑपरेटिंग सिस्टम है। इसकी निम्नलिखित विशेषताएं हैं।

- यह हमें कई प्रकार के कार्य करने में मदद करता है जैसे पत्र लिखना, फिल्में देखना, खेल में लेटना, गणना करना, चित्र बनाना, संगीत सुनना आदि।
- इसे चलाना आसान है।
- यह एक समय में कई काम कर सकता है।
- यह लगभग सभी विषयों के लिए सहायता प्रदान करता है।

नोट: विंडोज को माइक्रोस्फोट कॉर्पोरेशन, यूएसए नाम की कंपनी द्वारा विकसित किया गया है, जिसके मालिक श्री बिल गेट्स हैं।

Starting Windows

जब हम कंप्यूटर को स्विच ऑन करते हैं तो यह अपने आप में या इससे जुड़े सभी उपकरणों की जांच करता है। कुछ सेकंड के बाद, स्क्रीन पर विंडो का फ्लो दिखाई देता है। इसे (बूटिंग प्रक्रिया) कहा जाता है। अब, कंप्यूटर उपयोग के लिए तैयार है।

प्रौद्योगिकी के उन्नयन के साथ, विंडोज़ ऑपरेटिंग सिस्टम के कई संस्करण बाजार में लॉन्च किए गए हैं। ये हैं **विंडोज 98, विंडोज NT, विंडोज 2000, विंडोज XP और और विंडोज 7,** जो नवीनतम हैं। इस अध्याय में हम विंडोज XP के बारे में जानेंगे।

डेस्कटॉप के घटक (Components of desktop)

जब Windows XP कंप्यूटर पर स्थित होता है, तो हम स्क्रीन को नीचे दी गई तस्वीर में दिखाए गए अनुसार देखते हैं। इस स्क्रीन को **डेस्कटॉप** के नाम से जाना जाता है।

डेस्कटॉप के विभिन्न घटक हैं। आइए उनमें से प्रत्येक के बारे में जानें

1 **वॉलपेपर** - डेस्कटॉप के बैकग्राउंड को वॉलपेपर कहा जाता है।

2 **आइकन** – डेस्कटॉप पर हम जो छोटे-छोटे चित्र देखते हैं, वे आइकॉन होते हैं। वे प्रोग्राम, फाइलों और फ़ोल्डरों का प्रतिनिधित्व करते हैं। एक आइकॉन पर डबल क्लिक करके हम एक प्रोग्राम, फाइल शुरू कर सकते हैं। विंडोज XP में कुछ सामान्य आइकन हैं।

   a **My Computer-** इसका उपयोग डिस्क ड्राइव और कंप्यूटर से जुड़े अन्य उपकरणों को देखने के लिए किया जाता है।

   b **My Documents –** यह फाइल और फोल्डर के रूप में डेटा को स्टोर करता है

   c **Recycle Bin –** यह एक कंप्यूटर का कूड़ेदान है जो सभी डिलीट की गई फाइलों को रखता है

   d **Internet Explorer –** इसका उपयोग इंटरनेट ब्राउजिंग के लिए किया जाता है।

   e **My Network Places –** इसका उपयोग नेटवर्क में जुड़े अन्य कंप्यूटरों तक पहुँचने के लिए किया जाता है।

3 **टास्कबार (Taskba)**– यह डेस्कटॉप के बटन पर एक लंबी नीली पट्टी होती है। यह है-

- बाईं ओर स्टार्ट बटन होता है और कंप्यूटर में स्थापित विभिन्न प्रोग्रामों को प्रदर्शित करने के लिए उपयोग किया जाता है। किसी प्रोग्राम को चलाने के लिए सबसे पहले हम इस बटन पर क्लिक करते हैं।
- दाहिनी ओर घड़ी होती है। यह समय बताती है।

प्रोग्राम ओपन करना (Opening a program)

एक कंप्यूटर में कई प्रोग्राम जैसे पेंट, वर्डपैड, लोगो आदि होते हैं, जो एक प्रोग्राम में काम करते हुए उसमें स्टोर होते हैं, हमें इसे ओपन करने की आवश्यकता होती है। आइए अब पेंट प्रोग्राम को ओपन करना सीखते हैं।

पेंट खोलने के चरण हैं-

चरण 1 : Start button पर क्लिक करें।

चरण 2 : All Programs पर जाएं

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

चरण 3: Accessories पर जाएं

चरण 4: Paint पर जाएं और क्लिक करें।

जैसा कि हम इन चरणों का पालन करते हैं, पेंट एक नई विंडो में खुल जाएगा। हम इस पुस्तक के अध्याय 5 में इस कार्यक्रम के बारे में विस्तार से जानेंगे।

एक कॉप्यूटर बंद करना (Turning off a coputer)

विंडोज का इस्तेमाल करने के बाद कंप्यूटर को ठीक से बंद करना जरूरी है। आइए जानें तीन स्टेप्स-

चरण 1 : Start button पर क्लिक करें

चरण 2 : Turn Off Computer विकल्प पर क्लिक करें।

चरण 3 : एक **dialog box** दिखाई देगा जिसमें विकल्प होंगे-

- **Stand By** - यह एक ऊर्जा बचत मोड है।
- **Turn Off** - यह कंप्यूटर को बंद कर देता है।
- **Restart** - यह बंद हो जाएगा और कंप्यूटर को रीस्टार्ट करेगा।

चरण 4: **Turn Off** विकल्प पर क्लिक करें। कंप्यूटर बंद होना शुरूहो जाएगा और CPU पावर स्विच ऑफ हो जाएगा।

चरण 5: UPS या पावर सोर्स को बंद कर दें।

याद रखें:

पावर को सीधे बंद करके कभी भी कंप्यूटर को बंद न करें।

वर्डपैड (WordPad)

छात्रों, विंडोज वर्डपैड प्रोग्राम की मदद से सुंदर लिखावट में और बिना किसी वर्तनी की गलती के अपने दोस्त को कहानी या पत्र लिखने के बारे में क्या विचार है? यह निश्चित तौर पर रोमांचक होगा।

वर्डपैड एक बेसिक वर्ड प्रोसेसर प्रोग्राम है। यह शब्दों को संसाधित करने, रचना करने, संपादित करने और पाठ्य सामग्री को प्रारूपित करने में मदद करता है।

नोट: नोटपैड, वर्डस्टार, वर्डपरफेक्ट कुछ अन्य वर्ड प्रोसेसर हैं।

वर्डपैड प्रारंभ करना (Starting wordpad)

हम इन चरणों का पालन करके कंप्यूटर पर वर्डपैड शुरू कर सकते हैं-

चरण 1 : Start button पर क्लिक करें।

चरण 2 : All Programs पर जाएं।

चरण 3 : Accessories पर जाएं

चरण 4 : WordPad पर क्लिक करें

वर्डपैड विंडो के अवयव (Components of Wordpad Window)

वर्डपैड खोले जाने पर निम्न स्क्रीन दिखाई देती है। आइए इसके घटकों का अध्ययन करें।

उपरोक्त स्क्रीन में, हमारे पास है -

1 **टाइटल बार** - यह वर्तमान दस्तावेज़ का नाम प्रदर्शित करता है। डिफ़ॉल्ट रूप से, एक फ़ाइल का शीर्षक 'दस्तावेज़' होता है।

2 **मेन्यू बार** - IT टाइटल बार के ठीक नीचे होता है और इसमें फाइल, एडिट, व्यू आदि जैसे अलग-अलग मेन्यू होते हैं। प्रत्येक मेन्यू में अलग-अलग विकल्पों की एक सूची होती है।

3 **टूल बार** - इसमें विभिन्न टूल्स के आइकन होते हैं, जैसे न्यू, ओपन, सेव, प्रिंट, प्रिंट प्रीव्यू आदि।

4 **फॉर्मेट बार**- इसमें टेक्स्ट को फॉर्मेट करने के लिए फॉन्ट स्टाइल, फॉन्ट स्टाइल, फॉन्ट साइज, फॉन्ट कलर, बुलेट्स आदि जैसे विकल्प होते हैं।

5 **रूलर** - यह एक स्केल की तरह होता है जो कागज की चौड़ाई दर्शाता है। रूलर की सहायता से हम कागज़ की चौड़ाई बदल सकते हैं।

6 **Working Area –** यह दस्तावेज बनाने का स्थान है।

7 **Cursor** – यह स्क्रीन पर एक ब्लिंकिंग लाइन होती है जहाँ हम टाइप करते हैं।

8 **स्टेटस बार** - IT विंडो के नीचे होता है। यह खिड़की के नीचे है। यह हमारे द्वारा इंगित प्रत्येक विकल्प के लिए जानकारी दिखाता है।

अब, हम वर्डपैड विंडो के घटकों से परिचित हैं। आइए जानें कि हम इनका उपयोग कैसे कर सकते हैं।

शिक्षक के लिए:

विद्यार्थियों को वर्डपैड एक्सप्लोर करने के लिए प्रोत्साहित करें।

दस्तावेज़ बनाना

जब हम वर्डपैड खोलते हैं तो उसकी विंडो में एक डॉक्यूमेंट खुल जाता है। हम कार्य क्षेत्र में एक कर्सर को ब्लिंक करते हुए पाते हैं। कर्सर की स्थिति में टाइप करके एक दस्तावेज़ बनाया जा सकता है। दिए गए पर ध्यान से लॉक करें.

उपरोक्त स्क्रीन में -

- हमें कर्सर की स्थिति में टाइप किया हुआ टेक्स्ट दिखाई देता है
- Enter कुंजी दबाकर एक नई लाइन या पैराग्राफ शुरू किया जा सकता है।
- अगर टेक्स्ट को लगातार टाइप करना है तो लाइन के अंत में एंटर की को दबाने की जरूरत नहीं है। कर्सर स्वचालित रूप से अगली पंक्ति में आ जाता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

याद रखें (Remember)

टाइपिंग करते समय हम CapsLock, Shift, Tab, Spacebar, Backspace जैसी कुंजियों का उपयोग करते हैं और अपनी आवश्यकता के अनुसार हटाते हैं।

गतिविधि (Activity)

वर्डपैड खोलें और दिए गए टेक्स्ट को टाइप करें - Computer - A machine

कंप्यूटर एक इलेक्ट्रॉनिक मशीन है जो यूजर से इनपुट लेता है, उसे प्रोसेस करता है और आउटपुट देता है। यह हमें कई तरह के काम करने में मदद करता है। इसकी मदद से हम संगीत सुन सकते हैं, फिल्में देख सकते हैं, खेल खेल सकते हैं, चित्र बना सकते हैं और प्रश्नों को हल कर सकते हैं। कंप्यूटर का उपयोग हर जगह किया जाता है।

दस्तावेज़ का संपादन (Editing a document)

संपादन वह प्रक्रिया है जिसमें हम किसी दस्तावेज़ में वांछित परिवर्तन करते हैं। यह एक दस्तावेज़ बनाने के बाद किया जाता है। हम WordPad में उपलब्ध विभिन्न प्रकार्यों का उपयोग करके किसी दस्तावेज़ को संपादित कर सकते हैं। संपादन करते समय, हम कर सकते हैं-

1 टेक्स्ट डिलीट करें

2 टेक्स्ट को कट, कॉपी और पेस्ट करें

टेक्स्ट को सेलेक्ट करें (Selecting the text)

WordPad में कोई भी कार्य करने के लिए सबसे पहले हमें टेक्स्ट का चयन करना होगा।

टेक्स्ट का चयन करने के चरण हैं- (The steps to select the text are-)

चरण 1: कर्सर को उस शब्द या रेखा के बाईं ओर ले जाएँ जिसे हम चुनना चाहते हैं।

चरण 2 : बायाँ माउस बटन दबाएँ और दबाते रहें

चरण 3 : उस शब्द या रेखा पर धीरे-धीरे जाएँ।

याद रखें (Remember)

- **चयन करना**
- **संपूर्ण दस्तावेज़, Ctrl+A दबाएं**
- **एक शब्द, उस शब्द पर डबल क्लिक करें।**
- **एक रेखा, एक तीर आने पर रेखा के आरंभ में क्लिक करें।**

आइए editing विकल्प के बारे में जानें

1 टेक्स्ट डिलीट करें (Deleting text)

हम दिए गए चरणों का पालन करके किसी अक्षर या शब्द या रेखा या पैराग्राफ को हटा सकते हैं-

चरण 1 : वांछित पाठ का चयन करें।

चरण 2 : कीबोर्ड से डिलीट बटन दबाएं।

2 टेक्स्ट को काटें, कॉपी करें और पेस्ट करें (Cut, Copy and Paste the text)

कट कमांड चयनित शब्द या रेखा को उसकी स्थिति से काट देता है, जबकि कॉपी कमांड चयनित शब्द या पंक्ति की एक प्रति बनाता है। कॉपी कमांड मूल स्थिति में शब्द या रेखा को मिटाता नहीं है। इन दोनों कमांड के बाद हम हमेशा पेस्ट कमांड का इस्तेमाल करते हैं।

टेक्स्ट को कट और पेस्ट करने के चरण हैं- (The steps to Cut and Paste the text are)

चरण 1: वांछित टेक्स्ट का चयन करें।

चरण 2: टूलबार से cut विकल्प पर क्लिक करें

चरण 3: कर्सर को वहां रखें जहां टेक्स्ट रखा जाना है।

चरण 4: टूलबार से Paste विकल्प चुनें।

टेक्स्ट को कॉपी और पेस्ट करने के चरण हैं- (The steps to Copy and Paste the text are)

चरण 1: वांछित टेक्स्ट का चयन करें।

चरण 2: टूलबार से copy विकल्प पर क्लिक करें

चरण 3: कर्सर को वहां रखें जहां टेक्स्ट रखा जाना है

चरण 4: टूलबार से Paste विकल्प चुनें।

पाठ प्रारूपण (Formating the text)

स्वरूपण का अर्थ है टेक्स्ट के स्वरूप को बदलना। यह टेक्स्ट को अधिक आकर्षक और रोचक बनाने के लिए किया जाता है।

- Font Style, Size and Color
- Bold, Italic, Underline
- Alignment- Left, Center, and Right
- Bullets

याद रखें (Remember)

फ़ॉर्मैट के सभी विकल्प फ़ॉर्मैट बार पर उपलब्ध हैं।

आइए हम उन्हें एक-एक करके जानें।

1 फ़ॉन्ट शैली, आकार और रंग (Font Style, Size and Color)

फ़ॉन्ट शैली, आकार और रंग बदलने के चरण हैं- (The steps to change the Font Style, Size and Color are)

चरण 1: तैयार किए जाने वाले टेक्स्ट का चयन करें।

चरण 2: eht फॉर्मेट बार में जाएं।

चरण 3: वांछित फ़ॉन्ट शैली/आकार का रंग चुनें और क्लिक करें।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

स्क्रीन में दिखाए गए अनुसार चयनित टेक्स्ट को तदनुसार बदल दिया गया है।

2 बोल्ड, इटैलिक और अंडरलाइन (Bold, Italic and Underline)

टेक्स्ट को बोल्ड, इटैलिक या अंडरलाइन करने के चरण हैं- (The steps to make the text Bold, Italic or Underline are)

चरण 1: वांछित टेक्स्ट का चयन करें।

चरण 2: Format Bar में जाएं।

चरण 3: संबंधित विकल्प पर क्लिक करें।

स्क्रीन में दिखाए गए अनुसार चयनित टेक्स्ट को तदनुसार बदल दिया गया है।

3 एलाइनमेंट विकल्प हैं - लेफ्ट, सेंटर और राइट (Alignment options are - Left, Center and Right)

संरेखण (Alignment) एक पृष्ठ पर पाठ की नियुक्ति है।

पाठ को बाएँ, मध्य या दाएँ संरेखित करने के चरण हैं- (The steps to align the text Left, Center or Right are)

चरण 1: संरेखित करने के लिए टेक्स्ट का चयन करें।

चरण 2: Format Bar में जाएं।

चरण 3: संबंधित विकल्प पर क्लिक करें।

चयनित टेक्स्ट तदनुसार संरेखित किया गया है जैसा कि स्क्रीन में दिखाया गया है।

4 बुलेट्स (Bullets)

बुलेट्स को हम अपने डॉक्यूमेंट में इन्सर्ट कर सकते हैं बुलेट्स का इस्तेमाल मुख्य रूप से लिट तैयार करने के लिए किया जाता है।

बुलेट डालने के चरण हैं- (The steps to insert Bullets are)

चरण 1: कर्सर को उस दस्तावेज़ में रखें जहाँ हम एक सूची शुरू करना चाहते हैं।

चरण 2: फॉर्मेट बार पर बुलेट्स विकल्प पर क्लिक करें।

चरण 3: दस्तावेज़ में एक बुलेट डाली जाती है। वांछित टेक्स्ट टाइप करें।

चरण 4: Enter कुंजी दबाएं। एक और बुलेट्स डाली जाती है। टेक्स्ट टाइप करें और इसी तरह।

चरण 5: प्रविष्टि को समाप्त करने के लिए फिर से बुलेट्स विकल्प पर क्लिक करें।

दस्तावेज़ सहेजना (Saving a document)

बनाए गए दस्तावेज़ को सहेजने के चरण हैं- (The steps to save a created document are)

चरण 1: टूलबार पर save बटन पर क्लिक करें।

चरण 2: एक के रूप में सहेजें डायलॉग बॉक्स खुलता है।

चरण 3: फ़ाइल नाम बॉक्स में एक नाम टाइप करें।

चरण 4: सहेजें बटन पर क्लिक करें।

> **याद रखें (Remember)**
>
> **डिफ़ॉल्ट रूप से, WordPad दस्तावेज़ RTF एक्सटेंशन के साथ सहेजा जाएगा।**

सहेजे गए दस्तावेज़ को खोलना (Opening a saved document)

save किये गए दस्तावेज़ को खोलने के चरण हैं-

चरण 1: टूलबार पर open बटन पर क्लिक करें।

चरण 2: एक ओपन डायलॉग बॉक्स खुलता है।

चरण 3: इसे क्लिक करके खोले जाने वाले दस्तावेज़ का चयन करें।

चरण 4: open बटन पर क्लिक करें।

दस्तावेज़ प्रिंट करना (Printing a Document)

किसी दस्तावेज़ का प्रिंट आउट लेने के चरण हैं -

चरण 1: टूलबार पर जाएं।

चरण 2: प्रिंट विकल्प पर क्लिक करें। एक प्रिंट डायलॉग बॉक्स खुलता है चुनें (Choose) -

- Page Range
- Number of Copies

चरण 3: Print बटन पर क्लिक करें।

> **याद रखें (Remember)**
>
> **टूलबार पर प्रिंट पूर्वावलोकन विकल्प का उपयोग करके प्रिंट करने से पहले दस्तावेज़ का पूर्वावलोकन करना एक अच्छी आदत है।**

वर्डपैड से बाहर निकलना (Exiting Wordpad)

वर्डपैड से बाहर निकलने के चरण हैं-

चरण 1 File menu में जाएं।

चरण 2 Exit ऑप्शन पर क्लिक करें।

> **याद रखें (Remember)**
>
> **सेव करने के बाद हम क्लोज बटन पर क्लिक करके सीधे वर्डपैड को बंद कर सकते हैं।**

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस 2007 (Microsoft office 2007)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **विभिन्न उपकरणों, आइकन प्रोग्राम और सपोर्ट फंक्शन की कार्यप्रणाली पर चर्चा करें**
- **लाइनक्स की व्याख्या करें**
- **लाइनक्स की विशेषताओं की व्याख्या करें**
- **लाइनक्स के घटकों की व्याख्या करें।**

विभिन्न उपकरणों, चिह्नों, कार्यक्रमों और समर्थन फंक्शन का कार्य (Working of various devics, icons, programs and support functions)

डेस्कटॉप (Desktop): डेस्कटॉप विंडो ऑपरेटिंग सिस्टम की ओपनिंग स्क्रीन है जो टास्कबार और रीसायकल बिन और फ़ोल्डर्स जैसे विभिन्न आइकन प्रदर्शित करता है। विंडोज डेस्कटॉप को आसानी से कस्टमाइज किया जा सकता है।

माउस (Mouse): GUI में माउस एक इनपुट-कम-पॉइंटिंग डिवाइस है। आम तौर पर एक माउस को निम्नलिखित चार तरीकों से इस्तेमाल किया जा सकता है:

- बाएँ बटन के साथ सिंगल क्लिक
- बाएँ बटन से डबल क्लिक करना
- दाहिने बटन के साथ सिंगल क्लिक
- खींचें और छोड़ें

चिह्न: हम चिह्नों का चयन करके किसी फ़ाइल, प्रोग्राम या किसी अन्य संसाधन तक शीघ्रता से पहुँच सकते हैं। इस प्रकार, एक आइकन को शॉर्टकट भी कहा जाता है।

मेरा कंप्यूटर (My Computer): इस फ़ोल्डर में सिस्टम में विभिन्न ड्राइव और तीन मुख्य सिस्टम फ़ोल्डर, अर्थात् नियंत्रण कक्ष, प्रिंटर और अनुसूचित कार्य शामिल हैं।

मेरा कंप्यूटर (My Documents): यह एक सिस्टम फोल्डर है जहां हम अपने सभी दस्तावेजों को स्टोर कर सकते हैं जिन्हें आसानी से एक्सेस करने की आवश्यकता होती है।

रीसायकल बिन (Recycle Bin): इस विशेष सिस्टम फ़ोल्डर की सभी हटाई गई फ़ाइलें और फ़ोल्डर। हम रीसायकल बिन से किसी फ़ाइल या फ़ोल्डर को तब तक पुनर्प्राप्त नहीं कर सकते जब तक कि इसे उसके मूल स्थान पर पुनर्स्थापित नहीं किया जाता है।

मेरा नेटवर्क स्थान (My Network Places): जिस कंप्यूटर पर हम काम कर रहे हैं यदि वह नेटवर्क से जुड़ा है, तो हम इस विकल्प का उपयोग नेटवर्क संसाधनों को ब्राउज़ करने के लिए उसी तरह कर सकते हैं जैसे हम अपने कंप्यूटर की कंटेंट्स के माध्यम से ब्राउज़ करते हैं।

टास्कबार (Taskbar): यह एक हॉरिजॉन्टल बार है, जो डेस्कटॉप के नीचे पाया जाता है। इसमें एक स्टार्ट बटन और एक घड़ी होती है, और वर्तमान में चल रहे प्रोग्राम का नाम दिखाता है, इस प्रकार उपयोगकर्ता को कई विंडो के साथ काम करने में मदद करता है।

स्टार्ट मेन्यू (Start menu): यह बटन कमांड और शॉर्टकट की एक सूची प्रदर्शित करता है जिसे हम किसी कार्य को पूरा करने के लिए इंगित कर सकते हैं।

Help and Support: Help विकल्प हमें विंडोज 7 में किसी भी विकल्प या कमांड को निष्पादित करने की प्रक्रिया और निर्देशों के बारे में जानकारी प्राप्त करने में सहायता करता है।

Linux and its features

लिनक्स एक ऑपरेटिंग सिस्टम है जिसका उपयोग पर्सनल कंप्यूटर में किया जाता है। यह एक ओपन-सोर्स, मल्टीटास्किंग, मल्टीप्रोसेसिंग ऑपरेटिंग सिस्टम है, जिसे दुनिया भर के प्रोग्रामरों द्वारा बढ़ाया और समर्थित किया गया है। Linux नाम इसके आविष्कारक Linux Torvalds से लिया गया है। लिनक्स अन्य ऑपरेटिंग सिस्टम से अलग है क्योंकि यह विभिन्न विक्रेताओं से स्वतंत्र रूप से उपलब्ध है और इसे संशोधित किया जा सकता है।

माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस वर्ड 2007 (Microsoft office word 2007)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस सूट का वर्णन करें**
- **एमएस वर्ड विंडो के प्रमुख घटकों की व्याख्या करें।**

माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस सुइट (Microsoft Office Suite)

पर्सनल कंप्यूटर शक्तिशाली और बहुमुखी हो गए हैं, और व्यक्तियों और संगठनों के बीच लोकप्रिय हैं। सिस्टम और उपयोगकर्ता के अनुकूल सॉफ्टवेयर की उपलब्धता के कारण कंप्यूटर के उपयोग में तेजी से वृद्धि हुई है।

Microsoft के पास सॉफ़्टवेयर पैकेजों का एक सूट है जो अधिकांश संगठनों की मानक आवश्यकताओं को पूरा करता है। Microsoft Office के सॉफ़्टवेयर सूट में विभिन्न एप्लिकेशन पैकेज शामिल हैं जैसे:

- शब्द संसाधन (Word Processing)
- स्प्रेडशीट्स (Spreadsheets)
- प्रस्तुति (Presentation)

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- डेटाबेस प्रबंधन (Database Management)

एमएस वर्ड विंडो के प्रमुख घटक (Major components of ms word window):

वर्ड विंडो एक आयताकार बॉक्स है जिसके माध्यम से माइक्रोसॉफ्ट प्रोग्राम उपयोगकर्ताओं के साथ इंटरैक्ट करता है। इसके घटक इस प्रकार हैं:

- **शीर्षक (कैप्शन) बार (Title (Caption) Bar):** शीर्षक बार विंडो एप्लिकेशन का नाम और वर्तमान में खुले दस्तावेज़ का नाम दिखाता है (उदाहरण Document 1)
- **कंट्रोल बॉक्स (Control Box):** टाइटल बार में एक कंट्रोल बॉक्स और कुछ कंट्रोल बटन भी होते हैं। जब हम माउस को कंट्रोल बॉक्स के बाहर कहीं भी (लेकिन टाइटल बार पर) राइट क्लिक करते हैं, तो एक मेनू दिखाई देता है जिसमें निम्नलिखित आइटम होते हैं:
  - पुनर्स्थापना विकल्प विंडो को उसके पूर्व आकार में पुनर्स्थापित करता है।
  - move ऑप्शन विंडो को स्क्रीन पर ले जाता है।
  - size विकल्प विंडो के आकार को बदलने में मदद करता है।
  - न्यूनतम विकल्प विंडो को छोटा करता है। इस बटन पर क्लिक करने से विंडो टास्कबार पर विंडो को एक छोटे आयताकार बार में संकुचित कर देता है।
  - अधिकतम विकल्प डेस्कटॉप के पूरे क्षेत्र को कवर करने के लिए विंडो को अधिकतम करता है।
  - close ऑप्शन विंडो को बंद कर देता है और प्रोग्राम को समाप्त कर देता है।
- **मेनू बार (Menu Bar):** उन मेनू को प्रदर्शित करता है जो उपयोगकर्ताओं के लिए उपलब्ध हैं। यह बार टाइटल बार के नीचे स्थित होता है। फाइल, एडिट, व्यू, इंसर्ट, फॉर्मेट, टूल्स, टेबल, विंडोज और हेल्प कुछ मेन्यू बार हैं।
- **टूलबार (Toolbar):** एक टूलबार आइकन का समूह है, जिनमें से प्रत्येक मेनू कमांड का प्रतिनिधित्व करता है। इन बटनों को क्लिक करने पर संबंधित कमांड निष्पादित किए जा सकते हैं।
- **रूलर (Ruler):** MS Word विंडो और एक वर्टिकल रूलर प्रदान किया जाता है, जो क्रमशः दस्तावेज़ के शीर्ष और बाएँ मार्जिन के साथ प्रदर्शित होते हैं।
- **कर्सर (Cursor):** कर्सर एक MS Word पॉइंटर है जो हमें टेक्स्ट टाइप करने, ग्राफिक्स डालने और ओवरराइट करने में मदद करता है।
- **स्टेटस बार (Status Bar):** यह बार कर्सर की वर्तमान स्थिति, कीबोर्ड पर महत्वपूर्ण कुंजियों की स्थिति और अन्य प्रासंगिक जानकारी प्रदर्शित करता है।
- **स्क्रॉल बार (Scroll Bar):** स्क्रॉल बार ऐसी स्लाइड होती हैं जिन्हें माउस की मदद से मूव किया जा सकता है। जैसे ही स्क्रॉल बार को स्थानांतरित किया जाता है, विंडो दस्तावेज़ के विभिन्न भागों को उजागर करने वाले दस्तावेज़ के माध्यम से फैलती है।

माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस एक्सेल 2007 (Microsoft office excel 2007)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **माइक्रोसॉफ्ट एक्सेल 2007 का वर्णन करें**
- **एमएस एक्सेल के घटक**
- **स्प्रेडशीट की विशेषताओं का वर्णन करें।**

माइक्रोसॉफ्ट एक्सेल 2007 (Microsoft Excel 2007)

एक्सेल Microsoft Corporation द्वारा विकसित एक एकीकृत इलेक्ट्रॉनिक वर्कशीट (स्प्रेडशीट) प्रोग्राम है। यह विभिन्न प्रकार की गणनाएँ करता है और परिणामों को आंकड़ों या ग्राफ़ के रूप में स्क्रीन पर प्रदर्शित करता है। एक्सेल एक व्यवस्थित, व्यवस्थित और सार्थक प्रारूप में डेटा तैयार करने में मदद करता है।

माइक्रोसॉफ्ट एक्सेल के घटक (Components Of Microsoft Excel)

एक्सेल विंडो में निम्नलिखित भाग होते हैं:

- **टाइटल बार (Title Bar):** यह एप्लिकेशन (Excel) का नाम और workbook का नाम दिखाता है, और विंडो के शीर्ष पर स्थित होता है।
- **टूलबार (Toolbar):** यह मेनू बार के अंतर्गत विकल्प के लिए आइकन द्वारा दर्शाए गए शॉर्टकट बटनों का एक संग्रह है।
- **मेन्यू बार (Menu Bar):** इसमें विशेष कार्य करने के लिए विभिन्न विषयों के अंतर्गत कमांड होते हैं और यह टाइटल बार के नीचे स्थित होता है।
- **स्टेटस बार (Status Bar):** यह वर्तमान सेल में सूत्र को प्रदर्शित और संपादित करने की अनुमति देता है।
- **नेम बॉक्स (Name Box):** यह सेल की पंक्ति संख्या और कॉलम नाम प्रदर्शित करता है।
- **हेल्प बॉक्स (Help Box):** यह हमें एक विषय टाइप करने और मदद खोजने (search) की अनुमति देता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- **स्क्रॉल बार्स (Scroll Bars):** ये वर्कशीट को विंडो व्यू के अंदर और बाहर ले जाने की अनुमति देते हैं। क्षैतिज और लंबवत स्क्रॉल बार मौजूद हैं।
- **वर्कशीट टैब्स (Worksheet Tabs):** वे वांछित वर्कशीट को सक्रिय बनाते हैं।
- **टास्क पेन (Task Pane):** यह वर्तमान में उपलब्ध आदेशों को प्रदर्शित करता है।

स्प्रेडशीट की विशेषताएं (Features Of Spreadsheet)

स्प्रेडशीट एमएस ऑफिस में एक उपयोगकर्ता के अनुकूल इलेक्ट्रॉनिक वर्कशीट एप्लिकेशन पैकेज है। स्प्रेडशीट की मुख्य विशेषताएं निम्नलिखित हैं:

- **ऑब्जेक्ट लिंकिंग और एम्बेडिंग (Object linking and embedding):** OLE सुविधा का उपयोग करके, अन्य एप्लिकेशन के ग्राफ़िकल ऑब्जेक्ट को स्प्रेडशीट में एम्बेड या लिंक किया जा सकता है।
- **अत्याधुनिक संपादन सुविधाएँ (State-of-the-Art Editing features):** यह सुविधा सूत्रों और संदर्भों को बनाने, स्थानांतरित करने या कॉपी करने के दौरान टाइमशेयरिंग लाभ प्रदान करती है।
- **ग्राफिकल ऑब्जेक्ट्स और चार्ट्स का उपयोग (Use of Graphical objects and charts):** इस टूल का उपयोग करके एक ग्राफिकल ऑब्जेक्ट, चार्ट या कमेंट बॉक्स को वर्कशीट में आसानी से डाला जा सकता है।
- **अंतर्निर्मित कार्य (Inbuilt functions):** कई प्रकार के गणितीय, त्रिकोणमितीय, वित्तीय और सांख्यिकीय कार्य एक स्प्रेडशीट पैकेज में अंतर्निर्मित होते हैं।
- **सटीकता (Accuracy):** इलेक्ट्रॉनिक वर्कशीट प्रोग्राम के साथ, हम आसानी से और जल्दी से रिपोर्ट तैयार कर सकते हैं और "what-if" सुविधा के माध्यम से उत्तर प्राप्त कर सकते हैं ताकि सटीक परिणाम उत्पन्न हो सकें।

माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस पावरपॉइंट 2007 (Microsoft office powerpoint 2007)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **Microsoft PowerPoint 2007 का वर्णन करें**
- **एमएस पॉवरपॉइंट के घटक**
- **एमएस पॉवरपॉइंट का उपयोग करने की सुविधाओं का वर्णन करें।**

एमएस पॉवरपॉइंट 2007 (MS PowerPoint 2007)

एक प्रस्तुति शक्तिशाली प्रबंधकीय संचार उपकरण है जिसके माध्यम से हम संरचित, प्रभावी और प्रभावशाली तरीके से दर्शकों के लिए विचारों, अवधारणाओं, पौधों या उत्पादों को संकलित और वितरित कर सकते हैं। प्रस्तुति में स्लाइड, प्रिंटेड हैंडआउट्स, नोट्स, रूपरेखा, ग्राफिक्स और एनिमेशन शामिल हो सकते हैं। MS PowerPoint में एक स्लाइड छवियों, ग्राफिक्स, चार्ट और टेक्स्ट का एक संयोजन है जिसका उपयोग सूचना देने के लिए किया जाता है। MS PowerPoint प्रस्तुतियों का उपयोग वर्तमान में व्यवसाय, स्कूलों, कॉलेजों और प्रशिक्षण कार्यक्रमों के लिए किया जाता है।

एमएस पावरपॉइंट के घटक (Components of MS Powerpoint)

MS Office PowerPoint विंडो के घटक निम्नलिखित हैं:

- **टाइटल बार (Title Bar):** पॉवरपॉइंट विंडो के शीर्ष पर पाया जाता है, यह वर्तमान प्रस्तुति का नाम दिखाता है।
- **मेन्यू बार (Menu Bar):** यह टाइटल बार के नीचे स्थित होता है जिसमें विभिन्न प्रकार के पॉवरपॉइंट कमांड, फंक्शन और विकल्प होते हैं।
- **मानक टूलबार (Standard toolbar):** यह मेनू बार के ठीक नीचे पाया जाता है और इसमें सॉफ्टवेयर के मानक आदेशों तक आसान पहुंच के लिए बटन होते हैं।
- **फ़ॉर्मेटिंग टूल बार (Formatting Tool Bar):** इस टूल बार में बटन और लिस्ट बॉक्स होते हैं, और यह मेनू बार के नीचे स्थित होता है।
- **व्यू बटन (View Buttons):** तीन तरह के व्यू बटन हैं स्लाइड व्यू, स्लाइड सॉर्टर व्यू और शो व्यू
- **Drawing Toolbar (Drawing Toolbar):** यह स्टेटस बार के ठीक ऊपर स्थित होता है। इस टूलबार का उपयोग करके हम टेक्स्ट, ग्राफिक्स, आकृतियों और चित्रों को बना सकते हैं और उनमें हेरफेर कर सकते हैं।
- **स्टेटस बार (Status Bar):** स्टेटस बार विंडो के नीचे स्थित होता है और इसमें एक संदेश क्षेत्र होता है जो वर्तमान स्लाइड संख्या और प्रस्तुति में स्लाइड की कुल संख्या दर्शाता है।
- **स्लाइड क्षेत्र (Slide Area):** यह स्लाइड बनाने और संपादित करने का कार्य क्षेत्र है।
- **टास्क पेन (Task Pane):** यह वर्तमान में उपलब्ध कमांड्स को प्रदर्शित करता है।

एमएस पावरपॉइंट की विशेषताएं (Features of MS Powerpoint)

MS PowerPoint की मुख्य विशेषताएं निम्नलिखित हैं:

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- इसमें ऐसे टेम्पलेट होते हैं जो प्रस्तुतियों को डिजाइन करने में सहायक होते हैं।
- यह चार दृश्य प्रदान करता है - स्लाइड दृश्य, रूपरेखा दृश्य, सामान्य दृश्य और स्लाइड सॉर्टर दृश्य - जो प्रस्तुति के दौरान बहुत उपयोगी होते हैं।
- ग्राफिक्स, चार्ट, ऑडियो, वीडियो और टेक्स्ट को एक ही प्रस्तुति में जोड़ा जा सकता है।
- PowerPoint का उपयोग करके तैयार की गई प्रस्तुतियों को सीधे स्लाइड शो के रूप में पेश किया जा सकता है।
- प्रस्तुति को आकर्षक बनाने के लिए स्लाइड में विभिन्न बदलाव और भवन प्रभाव शामिल किए जा सकते हैं।
- प्रिंटिंग सुविधाओं का उपयोग करके पूरी प्रस्तुति को कागज़ पर प्रिंट किया जा सकता है।
- रंग योजनाओं के एक बड़े पैलेट से कॉलम और टेक्स्ट में अलग-अलग रंग जोड़े जा सकते हैं।

माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस एक्सेस 2007 (Microsoft office access 2007)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **माइक्रोसॉफ्ट एक्सेस 2007 का वर्णन करें**
- **MS access के घटक**
- **MS access का उपयोग करने की सुविधाओं और उद्देश्य का वर्णन करें।**

एमएस एक्सेस (MS Access)

यदि होटल छोटा था और उसमें लगभग 20 कमरे थे तो कर्मचारियों के लिए अतिथि के नाम और कमरे के नंबर याद रखना आसान होगा। हालांकि, अगर होटल में लगभग 250 कमरे होते तो अतिथि को कमरे की संख्या से संबंधित करना बहुत मुश्किल होता। इसके लिए हमें एक डेटाबेस (डेटा का व्यवस्थित संगठन) की आवश्यकता होगी। एमएस एक्सेस से जुड़ी कुछ शर्तें इस प्रकार हैं:

- **डेटाबेस (Database):** यह किसी विशेष विषय या उद्देश्य से संबंधित जानकारी का एक संगठित संग्रह है।
- **डेटाबेस मैनेजमेंट सिस्टम या DBMS (Database Management System or DBMS):** प्रोग्राम या परस्पर संबंधित डेटा का एक संग्रह है जो डेटा के निर्माण, संगठन और प्रबंधन में मदद करता है।
- **संबंधपरक डेटाबेस प्रबंधन प्रणाली (Relational Database Management System):** एक RDMS विभिन्न टेबलओं से जानकारी प्राप्त करने की एक विधि है जो कुछ सूचनाओं के माध्यम से एक दूसरे से जुड़ी होती हैं।

एमएस एक्सेस के घटक (Components of MS Acces)

एमएस एक्सेस 2007 के घटक निम्नलिखित हैं:

- **टाइटल बार (Title Bar):** यदि कोई वर्तमान में खुला है तो यह एप्लिकेशन का नाम और फ़ाइल का नाम प्रदर्शित करता है।
- **स्थिति पट्टी (Status Bar):** यह प्रासंगिक मालिश और विशेष कुंजी स्थिति प्रदर्शित करता है।
- **मेन्यू बार (Menu Bar):** यह सात मेन्यू प्रदर्शित करता है: फाइल, व्यू, इंसर्ट, टूल्स, विंडो और हेल्प
- **कंट्रोल बटन (Control Buttons):** इसका उपयोग विंडो को छोटा करने, अधिकतम करने, आकार बदलने के लिए किया जा सकता है।
- **वर्क स्पेस (Work Space):** यह वह स्पेस है जहां यूजर्स को काम करने के लिए डेटाबेस खोला जाता है।
- **गतिविधियों की सूची (Activities List):** यह सूची कार्य प्रदान करती है जिसे हम एक्सेस करने के लिए कह सकते हैं।

एमएस एक्सेस का उद्देश्य (Purpose of MS Access)

- रिलेशनल डेटाबेस तैयार करता है।
- प्रपत्र तैयार करता है और इसे टेबलओं से संबंधित करता है।

एमएस एक्सेस की विशेषताएं (Features of MS Access)

- प्रपत्र और रिपोर्ट तैयार की जा सकती हैं।
- डेटाबेस में एक या अधिक टेबल होते हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

मेल मर्ज (Mail merge)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **डेटा स्रोत तैयार करें और चुनें**
- **डेटा स्रोत के रूप में शब्द के उपयोग का वर्णन करें**
- **मेल मर्ज के लाभों की व्याख्या करें।**

डेटा स्रोत तैयार करना और सेलेक्ट करना (Preparing and selecting the data source)

डेटा स्रोत वह फाइल है जहां पते और अन्य जानकारी रखी जाती है। मेल-मर्ज प्रक्रिया का चरण 3 आपको अपने डेटा स्रोत का नाम देने के लिए कहता है, और इससे पहले कि आप इसे नाम दें, सुनिश्चित करें कि यह अच्छे कार्य क्रम में है। जैसा कि ऊपर बताया गया है, डेटा स्रोत कितनी भी चीज़ें हो सकती हैं। Word स्क्रैच से डेटा स्रोत बनाने और इसे Microsoft Access में संग्रहीत करने के लिए एक विशेष डायलॉग बॉक्स भी प्रदान करता है।

सावधानी (Caution): डेटा स्रोत बनाने के बाद, इसे किसी भिन्न फ़ोल्डर में न ले जाएँ या मर्ज फ़ील्ड्स/कॉलमों को पुनर्व्यवस्थित न करें। यदि आप ऐसा करते हैं, तो दस्तावेज़ डेटा स्रोत को सही ढंग से नहीं पढ़ सकता है और आप मेल-मर्ज को पूरा नहीं कर सकते।

नोट : एक फ़ील्ड सूचना की एक श्रेणी है (जैसे अंतिम नाम, या ज़िप कोड)। एक रिकॉर्ड में एक व्यक्ति या वस्तु के बारे में सभी डेटा शामिल होते हैं। फ़ील्ड टेबल का शीर्षक है, जबकि रिकॉर्ड सभी डेटा हैं।

डेटा स्रोत के रूप में शब्द टेबल का उपयोग करना (Using a word table as the data source)

जो लोग डेटाबेस से परिचित नहीं हैं, उनके लिए डेटा स्रोत का सबसे आसान प्रकार एक शब्द टेबल है। या तो शुरुआत से एक पता टेबल बनाता है या आपके द्वारा पहले से बनाई गई टेबल की प्रतिलिपि बनाता है और दस्तावेज़ में टेबल को स्वयं सहेजता है। टेबल को उस नाम से सहेजें जिसे आप पहचानेंगे। जब आप डेटा स्रोत टेबल को प्रारंभिक दस्तावेज़ के साथ मर्ज करते हैं, तो आपको उस दस्तावेज़ का पता लगाने और चयन करने के लिए कहा जाएगा जिसमें आपके पते या अन्य-मर्ज की जाने वाली जानकारी होती है।

शब्द टेबल को डेटा स्रोत के रूप में उपयोग करने के लिए, टेबल को इन मानकों को पूरा करना चाहिए:

- प्रत्येक कॉलम के शीर्ष पर एक वर्णनात्मक शीर्षक दिखाई देना चाहिए। टेबल के शीर्ष पर वर्णनात्मक शीर्षकों की पंक्ति को हेडर पंक्ति या कभी-कभी शीर्षक पंक्ति कहा जाता है। जब आप प्रारंभिक दस्तावेज़ में मर्ज फ़ील्ड सम्मिलित करते हैं, तो शीर्ष लेख पंक्ति में नाम मर्ज फ़ील्ड नामों के रूप में दोगुना हो जाता है। जब आप Word को बताते हैं कि आरंभिक दस्तावेज़ में डेटा कहाँ लगाना है, तो आप अपनी टेबल से एक स्तंभ नाम चुनते हैं।
- दस्तावेज़ में टेबल के ऊपर कोई टेक्स्ट या खाली लाइन नहीं दिखाई दे सकती है। सुरक्षित रहने के लिए, टेबल को दस्तावेज़ में ही सहेजें।

लाभ (Advantages)

मेल मर्ज का उपयोग करने के लाभ हैं:

- रुचि रखने वाले लोगों, ग्राहकों या ग्राहकों की एक विस्तृत सूची को संप्रेषित करने के लिए केवल एक दस्तावेज़ तैयार करने की आवश्यकता है।
- प्रत्येक दस्तावेज़ को वैयक्तिकृत किया जा सकता है अर्थात ऐसा प्रतीत होता है कि प्रत्येक प्राप्तकर्ता को विशेष रूप से लिखा गया है। इसमें केवल प्राप्तकर्ता के लिए प्रासंगिक विवरण होते हैं।
- कई दस्तावेज़ स्वरूपों को विकसित किया जा सकता है, दूसरे को समाप्त कर दिया गया है।
- विवरण को एक दस्तावेज़ से दूसरे दस्तावेज़ में लिप्यंतरित (transcribing) करने में त्रुटियां समाप्त हो जाती हैं।

यह लाभ, निश्चित रूप से, पहली बार व्यक्तिगत रिकॉर्ड में डेटा प्रविष्टि की सटीकता पर निर्भर करता है!

डेटाबेस (Database)

एक डेटाबेस विशिष्ट संरचना वाली एक सूची है, जिसे फ़ील्ड्स द्वारा परिभाषित किया गया है। फ़ील्ड श्रेणी की जानकारी है। उदाहरण के लिए, फोन निर्देशिका में एक व्यक्तिगत विवरण डेटाबेस में एक रिकॉर्ड है, जिसमें फ़ील्ड का एक सेट होता है। प्रत्येक फ़ील्ड का एक अद्वितीय फ़ील्ड नाम होना चाहिए। टेलीफोन निर्देशिका के मामले में, नाम, पता और टेलीफोन नंबर व्यक्तिगत क्षेत्र हैं।

एक्सेल के डेटाबेस में सूची बनाने और प्रबंधित करने की क्षमता है। एक्सेल में सूची पंक्तियों और स्तंभों का एक समूह है जो एक अद्वितीय प्रकार के डेटा को संग्रहीत करता है। एक्सेल फ़ील्ड कॉलम हैं और प्रत्येक रिकॉर्ड एक व्यक्तिगत पंक्ति है। उदाहरण के लिए Fig 1 में कंपनी की बिक्री का वर्कशीट दिखाया गया है जो एक एक्सेल डेटाबेस है। प्रत्येक क्षेत्र एक बाढ़ स्तंभ है। फ़ील्ड नाम (आयु, लिंग, वेतन आदि) स्तंभ लेबल के रूप में आधारित होते हैं। रिकॉर्ड में व्यक्तिगत पंक्ति।

एक्सेल पैकेज में डेटाबेस बनाना बहुत आसान है। वर्कशीट जो पहले बनाई जा चुकी है उसे सीधे या मामूली बदलाव के साथ डेटाबेस के रूप में इस्तेमाल किया जा सकता है।

उपयोगकर्ता को कार्यपत्रकों के लिए सरल शासकों का पालन करना चाहिए जो डेटाबेस के रूप में उपयोग करने का इरादा रखते हैं।

- स्तंभ शीर्षक और के बीच कोई रिक्त पंक्ति न छोड़ें

डेटा रिकॉर्ड क्योंकि यह डेटाबेस के अंत को इंगित करता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

	A	B	C	D
1	**Emp_Id**	**Emp_Name**	**Dept_Name**	**Emp_Sal**
2	1	जिन्न	इलेक्ट्रानिक्स	7400
3	2	माइकल	विधुतीय	8500
4	3	स्पष्टवादी	संगणक	9000
5	4	लॉरेंस	यांत्रिक	6800
6	5	जेनिफर	बिक्री	6500
7	6	क्रिस्टोफर	इलेक्ट्रानिक्स	8000
8	7	फ्लोरा	संगणक	8600
9	8	कैथी	विधुतीय	7500
10	9	पीटर	बिक्री	7000
11	10	केंडी	यांत्रिक	5900

- फ़ील्ड के नाम एक ही सेल में होने चाहिए और वर्कशीट में कॉलम के शीर्ष पर अद्वितीय होने चाहिए।

जानकारी दर्ज करते ही स्वचालित रूप से छंटनी

वर्कशीट में जानकारी दर्ज करते समय, आप चाहते हैं कि यह हमेशा एक सही ढंग से क्रमबद्ध क्रम में हो। एक्सेल आपको जानकारी को मैन्युअल रूप से सॉर्ट करने की अनुमति देता है, लेकिन स्वचालित सॉर्टिंग में कुछ मैक्रोज़ का उपयोग होता है।

सॉर्टिंग क्रम को नियंत्रित करना (Controlling Sorting Order)

जब आप किसी वर्कशीट में जानकारी को सॉर्ट करते हैं, तो उस क्रम पर आपका नियंत्रण होता है जिसमें वह जानकारी सॉर्ट की जाती है। यहां उन तरीकों की त्वरित चर्चा की गई है जिनसे आप सॉर्टिंग क्रम को प्रभावित कर सकते हैं।

एक क्रमबद्ध क्रम बनाना (Creating a Sort Order)

एक्सेल बहुत लचीला है कि यह आपके डेटा को कैसे सॉर्ट कर सकता है। आप अपना स्वयं का कस्टम सॉर्ट क्रम भी बना सकते हैं जो गैर-अनुक्रमिक जानकारी को एक अद्वितीय क्रम में सॉर्ट करने के लिए टाइप करते समय सहायक होता है।

सॉर्टिंग मानदंड निर्धारित करना (Determining Sorting Criteria)

यदि आपको यह जानने की आवश्यकता है कि डेटा की एक श्रेणी को कैसे क्रमबद्ध किया जाता है, तो कार्य उतना आसान नहीं है जितना आप पहले सोच सकते हैं। यह युक्ति इस बात की जाँच करती है कि ऐसे निर्धारण कठिन क्यों हैं और आप किस प्रकार मानदंड निर्धारित करने का प्रयास कर सकते हैं।

विषम सॉर्टिंग व्यवहार को ठीक करना (Fixing Odd Sorting Behaviour)

जब आप डेटा को क्रमित करते हैं जिसमें संख्याएँ और अक्षर दोनों होते हैं, तो हो सकता है कि आपको ठीक वैसा परिणाम न मिले जिसकी आपने अपेक्षा की थी। क्या चल रहा है यह जानने के लिए, आपको यह जानना होगा कि एक्सेल आपके डेटा को कैसे देखता है।

सॉर्टिंग करते समय चयनित शब्दों को अनदेखा करना (Ignoring Selected Words when Sorting)

यदि आप टेक्स्ट स्ट्रिंग्स (जैसे मूवी, पुस्तक, या उत्पाद शीर्षक) की सूची बनाए रखने के लिए एक्सेल का उपयोग करते हैं, तो हो सकता है कि आप प्रोग्राम को उस सूची को सॉर्ट करते समय कुछ शब्दों को अनदेखा करना चाहें। यह स्वचालित रूप से नहीं किया जा सकता है, लेकिन आपकी सूची को आपके इच्छित क्रम में प्राप्त करने के तरीके हैं।

कस्टम सूचियाँ इम्पोर्ट करना (Importing Custom Lists)

कस्टम सूचियाँ वर्कशीट में आवर्ती डेटा दर्ज करने के आसान तरीके हैं। यहां दिखाया गया है कि आप अपनी स्वयं की कस्टम सूचियों को कक्षों की श्रेणी से इम्पोर्ट कर सकते हैं।

अपूर्ण और दूषित सॉर्टिंग (Incomplete and Corrupt Sorting)

टूलबार पर सॉर्टिंग टूल का उपयोग करने से कुछ अवांछित परिणाम हो सकते हैं, जैसे अव्यवस्थित डेटा। यदि आपके साथ ऐसा होता है, तो करने के लिए सबसे अच्छी बात (जैसा कि इस टिप में बताया गया है) यह पता लगाना है कि एक्सेल द्वारा वास्तव में क्या सॉर्ट किया जा रहा है।

सॉर्टिंग करते समय सेल बॉर्डर को हिलाना (Moving Cell Borders when Sorting)

अपने डेटा को क्रमबद्ध करें और आप आश्चर्यचकित हो सकते हैं कि एक्सेल आपके स्वरूपण के लिए क्या करता है। (कुछ फ़ॉर्मैटिंग को सॉर्ट में ले जाया जा सकता है और कुछ को नहीं भी हो सकता है।) यह सुनिश्चित करने का एक आसान तरीका है कि जब भी आप सॉर्ट करते हैं तो आपके द्वारा लागू किया गया फ़ॉर्मेटिंग स्थानांतरित हो जाता है।

अमानक सॉर्टिंग (Non-standard Sorting)

लाइन फीड्स का उपयोग करके एक सेल में जानकारी दर्ज की जा सकती है, जिसके परिणामस्वरूप एक ही सेल में डेटा की कई पंक्तियां होती हैं। यदि आप बाद में उस जानकारी को छाँटना चाहते हैं, तो कुछ समस्याएँ हैं जिनसे आप हमेशा संपर्क कर सकते हैं।

प्रदर्शन जटिल सॉर्टिंग (Performing Complex Sorts)

वर्कशीट में डेटा के साथ आसानी से काम करने का एक तरीका यह है कि आप जिस भी क्रम में सबसे अधिक उपयोगी पाते हैं, उसे व्यवस्थित करें। एक्सेल आपको आपके द्वारा निर्धारित मानदंडों के आधार पर सॉर्टिंग करने की अनुमति देता है, जैसा कि टिप में चर्चा की गई है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

सॉर्टिंग करते समय शीर्षलेख पंक्ति को पहचानना (Recognizing a Header Row when Sorting)

जब आप वर्कशीट में डेटा को सॉर्ट करते हैं, तो आप इसे कुछ तरीकों से कर सकते हैं। सरल तरीके का उपयोग करने के परिणामस्वरूप असंतोषजनक परिणाम हो सकते हैं यदि आप अपने डेटा को व्यवस्थित करने के तरीके से सावधान नहीं हैं।

सेल की रेंज को सॉर्ट करना (Sorting a Range of Cells)

जब आप वर्कशीट में डेटा सॉर्ट करते हैं, तो आपको सब कुछ एक साथ सॉर्ट करने की आवश्यकता नहीं होती है। आप इस टिप में तकनीकों का उपयोग करके अपने डेटा के केवल एक हिस्से को सॉर्ट कर सकते हैं।

एक पूरी सूची सॉर्टिंग (Sorting an Entire List)

टेबल में सभी डेटा को सॉर्ट करने की आवश्यकता है? इसे करने का सबसे तेज़ और आसान तरीका यहां दिया गया है।

रंगों द्वारा सॉर्टिंग (Sorting by Colours)

सेल के रंग के आधार पर अपना डेटा सॉर्ट करने की आवश्यकता है? एक्सेल में यह क्षमता शामिल नहीं है, लेकिन अगर आप काम करने के लिए मैक्रो पर भरोसा करते हैं तो आप अभी भी सॉर्टिंग कर सकते हैं।

स्तंभों द्वारा सॉर्टिंग (Sorting by columns)

जब आप एक्सेल डेटा को सॉर्ट करने के बारे में सोचते हैं, तो संभव है कि आप पंक्तियों को सॉर्ट करने के बारे में सोचें। हालाँकि, एक्सेल आपको कॉलम द्वारा सॉर्ट करने की अनुमति देता है, जैसा कि इस टिप में बताया गया है।

भरण रंग द्वारा सॉर्टिंग (Sorting by Fill Colour)

वर्कशीट में डेटा को सॉर्ट करना तब तक आसान है, जब तक कि आप सेल की रेंज को भरने के लिए इस्तेमाल किए गए रंग के अनुसार सॉर्ट नहीं करना चाहते। हालाँकि, सॉर्टिंग करने के तरीके हैं, जैसा कि इस टिप में दिखाया गया है।

पाँच स्तंभों द्वारा सॉर्टिंग (Sorting by Five Columns)

एक्सेल आपको तीन कॉलम तक सॉर्ट करने की अनुमति देता है, लेकिन आप इससे अधिक के आधार पर सॉर्ट करना चाह सकते हैं। यह युक्ति आपको वांछित क्रमबद्ध डेटा प्राप्त करने के तरीके प्रदान करती है।

मर्ज किए गए सेल वाले डेटा को सॉर्ट करना (Sorting Data Containing Merged Cells)

अपनी वर्कशीट के लेआउट को स्वरूपित करते समय, एक्सेल आपको आसन्न कोशिकाओं को एक साथ आसानी से मर्ज करने की अनुमति देता है। हालाँकि, यह बाद में विनाश का कारण बन सकता है, क्योंकि आप उन श्रेणियों को क्रमबद्ध नहीं कर सकते जिनमें मर्ज की गई कोशिकाएँ हैं। यह टिप इस बारे में कुछ मार्गदर्शन प्रदान करती है कि आप इस सीमा को कैसे पार कर सकते हैं।

प्रोजेक्टेड वर्कशीट्स पर डेटा सॉर्ट करना (Sorting Data on Projected Worksheets)

वर्कशीट प्रोजेक्ट करें और वर्कशीट में डेटा के साथ क्या किया जा सकता है, इसे आप सीमित कर दें। जिन चीजों को सीमित किया जा सकता है उनमें से एक डेटा को सॉर्ट करने की क्षमता है। यह टिप बताती है कि आप उस डेटा को कैसे सॉर्ट करने की अनुमति दे सकते हैं।

माह के अनुसार सॉर्टिंग तिथियाँ (Sorting Dates by Month)

तिथियों के आधार पर छाँटना आसान है, और अंत में आपको एक सूची मिलती है जो कालानुक्रमिक क्रम में होती है। हालाँकि, चीजें थोड़ी अधिक पेचीदा हो जाती हैं जब आपको महीने के अनुसार छाँटने की आवश्यकता होती है। यहां कई दृष्टिकोण हैं जिनका आप उपयोग कर सकते हैं।

दशमलव मानों को क्रमबद्ध करना (Sorting Decimal Values)

सरकार और औद्योगिक संगठन अक्सर एक संख्या प्रणाली का उपयोग करते हैं जो दशमलव बिंदु से पहले और बाद में एक संख्या पर निर्भर करती है। इन नंबरों को ठीक से सॉर्ट करना एक परेशानी हो सकती है; यहाँ कुछ विचार हैं।

पैदल टूर के लिए सॉर्टिंग (Sorting for a Walking Tour)

पतों को सम और विषम संख्याओं के अनुसार क्रमित करना चाहते हैं? सूत्र का उपयोग करके और थोड़ी सी सॉर्टिंग करके, एक्सेल आपको आवश्यक क्रम में पतों को वापस कर सकता है।

विशाल सूची सॉर्टिंग (Sorting Huge Lists)

वर्कशीट में आपको बड़ी मात्रा में डेटा सॉर्ट करने की आवश्यकता है, लेकिन ऐसा लगता है कि एक्सेल इसे सही ढंग से सॉर्ट नहीं कर रहा है? ऐसा क्यों हो रहा है और आप इसके बारे में क्या कर सकते हैं, इसके बारे में यहां कुछ बेहतरीन जानकारी दी गई है।

सॉर्टिंग अक्षर और संख्या (Sorting Letters and Numbers)

किसी वर्कशीट में जानकारी को सॉर्ट करना भ्रमित करने वाला हो सकता है जब एक्सेल उन सॉर्टिंग नियमों को लागू करता है जिनसे आप अनजान हैं। यह विशेष रूप से सच है जब आप अक्षरों और संख्याओं के मिश्रण को सॉर्ट कर रहे हैं।

सशर्त स्वरूप परिणाम द्वारा सॉर्टिंग या फ़िल्टरिंग (Sorting or Filtering by Conditional Format Results)

एक्सेल में सशर्त स्वरूपण एक महान विशेषता है। दुर्भाग्य से, आप उस स्वरूपण के परिणामों के आधार पर क्रमबद्ध या फ़िल्टर नहीं कर सकते। यहाँ पर क्यों।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

प्रमुख पात्रों की अनदेखी करते हुए सॉर्टिंग (Sorting while ignoring Leading Characters)

सॉर्टिंग करते समय प्रत्येक सेल की शुरुआत में कुछ वर्णों को अनदेखा करना चाहते हैं? सबसे आसान तरीका केवल अन्य सेल बनाना है जो केवल उन वर्णों को रखते हैं जिन्हें आप सॉर्टिंग में उपयोग करना चाहते हैं।

वर्कशीट्स को क्रमबद्ध करना (Sorting Worksheets)

जैसे-जैसे आप कार्यपुस्तिका में अधिक से अधिक कार्यपत्रक प्राप्त करते हैं, आप स्वयं को उन्हें विभिन्न क्रमों में घुमाते हुए पाएंगे। आप वर्कशीट्स को वर्णानुक्रम में भी रखना चाह सकते हैं। यह टिप एक मैक्रो प्रदान करता है जो आपके लिए सॉर्टिंग करता है।

ज़िप कोड सॉर्टिंग (Sorting ZIP Codes)

ज़िप कोड को छाँटना दर्द रहित हो सकता है, बशर्ते सभी कोड समान स्वरूपित हों। यदि आपके पास एक ही सूची में विभिन्न प्रकार के ज़िप कोड हैं, तो सॉर्टिंग कैसे करें, यहां बताया गया है।

भंडारण सॉर्टिंग मानदंड (Storing Sorting Criteria)

एक ही सॉर्टिंग ऑपरेशन को बार-बार करने की आवश्यकता है? एक्सेल आपके सॉर्टिंग मानदंड को सहेजने का कोई तरीका प्रदान नहीं करता है, लेकिन कुछ वर्कअराउंड हैं जिन्हें आप आज़मा सकते हैं।

क्रमित करते समय बहुत अधिक प्रारूप (Too Many Formats when Sorting)

सॉर्टिंग वर्कशीट में किए जाने वाले बुनियादी कार्यों में से एक है। यदि आपकी सॉर्टिंग काम नहीं करेगी और आपने एक त्रुटि संदेश डाला है, यदि यह आपकी कार्यपुस्तिका में कस्टम स्वरूपों की संख्या के कारण हो सकता है। यह टिप इस समस्या से छुटकारा पाने में मदद करने के लिए जानकारी प्रदान करती है।

इंटरनेट (Internet)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **इंटरनेट को परिभाषित करें**
- **इंटरनेट के जन्म की व्याख्या करें**
- **बताएं कि इंटरनेट कैसे काम करता है।**

इंटरनेट क्या है? (What is Internet?)

इंटरनेट की तुलना पुस्तकालय से की जा सकती है। एक पुस्तकालय की तरह, इंटरनेट भी सुखद, महत्वपूर्ण और विविध जानकारी का एक स्रोत है जिसे दुनिया भर के लाखों लोगों द्वारा प्राप्त और उपयोग किया जा सकता है। हमारी लाइब्रेरी की तरह इंटरनेट में भी टेक्स्ट साउंड और ग्राफिक्स जैसे अलग-अलग फॉर्म होते हैं। सुपर लाइब्रेरी किसी को भी किताबें या कैसेट ब्राउज़ करने की अनुमति नहीं देती है; यह सुविधा केवल पुस्तकालय के अधिकृत सदस्यों के लिए उपलब्ध है। इसी तरह इंटरनेट के केवल अधिकृत उपयोगकर्ता ही जानकारी प्राप्त करने के लिए इसका उपयोग कर सकते हैं।

इंटरनेट कंप्यूटर नेटवर्क का एक विश्वव्यापी संग्रह है। इंटरनेट कई लोगों और संगठन का एक सहकारी प्रयास है।

इंटरनेट को क्लाउड या सूचना सुपर हाईवे के रूप में भी जाना जाता है। जब आप इंटरनेट का उपयोग करते हैं, तो आप उस इलेक्ट्रॉनिक समुदाय का हिस्सा बन जाते हैं जिसमें अधिकांश कार्य शामिल होते हैं।

इंटरनेट समुदाय में कई मिलियन लोग विशाल पुस्तकालय उन्नत चिकित्सा और तकनीकी अनुसंधान केंद्र, और हजारों व्यवसाय बड़े और छोटे शामिल हैं।

इंटरनेट का जन्म (Birth of Internet)

इंटरनेट का जन्म 1969 में हुआ था, जब पागल अमेरिकी सेना को दुःस्वप्न आया था कि रूसियों द्वारा प्राथमिक संचार केंद्रों पर बमबारी की जा रही है। suck occurrence को रोकने के लिए, ARPA (Advanced Research Projects Agency) ने चार संचार होस्ट स्थापित किए, जो उन्हें इस तरह से जोड़ते हैं कि यह सुनिश्चित हो सके कि भले ही कोई बमबारी हो जाए। संचार प्रभावित क्षेत्र के चारों ओर जाएगा और जीवित रहेगा।

ARPA net नामक यह नेटवर्क तेज़ी से बढ़ा। ARPA net पर यह प्राथमिक सेवा इलेक्ट्रॉनिक मेल थी। यह पहली बार था जब ईमेल वास्तव में प्रयोग में आए। बहुत ही कम समय में, छात्रों ने एक अच्छी तरह से परिभाषित प्रोटोकॉल TCP-IP का उपयोग करके अपने स्वयं के कैंपस नेटवर्क को ARPA net से जोड़ना शुरू कर दिया। नेटवर्क के इस जुड़ने को इंटरनेटवर्किंग भी कहा जाता था, और जल्द ही पूरे सेटअप को इंटरनेट कहा जाने लगा। 1973 में, ARPA net ने अंतर्राष्ट्रीय निकायों को नेट पर जाने की अनुमति दी, और उसके बाद पीछे मुड़कर नहीं देखा।

इंटरनेट वास्तव में कैसे काम करता है? (How does the Internet actually work?)

इंटरनेट डेटा के लिए एक विशाल परिवहन प्रणाली की तरह है। प्रणाली में स्थानीय, क्षेत्रीय, राष्ट्र और अंतर्राष्ट्रीय नेटवर्क शामिल हैं और जुड़ते हैं। यह इंटरनेट प्रतिदिन फैलता है क्योंकि अधिक नेटवर्क और कंप्यूटर इससे जुड़ते हैं।

मान लीजिए कि हैदराबाद का एक व्यक्ति जापान के टोक्यो में किसी अन्य व्यक्ति से जानकारी प्राप्त करना चाहता है। अब अगर ये दो लोग एक ही कंपनी में हैं, तो कुछ कॉर्पोरेट विस्तृत ई-मेल सिस्टम का उपयोग करते हुए, पहला व्यक्ति जैसा कि कॉर्पोरेट ई-मेल सिस्टम के लिए जाना जाता है- आमतौर पर, एक user name. यह सर्वर इलेक्ट्रॉनिक संदेश पर एक पते के रूप में है, और भेजें आदेश में ईमेल सिस्टम दूसरे व्यक्ति को संदेश वितरित करता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

इंटरनेट समुदाय में, लोग अपने ideas और opinions को दूसरों के साथ साझा करने में विश्वास करते हैं। ऐसा मुख्य रूप से इसलिए है क्योंकि यह एक खुला मंच है जिसमें सरकार है और कोई प्रतिबंध नहीं है। खुलेपन की इस नीति ने इंटरनेट-नागरिकों को वेब पर भारी मात्रा में हाइपरटेक्स्ट दस्तावेज़ डालने के लिए प्रेरित किया है। इससे किसी को भी जो इसे चाहता है, उसके लिए बहुत ही दयालुता की जानकारी उपलब्ध हो गई है।

वर्ल्ड वाइड वेब (World Wide Web)

वर्ल्ड वाइड वेब हाइपरटेक्स्ट पर आधारित एक सूचना पुनर्प्राप्ति प्रणाली है। हाइपरटेक्स्ट में स्क्रीन पर चयनित शब्द या क्षेत्र विस्तार योग्य होते हैं, जिससे विषय के बारे में अधिक जानकारी मिलती है। एक हाइपरटेक्स्ट आपको जटिल आदेशों का उपयोग किए बिना और सूचना के स्रोत का उपयोग किए बिना जानकारी देखने की अनुमति देता है। जब कोई हाइपरलिंक टेक्स्ट से जुड़ा होता है तो उसे हाइपरटेक्स्ट कहा जाता है।

एक ब्राउज़र www पर क्लाइंट एप्लिकेशन है। ब्राउज़र वेब पेज प्रदर्शित करता है और हाइपरटेक्स्ट लिंक का पालन करने के लिए आवश्यक कनेक्शन बनाता है। Www एक वैश्विक हाइपरटेक्स्ट सिस्टम है जो इंटरनेट को अपने प्रसारण माध्यम के रूप में उपयोग करता है। Www आपको जटिल आदेशों के उपयोग के बिना इंटरनेट पर जानकारी तक पहुंचने में सक्षम बनाता है। संपूर्ण इंटरनेट पर संसाधनों को लिंक करके, वेब आपके द्वार पर सूचनाओं की दुनिया लाता है।

Www को बहुत सरलता से ज्ञान के एक सार्वभौमिक डेटाबेस के रूप में परिभाषित किया जा सकता है। जानकारी जो दुनिया भर के लोगों के लिए आसानी से सुलभ है और जानकारी के अन्य टुकड़ों को आसानी से पसंद आती है। यह किसी भी उपयोगकर्ता को अपने लिए सबसे महत्वपूर्ण चीजों को जल्दी से खोजने की अनुमति देता है। यह एक ऐसा इंटरनेट है जिससे विभिन्न विषयों जैसे प्रोग्रामिंग भाषाओं में नवीनतम रुझानों के बारे में जानकारी प्राप्त की जा सकती है।

यूआरएल (URL"s)

Www के माध्यम से सुलभ प्रत्येक वेब पेज या इंटरनेट संसाधनों का एक अनूठा नाम है, यह URL (यूनिफ़ॉर्म रिसोर्स लोकेटर) है। URL एक संसाधन की पहचान करता है और उसका पता लगाता है ताकि एक वेब ब्राउज़र इसे सीधे एक्सेस कर सके। एक URL इंटरनेट पता का प्रकार है।

फाइल ट्रांसफर प्रोटोकॉल (एफ़टीपी) (File Transfer Protocol (FTP))

फाइल ट्रांसफर प्रोटोकॉल फाइलों को एक कंप्यूटर से दूसरे कंप्यूटर में ट्रांसफर करने की एक विधि है। एक प्रोटोकॉल एक नियम या नियमों का समूह है जिसका पालन क्लाइंट और सर्वर कंप्यूटर दोनों को करना होता है ताकि उनके बीच संचार हो सके FTP के मामले में भी ऐसा ही है, फ़ाइल के लिए अनुरोध करने वाला कंप्यूटर FTP क्लाइंट है, जबकि कंप्यूटर, जो अनुरोध की सेवा करता है, FTP सर्वर है और दोनों FTP प्रोटोकॉल का पालन करते हैं। FTP के लाभ गति, लागत और विकल्प हैं।

ई-मेल का परिचय (Introduction to e-mails)

सौ साल पहले एक संदेश को एक तट से दूसरे तट की यात्रा करने में 7 दिन लगते थे और समुद्र पार करने में उससे भी अधिक समय लगता था। airmail के आगमन के साथ, उस समय को घटाकर 3 या 4 दिन कर दिया गया। आज रात भर डाक वितरण कुछ क्षेत्रों में भारी अधिभार के लिए उपलब्ध है। लेकिन फैक्सिंग और इलेक्ट्रॉनिक मेल तेज और सस्ती डिलीवरी या संदेश प्रदान करते हैं।

अंतराजाल सेवा प्रदाता (Internet Service Provider)

एक इंटरनेट सेवा प्रदाता एक ऐसा संगठन है जो इंटरनेट से जुड़े केबलों के उच्च गति नेटवर्क का रखरखाव करता है। यह संगठन आमतौर पर एक से अधिक शक्तिशाली कंप्यूटर का मालिक होता है जो सीधे इंटरनेट बनाने वाले नेटवर्क से जुड़ा होता है।

ब्राउजिंग (Browsing)

दस्तावेज़ के बीच नेविगेट करने की प्रक्रिया को ब्राउज़िंग कहा जाता है। www.www पर जानकारी को वास्तव में पुनः प्राप्त करने और ब्राउज़ करने के लिए उपयोगकर्ताओं को क्लाइंट सॉफ़्टवेयर (वेब ब्राउज़र) जैसे नेटस्केप नेविगेटर की आवश्यकता होती है, जो पाठ, चित्र, वीडियो और ऑडियो जैसे कई प्रकार के दस्तावेज़ों का समर्थन करता है। कभी-कभी इसे शुद्ध पीड़ा के रूप में जाना जाता है।

ब्राउज़र (Browser)

यह मूल रूप से एक प्रोग्राम है जो इंटरनेट से जुड़े कंप्यूटर पर चलता है और www संसाधनों तक पहुंच प्रदान करता है।

क्लाइंट (Client)

वह कंप्यूटर जो दूसरे कंप्यूटर से किसी सेवा के लिए अनुरोध कर रहा है, क्लाइंट कहलाता है।

वेब सर्वर (Web Server)

एक वेब ब्राउज़र एक प्रोग्राम है जो हाइपरटेक्स्ट ट्रांसपोर्ट प्रोटोकॉल (http) के अनुसार तैयार की गई जानकारी के लिए अनुरोध स्वीकार करता है। सर्वर इन अनुरोधों को संसाधित करता है और अनुरोधित दस्तावेज़ भेजता है। जब आप एक www सर्वर का उपयोग करते हैं, तो दस्तावेज़ आपके कंप्यूटर पर स्थानांतरित हो जाता है और फिर कनेक्शन समाप्त हो जाता है। यह एक लाइन पर होल्ड न करके नेटवर्क ट्रैफ़िक को कम करता है, जिसे आप एक दस्तावेज़ पढ़ते हैं।

हाइपर टेक्स्ट मार्कअप लैंग्वेज (HTML) (Hyper Text Markup Language (HTML))

एक मार्कअप भाषा स्वरूपण कोड का एक सेट है जो इस बात को प्रभावित करती है कि जिस तरह से वर्तमान जानकारी प्रदर्शित की जाएगी। इसका उपयोग हाइपरटेक्स्ट मार्कअप लैंग्वेज (HTML) दस्तावेज़ बनाने के लिए किया जाता है। यह प्रोग्रामिंग लैंग्वेज नहीं है, सिर्फ प्रेजेंटेशन है, कंटेंट नहीं। जानकारी स्थिर रहती है, www पर आपके द्वारा देखे जाने वाले सभी दस्तावेज़ HTML का उपयोग करके बनाए जाते हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

होम पेज (Home Page)

होम पेज वह दस्तावेज़ है जो संबंधित दस्तावेज़ों के वेब में प्रवेश के प्रारंभिक बिंदु के रूप में सर्वर करता है। इसमें परिचयात्मक जानकारी, संबंधित संसाधनों के हाइपरलिंक्स और उपयोगकर्ताओं को विभिन्न दस्तावेजों के बीच अपना रास्ता खोजने में मदद करने के लिए नेविगेशन बटन शामिल हैं।

आपकी ई-मेल मेलिंग सूची तैयार करने के लिए युक्तियाँ (Tips for preparing your e-mail mailing list)

कोई फर्क नहीं पड़ता कि आपके ई-मेल संदेश कितने clever हैं, यदि आप इसे गलत लोगों को भेजते हैं तो इसका बहुत कम प्रभाव पड़ेगा। जितना अधिक आप अपने मेलिंग को एक ग्राहक खंड पर लक्षित करते हैं, जिसकी किसी विशिष्ट प्रस्ताव में रुचि होने की संभावना है, आपके ई-मेल अभियान की सफलता की दर उतनी ही अधिक होगी। उपयुक्त ग्राहक खंडों को लक्षित करने के लिए अपनी मेलिंग सूची को परिशोधित करने के लिए अपने ई-मेल अभियान समय और बजट का एक तिहाई और आधा खर्च करने की योजना बनाएं।

आप अपनी मेलिंग सूची को नामों और e-mail addresses तक सीमित कर सकते हैं, या आप प्रत्येक ग्राहक के बारे में अधिक विवरण शामिल कर सकते हैं ताकि आप ग्राहकों को उन खंडों में वर्गीकृत कर सकें जो आपके व्यवसाय के लिए मायने रखते हैं।

होटल और मार्केटिंग कंसोर्टियम की विभिन्न श्रृंखलाओं की कुछ विश्वव्यापी आरक्षण प्रणालियाँ हैं (Some Worldwide Reservation Systems of Various Chains of Hotel and Marketing Consortium are):

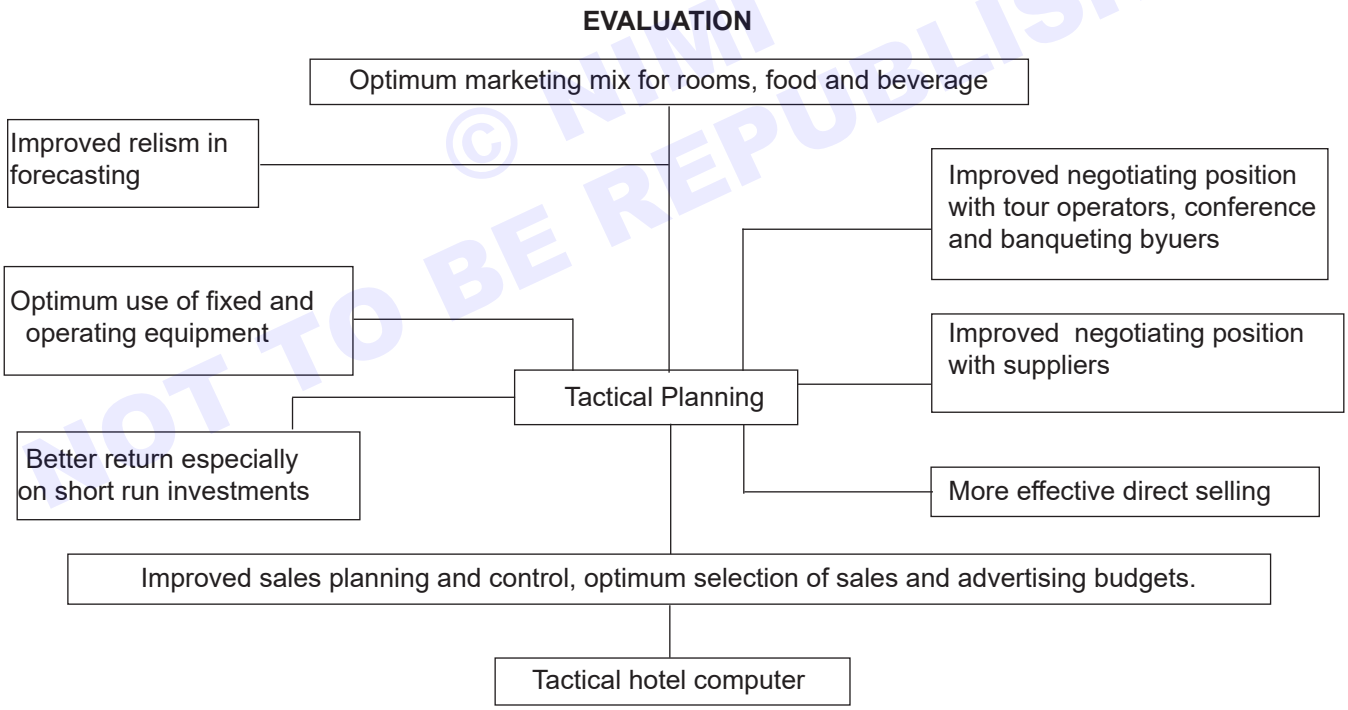
OMAHA: नेब्रास्का में स्थित सभी हयात होटलों के लिए विश्वव्यापी आरक्षण केंद्र।

HOLIDEX: हॉलिडे इन होटल आरक्षण इस कम्प्यूटरीकृत प्रणाली के माध्यम से किए जाते हैं और मेन-फ्रेम मेम्फिस में स्थित है।

FORTRES: यह ट्रस्ट हाउस फोर्ट की एक प्रणाली है, जो होटलों की एक और श्रृंखला है।

BEST WESTERN CONSORTIUM: दुनिया भर में 3000 से अधिक स्वतंत्र होटलों को परिवर्तित करने वाले विपणन संगठन का एरिजोना में केंद्रीय कंप्यूटर डेटा बेस है।

MARSHA: (Marriott Advanced Reservation Systems of Hotel Administration) यह मैरियट होटल की एक प्रणाली है और OMAHA में स्थित है।



© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

कुल होटल प्रबंधन समाधान प्रणाली (The total Hotel management solution system)

लोग तकनीक के साथ सहज हो सकते हैं जो उन्हें इस बात पर निर्भर करने की अनुमति देता है कि वे कब और कहाँ भी अवसरों पर मनुष्यों से निपटने का विकल्प चाहते हैं। कोई भी तकनीकी वृद्धि जो मेहमानों के आराम को बाधित करती है, चाहे वह कितना भी पैसा बचा ले, होटलों के लिए लाभदायक समाधान नहीं है। इस प्रकार प्रौद्योगिकी को इतना विकसित किया जाना चाहिए कि दक्षता में सुधार हो सके और मेहमानों को एक अद्वितीय होटल अनुभव प्रदान किया जा सके।

एक होटल प्रबंधन संचालन प्रणाली में आम तौर पर शामिल होना चाहिए: (1) फ्रंट ऑफिस सिस्टम, और (2) बैक ऑफिस सिस्टम, जिसमें पाँच मुख्य क्षेत्र शामिल हैं जैसे (ए) वित्तीय लेखा प्रणाली, (बी) सामग्री प्रबंधन प्रणाली, (सी) कार्मिक प्रबंधन प्रणाली, (डी) खाद्य और पेय लागत नियंत्रण प्रणाली, और (ई) प्रबंधन सूचना प्रणाली।

1 फ्रंट ऑफिस सिस्टम (Front Office System)

सिस्टम में निम्नलिखित पहलुओं को शामिल करना चाहिए:

आरक्षण (Reservations)

आरक्षण प्रणाली एक होटल के भीतर सभी आरक्षण और संबंधित गतिविधियों को संभालती है। यह सबसिस्टम व्यक्तिगत (F.I.T) के लिए अनुमति देता है। भविष्य में किसी भी डेटा के लिए टूर ग्रुप, कॉन्फ्रेंस और विविध ग्रुप बुकिंग की जाएगी। आरक्षण लेखांकन कार्य अग्रिम जमा प्रबंधन और भविष्य के आरक्षणों में परिवर्तन के हस्तांतरण की अनुमति देता है। कमरे के प्रकार और अनुरोधित कमरों के आधार पर, हर आरक्षण अनुरोध के लिए कमरे की उपलब्धता की भी जाँच की जाती है। यह कमरे के अनुसार, कमरे के प्रकार और नाम के अनुसार पूछताछ को संभालता है, स्वीकार/अस्वीकार करने का निर्णय लेता है और पुष्टि, इनकार आदि के लिए पत्र भी तैयार कर सकता है। आरक्षण प्रणाली जमा को संभालती है और आवश्यक रिपोर्ट तैयार करती है।

अतिथि इतिहास (Guest History)

अतिथि इतिहास प्रणाली एक व्यक्तिगत, विचारशील और कुशल अतिथि सेवा और आतिथ्य प्रदान करती है। प्रत्येक व्यक्तिगत अतिथि पर व्यक्तिगत इतिहास स्वचालित रूप से संकलित, बनाए रखा और अद्यतन किया जाता है। यह जानकारी फ्रंट ऑफिस स्टाफ द्वारा समीक्षा के लिए उपलब्ध है।

पंजीकरण (Registrations)

पंजीकरण प्रणाली आरक्षण प्रणाली से सूचना हस्तांतरण द्वारा जुड़ी हुई है। प्री रजिस्ट्रेशन, गेस्ट रूम असाइनमेंट और ऑन लाइन रूम स्टेटस इंक्वायरी तेजी से चेक इन की सुविधा देती है। इसमें इन हाउस गेस्ट इंफॉर्मेशन पर पूछताछ के लिए बहुत शक्तिशाली विशेषताएं हैं। यह समूह पंजीकरण कुंजी कार्ड और इलेक्ट्रॉनिक चाबियों को भी संभालता है और आगमन में चलने का काम करता है।

अतिथि लेखा, प्रस्थान और भुगतान (Guest Accounting, Departure and Payment)

अतिथि लेखा प्रणाली अतिथि परिवर्तनों की सटीक, ऑनलाइन पोस्टिंग प्रदान करती है। यदि आवश्यक हो तो प्रत्येक अतिथि के लिए विशिष्ट बिलिंग निर्देशों के साथ कई फोलियो को विभाजित किया जा सकता है। ऑटो प्रिंटिंग, सेटलमेंट और चेक आउट सुविधाओं, मास्टर और स्प्लिट फोलियो, बिल निरीक्षण, पोस्ट न किए गए परिवर्तन, विदेशी मुद्रा, वाउचर नियंत्रण, रसीदें, भुगतान विधियों के समूह के साथ शीघ्र समूह चेक आउट संभव है।

हाउसकीपिंग (Housekeeping)

हाउसकीपिंग सिस्टम होटल के भीतर कमरे की स्थिति को लगातार अपडेट करने की अनुमति देता है। EPABX के साथ एक इंटरफेस भी है।

टेलिफ़ोन आपरेटर (Telephone Operator)

टेलीफ़ोन ऑपरेटर सिस्टम ऑपरेटरों को घर के सभी मेहमानों, अपेक्षित आगमन और प्रस्थान के बारे में जानकारी तक आसान पहुँच प्रदान करने में सक्षम बनाता है। EPABX सिस्टम के साथ एक वैकल्पिक इंटरफेस को अतिथि फोलियो में टेलीफोन परिवर्तन की स्वचालित पोस्टिंग की अनुमति देनी चाहिए।

बैंक्वेट (Banquet)

बैंक्वेट सिस्टम एक अनूठा सिस्टम है जो बैंक्वेट रिजर्वेशन को पूरा करती है। बैंक्वेट सिस्टम की व्यापक पूछताछ क्षमता किसी विशेष हॉल, समारोह, दिन या समय के लिए बुकिंग की स्थिति के बारे में जानकारी देती है। बिक्री खाता बही में लेन-देन की बिलिंग और पोस्टिंग भी इस मॉड्यूल द्वारा नियंत्रित की जानी चाहिए।

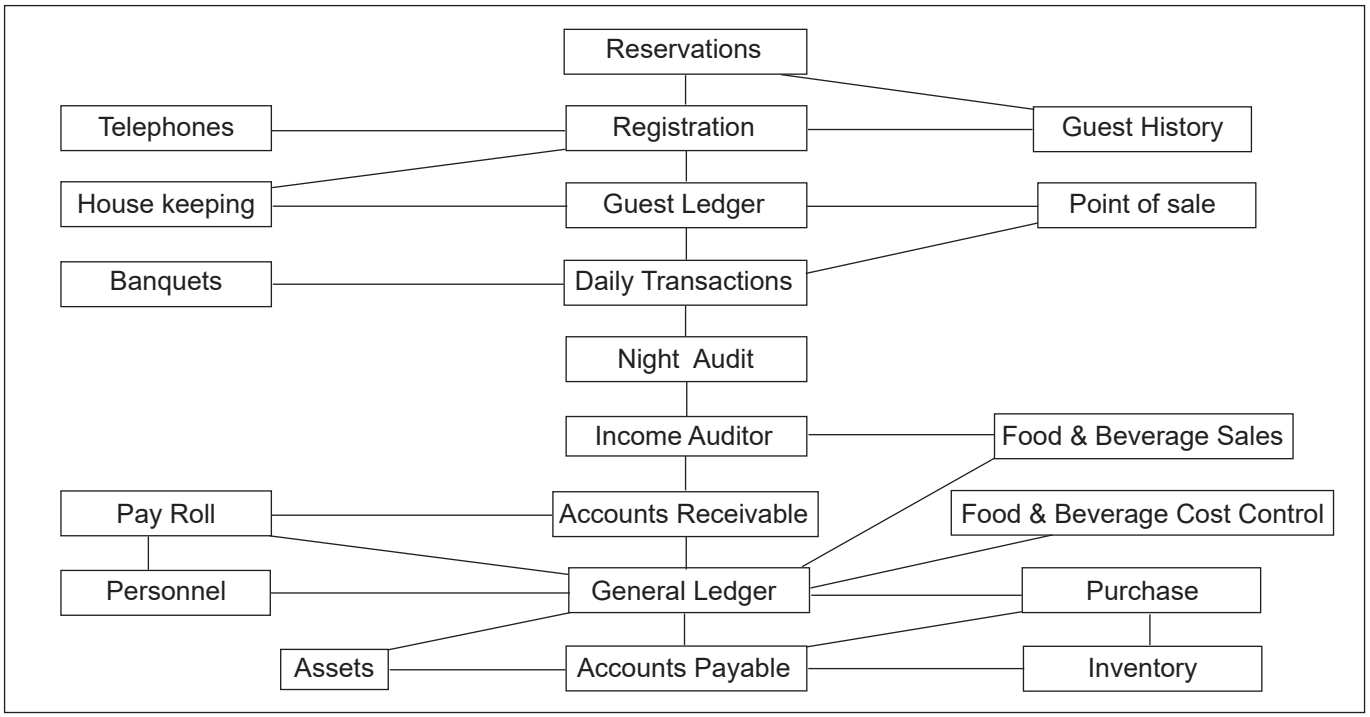
सेल के बिंदु (Points of sale)

सेल सिस्टम के बिंदु को किसी भी आउटलेट पर पूर्ण ऑर्डर लेने और कैशियरिंग कार्यों के लिए डिज़ाइन किया गया है। घर में अतिथि जानकारी कैशियर के लिए उपलब्ध है, व्यक्तिगत ध्यान देने के साथ-साथ अतिथि बहीखाता में समय पर सटीक पोस्टिंग करने में सक्षम है। सिस्टम कैश रजिस्टर के सभी कार्यों को शामिल करता है और विशेष रूप से रूम सर्विस में प्रभावी है।

नाइट ऑडिटिंग (Night Auditing)

होटल के दैनिक संचालन में नाइट ऑडिटिंग सिस्टम सबसे महत्वपूर्ण कार्य है, यह कमरे के टैरिफ को स्वचालित रूप से पोस्ट करता है, पूरे दिन के लेन-देन का अंतिम संतुलन करता है और दिन के कारोबार को बंद कर देता है। एक व्यापक ऑडिट ट्रेल और अकाउंटिंग रिपोर्ट कम समय में सभी लेनदेन को समेटने में मदद करती हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED



© NIMI
NOT TO BE REPUBLISHED

पर्यटन में कंप्यूटर अनुप्रयोग (Computer application in tourism)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **होटल और परिवहन में कंप्यूटर के अनुप्रयोग का अभ्यास करें।**

उपयोगकर्ता को कार्यपत्रकों के लिए सरल शासकों का पालन करना चाहिए जो डेटाबेस के रूप में उपयोग करने का इरादा रखते हैं।

- कॉलम शीर्षक और डेटा रिकॉर्ड के बीच एक खाली पंक्ति न छोड़ें क्योंकि यह डेटाबेस के अंत का संकेत देता है।
- फ़ील्ड के नाम एक ही सेल में होने चाहिए और वर्कशीट में कॉलम के शीर्ष पर अद्वितीय होने चाहिए।

जानकारी दर्ज करते ही स्वचालित रूप से सॉर्टिंग (Automatically Sorting as You Enter Information)

वर्कशीट में जानकारी दर्ज करते समय, आप चाहते हैं कि यह हमेशा एक सही ढंग से क्रमबद्ध क्रम में हो। एक्सेल आपको जानकारी को मैन्युअल रूप से सॉर्ट करने की अनुमति देता है, लेकिन स्वचालित सॉर्टिंग में कुछ मैक्रोज़ का उपयोग होता है।

सॉर्टिंग आर्डर को नियंत्रित करना (Controlling Sorting Order)

जब आप किसी वर्कशीट में जानकारी को सॉर्ट करते हैं, तो उस क्रम पर आपका नियंत्रण होता है जिसमें वह जानकारी सॉर्ट की जाती है। यहां उन तरीकों की त्वरित चर्चा की गई है जिनसे आप सॉर्टिंग आर्डर को प्रभावित कर सकते हैं।

एक सॉर्ट आर्डर बनाना (Creating a Sort Order)

एक्सेल बहुत लचीला है कि यह आपके डेटा को कैसे सॉर्ट कर सकता है। आप अपना स्वयं का कस्टम सॉर्ट आर्डर भी बना सकते हैं जो गैर-अनुक्रमिक जानकारी को एक अद्वितीय क्रम में सॉर्ट करने के लिए टाइप करते समय सहायक होता है।

सॉर्टिंग मानदंड निर्धारित करना (Determining Sorting Criteria)

यदि आपको यह जानने की आवश्यकता है कि डेटा की एक श्रेणी को कैसे सॉर्ट किया जाता है, तो कार्य उतना आसान नहीं है जितना आप पहले सोच सकते हैं। यह युक्ति इस बात की जाँच करती है कि ऐसे निर्धारण कठिन क्यों हैं और आप किस प्रकार मानदंड निर्धारित करने का प्रयास कर सकते हैं।

विषम सॉर्टिंग व्यवहार को ठीक करना (Fixing Odd Sorting Behaviour)

जब आप डेटा को क्रमित करते हैं जिसमें संख्याएँ और पाठ दोनों होते हैं, तो हो सकता है कि आपको ठीक वैसा परिणाम न मिले जिसकी आपने अपेक्षा की थी। क्या चल रहा है यह जानने के लिए, आपको यह जानना होगा कि एक्सेल आपके डेटा को कैसे देखता है।

सॉर्टिंग करते समय चयनित शब्दों को अनदेखा करना (Ignoring Selected Words when Sorting)

यदि आप टेक्स्ट स्ट्रिंग्स (जैसे मूवी, पुस्तक, या उत्पाद शीर्षक) की सूची बनाए रखने के लिए एक्सेल का उपयोग करते हैं, तो हो सकता है कि आप प्रोग्राम को उस सूची को सॉर्ट करते समय कुछ शब्दों को अनदेखा करना चाहें। यह स्वचालित रूप से नहीं किया जा सकता है, लेकिन आपकी सूची को आपके इच्छित क्रम में प्राप्त करने के तरीके हैं।

कस्टम सूचियाँ इम्पोर्ट करना (Importing Custom Lists)

कस्टम सूचियाँ वर्कशीट में आवर्ती डेटा दर्ज करने के आसान तरीके हैं। यहां दिखाया गया है कि आप अपनी स्वयं की कस्टम सूचियों को कक्षों की श्रेणी से इम्पोर्ट कर सकते हैं।

अपूर्ण और करप्ट सॉर्टिंग (Incomplete and Corrupt Sorting)

टूलबार पर सॉर्टिंग टूल्स का उपयोग करने से कुछ अवांछित परिणाम हो सकते हैं, जैसे अव्यवस्थित डेटा। यदि आपके साथ ऐसा होता है, तो करने के लिए सबसे अच्छी बात (जैसा कि इस टिप में बताया गया है) यह पता लगाना है कि एक्सेल द्वारा वास्तव में क्या सॉर्ट किया जा रहा है।

सॉर्टिंग करते समय सेल बॉर्डर को हिलाना (Moving Cell Borders when Sorting)

अपने डेटा को क्रमबद्ध करें और आप आश्चर्यचकित हो सकते हैं कि एक्सेल आपके स्वरूपण के लिए क्या करता है। (कुछ फ़ॉर्मैटिंग को सॉर्ट में ले जाया जा सकता है और कुछ को नहीं भी हो सकता है।) यह सुनिश्चित करने का एक आसान तरीका है कि जब भी आप सॉर्ट करते हैं तो आपके द्वारा लागू किया गया फ़ॉर्मैटिंग स्थानांतरित हो जाता है।

अमानक सॉर्टिंग (Non-standard Sorting)

लाइन फीड्स का उपयोग करके एक सेल में जानकारी दर्ज की जा सकती है, जिसके परिणामस्वरूप एक ही सेल में डेटा की कई पंक्तियां होती हैं। यदि आप बाद में उस जानकारी को छाँटना चाहते हैं, तो कुछ समस्याएँ हैं जिनसे आप हमेशा संपर्क कर सकते हैं।

प्रदर्शन जटिल सॉर्टिंग (Performing Complex Sorts)

वर्कशीट में डेटा के साथ आसानी से काम करने का एक तरीका यह है कि आप जिस भी क्रम में सबसे अधिक उपयोगी पाते हैं, उसे व्यवस्थित करें। एक्सेल आपको आपके द्वारा निर्धारित मानदंडों के आधार पर सॉर्टिंग करने की अनुमति देता है, जैसा कि टिप में चर्चा की गई है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

सॉर्टिंग करते समय शीर्षलेख पंक्ति को पहचानना (Recognizing a Header Row when Sorting)

जब आप वर्कशीट में डेटा को सॉर्ट करते हैं, तो आप इसे कुछ तरीकों से कर सकते हैं। सरल तरीके का उपयोग करने के परिणामस्वरूप असंतोषजनक परिणाम हो सकते हैं यदि आप अपने डेटा को व्यवस्थित करने के तरीके से सावधान नहीं हैं।

सेल की रेंज को सॉर्ट करना (Sorting a Range of Cells)

जब आप वर्कशीट में डेटा सॉर्ट करते हैं, तो आपको सब कुछ एक साथ सॉर्ट करने की आवश्यकता नहीं होती है। आप इस टिप में तकनीकों का उपयोग करके अपने डेटा के केवल एक हिस्से को सॉर्ट कर सकते हैं।

एक पूरी सूची की सॉर्टिंग (Sorting an Entire List)

टेबल में सभी डेटा को सॉर्ट करने की आवश्यकता है? इसे करने का सबसे तेज़ और आसान तरीका यहां दिया गया है।

रंगों द्वारा सॉर्टिंग (Sorting by Colours)

सेल के रंग के आधार पर अपना डेटा सॉर्ट करने की आवश्यकता है? एक्सेल में यह क्षमता शामिल नहीं है, लेकिन अगर आप काम करने के लिए मैक्रो पर भरोसा करते हैं तो आप अभी भी सॉर्टिंग कर सकते हैं।

स्तंभों द्वारा सॉर्टिंग (Sorting by columns)

जब आप एक्सेल डेटा को सॉर्ट करने के बारे में सोचते हैं, तो संभव है कि आप पंक्तियों को सॉर्ट करने के बारे में सोचें। हालाँकि, एक्सेल आपको कॉलम द्वारा सॉर्ट करने की अनुमति देता है, जैसा कि इस टिप में बताया गया है।

भरण रंग द्वारा सॉर्टिंग (Sorting by Fill Colour)

वर्कशीट में डेटा को सॉर्ट करना तब तक आसान है, जब तक कि आप सेल की रेंज को भरने के लिए इस्तेमाल किए गए रंग के अनुसार सॉर्ट नहीं करना चाहते। हालाँकि, छँटाई करने के तरीके हैं, जैसा कि इस टिप में दिखाया गया है।

पाँच स्तंभों द्वारा सॉर्टिंग (Sorting by Five Columns)

एक्सेल आपको तीन कॉलम तक सॉर्ट करने की अनुमति देता है, लेकिन आप इससे अधिक के आधार पर सॉर्ट करना चाह सकते हैं। यह युक्ति आपको वांछित क्रमबद्ध डेटा प्राप्त करने के तरीके प्रदान करती है।

मर्ज किए गए सेल वाले डेटा को सॉर्ट करना (Sorting Data Containing Merged Cells)

अपनी वर्कशीट के लेआउट को स्वरूपित करते समय, एक्सेल आपको आसन्न कोशिकाओं को एक साथ आसानी से मर्ज करने की अनुमति देता है। हालाँकि, यह बाद में विनाश का कारण बन सकता है, क्योंकि आप उन श्रेणियों को क्रमबद्ध नहीं कर सकते जिनमें मर्ज की गई कोशिकाएँ हैं। यह टिप इस बारे में कुछ मार्गदर्शन प्रदान करती है कि आप इस सीमा को कैसे पार कर सकते हैं।

प्रोजेक्टेड वर्कशीट्स पर डेटा सॉर्ट करना (Sorting Data on Projected Worksheets)

वर्कशीट प्रोजेक्ट करें और वर्कशीट में डेटा के साथ क्या किया जा सकता है, इसे आप सीमित कर दें। जिन चीजों को सीमित किया जा सकता है उनमें से एक डेटा को सॉर्ट करने की क्षमता है। यह टिप बताती है कि आप उस डेटा को कैसे सॉर्ट करने की अनुमति दे सकते हैं।

माह के अनुसार तिथियाँ सॉर्ट करना (Sorting Dates by Month)

तिथियों के आधार पर छाँटना आसान है, और अंत में आपको एक सूची मिलती है जो कालानुक्रमिक क्रम में होती है। हालाँकि, चीजें थोड़ी अधिक पेचीदा हो जाती हैं जब आपको महीने के अनुसार छाँटने की आवश्यकता होती है। यहां कई दृष्टिकोण हैं जिनका आप उपयोग कर सकते हैं।

दशमलव मानों को सॉर्ट करना (Sorting Decimal Values)

सरकार और औद्योगिक संगठन अक्सर एक संख्या प्रणाली का उपयोग करते हैं जो दशमलव बिंदु से पहले और बाद में एक संख्या पर निर्भर करती है। इन नंबरों को ठीक से छाँटना एक परेशानी हो सकती है; यहाँ कुछ विचार हैं।

पैदल यात्रा के लिए सॉर्ट करना (Sorting for a Walking Tour)

पतों को सम और विषम संख्याओं के अनुसार क्रमित करना चाहते हैं? सूत्र का उपयोग करके और थोड़ी सी सॉर्टिंग करके, एक्सेल आपको आवश्यक क्रम में addresses को वापस कर सकता है।

विशाल सूची सॉर्ट करना (Sorting Huge Lists)

वर्कशीट में आपको बड़ी मात्रा में डेटा सॉर्ट करने की आवश्यकता है, लेकिन ऐसा लगता है कि एक्सेल इसे सही ढंग से सॉर्ट नहीं कर रहा है? ऐसा क्यों हो रहा है और आप इसके बारे में क्या कर सकते हैं, इसके बारे में यहां कुछ बेहतरीन जानकारी दी गई है।

अक्षर और संख्या सॉर्ट करना (Sorting Letters and Numbers)

किसी वर्कशीट में जानकारी को सॉर्ट करना भ्रमित करने वाला हो सकता है जब एक्सेल उन सॉर्टिंग नियमों को लागू करता है जिनसे आप अनजान हैं। यह विशेष रूप से सच है जब आप अक्षरों और संख्याओं के मिश्रण को छाँट रहे हैं।

सशर्त स्वरूप परिणाम द्वारा सॉर्टिंग या फ़िल्टरिंग (Sorting or Filtering by Conditional Format Results)

एक्सेल में सशर्त स्वरूपण एक महान विशेषता है। दुर्भाग्य से, आप उस स्वरूपण के परिणामों के आधार पर क्रमबद्ध या फ़िल्टर नहीं कर सकते। यहाँ पर क्यों।

प्रमुख पात्रों की अनदेखी करते हुए सॉर्टिंग (Sorting while ignoring Leading Characters)

सॉर्टिंग करते समय प्रत्येक सेल की शुरुआत में कुछ वर्णों को अनदेखा करना चाहते हैं? सबसे आसान तरीका केवल अन्य सेल बनाना है जो केवल उन वर्णों को रखते हैं जिन्हें आप सॉर्टिंग में उपयोग करना चाहते हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

वर्कशीट्स को सॉर्ट करना (Sorting Worksheets)

जैसे-जैसे आप कार्यपुस्तिका में अधिक से अधिक कार्यपत्रक प्राप्त करते हैं, आप स्वयं को उन्हें विभिन्न क्रमों में घुमाते हुए पाएंगे। आप वर्कशीट्स को वर्णानुक्रम में भी रखना चाह सकते हैं। यह टिप एक मैक्रो प्रदान करता है जो आपके लिए सॉर्टिंग करता है।

ज़िप कोड सॉर्ट करना (Sorting ZIP Codes)

ZIP कोड को सॉर्टिंग दर्द रहित हो सकता है, बशर्ते सभी कोड समान स्वरूपित हों। यदि आपके पास एक ही सूची में विभिन्न प्रकार के ZIP कोड हैं, तो सॉर्टिंग कैसे करें, यहां बताया गया है।

भंडारण सॉर्टिंग मानदंड (Storing Sorting Criteria)

एक ही सॉर्टिंग ऑपरेशन को बार-बार करने की आवश्यकता है? एक्सेल आपके सॉर्टिंग मानदंड को सहेजने का कोई तरीका प्रदान नहीं करता है, लेकिन कुछ वर्कअराउंड हैं जिन्हें आप आज़मा सकते हैं।

क्रमित करते समय बहुत अधिक प्रारूप (Too Many Formats when Sorting)

सॉर्टिंग वर्कशीट में किए जाने वाले बुनियादी कार्यों में से एक है। यदि आपकी छँटाई काम नहीं करेगी और आपने एक त्रुटि संदेश डाला है, यदि यह आपकी कार्यपुस्तिका में कस्टम स्वरूपों की संख्या के कारण हो सकता है। यह टिप इस समस्या से छुटकारा पाने में मदद करने के लिए जानकारी प्रदान करती है।

होटलों में कंप्यूटर (Computers in hotels)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **अतिथि को अधिक कुशल, तेज, अद्यतन और प्रभावी सेवा प्रदान करने के लिए पाठक वर्तमान होटल उद्योग में कंप्यूटर के महत्व को समझते हैं। उद्योग में आमतौर पर उपयोग किए जाने वाले कुछ पैकेजों को भी समझता है और अपनी स्थापना के लिए सबसे उपयोगी का चयन करने में सक्षम होता है।**

EDP (Electronic Data Processing) का विकास और होटल उद्योग के लिए इसका आवेदन, विशेष रूप से फ्रंट ऑफिस के लिए, धीमा और सावधान रहा है। पहले यह सोचा गया था कि कई होटल एक साझा प्रसंस्करण सुविधा साझा कर सकते हैं। बाद में, समय साझा करने की योजना की वकालत की गई, जिसमें प्रत्येक केंद्र एक कंप्यूटर केंद्र को डेटा प्रेषित करता है। इनमें से कोई भी विचार अमल में नहीं आया। अब नई पीढ़ी के मिनीकंप्यूटरों ने EDP को होटल उद्योग के उपयोग में ला दिया है।

EDP स्वचालित डेटा प्रोसेसिंग का तकनीकी परिशोधन है, यानी मैन्युअल प्रोसेसिंग पर सुधार। उद्देश्य डेटा को कम करना है। यह मशीन प्रयोग करने योग्य रूप में केवल एक बार प्रत्येक लेनदेन को रिकॉर्ड करके मैन्युअल हैंडलिंग को कम करता है।

एक अतिथि द्वारा हस्ताक्षरित रेस्टोरेंट चेक के मामले पर विचार करें। चेक की जानकारी वेटर से लेकर रेस्टोरेंट कैशियर तक, फिर फ्रंट ऑफिस पोस्टिंग डेस्क, नाइट ऑडिटर और अंत में खातों की किताबों में प्रवाहित होती है। इसमें समय लगता है, मतलब काम का दोहराव, और इसलिए त्रुटियों की संभावना होती है सूचना का स्वचालित प्रसंस्करण रिकॉर्ड रखने को कम करता है, सटीकता में सुधार करता है, समय बचाता है और अतिरिक्त उद्देश्यों जैसे खातों, प्राप्य, अद्यतन सूची के लिए डेटा के उपयोग की अनुमति देता है और क्रेता की खरीदारी की आदतों का विश्लेषण करता है बशर्ते हार्डवेयर सिस्टम को आवश्यक सॉफ़्टवेयर के साथ ठीक से प्रोग्राम किया गया हो। कंप्यूटर सिस्टम बहुत तेज गति से डेटा का उपभोग (इनपुट), विचार (processes) करता है और प्रतिक्रिया (आउटपुट) करता है।

कंप्यूटर इनपुट का पहला साधन "पंच कार्ड" था। इस प्रणाली में कार्डों पर डेटा दर्ज किया गया था। इसके बाद कार्डों को कई मशीनों में से एक में फीड किया गया। उपकरण ने इन कार्डों के मशीन पठनीय कोड का उपयोग करके अन्य कार्डों का पुनरुत्पादन किया। फिर इसने डेटा को श्रेणियों के अनुसार क्रमबद्ध किया और पुनर्गठित डेटा को प्रिंट करने के लिए कार्ड एकत्र किए। यह उपकरण धीमा था क्योंकि कार्डों को कई उपकरणों के माध्यम से चलाया जाना था। होटल वास्तव में कंप्यूटर के विकास के इस चरण में नहीं आए।

बाद में, कार्ड विकल्प के रूप में एक 'पेपर टेप' का परीक्षण किया गया। सहायक उपकरण कार्ड के समान ही थे। डेटा को मशीन पठनीय भाषा में बदलने के लिए दोनों को एक पंच मशीन की आवश्यकता थी और दोनों को संसाधित डेटा को वापस मानव पठनीय भाषा में बदलने के लिए एक रीडर की आवश्यकता थी। यह अवधि (1960) सूचना प्रसंस्करण के बजाय एक रिकॉर्ड प्रसंस्करण अधिक थी। उपकरण भारी और महंगे थे और संचार कार्य करने में असमर्थ थे जिसकी होटल उद्योग को आवश्यकता थी। एक दशक बाद IC, चिप्स आदि की कम लागत वाली दूसरी और तीसरी पीढ़ी की कंप्यूटर मशीनें आईं। हालाँकि कुछ होटलों ने इन कंप्यूटरों को आजमाया, लेकिन शुरुआत में उन्हें होटल उद्योग द्वारा समग्र रूप से स्वीकार नहीं किया गया।

संग्रहीत मेमोरी (Stored Memory)

आज कंप्यूटर मेमोरी में प्रोसेस करने वाले प्रोग्राम और प्रोसेस किए जा रहे डेटा दोनों को स्टोर करता है। जानकारी कार्ड या पेपर टेप के बजाय विद्त या चुंबकीय मेमोरी में रखी जाती है। जब डेटा केंद्रीय मेमोरी की क्षमता से अधिक हो जाता है तो स्टोरेज CPU, मेन-फ्रेम या बाहरी (कैसेट, फ्लॉपी, CD, डिस्क या टेप) में होता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

परिधीय उपकरण (Peripheral Equipment)

यह संग्रहीत स्मृति में डेटा प्राप्त करने का माध्यम है। बेसिक कंप्यूटर के साथ इसमें भी सुधार हुआ है। एक समय में उपकरण के साथ संवाद करने के लिए कार्ड और टेप वेयर का उपयोग किया जाता था; तब टाइपराइटर का उपयोग हार्डवेयर को जानकारी देने और उत्तर वापस पाने के लिए किया जाता था। अब नए पीओएस (प्वाइंट ऑफ सेल्स) डिवाइस दिखाई दे रहे हैं जैसे 'ECR' (Electronic Cash Register) सीधे कंप्यूटर मेमोरी से जुड़ा हुआ है, क्रेडिट कार्ड और सुरक्षा उपयोग के लिए चुंबकीय स्याही पाठक, जैसे कमरे की चाबियां, टेलीफोन इंटरफेजिंग, तापमान के लिए सेंसर और थर्मोस्टैट्स और सुरक्षा नियंत्रण, हार्ड कॉपी के लिए हाई स्पीड प्रिंटर आदि। नए 'ऑप्टिकल इनपुट' डिवाइस टाइप किए गए अक्षरों को पढ़ने में सक्षम हैं। कंप्यूटर आउटपुट 'CRT' (कैथोड रे ट्यूब) पर एक 'ऑप्टिकल आउटपुट' डिवाइस पर फ्लैश किया जाता है जो एक टेलीविजन स्क्रीन है। 'ऑप्टिकल इनपुट' डिवाइस को 'ऑप्टिकल कैरेक्टर रिकॉग्निशन' या 'ऑप्टिक कार्ड रीडर' कहा जाता है और इसे संक्षिप्त रूप से 'OCR' कहा जाता है।

ऑन लाइन सिस्टम (On - line systems)

इस मामले में, उदाहरण के लिए, रेस्टोरेंट कैशियर सूचना को सीधे कंप्यूटर मेमोरी में फीड करता है जहां इसे तुरंत वापस लिया जा सकता है, जबकि "ऑफ-लाइन" सिस्टम के मामले में रेस्टोरेंट में टर्मिनल केवल फ्रंट ऑफिस में कार्ड पंच को सक्रिय करेगा, या अगर वाउचर मैन्युअल रूप से फ्रंट ऑफिस में जाता है तो कार्ड वहां पंच हो जाता है। पंच कार्ड को कमरे के नंबर के अनुसार फील्ड किया जाता है, ठीक वैसे ही जैसे कैशियर की बकेट में फोलियो को फील्ड किया जाता है। इसे सही ऑडिट तक कंप्यूटर मेमोरी में तब तक नहीं रखा जाता है जब तक कि अतिथि बाहर न निकल जाए और एक बयान का अनुरोध न करे। यह उस दिन उस कमरे के लिए जमा हुए अन्य सभी विभागीय कार्डों के साथ संसाधित किया जाता है। यह तुरंत याद करने योग्य नहीं है।

ऑनलाइन सिस्टम उन कार्यों के लिए सर्वोत्तम हैं जिन पर तत्काल ध्यान देने की आवश्यकता है और जहां समय कारक महत्वपूर्ण है उदा ट्रांसिएंट लेजर बिलिंग, क्रेडिट चेक, विल्किंस द्वारा कमरे के अनुरोध आदि जैसे कार्यों के लिए।

ऑफ-लाइन सिस्टम में समय कारक महत्वपूर्ण नहीं है उदाहरण सिटी लेजर बिलिंग, अग्रिम आरक्षण, पंजीकरण कार्ड विश्लेषण, अतिथि इतिहास, भुगतान बिल, सूची आदि जैसे कार्यों के लिए।

"तीसरी और चौथी पीढ़ी" के कंप्यूटर जैसे कि मिनी कंप्यूटर जो पहले से कहीं सस्ते हैं और होटल उद्योग के लिए अधिक अनुकूल हैं, अब आ गए हैं और इस उद्योग द्वारा स्वीकार किए गए हैं। मिनी कंप्यूटर छोटे लेकिन पूर्ण डाटा प्रोसेसिंग सिस्टम हैं। प्रत्येक इकाई में इनपुट और आउटपुट डिवाइस के साथ-साथ सीपीयू भी होता है जो किसी भी सिस्टम का केंद्रक होता है। प्रत्येक स्व-निहित इकाई को प्रत्येक अन्य इकाई स्टेशन के साथ जोड़ा जा सकता है।

कंप्यूटर कैसे काम करते हैं (How Computers Operate)

एक साधारण कंप्यूटर को प्रमुख घटकों जैसे इनपुट यूनिट, सीपीयू और आउटपुट यूनिट आदि में विभाजित किया जा सकता है। कंप्यूटर मानव भाषा को नहीं समझता है। यह केवल +ve और -ve विद्त संकेतों में संदेश ले सकता है। इनपुट डिवाइस की मदद से सबसे पहले इन करेंट के फ्रॉम में मैसेज ट्रांसफर किया जाता है। इनपुट डिवाइस में एक इलेक्ट्रॉनिक आई फिट की जाती है। पंच कार्ड, पेपर टेप, मैग्नेटिक टेप, मैग्नेटिक डिस्क और मैग्नेटिक ड्रम आदि जैसे विभिन्न तरीकों से संदेश को इनपुट डिवाइस में फीड किया जाता है।

ऊपर से इलेक्ट्रॉनिक किरणें गुजरती हैं और पंचिंग के अनुसार करंट कनेक्ट या डिसकनेक्ट हो जाता है।

सीपीयू (The CPU)

CPU को 3 भागों में विभाजित किया जा सकता है: (1) मेमोरी यूनिट, (2) कंट्रोल यूनिट, (3) अरिथमेटिकल लॉजिक यूनिट ।

CPU कंप्यूटर की फंक्शनिंग को नियंत्रित करता है।

कंट्रोल यूनिट इनपुट यूनिट को संदेश भेजने के लिए कहती है और इसे प्राप्त करने के बाद मेमोरी यूनिट को संदेश भेजती है।

मेमोरी यूनिट में कुछ रिकॉर्ड पहले से ही चुंबकीय टेप, या डिस्क आदि के रूप में संग्रहीत होते हैं और जो भी जानकारी आवश्यक होती है; इसे वापस कंट्रोल यूनिट में फीड किया जाता है।

तब नियंत्रण इकाई अंकगणितीय इकाई को संदेश भेजती है यदि कुछ गणना या तुलना की जानी है। गणना या तुलना के बाद परिणाम नियंत्रण इकाई को और फिर नियंत्रण इकाई द्वारा आउटपुट इकाई को भेजे जाते हैं।

आउटपुट यूनिट इनपुट यूनिट के समान लाइन पर काम करती है और परिणामों को मानव भाषा में अनुवादित करती है।

कंप्यूटर के प्रकार (Types of Computers)

कंप्यूटर को 3 प्रमुख श्रेणियों में वर्गीकृत किया गया है।

1 डिजिटल - गिनती के लिए प्रयोग किया जाता है।

2 एनालॉग - मापने के लिए प्रयोग किया जाता है।

3 हाइब्रिड - काटने और मापने दोनों के लिए प्रयोग किया जाता है।

होटल संचालन को दो क्षेत्रों में विभाजित किया जा सकता है: (1) फ्रंट ऑफिस, और (2) बैक ऑफिस

फ्रंट ऑफिस क्षेत्र में आरक्षण, पंजीकरण, अतिथि इतिहास, अतिथि लेखा, टेलीफोन, कक्ष सेवा, रेस्टोरेंट, लेखा, हाउसकीपिंग और नाईट ऑडिटिंग शामिल है।

बैक ऑफिस क्षेत्र में खाता, प्राप्य, सूची नियंत्रण, खाद्य और पेय लागत नियंत्रण, खरीद प्रबंधन, पेरोल, कार्मिक प्रबंधक और बजटीय लागत नियंत्रण आदि शामिल हैं।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

यहां तक कि लगभग 400 कमरों के परिमाण के होटल के लिए एक वर्ष की अवधि में कंप्यूटर के उपयोग के माध्यम से की गई 5% बचत भी कंप्यूटर सिस्टम नियंत्रण के लिए भुगतान करेगी।

कंप्यूटर स्थापना का औचित्य न केवल अर्थव्यवस्था और नियंत्रण के संदर्भ में है बल्कि बेहतर सेवा और अतिथि प्रबंधन प्रदान करता है जिसका अर्थ है अधिक संतुष्ट अतिथि।

कंप्यूटर की स्थापना की लागत खरीदे गए हार्डवेयर और सॉफ्टवेयर के प्रकार और इसके द्वारा किए जाने वाले कार्यों पर निर्भर करेगी। हार्डवेयर अन्य उद्योगों के लिए समान है लेकिन सॉफ्टवेयर को व्यक्तिगत होटलों की विशिष्ट आवश्यकताओं के आधार पर तैयार किया जाना है।

एक अनुप्रयोग उन्मुख प्रणाली, जिसे कभी-कभी 'स्टैंड अलोन सिस्टम' या 'Dedicated system' कहा जाता है, को सिस्टम के एक हिस्से को संभालने के लिए डिज़ाइन किया गया है, उदाहरण के लिए, केवल पे रोल या मानव संसाधन विकास से निपटना।

प्रबंधन कंप्यूटर से डेटा के विश्लेषण पर अपने निर्णयों को आधार बना सकता है। कम्प्यूटरों के प्रयोग से रेस्टोरेंट में उपभोग जैसे कार्यों पर नजर रखी जा सकती है, कच्चे माल की खरीद को नियंत्रित किया जा सकता है, बिक्री की योजना बनाई जा सकती है, ग्राहकों का आकलन किया जा सकता है, आदि।

कंप्यूटर, जनशक्ति के प्रतिस्थापन के रूप में उपयोग किए जाने और फाइलिंग समस्या को हल करने के अलावा, आगमन और ठहरने के समय अतिथि को अधिक पोषित महसूस कराने में भी मदद कर सकता है, क्योंकि यह क्लर्क को उसका नाम, उसकी आदतें, जन्मदिन जानने में मदद करेगा। , पसंद और नापसंद और भविष्य की यात्राओं को सुनिश्चित करने में मदद कर सकता है।

छोटे कंप्यूटर जिन्हें विस्तृत सूचना संरचना की आवश्यकता नहीं होती है, उनका उपयोग छोटे होटलों में किया जा सकता है क्योंकि यह लिपिक कार्यालयों, फाइलों के भंडारण आदि पर बर्बाद होने वाली जगह की मदद करेगा और कर्मचारियों को मजदूरी भी बचाएगा। यह एक तेज, अधिक प्रभावी और कुशल प्रणाली प्रदान करेगा। यह कर्मचारियों को खातों में दखल देने, बेहतर इन्वेंट्री नियंत्रण सुनिश्चित करने आदि के लिए कम अवसर और संभावनाएं प्रदान करेगा।

यह एक आम डर है कि फ्रंट ऑफिस ऑपरेशन के ऑटोमेशन से रिसेप्शनिस्ट के काम का रोजगार काफी हद तक कम हो जाएगा। देश पर, यह रिसेप्शनिस्ट को अतिथि संबंधों में अपने कौशल को विकसित करने और अतिथि के साथ आमने-सामने के संबंधों में अधिक समय बिताने के लिए अधिक समय प्रदान करेगा।

उसके पास अब अधिक सटीक निर्णय लेने की क्षमता होगी क्योंकि चीजें स्वचालित होंगी और अधिक सटीक जानकारी पर आधारित होंगी।

लिपिक और प्रशासनिक कार्यों में कंप्यूटर का अनुप्रयोग (सामरिक और सामरिक होटल कंप्यूटर) (Application of Computers in Clerical and Administrative Functions (Tactical and Strategic Hotel Computers)

आवास प्रबंधन के लिए कंप्यूटर का उपयोग बहुत रुचि का है क्योंकि यह आमतौर पर ऐसा क्षेत्र है जो सुधार की सबसे बड़ी संभावना प्रदान करता है। लागत में कमी, बेहतर प्रबंधन सूचना, डी-स्किलिंग, कम प्रशिक्षण और अधिक रोचक और सार्थक कार्य की संभावना अनुप्रयोग के क्षेत्र हैं।

एकीकृत होटल सिस्टम (Integrated Hotel System)

बहुत बार एक ही जानकारी का उपयोग एक होटल में एक या एक से अधिक अवसरों पर और कई विभागों द्वारा भी किया जाता है। बिना बोरियत के कंप्यूटर पर दोहराव वाले प्रकार के काम बहुत दक्षता से किए जाते हैं। उदाहरण के लिए, पे रोल प्रोसेसिंग या अकाउंटिंग जैसे कार्य, विभिन्न उद्देश्यों के लिए कई अवसरों पर उपयोग किए जाते हैं जैसे अतिथि इतिहास पर स्थिति की जांच के लिए आरक्षण पूछताछ, पते के लिए आरक्षण की पुष्टि, फाइल पर रिकॉर्ड का पता लगाने के लिए संशोधन, पहचान के लिए आगमन सूची, पंजीकरण कानूनी आवश्यकता के लिए कार्ड, पहचान के लिए टेलीफोन, देखभाल नियंत्रण के लिए बिल फोलियो और घड़ी सूची, पहचान के लिए प्रस्थान सूची, विपणन विश्लेषण और बिक्री संवर्धन के लिए अतिथि इतिहास, और बिक्री के लिए मेलिंग सूची आदि। इसके लिए दस्तावेज़ से दूसरे दस्तावेज़ में जानकारी की प्रतिलिपि की आवश्यकता होती है। बहु-भाग प्रपत्र डिज़ाइन किए जा सकते हैं, उदाहरण के लिए, G.R. कार्ड, 'C' फॉर्म आगमन सूचना पर्ची और फोलियो सभी प्रविष्टि के एक सेट द्वारा निष्पादित किए जा सकते हैं। एक कंप्यूटर सिस्टम में एकीकृत डेटा प्रोसेसिंग द्वारा डेटा के समान सेट के लिए इन निरंतर संदर्भों का लाभ उठाना संभव है। इस तकनीक में, प्रत्येक डेटा को एक बार सही ढंग से रिकॉर्ड करने का प्रयास किया जाता है और फिर ऑपरेशन के नियोजन और नियंत्रण उद्देश्य के लिए जानकारी प्राप्त करने के लिए हर संभव तरीके से उसी रूप में इसका उपयोग किया जाता है।

निम्नलिखित उदाहरण एक होटल के लिपिकीय और प्रशासनिक कार्यों के लिए कंप्यूटर के अनुप्रयोगों को दिखाते हैं।

सामरिक होटल कंप्यूटर (The Tactical Hotel Computer)

इस मामले में होटल के प्रत्येक विभाग के लिए एक या एक से अधिक कंप्यूटर वर्क स्टेशन उपलब्ध हैं, जो निर्णयों की प्रकृति का आकलन करने के लिए मध्य प्रबंधकों को एक सूची प्रदान करते हैं। इस बिंदु पर, कंप्यूटर होटल के साधारण व्यावसायिक कार्यों को आसान बनाने के चरणों से आगे बढ़ता है। यह सामरिक निर्णयों को प्रभावित करने के लिए होटल से बाहर के कुछ डेटा का उपयोग करेगा। इस प्रकार सहयोग की सफलता होटल के कंप्यूटर आधारित सूचना प्रणाली के डिजाइन और अनुप्रयोग पर निर्भर होने लगी है। प्रबंधकों को यह जानने की आवश्यकता है कि समस्या समाधान के लिए कौन से डेटा का उपयोग करना है और उन डेटा सेटों पर कौन सी तकनीक लागू करनी है। विभिन्न प्रकार के कार्यों को करने वाली मशीनों की उपलब्धता ने उन बाधाओं को दूर कर दिया है जो पहले इसकी जटिलता के कारण डेटा के प्रसंस्करण तक सीमित थीं। सामरिक योजना के लिए मध्य प्रबंधकों के लिए कंप्यूटर आधारित सूचना प्रणाली बहुत मूल्यवान है।

सामरिक होटल कंप्यूटर (The Strategic Hotel Computer)

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

जैसे-जैसे कंप्यूटर तकनीक समाज में फैलती है, जल्द ही एक पूरी तरह से नई तरह की व्यावसायिक संरचना सामने आ सकती है। यह अन्य प्रकार के वाणिज्यिक और गैर-वाणिज्यिक संगठनों को प्रभावित करेगा।

इस बिंदु पर, प्रबंधन के सभी स्तर निर्णय लेने में शामिल होंगे। लेकिन प्रतिस्पर्धी अर्थों में होटल किस दिशा में जाएगा, इसका चयन सूचना प्रणाली के आउटपुट के आधार पर किया जाएगा। इस प्रकार, कई स्वचालित कार्यों के अनुप्रयोग से लचीलापन संभव होगा, जिनमें से अधिकांश कंप्यूटरों द्वारा समर्थित होंगे।

कंप्यूटर शीर्ष प्रबंधन को अधिक प्रत्यक्ष रूप से सेवा प्रदान करेगा और इसलिए इसका उपयोग रणनीतिक निर्णय लेने के लिए किया जाएगा। रणनीतिक और सामरिक स्तरों के बीच का अंतर कई तरह से देखा जाएगा। सबसे पहले, बाहरी डेटा स्रोतों के उपयोग में काफी विस्तार होगा। सूचना के नेटवर्क में गतिविधियों का एक बाहरी घेरा जोड़ा जा सकता है

प्रसंस्करण सुविधाएं जो समग्र रूप से समाज और व्यवसाय को सहारा देंगी। इनके बीच और होटल की सूचना सेवाओं के बीच कहीं अधिक एकीकरण होगा। और अंत में, इनमें से अधिकांश प्रक्रियाएँ पूरी तरह से स्वचालित होंगी, जिसमें कई स्व-विनियमन नियंत्रण कार्यों का उपयोग किया जाएगा।

होटल और मार्केटिंग कंसोर्टियम की विभिन्न श्रृंखलाओं की कुछ विश्वव्यापी आरक्षण प्रणालियाँ हैं (Some Worldwide Reservation Systems of Various Chains of Hotel and Marketing Consortium are):

OMAHA: नेब्रास्का में स्थित सभी हयात होटलों के लिए विश्वव्यापी आरक्षण केंद्र।

HOLIDEX: हॉलिडे इन होटल आरक्षण इस कम्प्यूटरीकृत प्रणाली के माध्यम से किए जाते हैं और मेन-फ्रेम मेम्फिस में स्थित है।

FORTRES: यह ट्रस्ट हाउस फोर्ट की एक प्रणाली है, जो होटलों की एक और श्रृंखला है।

बेस्ट वेस्टर्न कंसोर्टियम (BEST WESTERN CONSORTIUM): दुनिया भर में 3000 से अधिक स्वतंत्र होटलों को परिवर्तित करने वाले विपणन संगठन का एरिजोना में केंद्रीय कंप्यूटर डेटा बेस है।

MARSHA: (Marriott Advanced Reservation Systems of Hotel Administration) यह मैरियट होटल की एक प्रणाली है और Ohama में स्थित है।

कुल होटल प्रबंधन समाधान प्रणाली (The total Hotel management solution system)

लोग तकनीक के साथ सहज हो सकते हैं जो उन्हें इस बात पर निर्भर करने की अनुमति देता है कि वे कब और कहाँ भी अवसरों पर मनुष्यों से निपटने का विकल्प चाहते हैं। कोई भी तकनीकी वृद्धि जो मेहमानों के आराम को बाधित करती है, चाहे वह कितना भी पैसा बचा ले, होटलों के लिए लाभदायक समाधान नहीं है। इस प्रकार प्रौद्योगिकी को इतना विकसित किया जाना चाहिए कि दक्षता में सुधार हो सके और मेहमानों को एक अद्वितीय होटल अनुभव प्रदान किया जा सके।

एक होटल प्रबंधन संचालन प्रणाली में आम तौर पर शामिल होना चाहिए: (1) फ्रंट ऑफिस सिस्टम, और (2) बैक ऑफिस सिस्टम, जिसमें पाँच मुख्य क्षेत्र शामिल हैं जैसे (a) वित्तीय लेखा प्रणाली, (b) सामग्री प्रबंधन प्रणाली, (c) कार्मिक प्रबंधन प्रणाली, (d) खाद्य और पेय लागत नियंत्रण प्रणाली, और (e) प्रबंधन सूचना प्रणाली।

1 फ्रंट ऑफिस सिस्टम (Front Office System)

सिस्टम में निम्नलिखित पहलुओं को शामिल करना चाहिए:

आरक्षण (Reservations)

आरक्षण प्रणाली एक होटल के भीतर सभी आरक्षण और संबंधित गतिविधियों को संभालती है। यह सबसिस्टम व्यक्तिगत (F.I.T) के लिए अनुमति देता है। भविष्य में किसी भी डेटा के लिए टूर ग्रुप, कॉन्फ्रेंस और विविध ग्रुप बुकिंग की जाएगी। आरक्षण लेखांकन कार्य अग्रिम जमा प्रबंधन और भविष्य के आरक्षणों में परिवर्तन के हस्तांतरण की अनुमति देता है। कमरे के प्रकार और अनुरोधित कमरों के आधार पर, हर आरक्षण अनुरोध के लिए कमरे की उपलब्धता की भी जाँच की जाती है। यह कमरे के अनुसार, कमरे के प्रकार और नाम के अनुसार पूछताछ को संभालता है, स्वीकार/अस्वीकार करने का निर्णय लेता है और पुष्टि, इनकार आदि के लिए पत्र भी तैयार कर सकता है। आरक्षण प्रणाली जमा (deposits) को संभालती है और आवश्यक रिपोर्ट तैयार करती है।

अतिथि इतिहास (Guest History)

अतिथि इतिहास प्रणाली एक व्यक्तिगत, विचारशील और कुशल अतिथि सेवा और आतिथ्य प्रदान करती है। प्रत्येक व्यक्तिगत अतिथि पर व्यक्तिगत इतिहास स्वचालित रूप से संकलित, बनाए रखा और अद्यतन किया जाता है। यह जानकारी फ्रंट ऑफिस स्टाफ द्वारा समीक्षा के लिए उपलब्ध है।

पंजीकरण (Registrations)

पंजीकरण प्रणाली आरक्षण प्रणाली से सूचना हस्तांतरण द्वारा जुड़ी हुई है। प्री रजिस्ट्रेशन, गेस्ट रूम असाइनमेंट और ऑन लाइन रूम स्टेटस इंक्रायरी तेजी से चेक इन की सुविधा देती है। इसमें इन हाउस गेस्ट इंफॉर्मेशन पर पूछताछ के लिए बहुत शक्तिशाली विशेषताएं हैं। यह समूह पंजीकरण कुंजी कार्ड और इलेक्ट्रॉनिक चाबियों को भी संभालता है और आगमन में चलने का काम करता है।

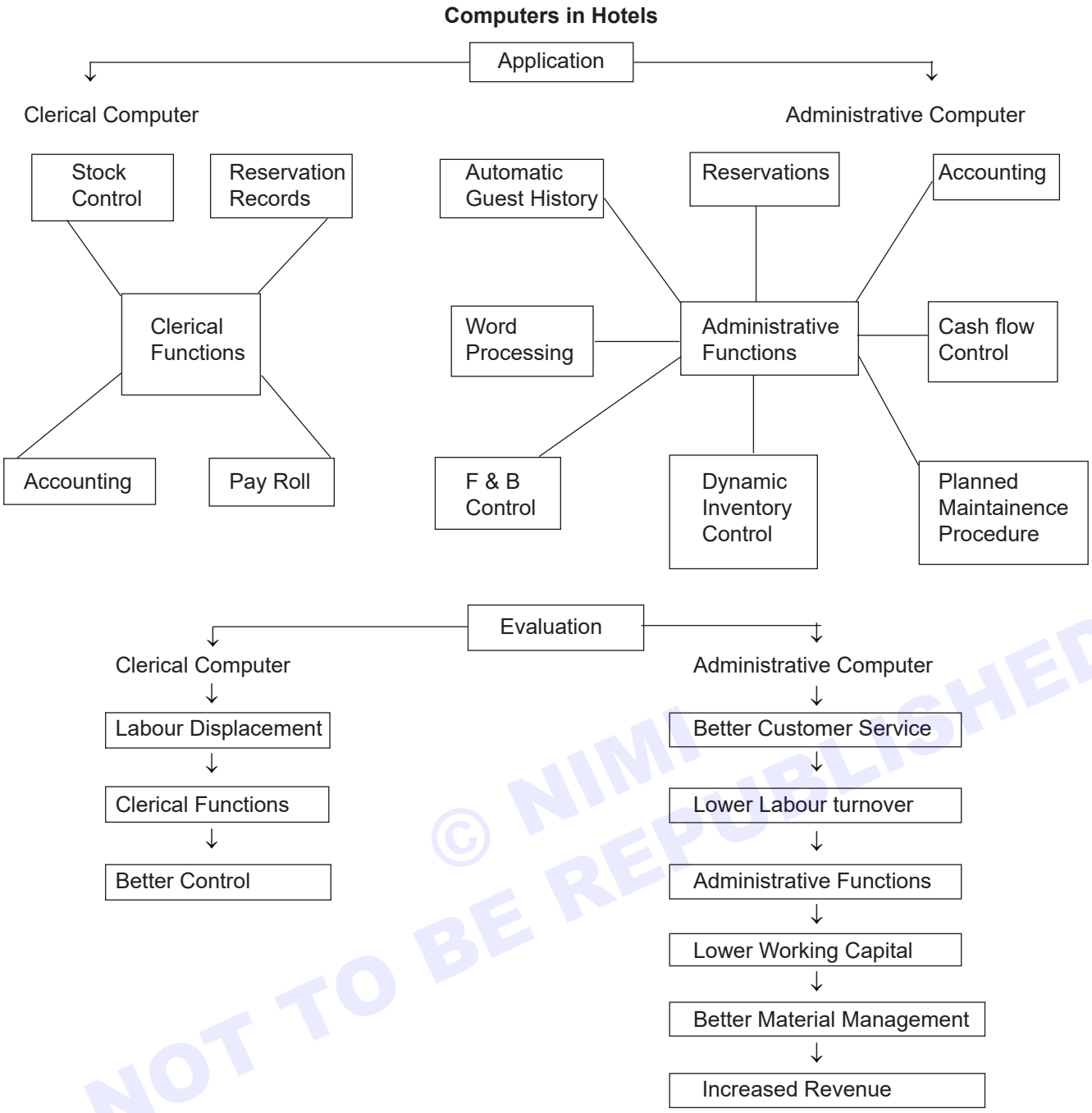
अतिथि लेखा, प्रस्थान और भुगतान (Guest Accounting, Departure and Payment)

अतिथि लेखा प्रणाली अतिथि परिवर्तनों की सटीक, ऑनलाइन पोस्टिंग प्रदान करती है। यदि आवश्यक हो तो प्रत्येक अतिथि के लिए विशिष्ट बिलिंग निर्देशों के साथ कई फोलियो को विभाजित किया जा सकता है। ऑटो प्रिंटिंग, सेटलमेंट और चेक आउट सुविधाओं, मास्टर और स्प्लिट फोलियो, बिल निरीक्षण, पोस्ट न किए गए परिवर्तन, विदेशी मुद्रा, वाउचर नियंत्रण, रसीदें, भुगतान विधियों के समूह के साथ शीघ्र समूह चेक आउट संभव है।

हाउसकीपिंग (Housekeeping)

हाउसकीपिंग सिस्टम होटल के भीतर कमरे की स्थिति को लगातार अपडेट

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED



© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

करने की अनुमति देता है। EPABX के साथ एक इंटरफेस भी है।

टेलिफ़ोन - आपरेटर (Telephone Operator)

टेलीफ़ोन ऑपरेटर सिस्टम ऑपरेटरों को घर के सभी मेहमानों, अपेक्षित आगमन और प्रस्थान के बारे में जानकारी तक आसान पहुँच प्रदान करने में सक्षम बनाता है। EPABX प्रणाली के साथ एक वैकल्पिक इंटरफेस को अतिथि फोलियो में टेलीफोन परिवर्तन की स्वचालित पोस्टिंग की अनुमति देनी चाहिए।

बैंक्वेट (Banquet)

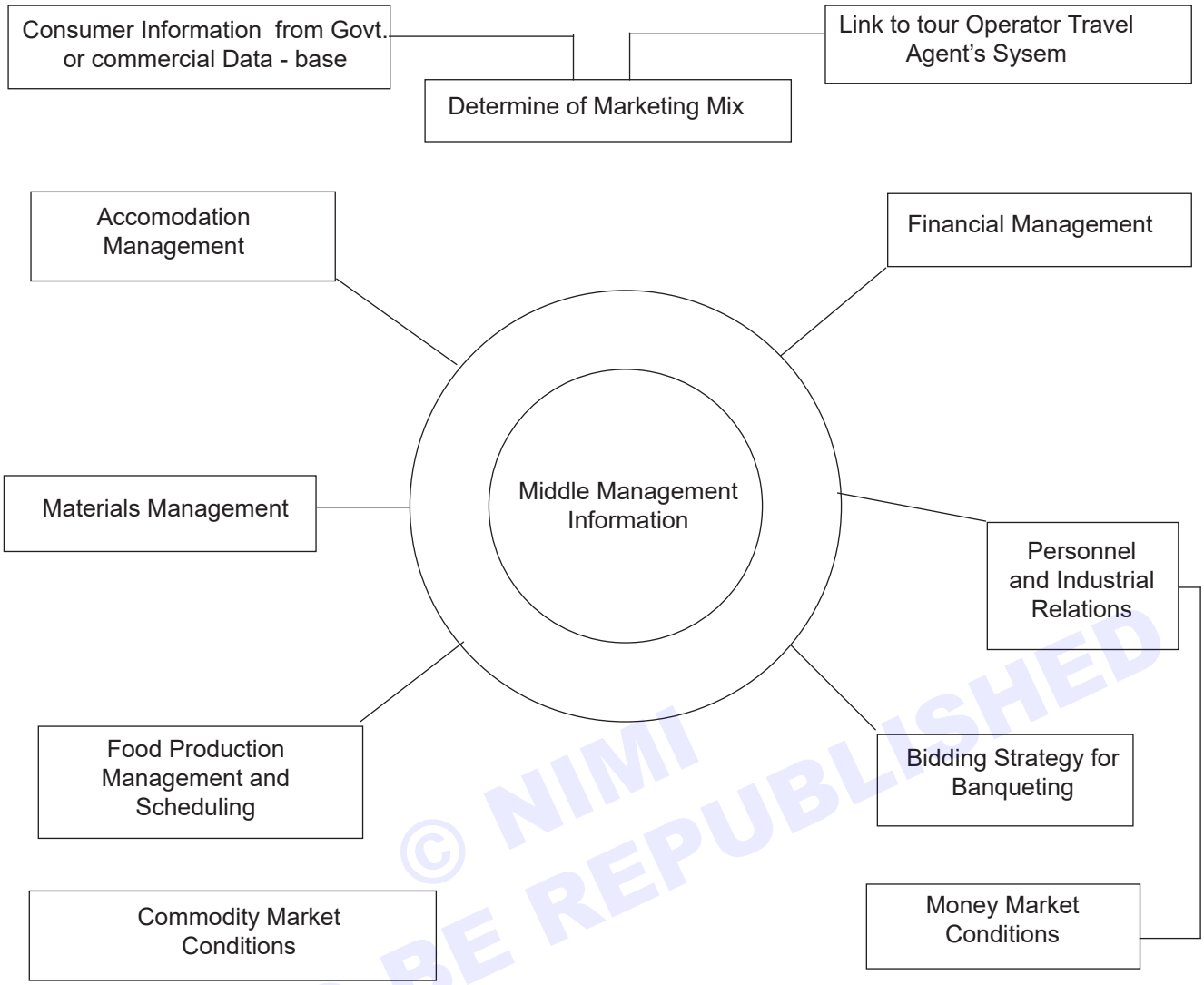
बैंक्वेट प्रणाली एक अनूठी प्रणाली है जो भोज आरक्षण को पूरा करती है। बैंक्वेट प्रणाली की व्यापक पूछताछ क्षमता किसी विशेष हॉल, समारोह, दिन या समय के लिए बुकिंग की स्थिति के बारे में जानकारी देती है। बिक्री खाता बही में लेन-देन की बिलिंग और पोस्टिंग भी इस मॉड्यूल द्वारा नियंत्रित की जानी चाहिए।

सेल के बिंदु (Points of sale)

सेल प्रणाली के बिंदु को किसी भी आउटलेट पर पूर्ण ऑर्डर लेने और कैशियरिंग कार्यों के लिए डिज़ाइन किया गया है। घर में अतिथि जानकारी कैशियर के लिए उपलब्ध है, व्यक्तिगत ध्यान देने के साथ-साथ अतिथि बहीखाता में समय पर सटीक पोस्टिंग करने में सक्षम है। सिस्टम कैश रजिस्टर के सभी कार्यों को शामिल करता है और विशेष रूप से रूम सर्विस में प्रभावी है।**नाइट ऑडिटिंग (Night Auditing)**

होटल के दैनिक संचालन में नाइट ऑडिटिंग सिस्टम सबसे महत्वपूर्ण कार्य है, यह कमरे के टैरिफ को स्वचालित रूप से पोस्ट करता है, पूरे दिन के लेन-देन का अंतिम संतुलन करता है और दिन के कारोबार को बंद कर

APPLICATION



© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

देता है। एक व्यापक ऑडिट ट्रेल और अकाउंटिंग रिपोर्ट कम समय में सभी लेनदेन को समेटने में मदद करती हैं।

इलेक्ट्रॉनिक कैश रजिस्टर (Electronic Cash Register)

यह स्वचालित मूल्य निर्धारण, प्रदर्शन और keyboard changes control को नियंत्रित करता है; बिक्री विश्लेषण, समय घड़ियां, आदि।

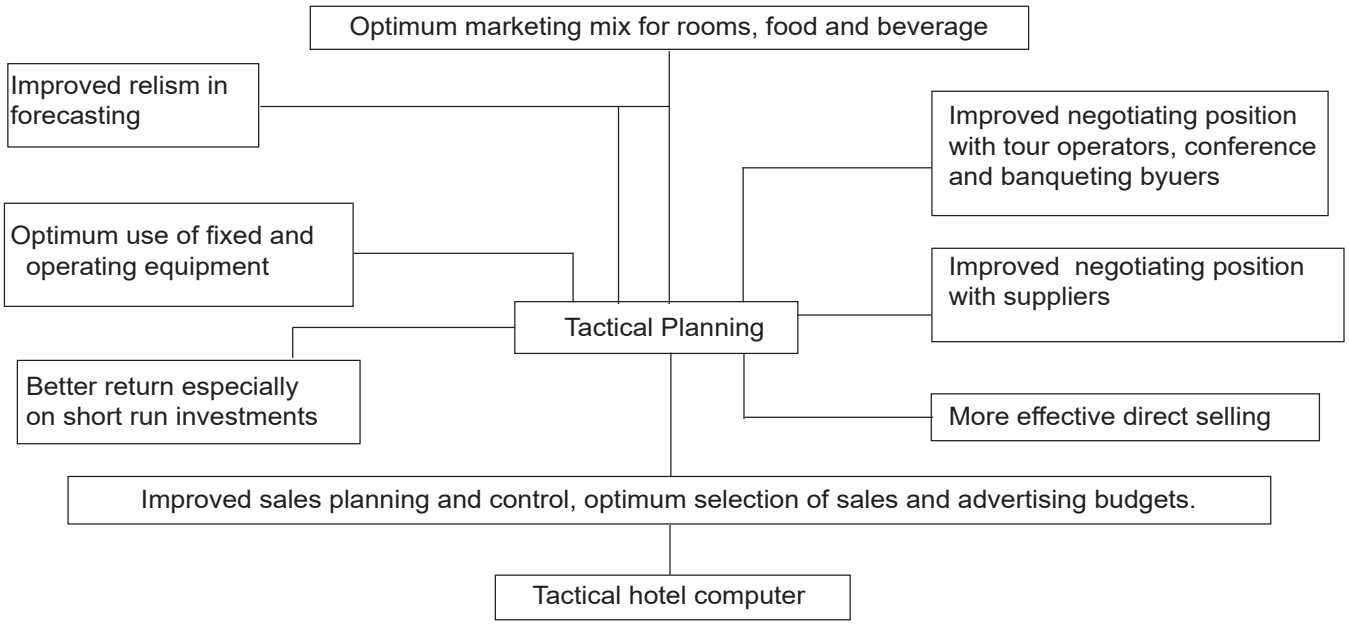
2 बैक ऑफिस सिस्टम (The Back Office System)

कार्यालय प्रणाली में निम्नलिखित पहलुओं को शामिल करना चाहिए:

सामग्री प्रबंधन प्रणाली (MMS) (Material Management System (MMS))

यह संपूर्ण सामग्री प्रबंधन कार्य जैसे आवश्यकता, योजना, खरीद, प्राप्ति,

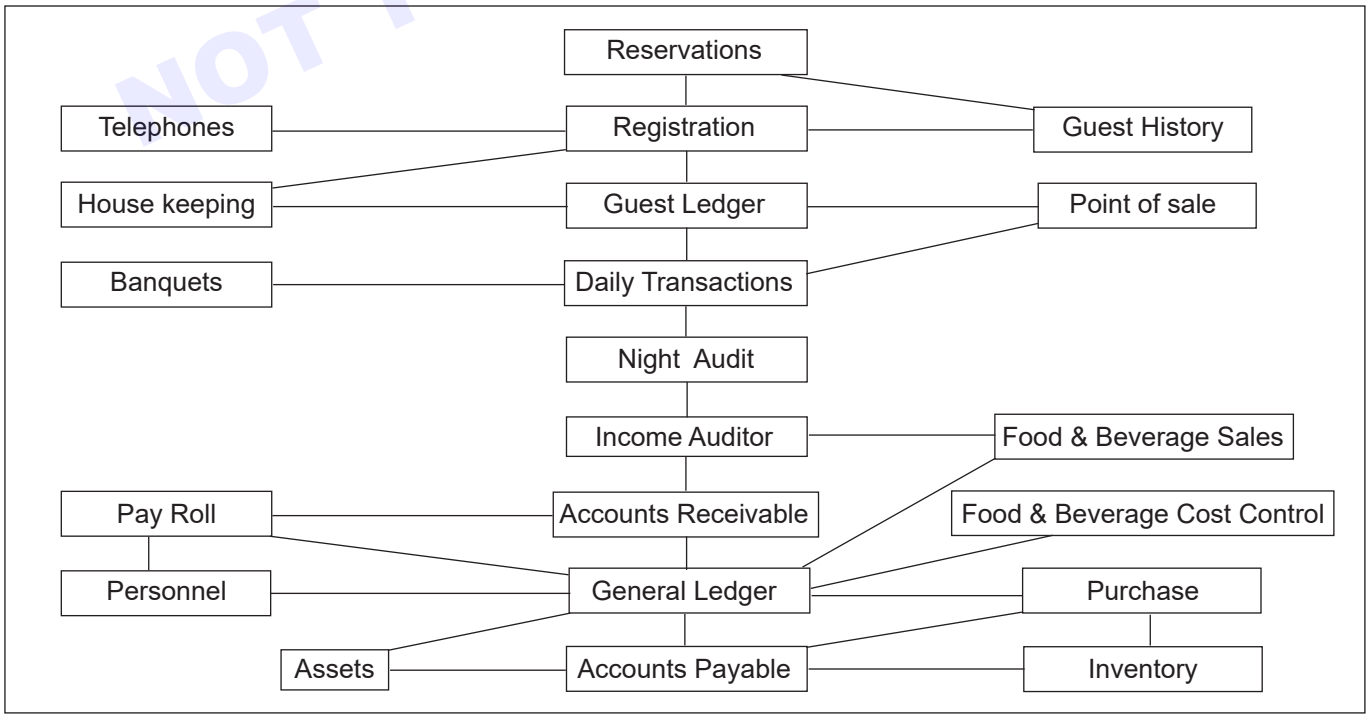
EVALUATION



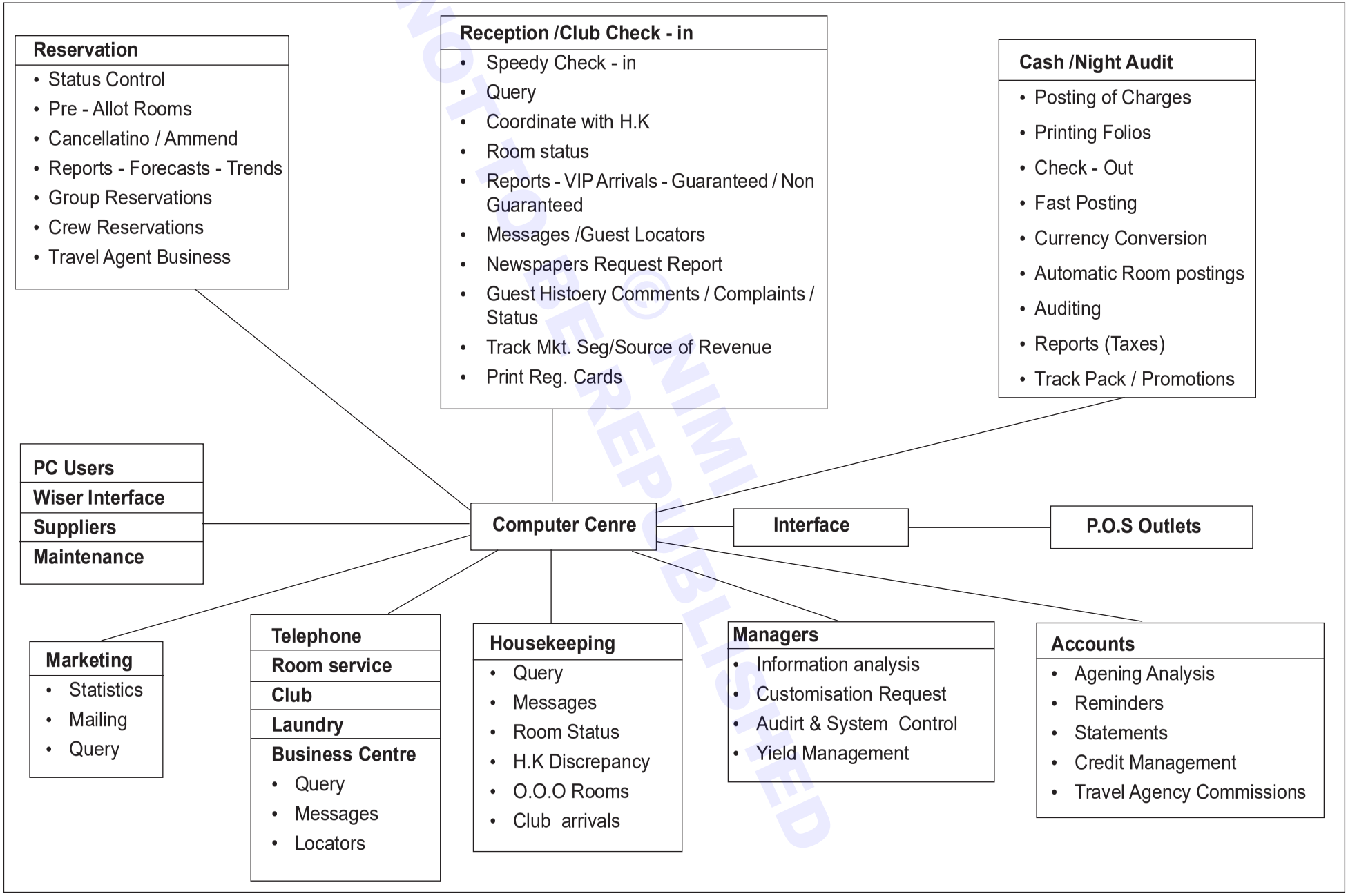
स्टॉक लेखांकन को कवर करता है। मुद्दों को एक एकीकृत गतिविधि के रूप में देखा जाता है। सिस्टम को प्रभावी निर्णय लेने और बुक कीपिंग के लिए जानकारी प्रदान करनी चाहिए।

- खरीद आवश्यकताओं की रिपोर्टिंग बेहतर आदेश निर्णयों में सहायता करती है।
- कम खरीद लागत के लिए ऐतिहासिक खरीद विक्रेता/लागत विश्लेषण।
- लंबित खरीद आदेशों पर स्वचालित अनुस्मारक समय पर आपूर्ति सुनिश्चित करते हैं।
- विशेष रूप से खराब होने वाले/सीमित शेल्फ-लाइफ आइटम के लिए स्टॉक की आसान निगरानी।
- खरीद और भंडार विभाग के प्रशासन में सहायता करता है,
- स्वत: स्टॉक लेखा प्रदान करता है
- स्पॉट स्टॉक लेने में सहायता करता है।
- सामान्य खाता बही और विभाग लागत के लिए स्वत: डेटा प्रदान करता है।
- प्रवृत्ति विश्लेषण के लिए ऐतिहासिक जानकारी की तुलना।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED



A detailed front office system features



© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

पर्यटन - लेखा (Tourism - Accounting)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **कंप्यूटर खातों की मूल बातें।**
- **होटल लेखा में खातों का ज्ञान।**

फ्रंट ऑफिस अकाउंटिंग सिस्टम (Front Office Accounting System)

फ्रंट ऑफिस अकाउंटिंग सिस्टम इसके लिए जिम्मेदार है:

- होटल में प्रत्येक अतिथि या गैर अतिथि के लिए एक सटीक लेखा रिकॉर्ड बनाना और बनाए रखना।
- अतिथि चक्र के दौरान सभी वित्तीय लेन-देन पर नज़र रखना।
- नकद और गैर-नकदी लेनदेन पर आंतरिक नियंत्रण सुनिश्चित करना
- प्रदान की गई सभी वस्तुओं और सेवाओं के निपटान की रिकॉर्डिंग

"फ्रंट ऑफिस अकाउंटिंग सिस्टम को प्रत्येक होटल की जरूरतों को ट्रैक करने के लिए अनुकूलित और तैयार किया जाएगा। इसलिए, किन्हीं भी दो होटलों में एक समान फ्रंट ऑफिस अकाउंटिंग सिस्टम नहीं है।

फ्रंट ऑफिस अकाउंटिंग की सामान्य अवधारणाएँ (General concepts of front office Accounting):

"फ्रंट ऑफिस विभाग में अक्सर उपयोग की जाने वाली कुछ लेखांकन शब्दावली का संक्षिप्त विवरण नीचे दिया गया है।

हिसाब किताब (Accounts):

- खाता एक ऐसा रूप है जिस पर वित्तीय डेटा जमा किया जाता है, सारांशित किया जाता है और अंतिम शेष राशि पर लाया जाता है। इसके अलावा, सभी खातों में डेबिट (या शुल्क) बनाम क्रेडिट (या भुगतान) के रूप में संदर्भित दो प्रविष्टियां होंगी।
- खातों का सबसे व्यापक रूप से इस्तेमाल किया जाने वाला प्रतिनिधित्व टी-खाता है, जो दाहिने हाथ की ओर डेबिट प्रविष्टियों का सारांश देता है।
- मैनुअल सिस्टम के तहत काम करने वाले होटलों को फ्रंट ऑफिस अकाउंटिंग के विभिन्न लेन-देन के लिए जर्नल फॉर्म का उपयोग करना पड़ता है।
- जहां तक फ्रंट ऑफिस अकाउंटिंग का संबंध है, व्यापक रूप से उपयोग किए जाने वाले दो प्रमुख प्रकार के खाते हैं:
  - अतिथि खाते होटल में पहले से पंजीकृत मेहमानों के सभी शुल्कों और भुगतानों का वर्णन करते हैं।
  - गैर-मेहमान (घर या शहर) खाते: गैर-मेहमानों के सभी शुल्कों और भुगतानों का वर्णन करें। उदाहरण के लिए, आरक्षण की गारंटी के लिए एक निश्चित जमा राशि भेजने वाला एक संभावित अतिथि एक गैर अतिथि है। इसके अलावा, नकद के अलावा भुगतान के किसी भी तरीके से चेकआउट करने वाले मेहमानों के शुल्क और भुगतान को एक गैर-अतिथि खाता खोला जाएगा। अंत में, शुल्क विशेषाधिकार वाले आगंतुकों और कर्मचारियों को गैर-अतिथि खाते खोले जाएंगे।

फोलियो (Folios)

- एक फोलियो एक खाते की शेष राशि को प्रभावित करने वाले सभी लेन-देन (यानी डेबिट और क्रेडिट) का एक विवरण है। चॉकआउट, किसी भी अतिथि फोलियो को पूर्ण नकद भुगतान, क्रेडिट कार्ड हस्तांतरण, व्यक्तिगत ठसाठस हस्तांतरण, विशेष कार्यक्रम हस्तांतरण और प्रत्यक्ष बिलिंग हस्तांतरण के माध्यम से 0 पर संतुलित किया जाना चाहिए।
- फोलियो को बनाए रखने का सही तरीका उचित पोस्टिंग से शुरू होता है, जो एक फोलियो पर लेन-देन रिकॉर्ड करने की प्रक्रिया है (यानी उचित फोलियो, उचित स्थान और उचित राशि)।
- मैनुअल, सेमी ऑटोमेटेड और पूरी तरह से ऑटोमेटेड सिस्टम के तहत फोलियो को क्रमशः हस्तलिखित फोलियो, मशीन पोस्टेड फोलियो और कंप्यूटर आधारित इलेक्ट्रॉनिक फोलियो कहा जाता है। इसके अलावा, सभी फोलियो में आंतरिक नियंत्रण और भंडारण उद्देश्यों के लिए एक विशिष्ट क्रम संख्या होगी।
- फ्रंट ऑफिस डिपार्टमेंट में चार सामान्य प्रकार के फोलियो का उपयोग किया जाता है:
  - अतिथि फ़ोलियो: अलग-अलग व्यक्तियों या अतिथि कक्षों को निर्दिष्ट खाते।
  - मास्टर फोलियो: एक से अधिक व्यक्तियों या अतिथि कक्ष को सौंपे गए खाते; आमतौर पर अतिथि समूहों के लिए आरक्षित।
  - गैर-अतिथि (या अर्ध-स्थायी) फोलियो: गैर-अतिथि व्यवसाय या होटल शुल्क खरीद विशेषाधिकार वाली एजेंसियों को सौंपे गए खाते।
  - कर्मचारी फोलियो: शुल्क खरीद विशेषाधिकार वाले कर्मचारियों को सौंपे गए खाते।

5 उपर्युक्त सामान्य फोलियो के अलावा, फ्रंट ऑफिस विभाग को कुछ अन्य प्रकार के फोलियो जैसे A टाइप, B टाइप, C-टाइप, D-टाइप और E-टाइप फोलियो का उपयोग मिलता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

वाउचर (Vouchers)

वाउचर लेन-देन के स्रोत पर एकत्र की गई लेन-देन की जानकारी के विवरण को दर्शाते हैं और इसलिए, केवल आंतरिक नियंत्रण उद्देश्य के लिए उपयोग किए जाने वाले सहायक दस्तावेज़ हैं, आतिथ्य उद्योग में आमतौर पर उपयोग किए जाने वाले कुछ वाउचर नीचे दिए गए हैं।

- नकद वाउचर (Cash vouchers)
- क्रेडिट कार्ड वाउचर (Credit card vouchers)
- चार्ज वाउचर (Charge vouchers)
- स्थानांतरण वाउचर (Transfer vouchers)
- पेड आउट वाउचर (Paid out vouchers)
- सुधार वाउचर (Correction vouchers)
- भत्ता वाउचर (Allowance vouchers)

बिक्री के बिंदु (यानी पीओएस) (Points of sale (i.e. POS))

- बिक्री का एक बिंदु वह स्थान है जहां से सामान या सेवाएं खरीदी जाती हैं; कभी-कभी राजस्व केंद्र कहा जाता है। इसके अलावा, प्रौद्योगिकी की सफलता के कारण, बिक्री के कुछ गैर-पारंपरिक बिंदु सामने आए जैसे कि इन-रूम मूवी और इन-रूम वेंडिंग सर्विस सिस्टम।
- चूंकि शुल्क आमतौर पर बिक्री के दूरस्थ बिंदुओं पर खर्च किए जाते हैं, और अतिथि और गैर-अतिथि फोलियो को फ्रंट ऑफिस विभाग में बनाए रखा जाता है, विभिन्न अतिथि और गैर अतिथि शुल्कों की पोस्टिंग की जाएगी। पूरी तरह से स्वचालित प्रणाली के तहत एक इलेक्ट्रॉनिक हस्तांतरण यह सुनिश्चित करता है। मैनुअल और सेमी ऑटोमेटेड सिस्टम के तहत फ्रंट ऑफिस डिपार्टमेंट में अलग-अलग वाउचर जमा करके पोस्टिंग की जाएगी।
- शुल्क पोस्ट करते समय, निम्नलिखित मदों पर विचार किया जाएगा।
  - शुल्क की राशि
  - बिक्री आउटलेट के बिंदु का नाम
  - कक्ष संख्या और अतिथि का नाम
  - चार्ज का संक्षिप्त विवरण
  - अतिथि हस्ताक्षर कर्मचारी पहचान

बहीखाते (Ledgers):

- फ्रंट ऑफिस बहीखाते फ्रंट ऑफिस अकाउंट फोलियो का संग्रह है, जिसमें आमतौर पर गेस्ट बहीखाते (यानी होटल में रहने वाले सभी मेहमानों के शुल्क और भुगतान) शामिल होते हैं।
- किसी भी समय प्राप्य खाते में अतिथि बहीखाता और गैर अतिथि बहीखाता (या शहर बहीखाता) शामिल है जो सभी गैर-अतिथियों के शुल्क और भुगतान को संदर्भित करता है।

अतिथि खातों का निर्माण और रखरखाव (Creation and maintenance of Guest Accounts):

- सभी अतिथि फोलियो आगमन पूर्व या अतिथि चक्र के आगमन चरण के दौरान बनाए जाएंगे, फोलियो को या तो फ्रंट डेस्क फोलियो ट्रे (यानी पोस्टिंग ट्रे, फोलियो वेल, या बकेट) में रखा जा सकता है या पूरी तरह से स्वचालित सिस्टम में इलेक्ट्रॉनिक गेस्ट फोलियो के रूप में संग्रहीत किया जा सकता है।
- जहां तक वॉक-इन का संबंध है, उनके सभी अतिथि फोलियो आगमन के चरण में बनाए जाते हैं।

रिकॉर्ड कीपिंग सिस्टम (Record keeping systems):

- गैर स्वचालित प्रणाली अधिभोग चरण के दौरान संचित व्यक्तिगत डेबिट और क्रेडिट प्रविष्टियों को सूचीबद्ध करने वाले स्तंभों की एक श्रृंखला के माध्यम से सुनिश्चित किया जाता है जिसके बाद एक अंतिम बकाया राशि की स्थापना की आवश्यकता होती है।
- अर्ध स्वचालित प्रणाली: इस प्रणाली के तहत, सभी अतिथि लेनदेन एक मशीन की ओर इशारा करते हुए फोलियो पर क्रमिक रूप से मुद्रित किए जाने चाहिए, बाद में, फ्रंट ऑफिस क्लर्क को फोलियो बकाया राशि के साथ आने की आवश्यकता होती है, यहां यह उल्लेख करना अत्यंत महत्वपूर्ण है कि, इसके तहत बहुत ही प्रणाली में, प्रत्येक खाते की पिछली शेष राशि को हर बार फोलियो में पोस्ट किए जाने पर फिर से दर्ज किया जाएगा।
- पूरी तरह से स्वचालित प्रणाली: सभी अतिथि शुल्क स्वचालित रूप से इलेक्ट्रॉनिक फोलियो में पोस्ट किए जाते हैं।

अतिथि शुल्क विशेषाधिकार (Guest charge privileges):

संभावित अतिथि जो अतिथि शुल्क विशेषाधिकार प्राप्त करना चाहते हैं, वे पंजीकरण के समय एक स्वीकार्य क्रेडिट कार्ड या प्रत्यक्ष बिलिंग प्राधिकरण की छाप प्रस्तुत करेंगे। ऐसा करने में विफल रहने पर, मेहमानों को अपने सभी शुल्कों का पूरा भुगतान नकद के माध्यम से करना होगा, इसलिए अग्रिम भुगतान (PIA) मेहमानों को कहा जाता है और इसलिए, उनकी कोई पद स्थिति नहीं है।

क्रेडिट निगरानी (Credit monitoring)

चार्ज विशेषाधिकारों की निगरानी और नियंत्रण के लिए, फ्रंट ऑफिस क्लर्क को यह जांचना चाहिए कि क्या कुल शुद्ध खरीद न्यूनतम फ्लोर लिमिट (यानी क्रेडिट कार्ड कंपनी की लिमिट) और हाउस लिमिट (यानी होटल की लिमिट) से कम है। कम से कम, प्रत्येक दिन, उच्च जोखिम या उच्च शेष खातों वाले मेहमानों की सूची बिक्री के सभी केंद्रों को सूचित की जाएगी। यह महत्वपूर्ण है, क्योंकि ऐसा करने में विफल होने पर, पॉइंट ऑफ़ सेल्स आउटलेट्स को शुल्क विशेषाधिकार देना जारी रहेगा, जिससे अंततः क्रेडिट कार्ड कंपनी अपनी सीमा से अधिक राशि का भुगतान करने से इनकार कर देगी। इससे होटल को बहुत गंभीर वित्तीय नुकसान होगा।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

खाता रखरखाव (Account maintenance):

होटल जो भी प्रणाली संचालित करते हैं, अतिथि और गैर-अतिथि खातों का रखरखाव निम्न सूत्र द्वारा सुनिश्चित किया जाता है:

Net outstanding balance = Previous balance + Debits - Credits
NOB = PB + DR - CR

ट्रैकिंग लेनदेन (Tracking Transactions)

- मैनुअल और सेमी-ऑटोमेटेड सिस्टम के तहत, वाउचर के गहन उपयोग के माध्यम से लेनदेन को ट्रैक करना सुनिश्चित किया जाता है। दूसरी ओर, पूरी तरह से स्वचालित प्रणालियों के तहत, बिक्री के दूरस्थ बिंदुओं से फ्रंट ऑफिस मेन फ्रेम टर्मिनल तक लेन-देन की जानकारी के ऑन-लाइन इलेक्ट्रॉनिक हस्तांतरण के माध्यम से लेनदेन पर नज़र रखना सुनिश्चित किया जाता है।
- लेखांकन में, लेन-देन वस्तुओं और सेवाओं का नकद में आदान-प्रदान या भुगतान करने का वादा है। इसी धारणा के तहत, "जब तक लेन-देन नहीं होता तब तक कुछ नहीं होता"। इसका मतलब यह है कि फ्रंट ऑफिस के क्लर्क सबसे पहले एक लेन-देन करेंगे, इसके सहायक दस्तावेज (यानी वाउचर, चालान ..) बाद में कुछ खातों को डेबिट या क्रेडिट करने में सक्षम होंगे।
- होटलों में लेन-देन का रूप हो सकता है:
  - नकद भुगतान (Cash payment)
  - शुल्क खरीद (Charge purchase)
  - खाता सुधार (Account correction)
  - खाता भत्ता (Account allowance)
  - वर्तमान स्थानांतरण (Current transfer)
  - नकद अग्रिम (Cash Advance)

नकद भुगतान (Cash Payment)

इसी लेन-देन में, फ्रंट ऑफिस क्लर्क गेस्ट फोलियो में क्रेडिट के रूप में नकद भुगतान पोस्ट करेंगे। इसके अलावा, कैश वाउचर का उपयोग लेन-देन सहायक दस्तावेज़ के रूप में किया जाएगा।

शुल्क खरीद (Charge purchase)

चार्ज खरीद आस्थगित भुगतान लेनदेन का प्रतिनिधित्व करता है जो इस लेनदेन प्रकार में एक फोलियो खातों के बकाया राशि को बढ़ाता है, फ्रंट ऑफिस क्लर्क चार्ज वाउचर का उपयोग लेनदेन सहायक दस्तावेज के रूप में करेंगे।

खाता सुधार (Account correction)

त्रुटि किए जाने के दिन (अर्थात कार्य दिवस के समापन से पहले) पता लगाए गए फोलियो में पोस्टिंग त्रुटि को हल करने के लिए खाता सुधार का उपयोग किया जाता है। इस लेन-देन में, फ्रंट ऑफिस क्लर्क सुधार वाउचर का उपयोग लेनदेन सहायक दस्तावेज के रूप में करेंगे।

खाता भत्ता (Account allowance)

खाता भत्ता दो कारणों से होता है:

- या तो खराब सेवा के मुआवजे के रूप में, या कूपन छूट के लिए छूट के रूप में, इस प्रकार, अतिथि बकाया राशि घट जाती है।
- कारोबारी दिन की समाप्ति के बाद पाई गई पोस्टिंग त्रुटि को ठीक करने के लिए।

दोनों कारणों से, फ्रंट ऑफिस क्लर्क लेनदेन सहायक दस्तावेज के रूप में अलाउंस वाउचर पर तैयार करेंगे।

आंतरिक नियंत्रण (Internal Control)

- होटल उद्योग में, आंतरिक नियंत्रण का मुख्य उद्देश्य लेन-देन दस्तावेज़ीकरण को ट्रैक करना, खाता प्रविष्टियों और खाता शेष को सत्यापित करना और लेखा प्रणाली में कमजोरियों की पहचान करना है। आंतरिक नियंत्रण का कीवर्ड ऑडिटिंग है, जो सटीकता और पूर्णता के लिए फ्रंट ऑफिस अकाउंटिंग रिकॉर्ड को सत्यापित करने की प्रक्रिया है।
- नीचे कुछ ऐसे रूप दिए गए हैं जो होटल में सबसे महत्वपूर्ण संपत्तियों में से एक (यानी कैश) को आंतरिक रूप से नियंत्रित करने के लिए अत्यंत महत्वपूर्ण हैं।

फ्रंट ऑफिस कैश शीट (Front office cash sheet):

फ्रंट ऑफिस कैश शीट कैशियर की शिफ्ट के अंत में उसी शिफ्ट के दौरान होने वाले प्रलेखित लेनदेन के साथ कैश ऑन हैंड को समेटने के लिए संवितरण की प्रत्येक नकद रसीद को सूचीबद्ध करता है।

कैश हाउस बैंक या petty कैश (Cash house banks or petty cash)

- petty कैश एक कैशियर को सौंपी गई नकदी की राशि है ताकि वह किसी विशेष कार्य शिफ्ट में होने वाले विभिन्न लेनदेन को संभाल सके।
- प्रत्येक शिफ्ट की शुरुआत में, सभी कैशियर अपने कैश बैंकों पर हस्ताक्षर करते हैं और शिफ्ट के अंत में, सामान्य कैशियर के सुरक्षित जमा बॉक्स में सभी नकद, चेक और अन्य परक्राम्य लिखत जमा करेंगे। इसके अलावा, प्रत्येक पारी के अंत में, कैशियर को नकद विसंगतियों के लिए देखना चाहिए (यानी कार्यालय कैश शीट और उनके नकद दराज में वास्तविक राशियों के बीच कोई अंतर)
- अंत में कैशियर नई अवधारणा के साथ आ सकते हैं, जो है,

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

कैशियर के दराज में सभी नकद, चेक और अन्य परक्राम्य उपकरणों की राशि - प्रारंभिक नकद बैंक की राशि + सभी भुगतान किए गए।

लेखापरीक्षा नियंत्रण (Audit control)

इस तथ्य के साथ कि होटल साल में कम से कम एक बार (विशेष रूप से शेयर बाजार में कारोबार करने वाले होटलों के लिए) आंतरिक नियंत्रण लेखा परीक्षकों को नियुक्त कर सकते हैं ताकि होटल के खातों को मंजूरी देने के लिए बाहरी प्रमाणित सार्वजनिक एकाउंटेंट को जिम्मेदार ठहराया जा सके।

खातों का निपटान (Settlement of Accounts)

फ्रंट ऑफिस क्लर्कों की जिम्मेदारियों में से एक अतिथि खातों को व्यवस्थित करना है, जिसका अर्थ है बकाया खाता शेष राशि के लिए भुगतान का अंतिम संग्रह शून्य हो जाना। यह आमतौर पर या तो पूर्ण नकद भुगतान, स्वीकृत क्रेडिट कार्ड में स्थानांतरण, व्यक्तिगत चेक विशेष कार्यक्रम, या सीधे बिलिंग खाते द्वारा सुनिश्चित किया जाता है।

फ्रंट ऑफिस कैशियर (Front office cashier)

फ्रंट ऑफिस कैशियर एक महत्वपूर्ण व्यक्ति है और अतिथि के सीधे संपर्क में है। वह चेकआउट अतिथि को अंतिम बिल प्रस्तुत करता है और उसकी जिम्मेदारी यह सुनिश्चित करना है कि उसके जाने से पहले सभी अतिथि का निपटान हो जाए। वह कार्यात्मक रूप से कार्यालय विभाग का सदस्य है लेकिन कई होटलों में आय लेखाकार और मुख्य लेखाकार को रिपोर्ट करता है। फ्रंट ऑफिस कैशियर का कार्यालय फ्रंट डेस्क का कैशियर सेक्शन है जो होटल की लॉबी में है। वह एक ईमानदार व्यक्ति होना चाहिए जो लेखांकन की मैनुअल, यांत्रिक और कम्प्यूटरीकृत प्रणाली से अच्छी तरह वाकिफ हो। उनके मुख्य कर्तव्यों में सभी मेहमानों के शुल्क और उनके संबंधित फोलियो को सही ढंग से जमा करना, अतिथि को बिल प्रस्तुत करना, इसके खिलाफ भुगतान प्राप्त करना और अतिथि को रसीद जारी करना शामिल है। उसे सभी विदेशी मुद्रा विनियमों के बारे में अच्छी तरह से पता होना चाहिए क्योंकि वह विदेशी मुद्रा विनियमों के नकदीकरण में शामिल है क्योंकि वह विदेशी मुद्रा के नकदीकरण में शामिल है। वह क्रेडिट कार्ड, एयरलाइंस और यात्रा वाउचर जैसे गैर-नकद भुगतान भी करता है।

कैशियर को स्वीकार्य मुद्रा का ज्ञान होना चाहिए और उसके पास उन सभी देशों की सूची उपलब्ध होनी चाहिए जिनकी मुद्रा स्वीकार की जा सकती है। सेवा शुल्क के रूप में होटल द्वारा ओवरराइडिंग कमीशन की दर ली जा सकती है। वर्तमान विनिमय दरें उपलब्ध होनी चाहिए। समान प्रकार की मुद्राओं को भ्रमित नहीं किया जाना चाहिए, सिक्कों को स्वीकार नहीं किया जाना चाहिए, क्योंकि आमतौर पर बैंक सिक्कों को स्वीकार करने की संभावना नहीं रखते हैं।

अतिथि लेखा (Guest Accounting)

अतिथि लेखा मॉड्यूल में लगभग 800 विभाग कोड और लगभग 10,000 लेख कोड हैं।; इसने नए कमरे, गैर-राजस्व खाते और भुगतान (क्रेडिट कार्ड, मुद्राएं और बैंक हस्तांतरण आदि) खाते, विशिष्ट पोस्टिंग का स्वत: स्थानांतरण, समूहीकृत पोस्टिंग या भुगतान भी किया है।

सभी शुल्क (i) अतिथि फोलियो (ii) अन्य कमरा (iii) कंपनी/ट्रैवल एजेंट खाता आदि। फोलियो, बिना कमरे वाले मेहमानों के लिए फोलियो तैयार करें

संख्या, एकाधिक कमरों में एकाधिक पोस्टिंग, पोस्टिंग इतिहास देखने की संभावना, यदि आवश्यक हो तो चेक आउट के बाद पोस्टिंग, POS सिस्टम, टेलीफोन एक्सचेंज सिस्टम, वीडियो और मिनी बार इत्यादि के लिए प्रत्येक पोस्टिंग और इंटरफ़ेस के लिए पूरक पाठ जोड़ने की क्षमता।

चेक आउट (Check-Out)

इस मॉड्यूल में निम्नलिखित कार्य शामिल हैं: विभिन्न भाषाओं में उपयोगकर्ता-परिभाषित फोलियो प्रारूप, प्रत्येक फोलियो के लिए अलग-अलग और अतिरिक्त पाठ दर्ज करने की क्षमता, विभाग कोड पाठ के साथ फोलियो की स्वचालित छपाई। सामान्य और नियमित फोलियो के अलावा यह अग्रिम फोलियो, सूचना फोलियो और अंतरिम फोलियो आदि को प्रिंट कर सकता है, फोलियो को समेकित करने की क्षमता, रूम टैक्स की पूर्व-पोस्टिंग के साथ जल्दी प्रस्थान, चेक-आउट समय सुविधा देर से प्रस्थान, फोलियो वर्तनी का पता लगाने की अनुमति देती है। और री-ग्रुपिंग सुविधा, फोलियो पर फोन नंबरों की छपाई को सक्षम या अक्षम करने की संभावना, चेक-आउट पर किसी भी पिछले बिलिंग निर्देश को संशोधित करना, अतिरिक्त परिवर्तन पोस्ट करने की क्षमता, दूसरे कमरे से फोलियो का कुल या आंशिक स्थानांतरण, अतिथि को बदलने की क्षमता डेटा, अतिथि के लिए संदेश देखें, भुगतान मोड का असीमित संयोजन जैसे नकद, प्रत्यक्ष बिल और क्रेडिट कार्ड आदि और स्क्रीन पर फोलियो का पूर्वावलोकन करने की क्षमता।

कैशियर फंक्शन (Cashier Function)

यह एक महत्वपूर्ण Fidelio मॉड्यूल है और इसमें विभिन्न कैशियरिंग फ़ंक्शंस शामिल हैं जैसे उपयोगकर्ता-निश्चित कैशियर सेट अप (i) उपयोगकर्ता पहचान (ii) एक समय में केवल एक उपयोगकर्ता प्रति कैशियर (iii) निश्चित शुरुआत आदि और क्रेडिट कार्ड और क्रेडिट चेक रिपोर्ट, सिटी लेज़र रिपोर्ट, मुद्रा रिपोर्ट, विदेशी से स्थानीय मुद्रा में विनिमय और इसके विपरीत, विनिमय दर में दैनिक संशोधन, मुद्रा के लिए खरीद दर, बिक्री दर आदि दर्ज करने की संभावना , कल, आज जाने वाले मेहमानों के लिए बैच फोलियो प्रिंट करने की संभावना, सभी मेहमानों के लिए (नाइट ऑडिट चलने के दौरान बैच फोलियो प्रिंट किए जा सकते हैं)।

जमा लेखा (Deposit Accounting)

इसमें आरक्षण जमा का लेखा, बकाया जमा की सूची, स्थानान्तरण और धनवापसी की सूची, जमा अनुस्मारक रिपोर्ट, चेक-इन पर अतिथि फोलियो में जमा का स्वत: हस्तांतरण और रात्रि लेखापरीक्षा में दैनिक परीक्षण शेष जमा खाता, मास्टर बिलिंग, विभाजित दर शामिल है। कंपित आगमन, पैकेज योजना, कमरे का प्रकार नियंत्रण, ब्लॉक पूर्वानुमान और निशान, आदि-इन सभी का समूह और ब्लॉक प्रबंधन कार्यों द्वारा ध्यान रखा जाता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

सिटी लेजर/क्रेडिट कार्ड अकाउंटिंग (City Ledger/Credit Card Accounting)

यह Fidelio मॉड्यूल शहर के बहीखाता की सभी विशेषताओं को कवर करता है जैसे कि शहर के बहीखाता बिलों का स्वत: हस्तांतरण शहर के बही खाते में चेक आउट पर, शहर के बहीखाता चेक आउट के प्राधिकरण को एक, आंशिक भुगतान और कई फोलियो के उपयोगकर्ताओं के विशेष अधिकार समूह पर निर्भर किया जा सकता है। क्रेडिट कार्ड कमीशन और विभिन्न अन्य विकल्प (i) भुगतान दर्ज करें, (ii) खातों को हटाएं, (iii) स्थानांतरण शुल्क, (iv) शहर के बही शुल्कों की सही राशि और कम्प्रेस शुल्क, आदि।

कैशियर चेक लिस्ट (Cashier Check List)

- पोस्टिंग भुगतान
- पोस्टिंग शुल्क
- विनिमय विदेशी मुद्रा
- व्यक्तिगत चेक, पाउंड और डॉलर यात्री चेक बदलना।
- पोस्टिंग का भुगतान किया गया।
- मामूली नकद भुगतान
- चेक-आउट नकद भुगतान
- क्रेडिट कार्ड भुगतान देखें।
- कंपनियों के खाते की जाँच करें
- चेक आउट के समय बिलों का विभाजन कैसे करें
- सुधार और समायोजन
- रेस्टोरेंट में सुधार और समायोजन
- क्रेडिट कार्ड विवरण दर्ज करना
- क्रेडिट कार्ड प्राधिकरण
- अतिथि भुगतान बिल, प्रस्थान से पहले की रात
- आगे लाया गया बकाया बिल
- देर से चेकआउट शुल्क
- विदेशी मुद्रा को ठीक करना
- कैश अप
- क्रेडिट कार्ड बैंकिंग
- सप्ताहांत नाव

बिल अनुभाग (Bills Section)

यह होटल का एक बहुत ही महत्वपूर्ण सहायक अनुभाग है जिसका काम अतिथि के खातों के सभी विवरणों का रिकॉर्ड बनाए रखना है। एक व्यक्ति जो एक होटल में चेक इन करता है, आमतौर पर आवास, भोजन और पेय पदार्थ, टेलीफोन और अन्य सुविधाओं आदि के उद्देश्य से क्रेडिट सुविधाओं का हकदार होता है। जब होटल बड़ा लेन-देन होता है तो बहुत सारे होते हैं और एक अलग बिलिंग सेक्शन होना और भी महत्वपूर्ण है। अतिथि खाते को तैयार करने और बनाए रखने में गति और सटीकता बहुत महत्वपूर्ण है ताकि किसी भी विलंब शुल्क से बचा जा सके। यह तब संभव है जब बिलिंग सेक्शन और सेल्स आउटलेट के बीच बहुत प्रभावी संचार प्रणाली हो। होटल के प्रकार के आधार पर संचार विधि हो सकती है।

मैनुअल (Manual): एक छोटे से होटल के मामले में जहां या जिस विभाग में बिक्री हुई है, वहां से कोई अन्य व्यक्ति तुरंत पहुंच जाएगा। गेस्ट फोलियो में प्रवेश के लिए बिल अनुभाग में हस्ताक्षरित वाउचर के साथ किसी भी विलंब शुल्क से बचने के लिए इसे तुरंत किया जाना चाहिए।

मैकेनिकल (Mechanical): कुछ होटलों में वायवीय ट्यूबों का उपयोग किया जाता है जहां अतिथि के हस्ताक्षरित वाउचर प्रेशर सक्शन ट्यूबों के माध्यम से बिल सेक्शन में सेवा या वस्तु बेचने वाले आउटलेट से भेजे जाते हैं।

पूरी तरह से स्वचालित प्रणाली (Fully automatic system): इस मामले में, बिंदु या खरीद पर लेन-देन पूरा होने के तुरंत बाद और अतिथि ने वाउचर पर हस्ताक्षर किए हैं, उसी की प्रविष्टि लेनदेन के कंप्यूटर टर्मिनल में की जाती है और बिल अनुभाग में अतिथि खाता स्वचालित रूप से अपडेट हो जाता है।

कंप्यूटर के अनुप्रयोग द्वारा सड़क परिवहन बनाना (Making road transport by application of computer): इलेक्ट्रॉनिक टोल संग्रह, आपातकालीन वाहन अधिसूचना प्रणाली सहित बुद्धिमान राजमार्ग इन्फ्रा संरचना जैसे परिवहन में कंप्यूटर के अधिक उपयोग हैं। उठाने के साथ स्वचालित सड़क प्रवर्तन, हाईवे स्पीड कैमरा, वेरिएबल स्पीड लिमिट डिटेक्शन कलेक्शन अवॉइडेंस सिस्टम सिस्टमैटिक ट्रैफिक, डायनेमिक ट्रैफिक लाइटिंग आदि।

एयरलाइंस (Airlines): सबसे अधिक लाभान्वित उद्योगों में से एक एयरलाइंस है। इसका उपयोग टिकटिंग, योजना उड़ान, हवाई जहाज और चालक दल के शेड्यूलिंग के लिए किया जाता है। समस्या निवारण रखरखाव, किराए का निर्धारण। कंप्यूटर ने आरक्षण से लेकर विमान तक कई तरह से एयरलाइन संचालन में मदद की है और विनिर्माण नया चलन है और अंततः उत्पादकता में वृद्धि करता है।

टूर पैकेज विकसित करना (Developing tour packages): टूर यात्रा कार्यक्रम को पूरी तरह से खरोंच से बनाया जा सकता है (या) पूर्व-कॉन्फ़िगर किए गए टेम्पलेट की एक सीमा से और फिर टेलर टूर के लिए बनाया जा सकता है। यात्रा सॉफ्टवेयर व्यापक और प्रभावशाली वेब आधारित ऑनलाइन बुकिंग इंजन है, जिसे सॉफ्टवेयर सिस्टम वेब आधारित पर्यटन, अवकाश, पैकेज और बुकिंग के माध्यम से यात्रा और पर्यटन उद्योग के लिए डिज़ाइन किया गया है। यह ग्राहक को स्थानीय आकर्षणों के साथ अपने स्वयं के सप्ताह के अंत और अवकाश पैकेजों को डिजाइन करने में सक्षम बनाता है। मस्ती भरे कार्यक्रम, टिकट और रोमांच, स्पा, परिवार का मिलन आदि।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

ट्रैवल अकाउंटिंग (Travel accounting): ट्रैवल अकाउंटिंग में अकाउंटिंग सॉफ्टवेयर, कंप्यूटर फाइल्स, कंप्यूटर और प्रिंटर शामिल होते हैं। वर्तमान में सभी व्यावसायिक कंपनियां एकीकृत रहती हैं। कम्प्यूटरीकृत लेखा प्रणाली कंप्यूटर स्वचालित रूप से लेखांकन प्रणाली में कुछ चरणों का पालन करता है क्योंकि सभी संबंधित पोस्टिंग और संपूर्ण एक साथ अद्यतन किए जाते हैं, प्रबंधन व्यवसाय विकास पर ध्यान केंद्रित कर सकता है और किसी भी समय MIS को सत्यापित कर सकता है।

एकाउंटिंग के बेसिक्स (Basics of accounting): एकाउंटिंग के बेसिक्स हैं

- आय विवरण (Income statement)
- बैलेंस शीट (Balance sheet)
- संपत्ति - अपंगता (Assets - diablities)
- नकदी प्रवाह का विवरण (Statement of cash flow) आदि ।

कंप्यूटर के दैनिक उपयोग को अपनाने से दैनिक लेन-देन को तेजी से पोर्ट किया जा रहा है और दैनिक रिपोर्ट आदि तक आसान पहुंच हो रही है, तो व्यवसाय मजबूत हो जाएगा और प्रवेश प्रक्रिया रिकॉर्ड पर होगी जिसे प्रबंधन द्वारा किसी भी समय सत्यापित किया जा सकता है।

बहीखाते का रखरखाव (Maintance of Ledger): बुक कीपिंग में अकाउंटिंग बहीखाता महत्वपूर्ण हैं क्योंकि वे व्यय / आय के विशेष शीर्ष की वर्तमान अवधि के दौरान किए गए सभी लेनदेन को दर्शाते हैं और सारांशित विवरण प्रस्तुत करते हैं।

सामान्य बहीखाता के साथ प्रविष्टियों को पोर्ट करने के लिए।

प्रारंभिक परीक्षण शेष लेने के लिए।

किसी विशेष अवधि के लिए विभिन्न खातों के शीर्ष में कुल आय/व्यय का पता लगाने के लिए।

वित्तीय विवरण तैयार करने के लिए।

यह व्यवसाय के वित्तीय संचालन के प्रबंधन के लिए बहुत महत्वपूर्ण है।

यह विभिन्न मदों और अवांछित खर्चों पर किए गए खर्चों की स्थिति की योजना बनाता है।

सरल और अंतिम लेखांकन (Simple & final accounting): व्यवसाय में मूल लेखांकन वित्तीय लेखांकन सारांश स्थापित कर रहा है। यह अधिक लाभदायक और बेहतर निर्णय लेने दोनों के लिए हेड नोट देता है।

प्रोद्भवन बुनियादी लेखा (Accrual basic accounting)

नकद बुनियादी लेखा (Cash basic accounting)

देय खाते (Accounts payable)

प्राप्य खाते (Accounts receivable) आदि

वित्तीय खातों में निम्नलिखित खाते शामिल हैं

- आय और व्यय खाते
- सिद्धांत और ऋण विनियोग खाते
- बैलेंस शीट

बैंकिंग कार्ड (डेबिट / क्रेडिट / कैश / यात्रा / अन्य) (Banking cards (Debit / Credit / Cash / Travel / Others) (Fig 1))

बैंकिंग कार्ड (Banking Card)

बैंकिंग कार्ड उपभोक्ताओं को किसी भी अन्य भुगतान विधि की तुलना में अधिक सुरक्षा, सुविधा और नियंत्रण प्रदान करते हैं। उपलब्ध विभिन्न प्रकार के कार्ड - क्रेडिट, डेबिट और प्रीपेड सहित - अत्यधिक लचीलापन भी प्रदान करते हैं। ये कार्ड सुरक्षित भुगतान के लिए 2 कारक प्रमाणीकरण प्रदान करते हैं जैसे सुरक्षित पिन और OTP । RuPay, Visa, MasterCard कार्ड भुगतान प्रणाली के कुछ उदाहरण हैं। भुगतान कार्ड लोगों को स्टोर में, इंटरनेट पर, मेल-ऑर्डर कैटलॉग के माध्यम से और टेलीफोन पर आइटम खरीदने की शक्ति देते हैं। वे ग्राहकों और व्यापारियों दोनों का समय और पैसा बचाते हैं, और इस प्रकार उन्हें आसानी से लेन-देन करने में सक्षम बनाते हैं।

Fig 1



© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

इसे कैसे प्राप्त करें (How to get it)

- नया खाता खोलने के लिए KYC (Know Your Customer) जानकारी प्रदान करें।
- डेबिट/क्रेडिट कार्ड के विकल्प के साथ कार्ड के लिए आवेदन करें।
- एक पिन प्राप्त करें

सेवा सक्रियण (Service Activation)

- पिन एक्टिवेट करने के लिए ATM पर जाएं
- लगभग 3-7 दिन लग सकते हैं

लेन-देन के लिए क्या आवश्यक है? (What is required for Transaction?)

- POS टर्मिनल या ऑनलाइन भुगतान गेटवे।
- ऑनलाइन लेन-देन के लिए भौतिक रूप से कार्ड या कार्ड विवरण प्रस्तुत करें।
- PIN प्रदान करें

- मर्चेंट वेबसाइट के लिए ऑनलाइन लेनदेन को पूरा करने के लिए पंजीकृत मोबाइल पर प्राप्त OTP (One Time Password) प्रदान करें।
- स्वयं-सेवा और/या सहायक मोड

लेन - देन की लागत (Transaction Cost)

- व्यापारी लेनदेन के लिए ग्राहक को शून्य।
- बैंकों के विवेकानुसार ATM लेनदेन पर वार्षिक शुल्क और सीमाएं।
- व्यापारी द्वारा 0.50% से 2.25% भुगतान
- क्रेडिट कार्ड के मामले में ग्राहक से लेन-देन मूल्य के 1% से 3.5% की दर से कैश-आउट चार्ज किया जाता है।

अस्वीकरण (Disclaimer): लेन-देन की लागत उपलब्ध जानकारी पर आधारित है और बैंकों के आधार पर भिन्न हो सकती है।

सेवाएं दी गईं (Services Offered)

- इन कार्डों का उपयोग POS (Point of Sale) मशीनों, ATM, माइक्रो ATM, दुकानों, वॉलेट, ऑनलाइन लेनदेन और ई-कॉमर्स वेबसाइटों के लिए किया जा सकता है।
- अंतरराष्ट्रीय कार्ड का उपयोग दुनिया भर में कई मुद्राओं के लिए किया जा सकता है।

निधि अंतरण सीमा (Funds Transfer limit)

- उपयोगकर्ता कार्ड के आधार पर लेन-देन की सीमा तय कर सकता है।
- क्रेडिट रेटिंग के आधार पर।

यूनिफाइड पेमेंट्स इंटरफेस (UPI) (Unified Payments Interface (UPI) (Fig 2))

यूनिफाइड पेमेंट्स इंटरफेस (UPI) एक ऐसी प्रणाली है जो कई बैंक खातों को एक ही मोबाइल एप्लिकेशन (किसी भी भाग लेने वाले बैंक के) में कई बैंकिंग सुविधाओं, सीमलेस फंड रूटिंग और मर्चेंट पेमेंट्स को एक हुड में मर्ज करती है। यह "पीयर टू पीयर" संग्रह अनुरोध को भी पूरा करता है जिसे आवश्यकता और सुविधा के अनुसार निर्धारित और भुगतान किया जा सकता है। प्रत्येक बैंक Android, Windows और iOS मोबाइल प्लेटफॉर्म के लिए अपना स्वयं का UPI ऐप प्रदान करता है।

Fig 2



इसे कैसे प्राप्त करें (How to get it)

- बैंक a/c
- मोबाइल नंबर बैंक खाते से जुड़ा होना चाहिए
- इंटरनेट सुविधा के साथ स्मार्ट फोन
- MPIN को फिर से सेट करने के लिए डेबिट कार्ड

सेवा सक्रियण (Service Activation)

- UPI के लिए ऐप डाउनलोड करें
- a/c विवरण के साथ ऐप पर ऑनलाइन पंजीकरण करें
- एक virtual ID बनाएं
- MPIN सेट करें
- 5-7 मिनट

लेन-देन के लिए क्या आवश्यक है? (What is required for Transaction?)

- स्मार्टफोन इंटरनेट सुविधा के साथ
- केवल पंजीकृत डिवाइस
- पंजीकृत MPIN का प्रयोग करें
- स्वयं सेवा मोड

लेन - देन की लागत (Transaction Cost)

- अधिकांश बैंकों द्वारा ग्राहक को शून्य
- ग्राहक डेटा शुल्क के लिए भुगतान करता है

अस्वीकरण (Disclaimer): लेन-देन की लागत उपलब्ध जानकारी पर आधारित है और बैंकों के आधार पर भिन्न हो सकती है।

सेवाएं दी गईं (Services Offered):

- बैलेंस पूछताछ (Balance Enquiry)
- लेनदेन का इतिहास (Transaction History)
- पैसे भेजें / भुगतान करें (Send / Pay Money)
  - आभासी पता (Virtual Address)
  - खाता सं. और IFSC कोड (A/c no. & IFSC code)
  - मोबाइल नं. और MMID
  - आधार (कार्यात्मक बनाया जाना)
- धन जमा करो (Collect Money)

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- आभासी पता (Virtual Address)

- बैंक खाता जोड़ें (Add bank account)
- MPIN बदलें / सेट करें (Change / Set MPIN)
- सूचनाएं (Notifications)
- A/c प्रबंधन (A/c Management)

निधि अंतरण सीमा (Funds Transfer limit):

- 1 लाख / लेनदेन

आधार सक्षम भुगतान प्रणाली (Aadhar Enabled Payment System (AEPS) (Fig 3))

Fig 3



AEPS एक बैंक के नेतृत्व वाला मॉडल है जो आधार प्रमाणीकरण

का उपयोग करके किसी भी बैंक के बिजनेस कॉरेस्पोंडेंट (BC) / बैंक मित्र के माध्यम से PoS (प्वाइंट ऑफ सेल / माइक्रो ATM) पर ऑनलाइन इंटरऑपरेबल वित्तीय लेनदेन की अनुमति देता है।

इसे कैसे प्राप्त करें (How to get it)

- नया खाता खोलने के लिए KYC (Know Your Customer) जानकारी प्रदान करें।
- आधार संख्या को बैंक खाते से जोड़ा जाना चाहिए।

सेवा सक्रियण (Service Activation)

- कोई भी नहीं
- आधार सीडिंग के बाद 1-2 मिनट

लेन-देन के लिए क्या आवश्यक है? (What is required for Transaction?)

- माइक्रो ATM
- आधार याद रखें
- बैंक का नाम दें
- बायो-मेट्रिक्स (फिंगर और/या IRIS) के साथ उपस्थित स्वयं (आधार धारक)
- असिस्टेड मोड

लेन - देन की लागत (Transaction Cost):

- ग्राहक को शून्य
- व्यापारी या BC को बैंक के विवेक के आधार पर चार्ज या भुगतान किया जा सकता है।

अस्वीकरण (Disclaimer): लेन-देन की लागत उपलब्ध जानकारी पर आधारित है और बैंकों के आधार पर भिन्न हो सकती है।

सेवाएं दी गईं (Services Offered)

- बैलेंस पूछताछ
- नकद निकासी
- नकद जमा
- आधार से आधार में निधि अंतरण
- भुगतान लेनदेन (C2B, C2G लेनदेन)

निधि अंतरण सीमा (Funds Transfer limit)

- बैंक सीमा को परिभाषित करते हैं। आरबीआई के लिए कोई सीमा नहीं।

असंरचित आपूर्ति सेवा डेटा (Unstructured Supplimentry Service Data (USSD) (Fig 4))

अभिनव भुगतान सेवा *99# अनस्ट्रक्चर्ड सप्लीमेंट्री सर्विस डेटा (USSD) चैनल पर काम करती है। यह सेवा बुनियादी सुविधा मोबाइल फोन का उपयोग करके मोबाइल बैंकिंग लेनदेन की अनुमति देती है, USSD आधारित मोबाइल बैंकिंग का उपयोग करने के लिए मोबाइल इंटरनेट डेटा सुविधा की आवश्यकता नहीं है। यह मुख्य धारा की बैंकिंग सेवाओं में

Fig 4



वित्तीय गहनता प्रदान करने और कम बैंक सुविधा वाले समाज को शामिल करने की कल्पना की गई है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

देश भर में हर आम आदमी तक बैंकिंग सेवाओं को पहुंचाने के लिए *99# सेवा शुरू की गई है। बैंकिंग ग्राहक अपने मोबाइल फोन पर *99#, "सभी Telecom Service Providers (TSP) में एक सामान्य नंबर" डायल करके इस सेवा का लाभ उठा सकते हैं और मोबाइल स्क्रीन पर प्रदर्शित एक इंटरैक्टिव मेनू के माध्यम से लेनदेन कर सकते हैं। *99# सेवा के तहत दी जाने वाली प्रमुख सेवाओं में इंटरबैंक अकाउंट टू अकाउंट फंड ट्रांसफर, बैलेंस पूछताछ, मिनी स्टेटमेंट के अलावा कई अन्य सेवाएं शामिल हैं। *99# सेवा वर्तमान में 51 अग्रणी बैंकों और सभी GSM सेवा प्रदाताओं द्वारा प्रदान की जाती है और 30.11.2016 तक हिंदी और अंग्रेजी सहित 12 विभिन्न भाषाओं में इसका उपयोग किया जा सकता है (स्रोत: NPCI)। *99# सेवा उपभोक्ता सेवा के लिए एक अद्वितीय इंटरऑपरेबल डायरेक्ट है जो बैंकों और TSP (Telecom Service Providers) जैसे विविध पारिस्थितिक तंत्र भागीदारों को एक साथ लाती है।

इसे कैसे प्राप्त करें (How to get it)

- नया खाता खोलने के लिए KYC (Know Your Customer) जानकारी प्रदान करें।
- मोबाइल नं. बैंक खाते से जुड़ा होना चाहिए
- USSD/मोबाइल बैंकिंग के लिए पंजीकरण करें
- MMID (मोबाइल धन पहचानकर्ता) प्राप्त करें
- MPIN (मोबाइल पिन) प्राप्त करें

सेवा सक्रियण (Service Activation)

- कोई भी नहीं
- 1-2 मिनट

लेन-देन के लिए क्या आवश्यक है? (What is required for Transaction?)

- MMID याद रखें
- MPIN याद रखें
- डायल *99#
- किसी भी फोन (सुविधा या स्मार्ट) के साथ पंजीकृत मोबाइल नंबर।
- स्वयं सेवा मोड

लेन - देन की लागत (Transaction Cost)

- प्रणाली द्वारा शून्य
- 0.50 रु. ग्राहक को चार्ज किया गया

अस्वीकरण (Disclaimer): लेन-देन की लागत उपलब्ध जानकारी पर आधारित है और बैंकों के आधार पर भिन्न हो सकती है।

सेवाएं दी गईं (Services Offered)

- बैलेंस पूछताछ (Balance enquiry)
- मिनी स्टेटमेंट (Mini Statement)
- पैसा भेजना (Funds transfer)
  - MMID
  - खाता सं.
  - आधार
- MMID जानें
- M-PIN बदलें
- OTP जनरेट करें

निधि अंतरण सीमा (Funds Transfer limit)

- 5,000 रुपये/दिन
- 50,000/वर्ष

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

पर्यटन - विमानन भूगोल (Tourism - Aviation geography)

उद्देश्य: इस पाठ के अंत में आप यह जान सकेंगे

- **विमानन भूगोल को समझें।**

एविएशन ज्योग्राफी (Aviation Geography): एविएशन, इंडस्ट्री में काम करने के लिए यह एक व्यक्ति की मूलभूत आवश्यकता है। उन्हें विभिन्न देशों, राजधानियों, गेटवे और विभिन्न गोलार्द्धों, IATA क्षेत्रों के माध्यम से हवाई यात्रा गंतव्य / हवाई मार्ग के बारे में जानकार होना चाहिए, यह जलवायु और स्वास्थ्य कारकों के बारे में सूचित करने में सक्षम बनाता है जो एक हवाई यात्रियों और चालक दल को प्रभावित करते हैं।

3 अक्षर कोड, एयर लाइन्स कोडिंग और डिकोडिंग द्वारा उद्योग के आसपास उपयोग की जाने वाली मूल एविएशन भाषा।

समय क्षेत्र, टर्मिनल गेट, GMT आदि जैसी हवाई यात्रा की जानकारी प्रदान करने के लिए।

स्वास्थ्य कारक (Health factors)

1 जय लॉग (Jey log)

2 निर्जलीकरण (Dehydration)

3 शराब का प्रभाव (Eff ect of alcolol)

4 वायु की गुणवत्ता (Air quality)

बुकिंग परिचय (Booking familiarization): पर्यटन उद्योग में कंप्यूटर के प्रवेश ने सभी प्रकार की पर्यटन गतिविधियों को सरल और पारदर्शी बना दिया है, जिसमें व्यक्तिगत रूप से यात्रा की शैली चुनने का विकल्प है।

ट्रैवल कंपनी की वेबसाइट पर क्लिक करके यह उपयोगकर्ता के अनुकूल तरीके से बुक करने का तरीका दिखाता है।

भारत के हवाई अड्डे (Airports of India): हमारे देश भर में 486 हवाई अड्डे, हवाई पट्टी, फ्लाइंग स्कूल और सैन्य अड्डे हैं। 123 हवाई अड्डे वाणिज्यिक उड़ानों के साथ काम कर रहे हैं, जिनमें से कुछ दोहरे नागरिक और सेना उपयोग के साथ हैं। हमारे देश में लगभग 34 अंतरराष्ट्रीय हवाई अड्डे उपलब्ध हैं।

समय का अंतर (Time difference): पृथ्वी के घूमने के कारण संसार के विभिन्न भागों को सूर्य का प्रकाश/अंधकार प्राप्त होता है, जो हमें दिन/रात दिखाता है। पृथ्वी अलग-अलग स्थानों पर अलग-अलग समय में प्रवेश करती है और बाहर निकलती है, इसे समयांतर कहते हैं।

फ्लाइट का समय (Flight time): यह एक हवाई जहाज का कुल समय है। फ्लाइट उद्देश्य के लिए अपनी शक्ति के तहत शुरू होता है और आगे बढ़ता है और जब विमान सौंपने के बाद रुक जाता है तो समाप्त हो जाता है।

बीता हुआ समय (Elapsed time): यह वह समय है जो किसी घटना के शुरू होने से लेकर उसके खत्म होने तक बीतता है।

कोडिंग (Coding): यह नियमों के कुछ सेट के आधार पर किसी विशेष कोड या पैटर्न में एक शब्द, एक संख्या को एन्क्रिप्ट करना है।

डिकोडिंग (Decoding): यह दिए गए कोड से पैटर्न को मूल में डिक्रिप्ट करने की एक प्रक्रिया है।

PATA के तहत सक्रिय वाहक (Activecarriers under the pata)

- ऐरोनावेस डी मेक्सिको
- एयर इंडिया
- एयर लंका
- एयर नाउरू
- एयर न्यूजीलैंड
- एयर न्यूगिनी
- वायु प्रशांत
- सभी निप्पॉन एयरवेज
- अलोहा एयरलाइंस
- अमेरिकन एयरलाइंस
- ऑस्ट्रेलिया एयर लाइन्स की अंसेट एयरलाइंस
- बांग्लादेश बिमान
- बौराक इंडोनेशिया एयरलाइंस
- ब्रिटिश कैलेडोनियन एयरवेज लिमिटेड
- सीपी एयर
- कैथे पैसिफ़िक एयरवेज़
- चीन एयरलाइंस
- कोंडोर फलूगडिएन्स
- महाद्वीपीय एयरलाइंस
- डेल्टा स्टीमशिप लाइन्स
- डॉयचे लुफ्थांसा

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED

- फिन एयर
- गरुड़ इंडोनेशियाई एयरवेज
- गल्फ एयर कंपनी
- हवाईअड्डा
- इंडियन एयरलाइंस
- जापान एयरलाइंस
- केएलएम रॉयल डच एयरलाइंस
- कोरियाई एयर
- मलेशियन एयरलाइंस सिस्टम
- मेरपाती नुसंतरा एयरलाइंस
- मेक्सिकाना एयरलाइंस
- नॉर्थवेस्ट ओरिएंट एयरलाइंस
- पाकिस्तान इंटरनेशनल एयरलाइंस
- पैन अमेरिकन वर्ल्ड एयरवेज
- फिलीपीन एयरलाइंस
- क्वांटास एयरवेज लिमिटेड
- रॉयल नेपाल एयरलाइंस
- रॉयल वाइकिंग लाइन
- स्कैंडिनेवियाई एयरलाइंस सिस्टम
- सिंगापुर एयरलाइंस लिमिटेड
- सीतामार परिभ्रमण
- थाई एयरवेज इंटरनेशनल
- ट्रांसमेरिकल एयरलाइंस
- ट्रांस-ऑस्ट्रेलिया एयरलाइंस
- ट्रांस वर्ल्ड एयरलाइंस
- यूटीए फ्रेंच एयरलाइंस
- यूनाइटेड एयरलाइंस
- वेस्टर्न एयरलाइंस
- वर्ल्ड एयरवेज

पहचान चिह्न और एयरलाइनों की फ्लाइट संख्या (Identification marks and flight numbers of airlines)

हर घरेलू एयरलाइन को एक कोड दिया जाता है। इसमें एक पहचान योग्य प्रतीक या प्रतीक चिन्ह भी है जो इसे अन्य वाहकों से अलग करता है। यह नियम ICAO के मानदंडों और दिशानिर्देशों के अनुरूप है। इसलिए ये नियम घरेलू हवाई यात्रा संचालन में भी लागू होते हैं। ये पहचान चिह्न प्रदान किए जाते हैं ताकि हवाईअड्डे पर विमान की पहचान करते समय यात्री, वायु चालक दल और विमान रखरखाव कर्मचारी भ्रमित न हों।

इसके अलावा, प्रत्येक फ्लाइट को एक नंबर दिया जाता है। यह संख्या (या फ्लाइट कोड) इस मायने में विशिष्ट है कि इसका उपयोग किसी अन्य एयरलाइन या क्षेत्र में नहीं किया जा सकता है। उदाहरण : जैगसन एयरलाइंस लिमिटेड ने धर्मशाला (HP) से दिल्ली की फ्लाइट के लिए कोड JA-212 आवंटित किया है। यह फ्लाइट धर्मशाला से 9:55 बजे निकलती है और 11:50 बजे (उसी दिन) दिल्ली पहुंचती है। इस फ्लाइट के दिन सप्ताह के प्रत्येक सोमवार, बुधवार और शुक्रवार के रूप में निर्धारित किए गए हैं। यह डेटा सामान्य रूप से नहीं बदलता है और एयरलाइन के एजेंट एयरलाइन द्वारा निर्दिष्ट प्रस्थान और आगमन कार्यक्रम के अनुसार सीट बुक करना जारी रखते हैं। यह अनुसूचियां हैं। मुद्रित स्वरूपों में और एयरलाइन द्वारा प्रदान किए जाने वाले प्रत्येक टिकट के लिए मूल्य ब्रेक-अप भी शामिल करें। संबंधित सरकारी प्राधिकरण से परामर्श करने और इस तरह के परिवर्तनों को लागू करने के लिए औपचारिक अनुरोध करने के बाद ही एयरलाइन प्रस्थान और आगमन कार्यक्रम में बदलाव कर सकती है।

आम तौर पर, ये शेड्यूल नहीं बदले जाते हैं। लेकिन टिकटों की कीमतें मौसम के अनुसार बदलती रहती हैं, उदाहरण: जेट एयरवेज ने 14 मई, 2003 को प्रिंट मीडिया में एक विज्ञापन जारी किया था और अपनी चयनित उड़ानों के लिए सुपर एपेक्स किराए की घोषणा की थी। Fig 4 इन किराए को दर्शाता है। सुपर एपेक्स किराया योजना के तहत भारी छूट पाने के लिए 30 दिन पहले टिकट बुक किया जा सकता है।

© NIMI NOT TO BE REPUBLISHED