

---

## यूनिट 4 घरेलू पर्यटन

---

### संरचना

- 4.0 उद्देश्य
- 4.1 परिचय
- 4.2 घरेलू पर्यटन: अर्थ, परिभाषा और विशेषताएँ
- 4.3 भारत में घरेलू पर्यटन का ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य
- 4.4 भारत में घरेलू पर्यटन का विकास
  - 4.4.1 भारत में घरेलू पर्यटन की बढ़ती के कारण
- 4.5 भारत के घरेलू पर्यटन में रुझान
  - 4.5.1 यात्रा का उद्देश्य
  - 4.5.2 यात्रा यात्रा का साधन
  - 4.5.3 पसंदीदा तरह के आवास
  - 4.5.4 घरेलू पर्यटकों में पर्यटन व्यय
- 4.6 भारत में घरेलू पर्यटन के लाभ और नुकसान
- 4.7 आइए मूल्यांकन करें
- 4.8 आपकी प्रगति की जाँच करने के अभ्यासों के संकेत
- 4.9 आगामी पाठ
- 4.10 क्रियाएं

---

### 4.0 उद्देश्य

---

इस इकाई को पढ़ने के बाद, आप निम्नलिखित जानकारी ले सकेंगे:

- घरेलू पर्यटन को परिभाषित कर सकेंगे
- घरेलू पर्यटन के विभिन्न रूपों के बीच अंतर कर सकेंगे
- घरेलू पर्यटन के विकास के पीछे के कारणों की व्याख्या कर सकेंगे
- भारतीय पर्यटन में घरेलू पर्यटन के महत्व को समझ सकेंगे

---

### 4.1 परिचय

---

लंबे समय से वैश्विक स्तर पर जल्द परिवर्तन लाने की उसकी योग्यता के कारण पर्यटन को आर्थिक विकास के साधन के रूप में मान्यता दी गई है। पर्यटन उद्योग को औपचारिक और अनौपचारिक दोनों क्षेत्रों में कुशल और अर्द्ध-कुशल श्रम से श्रमशक्ति अपनाने की उसकी

योग्यता के कारण सामाजिक-आर्थिक बदलाव लाने में योगदान करने वाले उद्योग के रूप में व्यापक रूप से मान्यता मिली हुई है। कुछ मामलों में पर्यटन मृत संस्कृतियों को पुनर्जीवित करने और विरासत को संरक्षित करने में एक मुख्य स्रोत बन गया है। बड़े पैमाने पर इससे होने वाले लाभ के कारण, दुनिया भर के देशों द्वारा पर्यटन को सक्रिय रूप से बढ़ावा दिया जा रहा है। पिछली इकाई में आपने अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन और इसके मुख्य रूपों-भीतरी और बाहरी पर्यटन के बारे में सीखा। महत्वाकांक्षी अर्थव्यवस्थाएं अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन को भीतरी पर्यटन के रूप में देखती हैं, जो अधिक कीमती विदेशी मुद्रा उत्पन्न करने की योग्यता के कारण अधिक लाभ देने वाली हैं। हालांकि, अब कई देश घरेलू पर्यटन को भी अर्थव्यवस्था के लिए आय के एक महत्वपूर्ण उत्पादक के रूप में देखते हैं। कई देशों के लिए, घरेलू पर्यटन द्वारा उत्पन्न पर्यटन का विस्तार-क्षेत्र, अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन से कहीं अधिक है, जो जबरदस्त क्षमता वाले घरेलू पर्यटन को दर्शाता है। UNWTO के आंकड़ों से पता चलता है कि 2018 में दुनिया भर में, अंतर्राष्ट्रीय पर्यटकों की संख्या से छह गुना (2018 में 1.4 बिलियन) यानि लगभग 9 बिलियन घरेलू पर्यटन यात्राएं की गईं।

इस इकाई का उद्देश्य, घरेलू पर्यटन में मूल सिद्धांतों को प्रस्तुत करना और इसके आगे घरेलू पर्यटन के विकास के कारणों की व्याख्या करना है। अत्यंत संभावित घरेलू पर्यटन के कारण, भारत विभिन्न उपायों के जरिए यात्रा के इस रूप को बड़े पैमाने पर बढ़ावा दे रहा है। यह इकाई उन कुछ उपायों को भी प्रस्तुत करती है।

---

#### 4.2 घरेलू पर्यटन : आशय, परिभाषा और विशेषताएं

---

आनंद या व्यवसाय के लिए किसी देश के निवासियों द्वारा अपने ही देश की सीमाओं के भीतर की गई किसी भी यात्रा को घरेलू पर्यटन कहा जाता है। घरेलू पर्यटन में लोग अपने स्थायी निवास से बाहर, देश के किसी दूसरे क्षेत्रों में जाते हैं। यह अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन से जुड़े देश की सीमाओं के बाहर यात्रा करने के उलट है। दूसरे शब्दों में, घरेलू पर्यटन में किसी देश के निवासी द्वारा अपने देश के भीतर की यात्रा शामिल है। उदाहरण के लिए, दिल्ली (भारत) में रहने वाला अमृतसर (भारत) में रहने वाले अपने परिवार के पास जाने के लिए यात्रा या लॉस एंजिल्स (यूएसए) में रहने वाले व्यक्ति द्वारा व्यवसाय के लिए न्यूयॉर्क (यूएसए) की यात्रा करना। घरेलू पर्यटन में यात्रियों का अपने देश की सीमाओं को पार करना शामिल नहीं है, इसलिए बहुत कम औपचारिकताओं में की जाने वाली यह यात्रा पर्यटन का एक रूप है।

इसलिए एक घरेलू पर्यटक या एक घरेलू यात्री, वह व्यक्ति है जो अपने निवास स्थान वाले देश में यात्रा करता है, वह घरेलू आगंतुक पर्यटक है और उसकी गतिविधियाँ घरेलू पर्यटन का हिस्सा हैं (UNWTO)

घरेलू पर्यटन की कुछ मुख्य विशेषताओं में निम्न शामिल हैं:

- घरेलू पर्यटन पर्यटन के सबसे पुराने परिचित रूपों में से एक है।

- घरेलू पर्यटन को यात्रियों को निवासी देश की अंतरराष्ट्रीय सीमाओं को पार करने की आवश्यकता नहीं है।
- घरेलू पर्यटन में यात्रा करने के लिए पासपोर्ट या वीजा जैसे किसी भी दस्तावेज की आवश्यकता नहीं होती। यहां पर यात्रा की औपचारिकताएं बहुत कम हैं।
- घरेलू पर्यटन या तो आनंद या व्यवसाय के उद्देश्य से हो सकती है।
- घरेलू पर्यटन सड़क और रेल नेटवर्क जैसे भूमि के ऊपर के परिवहन नेटवर्क पर अधिक निर्भर करता है।
- घरेलू पर्यटन केवल उच्च आय वर्ग तक सीमित नहीं है, जैसा कि अंतरराष्ट्रीय पर्यटन के मामलों में होता है, बल्कि इसमें देश के सभी आय समूहों द्वारा की गई यात्राएं शामिल हैं।
- घरेलू पर्यटन, देश के भीतर के साधनों की मांग द्वारा निर्धारित की जाती है और इसलिए आसानी से इसका पूर्वानुमान लगाया जा सकता है।
- अंतरराष्ट्रीय पर्यटन की तुलना में घरेलू पर्यटन की मांग को आसानी से नियंत्रित किया जा सकता है।

---

#### 4.3 भारत में घरेलू पर्यटन का ऐतिहासिक परिपेक्ष्य

---

भारत में सैकड़ों वर्षों के यात्रा के इतिहास ने आज के आधुनिक पर्यटन को आकार देने में योगदान दिया है। लंबे समय से लोगों ने व्यापार, तीर्थयात्रा, शिक्षा और दूसरे सामाजिक उद्देश्यों के लिए यात्रा की है। पुरातात्विक सबूत बताते हैं कि 3000 से 1500 ईसा पूर्व के दौरान सिंधु घाटी सभ्यता में व्यापार के उद्देश्य से की गई यात्रा मौजूद थी। आर्यों के समय में धार्मिक और शिक्षा के उद्देश्यों के लिए यात्रा देखी गई। 5<sup>th</sup> और 4<sup>th</sup> शताब्दी ईसा पूर्व के बीच की अवधि में जैन धर्म और बौद्ध धर्म की शुरुआत हुई थी। बाद के समय में, बौद्ध और जैन भिक्षुओं और अनुयायियों ने पवित्र संदेशों को फैलाते हुए भारत की लंबी चौड़ी यात्रा की। कहा जाता है कि सम्राट अशोक तीसरी-दूसरी शताब्दी ईसा पूर्व) ने देश के कई हिस्सों में बुद्ध के संदेश को फैलाने के लिए यात्रा की थी। बाद के समय में कई भारतीय विद्यापीठों जैसे श्री आदि शंकराचार्य (700 -750 ईसा पूर्व) द्वारा स्थापित किए गए कई अध्ययन केंद्रों को देखा गया और ये केंद्र, देश भर से इन स्थानों की यात्रा करने वाले लोगों के साथ शिक्षा का केंद्र बन गए। देश के कई हिस्सों से तीर्थयात्रियों को आकर्षित करने वाले धार्मिक महत्व के कई स्थानों के साथ धार्मिक पर्यटन भी अपनी गति प्राप्त कर रहा था। भारत में घरेलू यात्रा के विकास का एक और कारण व्यापार था। ऐतिहासिक और पुरातात्विक सबूतों में यात्रा व्यापारियों और तीर्थयात्रियों ने धर्मशालाओं, सराय और दूसरी तरह की सुविधाओं के लिए एक विस्तृत प्रसार का सुझाव दिया। प्रमुख व्यापार मार्गों को सड़कों के नेटवर्क से अच्छी तरह से जोड़ा गया था और स्थानीय शासकों और राजाओं द्वारा यात्रियों के लिए सुविधाओं का प्रबंध

किया गया था. हालांकि, आनंद के लिए की गई यात्रा, समाज के विशेषाधिकार प्राप्त वर्गों, जैसे राजाओं, रईसों और धनी व्यापारियों के बीच ही मौजूद थी.

भारत में मुगलों के आगमन के साथ, आनंद के लिए की गई यात्रा को और अधिक गति मिली. मुगलों द्वारा बनाए गए भव्य महलों और खूबसूरत उद्यानों में, रईसों और आम लोगों ने उन स्थानों का हजारों की संख्या में दौरा किया.

ब्रिटिश काल को शायद भारत में घरेलू यात्रा के व्यापक प्रसार का श्रेय दिया जा सकता है.

इस समय में भारत में निरीक्षण बंगलों, डाक बंगलों और सर्किट हाउस जैसी यात्रा सुविधाओं के साथ परिवहन बुनियादी ढांचे का व्यापक विस्तार देखा गया. अंग्रेजों ने भारत के गर्मी के समय से बचने के लिए ठंडे पहाड़ों और पहाड़ियों की यात्रा की. उनकी इस आदत ने एक गति प्रदान की और भारत में अधिक ऊंचाई पर स्थित कई स्थानों को हिल स्टेशनों और रिसॉर्ट्स में विकसित किया गया. स्वतंत्रता के बाद, भारत सरकार, भारत में घरेलू पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए साल-दर-साल कई उपाय करती रहती है.

#### 4.4 भारतीय घरेलू पर्यटन का विस्तार

पर्यटन संसाधनों और आकर्षण के मामले में भारत में बाहुल्य है. भारत की प्राकृतिक और सांस्कृतिक विरासत की संपत्ति ने पर्यटन के विकास के लिए एक प्राकृतिक विकल्प बना दिया है. इस खंड में, हम अंतरराष्ट्रीय पर्यटन के संबंध में घरेलू पर्यटन की प्रासंगिकता को देखेंगे. भीतरी पर्यटन के रूप में अंतरराष्ट्रीय पर्यटन को विदेशी मुद्रा अर्जक के रूप में देखा जाता है, लेकिन घरेलू पर्यटन भी इसमें बहुत योगदान देता है. जहां भारत में साल दर साल विदेशी पर्यटकों का आगमन बढ़ रहा है, वहीं घरेलू पर्यटन भी लगातार विकास दर पर है. नीचे दी गई तालिका (4.1) वर्ष 2000 से 2019 तक घरेलू पर्यटक यात्राओं की क्रमिक वृद्धि को 25.3% की उच्चतम वृद्धि दर के साथ दिखाती है.

**तालिका 4.1: 2000-2019 तक भारत (राज्यों और केंद्र शासित प्रदेशों) में घरेलू पर्यटकों की संख्या**

वर्ष	राज्यों/ यू टी के लिए घरेलू पर्यटकों की संख्या ( मिलियन )	पिछले वर्ष की तुलना में प्रतिशत (%) में परिवर्तन
2000	220.11	15.4
2001	236.47	7.4
2002	269.60	14.0
2003	309.04	14.6
2004	366.27	18.5
2005	392.04	7.0
2006	462.44	18.0
2007	526.70	13.9

2008	563.03	6.9
2009	668.80	18.8
2010	747.70	11.8
2011	864.53	15.6
2012	1045.05	20.9
2013	1142.53	9.3
2014	1282.80	12.3
2015	1431.97	11.6
2016	1615.39	12.8
2017	1657.55	2.6
2018	1853.79	11.8
2019 (P)	2321.98	25.3

स्रोत: 2020 में भारत पर्यटन सांख्यिकी पर एक नज़र पर्यटन मंत्रालय, भारत सरकार

जब विदेशी पर्यटकों के आगमन से घरेलू पर्यटकों के दौरों की तुलना की जाती है तो उनकी काफी अधिक संख्या होती है. आकड़े बताते हैं कि 1991 से 2018 तक सभी राज्यों/ केंद्र शासित प्रदेशों में घरेलू पर्यटकों की चक्र वृद्धि वार्षिक वृद्धि दर (CAGR) 12.61% (पर्यटन मंत्रालय, भारत सरकार) के साथ घरेलू पर्यटन यात्राओं में निरंतर वृद्धि हुई है. तालिका 4.2 भारत में घरेलू और विदेशी पर्यटकों की यात्राओं के बीच विकास की मात्रा की तुलना करती है.

यह ध्यान रखना महत्वपूर्ण है कि घरेलू के साथ-साथ अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन का विकास भी साथ-साथ हुआ. भारत का पर्यटन उद्योग में अपनी मंदी की अवधि के दौरान पर्यटन ऑपरेटरों और सेवा प्रदाताओं को आकर्षित करता है जब अंतर्राष्ट्रीय पर्यटकों की संख्या में गिरावट आती है. इस मामले में घरेलू पर्यटन एक अच्छी मांग के विकल्प के रूप में काम करता है. लगभग सभी देशों में पर्यटन में कम पर्यटकों के आगमन का सामना करना पड़ता है जब अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन में पर्यटकों की संख्या कम हो जाती है. घरेलू पर्यटन इस तरह के अंतर को कम करने में सक्षम बनाता है. यह भी चिन्हित करने की बात है कि घरेलू पर्यटन अपने समकक्ष अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन की तुलना में राजनीतिक या आर्थिक गड़बड़ी से बहुत अधिक प्रभावित नहीं होता, जिससे घरेलू पर्यटन, पर्यटन सेवा प्रदाताओं के लिए पर्यटन प्रवाह का अधिक विश्वसनीय स्रोत बन जाता है.

**तालिका 4.2: भारत में 2001-2008 में की गई घरेलू और विदेशी यात्राएं (राज्य एवं केंद्र शासित प्रदेश)**

वर्ष	पर्यटकों की यात्रा		वार्षिक विकास दर	
	घरेलू	विदेशी	घरेलू	विदेशी
2000	220106911	5893542	15.44%	1.05%

2001	236469599	5436261	7.43%	-7.76%
2002	269598028	5157518	14.01%	-5.13%
2003	309038335	6708479	14.63%	30.07%
2004	366267522	8360278	18.52%	24.62%
2005	392044495	9949671	7.04%	19.01%
2006	462439634	11747937	17.96%	18.07%
2007	526700493	13267612	13.90%	12.94%
2008	563034107	14380633	6.90%	8.39%
2009	668800482	14372300	18.79%	-0.06%
2010	747703380	17910178	11.80%	24.62%
2011	864532718	19497126	15.63%	8.86%
2012	1045047536	18263074	20.88%	-6.33%
2013	1142529465	19951026	9.33%	9.24%
2014	1282801629	22334031	12.88%	11.94%
2015	1431973794	23326163	11.63%	4.44%
2016	1615388619	24714503	12.81%	5.95%
2017	1657546152	26886684	2.61%	8.79%
2018®	1854933384	28872384	11.91%	7.39%

स्रोत: <https://tourism.gov.in/>

घरेलू पर्यटन को आंचलिक विकास के एक माध्यम के रूप में भी मान्यता प्राप्त है इसलिए भारत के एक-एक राज्यों और केंद्र शासित प्रदेशों ने भी अन्य राज्यों के पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए पर्यटन विकास को प्राथमिकता दी है. तालिका 4.3 में वर्ष 2019 के लिए उच्चतम घरेलू पर्यटकों की यात्रा के साथ शीर्ष 10 भारतीय राज्यों की सूची दिखाती है. उत्तर प्रदेश और तमिलनाडु राज्य मिलकर देश के कुल घरेलू पर्यटकों का 43% से अधिक प्राप्त करते हैं. धार्मिक स्थलों के साथ-साथ ऐतिहासिक स्मारकों को पर्यटकों की इतनी अधिक मात्रा में आने का श्रेय दिया जा सकता है. इन शीर्ष 10 राज्यों में देश में घरेलू पर्यटकों की आवाजाही का लगभग 87% हिस्सा है. घरेलू पर्यटन का विकास स्थिर रहा है, हालांकि असल विकास, छिटपुट और कुछ ही राज्यों तक सीमित रहा है. पर्यटन विकास का यह अनियमित प्रसार, क्षेत्रीय अर्थव्यवस्थाओं का विकास कर सकने वाले पर्यटन के उन लाभों के संदर्भ के अंतर को उजागर करता है.

**तालिका 4.3: 2019 में घरेलू पर्यटकों की संख्या में भारत के शीर्ष 10 राज्यों / केंद्र शासित प्रदेशों का हिस्सा**

श्रेणी	राज्य /केंद्र शासित प्रदेश	2019 (P) में घरेलू पर्यटकों की संख्या	

		नंबर	प्रतिशत भाग (%)
1	उत्तर प्रदेश	535855162	23.1
2	तमिल नाडु	494865257	21.3
3	आंध्र प्रदेश	237051508	10.2
4	कर्नाटक	227934714	9.8
5	महाराष्ट्र #	149294703	6.4
6	वेस्ट बंगाल	92366025	4.0
7	मध्य प्रदेश	88707139	3.8
8	तेलंगाना	83035894	3.6
9	गुजरात	58864661	2.5
10	राजस्थान	52220431	2.2
कुल शीर्ष 10 राज्य		2020195494	87.0
अन्य		301787169	13.0
कुल		2321982663	100.0
स्त्रोत: राज्य / केंद्र शासित पर्यटन विभाग			
पी: अस्थायी			
# वर्ष 2019 के लिए भारतीय विकास दर के उपयोग का अनुमान लगाया है			

स्त्रोत: <https://tourism.gov.in/>

#### 4.4.1 भारत में घरेलू पर्यटन की वृद्धि के कारण

भारत में घरेलू पर्यटन के बढ़ने के कुछ सबसे महत्वपूर्ण कारण निम्नलिखित हैं

क) **स्थिर आर्थिक विकास:** भारत ने पिछले दशक में एक सतत आर्थिक विकास देखा, जिसका श्रेय सभी क्षेत्रों में विकास को जाता है इससे देश के सकल घरेलू उत्पाद (GDP) और प्रति व्यक्ति सकल घरेलू उत्पाद (GDP किसी देश की आर्थिक उत्पादकता का प्राथमिक नाप है, जो देश में उत्पादित वस्तुओं और सेवाओं के बाजार मूल्य को दर्शाता है) में ऊपर की ओर रुझान हुआ है. **4.4: 2019 में भारत की प्रति व्यक्ति GDP में वृद्धि दर्शाती है.**

तालिका 4.4: 2012-2019 में भारत की प्रति व्यक्ति GDP

वर्ष	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19
प्रति व्यक्ति GDP (₹)	80518	89796	98405	107341	118263	129901	142719

स्त्रोत: भारतीय रिजर्व बैंक (<https://www.rbi.org.in/>)

**ख) विक्रय आय में वृद्धि:** भारतीयों के बीच बढ़ती विक्रय आय को भारत में घरेलू पर्यटन के विकास के पीछे सबसे महत्वपूर्ण कारणों में से एक माना जाता है।

'वर्ल्ड इकोनॉमिक फोरम-2019' की रिपोर्ट के अनुसार, अमेरिका और चीन के बाद भारत, तीसरा सबसे बड़ा उपभोक्ता बाजार बनने की ओर अग्रसर है।

भारत में उपभोक्ता खर्च 2030 तक लगभग 6 ट्रिलियन डॉलर तक बढ़ने की उम्मीद है।

घरेलू पर्यटन, विक्रय आय में बढ़ोतरी पाने वाले असली हिताधिकारियों में से एक है।

**ग) भारत का बढ़ता मध्यम वर्ग:** भारत में स्थिर आर्थिक विकास के कारण देश में रोजगार का उत्पादन हुआ है। इसने बड़ी संख्या में लोगों को मध्यम आय और उच्च मध्यम आय वर्ग में स्थानांतरित कर दिया है। ये मध्यम वर्ग और उच्च मध्यम वर्ग एक बेहतर और संतोषजनक जीवन शैली की आकांक्षा रखते हैं और देश में घरेलू पर्यटन के लिए सबसे बड़े हिस्सों में से एक हैं।

**घ) जीवन शैली में बदलाव :** लोगों में बढ़ी हुई आय के साथ, आनंद के लिए यात्रा करने की प्रवृत्ति में बढ़ोतरी देखने में आई है। न केवल मुख्य पर्यटन स्थल, बल्कि छोटे और शीघ्र बनने वाले पर्यटन स्थल भी इस प्रचलन के कारण लाभान्वित हो रहे हैं। आजकल भारत में यात्री ब्याज आधारित यात्राएं भी करते हैं और इसने कई विशेष रुचि वाले पर्यटन ऑपरेटरों को ऐसे पर्यटन क्षेत्रों में पर्यटन के बढ़िया अनुभव प्रदान करने के लिए प्रोत्साहित किया है।

**ङ) बेहतर पर्यटन के लिए मूलभूत सुविधाएँ:** हाल के वर्षों में भारत के परिवहन ढांचे में तेजी से विकास हुआ है। चाहे वह भारत का हवाई परिवहन नेटवर्क हो, जो 3 श्रेणी के शहरों को जोड़ने वाला हो या एक्सप्रेस हाई वे का निर्माण हो जो यात्रा के समय को काफी कम कर देता है, भारत में परिवहन नेटवर्क के विस्तार के चलते पर्यटन को असली लाभ मिला है। भारत में मध्यम और उच्च मध्यम आय वर्ग के लोगों में कारों के मालिक होने के बाद स्वयं-ड्राइव कर छुट्टियाँ मनाने को भी प्रोत्साहित किया है।

**च) पर्यटन मंत्रालय और राज्य पर्यटन समिति द्वारा पहल:** राज्य और केंद्र दोनों स्तरों पर, भारत में पर्यटन निवेश को प्रोत्साहित करने के लिए विभिन्न पहल की गई हैं। इन पहलों में कर अवकाश, पर्यटन परियोजनाओं के लिए एकल खिड़की से भुगतान, आकर्षक निवेश योजनाएं जैसे अन्य कई प्रोत्साहन शामिल हैं। इन सबके परिणामस्वरूप अब भारत में कई बहुराष्ट्रीय होटल ब्रांड निवेश कर रहे हैं। इन पहलों ने भारत में पर्यटन उत्पादों की लगातार बढ़ती मांग को पूरा करने के लिए पर्यटन आपूर्ति को और अधिक मजबूत बनाया है। केंद्रीय और राज्य पर्यटन समितियों द्वारा चलाए जा रहे विभिन्न प्रचार और विज्ञापन अभियानों के परिणामस्वरूप, पर्यटन सेवाओं की मांग कम परिचित और जल्दी ही प्रकाश में आगे वाले स्थलों के लिए भी हो गई है।



## अपनी प्रगति जाँचें 1

1. घरेलू पर्यटन की सबसे महत्वपूर्ण विशेषताएँ क्या हैं?

-----  
-----  
-----

2. भारत में पर्यटन उद्योग के विकास में घरेलू पर्यटन का क्या योगदान है?

-----  
-----  
-----

### 4.5 भारत में घरेलू पर्यटन का रुझान

भारत में घरेलू पर्यटन के बारे में गहन जानकारी प्राप्त करने के लिए, घरेलू पर्यटन बाजार को समझना महत्वपूर्ण है. जैसा कि आप जानते हैं, बाजार संभावित उपभोक्ताओं या खरीदारों को संदर्भित करता है. निम्नलिखित खंड भारत में घरेलू पर्यटकों के बारे में एक झलक देता है, उनकी यात्रा के पीछे प्रेरणा और उनकी यात्रा वरीयताओं का एक संक्षिप्त प्रदर्शन बताता है. ऐसे कई अध्ययन हैं जो अलग-अलग समय पर किए गए हैं और विभिन्न शोध निकायों द्वारा देश में घरेलू पर्यटन की क्षमता को समझने के लिए गये हैं. ये इन अध्ययनों में निम्नलिखित तरीकों में मदद करते हैं

क. पर्यटकों की संख्या के संदर्भ में घरेलू पर्यटन की मात्रा का अनुमान प्रदान करना;

ख. सामाजिक, आर्थिक और सांस्कृतिक दृष्टिकोण से घरेलू पर्यटन के महत्व को समझना

ग. नीति निर्माण में पर्यटन मंत्रालय के उपयोग के लिए उचित दर / अनुपात / आंकड़े प्राप्त करना;

घ. घरेलू पर्यटन पर संकेतक पेश करना जो सरकार और बाहर विभिन्न स्तरों पर योजना, नीति निर्माण और निर्णय लेने के लिए आवश्यक हैं;

इ. भारत में घरेलू पर्यटन के विकास के लिए नए अवसरों का मूल्यांकन; तथा

च. देश में घरेलू पर्यटन के भविष्य के विकास को पेश करना.

सीखने के उद्देश्य से राष्ट्रीय नमूना सर्वेक्षण कार्यालय (NSSO), सांख्यिकी और प्रोग्रामिंग कार्यान्वयन मंत्रालय, भारत सरकार द्वारा 2014-2015 में किए गए सबसे हाल के अध्ययनों में से एक डेटा का उपयोग करेंगे. यह अध्ययन हमें भारत में घरेलू पर्यटन के

कुछ सबसे प्रासंगिक रुझानों को समझने में मदद करता है. निम्नलिखित अनुभागों में उनके बारे में विस्तार से चर्चा की गई है.

#### 4.5.1 यात्रा का उद्देश्य

यात्रा के उद्देश्य को समझना नीति निर्माताओं के साथ-साथ पर्यटन सेवा प्रदाताओं को यात्रा के इरादे के साथ-साथ यात्रा प्रेरकों में गहरी अंतर्दृष्टि प्राप्त करने में सक्षम बनाता है. यात्रा के रुझानों को समझना पर्यटन उद्योग को पर्यटकों की आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए पर्यटन उत्पादों और सेवाओं को बेहतर ढंग से विकसित करने में मदद करता है.

तालिका 4.5 में भारत में घरेलू यात्राओं के महत्वपूर्ण उद्देश्यों में से 7 का वर्णन किया गया है. हालाँकि, इस अध्ययन का सैम्पल भारत के 2538022 शहरी और ग्रामीण घरों का घरेलू पर्यटन के रुझान को लेकर किया गया था.

1. **छुट्टियाँ, फुर्सत और मनोरंजन:** शहरी भारत में घरेलू यात्रा का सबसे महत्वपूर्ण उद्देश्य छुट्टियाँ फुर्सत के क्षणों का आनंद लेना और मनोरंजन करना है. बदलती जीवन शैली को अपनाने वाला शहरी मध्यम वर्ग अपनी बढ़ती आय को घरेलू पर्यटन में खर्च करता है इसी वजह से घरेलू पर्यटन की मांग बढ़ रही है. इसके अलावा युवा और सहस्राब्दी की कामकाजी आबादी को आस-पास के पर्यटक स्थलों पर छुट्टियाँ मनाने का अधिक इच्छुक माना जाता है. अध्ययन के अनुसार, मई, जून और अक्टूबर के महीनों में वर्ष 2014-15 के दौरान पूरी की गई यात्राओं में 40% से अधिक यात्राएं हुईं, जिनका मुख्य उद्देश्य छुट्टियाँ, फुर्सत के पल और मनोरंजन था.
2. **स्वास्थ्य और चिकित्सा:** भारत में दुनिया के अधिकांश देशों की तरह ग्रामीण और शहरी आबादी के लिये चिकित्सा सेवाओं की उपलब्धता असमान है. इसलिए, ग्रामीण लोग शहरी लोगों की अपेक्षा चिकित्सा उपचारों के लिए अधिक यात्राएं करते हैं. भारत में टियर 1 और टियर 2 शहरों के लोग हर साल बड़े शहरों में चिकित्सा सुविधा प्राप्त करने के लिए यात्रा करते हैं. हालांकि, वेलनेस पर्यटन के मामले में देखा जाना चाहिए कि पर्यटक छोटे स्थानों जैसे हिलस्टेशंस, समुद्र तटीय सैरगाह और ऐसी अन्य जगहों पर यात्रा करना पसंद करते हैं.
3. **सामाजिक, परिवार और दोस्तों से मिलना:** भारतीय संस्कृति पारिवारिक मूल्यों में गहराई से जुड़ी है. परंपरागत रूप से, उत्सव और अन्य समारोह परिवार और दोस्तों के जमावड़े के बिना अधूरे माने जाते हैं, इस प्रकार इस परंपरा के वशीभूत की गई सामाजिक यात्राएं भारत में घरेलू पर्यटन के महत्वपूर्ण उद्देश्यों में से एक हैं. छुट्टियों में परिवार के साथ यात्रा करना भी भारत में सबसे उल्लेखनीय यात्रा रुझानों में से एक है.

4. **धर्म और तीर्थयात्रा:** भारत में सांस्कृतिक तना-बाना कई धार्मिक मान्यताओं और संप्रदायों से बना है। तीर्थस्थलों पर धार्मिक महत्व के स्थानों की यात्रा भारत में यात्रा के सबसे पुराने रूपों में से एक है। भारत कई धार्मिक जन समूहों का भी घर है, जो कुंभ मेले, दुर्गा पूजा और गणेश चतुर्थी जैसे पवित्र अवसरों को चिह्नित करते हैं और भारत भर से भक्तों को आकर्षित करते हैं।
5. **व्यापार:** व्यवसाय के लिए यात्रा भारत में घरेलू पर्यटन के विकास का एक और महत्वपूर्ण कारण है। प्रमुख व्यवसाय और आईटी हब की यात्रा ने भारत के उन शहरों में हवाई यात्रा के विकास को गति दी है। इसके अलावा होटलों के अंतरराष्ट्रीय शृंखला के प्रसार को व्यावसायिक पर्यटन के लिए श्रेय दिया जा सकता है। दिल्ली, मुंबई और बेंगलूर शहर भी कई अंतरराष्ट्रीय व्यापारिक प्रदर्शनों, सम्मेलनों और सेमिनारों की मेजबानी करते हैं, जो इन शहरों को भारत में व्यापार से संबंधित यात्रा का केंद्र बनाते हैं।
6. **शिक्षा और प्रशिक्षण:** भारत के कुछ राज्यों ने देश भर के छात्रों को आकर्षित करने वाली उच्च और तकनीकी शिक्षा के क्षेत्र में उत्कृष्ट प्रदर्शन किया है। शिक्षा के उद्देश्य के लिए यात्रा में अनुसंधान और अन्य संबंधित कम दूरी की यात्रा भी शामिल हो सकती है। इस अध्ययन के अनुसार, खरीददारी के लिये देश के भीतर यात्रा करना यात्रा का महत्वपूर्ण उद्देश्यों में से एक नहीं है।

**तालिका 4.5:** वर्ष 2014-15 में विभिन्न मुख्य उद्देश्यों के लिये प्रति 100 पर्यटक घरों में औसत रातों को ठहरने के लिये की गई यात्राएं

मुख्य उद्देश्य (1)	ग्रामीण (2)	शहरी (3)
<b>पिछले 365 दिनों में की गई यात्राएं</b>		
छुट्टियां, फुर्सत और मनोरंजन	27	68
स्वास्थ्य और चिकित्सा	90	51
खरीददारी	1	1
<b>सभी (सूचना न देने सहित)</b>	<b>118</b>	<b>121</b>
<b>पिछले 30 दिनों में की गई यात्राएं</b>		
व्यापार	2	3
सामाजिक	96	92
धार्मिक और तीर्थयात्रा	8	11
शिक्षा और प्रशिक्षण	1	2
अन्य	3	3
<b>सभी (सूचना न देने वालों सहित)</b>	<b>111</b>	<b>111</b>

संदर्भ तालिका 22, परिशिष्ट A \*: कम से कम एक रात की घरेलू यात्रा की रिपोर्टिंग

(स्रोत: <http://mospi.nic.in/>) एन. आर. का मतलब 'सूचना नहीं दी'

7. खरीददारी : इस अध्ययन के अनुसार, देश के भीतर यात्रा के महत्वपूर्ण कारणों में से एक खरीददारी नहीं है . हालांकि खरीददारी घरेलू पर्यटन के महत्वपूर्ण कारकों में से एक है.

#### 4.5.2 यात्रा का साधन

तालिका 4.6 यात्रा के उद्देश्य के आधार पर परिवहन के सबसे पसंदीदा साधनों को दर्शाती है. यह देखा जा सकता है कि शहरी और ग्रामीण दोनों में सड़क परिवहन भारत में यात्रा के सबसे लोकप्रिय साधनों में से एक है. अध्ययन के अनुसार, वर्ष 2014-15 में 50% ग्रामीण पर्यटकों ने बस द्वारा यात्रा की, जबकि शहरी क्षेत्र के पर्यटकों ने यात्रा के लिये बस (34%) और ट्रेन (31%) को समान रूप से इस्तेमाल किया.

तालिका 4.6: वर्ष 2014-15 में पर्यटकों का मुख्य साधन द्वारा रातभर ठहरने का प्रतिशत विवरण

पर्यटकों का उद्देश्य	यात्रा का मुख्य साधन					
	बस	ट्रेन	हवाई	अपना वाहन	परिवहन उपकरण, किराए पर (किराए का वाहन)	सभी (सूचना न देने वालों समेत सभी) <sup>R</sup>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
<b>ग्रामीण</b>						
व्यापार	51.6	10.0	0.0	9.0	28.7	100.0
छुट्टियाँ, फुर्सत और मनोरंजन	64.7	16.0	0.1	7.8	8.5	100.0
सामाजिक	43.2	9.7	0.0	8.3	32.3	100.0
तीर्थ यात्रा और धार्मिक	42.4	28.4	0.0	1.4	27.3	100.0
शिक्षा और प्रशिक्षण	38.5	17.9	0.0	13.4	22.8	100.0
स्वास्थ्य और चिकित्सा	46.6	7.0	0.1	6.4	37.0	100.0
खरीददारी	69.7	12.5	0.1	4.6	9.1	100.0

अन्य	42.9	4.9	0.0	7.0	41.7	100.0
सभी	49.9	8.7	0.1	6.8	31.4	100.0
<b>शहरी</b>						
व्यापार	10.6	24.2	0.0	15.9	49.3	100.0
छुट्टियां, फुर्सत और मनोरंजन	33.9	40.4	2.9	12.2	9.0	100.0
सामाजिक	25.8	43.3	0.2	13.5	16.3	100.0
तीर्थ यात्रा और धार्मिक	10.8	69.7	0.0	12.9	4.4	100.0
शिक्षा और प्रशिक्षण	92.0	1.8	0.0	0.0	6.2	100.0
स्वास्थ्य और चिकित्सा	34.0	15.9	0.5	10.1	37.6	100.0
खरीदारी	41.3	40.3	0.8	8.5	8.2	100.0
अन्य	32.2	13.3	0.3	12.1	40.5	100.0
सभी	33.5	30.9	1.9	11.7	20.4	100.0

(स्रोत: <http://mospi.nic.in/>)

भारत में रेल यात्रा: भारतीय रेलवे दुनिया के सबसे बड़े रेल नेटवर्क में से एक है, जो देश की लंबाई और चौड़ाई को जोड़ता है। भारतीय रेलवे ने, अपनी सहायक शाखा, भारतीय रेलवे भोजन प्रबंधन और पर्यटन निगम (IRCTC) के द्वारा घरेलू पर्यटन को बढ़ावा देने का प्रयास किया है। भारत दर्शन रेल पर्यटन पैकेज, बौद्ध सर्किट ट्रेनें, पैलेस ऑन व्हील्स जैसी लक्जरी ट्रेनें भारतीय रेलवे की सबसे सफल पर्यटन पहलों में से कुछ हैं।

भारत में हवाई यात्रा: हवाई यात्रा भी पिछले कुछ वर्षों में शहरी भारतीयों के बीच यात्रा की बढ़ती पसंद बन गई है। उड़ान (Ude Desh ka Aam Naagrik) के तहत, भारत सरकार के एक क्षेत्रीय हवाई अड्डे के विकास और क्षेत्रीय कनेक्टिविटी योजना (RCS), छोटे शहरों और कस्बों को भी भारत में हवाई संपर्क में लाया गया है। इसने हवाई यात्रा की सुविधाओं को देश में ग्रामीण आबादी के करीब ला दिया है।

1. भारत में सड़क यात्रा: सड़क यात्रा हमेशा भारत में परिवहन के सबसे सुविधाजनक और लोकप्रिय साधनों में से एक रही है। देश राष्ट्रीय राजमार्गों के 132,500 किलोमीटर लंबे नेटवर्क से सशक्त है (स्रोत: <https://www.morth.nic.in/>). शहरी

और ग्रामीण दोनों क्षेत्रों में ऑटोमोबाइल के बढ़ते स्वामित्व ने भारत में सेल्फ-ड्राइव छुट्टियों का चलन स्थापित किया है। इसके अलावा, भारत में राष्ट्रीय और राज्य राजमार्गों के साथ एक्सप्रेस हाईवे में यात्रियों के लिए बुनियादी सुविधाएं हैं, जो सड़क यात्रा द्वारा छोटी यात्राओं के लिए सुविधाजनक विकल्प हैं। हाल के वर्षों में कार किराए पर लेना एक लोकप्रिय विकल्प के रूप में उभरा है। कार किराए पर लेने वाली कंपनियों द्वारा प्रदान किए जाने वाले आकर्षक मूल्य निर्धारण, अन्य मूल्य बाधित सेवाओं के साथ भारत में परिवहन के इस माध्यम से घरेलू यात्रा की मात्रा में वृद्धि हुई है। राज्य के स्वामित्व और निजी बस परिवहन नेटवर्क भी परिवहन का एक व्यापक रूप से इस्तेमाल किया जाने वाला साधन है। राज्य स्तर पर परिवहन निगमों का योगदान अत्यंत सराहनीय है। उदाहरण के लिए, कर्नाटक राज्य सड़क परिवहन निगम (KSTDC), सबसे सफल राज्य-संचालित, अंतर्राज्यीय और अंतरराज्यीय बस परिवहन सेवा प्रदाताओं में से एक है जो कर्नाटक राज्य में पर्यटन को संपन्न करने में एक मुख्य साधन है। KSRTC कई वर्षों से कर्नाटक पर्यटन विकास निगम (KSTDC) के साथ मिलकर पैकेज पर्यटन को बढ़ावा दे रहा है।

#### 4.5.3 आवास का पसंदीदा साधन

आवास, पर्यटन उद्योग का एक महत्वपूर्ण घटक है जिस पर ध्यान केंद्रित करना आज की आवश्यकता है, बेहतर आवास सुविधा पर्यटन को बढ़ावा देने में सहायक हो सकता है। ठहरने का प्रकार और अवधि पर्यटन गतिविधि की प्रकृति को निर्धारित करती है जो एक गंतव्य में लोकप्रिय है। घरेलू पर्यटन में, हालांकि, आवास के विकल्प केवल होटल तक सीमित नहीं हैं। भारत में ठहरने के विकल्प धर्मशालाओं से होते हैं, जो आमतौर पर धार्मिक महत्व, गेस्ट हाउस, निरीक्षण बंगलों आदि के स्थानों में स्थित होते हैं। परिवार और दोस्तों के साथ रहना भी भारत में आवास का एक सामान्य विकल्प है। अध्ययन के अनुसार, वर्ष 2014-15 के दौरान ग्रामीण क्षेत्र से रातभर ठहरने की यात्राएं 91% रही, पर्यटक दोस्तों और रिश्तेदारों के साथ या 'अन्य' स्थानों पर रहे, जबकि शहरी यात्रियों में मित्रों और रिश्तेदारों के यहां ठहरने का प्रतिशत 36.2 रहा, 'अन्य' स्थान 33.2%, होटल और गेस्ट हाउस 25.8% रहे। इसकी व्याख्या तालिका 4.7 में की गई है।

**सारणी 4.7:** वर्ष 2014-15 में पर्यटकों का रातभर ठहरने का मुख्य पसंदीदा आवास का प्रतिशत विवरण

पर्यटकों	का	ठहरने के मुख्य स्थान
----------	----	----------------------

उद्देश्य	होटल और गेस्ट हाउस	धर्मशाला	दोस्त और रिश्तेदार	अन्य	सभी (सुचना न देने वालों सहित)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<b>ग्रामीण</b>					
छुट्टियां, फुर्सत और मनोरंजन	13.3	7.7	72.4	5.9	100.0
स्वास्थ्य और चिकित्सा	3.0	1.3	13.4	80.9	100.0
खरीदारी	15.4	3.8	67.0	12.2	100.0
व्यापार	5.8	0.0	10.5	69.6	100.0
सामाजिक	0.7	0.3	40.2	58.4	100.0
तीर्थ यात्रा और धार्मिक	9.4	44.2	28.2	13.6	100.0
शिक्षा और प्रशिक्षण	2.5	19.8	24.5	53.2	100.0
अन्य	1.9	1.2	9.3	86.5	100.0
<b>सभी</b>	<b>5.1</b>	<b>2.8</b>	<b>26.9</b>	<b>64.1</b>	<b>100.0</b>
<b>शहरी</b>					
छुट्टियां, फुर्सत और मनोरंजन	40.3	5.8	49.7	3.6	100.0
स्वास्थ्य और चिकित्सा	5.0	1.2	14.4	78.2	100.0
खरीदारी	23.6	1.8	60.0	3.4	100.0
व्यापार	8.3	3.2	11.4	63.1	100.0
सामाजिक	2.7	0.6	57.1	39.4	100.0
तीर्थ यात्रा और धार्मिक	9.1	16.3	40.9	33.7	100.0
शिक्षा और प्रशिक्षण	5.0	12.7	66.8	15.5	100.0
अन्य	3.7	1.1	12.2	82.2	100.0
<b>सभी</b>	<b>25.8</b>	<b>3.9</b>	<b>36.2</b>	<b>33.2</b>	<b>100.0</b>

(स्रोत: <http://mospi.nic.in/>)

#### 4.5.4 घरेलू पर्यटकों का पर्यटन व्यय

का महत्व पहचानने में मदद मिलती है जिससे सभी पर्यटक जुड़े हुए हैं। 2014-15 के दौरान रातों को ठहरने की यात्राओं का मुख्य उद्देश्य छुट्टियाँ, फुर्सत और मनोरंजन, स्वास्थ्य और चिकित्सा और खरीददारी रहा; इनमें सबसे महंगी यात्रा स्वास्थ्य और चिकित्सा के लिए थी जिसमें औसत व्यय प्रति ट्रिप (रु. 15336) था, जिसके बाद खरीददारी (1,3902) के लिये की गई यात्राएं और छुट्टियाँ, फुर्सत और मनोरंजन (रु.6358) थे। तालिका 4.8 में मुख्य उद्देश्य के लिये की गई यात्राओं को दिखाया गया है। मुख्य उद्देश्य व्यय की श्रेणियों द्वारा प्रति रात की यात्रा में औसत व्यय (रूपये में) को इंगित करता है।

**तालिका 4.8: 2014-15 में पर्यटकों द्वारा प्रत्येक मुख्य उद्देश्य के लिए रात भर ठहरने का (ग्रामीण+ शहरी) प्रति वर्ग के लिये किया गया औसत व्यय (रूपये में)**

मुख्य उद्देश्य	पैकेज के घटक	गैर-पैकेज घटक							कुल
		निवास	खाना पीना-	यातायात	खरीदारी	मनोरंजन, धार्मिक इत्यादि.	चिकित्सा	अन्य	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
<b>पिछले 365 दिनों के दौरान की गई यात्राएँ</b>									
छुट्टियाँ, फुर्सत और मनोरंजन	1095	843	951	2029	1130	141	61	108	6358
स्वास्थ्य और चिकित्सा	305	644	876	787	235	3	12281	206	15336
खरीदारी	68	477	563	905	11621	25	47	195	13902
<b>पिछले 30 दिनों के दौरान की गई यात्राएँ</b>									



व्यापार	70	1020	905	1389	910	11	70	80	445 5
सामाजिक	2	12	143	340	483	9	21	58	106 8
तीर्थ यात्रा और धार्मिक	212	280	508	938	500	196	15	68	271 7
शिक्षा और प्रशिक्षण	249	314	441	659	410	14	113	87	228 6
अन्य	49	188	381	441	424	13	1296	84	287 5

(स्रोत: <http://mospi.nic.in/>)

इन यात्रा रुझानों को बदलते यात्रा अंदाजों और पसंद के रूप में देखा जाना चाहिए। अगले भाग में, हम भारत में घरेलू पर्यटन के विकास की खूबियों और अवगुणों को समझने की कोशिश करेंगे।

अपनी प्रगति की जाँच करें - 2

1. भारत के अंदर यात्रा करने के तीन मुख्य कारण कौन से?

.....  
.....

भारत में घरेलू पर्यटन के विकास में भारतीय रेलवे द्वारा निभाई गई भूमिका का मूल्यांकन करें?

.....  
.....

#### 4.6 भारत में घरेलू पर्यटन के लाभ और नुकसान

घरेलू पर्यटन देश के समग्र पर्यटन विकास में एक योगदानकर्ता के रूप में ख्याति हासिल कर रहा है। इसलिए पर्यटन उद्योग में घरेलू पर्यटन के विकास के लाभों और नुकसानों का

मूल्यांकन करना आवश्यक है. निम्नलिखित खंड पर्यटन विकास के विभिन्न लाभों और नुकसानों पर चर्चा करता है.

### लाभ

1. UNWTO के आंकड़ों से पता चलता है कि घरेलू पर्यटन कई देशों में अंतरराष्ट्रीय पर्यटन की तुलना में अधिक राजस्व उत्पन्न करता है. वर्ष 2018 में, दुनिया भर में लगभग 9 बिलियन घरेलू पर्यटन यात्राएं की गईं - जो 1.4 अरब की अंतरराष्ट्रीय पर्यटक आगमन की संख्या के छह गुना रही.
2. घरेलू पर्यटन उन स्थानों पर पर्यटन व्यय में वृद्धि के माध्यम से स्थानीय अर्थव्यवस्थाओं को मजबूत करता है जहां अंतरराष्ट्रीय पर्यटक नहीं आते.
3. वर्ल्ड ट्रेवल एंड टूरिज्म काउंसिल (WTTC) विश्लेषण के अनुसार, पर्यटन पर खर्च किए जाने वाले प्रत्येक 10 डॉलर में से 7 से अधिक घरेलू पर्यटन पर खर्च किए जाते हैं. यह दर्शाता है कि घरेलू पर्यटन अंतरराष्ट्रीय पर्यटन की तुलना में यात्रा और पर्यटन को अधिक सकल घरेलू उत्पाद (GDP) देता है.
4. भारत में अंतरराष्ट्रीय पर्यटक आगमन में मौसम पर्यटन के बुनियादी ढांचे के उपयोग को नकारात्मक तरीके से प्रभावित कर सकता है. हालांकि, घरेलू पर्यटन मंद मौसम में मांग को स्थिर करने में एक भूमिका निभा सकता है. आने वाले गंतव्यों पर अंतरराष्ट्रीय पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए, शुरु में घरेलू पर्यटन विकसित करने से गंतव्य को मजबूत किया जा सकता है. घरेलू पर्यटन भी पर्यटन के बुनियादी ढांचे को विकसित करने और अंतरराष्ट्रीय पर्यटकों को रीझाने के लिए बुनियादी तैयारियों के स्तर की ओर बढ़ने में मदद करता है.
5. घरेलू पर्यटन इच्छुक उद्यमियों को पर्यटन से संबंधित व्यवसायों में उद्यम करने के लिए प्रोत्साहित करता है. घरेलू पर्यटन भी संगठित और असंगठित दोनों क्षेत्रों में अर्ध-कुशल और अकुशल जनशक्ति के रोजगार को समंजस करता है.
6. घरेलू पर्यटन भी भारतीयों में गर्व की भावना को बढ़ावा दे सकता है और आपसी समझ और सद्भाव की भावना लाने में सहायक है.

### नुकसान

1. घरेलू पर्यटन में निवेश से मेजबान देश के लिए विदेशी मुद्रा का उत्पादन नहीं होता है.
2. अंतरराष्ट्रीय पर्यटन में व्यक्तिगत पर्यटक खर्च की मात्रा बहुत अधिक है.
3. घरेलू पर्यटन की मात्रा कहीं अधिक है और कुछ मामलों में गंतव्यों पर अधिक भीड़ हो सकती है. उदाहरण के लिए, ऊटी, शिमला और महाबलेश्वर जैसे हिल स्टेशन गर्मियों

के महीनों के दौरान भीड़भाड़ वाले पर्यटन स्थल बन जाते हैं. पर्यटकों की बहुलता न केवल खराब आगंतुक अनुभव बल्कि पर्यावरणीय गिरावट का कारण बनता है. पर्यटकों की बहुलता बुनियादी पर्यटन सुविधाओं की कमी का कारण बन सकता है, जिससे होटल के कमरे जैसी पर्यटन सेवाओं में मूल्य वृद्धि हो सकती है.

---

#### 4.7 आइए संक्षेप में इसे देखें

---

हमने, इस इकाई में घरेलू पर्यटन के अर्थ, परिभाषा और विशिष्ट विशेषताओं पर चर्चा की है. इसके बाद इस इकाई में भारत में घरेलू पर्यटन को आकार देने वाले महत्वपूर्ण ऐतिहासिक विकासों का लेखा-जोखा देते हुए ऐतिहासिक दृष्टिकोण से घरेलू पर्यटन के विकास की जांच की गई है. इकाई भारत में घरेलू पर्यटन के विकास की व्याख्या और ऐसे विकास को बनाए रखने में योगदान करने वाले कारकों का भी परिचय देता है. हाल ही में इकाई में चर्चा की गई पर्यटन प्रवृत्तियों ने वर्तमान घरेलू पर्यटन प्रवृत्तियों पर प्रकाश डाला, जिससे शिक्षार्थियों को भारत में घरेलू पर्यटन के बारे में गहन जानकारी मिली. यह इकाई आगे बताती है कि भारत में घरेलू पर्यटक कौन हैं, उनकी यात्रा की प्रेरणा, परिवहन का तरीका और उनके द्वारा पसंद किए जाने वाले आवास और पर्यटन व्यय की सीमा और प्रकृति कैसी है. इकाई का समापन भारत में घरेलू पर्यटन के लाभ और नुकसान के विस्तृत मूल्यांकन के साथ हुआ.

---

#### 4.8 अपनी प्रगति की जांच के उत्तर

---

##### अपनी प्रगति की जाँच करें 1

1. उत्तर के लिए खंड 4.2 देखें
2. उत्तर के लिए उप-खंड 4.4.1 देखें

##### अपनी प्रगति की जाँच करें 2

1. उत्तर के लिए उप-खंड 4.5.1 देखें
2. उत्तर के लिए उप-खंड 4.5.2 देखें

---

#### 4.9 आगे के लिए अध्ययन

---

1. एशिया में घरेलू पर्यटन: शालिनी सिंह द्वारा विविधता और विचलन (2009). अर्थस्कैन पब्लिशर्स.
2. टूरिज्म एंड इंडिया: केविन हन्नम और आन्या डीकमैन द्वारा ए क्रिटिकल इंट्रोडक्शन (2010)। टेलर और फ्रांसेस प्रकाशन.
3. डी.एस. भारद्वाज द्वारा भारत में घरेलू पर्यटन (1998), इंडस पब्लिशिंग कंपनी.

---

#### 4.10 गतिविधियां

---

##### गतिविधि 1

भारत में अपनी पसंद के यात्रा गंतव्य का चयन करें और उस गंतव्य में यात्रा के रुझान से संबंधित डेटा एकत्र करें.

##### गतिविधि 2

भारत में अपनी पसंद के किसी भी यात्रा गंतव्य का चयन करें और क्षेत्र में घरेलू पर्यटन विकास के प्रभाव का सूक्ष्म रूप से मूल्यांकन करें.



ignou  
THE PEOPLE'S  
UNIVERSITY