

International Multidisciplinary
Research Journal

*Indian Streams
Research Journal*

Executive Editor
Ashok Yakkaldevi

Editor-in-Chief
H.N.Jagtap

Indian Streams Research Journal is a multidisciplinary research journal, published monthly in English, Hindi & Marathi Language. All research papers submitted to the journal will be double - blind peer reviewed referred by members of the editorial board. Readers will include investigator in universities, research institutes government and industry with research interest in the general subjects.

Regional Editor

Manichander Thammishetty

Ph.d Research Scholar, Faculty of Education IASE, Osmania University, Hyderabad.

Mr. Dikonda Govardhan Krushanahari

Professor and Researcher ,

Rayat shikshan sanstha's, Rajarshi Chhatrapati Shahu College, Kolhapur.

International Advisory Board

Kamani Perera

Regional Center For Strategic Studies, Sri Lanka

Mohammad Hailat

Dept. of Mathematical Sciences, University of South Carolina Aiken

Hasan Baktir

English Language and Literature Department, Kayseri

Janaki Sinnasamy

Librarian, University of Malaya

Abdullah Sabbagh

Engineering Studies, Sydney

Ghayoor Abbas Chotana

Dept of Chemistry, Lahore University of Management Sciences[PK]

Romona Mihaila

Spiru Haret University, Romania

Ecaterina Patrascu

Spiru Haret University, Bucharest

Anna Maria Constantinovici

AL. I. Cuza University, Romania

Delia Serbescu

Spiru Haret University, Bucharest, Romania

Loredana Bosca

Spiru Haret University, Romania

Ilie Pinteau,

Spiru Haret University, Romania

Anurag Misra

DBS College, Kanpur

Fabricio Moraes de Almeida

Federal University of Rondonia, Brazil

Xiaohua Yang

PhD, USA

Titus Pop PhD, Partium Christian

University, Oradea, Romania

George - Calin SERITAN

Faculty of Philosophy and Socio-Political Sciences Al. I. Cuza University, Iasi

.....More

Editorial Board

Pratap Vyamktrao Naikwade

ASP College Devrukh, Ratnagiri, MS India Ex - VC. Solapur University, Solapur

Iresh Swami

Ex - VC. Solapur University, Solapur

Rajendra Shendge

Director, B.C.U.D. Solapur University, Solapur

R. R. Patil

Head Geology Department Solapur University, Solapur

N.S. Dhaygude

Ex. Prin. Dayanand College, Solapur

R. R. Yalikal

Director Managment Institute, Solapur

Rama Bhosale

Prin. and Jt. Director Higher Education, Panvel

Narendra Kadu

Jt. Director Higher Education, Pune

Umesh Rajderkar

Head Humanities & Social Science YCMOU, Nashik

Salve R. N.

Department of Sociology, Shivaji University, Kolhapur

K. M. Bhandarkar

Praful Patel College of Education, Gondia

S. R. Pandya

Head Education Dept. Mumbai University, Mumbai

Govind P. Shinde

Bharati Vidyapeeth School of Distance Education Center, Navi Mumbai

G. P. Patankar

S. D. M. Degree College, Honavar, Karnataka

Alka Darshan Shrivastava

Shaskiya Snatkottar Mahavidyalaya, Dhar

Chakane Sanjay Dnyaneshwar

Arts, Science & Commerce College, Indapur, Pune

Maj. S. Bakhtiar Choudhary

Director, Hyderabad AP India.

Rahul Shriram Sudke

Devi Ahilya Vishwavidyalaya, Indore

Awadhesh Kumar Shirotiya

Secretary, Play India Play, Meerut (U.P.)

S. Parvathi Devi

Ph.D.-University of Allahabad

S. KANNAN

Annamalai University, TN

Sonal Singh,

Vikram University, Ujjain

Satish Kumar Kalhotra

Maulana Azad National Urdu University



Indian Streams Research Journal



पर्यटन उद्योग में विज्ञापन की भूमिका



सुनील कुमार तिवारी¹, दिलीप कोष्टा²

¹सहायक प्राध्यापक, संत अल्लोयसियस महाविद्यालय (स्वशाशी), जबलपुर (म.प्र.)

²सहायक प्राध्यापक, संत अल्लोयसियस महाविद्यालय (स्वशाशी), जबलपुर (म.प्र.)

प्रस्तावना:

प्राचीन काल से ही मानव ने यात्रा करना प्रारम्भ कर दिया था। जिसका उद्देश्य जीवन निर्वाह, शिक्षा प्राप्ति एवं रोजगार प्राप्त करना होता है। पर्यटन को अंग्रेजी में टूरिज्म कहा जाता है। जिसका आशय होता है आस-पास एवं दूर के क्षेत्र में आवागमन से है। पर्यटन उद्योग का वास्तविक आशय मनोरंजन के लिये की जाने वाली यात्रा से होता है। जिसमें कोई व्यक्ति तथा उसका परिवार अपना समय व्यतीत करने के उद्देश्य से यात्रा करता है। इस यात्रा में एक या अनेक स्थानों को देखने के लिये एक निश्चित कार्यक्रम तैयार किया जाता है।

पर्यटन वर्तमान समय की वह प्रमुख क्रिया है। जो मानव की बढ़ती हुई आवश्यकताओं जैसे- स्वास्थ्य लाभ, हवा में बदलाव, प्राकृतिक दृश्यों एवं मनोहारी दृश्यों का सुन्दर अवलोकन द्वारा आनन्द की अनुभूति कराता है। जिसके प्रतिफलस्वरूप व्यापार, उद्योग तथा वाणिज्य को बढ़ावा मिलता है।

किसी भी राष्ट्र के आर्थिक विकास एवं वित्तीय व्यवस्था में पर्यटन का विशेष महत्व होता है। एवं पर्यटन का विशेष महत्व होता है। एवं पर्यटन अधिकाधिक रूप से प्रचार-प्रसार पर निर्भर करता है। यह प्रचार-प्रसार विज्ञापन कहलाता है। विज्ञापन वह माध्यम है जो पर्यटकों को पर्यटन हेतु आकर्षित करने का कार्य करता है। विज्ञापन के द्वारा ही समाज को पर्यटन स्थल, उसके महत्व एवं विशेषताओं के बारे में विस्तृत रूप से जानकारी प्रदान करता है। जिसके आधार पर पर्यटक पर्यटन स्थल का चुनाव आसानी से कर पाते हैं।

विज्ञापन का आशय:

विज्ञापन से आशय ऐसे लिखित या मौखिक संदेशों से होता है, जो समाज को वस्तु या सेवाओं को क्रय करने या उपयोग करने के लिए प्रोत्साहित करते हैं एवं जिन्हें विभिन्न माध्यमों से जैसे समाचार पत्र, रेडियो, टेलिविजन, इंटरनेट आदि के द्वारा समाज तक पहुंचाया जाता है। जी. बी. गाइल्स के अनुसार विज्ञापन संचार का वह अव्यक्तिगत स्वरूप है जिसका लक्ष्य अवस्यकीय रूप से ग्राहकों (जिसमें मध्यस्थ तथा वितरक भी शामिल हैं) को पहचानी हुई संस्था, वस्तु या सेवा के प्रति समर्थन प्रवृत्ति को अपनाने के लिए प्रोत्साहित करना है।

विज्ञापन के माध्यम:

विज्ञापन पर्यटकों को नवीन स्थल एवं विद्यमान पर्यटन स्थलों के सदर्थ में सभी आवश्यक बातों का प्रचार-प्रसार करने का कार्य निम्नांकित माध्यमों से करता है।

प्रेस विज्ञापन :

यह विज्ञापन का आकर्षक एवं सशक्त माध्यम होता है। क्योंकि इसमें समाचार पत्र, पत्र पत्रिकाओं, जर्नल्स आदि में लिखित एवं आकर्षक रूप में प्रचार प्रसार किया जाता है। व्यक्ति का लगाव पठन पाठन से होना निश्चित है। अतः यही पाठक पर्यटक का रूप ले लेते हैं। इस प्रकार के विज्ञापन मितव्ययी, प्रभावी, आकर्षक एवं लोचपूर्ण होते हैं। जो कम समय में अपना प्रभाव बना लेते हैं। प्रेस विज्ञापन शिक्षित समुदाय में ग्राहकों तक सन्देश पहुँचाने का प्रभावी साधन माना जाता है।

मनोरंजन द्वारा विज्ञापन :

आधुनिक समय में मनोरंजन प्रत्येक व्यक्ति की महत्वपूर्ण आवश्यकता है। जिसके माध्यम से किया गया विज्ञापन एक प्रभावपूर्ण कार्य करता है। सिनेमा, रेडियो, टेलिविजन, नाटक, संगीत कार्यक्रम, मेले व प्रदर्शिनियों में किये गये विज्ञापन व्यक्तियों को अधिक प्रभावित करते हैं और पर्यटकों की संख्या में वृद्धि करते हैं।

डाक द्वारा विज्ञापन :

ग्राहकों को डाक के माध्यम से अनेक प्रकार पर्यटक स्थल की जानकारी एवं अनुकूल समय बताना डाक द्वारा विज्ञापन कहलाता है। इसके माध्यम से ग्राहकों को व्यक्तिगत पत्र, सूची पत्र, डायरियों, अभिनव भेंट, जवाबी लिफाफा, परिपत्र आदि देकर पर्यटन स्थलों का आकर्षक व प्रभावी प्रचार-प्रसार किया जा सकता है।

पर्यटन उद्योग में विज्ञापन की भूमिका :

विज्ञापन के माध्यम में एक वाक्य जो दिखता है, वही बिकता है। पूर्णतः सत्य प्रतीत होता है। क्योंकि पर्यटन के सम्बन्ध में कुछ ऐतिहासिक धरोहर एवं कुछ धार्मिक स्थल हैं। एवं कुछ स्थलों का पर्यटन के लिए विकास किया गया है। परन्तु इन सभी स्थलों को व्यक्तियों एवं पर्यटकों को बार बार ध्यानाकर्षण करने की आवश्यकता है और इस दृष्टि से विभिन्न राज्य सरकारों जैसे- गुजरात सरकार, मध्यप्रदेश सरकार एवं अन्य राज्य सरकारों के द्वारा विज्ञापन अभियान लगातार जारी रखा गया है। जिसके माध्यम से पर्यटकों की संख्या में अभूतपूर्व वृद्धि दर्ज की गई है। इस प्रकार पर्यटकों की संख्या बढ़ने से सरकार के राजस्व में वृद्धि होती है, एवं स्थानीय लोगो को रोजगार की प्राप्ति, होटल उद्योग में वृद्धि होती है।

विज्ञापन के कारण ही अनेक ऐसे स्थलों की जानकारी प्राप्त होती है जो स्मरण में नहीं होते हैं, साथ ही साथ मुख्य स्थल के आसपास अन्य सभी दर्शनीय स्थलों की जानकारी प्राप्त हो जाती है। एवं पर्यटक एक साथ सभी दर्शनीय स्थलों का भ्रमण कर लेता है। भारत वर्ष में पर्यटन उद्योग अधिकांशतः तीर्थ स्थलों पर आधारित है क्योंकि भारत एक धर्म प्रधान देश है, और आस्था प्रमुख देश होने के कारण प्रत्येक धर्म के लोग सम्बन्धित धार्मिक स्थल का भ्रमण अवश्य रूप से करते हैं। प्रभावी विज्ञापन होने से तीर्थयात्री मुख्य रूप से तीर्थस्थल के साथ-साथ उसके आस-पास के स्थलों का भी भ्रमण करते हैं। यह प्रभावी विज्ञापन से ही सम्भव हो पाता है।

पर्यटन उद्योग में विज्ञापन की भूमिका निम्नांकित आधारों पर ज्ञात की जा सकती है।

पर्यटन को बढ़ावा:

विज्ञापन एक ऐसा माध्यम है, जिसके प्रचार व प्रसार होने के कारण पर्यटन उद्योगों में अभूतपूर्व वृद्धि दर्ज की गई है। जिसके कारण उन सभी प्रमुख पर्यटन स्थलों के साथ-साथ अन्य अपरिचित स्थलों को भी बढ़ावा दिया गया एवं पर्यटन स्थल सम्बन्धी प्रमुख जानकारी प्राप्त हो जाती है, एवं पर्यटक इन्हीं जानकारीयों के आधार पर अपना पर्यटन कार्यक्रम तैयार करते हैं।

सरकार के राजस्व में वृद्धि:

पर्यटन में विज्ञापन अभियान चलाने से पर्यटकों की संख्या में वृद्धि होती है। जिससे स्थानीय सरकार, राज्य सरकार एवं केंद्र सरकार को विभिन्न तरह के करों के माध्यम से राजस्व की प्राप्ति होती है। पर्यटन प्रशासनिक आय का प्रमुख साधन है। सरकार को विभिन्न प्रकार की सेवाओं से सर्विस टैक्स (सेवा कर) वस्तुओं के उत्पादन पर आवश्यक शुल्क, स्थानीय लोगो की आय पर आयकर एवं वस्तुओं की बिक्री होने से मूल्यवर्धित कर के रूप में राजस्व की प्राप्ति होती है।

होटल उद्योगों का विकास:

आकर्षक एवं योग्य विज्ञापन पर्यटकों को पर्यटन हेतु अभिप्रेरित करते हैं। जिसके कारण पर्यटन स्थलों पर विभिन्न प्रकार की होटलों, धर्मशालाओं एवं यात्री निवास की संख्या में दिन प्रतिदिन अभूतपूर्व वृद्धि होती जा रही है। पर्यटक अपनी व्यय शक्ति के आधार पर रुकने के स्थल का चयन कर लेते हैं। इसके साथ साथ विभिन्न तरह के खान पान हेतु व्यवस्थाएं भी निर्मित की जाती हैं। जिसका उपयोग पर्यटकों के द्वारा किया जाता है। कुछ पर्यटक स्थल विशेष समय अवधि पर अपना कारोबार कर पाते हैं। क्योंकि पर्यटन स्थल जलवायु एवं भौगोलिक कारणों से वर्ष पर्यन्त पर्यटकों के लिए उपलब्ध नहीं होता है।

यातायात के साधनों का विकास:

पर्यटन सेवाओं में परिवहन का महत्वपूर्ण स्थान होता है। यदि पर्यटन व्यवस्था सुदृढ़ ना हो तो पर्यटन सफल नहीं हो सकता है। यह पर्यटकों को विभिन्न पर्यटन स्थलों पर पहुँचाने का कार्य करती है। प्रत्येक पर्यटन स्थल आवागमन हेतु अनेक

यातायात के साधनों को विकसित करने का कार्य करते हैं। इस हेतु सड़क, रेल, एवं वायु मार्ग द्वारा विभिन्न सुविधाएं पर्यटकों को प्रदान की जाती है। यदि पर्यटकों को परिवहन की उचित सुविधाएं प्राप्त होती हैं तो वह स्वयं इसका विज्ञापन अर्थात् प्रचार प्रसार करता है।

रोजगार में वृद्धि:

पर्यटन स्थलों का प्रचार-प्रसार (विज्ञापन) होने से उसकी लोकप्रियता बढ़ती जाती है, एवं विभिन्न तरह की सेवाओं की मांग बढ़ती जाती है। इस तरह खान पान हेतु होटलों, निवास स्थान हेतु धर्मशाला एवं होटलों तथा यातायात के साधनों का विकास होता है। इन सभी कार्यों हेतु विभिन्न प्रकार से स्थानीय लोगों को रोजगार प्राप्त होता है, एवं उनका जीवन स्तर उन्नत होता है। और देश का आर्थिक विकास सम्भव हो पाता है।

यात्री सुविधाओं में वृद्धि:

विज्ञापन द्वारा पर्यटन स्थलों का प्रचार-प्रसार होने से पर्यटकों की संख्या में दिनो-दिन वृद्धि होती है। परन्तु आवश्यक है कि यात्रियों को उन्हे मिलने वाली सुविधाओं जैसे बैंकिंग सुविधा, निवास स्थान की सुविधा, खान पान व जल-पान की सुविधा, यातायात की सुविधा, संचार की सुविधा आदि में उचित वृद्धि होती है जिससे पर्यटक संतुष्ट होकर अपने घर वापस जा सकें।

विभिन्न उद्योगों का निर्माण:

पर्यटन स्वयं एक उद्योग है। परन्तु इसके साथ विभिन्न अन्य उद्योग भी जुड़ जाते हैं। पर्यटन उद्योग अर्थव्यवस्था का एक अभिन्न भाग है जो कि पर्यटकों को उनकी इच्छानुसार वस्तुएं एवं सेवाएं उपलब्ध कराता है। इन उद्योगों में प्रमुख होटल, रेस्टोरेंट, परिवहन, यात्रा संचालन सम्बन्धी उद्योग शामिल हैं। इसके साथ साथ लघु उद्योग, कुटीर उद्योग, कपड़ा उद्योग आदि भी फलते-फूलते हैं। पर्यटकों को पर्यटन स्थल पर नयी-नयी सामग्रियों आकर्षित करती हैं। जिसका प्रमुख कारण उद्योगपति यंत्रों व कल पुर्जों का स्थान दूढ़ने से पहले पर्यटकों हेतु आवास सुविधाएं एवं मनोरंजन के साधनों पर अधिक ध्यान देते हैं। उद्योगों को बाहर से आकर्षित करने के साथ साथ उद्योगों को बढ़ाने में भी मदद करते हैं।

प्राचीन नगरों का सुधार एवं विकास:

विज्ञापन के माध्यम से प्रचार करते समय ऐतिहासिक महत्व की धरोहर, प्राकृतिक स्थलों के साथ साथ अन्य विकसित किये गये स्थलों एवं खान-पान व निवास की सुविधाओं का भी प्रचार-प्रसार किया जाता है। जिससे पर्यटन स्थल में इमारतें, स्मारक व ऐतिहासिक स्थलों के साथ साथ संग्रहालय, चिडियाघर, चित्रशाला आदि का निर्माण व सुधार किया जाता है। जिससे कि पर्यटक इनका भी अवलोकन कर सकें।

संचार के साधनों का विकास:

पर्यटकों के आने से संचार के साधनों का भरपूर उपयोग किया जाता है। जिससे दूरसंचार कम्पनियों को भी लाभ अधिक मात्रा में प्राप्त होता है। एवं पर्यटकों को अपने घर परिवार से संचार की बेहतर सुविधा प्राप्त होती है तथा उन सभी पर्यटन स्थल को संचार के साधन में पिछड़े हुए हैं उन सभी पर ज्यादा ध्यान देकर उनकी सुविधाओं को श्रेष्ठतम करने का प्रयास किया जाता है।

तुलनात्मक अध्ययन सम्भव:

पर्यटन स्थलों का विज्ञापन करने से एवं ना करने से दोनों की तुलनात्मक अध्ययन करना सम्भव हो जाता है। देश के ऐसे अनेक प्रदेश हैं, जिनसे पर्याप्त विज्ञापन होने से उनके यहाँ पर्यटकों की संख्या में अभूतपूर्व वृद्धि दर्ज की गई है। जिनमें गुजरात, केरल, मध्यप्रदेश एवं उत्तराखंड प्रमुख हैं। जिसमें विज्ञापन के पूर्व एवं विज्ञापन के पश्चात पर्यटकों की संख्या में अधिक वृद्धि दर्ज की गई है।

निष्कर्ष के रूप में कहा जा सकता है, कि पर्यटन एवं पर्यटन एवं पर्यटकों को अभिप्रेरित एवं आकर्षित करने का प्रमुख साधन विज्ञापन है। जो कि पुराने पर्यटकों को बार बार एवं नये पर्यटकों को पर्यटन स्थल आने के लिए सर्वथा प्रेरित करता है। विज्ञापन के कारण ही कुछ राज्यों की अर्थव्यवस्था पर्यटन पर पूर्णरूपेण निर्भर रहती है एवं अन्य स्थलों पर भी अपनी महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाती है। अतः कहा जा सकता है कि पर्यटन, पर्यटक एवं अर्थव्यवस्था में उचित, योग्य, आकर्षित एवं प्रभावी विज्ञापन की अत्यन्त महत्वपूर्ण भूमिका है।



सुनील कुमार तिवारी

सहायक प्राध्यापक, संत अलॉयसियस महाविद्यालय (स्वशाशी), जबलपुर (म.प्र.)

Publish Research Article

International Level Multidisciplinary Research Journal

For All Subjects

Dear Sir/Mam,

We invite unpublished Research Paper, Summary of Research Project, Theses, Books and Book Review for publication, you will be pleased to know that our journals are

Associated and Indexed, India

- ★ International Scientific Journal Consortium
- ★ OPEN J-GATE

Associated and Indexed, USA

- Google Scholar
- EBSCO
- DOAJ
- Index Copernicus
- Publication Index
- Academic Journal Database
- Contemporary Research Index
- Academic Paper Database
- Digital Journals Database
- Current Index to Scholarly Journals
- Elite Scientific Journal Archive
- Directory Of Academic Resources
- Scholar Journal Index
- Recent Science Index
- Scientific Resources Database
- Directory Of Research Journal Indexing

Indian Streams Research Journal
258/34 Raviwar Peth Solapur-413005, Maharashtra
Contact-9595359435
E-Mail-ayisrj@yahoo.in/ayisrj2011@gmail.com
Website : www.isrj.org