टिप्पणियाँ

21

यात्रा-एजेंसियों के कार्य एवं पर्यटन-संचालन

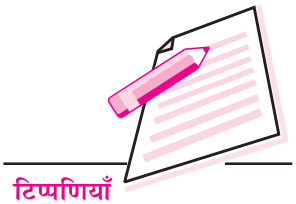
विश्व-भर में पर्यटन विकास के संवर्धन में यात्रा-एजेंट और पर्यटन-संचालक महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। वर्तमान में, इन्हें यात्रा व पर्यटन उद्योग का महत्वपूर्ण घटक माना जाता है। ये ग्राहक और आपूर्तिकर्ता को मिलवाकर यात्रा के व्यापारिक लेन-देन से आय अर्जित करते हैं। एक अनुमान के अनुसार विश्व भर में 70 प्रतिशत घरेलू व 90 प्रतिशत अंतरर्राष्ट्रीय पर्यटक इनके द्वारा यात्रा करते हैं।

इस अध्याय में हम यात्रा-एजेंसियों और पर्यटन-संचालकों के प्रमुख कार्यो जैसे विपणन और प्रचार, टिकटों का आरक्षण, यात्रा कार्यक्रम की तैयारी, पर्यटन-पैकेजों की रूपरेखा तैयार करना, यात्रा दस्तावेजों का प्रक्रमण, यात्रा बीमा, यात्रा शोध, पर्यटन आयोजन इत्यादि पर चर्चा करेंगे।

उद्देश्य

इस पाठ के अध्ययन के पश्चात आप :

- विपणन और प्रचार के महत्व की व्याख्या कर सकेंगे;
- निम्नलिखित के कार्यों को स्पष्ट कर सकेंगे- टिकटों का आरक्षण, होटलों के कमरों का आरक्षण, क्षेत्रीय सेवाओं का आरक्षण, समुद्री पर्यटन पैकेजों का विक्रय;
- पर्यटन के विपणन में वृद्धि के लिए प्रशिक्षण या अनुसंधान का संचालन कर सकेंगे;
- कंपनी के सामाजिक दायित्व की प्रासंगिकता का विश्लेषण कर सकेंगे;
- पर्यटन-पैकेज की रूपरेखा तैयार कर सकेंगे;
- एफआईटी, जीआईटी और एफएएम पर्यटनों का संचालन कर सकेंगे;
- यात्रा संबंधी जानकारी प्रदान कर सकेंगे;



- सरकारी तथा निजी पर्यटन संगठनों में समन्वय स्थापित कर सकेंगे और
- आपदा से निपटने की तैयारी में योगदान को समझ सकेंगे।

21.1 विपणन और प्रचार

सामान्य रूप से पर्यटन उत्पादों का विपणन और प्रचार करना एवं विशेष पर्यटन-पैकेज और अन्य सेवाएँ प्रदान करना, यात्रा-एजेंसियों और पर्यटन-संचालकों के प्रमुख कार्यों में से एक है। ये सभी प्रकार की यात्रा सेवाओं जैसे पर्यटन-पैकेज, होटल सेवाएँ, हवाई सेवाएँ, टैक्सी कार की सेवाएँ, यात्रा बीमा जैसी सेवाओं के संवर्धन तथा विपणन में शामिल होते हैं। ये अपने उत्पादों के विपणन और प्रचार में मुद्रित तथा इलेक्ट्रोनिक माध्यमों का प्रयोग करते हैं।

यह बात समझ लेना अत्यावश्यक है कि वे गंतव्य स्थल, गंतव्य स्थल के आकर्षण और गंतव्य स्थलों के अन्य घटकों के विपणन और प्रचार में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। अपने उत्पादों के विपणन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाने के साथ ये गंतव्य स्थलों की छवि और उन स्थलों को ब्रांड बनाने हेतु दूत की भूमिका भी निभाते है। विपणन और प्रचार अज्ञात स्थलों को भी पर्यटकों की जानकारी में ला सकते हैं। आजकल लोकप्रिय पर्यटन स्थल अत्याधिक भीड़भाड़ वाले होते जा रहे हैं। ऐसे में लोग अज्ञात क्षेत्रों की तरफ आकर्षित हो रहे हैं। इस प्रकार का प्रचलन ग्रामीण तथा दूरस्थ क्षेत्रों में लोगों को रोजगार के अवसर प्रदान कर सकता है। अत: यात्रा-एजेंसियों तथा पर्यटन-संचालकों को विपणन और प्रचार की प्रक्रिया में ईमानदार रहना चाहिए।

21.2 टिकटों का आरक्षण

यात्रा-एजेंसियाँ तथा पर्यटन-संचालक विभिन्न उत्पाद बेचते हैं परंतु फिर भी टिकटों का आरक्षण उनकी आय का एक महत्वपूर्ण साधन है। हवाई टिकटों, रेलवे टिकटों, जहाज एवं बस की टिकटों का आरक्षण या तो एजेंसी के कार्यालय जाकर या फिर आजकल ऑनलाईन उपलब्ध होने वाले आरक्षण सुविधाओं द्वारा करवाया जा सकता है। भारत में हवाई कंपनियों में कड़ी प्रतिस्पर्धा और कम कीमत पर यात्रा उपलब्ध करवाने के कारण हवाई कंपनियाँ भारत और विश्व भर में ये कंपनियाँ यात्रा-एजेंसियों के लिए शून्य कमिशन पर कार्य कर रही हैं। हाल के वर्षों में धीरे-धीरे यह परिदृश्य बदल रहा है और यात्रा-एजेंसियाँ टिकटों का विक्रय ऑनलाईन कर रही हैं। वैश्विक वितरण प्रणाली ने टिकटों के विक्रय के परंपरागत तरीकों को बदल दिया है।

क्रियाकलाप 21.1

क्या आपने कभी टिकटों का आरक्षण 'ऑनलाईन' किया है? इस कार्य को करने का प्रयास करें। आईआरसीटीसी की वेबसाइट पर जाएँ। वहाँ अपना लॉग-इन आईडी बनाएँ और दिए गए पासवर्ड का प्रयोग करें तथा किसी भी जगह का टिकट आरक्षित कराएँ। यदि आप यात्रा करने के इच्छुक न हो तो लिया हुआ टिकट रद्द कर सकते हैं। इसलिए परेशान न हों। टिकट रद्द कराने पर कुछ राशि काट ली जाती है।

21.2.1 होटल के कमरों का आरक्षण

पहले कंप्यूटर आरक्षण प्रणाली ने और आज वैश्विक वितरण प्रणाली ने होटल में कमरों का आरक्षण करने के तरीकों का आधुनिकीकरण किया है। आजकल होटल सभी प्रकार की आवश्यक जानकारी जैसे होटल की श्रेणी, कमरों के प्रकार, सुविधाएँ तथा सेवाएँ, भोजन व्यवस्था, शुल्क सूची और समयानुसार देय रियायतों की सूचना पहले ही प्रदान कर देते हैं। ग्राहक कमरों के बारे में जानकर और तुलना करके अपनी पसंद का कमरा आरक्षित करा सकते हैं। इंटरनेट बैंकिग या डेबिट/क्रेडिट कार्ड के द्वारा ऑनलाईन भुगतान भी किया जा सकता है। कमरों का ब्यौरा और सुविधाएँ वास्तव में वैसी ही होनी चाहिए जैसा उन्हें ऑनलाइन बताया गया हो, ताकि अतिथि स्वयं को ठगा हुआ महसूस न करें।

? क्या आप जानते है

भारत की प्रथम निजी यात्रा कंपनी

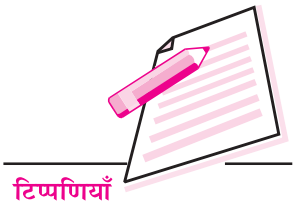
पल्लोनजी कटग्रा और जमशेदजी दस्तूर ने जीना एंड कंपनी (जहाज़रानी और निर्यात कंपनी) की स्थापना की थी। उन्होंने 75 यूएस डॉलर की थोड़ी-सी पूँजी से 1900 में इसकी शुरुआत की थी। फिर 1920 में जीना टूर एंड ट्रेवल्स नाम से इस कंपनी का यात्रा के क्षेत्र में विस्तार किया गया। यह भारत की प्रथम निजी यात्रा-एजेंसी बन गई वर्ष 1961 में, जीना टूर एंड ट्रेवल्स, यात्रा निगम (भारत) प्राइवेट लिमिटेड के साथ एकीकृत हो गई कटग्रा के सक्रिय नेतृत्व के अंतर्गत यह भारत की सबसे बड़ी यात्रा कंपनी के रूप में उभरी।

वर्ष 1951 में, भारत में व्यवस्थित यात्रा व्यापार को मज़बूत बनाने के लिए भारतीय यात्रा-एजेंट संघ (टीएएआई) की स्थापना की गई टीएएआई से पहले भारत में यात्रा व्यापार जीना एंड कंपनी; ली एंड मुरिहेड इंडिया प्राइवेट लिमिटेड और एन. जमनादास एंड कंपनी लिमिटेड के हाथों में था। इनमें से जीना विदेशी पर्यटन का कार्य भी करने लगी।

वर्ष 1967 में, एक केबिनेट मंत्री के अधीन 'पर्यटन मंत्रालय और नागर विमानन' पृथक मंत्रालय के रूप में गठित हुआ। इसके पश्चात् भारत में पहली बार इस व्यवसाय में एकीकृत विपणन योजना को विकसित किया गया, जो अब एक उद्योग का रूप ले चुका है।

21.2.2 क्षेत्रीय सेवाओं का आरक्षण

गंतव्य स्थलों पर क्षेत्रीय संचालक, पर्यटकों को कई क्षेत्रीय सेवाएँ प्रदान करते हैं- जैसे गाड़ी, प्रशिक्षक, कारवाँ, मनोरंजन टीम, गाइड, अनुवादक आदि। अधिकतर स्थितियों में ऐसी सेवाओं का आरक्षण पर्यटन-पैकेज के रूप में होता है परंतु आजकल इन क्षेत्रीय सुविधाओं का लाभ, कोई भी अपनी आवश्यकता अनुसार सेवा प्रबंधकों के कार्यालयों में जाकर या ऑनलाईन आरक्षित करवा के भी उठा सकता है।



21.2.3 समुद्री पर्यटन-पैकेज का विक्रय

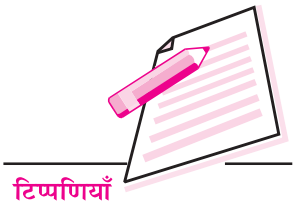
क्रूज पानी पर चलते हैं अत: कभी-कभी प्रत्यक्ष विक्रय की हानि होती है, परंतु जब तक मध्यस्थ उपलब्ध हैं तब तक इसका कोई महत्व नहीं कि आप कहाँ से संचालन कर रहे हैं। यात्रा-एजेंसियाँ तथा पर्यटन-संचालक संभावित ग्राहकों को समुद्री पर्यटन के पैकेज पूरी सक्रियता से बेचते हैं। अधिकांश एजेंसियाँ पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए भिन्न-भिन्न प्रकार के प्रस्तावों और निशुल्क सेवाओं का प्रलोभन देकर समुद्री पर्यटन-पैकेजों का प्रचार एवं विपणन कर रही हैं।

यात्रा-एजेंसियों एवं पर्यटन-संचालकों के कार्य	
1 विपणन और प्रचार	पर्यटन-पैकेज गंतव्य स्थल, आकर्षण और अन्य सेवाएँ
2 टिकटों का आरक्षण	हवाई कंपनियाँ रेलवे बसें यात्री समुद्री जहाज आयोजन
3 आवास आरक्षण	होटल रिजोर्ट्स मोट्लस घर में ठहराना आदि।
4 क्षेत्रीय सेवाओं का आरक्षण	कारें कोच सेवाएँ कारवाँ मनोरंजन प्रविष्टियाँ गाइड, अनुवादक
5 यात्रा कार्यक्रम तैयार करना	भिन्न प्रकार की यात्रा योजनाओं को बनाना और उनकी व्यवहारिकता की जाँच करना
6 पर्यटन पैकेजिंग और लागत निर्धारण	विक्रेता के साथ लेनदेन बाजार अनुसंधान लागत एवं मूल्य निर्धारण पर्यटन-पैकेजों की रूपरेखा तैयार करना प्रचार और विक्रय

7 यात्रा-सूचनाएँ एवं दस्तावेज प्रसंस्करण	संचालन संबंधी पूछताछ परामर्शन यात्रा तथा गंतव्य की जानकारी पासपोर्ट वीज़ा चुंगी मुद्रा स्वास्थ्य तथा सुरक्षा जाँच के अनुमति पत्र आप्रवासन आदि
8 शोध, प्रशिक्षण और विकास	बाजार का अध्ययन ग्राहक का व्यवहार मानव शक्ति का प्रशिक्षण कौशल को बढ़ाना नवीन उत्पाद का विकास
9 यात्रा बीमा	वैयक्तिक सामान यात्रा विच्छेद दुर्घटना आदि
10 समारोह प्रबंधन	बैठकें यात्रा प्रलोभन सम्मेलन, सभाएँ, प्रदर्शनियाँ, संगोष्ठियाँ आदि
11 सीएसआर	हित धारकों, ग्राहकों, समुदाय और गुणवत्ता नीतियों के प्रति कंपनी का सामाजिक उत्तरदायित्व

क्रियाकलाप 21.2

आसपास की किसी यात्रा-एजेंसी/पर्यटन-संचालक के पास जाएँ और विदेश यात्रा करने हेतु आवश्यक औपचारिकताओं का पता लगाएँ। उन्हें यात्रा प्रलेखों की प्रतिलिपियाँ दिखाने के लिए कहें तथा प्रतिलिपियों को प्राप्त करके संबंधित विवरणों को नोट कर लें।



पाठगत प्रश्न 21.1

1. विपणन और प्रचार करने के लिए किस प्रकार के तरीकों का प्रयोग किया जा रहा है?
2. किस तकनीक ने टिकटों के आरक्षण की गति को तेज़ किया है?
3. ऑनलाइन भुगतान करने के माध्यम कौन-से हैं?
4. सी आर एस का पूर्ण रूप लिखिए।
5. भारत की प्रथम निजी यात्रा कंपनी का नाम लिखिए।

21.3 यात्रा प्रलेखों की तैयारी तथा प्रक्रमण

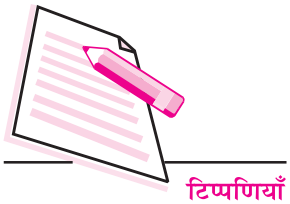
कुछ दस्तावेज सूचीबद्ध हैं जिनकी आवश्यकता, विशेष तौर पर, विदेश जाने के लिए पड़ती है। यात्रा-दस्तावेज जैसे पासपोर्ट, वीज़ा (यह पासपोर्ट पर लगा एक हस्ताक्षर है जो कि यह स्पष्ट करता है कि धारक को निश्चित समय सीमा के अंतर्गत किसी देश में प्रवेश, छोडने या रहने की अनुमति प्राप्त है), स्वास्थ्य प्रमाणपत्र, टीकाकरण, बीमा, विदेशी मुद्रा आदि है। संबंधित दूतावास से वीज़ा का पत्र प्राप्त करने में समय लगता है। यात्रा-एजेंसियों और पर्यटन-संचालकों द्वारा अपने ग्राहकों को परेशानी से मुक्त यात्रा करवाने के लिए इन सब कार्यों को किया जाता है। यात्रा-दस्तावेज बहुत ही अनिवार्य होते हैं। यदि ये उचित रूप से व्यवस्थित न हो तो पर्यटकों को, विशेषरूप से विदेशी यात्राओं में, बड़ी मुश्किल का सामना करना पड़ सकता है। इन दस्तावेजों के ठीक से व्यवस्थित न होने पर उन्हें देश में प्रवेश करने से रोका जा सकता है।

21.3.1 बजट निर्धारण तथा आबंटन

किसी भी संस्था या फर्म का वित्तीय प्रबंधन अत्यंत महत्वपूर्ण कार्य होता है। विभिन्न क्रियाकलापों के लिए बजट बनाना और संपूर्ण यात्रा को सुगम बनाना प्रबंधन का महत्वपूर्ण कार्य होता है। वे आबंटन से पहले सही वार्षिक बजट बनाते हैं और आबंटन से पहले विशेष कार्यक्रमों के लिए बजट का निर्धारण करते हैं। फिर बजट निर्धारण के आधार पर धन, मानवशक्ति तथा अन्य संसाधनों को आवंटित किया जाता है। बजट निर्धारण और संसाधनों के पर्याप्त आवंटन के बिना किसी भी संगठन के जीवन की कल्पना करना मुश्किल है।

21.3.2 शोध तथा विकास

बड़ी यात्रा फर्मों के पास आमतौर पर उनके अपने शोध और विकास विभाग होते हैं। इनके द्वारा शोध और विकास के कई क्रियाकलाप किए जाते हैं- जैसे बाजार अनुसंधान अध्ययन, यात्रा नियोजन, व्यवहारिकता, नवीन पर्यटन-पैकेजों की रूपरेखा, नवीन उत्पादों का विकास, ग्राहक प्राथमिकता अध्ययन, ब्रांडिग नीतियाँ, उत्पादों की लागत आदि। हाँलाकि छोटी फर्मों के लिए शोध करना सम्भव नहीं हो पाता, तब भी वे स्थलीय स्तर पर सीमित शोध और विकास में सम्मिलित रहती हैं। शोध



टिप्पणियाँ

और विकास किसी भी फर्म को बनाए रखने, बाज़ार का विस्तार करने और पर्यटकों को बेहतर सेवा प्रदान करने में सहायक होता है।

21.3.3 कंपनी का सामाजिक दायित्व

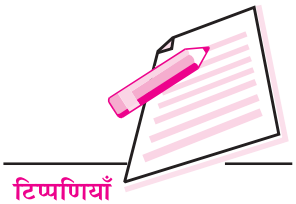
हाल तक कंपनी का सामाजिक दायित्व उस समाज या समुदाय के प्रति माना जाता था जिनके साथ वे कार्यरत हों परंतु वर्तमान बाज़ार अर्थव्यवस्था में यह अपनी हैसियत दिखाने का एक वैकल्पिक तरीका बन चुका है। यात्रा-एजेंसियाँ और पर्यटन-संचालक भी अपने सामाजिक दायित्व के एक भाग के रूप में सामाजिक मुद्दों, समुदायिक विकास और जन-जागरण में भागीदारी कर रहे हैं। गंतव्य स्थल की सतत वहनता उद्योग के हितधारकों के सामाजिक दायित्व के निर्वाह से ही सम्भव है। अत: कंपनी के सामाजिक दायित्व की दृष्टि से यात्रा-उद्योग के लिए इन यात्रा फर्मों की भूमिका महत्वपूर्ण है। यात्रा-एजेंसियों और पर्यटन-संचालकों के लिए यह सुनिश्चित करना आवश्यक है कि उनके क्रियाकलाप किसी समुदाय या लोगों के जीवन पर बुरा प्रभाव नहीं डालेंगे। आजकल कंपनी का सामाजिक दायित्व आकर्षण प्राप्त करने की नवीन उक्ति बन चुका है। इस का अर्थ है कि व्यापारिक संगठनों को समाज के प्रति प्रत्यक्ष रूप से कुछ सकारात्मक सहयोग देना चाहिए। वे कुशल जन शक्ति का निर्माण करने के लिए प्रशिक्षण तथा विकास संबंधी सुविधाएँ प्रदान कर सकते हैं। वे स्थानीय सरकारी विद्यालयों में मूल-भूत सुविधाएँ प्रदान करने, महिला-सशक्तिकरण आदि करने में सहायता कर सकते हैं।

21.4 प्रशिक्षण और विकास

किसी भी संस्थान के लिए मानव संसाधन उसका मेरुदंड है। सेवा उद्योग के संदर्भ में इसकी भूमिका महत्वपूर्ण है। दर्शकों/ग्राहकों की देखरेख करने के लिए कुशल मानवशक्ति की आवश्यकता होती है। यह केवल प्रशिक्षित पेशेवरों के सामूहिक प्रयत्नों द्वारा ही संभव है। अत: संगठन की प्रगति और गुणवत्ता को बढ़ाने के उद्देश्य से इसे यात्रा-एजेंसियों और पर्यटन-संचालकों के प्रमुख कार्यों में से एक माना गया है। कर्मचारियों को औद्योगिक अनुकूल कौशलों, ग्राहकों की देखरेख, संकट प्रबंधन, सौम्य कौशलों, विक्रय एवं विपणन और परिचालन कौशलों में परिवर्तित प्रौद्यिगकी के अनुरूप अपडेट करने के लिए प्रशिक्षित किया जाता है। इससे विशेषत: मानव संसाधन की क्षमता में वृद्धि करने तथा समान्य रूप से संस्था के कारोबार में वृद्धि होगी।

पाठगत प्रश्न 21.2

1. कुछ यात्रा-दस्तावेजों को सूचीबद्ध कीजिए।
2. वीज़ा क्या है?
3. यात्रा कंपनियों द्वारा की जाने वाले कुछ शोध और विकास संबंधी गतिविधियों को सूचीबद्ध कीजिए।
4. सीएसआर से क्या अभिप्राय है?
5. यात्रा कंपनियों द्वारा अपने कर्मचारियों को किस प्रकार का प्रशिक्षण दिया जाता है?



21.5 पर्यटन-पैकेज की रूपरेखा

किसी भी यात्रा-एजेंसी और पर्यटन-संचालक के लिए यात्रा कार्यक्रम बनाना, पर्यटन-पैकेज तैयार करना और लागत तय करना समान रूप से महत्वपूर्ण कार्य हैं। पर्यटन बाजार में बढ़ती प्रतिस्पर्धा के चलते एजेंसी को बनाए रखने तथा आय अर्जित करने की दृष्टि से अपने उत्पादों को दूसरों से भिन्न रखना बहुत ही महत्वपूर्ण है। शोध तथा विकास विभागों की विशेषज्ञ टीमें तथा अनुभवी यात्रा-प्रबंधक यात्रा कार्यक्रम बनाने, परिचयात्मक यात्राओं के संचालन, यात्रा योजनाओं की व्यवहारिकता का अध्ययन करने जैसी क्रियाओं में सम्मिलित रहते हैं। इसके पश्चात् ये पर्यटन पैकेजों की रूपरेखा तैयार करने, लागत निर्धारण करने और अंत में बाज़ार में पेश करने का कार्य करते हैं।

इस प्रकार यात्रा-एजेंसी पर्यटन के विकास और प्रचार की संपूर्ण प्रक्रिया में बहुत महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है।

? क्या आप जानते है

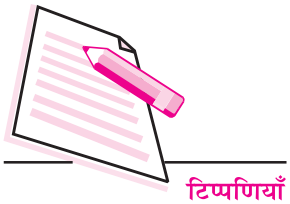
आईआरसीटीसी पानी भी बेचती है!

''रेलनीर'', बोतल का पानी आईआरसीटीसी का उत्पाद है और इसके लिए 'बोटलिंग' की उनकी अपनी अलग इकाई हैं। भारतीय रेलवे खानपान एवं पर्यटन निगम, रेल मंत्रालय के अधीन एक सार्वजनिक क्षेत्र का उद्यम है। भारतीय रेलवे का आधुनिकिकरण करने, इसे पेशेवर बनाने व खानपान और अतिथि सेवाओं की व्यवस्था करने हेतु 27 सितंबर 1999 को भारतीय रेलवे की एक शाखा के रूप में आईआरसीटीसी को शामिल किया गया था।

इस आदेश का पालन करते हुए, इस कंपनी ने यात्री-सेवाओं के उन्मुख व्यवसायों जैसे रेलवे परिसर में फूड प्लाज़ा की स्थापना, रेल पर्यटन-पैकेज, और इंटरनेट द्वारा टिकटों की व्यवस्था आदि सेवा क्षेत्रों में महत्वपूर्ण पहचान बनाई है। इसके ये सेवा व्यवहार पेशेवर अंदाज़ में उभरे हैं। इसके अतिरिक्त, आईआरसीटीसी राजधानी/शताब्दी/दूरंतो और मेल/एक्सप्रेस ट्रेनों में खानपान की व्यवस्था करती है। इसके साथ-साथ भारतीय रेलवे के नेटवर्क में स्थित खानपान इकाईयों जैसे जलपान कक्ष, एवीएम, पुस्तकों की दुकानें, दूध की दुकाने, आईस्क्रीम की दुकाने, पेठे और पेड़े की दुकानों आदि की व्यवस्था करती हैं।

21.6 एफआईटी (आत्मनिर्भर विदेशी यात्रा), जीआईटी (समूह संयुक्त पर्यटन) और एफएएम (परिचयात्मक पर्यटन) पर्यटनों का संचालन

यदि विशेषज्ञ टीमों के लिए पर्यटन पैकेजों की रूपरेखा तैयार करना महत्वपूर्ण हैं तो संचालन टीमों के लिए स्वतंत्र विदेशी यात्रा/स्वतंत्र वैयक्तिक यात्री, समूह संयुक्त पर्यटन और परिचयात्मक



टिप्पणियाँ

पर्यटन का संचालन करना और भी अधिक महत्वपूर्ण होता है। इन समूहों तथा व्यक्तियों की माँग को पूरा करने के लिए कभी-कभी विशिष्ट पैकेजों की आवश्यकता होती है। ऐसे पर्यटन-पैकेजों के विक्रय से पहले सुस्पष्ट शर्तें तय होनी चाहिए। पर्यटन-पैकेज में यात्रा सहयोगियों, अनुवादकों, गाइड, यात्रा औपचारिकताओं को ध्यान में रखा जाता है। पर्यटन योजनाओं/पर्यटन पैकेजों की व्यवहारिकता एवं गंतव्य प्रचारकों और अन्य सेवा प्रबंधकों के सहयोग से यात्रा-एजेंसियाँ और पर्यटन-संचालक एफआईटी और जीआईटी के अतिरिक्त एफएएम पर्यटनों का भी संचालन करती हैं।

21.6.1 यात्रा-सूचना का प्रावधान

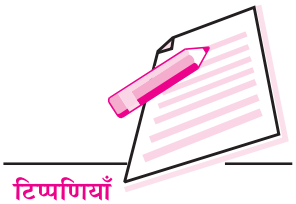
सम्भावित पर्यटन ग्राहकों के लिए यात्रा संबंधित सूचना प्राथमिक रूप से प्रेरक होती है। दर्शकों को पर्यटक/ग्राहकों के रूप में बदलना महत्वपूर्ण है। यह तभी संभव है जब उन्हें सही सूचना प्रदान की जाए। चूँकि सूचना बहुत व्यापक होती है, इसके लिए उचित व्यवस्था और खोज क्रियाविधि की आवश्यकता होती है। एजेंसियों तथा संचालकों के द्वारा विभिन्न सूचनाएँ जैसे गंतव्य स्थल, आकर्षण, कीमत और शुल्क, आवासीय विकल्प, यात्रा के माध्यम, पर्यटन-पैकेज, यात्रा संबंधी औपचारिकताओं आदि सहित बहुत सारी सूचनाएँ प्रदान की जाती हैं। सूचनाओं को न सिर्फ एजेंसियों के काउंटरों पर वरन् मुद्रित, इलेक्ट्रानिक माध्यम तथा ग्राहक देख-रेख सेवा केंद्रों द्वारा प्रदान किया जाता है।

क्रियाकलाप 21.3

किसी प्रमुख स्थानीय यात्रा-एजेंट/पर्यटन-संचालक को फ़ोन कीजिए और उसके पर्यटन-पैकेजों के बारे में पूछताछ कीजिए और भिन्न सूचनाओं जैसे यात्रा का माध्यम, आवास, भोजन-योजना, आकर्षण, क्रियाकलाप तथा यात्रा स्थलों पर विभिन्न कार्यक्रमों आदि की जानकारी एकत्रित कीजिए।

21.7 सरकारी और निजी पर्यटन संस्थाओं में समन्वय

सरकारी और निजी पर्यटन संस्थाएँ यात्रा-उद्योग के महत्वपूर्ण अंग हैं। इसीलिए यात्रा-एजेंसियाँ और पर्यटन-संचालक अपने निजी लाभों के लिए उनके साथ समन्वय स्थापित करने में रूचि रखते हैं। भारत में पर्यटन मंत्रालय प्रमुख नीति निर्माता है। भारतीय पर्यटन-संचालक संघ, भारतीय यात्रा-एजेंट संघ कुछ प्रमुख पर्यटन संस्थान हैं। सार्वभौमिक यात्रा-एजेंट संघ, पेसेफिक एशिया यात्रा संघ, विश्व यात्रा-एजेंसी संघ, संयुक्त राष्ट्र विश्व पर्यटन संगठन, अंतर्राष्ट्रीय हवाई यातायात संघ और विश्व यात्रा एवं पर्यटन परिषद; विश्व की कुछ लोकप्रिय यात्रा संस्थाएँ हैं। इन संगठनों के साथ आँकड़ों को सांझा करना, सदस्यता, नीतियों हेतु सुझाव, यात्रा बाजारों में सहभागिता आदि द्वारा समन्वय स्थापित किया जा सकता है।



21.7.1 यात्रा-बीमा

यात्रा-बीमा यात्रियों के वैयक्तिक व सामान की हानियों से बचाव के रूप में सुरक्षा सुनिश्चित करता है। वर्तमान औद्योगिक वातावरण में बड़ी यात्रा फर्में अपने ग्राहकों को यात्रा-बीमा देती हैं। जो ग्राहक अपनी यात्रा का बीमा कराता है वह बीमा कंपनी से बीमा पॉलिसी खरीदता है। आमतौर पर यह पर्यटन-पैकेज में सम्मिलित होता है। एक आदर्श बीमा कंपनी जीवन बीमा, दुर्घटना, उपचार, सामान का नुकसान, भ्रमण का रद्द होना या अन्य इसी तरह की हानियों को बीमा पालिसी में समाविष्ट करती है। यात्रा-बीमा यात्रियों को सुरक्षा प्रदान करता है और जीवन, सामान का नुकसान होने की घटनाओं की क्षतिपूर्ति करता है।

21.7.2 मुद्रा विनिमय

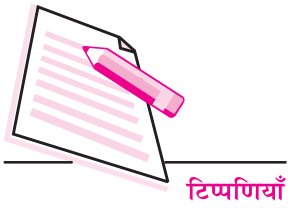
सभी प्रकार के अंतर्गामी और बर्हिगामी पर्यटनों के लिए विदेशी मुद्रा की आवश्यकता होती है। पर्यटन ग्राहक को गंतव्य देश की विदेशी मुद्रा की आवश्यकता हो सकती है और विदेशी यात्रियों को परिचारक देश में विदेशी मुद्रा को बदलने की ज़रूरत पड़ सकती है। पंजीकृत यात्रा-एजेंसियों और पर्यटन-संचालकों को विदेशी विनिमय सेवा की अनुमति भारतीय रिजर्व बैंक और विदेशी विनिमय प्रबंधन अधिनियम द्वारा मिलती है। इस सेवा को प्रदान करने के लिए ये एजेंसियाँ रिजर्व बैंक के अधिनियमों के अनुसार न्यूनतम कमिशन पर काम करती हैं।

21.7.3 सम्मेलन/सभाओं आदि का आयोजन

समारोह प्रबंधन आज पूर्ण रूप से पेशेवर व्यवसाय के रूप में उभरा है। गोष्ठियों, सम्मेलनों, सभाओं और प्रदर्शनियों को यात्रा-एजेंसियों तथा पर्यटन-संचालकों द्वारा भी आयोजित किया जाता है। यद्यपि ऐसे कार्यक्रमों तथा सभाओं का आयोजन करने हेतु समारोह प्रबंधन की विशेषज्ञ कंपनियाँ हैं तथापि यात्रा-एजेंसियाँ तथा पर्यटन-संचालक इस प्रकार के सेवाओं को भी प्रदान करते हैं। यह बात भी ध्यान देने योग्य है कि आज बहुत-सी यात्रा फर्में विशिष्ट बैठकें, पर्यटन प्रलोभन, सभाएँ/सम्मेलनों तथा प्रदर्शनियों के पैकेज पेश करती हैं जिन्हें एमआईसीई के इकाई द्वारा संचालित किया जाता है।

21.8 आपदा हेतु तैयारी

प्राकृतिक तथा मानवकृत आपदाओं की बढ़ती अनिश्चितता के कारण जैसे चक्रवात, बाढ़, भूकंप, सूनामी, भू-स्खलन, दुर्घटना, आगजनी, भगदड़, आतंक, और अन्य आपदाओं हेतु तैयारी करना किसी यात्रा-एजेंसी और पर्यटन-संचालन का अत्यंत महत्वपूर्ण कार्य है। संचालकों का प्रमुख दायित्व दर्शकों की सुरक्षा और रक्षा करना होता है और उन्हें ऐसी आपदाओं से निपटने की व्यवस्था करने के लिए तैयार रहना चाहिए। ऐसी घटनाओं से बचने के लिए और ग्राहकों को भारी नुकसान से बचाने के लिए आजकल पेशेवरों की टीम को तैयार किया जा रहा है। ऐसी चुनौतियों का सामना करने के लिए ये स्थानीय आपदा-प्रबंधन टीमों से भी समन्वय करते हैं।



टिप्पणियाँ

पाठगत प्रश्न 21.3

1. एफआईटी और जीआईटी का पूर्ण रूप लिखिए।
2. एफएएम पर्यटनों को क्यों संचालित किया जाता है?
3. भारत के कुछ निजी और सरकारी पर्यटन/यात्रा संस्थानों को सूचीबद्ध कीजिए।
4. यूएनडब्लयूटीओ का पूर्ण रूप लिखिए।
5. यात्रा-बीमा की आवश्यकता क्यों पड़ती है?

आपने क्या सीखा

- यात्रा की सूचना, प्रलेखन, पर्यटन-पैकेज, यात्रा-योजना की तैयारी, अनुसंधान, प्रशिक्षण और विकास आदि यात्रा-एजेंसियों और पर्यटन-संचालन के विभिन्न कार्य है।
- पर्यटन-पैकेजों का विपणन और प्रचार, अपने अन्य उत्पादों, सेवाएँ, अतिरिक्त गंतव्य स्थानों और आकर्षणों आदि का विपणन और प्रचार कुछ प्रमुख कार्य हैं।
- ग्राहकों को यात्रा संबंधी सूचना देना, परामर्श और यात्रा संबंधी दस्तावेज़ों का प्रक्रमण जैसे पासपोर्ट, वीज़ा, मंजूरी लेना, प्राप्ति, स्वास्थ्य प्रमाण-पत्र, मुद्रा, आप्रवासन, सुरक्षा अनुमति के बारे में जानकारी को ग्राहकों के साथ साझा किया जाता है।
- मानव संसाधन का प्रशिक्षण, नये उत्पादों का विकास, और अनुभागों का बाजार अनुसंधान, उपभोक्ता व्यवहार और अन्य मुद्दे भी महत्वपूर्ण कार्यों के अंतर्गत आते हैं।
- यात्रा कार्यक्रम तैयार करना, पर्यटन-पैकेजों की रूपरेखा तैयार करना, विशिष्ट रूप से आवश्यकतानुसार बनाए गए पैकेज, उत्पादों की लागत निर्धारण और विपणन इस व्यवसाय के मुख्य कार्य हैं।
- कंपनी के सामाजिक दायित्व का समर्थन तथा प्रचार करना भी इसके प्रमुख कार्य हैं।

पाठांत प्रश्न

1. पर्यटन-एजेंसी और पर्यटन-संचालक के मुख्य कार्यों की सूची बनाइए।
2. पर्यटन संगठनों के लिए यात्रा कार्यक्रम तैयार करना, पर्यटन-पैकेजों की रूपरेखा बनाना और लागत निर्धारण करना कैसे महत्वपूर्ण हैं?
3. ग्राहकों को किस प्रकार की यात्रा सूचनाएँ प्रदान की जाती हैं?
4. यात्रा-दस्तावेज़ों की सूची बनाइए जिनकी तैयारी और प्रक्रमण में यात्रा कंपनियाँ सम्मिलित रहती हैं।
5. शोध, प्रशिक्षण और विकास क्यों यात्रा कंपनियों के लिए एक महत्वपूर्ण कार्य है?

6. कंपनी के सामाजिक दायित्व पर अधिक ध्यान केंद्रित करना क्यों आवश्यक है?
7. यात्रा-एजेंसी अपना सामाजिक दायित्व किस प्रकार निभा सकती हैं?

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

21.1

1. मुद्रित एवं दृश्य माध्यम जैसे विवरण पुस्तिका, सूचना पुस्तिका, टीवी विज्ञापन, समाचार पत्रों में विज्ञापन, मैगजीन, एफएएम टूर, सामाजिक माध्यम आदि।
2. वैश्विक वितरण व्यवस्था।
3. इंटरनेट बैंकिंग, क्रेडिट/डेबिट कार्ड, पे-पल आदि।
4. कंप्यूटर आरक्षण व्यवस्था
5. जीना एंड कंपनी।

21.2

1. पासपोर्ट, वीज़ा, स्वास्थ्य प्रमाण-पत्र, टीका, मुद्रा, बीमा, अनुमति आदि।
2. पासपोर्ट पर अनुमोदन (हस्ताक्षर) संकेत देता है कि धारक को देश में प्रवेश करने, छोड़ने, या निश्चित अवधि के लिए रहने की अनुमति प्राप्त है।
3. बाजार अनुसंधान अध्ययन, यात्रा नियोजन की व्यवहारिकता, नए पर्यटन-पैकेज डिजाईन करना, नवीन उत्पाद का विकास, उपभोक्ता प्राथमिकता अध्ययन, ब्रैंडिंग नीतियाँ, उत्पादों की लागत का निर्धारण।
4. कंपनी का सामाजिक दायित्व
5. कर्मचारियों को (मानव संसाधन) औद्योगिक अनुकूल कौशलों, अतिथियों की देख-रेख, संकट प्रबंधन, सौम्य कौशलों, विक्रय और विपणन और संचालन कौशलों के आधुनिकीकरण में प्रशिक्षित किया जाता है।

21.3

1. विदेशी स्वतंत्र यात्रा/निशुल्क वैयक्तिक यात्रा (एफआईटी), समूह संयुक्त पर्यटन (जीआईटी)
2. पर्यटन-योजनाओं/पर्यटन-पैकेजों की व्यवहारिकता को जानने के लिए एवं गंतव्य प्रचारकों के सहयोग से प्रचार तरीकों के रूप में।
3. एमओटी, टीएएआई, आईएटीओ।
4. संयुक्त राष्ट्र विश्व पर्यटन संगठन
5. जीवन, सामान का नुकसान, दुर्घटनायें, यात्रा में व्यवधान आदि की सुरक्षा हेतु।