



20

यात्रा-एजेंसियों के कार्य एवं पर्यटन-संचालन व्यापार

बदलती उपभोग पद्धतियों के कारण आज यात्रा उद्योग विश्व भर में तेज़ रफ़्तार से आगे बढ़ा है। इस उद्योग में मध्यस्थों की भूमिका, माँग एवं आपूर्ति तथा पर्यटकों और गंतव्यों की दूरियों को पाटने में काफी महत्वपूर्ण रहा है। इस से भी अधिक महत्वपूर्ण बात यह है कि, पर्यटन सेवाओं के वितरण में यात्रा-एजेंट और पर्यटन-संचालक बहुत बड़ी भूमिका निभाते हैं। इस अध्याय का उद्देश्य विद्यार्थियों को यात्रा-एजेंसियों और पर्यटन-संचालन की बुनियादी बातों तथा दोनों की अवधारणाओं, प्रकार तथा दोनों के बीच अंतर एवं अंतर्संबंधों को समझने में सहायता प्रदान करना है।



उद्देश्य

इस पाठ के अध्ययन के पश्चात आप :

- यात्रा-एजेंसी और पर्यटन-संचालन का अर्थ समझ सकेंगे;
- खुदरा और थोक व्यापार की अवधारणाओं पर चर्चा कर सकेंगे;
- यात्रा-एजेंट और पर्यटन-संचालकों के विभिन्न प्रकारों को समझ सकेंगे;
- यात्रा-एजेंसी और पर्यटन-संचालकों में अंतर कर सकेंगे।

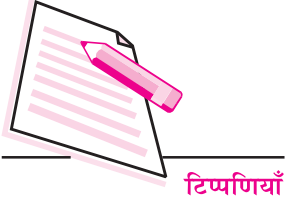
20.1 यात्रा-एजेंसी और पर्यटन-संचालन का अभिप्राय

यात्रा-एजेंसी और यात्रा-संचालक, दोनों ही ऐसे मध्यस्थ हैं जो ग्राहक और प्रमुख सेवा प्रदाता को परस्पर मिलाते हैं और यात्रा-उद्योग में बेचने व खरीदने की प्रक्रिया को मजबूत बनाते हैं। अवधारणात्मक रूप से, ये दोनों एक दूसरे से भिन्न हैं। अतः इन दोनों अवधारणाओं को अलग-अलग समझना महत्वपूर्ण है।

यात्रा-एजेंसी एक ऐसा व्यवसाय है जो लोगों की छुट्टियों एवं यात्राओं के लिए टिकटों की बुकिंग, होटल की सुविधा अथवा अन्य संबद्ध सुविधाएँ प्रदान करता है।

माड्यूल – 6A

यात्रा एवं पर्यटन संचालन
व्यापार



यात्रा-एजेंसियों के कार्य एवं पर्यटन-संचालन व्यापार

20.1.1 यात्रा-एजेंसी

यात्रा उद्योग में यात्रा-एजेंसी एक व्यवस्थित सेवा प्रदाता होती है। इस का अर्थ यह है कि किसी भी यात्रा की जिम्मेदारी यात्रा-एजेंट की ही होती है। वह सेवाओं की आपूर्ति करने वालों को पर्यटकों से जोड़ता है। यह आपूर्तिकर्ता व ग्राहक, दोनों के लिए किसी खुदरा दुकान की तरह कार्य करता है। यह उच्चतम सेवा हेतु सक्रिय संपर्ककर्ता की भूमिका निभाता है। इसीलिए यात्रा-एजेंट को उपयोगी मध्यस्थ के रूप में जाना जा सकता है क्योंकि वह सेवाओं के प्रबंधकों जो की थोक विक्रेता की तरह होते हैं के साथ ज्ञान की दक्षता और संपर्क को स्थापित कर चुका है। किसी यात्रा-एजेंसी के कार्य को समझने के लिए निम्नलिखित उदाहरण को देखिए-

श्रीमान पिंटु छुट्टियाँ मनाने के लिए गोवा जाना चाहते हैं। वह अपनी यात्रा संबंधी आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए यात्रा-एजेंसी में जाता है। वह इस यात्रा-एजेंसी से यात्रा परामर्श, हवाई टिकटों व होटल के कमरे की बुकिंग और गोवा में स्थानीय दृश्यावलोकन हेतु गाड़ी की सुविधाएँ प्राप्त करना चाहता है। यह यात्रा-एजेंसी हवाई टिकटों, होटल और परिवहन आदि संबंधी उसकी सभी आवश्यकताओं को पूरा करती है। हालाँकि देखने में लगता होगा कि यात्रा-एजेंट केवल पर्यटक को सेवाएँ प्रदान कर रहा है, परंतु वास्तव में वह हवाई कंपनी, होटल और किराए की कार के लिए भी तो कार्य कर रहा है। इस स्थिति में यात्रा-एजेंसी ने पूर्तिकर्ता को रोजगार दिया और साथ ही साथ पर्यटक को सेवा भी प्रदान की।



क्या आप जानते हैं

थोमस कुक विश्व का पहला व्यवस्थित यात्रा-एजेंट था जिसने यात्रा व्यवसाय में निवेश भी किया था। उसने 1841 में यूनाईटेड किंगडम में अपने व्यवसाय की शुरुआत की थी। 'लफ बोरो' जाने के लिए लीसेस्टर स्टेशन से रेलगाड़ी पर चढ़ते हुए लोगों ने सोचा होगा कि वे केवल एक अच्छा दिन बिताने के लिए घूमने जा रहे हैं। 570 यात्रियों में से अधिकांश लोगों के लिए वह एक विश्राम का दिन था। उन्हें क्या पता था कि वे थोमस कुक के पहले नियोजित भ्रमण का हिस्सा बन कर इतिहास में भाग लेने जा रहे हैं।

10 वर्ष के छोटे से काल में वर्ष 1880 में, बड़े सामाजिक समूहों के लिए अपने घर से दूर छुट्टियाँ मनाना एक प्रथा बन गया था। वर्ष 1851 में, कुक को रेलगाड़ी की यात्रा को आयोजित करने का बहुत बढ़िया अवसर दिया गया। उसने 16,500 लोगों को क्रस्टल पैलेस लाने-ले-जाने तक पहुँचाने की सवारी कराई। उसने महाद्वीप तक चक्रीय पर्यटन को प्रारम्भ किया।

वर्ष 1880 में, उसका पुत्र जोन मासोन कुक भारत आया और उसने पहले बंबई (अब मुंबई) और फिर कलकत्ता (अब कोलकाता) में अपना कार्यालय स्थापित किया। उन्नीसवीं शताब्दी में परिवहन तकनीकों व होटल व्यवसायों में हो रही प्रगति का लाभ उठाते हुए 1881 में

अपने भारत- ऑपरेशन की शुरुआत की। इस से पहले इंग्लैंड में और फिर भारत में ऐसा कभी नहीं हुआ था। आज हम व्यवस्थित यात्राओं का महत्व नहीं समझते परंतु कुक का दृष्टिकोण क्रांतिकारी था। वह यात्रा से पहले लिवरपूल गया और अपने 350 पर्यटकों को सर्वश्रेष्ठ सेवा प्रदान करने के लिए उसने वहाँ के होटलों व रेस्तराओं की सुविधाओं की जाँच की। इस समावेशी पर्यटन की, जिसमें सभी चीजों का अग्रिम भुगतान किया गया हो, कल्पना कुक की ही थी तथा इस के साथ ही 1873 में कुक ने एक परिपत्र भी ही तैयार किया था जो कि यात्रा चेक का अग्रदूत था।

आज यह 9.8 पौंड की बिक्री, 23.6 मिलियन ग्राहकों, 31,000 कर्मचारियों, 94 विमानों, 3400 से अधिक होटलों व रिजोर्ट्स के नेटवर्क वाला विश्व की प्रमुख यात्रा समूह माना जाता है। यह समूह 22 देशों में छः भौगोलिक खंडों में कार्यरत है और सभी केंद्रीय बाजारों में यह पहले या दूसरे स्थान पर आता है।



टिप्पणियाँ

वर्तमान समय में, यात्रा उद्योग में बढ़ती प्रतियोगिता के कारण यात्रा-एजेंसियाँ पर्यटन-संचालकों के पैकेजों के अलावा अपने पर्यटन पैकेज भी बेचती हैं।



पाठगत प्रश्न 20.1

1. यात्रा-एजेंसी से क्या अभिप्राय है?
2. यात्रा-एजेंसियों और पर्यटन संचालकों को मध्यस्थ क्यों कहा जाता है?

20.2 यात्रा-एजेंसियों के प्रकार

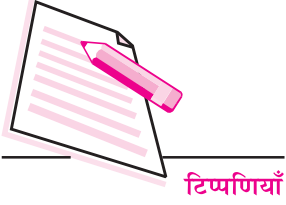
दो प्रकार की यात्रा-एजेंसियाँ होती हैं अर्थात् खुदरा यात्रा-एजेंसी और थोक यात्रा-एजेंसी।

20.2.1 खुदरा यात्रा-एजेंसी

खुदरा यात्रा-एजेंसी किसी भी अन्य खुदरा व्यापारी की तरह ही कार्य करती है और आपूर्तिकर्ता के नाम पर पर्यटकों को सीधे पर्यटक उत्पाद बेचती हैं और इन उत्पादों को बेचने पर कमीशन प्राप्त करती हैं। कमीशन उसकी आय का प्रमुख स्रोत होता है। कमीशन और मूल्य-वृद्धि कीमत के आधार पर विक्रय की दोमुखी पद्धति का भी प्रयोग किया जाता है। मूल्य-वर्द्धित कीमत का अर्थ पर्यटन की लागत को बढ़ा कर उत्पादों को ऊँची कीमत पर बेचना होता है। खुदरा कीमत और थोक कीमत के अंतर को ही मूल्य वर्द्धित कीमत कहा जाता है।

माड्यूल – 6A

यात्रा एवं पर्यटन संचालन
व्यापार



यात्रा-एजेंसियों के कार्य एवं पर्यटन-संचालन व्यापार

खुदरा यात्रा-एजेंसी को निम्न कार्य जैसे दाम, भाड़ा, शुल्क, आरक्षण करना, यात्रा टिकटों का प्रबंध और आवास-सुविधा, यात्रा बीमा का प्रबंध, विदेशी मुद्रा, दस्तावेज और भुगतान स्वीकृति करने वाले व्यवसाय के रूप में परिभाषित किया जा सकता है।

खुदरा एजेंसियों की भूमिका और भी अधिक महत्वपूर्ण हो गई है क्योंकि अधिकांश प्रमुख सेवा आपूर्तिकर्ता बाजार में अपनी पहुँच का विस्तार करने के लिए तथा अपने उत्पादों का प्रचार व विक्रय करने के लिए इन एजेंसियों का प्रयोग करते हैं।

20.2.1 थोक यात्रा-एजेंसी

खुदरा-एजेंसी से अलग हटकर थोक यात्रा-एजेंसी पैकेजों को बनाने के लिए सेवाओं के विभिन्न अवयवों को एकत्र करती हैं। इसके पश्चात् पर्यटकों को उत्पादों का विपणन और विक्रय खुदरा व्यापारियों पर निर्भर करता है। वे अपनी फुटकर दुकानों द्वारा ग्राहकों को प्रत्यक्ष रूप से भी उत्पाद बेच सकती हैं। यह भिन्न आपूर्तिकर्ताओं द्वारा सेवा अवयवों को थोक में खरीद कर उन्हें पुनः डिजाइन करके पैकेज बनाती हैं और इन अवयवों का विक्रय अथवा पुनःविक्रय करती हैं। थोक यात्रा-एजेंसियाँ पर्यटन पैकेजों को तैयार करने (डिजाइनिंग) और बेचने में विशेषज्ञ होती हैं।

यह प्रमुख सेवा प्रदाताओं जैसे होटल, हवाई कंपनी, रेलवे, भाड़े की गाड़ी, कार्मिकों इत्यादि से अधिकतम छूट प्राप्त करके आय अर्जित करती है।

थोक व्यापारी कमीशन से नहीं कमाते अपितु वे मुख्य या प्रमुख आपूर्तिकर्ताओं से थोक आरक्षणों पर मिली छूट से आय अर्जित करते हैं। इस प्रक्रिया में हमेशा जोखिम रहता है क्योंकि इसमें हवाई कंपनियों में सीटों तथा होटलों में कमरों को थोक में बुक कर दिया जाता है और अग्रिम भुगतान भी करना पड़ सकता है।

नियमित सेवाओं के अलावा यह एजेंसियाँ यात्रा-परामर्श, यात्रा संबंधी कागज तैयार करना, मुद्रा विनिमय जैसी सेवाएँ भी प्रदान करती हैं।



क्रियाकलाप 20.1

किसी एक खुदरा यात्रा-एजेंसी और थोक यात्रा-एजेंसी का अध्ययन कीजिए और इनकी सेवाओं एवं अन्य अंतरों को जानिए।



पाठगत प्रश्न 20.2

1. यात्रा-एजेंसियों के दो प्रमुख प्रकारों का उल्लेख कीजिए।
2. खुदरा यात्रा-एजेंसी से क्या अभिप्राय है?

3. मूल्य-वर्द्धित कीमत क्या है?
4. थोक यात्रा-एजेंसी क्या है?

20.3 पर्यटन संचालक

पर्यटन संचालक कई यात्रा सेवाओं जैसे वाहनों, आवास एवं सेवाओं का बड़ी मात्रा में क्रय (या कुछ स्थितियों में स्वामित्व प्राप्त) कर लेते हैं। फिर, इन सेवाओं को एकत्र करके पैकेज बनाए जाते हैं जिन्हें उपभोक्ता द्वारा खरीदा जाता है। इन पैकेजों को यात्रा-एजेंटों (स्वतंत्र या निजी) अथवा फ़ोन और इंटरनेट से बेचा जाता है।

पर्यटन संचालकों द्वारा क्रय करने के स्तर एवं व्यवसाय की मात्रा के हिसाब से किसी नई कंपनी के लिए यह विकल्प चुनना अति कठिन है।

अतः पर्यटन संचालक एक ऐसा संस्थान, फर्म या कंपनी है जो भिन्न-भिन्न सेवा प्रदाताओं से यात्रा के अवयवों को खरीदता है, उन्हें पर्यटन पैकेजों में सम्मिलित करता है तथा अपनी कीमत निर्धारित करके या तो स्वयं ग्राहकों को प्रत्यक्ष रूप से बेचता है या अन्य मध्यस्थों जैसे खुदरा कंपनियों द्वारा बिकवाता है। थोक यात्रा-एजेंट से भिन्न यहाँ पर्यटन -ंचालक यात्रा पैकेज में निश्चित की गई सेवाओं को प्रदान करने तथा कार्यान्वयन के लिए पूर्ण रूप से उत्तरदायी होता है। अधिकतर स्थितियों में, इनकी कुछ सेवाएँ अपनी निजी होती हैं जैसे होटल, कार, गाड़ी के डिब्बे, मुद्रा विनिमय आदि। पर्यटन संचालक एक बड़े बाज़ार की आवश्यकताओं को पूरा करते हैं और इनके पास भिन्न खंडों के लिए कई पर्यटन पैकेज होते हैं। इसीलिए, पर्यटन संचालकों को पैकेज अवकाश पर्यटन के निर्माता के रूप में जाना जाता है।

20.3.1 पर्यटन-संचालकों के प्रकार

पर्यटन-संचालकों को पर्यटन के स्वरूप, व्यवसाय और इनके पर्यटन पैकेज के संचालन के क्षेत्र के आधार पर वर्गीकृत किया जा सकता है। यह प्रत्येक वर्ग के अर्थ तथा कार्य को समझने में सहायता करता है। अतः इस वर्गीकरण में अंतर्गामी, बहिर्गामी, घरेलू, और स्थलीय संचालक सम्मिलित हैं।

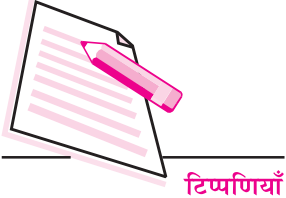
अंतर्गामी पर्यटन संचालक- अंतर्गामी पर्यटन-संचालक वे संचालक होते हैं जो परिचारक देश में अंतर्गामी विदेशी पर्यटकों की देखरेख करते हैं, उनके आगमन तथा प्रस्थान पर भिन्न सेवाएँ जैसे स्थानांतरण, आवास, परिवहन, दृश्यावलोकन, मनोरंजन, मुद्रा विनिमय आदि सेवाएँ प्रदान करते हैं, इन्हें अंतर्गामी पर्यटन-संचालक कहा जाता है। इन्हें आन्तरिक पर्यटन-संचालक भी कहा जाता है क्योंकि ये विशेष रूप से विदेशी पर्यटकों या अतिथियों के लिए काम करते हैं।

उदाहरण स्वरूप, फ्रांस से एक समूह भारत आता है और पर्यटन-पैकेज में बताई गई यात्रा की सभी आवश्यकताओं का प्रबंध एक्स XYZ ट्रेवलस द्वारा किया जाता है। अतः यहाँ XYZ ट्रेवलस अंतर्गामी पर्यटन-संचालक है।



माड्यूल – 6A

यात्रा एवं पर्यटन संचालन
व्यापार



टिप्पणियाँ

यात्रा-एजेंसियों के कार्य एवं पर्यटन-संचालन व्यापार

अंतर्गामी पर्यटन संचालक पर्यटन पैकेज को व्यक्तिगत रूप से या फिर विदेशी पर्यटन संचालकों के सहयोग से बनाते व डिजाइन करते हैं। इन पैकेजों को सीधे या फिर मध्यस्थों की सहायता से बेचा जा सकता है। वास्तव में, अंतर्गामी पर्यटन संचालक किसी भी देश के “छवि निर्माता” होते हैं चूँकि ये किसी भी राष्ट्र के सभी पर्यटन संसाधनों को बिकाऊ सामग्री में परिवर्तित कर देते हैं।

ये परिचारक देश की अर्थव्यवस्था में विदेशी मुद्रा की आय में महत्वपूर्ण योगदान देते हैं। पर्यटन की प्रगति तथा प्रसार में अंतर्गामी पर्यटन संचालकों की महत्वपूर्ण भूमिका को स्वीकार करते हुए सरकार इन्हें वित्तीय तथा कर छूट प्रदान करके प्रोत्साहित कर रही है।

बहिर्गामी पर्यटन-संचालक- ये परिचारक देश द्वारा विदेशों/समुद्र पार देशों के लिए पर्यटन पैकेजों का संचालन करते हैं। ये संचालक बहु-राष्ट्रीय पर्यटन को बढ़ाने और रूपरेखा बनाने में विशेषज्ञ हैं। बहिर्गामी पर्यटन-संचालक अपने देश के किसी व्यक्ति या व्यक्तियों के समूह को अन्य देश या देशों में पूर्व - नियोजित अवधि तथा गंतव्य स्थानों के लिए पर्यटन पैकेज बेचते हैं।

बहिर्गामी पर्यटन-संचालक यात्रा दस्तावेजों, पर्यटन के आरंभिक स्थल तक पहुँचाने हेतु यातायात का प्रबंध करता है तथा यात्रा में आवश्यक सुविधाएँ जैसे आवास, यातायात, स्थानीय दृश्यावलोकन और अन्य सेवाओं को प्रदान करने हेतु अंतर्गामी पर्यटन संचालकों से अनुबंध करता है।

आमतौर पर, ये संचालक अंतर्गामी पर्यटन-संचालकों/स्थलीय संचालकों के संपर्क में रह कर कार्य करते हैं और हवाई अड्डे पर आने वाले पर्यटन समूह से मिलना, पर्यटकों के समूह को हवाई अड्डे से होटल में व्यवस्थित स्थल तक पहुँचाना, गृह, राज्य या क्षेत्र में एक या अधिक दिनों के लिए स्थानीय दृश्यावलोकन की व्यवस्था/संचालन आदि की सेवाएँ प्रदान करते हैं। ये पर्यटन व्यवसाय अथवा अवकाश उन्मुख पर्यटन के रूप में हो सकता है।

उदाहरण के लिए, पर्यटकों का एक समूह सिंगापुर घूमना चाहता है। वे XYZ इंडिया से पर्यटन पैकेज खरीदते हैं। यह पर्यटन संचालक इस समूह के लिए सभी आवश्यक पर्यटन दस्तावेजों को तैयार करता है और समूह को सिंगापुर भेजता है तथा यात्रा पूरी होने तक सभी आवश्यकताओं का ध्यान रखता है। यहाँ, XYZ इंडिया बहिर्गामी पर्यटन-संचालक हैं।

घरेलू पर्यटन-संचालक- भारत में घरेलू पर्यटन विशाल रूप में बढ़ रहा है। घरेलू बाजार विकास की आकर्षक दरों का साक्षी है चूँकि यात्रा उद्योग में बड़े संचालक बहुत तेजी से प्रवेश कर रहे हैं और इस बाजार को प्रौन्नत कर रहे हैं। प्रमुख पर्यटन-संचालक आमतौर पर अंतर्राष्ट्रीय बाजारों पर ही केन्द्रित रहते हैं जहाँ लाभ अधिक होता है परंतु अब, वे घरेलू बाजार के विशाल सामर्थ्य को देखकर नए पैकेज देकर इस क्षेत्र में अपना स्थान बना रहे हैं।

घरेलू पर्यटन-संचालक प्रायः अपने देश की सीमा में रह कर कार्य करते हैं और व्यक्तियों तथा यात्रियों के समूह की भिन्न आवश्यकताओं को पूरा करते हैं। ये अपनी दुकानों और अन्य खुदरा यात्रा-एजेंटों के द्वारा पर्यटन पैकेजों को बढ़ावा देते हैं। वास्तव में, ये राष्ट्रीय एकीकरण और संतुलित क्षेत्रीय आर्थिक प्रगति में सहयोग दे रहे हैं।

उदाहरण के लिए, चेन्नई से पर्यटकों का एक समूह अपनी तीर्थ यात्रा में अमरनाथ जाना चाहता है। उन्होंने साद्रन ट्रेवलस से तीर्थ यात्रा का पर्यटन पैकेज खरीदा। यह संचालक चेन्नई पर्यटकों के लिए पूरे पैकेज की व्यवस्था करता है। यहाँ इस स्थिति में, साद्रन ट्रेवलस घरेलू पर्यटन संचालक है जो अपने ही देश की सीमा में रह कर अपने देश के पर्यटकों के लिए काम करता है।

स्थलीय संचालक- स्थलीय संचालकों को अभिग्रहण संचालक, गंतव्य प्रबंधन कंपनियाँ, अभिग्रहण संचालक या प्रबंधन-एजेंसियाँ भी कहा जाता है। आमतौर पर इन प्रबंधकों से निश्चित स्थानों पर स्थलीय प्रबंध करने की अपेक्षा की जाती है। अतः स्थलीय प्रबंधक बड़ी पर्यटन कंपनियों को वहाँ सेवाएँ प्रदान करते हैं, जहाँ उनकी स्थानीय शाखा/ कार्यालय नहीं होते अथवा वे स्रोत पर प्रमुख आपूर्तिकर्ता जैसे होटल स्वामियों, यातायात संचालकों, किराये की गाड़ी, मनोरंजन संस्थाओं इत्यादि के साथ व्यापार नहीं करते।

अभिग्रहण संचालक अपने क्षेत्र में पर्यटन से संबंधित सभी सेवाओं के संयोजन, अधिवीक्षण, तथा सभी सुविधाओं के लिए भुगतान की देखरेख करता है। इनकी सेवाएँ किसी विस्तृत समूह तथा स्वतंत्र विदेशी पर्यटन के कुशल तथा सफल संचालन के लिए अमूल्य है।



क्रियाकलाप 20.2

अपने क्षेत्र की किसी यात्रा-एजेंसी या पर्यटन संचालक के कार्यालय/दुकान पर जा कर देखिए कि वे किस तरह की सेवाएँ प्रदान करते हैं। उनके प्रकार, संचालन के तरीके का पता लगाओ और उसको यात्रा-एजेंसी/यात्रा संचालक के प्रति अपनी समझ से जोड़िए।



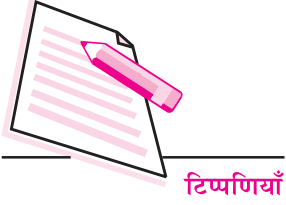
पाठगत प्रश्न 20.3

1. पर्यटन-संचालक कौन होता है?
2. पर्यटन-संचालक के विभिन्न प्रकारों का उल्लेख कीजिए।
3. अंतर्गामी और बहिर्गामी पर्यटन-संचालको में क्या अंतर होता है?
4. घरेलू पर्यटन-संचालक कौन होता है?
5. कुछ स्थलीय सेवाओं की सूची बनाओ।



माड्यूल – 6A

यात्रा एवं पर्यटन संचालन
व्यापार



टिप्पणियाँ

यात्रा-एजेंसियों के कार्य एवं पर्यटन-संचालन व्यापार

20.4 पर्यटन संचालक, खुदरा तथा थोक यात्रा-एजेंसी में अंतर

पर्यटन संचालक

- यह थोक व्यापारी है।
- यह प्रधान एजेंट या विदेश यात्रा-एजेंट है।
- यह अपने नए उत्पाद बनाता है, नए पर्यटन पैकेजों की रूपरेखा बनाता है क्योंकि इसके पास अपने संसाधन होते हैं।
- पर्यटन में यात्रा क्रम तथा कार्यक्रमों में परिवर्तन करता है।
- आनंददायी तथा मूल्य युक्त पर्यटन यात्रा क्रम प्रस्तुत करता है।
- यह बड़े शहरों में अवस्थित होते हैं।
- होटल से हवाई अड्डे तक एवं हवाई अड्डे से होटल तक के अन्तर्राष्ट्रीय स्थानांतरण का प्रबंध करते हैं।
- पर्याप्त भ्रमण वाले पर्यटन की योजना बनाते हैं।
- इसके पास विदेशी मुद्रा विनिमय की सुविधा उपलब्ध होती है।
- पैकेज में नवीनता और आकर्षण पैदा करते हैं।
- स्थलीय प्रबंधन सेवाओं के प्रति इनका अधिक झुकाव होता है।
- विभिन्न यात्रा कार्यक्रमों/सेवाओं को प्रदान करते हैं।
- इसके व्यवसाय का आकार, संचालन क्षेत्र तथा बहु-सेवा क्षमता अधिक होती है।

खुदरा यात्रा-एजेंसी

- खुदरा व्यापारी की तरह कार्य करती हैं और थोक व्यापारी के हेतु पर्यटन पैकेज बेचती है।
- पर्यटन-संचालकों और पर्यटकों के बीच मध्यस्थ का कार्य करती हैं।
- पर्यटन क्रम का अनुसरण करती हैं।
- दृश्यावलोकन पर्यटन तथा भ्रमण पर्यटन, हवाई अड्डा से स्थानांतरण, होटल में आगमन तथा होटल छोड़ने के समय की योजना बनाती है।
- सेवाओं की पुष्टि तथा पुनः पुष्टि करने हेतु स्थानीय एजेंट की तरह कार्य करती है।
- प्रधान आपूर्तिकर्ताओं के साथ कमीशन के आधार पर कार्य करती हैं।

थोक यात्रा-एजेंसी

- यह सीधे ग्राहकों को पर्यटन पैकेज नहीं बेचती।

यात्रा-एजेंसियों के कार्य एवं पर्यटन-संचालन व्यापार

- ये सेवाओं को थोक में खरीदती हैं और एकत्रित करके उन्हें पर्यटन-पैकेज के रूप में बेचती हैं।
- स्थलीय सेवाओं के प्रति इनका झुकाव कम होता है।
- यह यात्रा उत्पाद के किसी एक अवयव विशेष का प्रबंध कर सकती है।
- व्यवसाय का आकार तथा संचालन क्षेत्र सीमित होता है और बहु-सेवा क्षमता कम होती है।

वर्तमान औद्योगिक परिदृश्य में किसी एक वर्ग का संचालन करने वाले व्यक्तिगत संचालक को पहचानना एक कठिन कार्य है। वे खुदरा एजेंटों, थोक व्यापारियों, पर्यटन-संचालकों, विशेष माध्यमों और सामान्य विक्रय एजेंटों की तरह भी कार्य करते हैं। अतः आधुनिक यात्रा-एजेंसी के क्रियाकलापों को किसी वर्ग की एक इकाई में सीमाबद्ध करना कठिन है। स्वयं खुदरा एजेंसियाँ, थोक एजेंसियाँ, पर्यटन संचालक, स्थलीय प्रबंधन आदि की सेवाओं का कार्य करते हैं। तथापि इनमें विभेदन वर्गीकरण की मूलभूत विशेषताओं को समझने में सहायक होता है।



क्रियाकलाप 20.3

किसी भी यात्रा-एजेंसी की वेबसाइट देखिए और इस कंपनी द्वारा प्रदान की जाने वाली सभी सेवाओं को लिखिए। इन सेवाओं की तुलना पिछले क्रियाकलाप में आपके द्वारा चुनी गई किसी अन्य यात्रा-एजेंसी द्वारा प्रदान की जा रही सेवाओं से कीजिए।



क्या आप जानते हैं

ऑनलाईन यात्रा-एजेंसी

ओटीए या ऑनलाईन यात्रा-एजेंसी की सभी सेवाएँ किसी भी ऑफलाईन यात्रा-एजेंसी की सेवाओं के ही समान हैं परंतु इंटरनेट के माध्यम से वेबसाइट द्वारा इसका संचालन इसे वैश्विक वितरण व्यवस्था से जोड़ता है। आजकल ऑनलाईन सेवाओं की माँग बढ़ रही है चूँकि आज साइबर जनसंख्या के अनुपात में तेज़ी से वृद्धि हो रही है। ऑनलाईन यात्रा-एजेंसियाँ ई-वाणिज्य (कंप्यूटर के द्वारा लेन-देन) की व्यवस्था का प्रयोग करती हैं और ग्राहकों से ऑनलाईन लेन-देन करती हैं।

ऑनलाईन यात्रा-एजेंसियाँ सूचना, होटल में बुकिंग, गाड़ियाँ, हवाईअड्डों, रेलगाड़ी, जहाज, बसों में सीटों का आरक्षण, पर्यटन-पैकेजों का विक्रय, रूचिपूर्ण पर्यटन, पूछताछ आदि से संबंधित सुविधाएँ प्रदान करती हैं। लेनदेन का भुगतान भी ऑनलाईन भुगतान माध्यमों जैसे क्रेडिट कार्ड/डेबिट कार्ड, इंटरनेट बैंकिंग, आदि तरीकों से किया जाता है।

माड्यूल - 6A

यात्रा एवं पर्यटन संचालन
व्यापार



टिप्पणियाँ

माड्यूल – 6A

यात्रा एवं पर्यटन संचालन
व्यापार



टिप्पणियाँ

यात्रा-एजेंसियों के कार्य एवं पर्यटन-संचालन व्यापार



पाठगत प्रश्न 20.4

1. कमीशन के द्वारा कौन अधिक आय अर्जित करता है, पर्यटन संचालक या थोक व्यापारी?
2. पर्यटन-संचालक और खुदरा यात्रा-एजेंसी में किन्हीं दो अंतरों को सूचीबद्ध कीजिए।
3. थोक यात्रा-एजेंसी की किन्हीं दो विशेषताओं का उल्लेख कीजिए।



आपने क्या सीखा

- दो प्रकार की यात्रा-एजेंसियाँ होती हैं- खुदरा यात्रा-एजेंसी और थोक यात्रा-एजेंसी।
- दोनों यात्रा-एजेंसियाँ तथा पर्यटन-संचालक मध्यस्थों की तरह कार्य करते हैं। वे यात्रा उद्योग में खरीदने व बेचने की प्रक्रिया को मजबूत बनाते हैं। जैसे दो प्रकार की यात्रा-एजेंसियाँ होती हैं अर्थात् खुदरा यात्रा-एजेंसी तथा थोक यात्रा-एजेंसी है। वैसे ही पर्यटन-संचालकों को भी चार वर्गों में विभाजित किया जा सकता है। ये हैं (1) अंतर्गामी पर्यटन-संचालक, (2) बहिर्गामी पर्यटन-संचालक (3) घरेलू पर्यटन-संचालक और (4) स्थलीय संचालक।
- यात्रा-संचालकों को यात्रा की प्रकृति, पैकेज यात्रा उनके संचालन क्षेत्र तथा कारोबार के आधार पर वर्गीकृत किया जा सकता है। इस वर्गीकरण में अन्तर्गामी, बहिर्गामी, घरेलू और स्थानीय संचालकों को शामिल किया जाता है।



पाठांत प्रश्न

1. यात्रा-एजेंसी तथा पर्यटन संचालक से क्या अभिप्राय है?
2. अंतर्गामी, बहिर्गामी, घरेलू तथा स्थलीय संचालक कौन होते हैं? उदाहरण देकर समझाइए।
3. खुदरा तथा थोक यात्रा-एजेंसियाँ और पर्यटन संचालकों के बीच अन्तर कीजिए।
4. स्थलीय सेवाओं को सूचीबद्ध कीजिए तथा बताईए कि यात्रा-उद्योग में ये किस प्रकार महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं?



पाठगत प्रश्नों के उत्तर

20.1

1. कोई यात्रा-एजेंसी थोक एजेंसियों के पैकेज बेचती है तथा कमीशन से आय अर्जित करती है और यात्रा-सेवाओं के लिए किसी खुदरा दुकान की तरह कार्य करती है।

- दोनों को मध्यस्थ कहा जाता है क्योंकि वे ग्राहकों को एक साथ लाती हैं और उन्हें प्रमुख सेवाएँ प्रदान करती हैं तथा ग्राहकों व होटलों के लिए विक्रय तथा क्रय की प्रक्रिया को मजबूत बनाती है।

20.2

- थोक यात्रा-एजेंसी तथा खुदरा यात्रा-एजेंसी
- ये सीधे पर्यटकों को पर्यटक उत्पाद बेचती हैं।
- खुदरा कीमत तथा थोक लागत के अंतर को मूल्य-वर्द्धित कीमत कहा जाता है।
- ये थोक में भिन्न आपूर्तिकर्ताओं से सेवा अवयवों की खरीद, डिजाइनिंग (रूपरेखा तैयार करना), पैकेजिंग, विक्रय तथा पुनः विक्रय का कार्य करती हैं।

20.3

- यात्रा संचालक, एक ऐसा संस्थान, फर्म या कंपनी है जो भिन्न सेवा प्रदाताओं से यात्रा अवयवों का क्रय करती है और इन्हें पर्यटन-पैकेजों में बदलकर अपनी कीमत निर्धारित करती है या तो सीधे ग्राहकों को या फिर खुदरा व्यापारियों जैसे मध्यस्थों द्वारा बेचती है।
- घरेलू, अंतर्गामी, बहिर्गामी तथा स्थलीय संचालक।
- अंतर्गामी संचालक विदेशी पर्यटकों की देखरेख करते हैं और बहिर्गामी परिचालक देश से विदेश जाने वाले पर्यटकों की देखरेख करते हैं।
- परिचालक देश के भीतर संचालन करता है और घरेलू पर्यटकों की देखरेख करता है।
- स्थानीय यातायात, गाड़ियाँ, गाईड्स, कार्यक्रम, भाड़े की गाड़ी, मनोरंजन सेवाएँ आदि।

20.4

- खुदरा यात्रा-एजेंसी कमीशन द्वारा अधिक आय अर्जित करती हैं।
- | पर्यटन संचालक | खुदरा यात्रा-एजेंसी |
|--|---|
| (i) यह थोक व्यापारी है। | (i) यह खुदरा व्यापारी की तरह कार्य करती हैं। |
| (ii) यह अपने उत्पाद स्वयं निर्मित करता है। | (ii) यह पर्यटनक्रम का अनुसरण करती हैं और मध्यस्थ की तरह कार्य करती हैं। |
| (iii) यह बड़े शहरों में स्थित हैं। | (iii) यह छोटे नगरों, उप-नगरों तथा शहरों में कहीं भी हो सकती हैं। |
- यह प्रत्यक्ष रूप से ग्राहकों को पर्यटन पैकेज नहीं बेचती।
 - यह सेवाओं को थोक में खरीदती हैं और इन्हें एकत्रित करके पैकेजों के रूप में बेचती हैं।

