



# INTERNATIONAL JOURNAL OF CREATIVE RESEARCH THOUGHTS (IJCRT)

An International Open Access, Peer-reviewed, Refereed Journal

## राजस्थान में यात्रा और पर्यटन में विपणन अनुसंधान

# Marketing Research in Travel and Tourism in Rajasthan

Arjun Lal

assistant professor ( Business Administration)

S.R.K.P. Govt. PG College, kishangarh, Ajmer

भारत की संस्कृति प्राचीन समय से ही अत्यन्त समृद्धशाली और विश्वविख्यात रही है। भारत के सभी राज्य अपनी-अपनी संस्कृतियों की एक अलग पहचान रखते हैं। देश के सभी प्रदेशों में से राजस्थान भी एक ऐसा राज्य है, जो अपनी विशेष सभ्यता एवं विशिष्ट संस्कृति के लिए पुरे विश्व में लोकप्रिय रहा है। राज्य के दर्शनीय स्थान कला, लोक-जीवन, भाट एवं चारण साहित्य, लोक-संगीत, संस्कृति-पर्व और अलग-अलग प्रकार के उत्सव ही यहाँ कि संस्कृति को बताते हैं। राज्य का कल्चर इन अलग-अलग घटकों की झलकियाँ राज्य के निवासियों के पराक्रम, अदम्य साहस, वीरता, दृढ़ता, और उदारता इनके लोक-जीवन की शैली में महसूस करी जा सकती है। पुराने समय से मध्यकाल तक अलग-अलग प्रकार की देश और विदेशों की संस्कृतियों का मिलना यहाँ कि भूमि पर यहाँ की विशेष लोक-संस्कृति से होता आया है, जिसको इसने अपने अन्दर समाहित तो किया किन्तु अपने मूल पहचान को अलग-अलग नहीं होने दिया और अपनी विशिष्ट छवि को बनाये रखा है। इसी वजह से राजस्थान की संस्कृति ने अलग-अलग संस्कृतियों में तालमेल स्थापित करते हुए अपनी स्वतन्त्र प्रादेशिक वर्चस्व को भी बनाये रखा। यही विशेष प्रकृति इसके जीवन शक्ति की नई पहचान है एवं चालक है।

**पर्यटन-** पर्यटन आज के युग की पहचान है। कोई भी व्यक्ति जो संसार के किसी भी क्षेत्र में रहता हो, चाहे वह किसी भी सम्प्रदाय, धर्म, जाति या अलग विचारधारा से सम्बन्ध रखता हो, पर्यटन कि वजह से ही उसे पूरी दुनिया अपने स्वयं के घर के समान लगती है। आज के युग का इन्सान छुट्टी के पलो का मजा लेना चाहता है। वह अपने व्यस्ततम समय में से थोडा समय अपने आनंद और घुमने आदि में बिताना चाहता है। पर्यटन संसार के सबसे ज्यादा लाभदायी व्यवसाय के स्वरूप में भी स्थापित हो रहा है। कई दुसरे देशों की अलग संस्कृतियों का मिलान तो पर्यटन ही है। संसार के कई राष्ट्रों के बीच सद्भाव व सोहार्द बनाने में पर्यटन आवश्यक है। इसी वजह से, समस्त संसार में पर्यटन कि प्रगति को पहला स्थान पर रखा जाने लगा है। संसार में पर्यटन व्यवसाय का बहुत तेजी से विकास होने लगा है। दुनिया में बहुत लम्बे समय तक पर्यटन का इतिहास यूरोप के पर्यटन का ही पर्याय रहा है। पर्यटन का व्यवसाय के रूप में शुरुआत यूरोप से हुई। इसको इस औद्योगिक रूप के महत्व को कुछ समय बाद में सांख्यिकी, वैज्ञानिक प्रविधि, मानवविज्ञान, और समाजशास्त्र की सभी विद्याओं को मिलाकर एक विशेष दृष्टिकोण अपनाने जाने पर ध्यान दिया जाने लगा।

वर्ष 1937 में लीग आफ नेशंस ने पर्यटन को सरल शब्दावली में समझाते हुए कहा था, कि पर्यटन एक इस प्रकार कि सामाजिक-सांस्कृतिक कार्यकलाप है, जिसके अनुसार एक मनुष्य किसी राष्ट्र में स्वयं के द्वारा निश्चित कामों के अतिरिक्त 24 घंटों अथवा उससे अधिक समय तक रुकता है। इस परिभाषा में घरेलू पर्यटन के आलावा केवल विदेशी पर्यटन पर जोर दिया गया है। 1963 में पर्यटन विषय पर हुए रोम के सम्मेलन में पर्यटक के स्थान पर आगन्तुक शब्द के उपयोग का सुझाव दिया गया और पर्यटन को सरल रूप से परिभाषित करते हुए बताया गया है कि इसको अपने देश या अपने कार्य, कार्य स्थान से दूर जाकर दूसरे देश में आने के रूप में देखा जाना चाहिए क्योंकि पर्यटन इस प्रकार कि एक ऐसी गतिविधि है, जिसमें एक आगन्तुक अपने आनन्द, व्यवसाय, परिवार, मिशन या बैठक के लिए कम से कम चौबीस घंटों रुकता है, जबकि सैर-सपाटा एक इस प्रकार कि गतिविधि है, जिसमें एक आगन्तुक 24 घंटों से कम समय तक ठहरता है, लेकिन इसमें जो यात्रा कर रहे या जो अभी रास्ते में है, उन लोगों को शामिल नहीं किया गया है। इस परिभाषा में घरेलू आगन्तुकों को शामिल नहीं किया गया है, लेकिन इसमें दिन में आने वाले नये आगन्तुकों को सम्मिलित किया गया है।

वर्ष 1976 में ब्रिटेन के पर्यटन समुदाय के अनुरूप पर्यटन एक अस्थायी एवं कम जनसंख्या का कार्यकलाप है, जिसके अनुसार लोग अल्प समय हेतु अपने कार्य-स्थानों, आस-पास का वातावरण, घर, आवास स्थान से कहीं दूर जाकर दूसरे स्थान पर जाते हैं, उस जगह पर अपना समय बिताते हैं और कार्य करते हैं। ऐसे स्थानों पर ठहरने के समय उनकी गतिविधियां, दिन के आवा-गमन और सैर-सपाटे को भी सम्मिलित किया जाता है। अलेस्ट ने वर्ष 1981 में इस धारणा में थोड़ा सुधार प्रस्तुत किया एवं बताया कि घर के अलग माहौल के बाहर होने वाली सैर-सपाटे को पर्यटन के स्वरूप में समझाया जा सकता है। इन सभी गतिविधियों का चयन व्यक्ति अपनी पसंद के अनुरूप करेंगे। पर्यटन अपने राज्य में व राज्य के बाहर रात्रि विश्राम में शामिल हो भी सकता है और नहीं भी हो सकता है। इस परिभाषा के अनुसार यह स्पष्ट है कि पर्यटन की सरहद और प्रदेशों का फैलाव हुआ है। अब पर्यटन की अवधारणा में फ्री समय बिताने की समस्त कार्यकलापों को शामिल किया गया है। पर्यटन में कोई इन्सान अपने घर, वातावरण, निवास स्थान से कुछ विचित्र या अलग देखने के लिए निकलता है। अपने घर, वातावरण, निवास स्थान से अलग कुछ अच्छा माहौल प्राप्त हो जाने पर उसे संतोष कि प्राप्ति होती है, अन्यथा इच्छानुसार वातावरण नहीं मिलने के कारण उसे असंतोष रहता है।

**पर्यटन-** पर्यटन विपणन पूर्ण रूप से एक आर्थिक क्रिया है। पर्यटन विपणन दो शब्दों से मिलकर बना है। यथा-पर्यटन और विपणन। पर्यटन से आशय किसी व्यक्ति द्वारा विशेष उद्देश्य से अपने निवास कि जगह को अस्थायी रूप से छोड़ने एवं पुनः वापस आने से है। ऐसा स्थान परिवर्तन देश और विदेश की सीमाओं में हो सकता है। विपणन शब्द से आशय उन आर्थिक एवं वाणिज्यिक क्रियाओं से है, जो कि विशेष जगह की व्यावसायिक संस्था द्वारा उस स्थान पर घूमने आये यात्रियों का उनके लक्ष्य की पूर्ति में सहायता हेतु सम्पादित की जाती है। जहा तक भ्रमणकर्ताओं के उद्देश्य का प्रश्न है, तो ये किसी स्थान विशेष पर आकर्षित होते हैं। जिनके बारे में जानने के लिए पर्यटन स्थान परिवर्तन करते हैं। इस प्रकार के आकर्षण अर्थात् पर्यटक के उद्देश्य ही पर्यटन उत्पाद के स्वरूप में जाने जाते हैं, जैसे पेड़, झरने, पहाड़, नदियां, इत्यादि तो प्रकृति के अद्भुत आकर्षण हैं जबकि निवास, आनंद स्थल, परिवहन, और सामग्री मानवीकृत आकर्षण होते हैं। पर्यटन का स्पष्ट लक्ष्य सामान्यतः इन्हीं आकर्षणों को पर्यटन उत्पादों के रूप में पर्यटकों को उपलब्ध करवाना होता है। जब पर्यटन और विपणन इनके सन्दर्भ में अपनाये जाते हैं, तो इन्हें ही पर्यटन विपणन के रूप में जानते हैं। प्रतियोगिता के अभाव में भी विपणन प्रासांगिक प्रतीत होता है। एक एकाधिकारी उत्पादकर्ता को भी बिक्री के माध्यम से आय प्राप्त करनी होती है। केवल मात्र उत्पादन को बढ़ाने से बिक्री नहीं बढ़ती है। यदि-

- उत्पाद के बारे में लोगों को मालूम नहीं हो।
- दाम और गुणवत्ता में सामंजस्य नहीं हो।
- उत्पाद की आवश्यकता महसूस नहीं की जाए।
- उपयुक्त स्थान और समय पर उत्पाद उपलब्ध न हो।

किसी भी उत्पाद की आवश्यकता महसूस होने पर ग्राहक उस उत्पाद की ओर आकर्षित होता है तो इसका मूल्य बढ़ता है और यह सन्तुष्टि भी प्रदान करता है। सभी पर्यटन इकाइयां और संगठन अपने अपने कार्य को अपने सर्वश्रेष्ठ तरीके से पेश करने का प्रयास करते हैं इन प्रयासों में विभिन्न वैज्ञानिक तरीके भी शामिल हैं-

- पर्यटन विपणन अनुसंधान
- पर्यटन उपभोक्ता व्यवहार विश्लेषण
- पर्यटन बाजार विभक्तिकरण
- पर्यटन विपणन प्रबन्ध शोध एवं विकास कार्य आदि

इस प्रकार वर्तमान में केवल पर्यटन उत्पादों की साधारण क्रय-विक्रय और निष्पादन ही विपणन का विषय नहीं है, बल्कि पर्यटन के प्रत्येक कार्य को वैधानिक और प्रबन्धकीय सोच और व्यवहारों की कसोटियों से जांचा-परखा, मनन करना तथा व्यवहार में लागू करना जरूरी है, जिससे पर्यटन विपणन का उद्देश्य शीघ्र और प्रभावपूर्ण तरीके से प्राप्त किया जा सके।

**पर्यटन में विपणन की आवश्यकता-** पर्यटन विपणन की अवधारणा बहुत महत्वपूर्ण एवं व्यावहारिक अवधारणा है। किसी भी देश में पर्यटन इकाई के विषय में विपणन का व्यावहारिक पक्ष एक आवश्यक घटक होता है। मलेशिया, पेरिस, टोक्यों, नेपाल और सिंगापुर आदि देश तो मात्र पर्यटन विपणन के कारण ही अस्तित्व में हैं। पर्यटन इकाई चाहे किसी भी दिखने वाले प्रोडक्ट का निर्माण करती हो या अद्रश्य का, उसको किसी न किसी स्वरूप में पर्यटन के विपणन कि ओर अपनाना होता है। पर्यटन विपणन की इस अवधारणा में पर्यटक इकाइयों के लिए सुरक्षा कवच, संरक्षक, और संवर्द्धक के स्वरूप में शामिल होती है। पर्यटन व्यावसायिक यूनिट के स्वरूप में कानूनन सिद्धान्तों के आधार पर विपणन काम करके बहुत लाभ प्राप्त होते हैं, क्योंकि इनके आधार पर उपभोक्ता सन्तुष्टि के फलस्वरूप सफल व्यावसायिक कामों की प्राप्ति होती है।

**किसी भी पर्यटन के विपणन विषय को लागू करने से मिलने वाले लाभ इस प्रकार हैं-**

- यदि किसी पर्यटन इकाई की पर्यटन के क्षेत्र में हिस्सेदारी बहुत है, तो उसका कारण पर्यटन का विपणन पहलू होता है।
- उच्चतर कोटि के विपणन व्यवहारों से पर्यटन निष्पादन सफल और विस्तृत होता है।
- पर्यटन विपणन से ही संस्थाएँ पर्यटन व्यवहारों और प्रस्तुति के विषय में शोध को लागू करने योग्य हो जाती है।
- पर्यटकों को पर्यटन उत्पाद और सेवा शीघ्र और गुणवत्ता पूर्ण प्रदान करके पर्यटन इकाई ज्यादा लाभ प्राप्त करती है।
- उच्च कोटि की पर्यटन विपणन से बाजार में हिस्सेदारी अधिक होती है और पर्यटन उत्पाद छवि भी लोकप्रिय होती है।
- सफल विपणन के फलस्वरूप ही पर्यटक वित्त, पर्यटक सेवा और पर्यटक उत्पादन से सम्बन्धित कामों की सफल क्रियान्विति सम्भव है।
- वर्तमान में संचालित अच्छा पर्यटन विपणन भविष्य के लिए पर्यटन की गतिविधियों की प्रस्तुति का आधार हो सकता है, जैसे पर्यटन उत्पाद नवाचार, उपभोक्ता व्यवहार विश्लेषण, प्रभावपूर्ण पर्यटन उत्पाद प्रस्तुति और बाजार अनुसंधान इत्यादि।

पर्यटन विपणन के लाभ न केवल पर्यटन इकाई को ही प्राप्त होते हैं, जबकि स्वयं पर्यटक भी इनसे लाभान्वित होते रहते हैं। मुख्य रूप से पर्यटन ही उपभोक्ता होते हैं जिनकी सन्तुष्टि से ही पर्यटन विपणन की सफलता निश्चित होती है। पर्यटन विपणन एक ऐसी व्यावहारिक एवं क्रियात्मक अवधारणा है, जिसके बाद के असर न मात्र किसी विशेष जगह तक सीमित होते हैं, बल्कि इन सभी प्रभावों को विदेशी लेवल पर भी देखा जा सकता है। प्रत्येक देश की अपनी अलग सभ्यता कि परम्परा होती है, जिसके महत्व और उच्चता से यदि अन्य देशवासियों को परिचित करवाता है, तो उसके लिए मात्र पर्यटन ही उचित माध्यम है। पर्यटन के माध्यम से ही विभिन्न देशों के बीच व्यावसायिक, सांस्कृतिक, और शैक्षणिक सम्बन्धों की स्थापना हो सकती है।

**राजस्थान में पर्यटन मार्केटिंग का संचालन-** राज्य में पर्यटन मार्केटिंग की गतिविधियों के विश्लेषण से पहले यह आवश्यक है कि प्रशासनिक इकाइयों और उनकी सहयोगी तथा अधीनस्थ इकाइयों को जाना जाये, जो पर्यटन विपणन के सफल निष्पादन हेतु विद्यमान है। राज्य में पर्यटन की प्रतिष्ठा और विस्तार को नजर रखते हुए सार्वजनिक और निजी दोनों ही

स्तर पर प्रयास जारी है। जब से सरकार ने पर्यटन को व्यवसाय का दर्जा दिया गया है, उसके बाद सरकार पर्यटन के इलाको से प्रगति करने की ज्यादा सम्भावनाओं को खोजने और उसे वास्तविक रूप में परिणित करने के लिए जो प्रयास किये हैं, वह काफी सराहनीय है। राज्य सरकार के पर्यटन मन्त्रालय ने पर्यटन को नियमित रूप से संचालन करने हेतु विशिष्ट व्यवस्था की है। सभी पर्यटन से सम्बन्धित प्रशासनिक इकाइया अपने स्तर पर कार्य का सफल निष्पादन करने के साथ ही प्रदेश में पर्यटन का माहौल निर्माण करने के लिए प्रयासरत है।

सरकार वर्तमान में निम्नांकित इकाइयों के समन्वित प्रयासों से पर्यटन विकास और संरक्षण सम्बन्धी कार्य सम्पादित करवाती है—

1. राजस्थान सरकार का पर्यटन विभाग
2. राज्य सरकार और यात्रा प्रबन्ध संस्थान
3. राज्य पर्यटन प्रगति निगम
4. राजीव गांधी पर्यटन प्रगति मिशन

सभी पर्यटन विषयक प्रशासनिक इकाइयां स्पष्ट और परोक्ष तरीके से पर्यटन की प्रगति हेतु प्रयत्नशील है। प्रत्येक की अपनी कार्य सीमा और प्रबन्ध व्यवस्था है। पर्यटन के विकास और संरक्षण के लिए प्रत्येक इकाई विशिष्ट विपणन व्यवस्थाओं को पूरा करती है। सभी प्रशासनिक इकाइयों की संक्षिप्त कार्यप्रणाली और लक्ष्य निम्नानुसार है—

1. **राज्य सरकार का पर्यटन विभाग**— सरकार ने पर्यटन के कामों को सम्पादित करने हेतु अनेक संगठन और विभागों का गठन किया है, जिनमें संगठन के शीर्ष स्थान पर पर्यटन विभाग आता है। इस विभाग के अन्तर्गत एक पर्यटन महानिदेशक और एक अतिरिक्त महानिदेशक होता है, इसके अलावा एक सयुक्त महानिदेशक एवं 05 उपमहानिदेशक होते हैं। पर्यटन के डिपार्टमेन्ट के अनुसार यात्रा को प्रोत्साहन देने के लिए 8 डिपार्टमेन्ट का गठन किया है।

1. प्रशासन, वित्त एवं समन्वय विभाग
2. वन्य जीवन पर्यटन विभाग
3. यात्रा, व्यापार और आतिथ्य विभाग
4. आवास विभाग
5. पूरक आवास विभाग
6. बाजार अनुसंधान विभाग
7. आयोजना एवं कार्यक्रम विभाग
8. प्रचार—प्रसार एवं सम्मेलन विभाग

राज्य सरकार ने पर्यटन से सम्बन्धित कई क्रियाओं में सामजंस्य स्थापित करने एवं विभिन्न सम्बन्धित मंत्रालयों और विभागों से सम्पर्क बनाये रखने के लिए पर्यटन विभाग का प्रतिनिधित्व निम्नांकित समितियों और सलाहाकार मण्डलों को सौपा गया है—

1. निर्यात—आयात सलाहाकार समिति
2. इंडियन एअर लाइंस सलाहाकार समिति
3. श्रम एवं रोजगार मंत्रालय का होटल उद्योग अध्ययन समूह

4. नागरिक उड्डयन कोष समिति
5. केन्द्रीय डाक तार सलाहाकार परिषद्
6. वन्य जीवन सम्बन्धी भारतीय मण्डल
7. आवास सम्बन्धी स्थायी समिति
8. भारत यात्रा विकास निगम लिमिटेड
9. वायु परिवहन केन्द्र आयोजन समूह
10. पुरातत्व सम्बन्धी केन्द्रीय सलाहाकार मण्डल

यह विभाग राज्य सरकार के पर्यटन मन्त्रालय का अंग है और इसके निर्देशानुसार ही कार्य करता है और विकास हेतु भी कार्यरत है। इस विभाग का अध्यक्ष एक स्वतन्त्र प्रकार का पर्यटन मन्त्री होता है। अन्य सभी पर्यटन इकाइयों के साथ क्रियात्मक सामंजस्य के द्वारा यह विभाग राज्य में पर्यटन विषयक गतिविधियों का निर्देशन एवं नियन्त्रण करता है। इसका अपना एक सगठन है, जिसमें मन्त्रालय, सचिवालय और निदेशालय स्तर के अफसर यात्रा के लक्ष्यों को सम्पूर्ण करने हेतु काम करते हैं। इसी विभाग के अधीन दो सार्वजनिक क्षेत्र के उपक्रम जैसे आर.टी.डी.सी. (R.T.D.C.) तथा राजस्थान होटल कारपोरेशन लिमि. कार्यरत है। पर्यटन विभाग के पर्यटन लक्ष्यों को पूरा करने में सहायक के रूप में एक अन्य संस्थान भी कार्यरत है— राजस्थान पर्यटन एवं यात्रा प्रबन्धकीय संस्थान। यह समुदाय पूर्णरूपेण स्वायत्तशासी है। पर्यटन विभाग के उद्देश्य हैं—

- पर्यटन के विकास हेतु आधारभूत ढांचा तैयार करना।
- प्रदेश में विद्यमान पर्यटन सम्पदा का संरक्षण एवं संवर्द्धन करना।
- पर्यटन हेतु केन्द्र कि सरकार के द्वारा दिए गये उत्तरदायित्वों को पूरा करना।
- राज्य में मानव सम्पदा के अधिक से अधिक उपयोग के लिए रोजगार अवसरों की तलाश करना।
- राज्य को पर्यटन के दृष्टिकोण से आगे रखना।
- विद्यमान पर्यटन के नये आयामों की खोज करना।

**2. राजस्थान पर्यटन और यात्रा प्रबन्ध संस्थान—** पर्यटन के लिए पर्यटन डिपार्टमेन्ट के निर्देशानुसार कार्य सम्पन्न करने वाली महत्वपूर्ण सहयोगी इकाई राजस्थान पर्यटन और यात्रा प्रबन्धक संस्था है। इस इकाई का मुख्य कार्य भी राज्य में पर्यटन निदेशालय स्तर पर अपनी सहयोगी भूमिका को सार्थक करना है। जिसके कार्यकारी लक्ष्य इस प्रकार हैं—

- पर्यटन विकास हेतु राज्य में वातावरण बनाना।
- पर्यटन के विकास की नवीनतम गुंजाइश को तलाशना और उन्हें पर्यटन विभाग के निर्देशानुसार सार्थक बनाना।
- मानवीय संसाधनों का पर्यटन विकास में प्रयोग करना
- पर्यटन कार्य में शामिल गाइड, यात्रा अभिकर्ता एवं चालक के लिए अल्पकालीन प्रशिक्षण कार्यक्रमों का आयोजन करना।

इस प्रकार स्पष्ट है कि राज्य के पर्यटन की प्रगति, संवर्द्धन और संरक्षण के लिए ये सभी प्रशासनिक इकाइयों कटिबद्ध हैं। राजस्थान पर्यटन विपणन की प्रशासनिक व्यवस्था का अवलोकन करने के पश्चात् यह जरूरी है कि राज्य में पर्यटन विपणन के प्रभावों से परिचित कराया जाय। राज्य के पर्यटन विपणन व्यवसाय के मूल्यांकन के लिए विश्लेषणात्मक अध्ययन करना चाहिए।

**3. राज. पर्यटन प्रगति निगम—** भ्रमण (पर्यटन) के क्षेत्र में राज्य का हस्तक्षेप वर्ष 1956 में शुरू हुआ, जब पर्यटन डिपार्टमेन्ट की स्थापित हुआ। जिसका प्रमुख लक्ष्य राजस्थान को दुनिया के पर्यटन मानचित्र पर स्थापित करना था। राज्य में पर्यटन की कई सुविधाओं का बढ़ाकर देश, विदेशों के पर्यटकों को लुभाया जा सके। भारतीय संविधान की उद्देशिका में यह विचार

रखा गया था कि भारत में सार्वजनिक क्षेत्र कि प्रगति हो, किन्तु इनमें से 2 लक्ष्य जो इस प्रकार है। प्रथम देश के सभी नागरिकों के लिए समान न्याय का संरक्षण हो, दितीय सभी के लिए अवसर और ओहदे की समानता हो। इसका यह अर्थ समझा गया कि भारत में सार्वजनिक क्षेत्र कि प्रगति हो। पर्यटन कि प्रगति के लिए दूसरी सार्वजनिक उत्तरदायी इकाई आर. टी. डी. सी. (R.T.D.C.) है, जिसकी स्थापना 1 अप्रैल 1979 को हुई थी। इसका प्रमुख उद्देश्य देशी-विदेशी पर्यटकों की आवास, भोजन, परिवहन विकास आदि की विभिन्न समस्त सुविधाएं समय पर हासिल करवाना है। ये प्राधिकरण पर्यटन मन्त्रालय की एक ऐसी इकाई है, जो राज्य में पर्यटन प्रगति की अपार सम्भावनाओं का हमेशा के लिए सर्वद्विगत करने के लिए दृढ़ संकल्प है। निगम की सबसे खास बात यह है कि इसके पिछले 25 वर्षों से अपने कार्यक्षेत्र में काफी विस्तार किया है। इस निगम की स्थापना से पहले यह कार्य राज्य सरकार, जयपुर का पर्यटन डिपार्टमेंट करता था। पर्यटन को बहुत प्रोत्साहित करने वाली गैर व्यावसायिक क्रियाएं अभी भी सरकार का पर्यटन डिपार्टमेंट ही करता है। राजस्थान पर्यटन प्रगति निगम के काम निम्नानुसार है—

- वर्तमान में उपलब्ध सेवाओं और सुविधाओं को बढ़ाना।
- यात्रा पकेज के माध्यम से नागरिकों को नजदीक से पर्यटन को आत्मसात करने के विभिन्न अवसर उपलब्ध करवाना।
- पर्यटकों को परिवहन इत्यादि की बेहतर सुविधाएं उपलब्ध करवाना है।
- पर्यटकों को आधारभूत सुविधाएं बहुत ही प्रभावी ढंग से एवं अनिवार्य रूप से उपलब्ध करवाना, जैसे आवास, भोजन, और परिवहन।
- वर्तमान पर्यटन सुविधाओं में नयापन लाना जैसे राष्ट्रीय और अन्य मार्गों पर विभिन्न ढाबों की स्थापना करना, जहां पर्यटन ग्रामीण शैली के भोजन का आनन्द उठा सकते हैं। इसके अलावा निगम रिजोर्ट की स्थापना भी करता है, ताकि पर्यटन ग्रामीण माहौल से परिचित होकर प्रदेश में ज्यादा समय तक ठहर सके।

**4. राजीव गांधी पर्यटन प्रगति मिशन—** राजस्थान राज्य सरकार के द्वारा 1 बड़ी पहल करते हुए राजस्थान में 5 जुलाई 2001 को राजीव गांधी पर्यटन प्रगति मिशन की स्थापना तत्कालीन माननीय मुख्यमन्त्री श्री अशोक गहलोत की अध्यक्षता में की गई थी ताकि राज्य में पर्यटन के विस्तार में नीतिगत निर्णयों एवं कार्ययोजनाओं को समयबद्ध तरीके से लागू किया जा सके।

#### मिशन के उद्देश्य—

1. जयपुर के अन्तर्राष्ट्रीय एअरपोर्ट को शुरू कराना और राज्य में नागरिक उड्डयन से सम्बन्धित आधारभूत ढांचे का पर्यटन विकास के लिए उपयोग तय करवाना।
2. इस मिशन के माध्यम से देश के मुख्य पर्यटन विशेषज्ञों से दिनांक 18-19 अगस्त, 2001 को विचार-विमर्श किया गया था। मिशन के जरिये राज्य के सभी जिलों के कलेक्टरस को जिला मिशन का प्रभारी बनाया गया, जिसमें जिला स्तर पर भी पर्यटन कि प्रगति के काम हासिल किये जा सके। इसके द्वारा पर्यटन व्यवसाय कि प्रगति के लिए पूरे प्रदेश मे एक माहौल बन जायेगा।
3. एशियन डवलपमेन्ट बैंक द्वारा घोषित कार्यक्रम के अन्तर्गत 5 बड़ें शहरों जयपुर, अजमेर, कोटा, जोधपुर, एवं बीकानेर का व्यापक विकास, संस्कृति का संरक्षण, संवर्द्धन को सुनिश्चित करवाना, जिसमें इन सभी शहरों में पर्यटन व्यवसाय कि प्रगति मुख्य रूप से हो सके।
4. देवस्थापन विभाग एवं अन्य राज्य सरकार कि सम्पतियों का सांस्कृतिक रूप से पर्यटन कि प्रगति एवं परम्परागत पर्यटन के आलावा साहसिक पर्यटन, तीर्थ पर्यटन एवं जल पर्यटन का विकास करवाने के लिए काम करना।
5. राज्य में पर्यटन कि प्रगति के लिए हेतु आधारभूत ढांचे कि प्रगति हेतु राज्य सरकार को सभी विकास योजनाओं में पर्यटन सम्बन्धी आधारभूत ढांचे का समन्वय करना और संसाधनों का अधिकतम उपयोग करवाना।

6. राजस्थान के पर्यटकीय उत्पादों का राष्ट्रीय एवं विदेशी लेवल पर प्रचार-प्रसार को प्राइवेट सहभागिता से करवाना एवं पर्यटन के बारे में लोगों में जन-चेतना जाग्रत करवाना।
7. निजी क्षेत्र के विशेष सहयोग से राज्य की संस्कृति कि सुरक्षा, पर्यटक स्थलों/स्मारकों का एकीकृत पर्यटन स्थल के रूप में विकास और सभी पर्यटन स्थलों पर मुलभूत एंव आवश्यक पर्यटकीय सुविधाएं उपलब्ध करवाना।
8. प्रदेश की विभिन्न लोक कलाओं, हस्तशिल्प, स्थापत्य कलाओं का योजनाबद्ध तरीके से संरक्षण और संवर्द्धन करवाकर, गाँवों के क्षेत्रों में पर्यटन व्यवसाय से रोजगार के अवसर दिलाना।
9. पर्यटन विभाग की भूमिका को उत्प्रेरक के रूप में परिवर्तित करना, पर्यटन नीति को लागू करवाना और पर्यटन व्यवसाय को आगे बढ़ाने के लिए सभी विभागों द्वारा लगाये जाने वाले करों एवं प्रक्रियाओं को सरल करवाना, जिससे पर्यटन व्यवसाय के स्वरूप में आगे बढ़ सके।
10. उक्त मिशन को अपने उद्देश्यों की प्राप्ति में सहायता करने, सभी विभागों का समन्वित सहयोग प्राप्त करने एवं प्रशासनिक रूकावटों का हल समाधान करने हेतु मुख्य सचिव की अध्यक्षता में एक उच्चाधिकार प्राप्त समिति का गठन भी किया गया है।

पर्यटन विपणन प्रबन्धक में विपणन सिन्द्धातों द्वारा पर्यटकों को सन्तुष्ट करते हैं। पर्यटन पूर्णरूप से एक आर्थिक क्रिया है। पर्यटन कि प्रगति हेतु विपणन बहुत जरूरी है। पर्यटक तभी सन्तुष्ट हो पाते हैं, जब उनको आधारभूत सुविधाएं जैसे, भोजन, आवास और परिवहन सुविधाएं उपलब्ध होती हैं। सन्तुष्ट पर्यटन ही राज्य कि संस्कृति का राष्ट्र और विदेशों में अपने द्वारा प्रचार करते हैं। जिससे आगामी पर्यटक आकर्षित होते हैं। राज्य सरकार पर्यटन कि प्रगति के लिए राज्य का पर्यटन डिपार्टमेन्ट, राज्य पर्यटन और यात्रा प्रबन्ध संस्थान, राज्य पर्यटन प्रगति निगम और राजीव गांधी पर्यटन प्रगति मिशन जैसी इकाइयों के माध्यम द्वारा विपणन का काम करती है। राज्य को पर्यटन कि प्रगति के लिए भविष्य में भी नये-नये कार्य करने होंगे, जिससे राज्य में देश और दुसरे देशों के पर्यटकों को अपने राज्य कि ओर आकर्षित किया जा सके। इसके लिए सरकार के द्वारा प्रभावी विपणन व्यवस्था अपनानी होगी और देशी-विदेशी पर्यटकों से फीडबैक भी लेना होगा, जिससे उनकी सुविधाओं को और बेहतर किया जा सके। विदेशी पर्यटकों को अधिकाधिक मात्रा में अपनी ओर आकर्षित करने के लिए उनको संरक्षण भी दिया जाना आवश्यक है। यह तभी सम्भव है जब राज्य सरकार समन्वित रूप से पर्यटकों के हितों के लिए नयी नीति का निर्माण करें। इसके लिए पर्यटन मन्त्रालय का योगदान भी आवश्यक है।

### सन्दर्भ ग्रन्थ सूची –

- डॉ किशोर सिंह, डॉ अभिनव कमल रैना,–राजस्थान में पर्यटन मैनेजमेंट: सिन्द्धात और व्यवहार, अभिनव प्रकाशन, अजमेर (2007)
- डॉ आशुतोष मीणा– पर्यटन एवं स्थानीय स्वशासन, बाबा पब्लिकेशन, जयपुर (2017)
- [www.google.co.in](http://www.google.co.in)

- [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)
- Andrić, B. (2007) The use of e-marketing in tourism. Bus. Excell. 1(2), 85-97.
- Arabi, U. (2007). On-Line tourism services in developing countries: Need for website marketing infrastructure. Indian journal of marketing, P. 25-38 & 46.
- Arora, S., Sharma, A. (2013) Social media- A new marketing strategy. Int. J. Manag. 34.
- Bhatia, A. K. (2002). International tourism management. New Delhi: Sterling, p156.
- Bill Taylor, Gautam Sinha, Tapash Ghoshal, “Research Methodology: A Guide for Researcher in Management and Social Sciences”, PHI Learning Pvt. Ltd., New Delhi, 2006.

