

**DIRECTORATE OF EDUCATION
VOCATIONAL EDUCATION
BRANCH
GOVERNMENT OF NATIONAL CAPITAL
TERRITORY OF DELHI**

**ROOM NO. 201-207, 2ND FLOOR, SCIENCE CENTRE,
LINK ROAD, KAROL BAGH, NEW DELHI-110005**

SUPPORT MATERIAL

Skill Subject: Introduction to Tourism

(Subject Code: 406)

Class: X

Medium: Hindi

Vocational Coordinator Name & Email I'D- 1) Manisha Gautam (delhi.nsqftt@learnetskills.com) 2) Sahil(coordinator5.delhi@indusedutrain.com) 3) Poonam (coordinator3.delhi@indusedutrain.com)						
S.No.	Unit Name	Topic / Sub-Topic	Prepared By (Name of Vocational Trainer)	School Name	Email ID	Checked By
1	Soft Skills	Defining Personality, Determinants of Personality, Personality Development	Devender	Rana Pratap Sarvodaya Vidhyalaya (Sindhi) -2128032	hos2128032@gmail.com	Manisha Gautam
2	Soft Skills	Positive Work Attitude, Creating First Impression & Grooming, Basic Social Etiquettes- Work and Telephone	Rahul	GBSSS D BLOCK ASHOK VIHAR(1411014)	hos1411014@gmail.com	Manisha Gautam
3	Soft Skills & Introduction to Tourism-II	Positive Body Language, What is Tourism, General Impacts of Tourism	Aman	Govt Co-ed Sarvodaya Vidyalaya Sector 22 ROHINI. (1412290)	hos1412290@gmail.com	Manisha Gautam
4	Introduction to Tourism-II	Typology of Tourism Impacts, Sources of Tourism Information, Tourism Organizations	Amit	Shikar Pur-SV (1822007)	Skp1822007@gmail.com	Manisha Gautam
5	Tourism BusinessII	Introduction ,Travel &Hospitality Terminologies /Terinologies related with Tourist/types of rooms /Meal Plan	Shailja	GSKV Malviya Nagar 1923046	1923046mlv@gmail.com	SAHIL AND POONAM
6	Tourism BusinessII	Activities in a Travel Agency, Documentation for Travel /Passport , visa and Other Permits/Medical Permits /Travel Insurance	Sukhdeep Kaur	Skv Rajouri Garden main 1515021	Skvmain@gmail.com	SAHIL AND POONAM
7	Tourism Products II	Introduction/Classification of Tourism Products ,Natural Tourism Products	Rahul Bachhan	Skv B Block Janakpuri 1514019	Skv.janakpuri@hotmail.com	SAHIL AND POONAM

8	Tourism Products II	Manmade Tourism Products ,Symbiotic,Event Based,Site Based	Nanika	GSKV MUNDKA 1617014	gskvmundka_1617014@yahoo.com	SAHIL AND POONAM
9	Tourism Products II	Unesco World Heriatge Sites /Unesco World Heritage Sites In India	Sudhir	Gsv ,Dakshinpuri, Sec-5 1923352	192335dan@gmail.com	SAHIL AND POONAM

INTRODUCTION TO TOURISM-II

SUPPORT MATERIAL

CLASS-X



SESSION (2023-24)

INDEX

UNIT - I : SOFT SKILLS

1.1 Introduction

1.2 Defining Personality

1.3 Determinants of Personality

1.4 Personality Development

1.5 Positive Work Attitude

1.6 Creating First Impression & Grooming

1.7 Basic Social Etiquettes - Work and Telephone

1.8 Positive Body Language

UNIT - II : INTRODUCTION TO TOURISM-II

2.1 Introduction

2.2 What is Tourism?

2.3 General Impacts

2.4 Typology of Tourism Impacts

2.5 Sources of Tourism Information

2.6 Tourism Organisations

UNIT - III : TOURISM BUSINESS - II

3.1 Introduction

3.2 Travel and Hospitality Terminology

3.3 Activities in a Travel Agency

3.4 Documentation for Travel

UNIT - IV : TOURISM PRODUCTS - II

4.1 Introduction

4.2 Classification of Tourism Products

4.3 Natural Tourism Products of India

4.4 Man Made Tourism Products of India

4.5 Symbiotic Tourism Products of India

4.6 Event based Tourism Products of India

4.7 Site Based Tourism Products of India

4.8 UNESCO World Heritage Sites

4.9 UNESCO World Heritage Sites in India

Unit-1

Soft Skill-II

1.1 Introduction:-

इस यूनिट में हम Soft Skill का अध्ययन करेंगे जो आपको अपने स्वयं, सामाजिक और व्यापार से सम्बंधित जीवन में बढ़त हासिल करने में मदद करेगा। वास्तव में ये Soft Skill सीधे आपके व्यक्तित्व से संबंधित हैं और Travel and Tourism उद्योग से सम्बंधित आपको आपकी Personality विकसित करने में मदद करेगा।

1.2 Defining Personality:-

इससे पहले कि हम Personality के बारे में बताना शुरू करें, आप अपनी यादों की गलियों में एक यात्रा करें और अपने दो पड़ोसी या पुराने स्कूल के दोस्तों को याद करें जिनके साथ आपने बातचीत की है।



एक जो सभी को अच्छा लगता है। वह बहुत जल्दी दोस्त बना जाता है! हमेशा शिक्षकों का प्रिय छात्र होने के साथ-साथ सभी रिश्तेदारों और पड़ोसियों को भी पसंद आता। दूसरा हमेशा शिकायत करता है और किसी को भी उसे लंबे समय तक दोस्त बनाए रखने में परेशानी होती है।

1.2.1 Meaning of Personality:-

'PERSONALITY' शब्द की उत्पत्ति लैटिन शब्द 'PERSONA' से हुई है जिसका अर्थ एक Mask होता है।



पुराने दिनों में स्टेज पर नाटक के एक विशेष चरित्र के गुणों को दिखाने के लिए Mask का उपयोग किया जाता था।

1.2.3 Personality Defination:-

सामान्य शब्दों में Personality का अर्थ है गुणों का एक अनोखा समूह (शारीरिक, मानसिक, रुचियाँ आदि) है जो आपको दूसरों से अलग बनाता है कि आप खुद को दूसरों के सामने कैसे पेश करते हैं और लोग आपके बारे में कैसे बताते हैं।

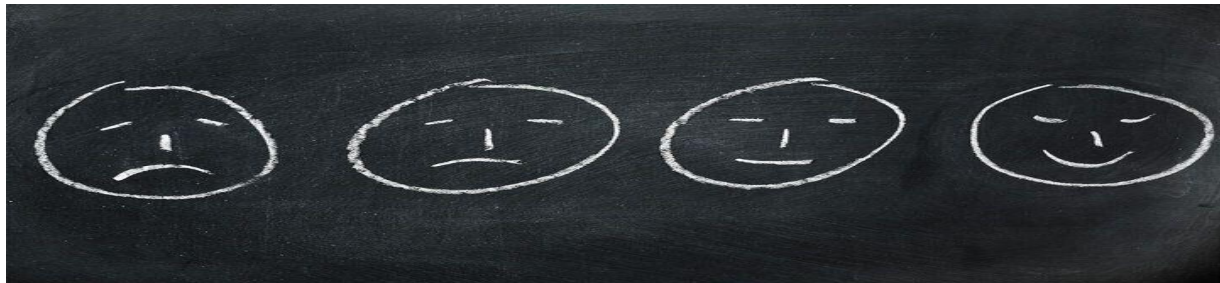
यहाँ पर जो सवाल हमारे मन में पैदा होता है वह यह है कि Personality के अंदर क्या आता है?

Person का mood, उसे अन्य लोगों के साथ बातचीत में व अपने आप को समझने योग्य बनाता है।

इसमें Behaviour संबंधी विशेषताएँ शामिल हैं जो एक Person को दूसरे से अलग करती हैं और जिसे पर्यावरण और सामाजिक समूह के लोगों के संबंधों में देखा जा सकता है।

1.3 Determinants of Personality

प्रत्येक Person की एक अनोखी Personality होती है। क्या आपने कभी सोचा है कि Personality कैसे बनती है? कुछ ऐसे भाग हैं जो व्यक्ति की Personality को आकार देते हैं, Personality के निर्धारक कहलाते हैं।



इन्हीं चीजों को आधार मानते हुए हम prrsnality के सामान्य determiment पर बात-चीत करेंगे जो की नीचे दिए गए हैं:-

- 1. Heredity**
- 2. Culture**
- 3. Family Background**
- 4. Our Experiences through Life**
- 5. The People we interact with**

Heredity

एक पीढ़ी से दूसरी पीढ़ी में गुण व दोषों के शारीरिक या मानसिक रूप आगे बढ़ने को Heredity कहते हैं। हमें अपने पिता, दादा और परदादा से कुछ गुण विरासत में मिलते हैं, जैसे हमारी आँखों का रंग, हमारे चेहरे और शरीर का आकार। मुख्य रूप से ये चार होते हैं:- यानी शरीर का निर्माण, शारीरिक आकर्षण, शारीरिक दोष और स्वास्थ्य की हालत।

बाकी के चार निर्धारकों का अध्ययन हम करेंगे जो हमारे पर्यावरण का निर्माण करते हैं!

Culture

Culture को किसी खास Person या समाज के विचारों, रीति-रिवाजों और समाज में लोगों का व्यवहार के रूप में परिभाषित किया जा सकता है। हम अपनी संस्कृति से अच्छी आदतें सीखते हैं और यह हमारे व्यवहार को आकार देता है।

भारत देश में प्रत्येक culture में कुछ न कुछ अच्छाई है जो उस culture के लोगों की personality के बारे में बताती है। उदाहरण के लिए, गुजरात के लोग अधिक व्यवसायिक विचारों के हैं, हरियाणा के लोग साहसी हैं!

साथ ही यह भी आवश्यक नहीं है कि एक ही संस्कृति के सभी लोगों का व्यक्तित्व एक जैसा हो, लेकिन खास तौर पर संस्कृति के अनुसार ये पहचान अधिकतर लोगों में पायी जाती है।

Family Background

परिवार समाज की सबसे छोटी इकाई है। परिवार खून या विवाह से संबंधित लोगों का एक ग्रुप है। परिवार के कई नज़रिये जैसे माता-पिता की शिक्षा, सामाजिक-आर्थिक स्थिति, परिवार में बच्चों की संख्या और जन्म का नंबर और परिवार के दूसरे लोग जैसे चाचा और चाची काफी हद तक Personality के आकार को प्रभावित करते हैं।

Our Experiences through Life

आपके Personality में एक विशेषता के रूप में दयालुता हो सकती है लेकिन आपके जीवन में बार-बार अनुभव जहां आप दयालुता के कारण अपने को ठगा हुआ महसूस करते हैं, मान लीजिए कि पिछले कुछ महीनों में आपके साथ तीन अलग-अलग लोगों के साथ ऐसी तीन घटनाएँ घटी हैं जहाँ आपने पैसे दिए हैं लेकिन वे आपके पास कभी वापस नहीं आए। इससे क्या होगा, कल आकर जो आपसे उधार मांगेगा आप उस person पर यकीन नहीं करेंगे।

The People we interact with

"एक व्यक्ति को उसके साथ रहने वालों की वजह से जाना जाता है हम अपने जीवन में कई लोगों के साथ बातचीत करते हैं जैसे - पड़ोसी, अध्यापक, कक्षा मित्र, दोस्त, चचेरे भाई, साथ काम करने वाले, बॉस और यहां तक कि अजनबी आदि। जो लोग हमारे नज़रिये में एक जैसे हैं, हम उन्हें मना लेते हैं और उनके साथ जुड़ जाते हैं। यहां तक कि हम अपने व्यवहार को बदलते हैं ताकि हम उन्हें स्वीकार कर सकें और उनसे जुड़ सकें जिन्हें हम पसंद करते हैं।

1.4 Personality Development

प्रत्येक Person अपनी आरम्भिक Personality के साथ पैदा होता है। बाहरी वातावरण द्वारा पैदा की गई कठिनाइयों का सामना करने के लिए वह Person जीवन भर सही_तरीके से Personality को बदलने और विकसित करने का प्रयास करता है।

इस प्रकार, personality को विकसित करने के लिए Skill के कुछ गुणों की आवश्यकता होती है जिसे सीखने की आवश्यकता होती है।

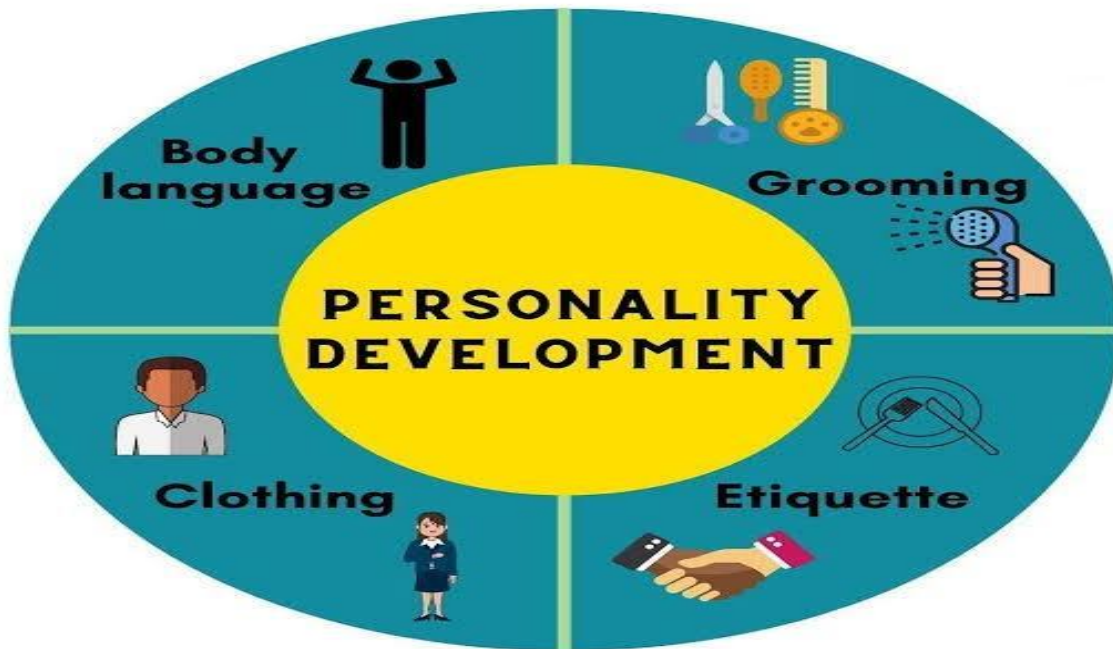


वर्तमान समय में उद्योग में होने वाले कामों में बहुत बड़ा बदलाव हुआ है, पहले केवल मेहनत वाले काम की जरूरत थी पर अब काम के साथ साथ किसी Skill की जानकारी होना भी जरूरी है। इसलिए यह साफ़-साफ़ है कि एक समझदार Person ही उस काम की जरूरतों की पहचान कर सकता है जिसे वह आगे बढ़ाना चाहता है।

एक कुशल Tourist/Traveller को तलाशने के लिए Tourism उद्योग में सेवा करने वाले लोगों के पास ये सभी गुण होने चाहिए:-

1. Positive Attitude to work (काम के लिए सकारात्मकता)
2. Well Groomed Personality to create first impression (अच्छा व्यक्तित्व ताकि पहला प्रभाव अच्छा रहे)
3. Social Etiquettes & Telephonic Etiquettes (सामाजिक और फोन पर बात करने के शिष्टाचार)
4. Professional Body Language (पेशेवर शारीरिक भाषा)

आगे के प्रश्नों में हम Tourism उद्योग के लिए Personality का विकास कैसे करें, यह जानने के लिए इन चारों का अध्ययन करेंगे



- **Attitude(नज़रिया/रवैया/दृष्टिकोण)**

Attitude(ऐटिट्यूड) से अभिप्राय किसी व्यक्ति, वस्तु या मुद्दे के प्रति स्थायी सोच है जो सकारात्मक या नकारात्मक हो सकता है।

- दृष्टिकोण हमारे दिमाग से शुरू होता है, हम अपने आसपास की चीज़ों, घटनाओं और लोगों को कैसे देखते हैं यही हमारा दृष्टिकोण है।
- दृष्टिकोण हमारे आसपास की दुनिया यानी सामाजिक रूप से महत्वपूर्ण वस्तुओं पर हमारा मानसिक ध्यान है।
- हम अपना ध्यान यानी दृष्टिकोण को बदलकर हमारे व्यक्तित्व (Personality) को बदल सकते हैं।

1.5 Positive Work Attitude(सकारात्मक कार्य दृष्टिकोण)

- शोधकर्ताओं ने साबित कर दिया है कि जो व्यक्ति किसी भी चीज़(व्यक्ति, घटना या वस्तु) के सकारात्मक पक्ष पर ध्यान केंद्रित करता है वह नकारात्मक दृष्टिकोण वाले लोगों की तुलना में अधिक खुश रहता है, लम्बे समय तक जीवित रहता है और अपने जीवन में सफल होता है।
- अमेरिका के प्रभावशाली दार्शनिक विलियम जेम्स का कथन इस तथ्य को और पुष्ट करता है। उन्होंने कहा था कि "निराशावाद कमजोरी की ओर ले जाता है, आशावाद शक्ति की ओर।"
- सकारात्मक दृष्टिकोण की शक्ति Harvard University(हारवर्ड विश्वविद्यालय) के एक अध्ययन से भी पुष्ट किया गया है, जिसमें कहा गया है कि 80-85 प्रतिशत

मामलों में अच्छी नौकरी पाने की मुख्य प्रेरक शक्ति दृष्टिकोण है और शेष 15 प्रतिशत तकनीकी ज्ञान है।

○ निम्नलिखित बिंदु सकारात्मक दृष्टिकोण की शक्ति को दर्शाते हैं:-

1. सकारात्मक दृष्टिकोण हमारे उत्साह को बढ़ाता है।
2. सकारात्मक दृष्टिकोण हमें कुछ नया करने के लिए प्रोत्साहित करता है।
3. सकारात्मक सोच अगर हो तो सब अच्छा ही घटित होता है।

● **Following strategies can help us to have a positive work attitude irrespective of any circumstances at work place:**

(कार्य स्थल पर किसी भी परिस्थिति के बावजूद निम्नलिखित रणनीतियाँ हमें सकारात्मक दृष्टिकोण रखने में मदद कर सकती हैं:)

1. Examine your attitude regularly (नियमित रूप से अपने दृष्टिकोण की जाँच करें)

हर दिन व्यक्ति को अपने दृष्टिकोण की जाँच अपने काम, सहकर्मियों और बॉस के प्रति करनी चाहिए और देखना चाहिए कि यह सकारात्मक है या नकारात्मक। यदि आवश्यक हो तो अपने दृष्टिकोण को नकारात्मक से सकारात्मक में बदलने का प्रयास करें।

2. Balance work with personal life (निजी जीवन के साथ काम में संतुलन)

हमें जीवन में अपनी प्राथमिकताएं तय करनी चाहिए। इसका मतलब हमें घर पर कार्यालय के काम के बारे में नहीं सोचना चाहिए और कार्यालय के काम के समय हमें परिवार के बारे में नहीं सोचना चाहिए। ऐसा करने से हमारा दृष्टिकोण केंद्रित और सकारात्मक बनता है।

3. Focus on the positive (सकारात्मक पर ध्यान दें)

हमेशा अपनी ताकत और सफलताओं पर ध्यान दें, चाहे आप अपने काम और रिश्तों को संभालने में सफल ना हो पा रहे हों।

4. Communicate (संचार करें)

संचार सभी सम्बन्धों की जीवन रेखा है। जब संचार बंद हो जाता है तब गलत संचार शुरू होता है और नकारात्मकता फैलती है। दूसरों को धैर्य के साथ सुनना चाहिए। संचार करते समय अपनी बात को दूसरों को अच्छे से समझाना और उसी समय उनकी बातों को अच्छे से समझना जरूरी है। हर दिन अच्छा सुनने और संचार कौशल का अभ्यास करना चाहिए।

5. Turn unexpected changes into Opportunity (अचानक होने वाले परिवर्तनों को अवसर में बदलना)

मनुष्य हर रोज की दिनचर्या के हिसाब से खुद को ढाल लेता है और इसमें कोई भी बदलाव नकारात्मक प्रतिक्रिया लाता है। जैसे- बॉस, सहकर्मी या नौकरी में कुछ बदलाव हो जाना। इस बदलाव को अपना कर इसे सीखने के अवसर के रूप में देखना चाहिए ताकि नई चीज़ें सीखें और आगे बढ़ें।

6. Educate Yourself (खुद को शिक्षित करें)

व्यक्ति को अपना काम बहुत अच्छे से आना चाहिए तभी वो काम में आनंद ले सकता है। मनुष्य को अपनी कमियों को दूर करते रहने का लगातार प्रयास करते रहना चाहिए। हमेशा अपने ज्ञान को update करते रहना चाहिए और नई चीज़ों को सीखते रहना चाहिए। जितना ज्यादा आप सीखते हैं उतना ज्यादा आप में आत्मविश्वास बढ़ता है।

7. Maintain your interest (अपनी रुचि बनाये रखे)

जब हम कोई नई नौकरी लगते हैं तब हमें नई चुनौतियों और नई चीजों का सामना करना पड़ता है। अनुभव और समय के साथ वो चुनौतियां हमें सामान्य लगने लगती हैं और हम उबने लगते हैं व नकारात्मकता बढ़ने लगती है। इसलिए हमें कार्य में अपनी रुचि को बनाये रखने के लिए, काम करने के नए तरीकों और नए विचारों को अपनाना होगा।

8. Maintain a Sense of Humour (हास्य की भावना बनाये रखे)

तनाव (Tension) को दूर करने के लिए हास्य आपकी बहुत मदद कर सकता है। हास्य की भावना का मतलब किसी का मज़ाक उड़ाना नहीं है। हास्य की भावना होने का मतलब है सकारात्मक चीजों को देखने की क्षमता विकसित करना और माहौल में तनाव कम करना है।

9. Take care of your health (अपने स्वास्थ्य का ख्याल रखे)

एक व्यक्ति जिसे हर रोज व्यायाम करने की आदत है ऑफिस में उसकी ऊर्जा और उत्पादकता ज्यादा रहेगी। लेकिन यदि आप बहुत देर से सोते हैं, सुबह व्यायाम नहीं करते तो आपमें ऊर्जा का स्तर कम रहेगा। आपके बॉस और सहकर्मियों में आपके प्रति नकारात्मक दृष्टिकोण बढ़ेगा। इसलिए जॉब पर अच्छे से काम करने के लिए अपने स्वास्थ्य का ख्याल रखना बहुत जरूरी है।

10. Dress for success (सफलता के लिए पोशाक)

आप कैसे कपड़े पहनते हो, खुद को कैसे रखते हो यह आपके दृष्टिकोण को दिखता है। वास्तव में यह व्यक्तित्व विकास (Personality Development) के सबसे महत्वपूर्ण क्षेत्रों में से एक है।

1.6 Creating first impression and grooming (पहला प्रभाव/छाप बनाना और संवरना)

आपने प्रसिद्ध वाक्य सुना होगा- 'पहला प्रभाव अंतिम प्रभाव होता है'। पहला प्रभाव- किसी चीज या किसी के बारे में एक विचार, भावना या राय है जो बिना सोचे समझे कम सबूत के आधार पर बनाई गयी हो।

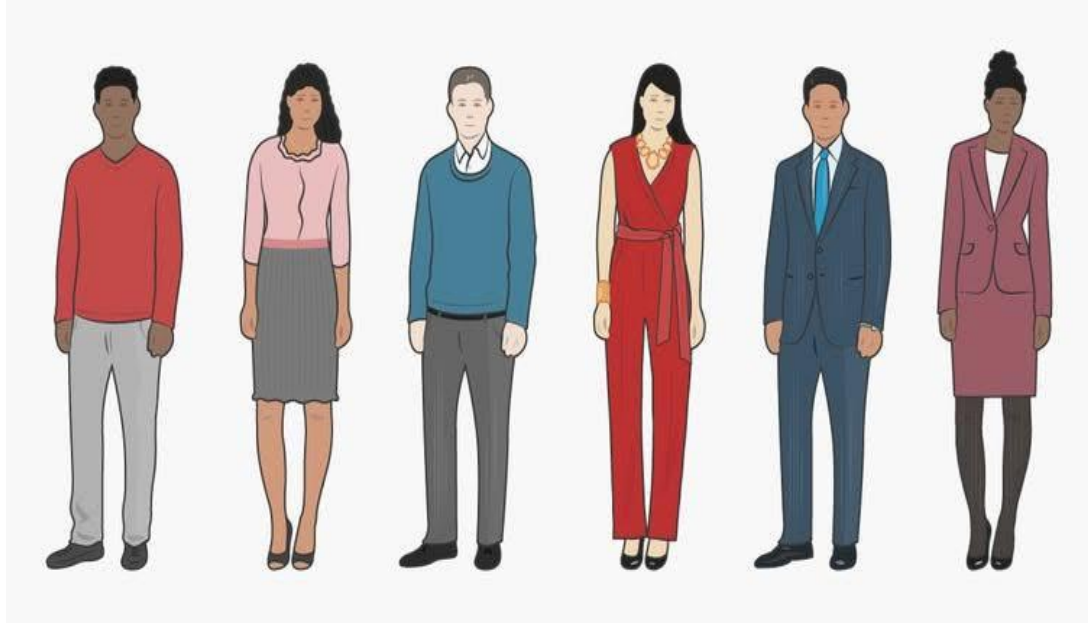
कोई पहला प्रभाव असाधारण रूप से कैसे बना सकता है?

पहला प्रभाव बहुत जरूरी होता है क्योंकि किसी के बारे में जो विचार बनाया जाता है वह लम्बे समय तक रहता है। अगर मिलने के पहले कुछ सेकंड में हम अपने भरोसे और आत्मविश्वास के गुण को दिखाने में सफल हो जाते हैं तो हम एक लम्बे समय तक रिश्ता बनाते हैं। ये दोनों लक्षण पोशाक और संवरने के स्तर के आधार पर बताये जाते हैं। इस प्रकार पहले प्रभाव को असाधारण बनाने के लिए व्यक्ति को अपने व्यक्तित्व के इन दो पहलुओं (Attire & Grooming) पर काम करना पड़ता है।

• Attire/Clothing (पोशाक/वस्त्र)

पहनावे का अर्थ है जिस तरह से हम तैयार होते हैं। जिस तरह हम पुस्तक के कवर से ही पुस्तक के बारे में आकलन कर लेते हैं उसी प्रकार हम लोगों का आकलन उनके पहनावे से ही कर लेते हैं।

हमारे पहनावे से जीवन के प्रति हमारे दृष्टिकोण का पता चलता है। इसलिए ऐसे कपड़े पहनना बहुत जरूरी है जो हमारे जीवन के प्रति सकारात्मक सन्देश देते हो। हमें ऑफिस में ड्रेस कोड में खुद को ढालना चाहिए। पर्यटन उद्योग में भी दो प्रकार के कपड़े आम है- बिज़नेस फॉर्मल्स (Business Formals) और बिज़नेस कैजुअल (Business Casual)



- **Grooming (संवरना/सौंदर्य)**

दूसरा महत्वपूर्ण क्षेत्र जो आपको पहला प्रभाव बनाने में मदद करता है, वह है संवरना। संवरने का अर्थ है साफ सुथरा दिखना। इसमें आपके शरीर और बालों की साफ सफाई शामिल है। इसमें हम अपने कपड़ों के साथ बेल्ट, जूते, घड़ी, पर्स, आभूषण आदि कैसे पहनते है ये भी शामिल है। दैनिक सौंदर्य विशेष रूप से ऑफिस के लिए जरूरी है। आपका स्वास्थ्य साथ ही साथ दूसरों का स्वास्थ्य आपकी खुद की साफ सफाई पर निर्भर करता है। अगर हम अच्छी तरह संवरे नहीं है तो महेंगे कपड़े भी अच्छा प्रभाव नहीं डालते है। अत्यधिक सौंदर्य प्रसाधन और आभूषण किसी भी पेशेवर पोशाक को बुरा बना देता है।

- **Grooming Tips (सौंदर्य टिप्स)**

निम्नलिखित सामान्य सौंदर्य युक्तियाँ आपको पेशेवर रूप से तैयार होने में मदद करती है:

1. **Hair (बाल)** - बाल अच्छे और साफ हो, गीले ना हो और colour किये हुए न हो। पुरुषों के लिए छोटे बालों का haircut हो व छाती पर बाल न हो।
2. **Shoes (जूते)** - जूते पोलिश तथा अच्छी स्थिति में हो। जूते फटे हुए न हो।
3. **Nails (नाखून)** - नाखून साफ हो। अच्छी तरह से कटे हुए हो। औरते ज्यादा गहरे रंग का इस्तेमाल ना करे। नाखून लम्बे ना हो।
4. **Cosmetics (सौंदर्य प्रसाधन)** - मेक अप प्राकृतिक व हल्का होना चाहिए।
5. **Perfume (इत्र)** - हल्का इत्र लगाना चाहिए या नहीं लगाना चाहिए। कपड़े बिना गंध के होने चाहिए।

6. **Facial Hair (चेहरे के बाल)** - अच्छी shaving और अच्छे व छोटे trim hair होने चाहिए।
7. **Tattoos (टैटू)** - सभी टैटू को ढक कर रखना चाहिए। कोई भी टैटू दिखाई न दे।
8. **Piercings (छेदन)** - चेहरे तथा शरीर के सभी छेदन हटा लेने चाहिए। औरतों के लिए एक कान की एक बाली की अनुमति है तथा पुरुषों के लिए कान की बाली की अनुमति नहीं है।
9. **Back-packs (बैक-पैक्स)** - Interview के लिए बैक-पैक्स न ले जाये।
10. **Purse (बटुआ)** - एक छोटा हैंडबैग या बिज़नेस बैग रखना चाहिए। बैग का रंग जूते के रंग से मिलता जुलता हो।

1.7 Basic Social Etiquettes (बुनियादी सामाजिक शिष्टाचार)

सामाजिक शिष्टाचार हमारे व्यक्तित्व को परिभाषित तथा आकार देता है। यह समाज में समूह या किसी विशेष पेशे में विभ्रम व्यवहार के प्रथा दर प्रथा चले आ रहे नियम है।

● **Work/Office Etiquette (काम/कार्यालय शिष्टाचार)**

कार्यालय वो जगह है जहाँ आजकल घर की तुलना में दिन का अधिकतर समय खर्च किया जाता है। इसलिए यह जरूरी बन जाता है कि हम अपने सहकर्मियों के साथ अच्छा व्यवहार करे तथा कार्यालय के माहौल को भी अच्छा बनाये रखे।

● **कार्यालय के कर्मचारियों द्वारा अपने काम में उचित शिष्टाचार दिखाने के सिद्धांत निम्नलिखित है:-**

1. **Be timely (समय का पाबंद होना)**

व्यक्तित्व कि महत्वपूर्ण विशेषता है, समय का पाबंद होना। इस से पता चलता है कि आप दूसरों के समय को महत्व देते है। साथ ही कार्यालय के काम को समय पर करे।

2. **Be polite (विभ्रम रहे)**

हमें अपने कार्यालय में सबके साथ विभ्रम व्यवहार करना चाहिए। जैसा व्यवहार हम खुद के लिए चाहते है वैसा व्यवहार हमें दुसरो के साथ करना चाहिए।

3. **Learn office politics (कार्यालय की राजनीति सीखे)**

हमें अपने कार्यालय के सहकर्मियों को व कार्यालय में उनकी भूमिका को समझ लेना चाहिए। हमें अपने कार्यालय की कार्य प्रणाली या काम करने की शैली को पूरी तरह से समझ लेना चाहिए।

4. **Understand the four unwritten rules of business: (व्यापार के चार अलिखित नियमों को समझे)**

- a. बॉस, बॉस होता है सही हो या गलत। आखिरी शब्द हमेशा बॉस का होता है।
- b. चाहे सूचना अच्छी हो या बुरी, बॉस को सूचित रखे। क्योंकि आप नहीं चाहेंगे की बॉस को सूचना किसी अनुचित स्रोत से मिले।

- c. बॉस को बिना बताये कही ना जाये।
- d. अपने बॉस को अच्छा महसूस कराये। अपने संगठन या कंपनी के लक्ष्य को पूरा करने में बॉस की मदद करे।

5. Adopt a can-do attitude (कर सकते है रवैया अपनाये)

यह आपके व्यक्तित्व की सकारात्मकता को दर्शाता है जो लोग चुनौतियों को अवसर की तरह स्वीकार करते है वो हर मुश्किल कार्य को आसान बना देते है।

6. Be flexible (लचीले बने)

हमें जो भी कार्य मिले उसे हमें स्वीकार करना चाहिए। बदलाव के लिए हमें तैयार रहना चाहिए।

7. Give credit (श्रेय दे)

उन सभी को श्रेय दे जिन्होंने किसी प्रोजेक्ट में योगदान दिया है। इस तरह आप अच्छी प्रतिष्ठा पाते है और दुसरो के श्रेय का भी आनंद लेंगे।

8. Do not differentiate (भेद भाव ना करें)

हमें कम्पनी में लोगों के साथ उनके पद को लेकर भेदभाव नहीं करना चाहिए। यह हमारे नकारात्मक दृष्टिकोण को दर्शाता है।

• **Business telephone etiquette (व्यापार टेलीफोन शिष्टाचार)**

पर्यटन उद्योग में टेलीफोन सबसे ज्यादा इस्तेमाल किया जाने वाला संचार का साधन है। जिस तरह से टेलीफोन कॉल का उत्तर दिया जाता है, उससे कम्पनी की छवि बनती है।



अगर हम टेलीफोन कॉल को पेशेवर तरीके से हैंडल नहीं कर सकते तो लोग कम्पनी के साथ व्यापार करने से पहले 2 बार सोचते है। यही कारण है कि आजकल कंपनियों के पास फ़ोन कॉल को सँभालने कि मानक संचालन प्रक्रिया है जिसमे ये पहलू सबसे महत्वपूर्ण है:

1. Answering the telephone (टेलीफोन का जवाब देना)

- हैंडसेट को दो या तीन घंटियों में ही उठा लेना चाहिए। अगर जल्दी कॉल का जवाब देंगे तो लोगों के साथ अच्छे सम्पर्क बनेंगे।
- मुस्कान के साथ जवाब दे जिससे एक अनुकूल प्रभाव पड़ता है।
- एक उदारवादी तरीके से जोशीली सुनाई देने योग्य तथा स्पष्ट आवाज में बात करनी चाहिए।
- फ़ोन पर खाते या पीते हुए बात नहीं करनी चाहिए।
- हमेशा एक पेशेवर कि तरह बात करे जो किसी की समस्या को दूर करने के लिए तैयार रहे।

2. Making telephone calls (टेलीफोन कॉल करना)

- फ़ोन पर बात करते हुए आप प्रभाव सुनने वाले पर ड़ालते है। वह सिर्फ़ आपके व्यक्तित्व को ही नहीं बल्कि कम्पनी की छवि को भी दर्शाता है। कॉल करते हुए दूसरे की सुविधा को देखे और उनसे पूछे के क्या वो अभी बात कर पाएंगे या नहीं।
- फ़ोन करते समय सबसे पहले अपनी और कम्पनी की पहचान बतानी चाहिए। ये जानकारी आपके विश्वास तथा नियंत्रण को बढ़ाती है।
- यदि आप लम्बी दूरी की कॉल करते है और दूसरा व्यक्ति कॉल नहीं उठा रहा है तो आपको थोड़े समय बाद दोबारा प्रयास करना चाहिए। यह सन्देश ना भेजे की वो व्यक्ति आपको कॉल करे।

3. When leaving a message (सन्देश छोड़ते समय)

- सन्देश छोड़ते समय हमें पूरी जानकारी देनी चाहिए ताकि वह व्यक्ति जिसके लिए आपने सन्देश छोड़ा है, सन्देश मिलते ही आपको संपर्क करे।
- सन्देश में कॉल करने का कारण लिखने के साथ-साथ अपना नाम और उपनाम जरूर लिखें।
- यदि आप उस व्यक्ति को कुछ देना या बेचना चाहते है तो कोई सन्देश न छोड़े, बल्कि बाद में फ़ोन करे। उस व्यक्ति से कॉल पर पूछे के उनसे बात करने का समय कब सही रहेगा और उस समय के हिसाब से दोबारा कॉल करे।

4. When taking a message (सन्देश लेते समय)

- सन्देश लेते वक्त हमेशा ये चीज़े अपने साथ रखे- एक पेन, एक कैलेंडर तथा एक डायरी।
- सन्देश को ध्यान से सुने और हर जानकारी आपकी message book (सन्देश पुस्तिका) में नोट कर ले।
- जिसके लिए सन्देश ले रहे हो उसका नाम नोट कर ले और सन्देश देने वाले का पूरा नाम और शीर्षक नोट कर ले।
- उनका टेलीफोन नंबर और साथ ही साथ एक्सटेंशन कोड यदि है तो नोट कर ले व उनसे पूछे उन्हें किस समय दोबारा कॉल किया जा सकता है।
- कम्पनी का नाम तथा कॉल करने का उद्देश्य जरूर नोट करे।
- किसी बहुत जरूरी सन्देश के मामले में कॉलर के घर का फ़ोन नंबर ले।
- सुरक्षा की दृष्टि से व्यक्ति के डेस्क पर हस्तलिखित सन्देश छोड़ दे

1.8 Positive Body Language

यह हमारे शरीर के अंग जैसे आंखें सिर हाथ पैर बैठने की शैली चलने की शैली आदि की गतिविधियों का अध्ययन है जो लोग इसके बारे में सही तरीके से जानते हैं और सही तरीके से ही अपनी लाइफ में अप्लाई करते हैं वह किसी को भी अपनी और सकारात्मक रूप से आकर्षित कर लेते हैं और समय के साथ लगातार सफलता की सीढ़ी चढ़ते चले जाते हैं।

Positive Body Gestures	Negative Body Gestures
✓ Walking upright	✗ Biting nails
✓ Shaking hands confidently	✗ Lip biting
✓ Having a pleasant face	✗ Getting distracted
✓ Nodding head	✗ Fake smile
✓ A steady eye contact	✗ Cross arms or legs

Eye contact यानी नजरों से नजरें मिलाकर बात करना आपके बात करने के तरीके से सामने वाले को यह पता चल जाता है कि आप उसकी बात को कितना ध्यान दे रहे हैं आंखों में आंखें मिला कर बात करना सफल व्यक्ति के लिए जरूरी है यदि बहुत ज्यादा यानी लगातार Eye contact रखते हैं तो इसे Negative माना जाता है।

Posture जिसमें हम बैठते या खड़े होते वक्त पीठ सीधा रखना चलते वक्त सीधा चलना दोनों पैरों पर सम्मान वजन डालकर सीधे खड़े रहना जिससे आप अच्छा महसूस करते हैं और अन्य लोग उस पर ध्यान भी देते हैं सही posture होने पर आप अपने आप को आत्मविश्वास महसूस करते हैं।

Head Position हम अपने सिर की स्थिति के साथ कई चीजें व्यक्त करते हैं जब हम आत्मविश्वासी और स्वयं विश्वासी होते हैं तो हमें अपने सिर को अनुप्रस्थ और लंबवत दोनों तरह से रखते हैं जब हम खुद को आधिकारिक रूप से पेश करते हैं तो हमारा सिर सीधी स्थिति में होता है और जब हम मित्रवत होना चाहते हैं तो सिर को हम एक तरफ या दूसरी तरफ झुकाते हैं।

Arms हमें अपनी बाहों को हमेशा अपने शरीर के बगल में या अपनी पीठ के पीछे रखना चाहिए यह हमारे खुलेपन और नए विचारों को दिखाता है एक व्यक्ति के रूप में जितने आप मिलनसार होते हैं आप अपनी बाहों को अलग-अलग तरीके से दिखाते हैं बाँडी लैंग्वेज में बाहों को क्रॉस क्रॉसिंग करने के विभिन्न तरीके का अध्ययन किया है ताकि यह पता चल सके कि हमारे अपने जीवन में किस तरह के व्यक्ति हैं।

Legs -: लेग्स हमारी आंतरिक भावनाओं के बारे में बहुत कुछ बताते हैं जिस तरह से हमारा पैर चलता है वह हमारे मन की स्थिति को बताता है जब हम नर्वस होते हैं तनावग्रस्त होते हैं और भावुक होते हैं तो हमारे पैर सामान्य से अधिक घूमते हैं दूसरी ओर लेग क्रॉस बैठना कॉन्फिडेंस होने का सिंबल माना जाता है।

Hand Gestures -: हाथों से हम कई इशारे करते हैं और प्रत्येक इशारा एक अर्थ निश्चित करता है हाथ के इशारे संचार का एक अभिन्न अंग है जब हाथ मिलाने की बात आती है तो हथेली ऊपर और हथेली नीचे करना बहुत महत्वपूर्ण होता है और जहां उचित हो हम सुझाव देते हैं जो समानता को व्यक्त करता है।

Mouth Movements -: हमारे मुंह की हरकतें हर तरह से सुराग दे सकती हैं मुंह का सबसे अभी व्यंजक भाग होठ होते हैं हमारी मुस्कान कई प्रकार की होती है होंठ के ऊपर आने के साथ एक पूर्ण मुस्कान दांत अच्छी खुशी देते हैं और जो मुस्कान आंखों तक नहीं पहुंचती वह मुस्कान नहीं होती।



Review Question Answers

Fill in the Blanks

1. **व्यक्तित्व (personality)** सामाजिक और पेशेवर जीवन में बढ़त हासिल करने में मदद करेगा।
2. 'Personality' शब्द की उत्पत्ति लैटिन शब्द 'persona' से हुई है।
3. पुराने दिनों में, किसी नाटक में किसी विशेष चरित्र के गुणों को दिखाने के लिए मंच पर **MASK** का उपयोग किया जाता था।
4. जो व्यक्ति के व्यक्तित्व को आकार देते हैं, वे व्यक्तित्व के **निर्धारक (determinants)** कहलाते हैं।
5. **गुजरात** के लोग ज्यादा बिजनेस माइंडेड होते हैं; **हरियाणा** के लोग हिम्मत वाले होते हैं।
6. सकारात्मकता पर ध्यान देना आपकी **सकारात्मक (positive)** मनोवृत्ति दिखाता है।
7. किसी चीज़ के बारे में सोचने या महसूस करने का तरीका जो सामान्य रूप से व्यवहार में प्रतिबिम्बित होता है **दृष्टिकोण/रवैया/नज़रिया (attitude)** कहलाता है।
8. **हास्य की भावना (कला)** का मतलब सकारात्मक चीज़ों को देखने की क्षमता विकसित करना और पर्यावरण में तनाव कम करना है।
9. **पोशाक और सँवरना। (attire and grooming)** पहला प्रभाव पैदा करते हैं।
10. सकारात्मक दृष्टिकोण से **सकारात्मक (positive)** शारीरिक भाषा बनती है।
11. प्रत्येक Person की एक आनोखी **Personality** होती है।

12. **Culture** को किसी खास person या समाज के विचारों, रीति-रिवाजों और समाज में लोगों का व्यवहार के रूप में परिभाषित किया जा सकता है।
13. **दृष्टिकोण** हमारे आसपास की दुनिया यानी सामाजिक रूप से महत्वपूर्ण वस्तुओं पर हमारा मानसिक ध्यान है।
14. व्यक्तित्व कि महत्वपूर्ण **विशेषता** है, समय का पाबंद होना
15. **आश्वस्त(confident)** वक्ता दर्शकों की आंखों में देखता है
16. **संयुक्त उंगलियां(pointed fingers)** अहंकार व्यक्त कर सकता है
17. वक्ता का लहजा **स्पष्ट(clear)** होना चाहिए।
18. **उपेक्षा करना(ignorance)** सुनने के कौशल को नहीं बढ़ाता है
19. एक नकली **उंगली** आरोप लगाने का इशारा हो सकती है
20. **परिवार** समाज की सबसे छोटी इकाई है।

True and False

1. व्यक्ति की पहचान उसके साथ रहने वालों से होती है
2. व्यक्ति का व्यक्तित्व जीवन भर एक जैसा रहता है।
3. संचार सभी सम्बन्धों की जीवन रेखा है।
4. व्यक्तित्व स्वाभाविक भी है और परिवर्तनशील भी है
5. एक सकारात्मक दृष्टिकोण आपको आधिकारिक बनाता है ।
6. पर्यटन उद्योग में टेलीफोन शिष्टाचार की आवश्यकता नहीं है।
7. संवरने(grooming) का मतलब साफ और स्वच्छ (neat and clean) दिखना होता है ।
8. व्यक्ति का पहला प्रभाव अंतिम होता है।
9. सामान्य सौंदर्य में पुरुषों के लिए कान की बाली पहनने की अनुमति है।
10. पोशाक और सौंदर्य(सँवरना) पहली छाप(impression) के दो लक्षण है।
11. यदि संभव हो तो टैटू(tattoo) कपड़ों द्वारा ढका जाना चाहिए।
12. सन्देश लेते वक्त हमेशा ये चीज़ें अपने साथ रखे- एक पेन, एक कैलेंडर तथा एक डायरी।
13. हमें कम्पनी में लोगों के साथ उनके पद को लेकर भेदभाव नहीं करना चाहिए।
14. हमें अपने कार्यालय में सबके साथ विभ्रम व्यवहार करना चाहिए।
15. बॉस, बॉस होता है सही हो या गलत। आखिरी शब्द हमेशा बॉस का होता है।

Ans 1. सही, 2. गलत, 3. सही, 4. सही, 5. सही, 6. गलत, 7. सही, 8. सही, 9. गलत, 10. सही, 11. सही, 12. सही, 13. सही, 14. सही, 15. सही

Short answers

1. अनुवांशिकता कितने प्रकार की होती है?

उत्तर- मुख्यतः ये चार हैं: -अर्थात् शरीर निर्माण, शारीरिक आकर्षण, शारीरिक दोष और स्वास्थ्य की स्थिति।

2. सँवरना(grooming) क्यों जरूरी है?

उत्तर - संवरने का अर्थ है साफ सुथरा दिखना। इसमें आपके शरीर और बालों की साफ सफाई शामिल है। इसमें हम अपने कपड़ों के साथ बेल्ट, जूते, घड़ी, पर्स, आभूषण आदि कैसे पहनते है ये भी शामिल है। दैनिक सौंदर्य विशेष रूप से ऑफिस के लिए जरूरी है। आपका स्वास्थ्य साथ ही साथ दूसरों का स्वास्थ्य आपकी खुद की साफ सफाई पर निर्भर करता है। अगर हम अच्छी तरह

संवरने नहीं है तो मंहगे कपड़े भी अच्छा प्रभाव नहीं डालते है। अत्यधिक सौंदर्य प्रसाधन और आभूषण किसी भी पेशेवर पोशाक को बुरा बना देता है। इसलिए संवरना बहुत जरूरी है।

3. सकारात्मक कार्य दृष्टिकोण क्यों जरूरी है?

उत्तर- सकारात्मक कार्य दृष्टिकोण से अभिप्राय है कार्यस्थल पर हमेशा सकारात्मक बने रहना। अपने कार्यस्थल पर हमेशा सकारात्मक बने रहना चाहे स्कूल, कार्यालय या समाज में आसान नहीं है। हर दिन हमें कई उतार-चढ़ाव का सामना करना पड़ता है खासकर कार्यस्थल पर। कभी हम सकारात्मक महसूस करते है और कभी हम नकारात्मक महसूस करते है। इन उतार-चढ़ावों को सकारात्मक रूप से संभालना हमारे लिए जरूरी हो जाता है। इसलिए सकारात्मक कार्य दृष्टिकोण जरूरी है।

4. कोई पहला प्रभाव(first impression) असाधारण रूप से कैसे बना सकता है?

उत्तर- पहला प्रभाव बहुत जरूरी होता है क्योंकि किसी के बारे में जो विचार बनाया जाता है वह लम्बे समय तक रहता है। अगर मिलने के पहले कुछ सेकंड में हम अपने भरोसे और आत्मविश्वास के गुण को दिखाने में सफल हो जाते है तो हम एक लम्बे समय तक रिश्ता बनाते है। ये दोनों लक्षण पोशाक और संवरने के स्तर के आधार पर बताये जाते है। इस प्रकार पहले प्रभाव को असाधारण बनाने के लिए व्यक्ति को अपने व्यक्तित्व के इन दो पहलुओं(Attire & Grooming) पर काम करना पड़ता है।

5. पर्यटन उद्योग में पोशाक(attire) क्यों जरूरी है?

उत्तर- **Attire/Clothing (पोशाक/वस्त्र)** - पहनावे का अर्थ है जिस तरह से हम तैयार होते है। जिस तरह हम पुस्तक के कवर से ही पुस्तक के बारे में आकलन कर लेते है उसी प्रकार हम लोगों का आकलन उनके पहनावे से ही कर लेते है। हमारे पहनावे से जीवन के प्रति हमारे दृष्टिकोण का पता चलता है। इसलिए ऐसे कपड़े पहनना बहुत जरूरी है जो हमारे जीवन के प्रति सकारात्मक संदेश देते हो। हमें ऑफिस में ड्रेस कोड में खुद को ढालना चाहिए। पर्यटन उद्योग में भी दो प्रकार के कपड़े आम है- बिज़नेस फॉर्मल्स और बिज़नेस कैजुअल।

6. पर्यटन उद्योग में टेलीफोन शिष्टाचार क्यों जरूरी है? तर्क दे।

उत्तर- पर्यटन उद्योग में टेलीफोन सबसे ज्यादा इस्तेमाल किया जाने वाला संचार का साधन है। जिस तरह से टेलीफोन कॉल का उत्तर दिया जाता है, उससे कम्पनी की छवि बनती है। अगर हम टेलीफोन कॉल को पेशेवर तरीके से हैंडल नहीं कर सकते तो लोग कम्पनी के साथ व्यापार करने से पहले 2 बार सोचते है। यही कारण है कि आजकल कंपनियों के पास फ़ोन कॉल को संभालने कि मानक संचालन प्रक्रिया है।

7. कॉल का उत्तर हम कैसे दे सकते है? चरण लिखे।

उत्तर- **Answering the telephone (टेलीफोन का जवाब देना)**

- हैंडसेट को दो या तीन घंटियों में ही उठा लेना चाहिए। अगर जल्दी कॉल का जवाब देंगे तो लोगों के साथ अच्छे सम्पर्क बनेंगे।
- मुस्कान के साथ जवाब दे जिससे एक अनुकूल प्रभाव पड़ता है।
- एक उदारवादी तरीके से जोशीली सुनाई देने योग्य तथा स्पष्ट आवाज में बात करनी चाहिए।

- फ़ोन पर खाते या पीते हुए बात नहीं करनी चाहिए।
- हमेशा एक पेशेवर कि तरह बात करे जो किसी की समस्या को दूर करने के लिए तैयार रहे।

8. कैसे हम कार्यस्थल पर शिष्टाचार को विकसित कर सकते हैं? छह सिद्धान्त लिखें।

उत्तर- कार्यस्थल पर शिष्टाचार को विकसित करने के छह सिद्धान्त निम्नलिखित हैं:-

1. **Be timely (समय का पाबंद होना)** - व्यक्तित्व कि महत्वपूर्ण विशेषता है, समय का पाबंद होना। इस से पता चलता है कि आप दूसरों के समय को महत्व देते हैं। साथ ही कार्यालय के काम को समय पर करें।
2. **Be polite (वित्रम रहे)** - हमें अपने कार्यालय में सबके साथ वित्रम व्यवहार करना चाहिए। जैसा व्यवहार हम खुद के लिए चाहते हैं वैसा व्यवहार हमें दुसरो के साथ करना चाहिए।
3. **Learn office politics (कार्यालय की राजनीति सीखें)** - हमें अपने कार्यालय के सहकर्मियों को व कार्यालय में उनकी भूमिका को समझ लेना चाहिए। हमें अपने कार्यालय की कार्य प्रणाली या काम करने की शैली को पूरी तरह से समझ लेना चाहिए।
4. **Understand the four unwritten rules of business (व्यापार के चार अलिखित नियमों को समझें)**
 - a. बॉस, बॉस होता है सही हो या गलत। आखिरी शब्द हमेशा बॉस का होता है।
 - b. चाहे सूचना अच्छी हो या बुरी, बॉस को सूचित रखें। क्योंकि आप नहीं चाहेंगे की बॉस को सूचना किसी अनुचित स्रोत से मिले।
 - c. बॉस को बिना बताये कही ना जाये।
 - d. अपने बॉस को अच्छा महसूस कराये। अपने संगठन या कंपनी के लक्ष्य को पूरा करने में बॉस की मदद करें।

5. **Adopt a can-do attitude (कर सकते हैं रवैया अपनाये)** - यह आपके व्यक्तित्व की सकारात्मकता को दर्शाता है जो लोग चुनौतियों को अवसर की तरह स्वीकार करते हैं वो हर मुश्किल कार्य को आसान बना देते हैं।

6. **Be flexible (लचीले बने)**

हमें जो भी कार्य मिले उसे हमें स्वीकार करना चाहिए। बदलाव के लिए हमें तैयार रहना चाहिए।

9. कैसे हम सौंदर्य टिप्स (grooming tips) का इस्तेमाल करके एक पेशेवर बन सकते हैं? कोई छह सौंदर्य टिप्स के बारे में लिखें।

उत्तर- निम्नलिखित सामान्य सौंदर्य युक्तियाँ आपको पेशेवर रूप से तैयार होने में मदद करती हैं:

1. **Hair (बाल)** - बाल अच्छे और साफ हो, गीले ना हो और colour किये हुए न हो। पुरुषों के लिए छोटे बालों का haircut हो व छाती पर बाल न हो।
2. **Shoes (जूते)** - जूते पोलिश तथा अच्छी स्थिति में हो। जूते फटे हुए न हो।
3. **Nails (नाखून)** - नाखून साफ हो। अच्छी तरह से कटे हुए हो। औरते ज्यादा गहरे रंग का इस्तेमाल ना करें। नाखून लम्बे ना हो।
4. **Cosmetics (सौंदर्य प्रसाधन)** - मेक अप प्राकृतिक व हल्का होना चाहिए।
5. **Perfume (इत्र)** - हल्का इत्र लगाना चाहिए या नहीं लगाना चाहिए। कपड़े बिना गंध के होने चाहिए।

6. **Facial Hair (चेहरे के बाल)** - अच्छी shaving और अच्छे व छोटे trim hair होने चाहिए।

10. कैसे हम कार्यस्थल पर सकारात्मक दृष्टिकोण रख सकते हैं? कोई आठ रणनीतियाँ लिखें।
उत्तर- कार्य स्थल पर किसी भी परिस्थिति के बावजूद निम्नलिखित रणनीतियाँ हमें सकारात्मक दृष्टिकोण रखने में मदद कर सकती हैं:

1. **Examine your attitude regularly (नियमित रूप से अपने दृष्टिकोण की जाँच करें)** - हर दिन व्यक्ति को अपने दृष्टिकोण की जाँच अपने काम, सहकर्मियों और बॉस के प्रति करनी चाहिए और देखना चाहिए कि यह सकारात्मक है या नकारात्मक। यदि आवश्यक हो तो अपने दृष्टिकोण को नकारात्मक से सकारात्मक में बदलने का प्रयास करें।
2. **Balance work with personal life (निजी जीवन के साथ काम में संतुलन)** - हमें जीवन में अपनी प्राथमिकताएँ तय करनी चाहिए। इसका मतलब हमें घर पर कार्यालय के काम के बारे में नहीं सोचना चाहिए और कार्यालय के काम के समय हमें परिवार के बारे में नहीं सोचना चाहिए। ऐसा करने से हमारा दृष्टिकोण केंद्रित और सकारात्मक बनता है।
3. **Focus on the positive (सकारात्मक पर ध्यान दें)** - हमेशा अपनी ताकत और सफलताओं पर ध्यान दें, चाहे आप अपने काम और रिश्तों को संभालने में सफल ना हो पा रहे हों।
4. **Communicate (संचार करें)** - संचार सभी सम्बन्धों की जीवन रेखा है। जब संचार बंद हो जाता है तब गलत संचार शुरू होता है और नकारात्मकता फैलती है। दूसरों को धैर्य के साथ सुनना चाहिए। संचार करते समय अपनी बात को दूसरों को अच्छे से समझाना और उसी समय उनकी बातों को अच्छे से समझना जरूरी है। हर दिन अच्छा सुनने और संचार कौशल का अभ्यास करना चाहिए।
5. **Turn unexpected changes into Opportunity (अचानक होने वाले परिवर्तनों को अवसर में बदलना)** - मनुष्य हर रोज की दिनचर्या के हिसाब से खुद को ढाल लेता है और इसमें कोई भी बदलाव नकारात्मक प्रतिक्रिया लाता है। जैसे- बॉस, सहकर्मी या नौकरी में कुछ बदलाव हो जाना। इस बदलाव को अपना कर इसे सिखने के अवसर के रूप में देखना चाहिए ताकि नई चीज़ें सीखें और आगे बढ़ें।
6. **Educate Yourself (खुद को शिक्षित करें)** - व्यक्ति को अपना काम बहुत अच्छे से आना चाहिए तभी वो काम में आनंद ले सकता है। मनुष्य को अपनी कमियों को दूर करते रहने का लगातार प्रयास करते रहना चाहिए। हमेशा अपने ज्ञान को update करते रहना चाहिए और नई चीज़ों को सीखते रहना चाहिए। जितना ज्यादा आप सीखते हैं उतना ज्यादा आप में आत्मविश्वास बढ़ता है।
7. **Maintain your interest (अपनी रुचि बनाये रखें)** - जब हम कोई नई नौकरी लगते हैं तब हमें नई चुनौतियों और नई चीज़ों का सामना करना पड़ता है। अनुभव और समय के साथ वो चुनौतियाँ हमें सामान्य लगने लगती हैं और हम उबने लगते हैं व नकारात्मकता बढ़ने लगती है। इसलिए हमें कार्य में अपनी रुचि को बनाये रखने के लिए, काम करने के नए तरीकों और नए विचारों को अपनाना होगा।

8. Maintain a Sense of Humour (हास्य की भावना बनाये रखे) -
तनाव (Tension) को दूर करने के लिए हास्य आपकी बहुत मदद कर सकता है। हास्य की भावना का मतलब किसी का मज़ाक उड़ाना नहीं है। हास्य की भावना होने का मतलब है सकारात्मक चीज़ों को देखने की क्षमता विकसित करना और माहौल में तनाव कम करना है।

Unit-2

INTRODUCTION TO TOURISM-II

2.1 Introduction

आज, पर्यटन बाहरी आर्थिक के सबसे बड़े और गतिशील रूप से विकासशील क्षेत्रों की गतिविधियों में से एक है। इसकी उच्च वृद्धि और विकास दर, विदेशी मुद्रा की काफी मात्रा अंतर्वाह, infrastructure development, और नए प्रबंधन और शिक्षा की शुरुआत, अनुभव अर्थव्यवस्था के विभिन्न क्षेत्रों को सक्रिय तथा समग्र रूप से देश का सामाजिक और आर्थिक विकास को प्रभावित करता है, जो सकारात्मक योगदान देता है।

सबसे अधिक विकसित पश्चिमी स्विट्जरलैंड, ऑस्ट्रिया और फ्रांस जैसे देशों ने अपने सामाज का एक बड़ा सौदा जमा कर लिया है जो कि पर्यटन से होने वाले लाभ पर आर्थिक कल्याण है। हाल के आँकड़ों के अनुसार, दुनिया की आय का लगभग 10% और दुनिया के कर्मचारियों की संख्या का लगभग दसवां हिस्सा रोजगार पर्यटन प्रदान करता है।

माना जाता है, पर्यटन का वास्तविक और संभावित आर्थिक प्रभाव आश्चर्यजनक है। कई लोग विदेशी मुद्रा के स्रोत के रूप में पर्यटन के सकारात्मक पहलुओं पर जोर देते हैं। दशकों से दुनिया भर में आर्थिक वृद्धि में पर्यटन उद्योग के विकास का प्रमुख योगदान रहा है इसने बड़े और छोटे दोनों समुदायों में रोजगार सृजित किया है और यह कई जगहों पर एक प्रमुख उद्योग। यह कुछ समुदायों में प्रमुख आर्थिक गतिविधि है।

‘अतिथि देवो भव’ का नारा वास्तव में इस तथ्य का प्रतिनिधित्व करता है, जिसका अर्थ है ‘मेहमान भगवान के समान हैं’ कि भारतीय अत्यधिक सत्कार करने वाले लोग रहे हैं और भारत की यह प्रवृत्ति आज भी आधुनिक युग में विद्यमान है। एक अतिथि को अत्यधिक सम्मानित व्यक्ति माना जाता है। जटिल व्यवस्था आम तौर पर एक अतिथि के लिए बनाया गया है जो छुट्टी या अन्य कारणों से किसी के घर जाता है। परिवार अतिथि के आरामदायक तरीके से रहने के लिए अच्छी तरह से योजना बनाता है। एक व्यापक तस्वीर के माध्यम से, भारत आने वाले पर्यटकों को बहुत ही रहस्यमय लगता है

2.2 What is Tourism

पर्यटन का अर्थ है "चारों ओर घूमना इधर-उधर घूमना देश दर्शन और मनोरंजन के लिए विभिन्न स्थानों का भ्रमण करना "Tourist वह व्यक्ति होता है जो एक वृत्त में यात्रा करता है आखिरकार वह उसी स्थान पर आ जाता है जहां से उसकी यात्रा आरंभ हुई थी कहने का अभिप्राय यह है कि Tourist वह चरित्र अथवा व्यक्ति है जो एक वृत्त अथवा परिधि में यात्रा करता है वह जिस स्थान से चलता है उसी स्थान पर वापिस आ जाता है पर्यटन की कोई एक परिभाषा देना कठिन है यह विषय अभी भी अपने उद्गम की ओर बढ़ता जा रहा है समय के साथ इसमें बदलाव आ रहा है

2.2.1 Domestic Tourism

घरेलू पर्यटन वह पर्यटन है जिसमें एक देश के निवासी केवल उसी देश के भीतर यात्रा करता है इसका संबंध देश के भीतर यात्रा से है इसके लिए पासपोर्ट और वीजा की जरूरत नहीं होती छोटे-छोटे देश की तुलना में भारत जैसे बड़े आयामों वाले देश में घरेलू पर्यटन का दायरा अधिक है

2.2.2 International Tourism

एक अंतरराष्ट्रीय पर्यटन कई देशों की सीमाओं को पार करता है विभिन्न मुद्राओं का उपयोग करता है विभिन्न भाषाओं का सम्मान करता है और विभिन्न प्रकार के लोगों से मिलता है आमतौर पर अंतरराष्ट्रीय पर्यटन में लंबी दूरी तय करनी पड़ती है हालांकि छोटे देशों को पार करने या अंतरराष्ट्रीय सीमाओं के पड़ोसियों में यात्रा करने या कम दूरी शामिल हो सकती है

2.2.3 Why Tourism

पर्यटन सार्वजनिक और निजी आय का एक स्रोत है पर्यटन के लिए एक विक्रेता द्वारा अर्जित लाभ स्थानीय वस्तुएं जैसे कलाकृतियां हस्तशिल्प वस्तुओं आदि व्यक्तिगत आय को बढ़ाता है पर्यटन रोजगार सर्जन में भी मदद करता है इससे विशेष रूप से होटल उद्योग सेवा क्षेत्र मनोरंजन और परिवहन उद्योग में रोजगार का मार्ग प्रशस्त करता है

जब किसी स्थान को पर्यटन घोषित किया जाता है तो उसका रंग रूप कैसे बदल जाता है वास्तव में पर्यटन बांधों, सड़कों, कनेक्टिविटी, हवाई अड्डे में सुधार और किसी भी अन्य गतिविधि के लिए रास्ता बनाकर बुनियादी ढांचे के विकास में सहायता करता है और प्रोत्साहित करता है जो एक tourist को बेहतर तरीके से किसी स्थान पर जाने में मदद करता है

पर्यटन सांस्कृतिक आदान-प्रदान का एक शानदार तरीका है यह सामाजिक प्रगति को भी प्रोत्साहित करता है क्योंकि टूरिस्ट नहीं जगहों पर जाने पर एक दूसरे के प्रति सम्मान और प्यार दिखाता है

पर्यटन हमारे देश की सुंदरता कला इतिहास और सांस्कृतिक को स्पष्ट करने में मदद करता है किसी भी देश में आने वाले अलग-अलग लोग अपने साथ सुंदर सांस्कृतिक अवधारणाएं लेकर आता है और उन अवधारणाओं को अन्य स्थानों पर जाकर अन्य लोगों तक पहुंचाता है

2.3 General Impacts

1. Generating Income and Employment (आए और रोजगार पैदा करना)

भारत में टूरिज्म और उसके साथ आए रोजगार को बहुत बढ़ावा मिला है यह राष्ट्रीय स्तर पर घरेलू उत्पाद में 6.23% और भारत में कुल रोजगार का 8.78% योगदान देता है आधुनिक भारत में मिलियन लोग पर्यटन उद्योग में काम कर रहे हैं और समय के साथ-साथ इसका महत्व बढ़ता ही जा रहा है भारत में कलाकृतियों की बिक्री और होटल उद्योग गाइड जो उस क्षेत्र के बारे में पर्यटन को जानकारी देता है रोजगार पैदा करते हैं

पर्यटन के ठहरने यात्रा आदि के लिए सुविधाओं का सर्जन किया गया जिससे रोजगार के अवसर उत्पन्न हुए कभी-कभी जब किसी दुर्गम और दुर्गम पर्यटन स्थल पर वाहन नहीं पहुंच पाते तो स्थानीय लोग शुल्क के बदले में पर्यटन को की मदद करते हैं इन जरूरतों से रोजगार के अवसर पैदा होते हैं और आय में बढ़ोतरी भी होती है

2. Source of foreign exchange earning (विदेशी मुद्रा का अर्जन करना)

पर्यटन भारत में विदेशी मुद्रा आय का महत्वपूर्ण स्रोत रहा है इसका देश के भुगतान संतुलन पर अनुकूल प्रभाव पड़ता है भारत में foreign exchange earning 2022 में 107% बढ़कर 1.34 लाख करोड़ रुपए हो गई है यह साल 2021 में 65,070 करोड़ रही थी।

3. Preservation of National Heritage and Environment (राष्ट्रीय धरोहर पर्यावरण का संरक्षण)

विरासत एक राज्य की पहचान है यह एक विशेष समाज की संस्कृति से संबंधित है जैसे की परंपराएं भाषाएं या भवन जो अतीत में बनाए गए थे और अभी भी ऐतिहासिक महत्व रखते हैं यह हमारी सांस्कृतिक और प्राकृतिक विरासत है। राष्ट्रीय विरासत का संरक्षण भारत के संविधान द्वारा मौलिक कर्तव्य के तहत लगाया गया एक कर्तव्य है भारत के प्रत्येक नागरिक का कर्तव्य है वह हमारी विरासत को महत्व दें और सुरक्षित रखें भारत में पर्यावरण संरक्षण का ऐतिहासिक बहुत पुराना है और इसे बचाए रखने के लिए Agriculture Tourism बढ़ावा देना चाहिए

4. Developing Infrastructure (विकासशील बुनियादी ढांचा)

यह हमारे पर्यटन के विकास को प्रोत्साहित करता है यह बहु उपयोगी बुनियादी ढांचा जो मेजबान समुदाय को लाभ पहुंचाता है जिसमें विभिन्न क्षेत्र को शामिल किया है इसके अलावा परिवहन स्वास्थ्य देखभाल सुविधाओं और खेल केंद्रों के साधन होटल और हवाई एंड रेस्टोरेंट जो विदेशी प्रवेश करने में पूरा करते हैं बुनियादी ढांचे के विकास ने बदले में अन्य प्रत्यक्ष उत्पादक के विकास को प्रसारित करता है

5. Promoting peace and Stability (शांति और स्थिरता को बढ़ावा देना)

एक सार्थक पर्यटन अनुभव, पूर्वाग्रह और रूढ़िवादिता को साहित्य पूर्णता करुणा न्याय और सम्मान के रूप में सकारात्मक स्वभाव में बदल सकता है। दुनिया के सबसे बड़े उद्योग में से पर्यटन उद्योग का कई समाज पर महत्वपूर्ण प्रभाव पड़ा है इस प्रभाव को आर्थिक दृष्टि से देखा जा सकता है जिससे पर्यटन के विशिष्ट रूप शांति ला सकते हैं पर्यटन देश में शांति और स्थिरता को बढ़ावा देने रोजगार पैदा करने आय उत्पन्न करने अर्थव्यवस्था में विविधता लाने पर्यावरण की रक्षा करने और सांस्कृतिक जागरूकता को बढ़ावा देने में मदद करता है

2.4 पर्यटन के प्रभाव के प्रकार (Typology of Tourism Impacts)

पर्यटन तब होता है जब लोग मौज-मस्ती के लिए अलग-अलग जगहों पर जाते हैं और यह रोजगार पैदा करके अर्थव्यवस्था को बढ़ने में मदद करता है। लेकिन कभी-कभी हमें इस बात का अहसास नहीं होता कि पर्यटन किसी स्थान को कितना बदल सकता है। यह वास्तव में कुछ क्षेत्रों में बड़ा प्रभाव डालता है!

पर्यटन के प्रभाव को कुछ श्रेणियों में बाटा गया है।

1. आर्थिक (Economic)
2. पर्यावरण (Environmental)
3. सामाजिक और सांस्कृतिक (social and cultural)
4. सेवाएं (Services)

5. कर (Tax)
6. सामुदायिक रवैया (community attitude)

पर्यटन के विकास और विकास के परिणामस्वरूप विभिन्न प्रभाव हो सकते हैं जो स्थानीय निर्वाचित अधिकारियों, पर्यटन उद्योग और समुदाय के निवासियों के बीच सहयोग और सावधानीपूर्वक योजना बनाने की मांग करते हैं।

जब अधिक लोग विभिन्न दृष्टिकोणों से योजना बनाने और चीजों को देखने में मदद करते हैं, तो वे समस्याओं को होने से पहले ही दूर कर सकते हैं और ठीक कर सकते हैं।

पर्यटन सकारात्मक या नकारात्मक प्रभाव उत्पन्न कर सकता है

1. आर्थिक (Economic)

सकारात्मक प्रभाव (Positive Impacts)	नकारात्मक प्रभाव (Negative Impacts)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ नए व्यापार के अवसर पैदा करता है ▪ कर राजस्व (Tax) में वृद्धि होती है। ▪ परिवहन के बुनियादी ढांचे में सुधार होता है। ▪ रोजगार (Employment) के अवसरों में वृद्धि होती है। ▪ कमाई में और जीवन स्तर में बढ़ोतरी होती है। ▪ बुनियादी ढांचे (Infrastructure) में सुधार होता है। ▪ स्थानीय अर्थव्यवस्था में सुधार होता है। ▪ आर्थिक प्रभाव (प्रत्यक्ष, अप्रत्यक्ष, प्रेरित खर्च) समुदाय में व्यापक है 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ भूमि और आवास की कीमत बढ़ने का खतरा रहता है। ▪ Infrastructure जैसे (पानी, सीवर, बिजली, ईंधन, चिकित्सा, आदि) के लिए लागत बढ़ती है। ▪ वस्तुओं और सेवाओं की कीमत में तेजी आ जाती है। ▪ जीवन यापन की लागत में बहुत ज्यादा वृद्धि होती है। ▪ मौसमी रोजगार होने के कारण बेरोजगारी के मुद्दों को पैदा करता है ▪ कम मजदूरी मिलती है।

2. पर्यावरण (Environmental)

सकारात्मक प्रभाव (Positive Impacts)	नकारात्मक प्रभाव (Negative Impacts)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ऐतिहासिक इमारतों और स्मारकों का संरक्षण (देख भाल) होती है। ▪ क्षेत्र का सौंदर्यकरण होता है। (जैसे चाँदनी चौक का सौंदर्यकरण हुआ है। ▪ चयनित प्राकृतिक वातावरण का संरक्षण (protection) किया जा सकता है। ▪ यह एक "स्वच्छ" उद्योग (Industry) है 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ वनस्पतियों और जीवों का विनाश होता है ▪ खुले स्थान का नुकसान होता है ▪ प्रदूषण (हवा, पानी, शोर,) होना। ▪ पर्यटन विकास के लिए प्राकृतिक परिदृश्य और कृषि भूमि को नुकसान होता है ▪ पानी की कमी हो जाती है। ▪ वन्यजीव पर गलत असर पड़ता है।

3. सामाजिक और सांस्कृतिक (Socially and culturally)

सकारात्मक प्रभाव (Positive Impacts)	नकारात्मक प्रभाव (Negative Impacts)
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> संस्कृति को बढ़ावा मिलता है। <input type="checkbox"/> रीति-रिवाजों (custom-Tradition) में सकारात्मक परिवर्तन आता है। <input type="checkbox"/> जीवन की गुणवत्ता में सुधार करता है <input type="checkbox"/> पर्यटकों से मिलने से शैक्षिक अनुभव प्राप्त होता है। <input type="checkbox"/> मेजबान आबादी की सांस्कृतिक पहचान को संरक्षित (Protect) करता है <input type="checkbox"/> ऐतिहासिक और सांस्कृतिक प्रदर्शनी (shows) की मांग को बढ़ाता है 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> जीवन शैली (lifestyle) में परिवर्तन होता है। <input type="checkbox"/> लोगों के मूल्यों (values) में नकारात्मकता बढ़ती है। <input type="checkbox"/> अत्यधिक शराब पीना, मद्यपान, जुआ को बढ़ाता है। <input type="checkbox"/> कम उम्र में शराब पीने लत बढ़ जाती है। <input type="checkbox"/> अपराध, ड्रग्स, तस्करी को बढ़ावा मिलता है। <input type="checkbox"/> भाषा और सांस्कृतिक पर प्रभाव पड़ता है।

4. सेवाएं (Services)

सकारात्मक प्रभाव (Positive Impacts)	नकारात्मक प्रभाव (Negative Impacts)
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> दुकानों, रेस्तरां को बेहतर बनाता है। <input type="checkbox"/> मनोरंजन, सुविधाओं और अवसरों की उपलब्धता को बढ़ाता है <input type="checkbox"/> अग्नि सुरक्षा की गुणवत्ता में सुधार करता है <input type="checkbox"/> पुलिस सुरक्षा की गुणवत्ता में सुधार करता है 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> बुनियादी ढांचे (Basic Infrastructure) पर दबाव बढ़ता है <input type="checkbox"/> पारंपरिक सेवाओं को स्थानांतरित किया जा सकता है। <input type="checkbox"/> वस्तुओं और सेवाओं की कमी होती है।

5. कर (Tax)

सकारात्मक प्रभाव (Positive Impacts)	नकारात्मक प्रभाव (Negative Impacts)
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> अतिरिक्त राज्य और स्थानीय बिक्री कर राजस्व (tax revenue) मिलता है। <input type="checkbox"/> शहर (या राज्य) को कर राजस्व (Tax) दर्ज करना पड़ता है। 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> संपत्ति कर (property tax) को बढ़ाता है

6. सामुदायिक रवैया (Community Attitude)

सकारात्मक प्रभाव (Positive)	नकारात्मक प्रभाव (Negative)
-----------------------------	-----------------------------

Impacts)	Impacts)
<ul style="list-style-type: none"> □ पर्यटन से समुदाय (community) में गौरव बढ़ाता है □ अधिक सुविधाएं बढ़ाने का मौका मिलता है। □ रहने के लिए अधिक दिलचस्प और रोमांचक जगह बनती है। □ स्थानीय संसाधनों की अधिक सराहना मिलती है। 	<ul style="list-style-type: none"> □ पर्यटन की वजह सामुदायिक विभाजन को बढ़ाता है □ समुदाय और व्यक्तिगत जीवन में बदलाव होना। □ एक नकली लोक संस्कृति बनते जाना। □ community अलगाव की भावना का अनुभव करते हैं। □ सामुदायिक भविष्य पर नियंत्रण खोने की भावना पैदा होती है। (बाहरी पर्यटकों के कारण)

2.5- पर्यटन सूचना के स्रोत (Sources of Tourism Information)

यात्रा और पर्यटन उद्योग के पेशेवरों के लिए वर्तमान में, सटीक और प्रासंगिक पर्यटन जानकारी आवश्यक होती है।

आइए कुछ ऐसे तरीकों पर विचार करें जिनसे यात्रा और पर्यटन उद्योग के कर्मचारी अपने गंतव्य (Destination or tourist places) ज्ञान को विकसित करते हैं। आपको इनमें से अधिक से अधिक सूचना स्रोतों तक पहुंच बनानी चाहिए ताकि आप ज्यादा फायदा उठा सकें।

दुनिया के पर्यटन स्थलों की जानकारी यात्रा और पर्यटन उद्योग में कई तरह से वितरित की जाती है। गंतव्य सूचना के प्रमुख स्रोत नीचे दिये गए हैं।

1. उद्योग के लोग (Industry People)

- अधिकांश पर्यटन कंपनियां (जैसे ट्रेवल होलसेलर, टूर ऑपरेटर और राष्ट्रीय पर्यटन संगठन), ट्रेवल एजेंसियों और अन्य हितधारकों से लाभ प्राप्त करने के लिए बाजार में नवीनतम पर्यटन गंतव्य और उत्पाद जानकारी वितरित करने के लिए बिक्री प्रतिनिधियों (sales representatives) को नियुक्त करती हैं।
- कई टूर थोक व्यापारी यात्रा और पर्यटन उद्योग के अन्य क्षेत्रों में काम करने वालों के लिए नए गंतव्य और उत्पाद लॉन्च करते हैं। यह आमतौर पर साल के शुरू में किया जाता है जब नए टूर ब्रोशर वितरित किए जा रहे होते हैं।
- यात्रा और पर्यटन फर्म और संगठन भी गंतव्यों और उत्पादों पर ध्यान केंद्रित करते हुए सेमिनार और कार्यशालाएं आयोजित करते हैं।
- ट्रेवल होलसेलर, या टूर ऑपरेटर शैक्षिक और परिचित दौरे करते हैं और अपने ज्ञान को बेहतर बनाने के लिए साइट पर निरीक्षण करते हैं जिसके माध्यम से वे दूसरों को जानकारी फैलाते हैं।
- व्यक्तिगत यात्रा, यात्रा करने वाले मित्रों से, ग्राहकों और अन्य लोगों के साथ अनौपचारिक चर्चा वर्तमान गंतव्य सूचना का एक बहुत ही मूल्यवान स्रोत होता है।

2. ब्रोशर , पत्रिकाएं और मीडिया (Broucher, Magazines and Media)

- राष्ट्रीय पर्यटन संगठन (एनटीओ) / National Tourism Organization (NTO) और अन्य सरकारी ऑर्गनाइज़ेशन - ट्रैवल एजेंट मैनुअल (Travel Agent Manual), मानचित्र, वीडियो में आकर्षित जगहों की -विशिष्ट जानकारी प्रदान करते हैं।
- ट्रैवल ट्रेड और ट्रैवल वीक ट्रेड (Travel Trade and Travel Week Trade) एक तरह के प्रसिद्ध पत्रिकाए है, जो नए पर्यटन स्थलों और उत्पाद के बारे में बताती हैं।
- वर्तमान में सामान्य मीडिया, जैसे की समाचार पत्र (News paper), पत्रिकाएं (Magazines) और टेलीविजन (Television), आकर्षित जगहों के बारे में सूचना का एक महत्वपूर्ण स्रोत है। यात्रा उद्योग कर्मियों को पता होना चाहिए की दुनिया भर की टूरिस्ट जगहों में नया क्या हो रहा है, क्योंकि इसका पर्यटन उत्पादों और सेवाओं (products and services) पर प्रभाव पड़ता है।
- टेलीविजन पर आने वाले विशिष्ट यात्रा शो और डॉक्यूमेंट्री (Different Travel Show and Documentary) प्रदान करता है, इस तरह की जानकारी बहुत मूल्यवान होती है।
- टूर ब्रोशर और अन्य उद्योग प्रकाशन जैसे इन-फ्लाइट मैगज़ीन (In-Flight Magazine) में टूरिस्ट जगहों की जानकारी का खजाना होता है।

3. प्रकाशन

- स्थानों के बीच संबंधों को पूरी तरह से समझने के लिए एटलस (Atlas), मानचित्र की किताब (Map book) और अन्य टूरिस्ट प्रकाशन (Tourist Articles) आवश्यक हैं। उदाहरण के लिए, कई मानचित्र किताबे स्थानों के बीच की दूरियों को दर्शाते हैं। इस प्रकार की जानकारी भी यात्रा कार्यक्रम की योजना के लिए आवश्यक होते हैं।
- द वर्ल्ड ट्रैवल गाइड, ट्रैवल ट्रेड वीज़ा गाइड और टीआईएम (ट्रैवल इंफॉर्मेशन मैनुअल), (*The World Travel Guide, the Travel Trade Visa Guide and TIM (Travel Information Manual)*) इस तरह के उद्योग प्रकाशन हमें कई मुद्दों पर जानकारी प्रदान करते हैं, जिसमें गंतव्य देशों के लिए प्रवेश और निकास की आवश्यकताएं, सीमा शुल्क नियम और स्वास्थ्य और सुरक्षा संबंधी जानकारी होती है।
- टाइमेटिक (Timatic) एक उद्योग सीआरएस (कंप्यूटर आरक्षण प्रणाली) पर आधारित होता है जिसमें हवाई यात्रियों के documents की जानकारी होती है।
- कई मानचित्र (maps) स्थानों के बीच की दूरियों को दर्शाते हैं। चूंकि दूरी और यात्रा के समय संबंधित हैं, इस प्रकार की जानकारी भी यात्रा कार्यक्रम की योजना (Itinerary planning) के लिए आवश्यक होती है।

- यात्रा साहित्य (Travel literature) भी महत्वपूर्ण है। इसमें व्यक्तिगत यात्रा वृत्तांत, यादें , जीवनियाँ और विशिष्ट स्थानों या यात्राओं के फोटोग्राफिक रिकॉर्ड होते हैं।

4. अन्य स्रोत

- यात्रा और पर्यटन उद्योग व्यापार शो उद्योग के लोगों और जनता के लिए सूचना का बहुत महत्वपूर्ण स्रोत हैं।
- कई उद्योग कर्मचारी सदस्य अपने गंतव्य (पर्यटक स्थल) ज्ञान को बेहतर बनाने के लिए औपचारिक अध्ययन करते हैं।
- बड़ी संख्या में लोगों तक तेज़ी से पहुँचने के लिए इंटरनेट (Internet), ईमेल (E-mail) और फैक्स (Fax) गंतव्य और उत्पाद उद्योग की एक अन्य विशेषता हैं। जोकि सबसे आसान तरीके हैं।

2.6 (पर्यटन संगठन) Tourism Organisations

(संगठन) Organisations - लोगों का एक समूह जो किसी विशेष उद्देश्य को प्राप्त करने के लिए एक साथ संगठन, व्यवसाय, क्लब आदि बनाते हैं।

(पर्यटन संगठन) Tourism Organisations - पर्यटन संगठन वह संस्थान हैं जो व्यापक और निरंतर बढ़ते पर्यटन क्षेत्र के प्रति अपना समर्पण प्रदर्शित करते हैं।

उनमें से कुछ नीचे दिये गए हैं:

1. **World Tourism Organisations-** Like- UNWTO, IATA, UFTTA, PATA, etc.
2. **National Tourism Organisations-** Like- MoT (Ministry of Tourism), ITDC etc.
3. **State Tourism organisation-** Like- STDC (State Tourism Development Corporation), DTDC etc.

1. World Tourism Organisations – UNWTO, IATA, PATA, etc.

विश्व पर्यटन संगठन संयुक्त राष्ट्र की एक एजेंसी है जिसका उद्देश्य नैतिक, टिकाऊ और सभी का स्वागत करने वाले पर्यटन को प्रोत्साहित करना है।



UNWTO पूर्ण प्रपत्र (Full form)- संयुक्त राष्ट्र विश्व पर्यटन संगठन United Nation
World Tourism Organization

स्थापना वर्ष (Established in the year) -1975

मुख्यालय (Headquarters) - Madrid, स्पेन

अध्यक्ष (President) - Zurab Pololikashvili

लक्ष्य और उद्देश्य (Goals and Objectives)

- ❖ **UNWTO** का उद्देश्य आर्थिक विकास, अंतर्राष्ट्रीय समझ, शांति, समृद्धि और बिना किसी भेदभाव के मानवाधिकारों के सम्मान के लिए स्थायी (एक समान) पर्यटन को बढ़ावा देना है।
- ❖ पर्यटन उद्योग में विकासशील देशों (Developing countries) को **UNWTO** द्वारा प्राथमिकता दी जाती है।
- ❖ यह पर्यटन के क्षेत्र में अग्रणी अंतरराष्ट्रीय संगठन है, जो पर्यटन को आर्थिक विकास, समावेशी विकास (Sustainable development) और पर्यावरणीय स्थिरता के चालक के रूप में बढ़ावा देता है

भूमिका और कार्य (Roles and Responsibilities)

- ❖ दुनिया भर में ज्ञान और पर्यटन नीतियों को आगे बढ़ाने में क्षेत्र (देश) को नेतृत्व और समर्थन प्रदान करता है।
- ❖ सदस्यों के लिए प्रशिक्षण और विकास कार्यक्रम आयोजित करना।
- ❖ गरीबी को कम करने और सतत विकास को बढ़ावा देने में मदद करता है।
- ❖ पर्यटन को विकसित करने में और बढ़ावा देना।

- ❖ **UNWTO** पर्यटन के लिए वैश्विक आचार संहिता (global code of conduct) के उपयोग को बढ़ावा देता है ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि पर्यटन का समाज और अर्थव्यवस्था पर सकारात्मक प्रभाव हो सके है
- ❖ एक सामान्य मंच प्रदान करता है।
- ❖ अपने सदस्यों को पेशेवर (Professional) सहायता प्रदान करता है।
- ❖ मानव संसाधन (Human Development) का विकास करना।
- ❖ सरकार को पर्यटन नीति बनाने में मदद करता है।

सदस्यता (Membership)

- ❖ **UNWTO** की सदस्यता में 156 देश, 6 क्षेत्र और 400 से अधिक सदस्य शामिल हैं जो निजी क्षेत्र, शैक्षणिक संस्थानों (Educational institutes), पर्यटन संघों (Tourism organisations) और स्थानीय पर्यटन प्राधिकरणों (Regional Tourism Authorities) का प्रतिनिधित्व (representation) करते हैं।

कुल मिलाकर, UNWTO पर्यटन के क्षेत्र में सहयोग और ज्ञान के आदान-प्रदान के लिए एक वैश्विक मंच के रूप में कार्य करता है, पर्यटन को स्थायी रूप से विकसित करने और प्रबंधित करने के लिए सदस्य राज्यों का समर्थन करता है।

2. National Tourism Organisation- MoT, ITDC, etc.

पूर्ण प्रपत्र (Full form)- पर्यटन मंत्रालय MoT (Ministry of Tourism)

स्थापना वर्ष (Established In the Year) - 1967

मुख्यालय (Head Quarter) - New Delhi

अध्यक्ष (President) - G Kishan . Reddy

लक्ष्य और उद्देश्य- Aims And Objectives:

- ❖ पर्यटन मंत्रालय - भारत की प्रमुख एजेंसी है। जो देश में पर्यटन को विकसित करने और बढ़ावा देने के लिए राष्ट्रीय नीतियों और कार्यक्रमों को तैयार करता है।
- ❖ यह मंत्रालय केंद्र सरकार की विभिन्न एजेंसियों, राज्य सरकारों/केंद्र शासित प्रदेशों और निजी क्षेत्र में पर्यटन को विकसित करने में मदद करता है।
- ❖ इस मंत्रालय के प्रमुख केंद्रीय पर्यटन राज्य मंत्री (स्वतंत्र प्रभार) के पास होता है।

पर्यटन मंत्रालय के प्रमुख पद (Posts) और जिम्मेदारियां हैं:

- ❖ सचिव (पर्यटन) : प्रशासनिक प्रमुख, नीति निर्देश प्रदान करते हैं।
- ❖ पर्यटन महानिदेशक (Director) : मंत्रालय में नीति कार्यान्वयन (implementation) की निगरानी करता है।

- ❖ पर्यटन महानिदेशालय (Directorate) : क्षेत्र और विदेशी कार्यालयों का प्रबंधन (management) करता है।
- ❖ फील्ड कार्यालय (भारत) : सूचना सेवाएं प्रदान करता है, परियोजनाओं की निगरानी करता है।
- ❖ भारतीय स्कीइंग और पर्वतारोहण संस्थान: स्कीइंग और अन्य पाठ्यक्रम संचालित करता है।
- ❖ गुलमर्ग शीतकालीन खेल परियोजना: गुलमर्ग, जम्मू-कश्मीर में शीतकालीन खेलों का आयोजन करती है। ये पद पर्यटन के प्रबंधन (management), नीतियों (Policies) को लागू करने, सेवाएं प्रदान करने और मनोरंजक गतिविधियों को बढ़ावा देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

भूमिका और कार्य – Roles and functions

भूमिका (Roles) . (any2)

- ❖ राज्य और केंद्र शासित प्रदेश की सरकारों के साथ मिलकर काम करना।
- ❖ पर्यटन में निजी निवेश को बढ़ावा देना।
- ❖ प्रभावी विपणन के माध्यम से पर्यटन को बढ़ावा देना।
- ❖ एक कुशल कार्यबल का प्रशिक्षण और विकास करना।
- ❖ पर्यटन मंत्रालय महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

मुख्य कार्यों (Functions) में शामिल हैं. (any5)

1. पर्यटन के लिए नियम और नीतियां (rules & Policy Matters) बनाना, प्रोत्साहन प्रदान करना और वित्त पोषण में मदद करना।
2. पर्यटन क्षेत्र में निजी निवेश (Investment Facilitation) को प्रोत्साहन देना।
3. अन्य विभागों और राज्य सरकारों के साथ गतिविधियों की योजना बनाना और समन्वय (coordinate) करना।
4. पर्यटन सेवाओं के लिए गुणवत्ता मानक और दिशानिर्देश निर्धारित (rules & regulations) करना।
5. पर्यटन के बुनियादी ढांचे में सुधार और आकर्षक पर्यटन उत्पादों का विकास (Infrastructure & Product Development) करना।
6. लोगों को पर्यटन उद्योग में नौकरियों के लिए प्रशिक्षण देना।
7. विज्ञापनों और विपणन अभियानों के माध्यम से पर्यटन को बढ़ावा देना।
8. अनुसंधान (Research, Analysis) करना और पर्यटन नीतियों के प्रभाव का मूल्यांकन करना।
9. अंतरराष्ट्रीय संगठनों के साथ सहयोग करना और पर्यटन विकास के लिए सहायता मांगना।
10. पर्यटन से संबंधित कानूनों से निपटना।
11. प्रशासनिक (administration) और बजट मामलों को संभालना।
12. मंत्रालय के भीतर पारदर्शिता और सत्यनिष्ठा सुनिश्चित करना।
13. पर्यटन योजनाओं और परियोजनाओं के कार्य की निगरानी करना।

ये कार्य पर्यटन मंत्रालय को पर्यटकों और स्थानीय समुदायों दोनों के लिए पर्यटन को बेहतर और अधिक मनोरंजक बनाने में मदद करते हैं।

3. State Tourism organisation- Like STDC,DTDC etc .

STDC (राज्य पर्यटन विकास निगम) भारत में एक राज्य-स्तरीय संगठन है जो प्रत्येक राज्य के भीतर पर्यटन को बढ़ावा देने और विकसित करने के लिए काम करता है। जैसे - दिल्ली पर्यटन विकास निगम, उत्तर प्रदेश पर्यटन विकास निगम, तमिलनाडु पर्यटन विकास निगम इत्यादि।

पूर्ण प्रपत्र (Full form)- (राज्य पर्यटन विकास निगम) (State Tourism Development Corporation)

स्थापना वर्ष (Established In the Year) - हर राज्य (state) का अपना स्थापना वर्ष है।

मुख्यालय (Headquarters)- हर राज्य की राजधानी ही STDC का मुख्यालय होता है।

अध्यक्ष (President)- राज्य सरकार तय करती है।

लक्ष्य - Aims:

- ❖ यात्रा उद्योग में सबसे अच्छे और सबसे प्रतिष्ठित सेवा प्रदाताओं (service providers) में से एक बनना।
- ❖ पर्यटकों के लिए सर्वोच्च सुविधाएं प्रदान करने के लिए राज्य के अंदर और बाहर एक बेहतर पर्यटन बुनियादी ढांचा (tourism infrastructure) स्थापित करना।

उद्देश्य - Objectives:

- ❖ पर्यटन परियोजनाओं और गतिविधियों (projects and activities) की स्थापना, विकास और प्रचार करना।
- ❖ पर्यटक वाहनों का संचालन और रखरखाव (Operation and maintenance) रखना।
- ❖ पर्यटक सूचना ब्यूरो और केंद्रों की स्थापना और प्रबंधन (establishment and management) देखना।
- ❖ पर्यटन प्रचार सामग्री (publicity material) का प्रकाशन (publication) एवं वितरण (distribute) की व्यवस्था करना।
- ❖ बंगले, सराय, छात्रावास, होटल और कैफेटेरिया जैसे पर्यटक आवासों का निर्माण, रेंट या किराये पर देना और प्रबंधन (management) करना।

इन उद्देश्यों से राज्य के भीतर पर्यटन विकास को सुविधाजनक बनाना और बढ़ावा देना है।

भूमिका और कार्य - Role and function

- ❖ रोजगार पैदा करना और राज्य के राजस्व (राज्य की आय) में योगदान देना।
- ❖ पर्यटन परियोजनाओं और गतिविधियों की शुरुआत और विस्तार।
- ❖ पर्यटकों के लिए सुरक्षित और सुविधाजनक यात्रा सुनिश्चित करना।
- ❖ विपणन और प्रचार (marketing and promotional) प्रयासों में संलग्न (Engage) होना।
- ❖ पर्यटन अवसंरचना (tourism infrastructure.) का विकास और रखरखाव।
- ❖ राज्य की सांस्कृतिक विरासत (cultural heritage) की संरक्षण एवं संवर्धन करना।

❖ प्रभावी पर्यटन प्रबंधन के लिए हितधारकों (stakeholders) के साथ सहयोग करना।

कुल मिलाकर, एसटीडीसी राज्य के सांस्कृतिक और प्राकृतिक खजाने को संरक्षित करते हुए पर्यटन विकास, आर्थिक अवसरों में योगदान देता है।

Review Question Answers

Fill in the Blanks

1. पर्यटन (Tourism) का वास्तविक और संभावित आर्थिक प्रभाव आश्चर्यजनक है।
2. 'अतिथि देवो भव' (Atithi Devo Bhava) का अर्थ है 'मेहमान भगवान के समान हैं' (Guests are like God)
3. घरेलू पर्यटन (Domestic Tourism) में एक देश के निवासी केवल उसी देश के भीतर यात्रा करता है।
4. पर्यटन सांस्कृतिक आदान-प्रदान का एक शानदार तरीका है यह सामाजिक प्रगति को भी प्रोत्साहित करता है।
5. पर्यटन (Tourism) हमारे देश की सुंदरता, कला, इतिहास और सांस्कृतिक को स्पष्ट करने में मदद करता है।
6. पर्यटन से रोजगार (employment) के अवसर उत्पन्न होते हैं।
7. पर्यटन भारत में विदेशी मुद्रा (foriegn exchange) आय का महत्वपूर्ण स्रोत रहा है।
8. विरासत (Heritage) एक राज्य की पहचान है यह एक विशेष समाज की संस्कृति से संबंधित है।
9. बुनियादी ढांचा (Infrastructure) हमारे पर्यटन के विकास को प्रोत्साहित करता है।
10. पर्यटन देश में शांति और स्थिरता (Peace and stability) को बढ़ावा देता है।

सही/ गलत

1. परंपराएं भाषाएं या भवन जो अतीत में बनाए गए थे और अभी भी ऐतिहासिक महत्व रखते हैं।
2. पर्यटन रोजगार पैदा करने, आय उत्पन्न करने और अर्थव्यवस्था में विविधता लाने में मदद करता है।
3. पर्यटन भारत में विदेशी मुद्रा आय का महत्वपूर्ण स्रोत रहा है।
4. विरासत का संरक्षण भारत के संविधान द्वारा मौलिक कर्तव्य के तहत लगाया गया एक कर्तव्य है।
5. एक अंतरराष्ट्रीय पर्यटन कई देशों की सीमाओं को पार नहीं करता है।
6. एक अंतरराष्ट्रीय पर्यटन विभिन्न मुद्राओं का उपयोग करता है।
7. भारत के प्रत्येक नागरिक का कर्तव्य है वह हमारी विरासत को महत्व दें और सुरक्षित रखें।
8. दुनिया के सबसे बड़े उद्योग में पर्यटन उद्योग भी शामिल है।

Ans 1. सही, 2. सही, 3. सही, 4. सही, 5. गलत, 6. सही, 7. सही, 8. सही

उपयुक्त खोजें (find the appropriate)

प्रश्न . UNWTO के कितने देश सदस्य हैं?

(1) 165

(2) 123

(3) 122

(4) 156

Ans - (4) 156

प्रश्न.- UNWTO का मुखाल्य कहा स्थित है।

(1) भारत

(2) अमेरिका

(3) थायलैंड

(4) स्पेन के मैड्रिड शहर में।

Ans - (4) स्पेन के मैड्रिड शहर में।

प्रश्न.- विश्व पर्यटन संगठन _____ की एक विशेष एजेंसी है

(1) अंतर्राष्ट्रीय बैंक

(2) अंतर्राष्ट्रीय नागर विमानन संगठन

(3) संयुक्त राष्ट्र

(4) आर्थिक सहयोग संगठन

Ans - (3) संयुक्त राष्ट्र

प्रश्न.- राष्ट्रीय पर्यटन दिवस किस तारीख को मनाया जाता है?

(1) 3 मार्च

(2) 25 जनवरी

(3) 17 दिसम्बर

(4) 26 सितम्बर

Ans - (2) 25 जनवरी

प्रश्न.- अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन दिवस किस तारीख को मनाया जाता है?

(1) 3मार्च

(2) 25 जनवरी

(3) 17 दिसम्बर

(4) 27 सितम्बर

Ans - (4) 27 सितम्बर

प्रश्न.- एसटीडीसी (STDC)की fullform बताए?

(1) राज्य पर्यटक विकास निगम

(2) राज्य पर्यटन विकास निगम

(3) राज्य पर्यटन विनाश नग

(4) राज्य परकट विकास नम

Ans - (2) राज्य पर्यटन विकास निगम

प्रश्न और उत्तर / Question and Answer

Q1. पर्यटन (Tourism) क्या है?

Ans. पर्यटन किसे कहते हैं। पर्यटन का अर्थ है "चारों ओर घूमना इधर-उधर घूमना देश दर्शन और मनोरंजन के लिए विभिन्न स्थानों का भ्रमण करना "Tourist वह व्यक्ति होता है जो एक वृत्त में यात्रा करता है आखिरकार वह उसी स्थान पर आ जाता है जहां से उसकी यात्रा आरंभ हुई थी कहने का अभिप्राय यह है कि Tourist वह चरित्र अथवा व्यक्ति है जो एक वृत्त अथवा परिधि में यात्रा करता है वह जिस स्थान से चलता है उसी स्थान पर वापिस आ जाता है पर्यटन की कोई एक परिभाषा देना कठिन है यह विषय अभी भी अपने उद्गम की ओर बढ़ता जा रहा है समय के साथ इसमें बदलाव आ रहा है

Q2. घरेलू पर्यटन (Domestic Tourism) कैसा होता है?

Ans. घरेलू पर्यटन वह पर्यटन है जिसमें एक देश के निवासी केवल उसी देश के भीतर यात्रा करता है। इसका संबंध देश के भीतर यात्रा से है इसके लिए पासपोर्ट और वीजा की जरूरत नहीं होती छोटे-छोटे देश की तुलना में भारत जैसे बड़े आयामों वाले देश में घरेलू पर्यटन का दायरा अधिक है।

Q3. अंतरराष्ट्रीय पर्यटन (International Tourism) कैसे किए जाते हैं?

एक अंतरराष्ट्रीय पर्यटन कई देशों की सीमाओं को पार करता है विभिन्न मुद्राओं का उपयोग करता है विभिन्न भाषाओं का सम्मान करता है और विभिन्न प्रकार के लोगों से मिलता है आमतौर पर अंतरराष्ट्रीय पर्यटन में लंबी दूरी तय करनी पड़ती है हालांकि छोटे देशों को पार करने या अंतरराष्ट्रीय सीमाओं के पड़ोसियों में यात्रा करने या कम दूरी शामिल हो सकती है।

Q4. How to Generating Income and Employment of Tourism?

Ans भारत में टूरिज्म और उसके साथ आए रोजगार को बहुत बढ़ावा मिला है यह राष्ट्रीय स्तर पर घरेलू उत्पाद में 6.23 प्रतिशत और भारत में कुल रोजगार का 8.78 प्रतिशत योगदान देता है। आधुनिक भारत में मिलियन लोग पर्यटन उद्योग में काम कर रहे हैं और समय के साथ-साथ इसका महत्व बढ़ता ही जा रहा है भारत में कलाकृतियों की बिक्री और होटल उद्योग गाइड जो उस क्षेत्र के बारे में पर्यटन को जानकारी देता है रोजगार पैदा करते हैं।

Q5. क्या पर्यटन अर्थव्यवस्था के लिए अच्छी चीज है?

उत्तर: पर्यटन उद्योग पैसा आदि लाने, बुनियादी ढांचा, विदेशी मुद्रा, नौकरियां लाने में लगभग हमेशा प्रभावी होता है। पर्यटन स्थानीय अर्थव्यवस्था में भी सुधार और उस स्थान को और अधिक प्रसिद्ध बनाता है।

Q6. बिक्री प्रतिनिधि (sales representative) कोन होता है?

Ans. जो बाजार में नए नए पर्यटन गंतव्य (Destinations) और उत्पाद (Products) जानकारी वितरित करता है उसे बिक्री प्रतिनिधि कहते हैं।

Q7. तीन सामान्य मीडिया प्रकाशनों या उद्योग प्रकाशन के नाम बताएं।

Ans. General media publications - The World Travel Guide, the Travel Trade Visa Guide and TIM (Travel Information Manual), Timatic ((Travel Information Manual Automatic)

Q8. दो सामान्य ट्रेड जनरल्स के नाम बताएं।

Ans. Trade journals - Travel trade and Travel Week.

Q9. टाइमेटिक (Timatic) क्या होता है।

Ans. टाइमेटिक (Timatic) एक उद्योग सीआरएस (कंप्यूटर आरक्षण प्रणाली) पर आधारित होता है जिसमें हवाई यात्रियों के documents की जानकारी होती है।

Q10. Itinerary क्या होती है?

Ans. यात्रा-कार्यक्रम बनाने को itinerary (जिसमें यात्रा का मार्ग और स्थल शामिल हैं) कहते हैं।

Short Notes

1. **Global code of conduct**- एक वैश्विक आचार संहिता व्यवसायों के लिए दिशानिर्देशों का एक समूह है।
2. **MDG - (Millennium Development Goals)** - संयुक्त राष्ट्र सहस्राब्दी विकास लक्ष्य (एमडीजी) 2000 में संयुक्त राष्ट्र द्वारा स्थापित आठ वैश्विक लक्ष्यों का एक समूह था। उनका उद्देश्य प्रमुख सामाजिक, आर्थिक और पर्यावरणीय चुनौतियों का समाधान करना और वर्ष 2015 तक दुनिया भर के लोगों के जीवन में सुधार करना था। 2015 में MDG को बंद कर SDG (Sustainable Development Goal) लेके आए जिस से MDG के अधूरे एजेंडे को पूरा किया जाएगा है।
3. **हितधारकों (stakeholders)**- एक हितधारक एक व्यक्ति, समूह या संगठन होता है, जिसका किसी व्यवसाय, संगठन या परियोजना के निर्णय लेने और गतिविधियों में निहित स्वार्थ होता है। उधारण- होटल, रेस्तरां, टूर ऑपरेटर, परिवहन प्रदाता, ट्रेवल एजेंसियां, और पर्यटन से संबंधित अन्य उद्यम ये सब हितधारक (stakeholders) है। पर्यटकों को आकर्षित करने और उनकी सेवा करने, जैसे उत्पन्न करने और सकारात्मक प्रतिष्ठा बनाए रखने में उनका निहित स्वार्थ है।
4. **sustainable** - प्राकृतिक उत्पादों और ऊर्जा के उपयोग को इस तरह से शामिल करना जिससे पर्यावरण को नुकसान न हो। पर्यावरण को नुकसान पहुंचाए बिना प्राकृतिक पदार्थों और ऊर्जा का उपयोग करते हैं
5. **सितंबर 2000 में हस्ताक्षरित संयुक्त राष्ट्र सहस्राब्दी घोषणा**, दुनिया के नेताओं को गरीबी, भूख, बीमारी, निरक्षरता, पर्यावरणीय गिरावट और महिलाओं के खिलाफ भेदभाव का मुकाबला करने के लिए प्रतिबद्ध करती है।

6. **UNWTO** की सदस्यता में 156 देश, 6 क्षेत्र और 400 से अधिक संबद्ध सदस्य शामिल हैं जो निजी क्षेत्र, शैक्षणिक संस्थानों, पर्यटन संघों और स्थानीय पर्यटन प्राधिकरणों का प्रतिनिधित्व करते हैं।
7. **यूएनडब्ल्यूटीओ** ने संयुक्त राष्ट्र के सहस्राब्दी विकास लक्ष्यों (एमडीजी) को प्राप्त करने के साधन के रूप में पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए अपना समर्पण वचन दिया है, जिसका उद्देश्य गरीबी को कम करना और सतत विकास को बढ़ावा देना है।

UNIT-3

पर्यटन व्यवसाय व्यवसायका परिचय (INTRODUCTION OF TOURISM BUSINESS)

3.1 Introduction

पर्यटन व्यवसाय एक व्यापारिक गतिविधि है जिसमें लोगों को यात्रा और आकर्षणों का आनंद लेने की सेवाएं प्रदान की जाती हैं। यह व्यवसाय पर्यटकों की मांग को पूरा करता है, और उन्हें यात्रा, आवास, पर्यटन स्थलों के दौरे, यात्रा व्यवस्था और साथ ही उनके मनोरंजन और आराम की आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए सामग्री और सेवाएं प्रदान करता है।

पर्यटन व्यवसाय आमतौर पर होटल, यात्रा, एजेंट, यात्रा आयोजक (Tour operators), पर्यटन संचालन (Destination Management companies) और ट्रांसपोर्ट कंपनियों आदि को सम्मिलित करता है। पर्यटन उद्योग का मुख्य उद्देश्य पर्यटन संबंधित सेवाओं के माध्यम से पर्यटकों की संतुष्टि और आनंद को प्रोत्साहित करना होता है। इन्हीं सेवाओं का आदान-प्रदान पर्यटन उद्योग का आधार है, जो किसी भी राज्य एवं राष्ट्र की आर्थिक एवं समाजिक पृष्ठभूमि पर मुख्य भूमिका अदा करता है।

समय के साथ पर्यटन उद्योग में कई तरह के बदलाव आए हैं। लोगों की पर्यटन में रुचि भी बदली है। डिजिटलाइजेशन की वजह से यात्रा करना अब बेहद आसान एवं सुखमय हुई है। रेल, हवाई, होटल बुकिंग जैसी सेवाएं अब केवल एजेंट तक ही सीमित नहीं हैं। इंटरनेट की सहायता से कोई भी व्यक्ति अब, यह सारी जानकारी स्वयं प्राप्त कर सकता है, बल्कि स्वयं बुक भी कर सकता है।



(AIR Bed and Breakfast)

एयर बीएनबी (Airbnb) एक अंतरराष्ट्रीय ऑनलाइन प्लेटफॉर्म है जो यात्रियों को अनोखे आवास स्थान प्रदान करता है। इसकी स्थापना 2008 में हुई थी और यह एक लोकप्रिय विक्रेता-उपभोक्ता (P2P) साझेदारी मॉडल है, जिसमें लोग अपने खाली रहने के कमरे, घर, विला, या अन्य आवास स्थानों को किराए पर देते हैं।

एयर बीएनबी का मुख्य उद्देश्य लोगों को अनूठे और प्राकृतिक आवास सुविधाएं प्रदान करना है और उन्हें स्थानीय कला, संस्कृति और अनुभवों के साथ जोड़ने का अवसर प्रदान करना है।



(आई आर सी की सी डॉट कॉम) IRCTC.com

ये सब वो वेबसाइट्स हैं जिनके द्वारा व्यक्ति को अपनी यात्रा ,पैकेज स्वयं बुक करने में आसानी होती है। यह युनिट (टूरिज़्म उद्योग) में प्रयोग किये जाने वाली शब्दावली से अवगत कराता है।

3.2 Travel & Hospitality Terminology (यात्रा और आतिथ्य उद्योग में प्रयोग होने वाली शब्दावली)

यह वह शब्द होते हैं जो किसी विशेष पेशे या उद्योग के लोगों द्वारा काम करते समय एक दूसरे से संवाद करने के लिए इस्तेमाल होते हैं। ऐसे ही पर्यटन व्यवसाय में भी कुछ शब्द आमतौर पर जैसे हवाई यात्रा टिकट, या होटल के कमरे बुक करने के लिए इस्तेमाल होते हैं। इन शब्दों की सूची काफी लंबी है। यह शब्द पर्यटन एवं आतिथ्य के क्षेत्र में प्रयोग होते हैं।

Examples: -

यात्री संबंधी शब्दावली (Terminologies related to Tourist)

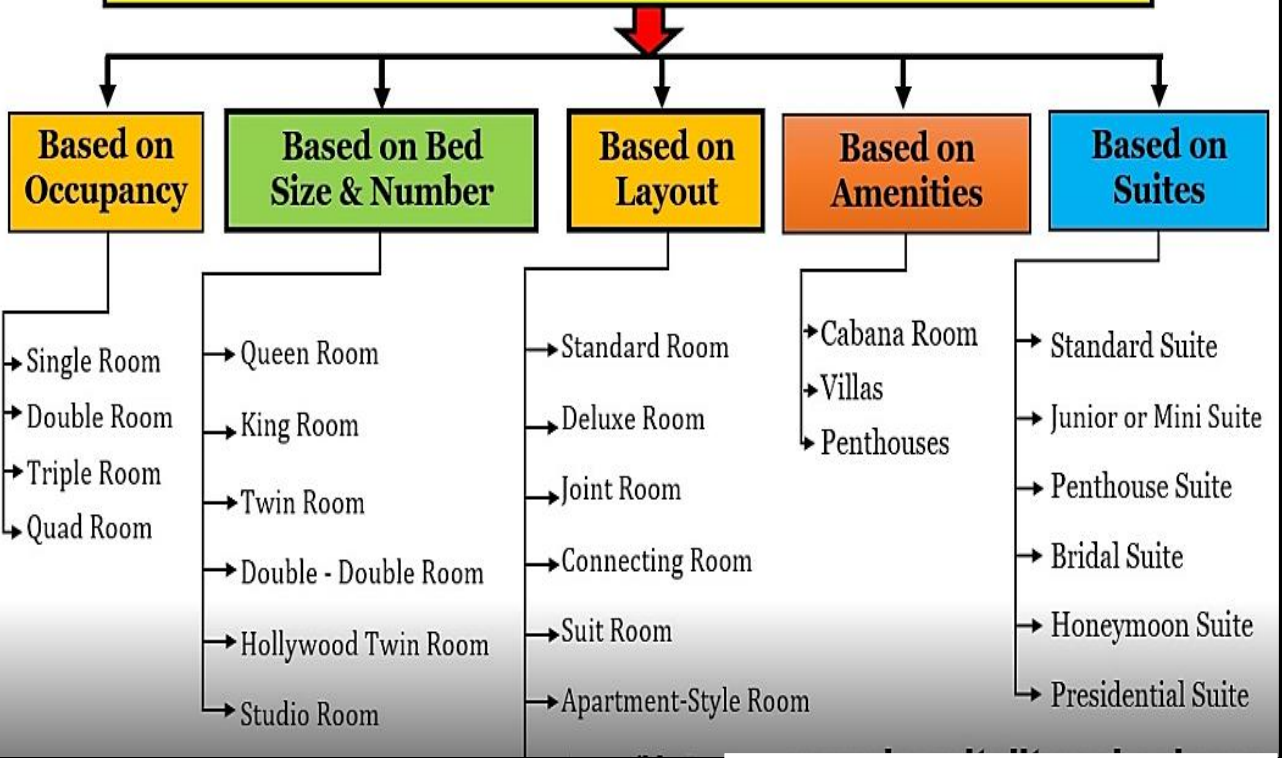
1. अतिथि (GUEST) -अतिथि वह व्यक्ति होता है जो जो यात्रा एजेंट या होटल द्वारा प्रदान की जाने वाली सभी सेवाओं का लाभ उठाता है
2. ग्राहक (CUSTOMER)- वह व्यक्ति जो पर्यटन से संबंधित सभी सेवाओं का प्रयोग करता है तथा उसके बदले में भुगतान करता है। वह ग्राहक कहलाता है।
3. PAX-Pax शब्द का प्रयोग यात्रा करने वाले (Passenger) व्यक्ति के लिए किया जाता है। यह व्यक्तियों की संख्या को बताने के लिए इस्तेमाल किया जाता है **उदाहरण** - जैसे 4 व्यक्ति अगर हवाई जहाज से (Aeroplane) ट्रेवल कर रहे हैं, तो उन 4 व्यक्तियों को 4PAX लिखा जाएगा।
4. FIT (free independent/individual traveller) (फ्रीइंडिपेंडेंट/इंडिविजुअल ट्रेवलर) -इस शब्द का प्रयोग उन यात्रियों के लिए किया जाता है, जो बिना किसी restriction (प्रतिबंध) के यात्रा करते तथा अपनी यात्रा का चयन अपने द्वारा करते हों, या अपनी मर्जी से करते हों। ऐसी यात्री को फ्री इंडिपेंडेंट ट्रेवलर कहते हैं। FIT एक या दो व्यक्ति कपल में यात्रा करते हैं।
5. GIT (Group Inclusive tour) ग्रुप इंकलूसिव टूर इस शब्द का प्रयोग उन व्यक्तियों के लिए किया जाता है, जिनका उद्देश्य समूह में यात्रा करना हो। तथा इसके अंतर्गत कोई भी व्यक्ति कोई भी यात्रा में बदलाव नहीं कर सकते हैं। GIT में 10 से 15 लोग या उससे अधिक लोग समूह में यात्रा करते हैं।

कमरों के प्रकार से संबंधित शब्दावली (Terminologies related to types of rooms in hotel)

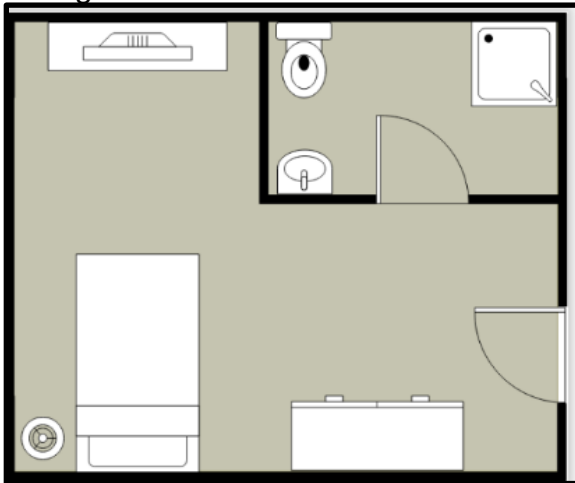
कमरे का प्रकार पर्यटकों की संख्या और उनकी प्राथमिकताओं (आवश्यकताओं पर आधारित होता है। उदाहरण:- जब एक ट्रेवल एजेंट 2 अतिथियों के लिए 1 डबल बेड का कमरा बुक करता है।

1. **कमरों के प्रकार:** सिंगल रूम (SINGLE ROOM.) -एक व्यक्ति के लिए एक सिंगल Bed उपलब्ध होता है। उदाहरण :- जब एक ट्रेवल एजेंट एक व्यक्ति के लिए सिंगल Bed बुक करता है।
2. डबल रूम (DOUBLE ROOM)-दो (2) लोगों के लिए Double Bed कमरा उपलब्ध होता है। इसमें दो तरह के बिस्तर होते हैं। एक King size bed(जो थोड़ा बड़ा होता है सामान्य बिस्तरों से)। दूसरा क्वीन साइज Bed जो King Size bed से(छोटा होता है)
3. टूविन बेडेड रूम (TWIN BEDDED ROOM)-टूविन बेडेड रूम, इसमें दो (सिंगल) (bed) (बिस्तर होते हैं। जो अलग-अलग होते हैं।

HOTEL ROOM CLASSIFICATION



Single room



Double Room





Presidential Suite



Junior Suite

4. कबाना रूम (CABANA ROOM) -इस कमरे में अतिथि को कमरे के साथ-साथ एक स्विमिंग पूल भी उपलब्ध कराया जाता है। जो कमरे के बिलकुल पास होता है।
5. लुनाई कमरा(LANAI ROOM)-एक आउटडोर कमरा जो होटल एक ओपन या बाहरी खुली जगह पर होता है। जहाँ खुली हवा होती है, एक या दो दीवार होती है, और गार्डन के साथ होती है, या गार्डन view के साथ होती है।
6. ऐफिशिएंसी कमरा (EFFICIENCY ROOM) -एक रसोई सहित कमरा, जहाँ अतिथि रसोई में खुद चाय, नाश्ता, खाना सकता है।
7. पेंटहाउस(PENTHOUSE) -होटल के सबसे ऊपरी, भाग या छत पर स्थित कमरों का सेट जिसमें से कुछ भाग आसमान की ओर खुला होता है। यह सामान्य rooms costly. (महंगा) होता है। विदेशियों की मांग में रहता है।कम से कम दो कमरों को मिलाकर बना हुआ सेट,

जिसमें बेडरूम और ड्राईंग रूम (बैठक) क्षेत्र होता है। उदाहरण : प्रेसिडेंशियल स्वीट, मुगल सुईठे स्वीट्स को कमरों की सजावट के हिसाब से नाम दिया जाता है।

8. **जूनियरस्वीट (JUNIOR SUITE)** - यह एक लंबा कमरा होता है जिसको बांटा जाता है या पार्टीशन किया जाता है कड़ी 1 के बोर्ड से। कमरे में पार्टीशन से दो अलग-अलग खंड बन जाते हैं।

TERMINOLOGIES ACCORDING TO MEAL PLAN

भोजन योजना के आधार पर कमरों के प्रकारों की पहचान कराने वाली शब्दावली

भोजन योजना से तात्पर्य है कि होटल में कमरे के साथ भोजन की योजना। भोजन योजना के तहत कमरे के किराए के साथ भोजन की दर को जोड़ा जाता है। हो सकता है कि मेहमान कमरे के साथ नाश्ता या रात का खाना बुक करना चाहे। भोजन योजना होटल को सूचित करती है कि अतिथि भोजन में क्या अपेक्षा कर रहा है।

1. (EUROPEAN PLAN) (EP)-यूरोपियन योजना- इसमें अतिथि केवल कमरे का किराया देता है। भोजन के लिए अलग से भुगतान करता है।
2. CONTINENTAL PLAN) (CP) कोटीनेटल योजना- कमरे का किराया + महाद्विपीय नाश्ता
3. MODIFIED AMERICAN (MAP) OR HALF BOARD PLAN मोडिफाईड अमेरिकन योजना/समुचित व्यवस्था-कमरे का किराया + कोई भी दो भोजन ((CONTINENTAL) Breakfast के साथ या तो लंच या डिनर दिया जाता है।
4. (BERMUDA PLAN) बरमुडा योजना - कमरे का किराया + अमेरिकी नाश्ता इसमें अतिथि को रूम के साथ अमेरिकी नाश्ता दिया जाता है। जैसे कि कमरे का किराया (Rent) और meals (खाना) में पकाया हुआ
5. CP (Continental Plan) कोटीनेटल **योजना** - इसमें अतिथि को रूम के साथ-साथ continental नाश्ता दिया जाता है। continental नाश्ता जैसे चाय, कॉफी, Bread, जैम, जैली, मक्खन इत्यादि दिया जाता है
6. JUNGLE PLAN - अतिथि को room (रूम) के साथ-साथ (जंगल, योजना) meals (भोजन) में अमेरिकन plan की सुविधा दी जाती है, साथ ही jungle सफारी भी कराई जाती है।
7. AP (American Plan) अमेरिकन प्लैन - अतिथि को रूम के साथ ब्रेकफास्ट, लंच, डिनर तीनों meals (भोजन) दिए जाते हैं।

Includes: → Plan Name	Room Rate	Breakfast	Lunch	Dinner
European Plan	Yes	No	No	No
Continental Plan	Yes	Yes	No	No
American Plan	Yes	Yes	Yes	Yes
Modified American Plan	Yes	Yes	Either Lunch	Or, Dinner
Bed & Breakfast\ Bermuda Plan	Yes	Yes	No	No

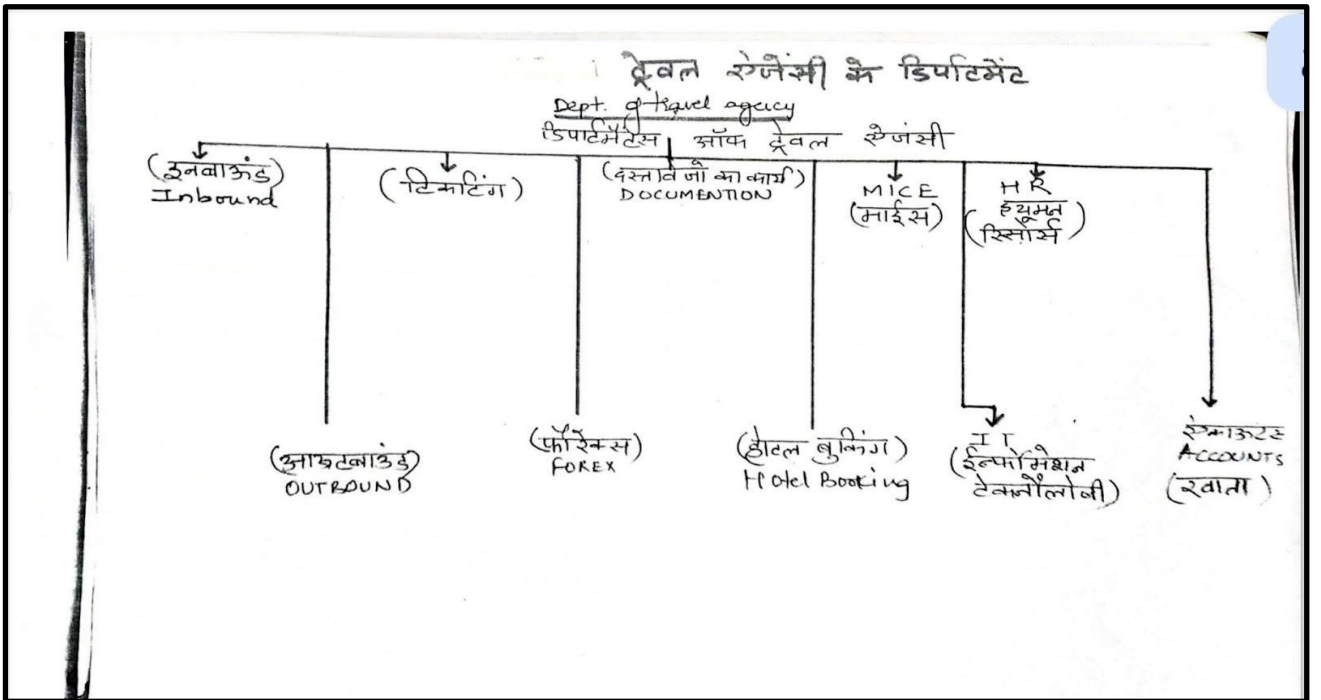
कुछ अन्य शब्दावलियाँ (Terminologies)

1. American Breakfast (अमेरिकन ब्रेकफास्ट) अमेरिकन नाश्ता- इसमें 'पकाया' हुआ कोटिनेटल नाश्तों जैसे:- अंडा और 1 सीरियल (अनाज) से बनी हुई चीजें दी जाती हैं।
2. Continental Breakfast (कोटिनेनेटल नाश्ता)-इसमें 'पकाया' हुआ खाना नहीं दिया जाता। जैसे बल्कि कोटिवेनटल नाश्ते में जूस, Bread (ब्रेड स्लाईस) और 3 जैम, जैली, मक्खन चाय आदि दिया जाता है।
3. EMT(अर्ली मॉरनिंग टी) - सुबह के वक्त ली जाने वाली चाय
4. FOREX -विदेशी मुद्रा (FOREIGN EXCHANGE) (फॉरेन एक्सचेंज)
5. GUEST FOLIO (अतिथि फोलियो) -अतिथियों के बारे में जानकारी / व्यक्तिगत विवरण जैसे उनकी जन्म तिथि, वार्षिकोत्सव आदि दिया जाता है।
6. IBT(इनबाउंड टर्म्स) इनबाउंड टूरिस्ट
7. OBT(आउटबाउंड टूर) आउटबाउंड / टूरिस्ट
8. SOLD OUT(सोल्ड आउट) बिका हुआ -किसी होटल में जब कोई कमरा उपलब्ध नहीं होता उसे सोल्ड आउट कहा जाता है।
9. Transfer (ट्रान्सफर) -ट्रान्सफर शब्द का अर्थ है कि यात्री को हवाई अड्डे या रेलवे स्टेशन, से होटल था, होटल से हवाई अड्डे या रेलवे स्टेशन तक लाना ले जाना ।
10. VIP (very important person) अति महत्वपूर्ण अतिथि
11. VOUCHERS -प्रमाण पत्र
12. WALK IN GUEST (वॉक इन गेस्ट) बिना किसी बुकिंग के होटल में आने वाला अतिथि guest कहलाता है। या ऐसे व्यक्ति जो होटल में रहने के लिए बिना बुकिंग और बिना सूचना के आते हैं।

3.3 FUNCTIONS & ACTIVITIES OF TRAVEL AGENCY (यात्रा एजेंसी के कार्य और गतिविधियाँ)

यात्रा एजेंसी मध्यस्थ (Middle man) मिडल मैन के रूप में यात्रियों को सबसे अच्छी सेवाएं प्रदान करने में सक्रिय भूमिका निभाती है यात्रा एजेंसी कई कार्य करती है। जैसे:

- 1) यात्रा से संबंधित जानकारी, प्रदान करना।
- 2) यात्रा योजनाओं का निर्माण करना।
- 3) यात्रा/ का दूर की costing करना।
- 4) घरेलू / अंतरराष्ट्रीय टिकट बुक करना।
- 5) रिजर्वेशन (Reservation) करना।
- 6) दस्तावेजीकरण फ्री का कार्य। (Documentation)
- 7) खातों का समाधान (Settlement of Accounts)
- 8) MICE - Meetings, incentives, conferences, Exhibition./ मीटिंग्स, इंसेंटिवज़, कांफ्रेंस, एग्जीबिशन
- 9) foreign exchange (विदेशी मुद्रा)



3.3.1 ट्रैवल एजेंसी में गतिविधियां (Activities in a Travel)

पर्यटन के कारोबार में ट्रैवल एजेंसी की अहम भूमिका है हालांकि प्रौद्योगिकी के साथ बदलाव के कारण, ट्रैवल एजेंसी का चेहरा बदल रहा है। फिर भी यह अभी भी एक महत्वपूर्ण बिंदु बना है। ट्रैवल एजेंट, पर्यटक और अन्य सेवा प्रदाताओं होटल, किराए पर कार के बीच संबंध व एयरलाइन्स के विभिन्न कार्यों ट्रैवल एजेंसी के को कई विभाग में जो एक साथ काम करते हैं और पर्यटक के यात्रा कार्यक्रम की आवश्यकताओं को पूरा करते हैं।

ट्रैवल एजेंसी में विभिन्न गतिविधियों होती हैं। जैसे :-

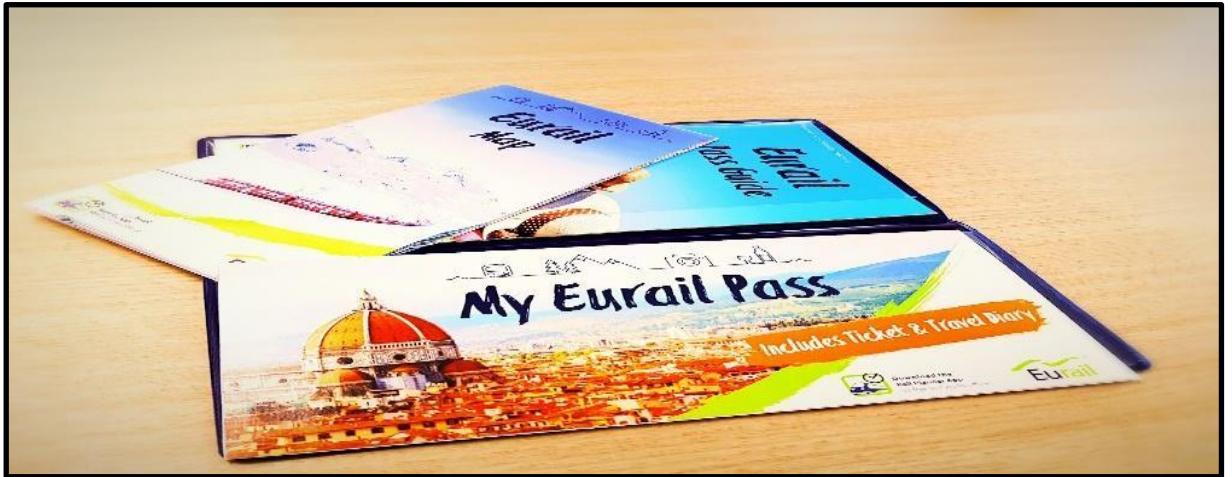
1. सूचना प्रदाता (Information Provider)-

ट्रैवल एजेंसी पर्यटक के लिए सूचना एक स्रोत के रूप में कार्य करती है। ट्रैवल एजेंट , पर्यटक को जानकारी उपलब्ध करता है । जानकारी, यात्रा गंतव्य के चयन में ग्राहक की सहायता , एक गंतव्य के बारे या सुविधा, उड़ान चुनने के लिए एयरलाइन के समय के बारे में हो सकती है। वो ग्राहक को उन गतिविधियों के बारे में सुझाव देते हैं जो बजट, आयु, समूह के हितों को ध्यान रखते हुए, गंतव्य व परिवहन सुविधाओं आदि में शामिल हो सकते हैं। वे उन्हें ब्राउचर, पैम्फलेट के माध्यम से या उन्हें किसी जगह का दृश्य दिखाकर , मन बनाने उनकी के गंतव्य जानकारी देकर , जगह पसंद पर मदद करते हैं। प्राथमिकताओं जैसे कि डबल रूम के बजाय ट्विन रूम आदि। ट्रैवल एजेंसी एजेंटों नौकरी का यह सबसे महत्वपूर्ण पहलू है कीसही जानकारी मिलेगी व ग्राहक को निर्णय लेने में मददव ट्रैवल एजेंसी के लिए व्यवसाय और राजस्व सुनिश्चित होगा ।

2. टिकटिंग (TICKETING) - यह ट्रैवल एजेंसी करी प्राथमिक गतिविधियों में से एक है। टिकटिंग में एयरलाइन व रेलते हैं हवाई टिकट घरेलू व अंतरराष्ट्रीय दोनों , ट्रैवल एजेंसी द्वारा प्रदान किए जाते हैं/ ट्रैवल एजेंट ग्राहक को विभिन्न एयरलाइन द्वारा प्रदान की जाने वाली वाली विभिन्न विभिन्न हवाई किराया व सेवाओं का का सुझाव देकर विकल्प भी दे।।

3. टूर पैकेज (Tour Package) - एक Tour Package एक Travel Agency से खरीदा जा सकता है। एक ट्रैवल एजेंट एक विस्तृत Tour Package Design करने सहायता करता है ताकि एक पर्यटक को सभी सुविधाएं उपलब्ध की जा सके। Tour Package में सभी सुविधाएं जो पर्यटन से संबंधित है , जैसे: उड़ान, आवास, किराये की कार, दिन की गतिविधियाँ भोजन, यात्रा बीमा आदि।

4. डॉक्यूमेंटेशन (DOCUMENTATION)- दस्तावेज वह जरूरी - प्रमाण है जो घरेलू या अंतरराष्ट्रीय यात्रा करते समय व्यक्ति के पास होना जरूरी है, जिसे ट्रैवल एजेंसी द्वारा प्रदान किया जाता है। इस विभाग के द्वारा मुख्यतः Passport, Visa, Medical certificate प्रदान किए जाते हैं। Travel के समय जब आप घरेलू या अंतरराष्ट्रीय यात्रा करते हैं तो घरेलू घरेलू यात्रा में केवल फोटो आईडी की जरूरत होती है अन्य यात्रा दस्तावेजों की जरूरत केवल अंतरराष्ट्रीय यात्राओं में जरूरत होती है।



EURAIL PASS(यूरोप में विभिन्न देशों को घूमने के लिए जिस ट्रेन का इस्तेमाल होता है उसके लिए यूरोप रेल टिकट के रूप में दिया जाता है)

5.विदेशी विनियम(Foreign Exchange) -विदेशी विनियम का अर्थ है जब आप अपनी मुद्रा को दूसरे देश के निवास में जाने के लिए परिवर्तन करते हैं। पर्यटन के लिए जिस देश में यात्रा करना चाहते हैं तो उस देश की मुद्रा की आवश्यकता होती है। कुछ ट्रेवल एजेंसी विदेशी विनियम की सेवा प्रदान करते हैं।

-RBI, (Reserve Bank of India), के अनुसार और पर्यटक की सुविधा के लिए ट्रेवलर चेक और कैश भी प्रदान किया जाता है।

6)ट्रेवल इंश्योरेंस(Travel Insurance) आपकी यात्रा दौरान कई तरीकों की दुर्घटनाओं और खतरों को कवर करता है और आपके सफर को सुरक्षित बनाने का काम करता है। यात्रा के समय सामान चोरी होना। Medical व्यवस्था सफर के दौरान दुर्घटना, कुछ भी दस्तावेज गुम हो जाना आदि तमाम तरह की स्थितियों को इस इंश्योरेंस में कवर किया जाता है। इसके अतिरिक्त फ्लाइट में देरी में देरी और फ्लाइट कैंसिलेशन की स्थिति में ट्रेवल एजेंसी द्वारा विभिन्न विकल्प दिए जाते हैं या सुविधा प्रदान की जाती है।

7)M.I.C.E - (MEETING, INCENTIVE, CONFERENCES AND EXHIBITIONS)-(M.I.C.E)

बैठक, प्रतिसाहना सम्मेलन और प्रदर्शनीय पर्यटन) एक प्रकार का मुख्य पर्यटन है जिसमें आमतौर पर पहले से नियोजित बड़े समूह हो एक साथ लाया जाता है। यह एक बिजनेस TERM है। ट्रेवल एजेंसी में MICE आय का महत्वपूर्ण स्रोत है। यात्रा Agents का एक और कार्य होता है कि वे उच्च प्रदर्शन (High Performance) करने वाले Agents के लिए प्रोत्साहन यात्राओं का प्रबंध करते हैं। बड़ी-बड़ी कंपनियां अपने उत्पाद ग्राहकों तक पहुंचाने के लिए प्रदर्शनी का आयोजन करती है। प्रदर्शनों का आयोजन भी ट्रेवल एजेंट का कार्य होता है।

यात्रा औपचारिकताएं और विनियम

(Travel formalities Regulations) -

पहली बार अंतरराष्ट्रीय यात्रा करते समय हमें बेहद खुशी होती है, लेकिन उस खुशी के साथ ही हमें कुछ जरूरी बातों और दस्तावेजों का भी ध्यान रखना होता है। सभी अंतरराष्ट्रीय यात्राओं के लिए हमें कुछ दस्तावेजों की आवश्यकता होती है। इन सभी यात्रा दस्तावेजों की जानकारी हमें TIM से मिलती है।

TIM:- यात्रा सूचना मैनुअल (TRAVEL INFORMATION MANUAL)

TIM प्रकाशन, 14 IATA एयरलाइंस द्वारा प्रकाशित पुस्तिका है, जिसमें गंतव्य पर प्रवेश, स्वास्थ्य संबंधी, विदेशी मुद्रा (foreign exchange) दर आदि की जानकारी मिलती है। यात्रा एजेंट को खुद को अपडेट रखना चाहिए और अपने ग्राहकों को TIM की सहायता से सटीक जानकारी उपलब्ध करनी चाहिए। TIM का प्रकाशन हर महीने अपडेट होता है। इस प्रकाशन में एयरलाइंस कंपनियाँ, उनके एजेंट और यात्रा उद्योगों के व्यापारिक और ; सरकारी नियमों की अधिकारिक जानकारी उपलब्ध करवाता है।

इससे पहले कि हम यात्रा दस्तावेजों के बारे में पढ़ें हमें यह जानना जरूरी है कि यात्रा और पर्यटकों को किस आधार पर वर्गीकृत किया जाता है।

डोमेस्टिक टूरिस्ट/टूरिज्म(Domestic Tourist/Tourism)- घरेलू पर्यटक को हिंदी में ' अंतर राज्य पर्यटक' कहा जाता है। यह एक ऐसा पर्यटक होता है जो अपने देश के अंदर ही यात्रा करता है और अपने देश के विभिन्न स्थानों को घूमने का आनंद लेता है। उदाहरण के लिए पंजाब से कोई व्यक्ति जब नैनीताल घूमने जाता है तो वह डोमेस्टिक टूरिस्ट कहलायेगा।

अंतरराष्ट्रीय पर्यटक/ टूरिज्म- अंतरराष्ट्रीय पर्यटकों को हिंदी में 'विदेशी पर्यटक' कहा जाता है। यह एक ऐसा पर्यटक होता है जो अपने देश के बाहर यात्रा करता है और विभिन्न विदेशी देशों के स्थानों को घूमने का आनंद लेता है। उदाहरण के लिए कोई भारतीय इटली घूमने जाए तो वह अंतरराष्ट्रीय पर्यटक कहलायेगा। अंतरराष्ट्रीय टूरिज्म को दो भागों में वर्गीकृत किया जा सकता है।

इन बाउंड टूरिज्म(Inbound Tourism)- किसी दूसरे देश का निवासी जब अपने देश को छोड़कर किसी और देश में घूमने के लिए जाता है, वह जहाँ घूमने गया है, उस देश के लिए इनबाउंड टूरिस्ट कहलाता है। उदाहरण के लिए :-कोई इटेलियन निवासी भारत भ्रमण के लिए आए, तो उसे भारत के लिए इनबाउंड टूरिस्ट कहा जाएगा ।

आउटबाउंड पर्यटन(Outbound Tourism)- जब कोई व्यक्ति अपने मूल देश को छोड़कर विदेश यात्रा करता है, उसे आउटबाउंड टूरिस्ट कहा जाता है। उदाहरण के लिए:कोई भारतीय जब अमेरीका की यात्रा करता है, वह भारत के लिए आउटबाउंड टूरिस्ट कहलायेगा।

3.4 यात्रा के समय जरूरी दस्तावेज (DOCUMENTATION FOR TRAVEL)

1) पासपोर्ट (Passport) :- टैवल करने के लिए जरूरी दस्तावेज़ जो सरकार अपने नागरिको को जारी करती है। पासपोर्ट धारक को पहचान एवं राष्ट्रीयता को प्रमाणित करता है। पासपोट शब्द फ्रेंच भाषा के Passer 'पासर' शब्द से लिया गया है, जिसका मतलब किसी बंदरगाह से गुजरने के लिए किया गया है। अंतरराष्ट्रीय टैवल के लिए यह एक अनिवार्य दस्तावेज है

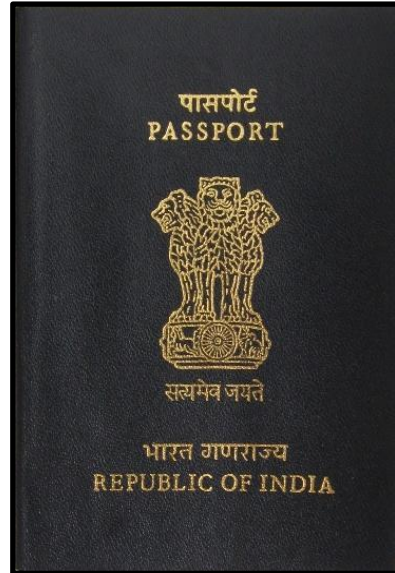
2) पासपोर्ट किसी भी देश मे प्रवेश करने के लिए प्रयोग होता है।

3) किसी भी देश की नागरिकता को प्रमाणित को प्रमाणित करता है।

4) पासपोर्ट अंतरराष्ट्रीय यात्रा में कानूनी प्रवेश का प्रमाण है।

5) पासपोर्ट पर धारक की जरूरी जानकारी जैसे कि :-

- धारक का नाम
- जन्म स्थान
- जारी करने का स्थान
- जन्म तिथि
- नागरिकता
- पासपोर्ट समाप्त होने की तिथि आदि का विवरण दिया जाता है।



पासपोर्ट की validity (मान्यता) adults के लिए 10 साल होती है और बच्चों के लिए 5 साल होती है।

1. Passport (पासपोर्ट) 3 प्रकार के होते हैं। :-

a. ORDINARY/NORMAL PASSPORT (सामान्य पासपोर्ट)

Dark Blue incolour. जो सामान्य नागरिकों को जारी किया जाता है।

- b. OFFICIAL PASSPORT (अधिकारिक पासपोर्ट) (white/Grey colors) जो सरकारी अधिकारियों (Gout. hicials) को जारी किया जाता है।
- c. DIPLOMATIC CONSULAR PASSPORT(राजनयिक कांस्यूलर पासपोर्ट) (Red in colour) यह पासपोर्ट diplomatic अधिकारियों को जारी किया जाता है।

2) वीजा (VISA) :- वीजा जिस देश में टूरिस्ट जाना चाहता है वह देश अपने देश में प्रवेश करने की अनुमति देता है। वीजा आमतौर पर ही अंकित (Endorsc) किया जाता है। वीजा पर आने का उद्देश्य, यात्रा की अवधि धारक का नाम, जारी करने की तिथि, वीजा समाप्ति की तिथि आदि की जानकारी दी जाती है। वीजा का आवेदन दूसरे देशों के दूतावास जाकर किया जा सकता है। आजकल घर बैठे ई-वीजा की सुविधा उपलब्ध है। वीजा के कई प्रकार होते हैं जैसे टूरिस्ट विजा, वर्क विजा, स्टूडेंट विजा, Medical Visa आदि।



3) आरक्षित क्षेत्र अनुमति (Protected Area Permit)-भारत के भीतर कुछ स्थानों को सुरक्षित घोषित किया गया है। जैसे कि अंडमान और निकोबार आईलैंड, इन स्थानों पर जाने के लिए स्थानीय सरकारों द्वारा अनुमति (Permit) लेकर ही जाया जा सकता है।

4) स्वास्थ्य एवं टीकाकरण प्रमाणपत्र :-VACCINATION CERTIFICATE WHO (World Health

Organisation) सभी अंतरराष्ट्रीय यात्रियों के लिए जो रोग ग्रस्त क्षेत्रों से (प्लेग, कॉलरा, पीलिया आये है, उनके लिए वेक्सीनेशन सर्टिफिकेट (टीकाकरण प्रमाणपत्र) लेना अनिवार्य है। कुछ देशों में क्विड वेक्सीनेशन सर्टिफिकेट भी यात्रा के लिए भी अनिवार्य है। वेक्सीनेशन प्रमाणपत्र किसी भी डॉक्टर या स्वास्थ्य केन्द्र द्वारा लिया जा सकता है।

उदाहरण के लिए - अफ्रीका एवं अमरीका के लिए Yellow fever का टीकाकरण अनिवार्य है।

5)ट्रैवल इन्शोरेंस (Travel Insurance) : सभी अंतर्राष्ट्रीय एवं राष्ट्रीय यात्रा करने यात्रियों को ट्रैवल इन्शोरेंस लेना चाहिए। यह बीमा किसी भी अनाकांक्षित स्थिति में जैसे कि दुर्घटना, बैगेज का गुम हो जाना, मृत्यु, बीमारी आदि की परिस्थिति में दूसरे देश में जल्द से जल्द मदद पाने में सहायक होता है। बीमा उन यात्रियों लिए और भी जरूरी हो जाता है जो अमरीका, यूरोप जैसे देशों को यात्रा करते हैं, क्योंकि वहाँ इन सब का खर्चा बहुत अधिक होता है।

निष्कर्ष :- एक ट्रैवल एजेंट के लिए अपने ग्राहकों को सटीक और सही दस्तावेजों के बारे में जानकारी देना आवश्यक है। उचित दस्तावेजों की जानकारी के अभाव से कैद (Detention), निर्वासन (Deportation) समय को बर्बाद जैसी समस्या हो सकती है।

Review Questions

MCQ-

1. पर्यटन और आतिथ्य उद्योग में "टूरिस्ट" का तात्पर्य क्या होता है?

- a) एक यात्री b) एक अतिथि c) एक भ्रमणकारी d) एक मुख्यमंत्री

Ans-a)

2. "होटल" क्या होता है?

- a) खान-पान सुविधाओं का संगठित स्थान b) यात्रियों को निवास कराने के लिए एक व्यवसाय
c) एक संगठित प्राथमिक स्वास्थ्य सेवा d) एक रेलवे स्टेशन

Ans-a)

3. "विदेशी पर्यटक" का तात्पर्य क्या है?

- a) एक देश के अंतर्गत यात्रा करने वाले व्यक्ति b) विदेश में रहने वाले यात्री
c) दूसरे देशों से आने वाले यात्री d) संयुक्त राष्ट्र सदस्य देशों के नागरिक

Ans-C)

4. "मार्गदर्शक" का तात्पर्य क्या है?

- a) यात्रियों को गाइड करने वाला व्यक्ति b) यात्रा के लिए मार्ग सुचारू रूप से बताने वाला व्यक्ति
c) पर्यटन संबंधी संगठन का प्रमुख d) प्राथमिक स्वास्थ्य सेवा का संचालक भोजन

Ans-a)

5. होटल में "मील प्लान" का क्या अर्थ होता है?

- a) भोजन की व्यवस्था का एक योजना b) होटल के खाद्य सुविधाओं की बुकिंग का प्रणाली
c) यात्रियों के लिए कमरे की बुकिंग) रेस्टोरेंट में उपलब्ध भोजन विकल्पों की सूची

Ans-a)

6) "ईपी"(EP) से क्या समझा जाता है?

- a) सभी भोजन समेत पूरी सुविधाएं प्रदान की जाती हैं b) केवल सुबह का भोजन प्रदान किया जाता है
c) सभी भोजन समेत लंच और डिनर प्रदान किए जाते हैं d) भोजन सेवा की कोई व्यवस्था नहीं है

Ans -d)

7) "सीपी" (CP) का अर्थ क्या है?

- a) सभी भोजन समेत पूरी सुविधाएं प्रदान की जाती हैं b) केवल सुबह का भोजन प्रदान किया जाता है
c) सभी भोजन समेत लंच और डिनर प्रदान किए जाते हैं d) केवल रात का भोजन प्रदान किया जाता है।

Ans-b)

8)"ए.पी" (A.P)से क्या समझा जाता है?

a) सभी भोजन समेत सफारी की भी सुविधाएं प्रदान की जाती हैं b) केवल सुबह का भोजन प्रदान किया जाता है c) सभी भोजन समेत लंच और डिनर प्रदान किए जाते हैं d) केवल दोपहर का भोजन प्रदान किया जाता है।

Ans-c)

9)"बफेट" से क्या समझा जाता है?

a) मेनू में विभिन्न खाद्य आइटमों का चयन करने की सुविधा b) खाद्य वस्तुएं परोसने का तरीका जिसमें भोजन सार्वजनिक क्षेत्र में रखा जाता है जहां व्यक्ति स्वेच्छा से अपना भोजन ले सकता है। c) सभी खाद्य आइटमों को वेटर टेबल पर परोसता है। d) खाद्य संबंधित सेवाओं की उचितता की गारंटी

Ans-b)

10)"ब्रेकफास्ट इन्क्लूडेड" का अर्थ क्या है?

a) खाद्य सेवाएं समेत सुविधाएं पूर्णतः मुफ्त हैं b) केवल सुबह का भोजन समेत हैं c) सभी भोजन समेत पूरी सुविधाएं प्रदान की जाती हैं d) कोई भी खाद्य सेवा उपलब्ध नहीं है

Ans-b)

True/False (सही/ गलत)

i) टिकटिंग ट्रेवल एजेंट की भूमिका है।

(i) डबल रूप अकेले व्यक्ति के लिए होता है।

iii) पेंटहाउस कमरा होटल के बीच में स्थित होता है

iv) ग्रुप टूर के अंतर्गत सिर्फ (10) दस सदस्य आते हैं।

v) अंतरराष्ट्रीय ट्रेवल में वीजा व पासपोर्ट दस्तावेजों की जरूरत होती है।

vi) एक ट्रेवल एजेंट, टूरिस्ट और टूर ऑपरेटर के बीच मध्यस्थ अथवा इंटरमीडियरी का काम करते हैं।

Answers-i) सही ii) गलत iii) गलत iv) गलत(10 या अधिक भी हो सकते हैं।)v) सहीvi) सही

Very Short Question / Answer

1)MICE का पूर्ण रूप क्या है?

Ans-MICE का पूरा रूप है "मीटिंग, इंसेंटिव, कन्फ्रेंस एंड इवेंट" (Meeting, Incentive, Conference, and Event)। यह यह आयोजक कंपनियों विभिन्न प्रकार के सम्मेलन, इवेंट या मीटिंग्स को संगठित करने में मदद करता है।

मीटिंग: MICE एग्रीगेटर्स या आयोजक विभिन्न बिजनेस या अन्य समूहों के लिए मीटिंग्स का आयोजन करते हैं। इन मीटिंग्स में लोग एकत्र होकर विभिन्न विषयों पर विचार विमर्श करते हैं, नई जानकारी प्राप्त करते हैं और अपने कारोबारी नेटवर्क को बढ़ाते हैं।

इंसेंटिव: MICE कंपनियाँ या आयोजक विभिन्न तरह के उत्पादों या सेवाओं के लिए इंसेंटिव योजनाएं बनाती हैं। इनमें कंपनी के कर्मचारियों या ग्राहकों को प्रोत्साहित करने के लिए छूट, अवार्ड, यात्रा या अन्य आकर्षक इंसेंटिव्स शामिल होते हैं।

कन्फ्रेंस: MICE भी विभिन्न प्रकार की कन्फ्रेंस आयोजित करता है जहाँ विशेषज्ञ, शोधकर्ता, अधिकारी या राजनेता विभिन्न विषयों पर व्याख्यान देते हैं और ज्ञान बांटते हैं। इन कन्फ्रेंसेज में लोग नए विचारों को समझते हैं, नेटवर्किंग करते हैं और अद्यतित रहते हैं।

इवेंट: MICE एग्रीगेटर्स विभिन्न प्रकार के इवेंट आयोजित करते हैं, जैसे कि प्रतियोगिताएं, संगीत कार्यक्रम, मनोरंजन शो, पार्टी आदि। ये इवेंट लोगों को मनोरंजन, सामाजिक मिलन और अनुभव का मौका देते हैं।

इस प्रकार, MICE कंपनियाँ या आयोजक व्यापक रूप से इन सभी चीजों के लिए आयोजन और प्रबंधन करती हैं ताकि व्यापारिक या मनोरंजक उद्देश्यों को पूरा करने के साथ-साथ पर्यटन भी बढ़े।

ii) ग्राहक व गेस्ट (अतिथि) से क्या अभिप्राय है?

Ans - ग्राहक- वह व्यक्ति जो सेवाओं, जैसे की होटल में रहना, खाना- पीने का बेल का भुगतान करें, वह व्यक्ति या कंपनी ग्राहक कह लाएगी। उदाहरण के लिए, जब कोई कंपनी अपने कर्मचारी को कार्य के लिए किसी होटल में ठहराती है ऐसे में उसके ठहरने का खर्च कंपनी करती है। उपयुक्त उदाहरण में कंपनी ग्राहक है, ठहरने वाला व्यक्ति, जो सेवाओं का आनंद ले वह अतिथि है।

गेस्ट (अतिथि) - व्यक्ति जो आतिथ्य और सेवाओं का आनंद ले वह व्यक्ति गेस्ट अथवा अतिथि कहलायेगा। अधिकतर परिस्थितियों में ग्राहक और गेस्ट एक ही व्यक्ति हो सकता है, या कभी-कभी विभिन्न भी हो सकते हैं।

iii) अमेरिकन ब्रेकफास्ट क्या है?

Ans - American Breakfast (अमेरिकन ब्रेकफास्ट) अमेरिकन नाश्ता- इसमें 'पकाया' हुआ भोजन दिया जाता है। कोटिनेंटल नाश्तों जैसे:- अंडा और 1 सीरियल (अनाज) से बनी हुई चीजें दी जाती हैं

|

iv) MAP का पूरा नाम क्या है?

Ans- कमरे का किराया + कोई भी दो भोजन ((CONTINENTAL) Breakfast के साथ या तो लंच या डिनर दिया जाता है।

मॉडिफाइड अमेरिकन प्लान उन व्यक्तियों के लिए उपयुक्त है जो कीमत के प्रति जागरूक है। एम. ए. पी के तहत होटल अपने ग्राहकों को सुबह के नाश्ते के साथ 1 मील (लंच/ डिनर) का विकल्प देते हैं।

v) PAX से आपका क्या अभिप्राय है?

Ans - Pax शब्द का प्रयोग यात्रा करने वाले यात्रियों के लिए किया जाता है। यह यात्रा करने वाले

यात्रियों की संख्या को बताने के लिए इस्तेमाल किया जाता है उदाहरण - जैसे 4 व्यक्ति अगर हवाई जहाज से (Aeroplane) ट्रेवल कर रहे हैं, तो उन 4 व्यक्तियों को 4PAX लिखा जाएगा।

vi) Golden Temple कहा स्थित है? उसके बारे में कुछ विशेष बातें बताएं।

Ans - गोल्डन टेंपल को हरमंदिर साहिब के नाम से विश्व भर में जाना जाता है। हरमंदिर साहिब पंजाब के अमृतसर शहर में स्थित है। हरमंदिर साहिब की नींव सिखों के चौथे गुरु श्री रामदास जी ने रखी थी। हरमंदिर साहिब के बीचो बीच सरोवर स्थित है। यह सिखों का एक महत्वपूर्ण धार्मिक स्थल है।

vii) किसी भी दी भोजन योजनाओं की व्याख्या करें।

Ans - (BERMUDA PLAN) बरमुडा योजना - कमरे का किराया + अमेरिकी नाश्ता इसमें अतिथि को रूम के साथ अमेरिकी नाश्ता दिया जाता है। जैसे कि कमरे का किराया (Rent) और पका हुआ खाना परोसा जाता है।

JUNGLE PLAN - अतिथि को room (रूम) के साथ-साथ (जंगल, योजना) meals (भोजन) में अमेरिकन plan की सुविधा दी जाती है, साथ ही jungle सफारी भी कराई जाती है।

viii) यात्रा की सूचनाएं कहाँ - 2 से प्राप्त कर सकते हैं?

Ans - यात्री यात्रा करते समय निम्नलिखित सूचना स्रोतों से जानकारी प्राप्त कर सकते हैं:

भारत सरकार की पर्यटन वेबसाइट - भारत सरकार के पर्यटन मंत्रालय की एक वेबसाइट है जो हिंदी में पर्यटन स्थलों, आकर्षणों, आवास, परिवहन और अन्य यात्रा संबंधी विवरण प्रदान करती है। आधिकारिक वेबसाइट <https://tourism.gov.in>

1. www.yatra.com, www.make my trip.com, airbnb .com जैसी वेबसाइट पर भी जाकर सूचना प्राप्त कर सकते हैं।

2. यात्रा एजेंसियां और टूर ऑपरेटर: भारत में कई यात्रा एजेंसियां और टूर ऑपरेटर हैं जो यात्रियों को सेवा प्रदान करते हैं।

3. प्रकाशन-यात्रा सूचना मैनुअल (TRAVEL INFORMATION MANUAL)

TIM प्रकाशन, 14 IATA एयरलाइंस द्वारा प्रकाशित पुस्तिका है, जिसमें गंतव्य पर प्रवेश, स्वास्थ्य संबंधी, विदेशी मुद्रा (foreign exchange) दर आदि की जानकारी मिलती है।

ix) पासपोर्ट कितने प्रकार के होते हैं?

Ans - टैवल करने के लिए जरूरी दस्तावेज़ जो सरकार अपने नागरिकों को जारी करती है। पासपोर्ट धारक को पहचान एवं राष्ट्रीयता को प्रमाणित करता है। किसी भी देश में प्रवेश करने के लिए पासपोर्ट की आवश्यकता होती है। पासपोर्ट की तीन प्रकार होते हैं:

1. ORDINARY/NORMAL PASSPORT (सामान्य पासपोर्ट) Dark Blue in colour. जो सामान्य नागरिकों को जारी किया जाता है।

2. OFFICIAL PASSPORT (अधिकारिक पासपोर्ट) (white/Grey colors) जो सरकारी अधिकारियों (Govt. officials) को जारी किया जाता है।

3. DIPLOMATIC CONSULAR PASSPORT (राजनयिक कांस्यूलर पासपोर्ट) (Red in colour) यह पासपोर्ट diplomatic अधिकारियों को जारी किया जाता है।

x) यात्रा बीमा से आप क्या समझते हैं?

Ans - वीजा जिस देश में टूरिस्ट जाना चाहता है वह देश अपने देश में प्रवेश करने की अनुमति देता है। वीजा आमतौर पर पासपोर्ट पर ही अंकित (Endorse) किया जाता है। वीजा पर आने का उद्देश्य, यात्रा की अवधि धारक का नाम, जारी करने की तिथि, वीजा समाप्ति की तिथि आदि की जानकारी दी जाती है। वीजा का आवेदन दूसरे देशों के दूतावास जाकर किया जा सकता है।

आजकल घर बैठे ई-वीजा की सुविधा उपलब्ध है। वीजा के कई प्रकार होते हैं जैसे टूरिस्ट वीजा, वर्क वीजा, स्टूडेंट वीजा, Medical Visa आदि।

xi) घरेलू पर्यटन क्या है?

Ans - घरेलू पर्यटन को हिंदी में अंतर राज्य पर्यटन कहा जाता है। एक पर्यटक जो अपने देश के अंदर ही यात्रा करता है और अपने देश के विभिन्न स्थानों को घूमने का आनंद लेता है। उदाहरण के लिए पंजाब से कोई व्यक्ति जब नैनीताल घूमने जाता है तो वह डोमेस्टिक टूरिस्ट / अथवा घरेलू पर्यटक कहलायेगा।

Short Type Questions

1. पर्यटन शब्द को परिभाषित कीजिए। पर्यटन के किन्हीं दो उद्देश्यों का उल्लेख कीजिए।

Ans - पर्यटन एक ऐसी क्रिया है जिसमें व्यक्ति अपनी मनोरंजन, आवास, शिक्षा, धार्मिक या आध्यात्मिक आवश्यकताओं को पूरा करने, स्थानों की खोज करने और विविध सांस्कृतिक, प्राकृतिक और ऐतिहासिक संपदाओं का आनंद लेने के लिए विभिन्न स्थानों पर यात्रा करता है।

पर्यटन के कुछ मुख्य उद्देश्य निम्नलिखित हैं:

1. दूसरे देशों की विविधता, संस्कृति, एवं परंपराओं से अवगत होना।

2. खेलों के प्रति रुचि भी पर्यटन का उद्देश्य होता है।

3. बहुत से लोग दूसरे देशों में स्टडी वीजा लेकर ज्ञान अर्जित करने जाते हैं। यह भी पर्यटन का उद्देश्य है।

4. धर्म में आस्था के कारण भी बहुत से लोग धार्मिक यात्राएं लेते हैं। जिनका मुख्य उदाहरण चार धाम की यात्रा, हज की यात्रा आदि है।

पर्यटन के अलावा इसके अन्य उद्देश्य शामिल हो सकते हैं जैसे कि आराम, विश्राम, स्वास्थ्य एवं , ज्ञानार्जन, व्यावसायिक उद्योग, पर्यावरणीय संरक्षण, सामाजिक अवसरों का उपयोग, व्यापार और आर्थिक विकास आदि।

2. घरेलू और अंतरराष्ट्रीय पर्यटन के बीच में अंतर सपष्ट करें।

ANS

डोमेस्टिक टूरिस्ट/टूरिज्म	अंतरराष्ट्रीय टूरिज्म
<ul style="list-style-type: none"> ➤ घरेलू पर्यटन को हिंदी में 'अंतर राज्य पर्यटन' कहा जाता है। यह एक ऐसा पर्यटक होता है जो अपने देश के अंदर ही यात्रा करता है और अपने देश के विभिन्न स्थानों को घूमने का आनंद लेता है। उदाहरण के लिए पंजाब से कोई व्यक्ति जब नैनीताल घूमने जाता है तो वह डोमेस्टिक टूरिस्ट कहलायेगा। ➤ घरेलू टूरिज्म में केवल यात्रा करते वक्त केवल फोटो आईडी की आवश्यकता होती है। 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ अंतरराष्ट्रीय पर्यटक को हिंदी में 'विदेशी पर्यटक' कहा जाता है। यह एक ऐसा पर्यटक होता है जो अपने देश के बाहर यात्रा करता है और विभिन्न विदेशी देशों के स्थानों को घूमने का आनंद लेता है। उदाहरण के लिए कोई भारतीय इटली घूमने जाए तो वह अंतरराष्ट्रीय पर्यटक कहलायेगा। अंतरराष्ट्रीय टूरिज्म को दो भागों में वर्गीकृत किया जा सकता है- इनबॉउंड टूरिज्म और आउट बाउंड टूरिज्म ➤ अंतरराष्ट्रीय टूरिज्म में जरूरी दस्तावेज जैसे पासपोर्ट, वीजा, ट्रेवल इंश्योरेंस आदि अनिवार्य है।

3. ऑनलाइन सेवा प्रदाता (online Service Provider) पर्यटन के विकास में कैसे मदद कर रहे है? संक्षिप्त में लिखे ।

Ans-ऑनलाइन सेवा प्रदाता पर्यटन के विकास में निम्नलिखित तरीकों से मदद करते हैं यात्रा और होटल बुकिंग: ऑनलाइन सेवा प्रदाताओं के माध्यम से यात्रियों को होटल, उड़ान और अन्य परिवहन सुविधाओं की बुकिंग करने का अवसर मिलता है। वे आसानी से ऑनलाइन प्रणाली का उपयोग करके अपनी पसंदीदा यात्रा विकल्पों को खोज सकते हैं और आराम से आवास, उड़ान और ट्रांसपोर्ट सुविधाओं की बुकिंग कर सकते हैं।

1.पर्यटन संबंधित जानकारी: ऑनलाइन सेवा प्रदाताएं पर्यटन संबंधित जानकारी, यात्रा समाचार, आकर्षण, आपूर्ति और मुद्दों की अपडेट, सामान्य यात्रा टिप्स और सुरक्षा संबंधी सूचना प्रदान करते हैं। इससे यात्री विभिन्न स्थानों, यात्रा संबंधित आयोजनों और स्थानीय पर्यटन विकल्पों के बारे में जान सकते हैं।

2.सामाजिक मीडिया प्रचार: ऑनलाइन सेवा प्रदाता सोशल मीडिया और वेबसाइटों के माध्यम से पर्यटन के लिए प्रमोशन करती हैं। वे आकर्षक फोटो, वीडियो और साहसिक कहानियों को साँझा करके यात्रियों को प्रेरित करती हैं और उन्हें अपने यात्रा को अनुभवपूर्ण बनाने के लिए अनुभव साँझा करते हैं।

ऑनलाइन सेवा प्रदाताएं पर्यटन को आसान, उपयोगी और अनुकूल बनाकर यात्रियों को सहायता करते हैं और इस तरीके से पर्यटन के विकास में महत्वपूर्ण योगदान प्रदान करते हैं।

4. निम्नलिखित का अंतर स्पष्ट -(ii) जी. आई. टी और फ, आई. टी (FIT)

Ans

<u>GIT</u>	<u>FIT</u>
1.GIT का पूर्ण रूप ग्रुप इंकलूसिव ट्रेवल है।	1.FIT का पूर्ण रूप फ्री इंडिविजुअल ट्रेवल है।
2.इस शब्द का प्रयोग उन व्यक्तियों के लिए किया जाता है, जिनका उद्देश्य समूह में यात्रा करना हो। तथा इसके अंतर्गत कोई भी व्यक्ति भी यात्रा में बदलाव नहीं कर सकते हैं।	2.इस शब्द का प्रयोग उन यात्रियों के लिए किया जाता है, जो बिना किसी restriction (प्रतिबंध) के यात्रा करते तथा अपनी यात्रा का चयन अपने द्वारा करते हों, या अपनी मर्जी से करते हो। ऐसी फ्री इंडिपेंडेंट ट्रेवलर कहते हैं।
3.GIT में 10 से 15 लोग या उससे अधिक लोग समूह में यात्रा करते हैं।	3. FIT एक या दो व्यक्ति कपल में यात्रा करते हैं।
4.GIT में ट्रेवल पूर्व नियोजित होता है जिसके अंतर्गत यात्रा में किसी भी प्रकार का बदलाव नहीं किया जा सकता है।	4.FIT के अंतर्गत यात्रा करने वाले यात्रियों की इच्छा के अनुसार पैकेज में बदलाव करना आसान होता है।
5. GIT प्रति व्यक्ति खर्चा कम होता है।	5.FIT में प्रति व्यक्ति खर्चा अधिक होता है।

5. निम्नलिखित शब्दों की व्याख्या करें

(i) कबाना कक्ष (Cabana Room) ii) लानाई कक्ष (Lanai Room)

Ans - कबाना कक्ष (Cabana Room)-इस कमरे में अतिथि को कमरे के साथ साथ एक स्विमिंग पूल भी उपलब्ध कराया जाता है। जो कमरे के बिलकुल पास होता है।

लुनाई कमरा(LANAI ROOM)-एक आउटडोर कमरा जो होटल एक ओपन या बाहरी खुली जगह पर होता है। जहाँ खुली हवा होती है, एक या दो दीवार होती है, और गार्डन के साथ होती है, या गार्डन view के साथ होती है।

iii) सुइट (suite) iv) ऐफिसेन्सी कक्ष (efficiency Room)

Ans -ऐफिशिएंसी कमरा (EFFICIENCY ROOM) -एक रसोई सहित कमरा ,जहाँ अतिथि रसोई में खुद चाय, नाश्ता, खाना सकता है।

सुइट (suite)-यह सामान्य rooms costly. (महंगा)होता है। विदेशियों की मांग में रहता है।कम से कम दो कमरों को मिलाकर बना हुआ सेट, जिसमे बेडरूम और ड्राईंग रूम (बैठक) क्षेत्र होता है। उदाहरण : प्रेसिडेंशियल स्वीट,मुगल सुईठे स्वीट्स को कमरों की सजावट के हिसाब से नाम दिया जाता है ।

जूनियरस्वीट(JUNIOR SUITE)-यह एक लंबा कमरा होता है जिसको बांटा जाता है या पार्टीशन किया जाता है कड़ी 1 के बोर्ड से। कमरे में पार्टीशन से दो अलग-अलग खंड बांटा जाता है।

6. गेस्ट फॉलो के महत्व के बारे बतायें।

Ans-गेस्ट फॉलो का महत्व अत्यंत महत्वपूर्ण है और यह पर्यटन उद्योग के लिए महत्वपूर्ण है। यह यात्रियों को अद्यतन(update) रखने, संपर्क बनाए रखने और उनकी यात्रा के दौरान उन्हें सहायता देने का एक माध्यम है। निम्नलिखित कुछ महत्वपूर्ण कारण गेस्ट फॉलो का महत्व बताते हैं:

1.सेवा और मदद: गेस्ट फॉलो कर्मचारियों की मुख्य भूमिका यात्रियों को सेवा और मदद प्रदान करना होती है। वे उनके प्रश्नों का उत्तर देते हैं, उन्हें यात्रा से संबंधित जानकारी प्रदान करते हैं और स्थानीय जगहों, होटलों, रेस्टोरेंट्स आदि के बारे में सुझाव देते हैं।

2.सुरक्षा: गेस्ट फॉलो यात्रियों की सुरक्षा का ध्यान रखने में मदद करते हैं। वे यात्रियों को सुरक्षित स्थानों के बारे में बताते हैं, आपातकालीन स्थितियों में सहायता प्रदान करते हैं और उन्हें सुरक्षा नियमों के बारे में जागरूक करते हैं।

3.संपर्क बनाए रखना: गेस्ट फॉलो यात्रियों और पर्यटन सेवा प्रदाताओं के बीच संपर्क बनाए रखने का महत्वपूर्ण रोल निभाते हैं। वे यात्रियों की समस्याओं को सुनते हैं और उन्हें ठीक करने के लिए संबंधित पक्षों के साथ संपर्क करते हैं।

4.यात्रा अनुभव का सुधार: गेस्ट फॉलो यात्रियों के अनुभव को सुधारने में मदद करते हैं। वे उन्हें यात्रा के दौरान सुविधाएं, संगठन की व्यवस्था और यात्रा विचारों में सुधार करने के लिए सुझाव देते हैं। इससे यात्रियों को अधिक सुखद और संतोषजनक अनुभव मिलता है।

5. गेस्ट फॉलो पर्यटन उद्यम के लिए अत्यंत महत्वपूर्ण है क्योंकि इससे यात्रियों को बेहतर और सुरक्षित यात्रा अनुभव मिलता है और उन्हें उच्च-गुणवत्ता की सेवाएं प्राप्त होती हैं।

7. ट्रेवल एजेंट द्वारा दिये किए जाने वाले किन्हीं पांच कार्यों का उल्लेख करे।

Ans -ट्रेवल एजेंट द्वारा निम्नलिखित पांच कार्यों का उल्लेख किया जाता है:

1. यात्रा योजनानुसार सलाह: ट्रेवल एजेंट यात्रियों को उनकी यात्रा के अनुरूप सलाह प्रदान करते हैं। वे उन्हें यात्रा के लिए सबसे उपयुक्त स्थान, यात्रा की अवधि, होटल और ट्रांसपोर्ट सुविधाएं आदि के बारे में जानकारी देते हैं।

2. होटल और उड़ान की बुकिंग: ट्रेवल एजेंट होटल और उड़ान की बुकिंग करने में मदद करते हैं। वे यात्रियों के लिए उपयुक्त होटल और उड़ान की विकल्पों को खोजने में सहायता करते हैं और उनकी पसंद और बजट के अनुसार बुकिंग करते हैं।

3. यात्रा कार्यक्रम की व्यवस्था: ट्रेवल एजेंट यात्राओं के लिए पूरे कार्यक्रम की व्यवस्था करते हैं। वे यात्रा की तिथि, समय, स्थानों की सीमा, गतिविधियों की व्यवस्था आदि को ध्यान में रखते हुए यात्राओं का आयोजन करते हैं।

4. पैकेज और विशेष ऑफर: ट्रेवल एजेंट यात्रियों के लिए विभिन्न पैकेज और विशेष ऑफर प्रदान करते हैं। वे यात्रियों को अलग-अलग यात्रा पैकेज जैसे धार्मिक यात्राएं, आध्यात्मिक यात्राएं, हनीमून पैकेज, ग्रुप टूर पैकेज आदि में से चुनने का विकल्प देते हैं।

5. सहायता प्रदान करना: ट्रेवल एजेंट यात्रियों को यात्रा के दौरान सहायता और समर्थन प्रदान करते हैं। वे यात्रियों को सही दिशा निर्देशन, स्थानीय जगहों के बारे में जानकारी, सुरक्षा नियमों का पालन आदि में मदद करते हैं।

8. M.I.C.E ट्रेवल एजेंट की आय का प्रमुख स्रोत है। वर्णन करें।

Ans-M.I.C.E. (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) ट्रेवल एजेंट की आय का प्रमुख स्रोत होता है। M.I.C.E. यात्रा व्यवसाय के माध्यम से विभिन्न व्यापारिक और निजी आयोजनों को संचालित करने के लिए सेवाएं प्रदान करते हैं। यह विशेष रूप से व्यापारिक समारोह, प्रतियोगिता, कॉर्पोरेट मीटिंग्स, कन्फ्रेंसेस, व्यापारिक प्रशिक्षण कार्यक्रम और प्रोडक्शन ऑफ कंपनी या उत्पाद के लिए प्रदर्शनी आदि का आयोजन करने में सक्षम होती है। मीटिंग: MICE एग्जीक्यूटिव्स या आयोजक विभिन्न बिजनेस या अन्य समूहों के लिए मीटिंग्स का आयोजन करते हैं। इन मीटिंग्स में लोग एकत्र होकर विभिन्न विषयों पर विचार विमर्श करते हैं, नई जानकारी प्राप्त करते हैं और अपने कारोबारी नेटवर्क को बढ़ाते हैं।

इंसेंटिव: MICE कंपनियाँ या आयोजक विभिन्न तरह के उत्पादों या सेवाओं के लिए इंसेंटिव योजनाएं बनाती हैं। इनमें कंपनी के कर्मचारियों या ग्राहकों को प्रोत्साहित करने के लिए छूट, अवार्ड, यात्रा या अन्य आकर्षक इंसेंटिव्स शामिल होते हैं।

कन्फ्रेंस: MICE भी विभिन्न प्रकार की कन्फ्रेंस आयोजित करता है जहाँ विशेषज्ञ, शोधकर्ता, अधिकारी या राजनेता विभिन्न विषयों पर व्याख्यान देते हैं और ज्ञान बांटते हैं। इन कन्फ्रेंसेज में लोग नए विचारों को समझते हैं, नेटवर्किंग करते हैं और अद्यतित रहते हैं।

इवेंट: MICE एग्रीगेटर्स विभिन्न प्रकार के इवेंट आयोजित करते हैं, जैसे कि प्रतियोगिताएं, संगीत कार्यक्रम, मनोरंजन शो, पार्टी आदि। ये इवेंट लोगों को मनोरंजन, सामाजिक मिलन और अनुभव का मौका देते हैं।

9. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी के लिये

i) पासपोर्ट - ट्रेवल करने के लिए जरूरी दस्तावेज़ जो सरकार अपने नागरिकों को जारी करती है। पासपोर्ट धारक को पहचान एवं राष्ट्रियता को प्रमाणित करता है। पासपोर्ट शब्द फ्रेंच भाषा के Passer 'पासर' शब्द से लिया गया है, जिसका मतलब किसी बंदरगाह से गुजरने के लिए किया गया है। अंतरराष्ट्रीय ट्रेवल के लिए यह एक अनिवार्य दस्तावेज़ है।

-पासपोर्ट किसी भी देश में प्रवेश करने के लिए प्रयोग होता है।

-किसी भी देश की नागरिकता को प्रमाणित को प्रमाणित करता है।

-पासपोर्ट अंतरराष्ट्रीय यात्रा में कानूनी प्रवेश का प्रमाण है।

-पासपोर्ट पर धारक की जरूरी जानकारी जैसे कि :- धारक का नाम, जन्म तिथि, जन्म स्थान, नागरिकता, जारी करने का स्थान, पासपोर्ट समाप्त होने की तिथि आदि का विवरण दिया जाता है।

ii) वीजा - वीजा जिस देश में टूरिस्ट जाना चाहता है वह देश अपने देश में प्रवेश करने की अनुमति देता है। वीजा आमतौर पर पासपोर्ट पर ही अंकित (Endorsc) किया जाता है। वीजा पर आने का उद्देश्य, यात्रा की अवधि धारक का नाम, जारी करने की तिथि, वीजा समाप्ति की तिथि आदि की जानकारी दी जाती है। वीजा का आवेदन दूसरे देशों के दूतावास जाकर किया जा सकता है। आजकल घर बैठे ई-वीजा की सुविधा उपलब्ध है। वीजा के कई प्रकार होते हैं जैसे टूरिस्ट विजा, वर्क विजा, स्टूडेंट विजा, Medical Visa आदि

iii) TIM- यात्रा सूचना मैनुअल (TRAVEL INFORMATION MANUAL)

TIM प्रकाशन, 14 1ATA एयरलाइंस द्वारा प्रकाशित पुस्तिका है, जिसमें गंतव्य पर प्रवेश, स्वास्थ्य संबंधी, विदेशी मुद्रा (foreign exchange) दर आदि की जानकारी मिलती है। यात्रा एजेंट को खुद को अपडेट रखना चाहिए और अपने ग्राहकों को TIM की सहायता से सटीक जानकारी उपलब्ध करनी चाहिए TIM का प्रकाशन हर महीने अपडेट होता है। इस प्रकाशन में एयरलाइंस

कंपनियाँ, उनके एजेंट और यात्रा उद्योगों के व्यापारिक और सरकारी नियमों की अधिकारिक जानकारी उपलब्ध करवाता है।

iv) PAP (परमिट) -भारत के भीतर कुछ स्थानों को सुरक्षित घोषित किया गया है। जैसे कि अंडमान और निकोबार आईलैंड, इन स्थानों पर जाने के लिए स्थानीय सरकारों द्वारा अनुमति (Permit) लेकर ही जाया जा सकता है।

10. अंतरराष्ट्रीय एवं राष्ट्रीय यात्रा के लिए यात्री को इंशोरेंस करना जरूरी है। कारण स्पष्ट करें।

Ans -सभी अंतरराष्ट्रीय एवं राष्ट्रीय यात्रा करने यात्रियों को ट्रैवल इन्शोरेंस लेना चाहिए। यह बीमा किसी भी अनाकांक्षित स्थिति में जैसे कि दुर्घटना, बैगेज का गुम हो जाना, मृत्यु, बीमारी आदि की परिस्थिति में दूसरे देश में जल्द से जल्द मदद पाने में सहायक होता है। बीमा उन यात्रियों लिए और भी जरूरी हो जाता है जो अमेरिका, यूरोप जैसे देशों को यात्रा करते हैं, क्योंकि वहाँ इन सब का खर्चा बहुत अधिक होता है।

11 अफ्रीका, दक्षिणी अमेरिका जैसे देशों में वैक्सीनेशन सर्टिफिकेट अनिवार्य है। कारण बताये।

Ans-अफ्रीका, दक्षिणी अमेरिका जैसे देशों में वैक्सीनेशन सर्टिफिकेट को अनिवार्य बनाने के कारण -स्वास्थ्य और सुरक्षा: ये देश अपने नागरिकों और आगंतुकों की सुरक्षा को महत्व देते हैं। वैक्सीनेशन सर्टिफिकेट की आवश्यकता स्वास्थ्य और सुरक्षा के दृष्टिकोण से यात्रियों को सुरक्षित रखने का प्रयास है। यह दूसरे लोगों के साथ संपर्क में आने वाली संभावित संक्रमणों के प्रसार को रोकने में मदद करता है।

Long Questions:-

1) वीजा और पासपोर्ट में अंतर स्पष्ट करें।

Ans-वीजा और पासपोर्ट दो अलग-अलग दस्तावेज़ हैं जो यात्रा करने के लिए उपयोग होते हैं। यहां वीजा और पासपोर्ट के बीच मुख्य अंतर है:

पासपोर्ट:

- पासपोर्ट एक आधिकारिक तरीके से पहचान कराने वाला दस्तावेज़ है जो देश के नागरिकों की पहचान को स्थापित करता है।
- पासपोर्ट यात्रा करने के लिए आवश्यक होता है और इसमें व्यक्ति के नाम, जन्मतिथि, राष्ट्रियता, फ़ोटो और अन्य व्यक्तिगत जानकारी होती है।
- पासपोर्ट यात्रा के दौरान पहचान के रूप में प्रयोग किया जाता है और यात्री को अन्य देशों में प्रवेश करने की अनुमति देता है।

वीजा:

- वीजा एक यात्रा दस्तावेज़ है जो व्यक्ति को एक विशेष देश में प्रवेश करने की अनुमति देता है।

- वीजा एक अधिकारिक अनुमति पत्र होता है जो यात्रा के उद्देश्य, समयावधि और अन्य विशेष शर्तों के आधार पर जारी किया जाता है।
- वीजा को पासपोर्ट पर दर्ज किया जाता है और यात्री को विशेष देश के अंतर्राष्ट्रीय सीमा पार करने की अनुमति देता है।
- वीजा के प्रकार विभिन्न हो सकते हैं, जैसे टूरिस्ट वीजा, व्यापारिक वीजा, छात्र वीजा आदि, जो यात्री की यात्रा के उद्देश्य और अवधि के आधार पर निर्धारित किए जाते हैं।

इस प्रकार, पासपोर्ट व्यक्ति की पहचान को स्थापित करता है, जबकि वीजा व्यक्ति को एक विशेष देश में प्रवेश करने की अनुमति देता है।

2) इनबाउड एवं आउटबाउड स्पष्ट करें। मे उदाहरण सहित अंतर

Ans -

<p>इनबाउड टूरिज़्म वे पर्यटन गतिविधियाँ हैं जो देश के बाहर से विदेशी पर्यटकों को देश में आकर आकर्षित करती हैं। इसमें विदेशी पर्यटक देश के स्थानों, संस्कृति, ऐतिहासिक स्थलों, प्राकृतिक सुंदरता, और अन्य पर्यटन संसाधनों का आनंद लेने के लिए यात्रा करते हैं। इनबाउड टूरिज़्म के उदाहरण हैं: एक विदेशी पर्यटक भारत में आकर ताज महल, राजस्थान के किले और महल, वाराणसी के घाट आदि देखने जाता है।</p>	<p>आउटबाउड टूरिज़्म: आउटबाउड टूरिज़्म वे पर्यटन गतिविधियाँ हैं जो देश के निवासी पर्यटकों को देश से बाहर यात्रा करने के लिए प्रेरित करती हैं। इसमें देश के निवासी पर्यटक विदेशी देशों के स्थानों, संस्कृति, विदेशी खाद्य, खेल और शौक आदि का आनंद लेने के लिए यात्रा करते हैं। आउटबाउड टूरिज़्म के उदाहरण शामिल हो सकते हैं: एक भारतीय पर्यटक यूरोप यात्रा करके पेरिस, लंदन, रोम, और बर्लिन जैसे प्रमुख शहरों का आनंद लेता है। देश के निवासी पर्यटक अमेरिका यात्रा करके न्यूयॉर्क, लॉस एंजिल्स, लास वेगास, और हवाई द्वीपसमूह जैसे स्थानों का दौरा करते हैं।</p>
---	--

3) टूर पैकेज क्या होता है? वर्णन करें।

Ans-टूर पैकेज एक पर्यटन यात्रा का एक संगठित सेवाएं होती हैं जैसे- यात्रा का आयोजन, और आवश्यकताओं का प्रबंधन शामिल होता है। यह पैकेज पर्यटकों को यात्रा की सुविधा, मनोरंजन और आराम के लिए एक संपूर्ण अनुभव प्रदान करने का उद्देश्य होता है।

4) टूर पैकेज में आम तौर पर निम्नलिखित सेवाएं शामिल होती हैं:

1. यात्रा का आयोजन: यह यात्रा के लिए ट्रांसपोर्टेशन, होटल आराम, भोजन, और अन्य आवश्यकताएं पूरी करना।

2.मार्गदर्शन और संचार: टूर पैकेज में पर्यटकों को मार्गदर्शन और संचार सेवाएं भी प्रदान की जाती हैं। यह स्थानीय गाइड, टूर लीडर, भाषा अनुवाद, और संचार साधनों के माध्यम से पर्यटकों को सही दिशा निर्देश और सहायता प्रदान करता है।

3.मनोरंजन कार्यक्रम: टूर पैकेज में मनोरंजन कार्यक्रम भी शामिल होते हैं, जिसमें स्थानीय कलाकारों का प्रदर्शन, लोक नृत्य, कार्यक्रम, और अन्य मनोरंजनिक गतिविधियाँ शामिल हो सकती हैं।

4.सुरक्षा और सहायता: टूर पैकेज आमतौर पर पर्यटकों की सुरक्षा और सहायता की सुविधा प्रदान करता है। यह आपातकालीन स्थितियों, स्वास्थ्य सेवाओं, बीमा, और आपातकालीन संपर्क नंबरों को शामिल करता है।

टूर पैकेज पर्यटकों को आसानी से पर्यटन यात्रा करने का एक सुविधाजनक तरीका प्रदान करता है, जहां सभी आवश्यक सेवाएं और यात्रा का आयोजन एक ही पैकेज में सम्मिलित होते हैं।

5) टूरिज्म शब्दावली से आप क्या समझते हैं? 'इन शब्दावली का टूरिज्म उद्योग में क्या महत्त्व है। विस्तार पूर्वक समझाएं।

Ans -यह वह शब्द होते हैं जो किसी विशेष पेशे या उद्योग के लोगों द्वारा काम करते समय एक दूसरे से संवाद करनेके लिए इस्तेमाल होते हैं। ऐसे ही पर्यटन व्यवसाय में भी कुछ शब्द आमतौर पर जैसे हवाई यात्रा टिकट, या होटल के कमरे बुक करने के लिए इस्तेमाल होते हैं। इन शब्दों की सूची काफी लंबी है। यह शब्द पर्यटन एवं आतिथ्य के क्षेत्र में प्रयोग होते हैं। टूरिज्म टेक्नोलॉजी उद्योग में कार्य संवाद करने में सहायक होती हैं।

6)मील प्लान क्या है? विस्तार पूर्वक समझाएं।

Ans-होटल में कमरे बुक करते समय "मील प्लान" से खाने के व्यवस्था और पैकेज को समझा जा सकता है। इसमें यह बताया जाता है कि ठहरने की अवधि के दौरान होटल द्वारा कौन-कौन से भोजन शामिल हैं और उनका क्या क्रम होगा। कुछ सामान्य मील प्लान के प्रकार हैं जो होटल द्वारा प्रदान किए जाते हैं:

EP-European Plan सिर्फ कमरा: इस प्लान में कोई भोजन किसी भी कीमत पर शामिल नहीं होता है। अतिथि अपने खाने का खुद ध्यान रखते हैं और होटल के रेस्तरां में खाना खा सकते हैं या होटल के बाहर खाने के विकल्प का आनंद ले सकते हैं।

Bed & Breakfast बेड और नाश्ता (B&B): इस प्लान में रेट में नाश्ता शामिल होता है। अतिथि होटल के निर्धारित रेस्तरां में नाश्ता का आनंद ले सकते हैं या रूम सर्विस के माध्यम से भी नाश्ता कर सकते हैं।

MAP/हाफ बोर्ड (Modified American Plan): यह प्लान आमतौर पर नाश्ता और एक अतिरिक्त भोजन (डिनर या लंच) को शामिल करता है। अतिथि होटल के निर्धारित रेस्तरां में इन भोजनों का आनंद ले सकते हैं।

AP/फुल बोर्ड(American Plan): यह प्लान रेट में नाश्ता, लंच और डिनर को शामिल करता है। अतिथि को होटल द्वारा तीनों भोजन प्रदान किए जाते हैं।

JP(jungle Plan)-अतिथि को room (रूम) के साथ-साथ (जंगल, योजना) meals (भोजन) में अमेरिकन plan की सुविधा दी जाती है, साथ ही jungle सफारी भी कराई जाती है।

Bermuda Plan -बरमुडा योजना - कमरे का किराया + अमेरिकी नाश्ता
इसमें अतिथि को रूम के साथ अमेरिकी नाश्ता दिया जाता है। जैसे कि कमरे का किराया (Rent) और पका हुआ खाना परोसा जाता है।

होटल कमरे बुक करते समय मील प्लान के विकल्पों का समीक्षण करें, क्योंकि ये आपके ठहराव के अनुभव और बजट पर बहुत प्रभाव डाल सकते हैं।

UNIT-4

TOURISM PRODUCTS

(टूरिज्म प्रोडक्ट)

4.1 INTRODUCTION

TOURISM INDUSTRY(पर्यटन उद्योग)

पर्यटन उद्योग एक ऐसा व्यापारिक क्षेत्र है जिसमें यात्री सेवाएं और उत्पाद प्रदान किए जाते हैं। इसमें विभिन्न क्षेत्रों की सेवाएं शामिल होती हैं, जिनमें यात्रा, आवास, खाद्य-पेय, ट्रांसपोर्टेशन, यात्रा के गतिविधियां, सौंदर्य स्थलों का दौरा, शॉपिंग आदि शामिल होता है।

पर्यटन उद्योग में विभिन्न संगठन, व्यापारी और सेवा प्रदाता शामिल होते हैं जो यात्रियों की आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए संगठित रूप से काम करते हैं। उनका मुख्य लक्ष्य यात्रियों को सुविधाजनक, सुरक्षित और यात्राओं को यादगार बनाने वाले अनुभव प्रदान करना होता है।

पर्यटन उद्योग का महत्व बहुत बढ़ गया है क्योंकि यह स्थानीय अर्थव्यवस्था को सक्रिय करता है, रोजगार के अवसर प्रदान करता है, और संस्कृति, भोजन, वस्त्र, कला और वाणिज्यिक गतिविधियों को प्रोत्साहित करता है। यह देश और संगठनों को आय और विदेशी मुद्रा की आय द्वारा भी लाभ प्रदान करता है।

पर्यटन उद्योग अपार संभावनाएं प्रदान करता है, और यह समृद्धिशाली और विकासशील बनाने के लिए सरकारी समर्थन, सुविधाएं, पर्यटन नीतियाँ, इंफ्रास्ट्रक्चर और मार्गदर्शन की आवश्यकता होती है।

TOURISM PRODUCT (पर्यटन उत्पाद)

जब एक पर्यटक घूमने जाता है तो वह अनुभव करता है, उस सुखद और सुरक्षित यात्रा, स्वच्छ रहन-सहन, अच्छा, खाना, पीना, दिलचस्प आकर्षण की जगह और आवास गतिविधियां। यह सभी उम्मीदें जो एक पर्यटक करता है, उसी के लिए खर्च करना पसंद करता है। होटल, ट्रांसपोर्ट के साधन, दर्शनीय स्थल, जन सुविधाएं, उस जगह की संस्कृति, खाना, लोगों का व्यवहार, यह सभी मिलकर पर्यटन के उत्पाद को बनाते हैं। पर्यटन उत्पाद पर्यटकों को अपनी ओर आकर्षित करते हैं।

PRODUCT(उत्पाद)

उत्पाद सामान्यतः वह एक वस्तु, एक स्थान, एक घटना आदि हो सकता है, जो उत्पाद खरीदने वाले व्यक्ति की जरूरतों को पूरा कर सके या करता है। उत्पाद को उपभोक्ता के लिए तैयार किया जाता है। उसमें

आवश्यक संतोषजनक गुण होना चाहिए। इनकी एक कीमत भी निर्धारित की जाती है, जो खरीदने वह बेचने वाले दोनों की संतुष्टि पर आधारित होती है।

4.2-CLASSIFICATION OF TOURISM PRODUCT(उत्पाद का वर्गीकरण)

पर्यटक उत्पाद, पर्यटन स्थान के लिए एक पुल का कार्य करता है पर्यटन उत्पाद की विभिन्नता बड़ी संख्या में पर्यटकों को आकर्षित करती है पर्यटन उत्पाद विभिन्न प्रकार की वस्तुओं और सेवाओं का मिश्रण है जैसे।,-

पर्यटन उत्पाद के विभिन्न प्रकार

- गाइड फॉर एस्कॉर्ट्स
- परिवहन
- बंदरगाह और हवाई अड्डे
- पर्यटन सेवाएं
- ट्रेवल एजेंट व टूर ऑपरेटर
- खानपान
- सरकारी व निजी संगठन
- मुद्रा परिवर्तन
- पासपोर्ट व वीजा
- आकर्षण केंद्र

CLASSIFICATION OF TOURISM PRODUCT (पर्यटन उत्पादों का वर्गीकरण)

पर्यटन उत्पाद के अंतर्गत यह उपयुक्त सभी सेवाएं प्रदान की जाती है, और इन्हीं सेवाओं के माध्यम से पर्यटन उत्पाद को उन्हीं की सामान्यतः समांतर के आधार पर वर्गीकृत किया गया है।

- प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद
- मानव निर्मित पर्यटन उत्पाद
- सहजीवी पर्यटन उत्पाद
- साइट बेस्ड पर्यटन उत्पाद

- घटना आधारित पर्यटन उत्पाद

4.3 NATURAL TOURISM PRODUCT(प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद)

प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद विश्व भर में पाए जाने वाले प्राकृतिक आकर्षण अट्रैक्शंस(Attractions) होते हैं जो प्राकृतिक संसाधनों या रिसोर्सेज(Resources) से प्राप्त होते हैं जैसे कि समुद्र तट बीच से (Beaches)रेगिस्तान(Desserts) पहाड़(Mountains) पर्वत जलवायु(Climate) वनस्पति और जंतु(Flora and Fauna) जगत द्वीप(UnderWater World) आदि यह मानव जाति को प्रकृति का उपहार है इन प्राकृतिक संसाधनों को पर्यटन उत्पादों में परिवर्तित किए जाते हैं।



Climate(जलवायु)

पर्यटन स्थल की जलवायु आमतौर पर एक महत्वपूर्ण आकर्षण होती है- ।अच्छा मौसम एक छुट्टी को यादगार बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है ।अच्छी जलवायु के अभाव वाले देशों से करोड़ों पर्यटक सूर्य की रोशनी और समुद्री हवा की खोज में समुद्र तटों पर जाते हैं।दुनिया के कई देशों में समुद्र तटों के साथ स्पा और रिसोर्ट का विकास यात्रियों की आवश्यकता को देखते हुए किया गया है। भारत श्रीलंका थाईलैंड इंडोनेशिया ऑस्ट्रेलिया और 22 अन्य नए स्थानों के सुंदर समुद्र तट अभी इसके उदाहरण है।इन सभी क्षेत्रों में अच्छे मौसम का लाभ उठाने का फायदा मिलता है।



कई क्षेत्र महत्वपूर्ण सर्दी की छुट्टियों के रिजॉर्ट्स बन गए हैं।पर्यटकों को वहां की सर्दियों की जलवायु, गर्मी और सूर्य की रोशनी व प्रकाश आकर्षित करते हैं।कई ऊंचे ठंडे क्षेत्रों को हिल स्टेशन के रूप में विकसित किया गया है। इसलिए जलवायु पर्यटन उत्पाद के रूप में यह महत्वपूर्ण है। जगहों की दृश्यता और प्राकृतिक सुंदरता हमेशा से पर्यटकों को आकर्षित करती रही है।पर्यटक प्रकृति का आनंद विभिन्न रूपों में लेते हैं जैसे-



- MOUNTAIN RANGES(पर्वत मालाएं)
हिमालय, किलिमंजारो ,स्विस अल्प्स आदि



- WATERFORMS(जल संरचनाएं)
नदियां ,झीलें ,ग्लेशियर ,जलप्रपात आदि



RIVER(नदी)



LAKE(झील)



WATERFALL(जलप्रपातए)

FLORA AND FAUNA(वनस्पति और प्राणी जात)

वनस्पति और प्राणी जात कई पर्यटकों को काफी आकर्षित करते हैं। पर्यटक जाना पसंद करते हैं कि किस मौसम में कौन से पेड़ पौधे होते हैं कई ऐसे पौधे होते हैं जो केवल कुछ विशेष क्षेत्रों में ही पाए जाते हैं और अक्सर छात्रों और यात्रियों को विशेष रूप से उन प्रकार के पौधों को देखने के लिए उन जगहों का यात्रा करना चाहते हैं।

घने जंगल ट्रेकिंग और शिकार की गतिविधियों का आनंद लेने वाले पर्यटकों को आकर्षित करते हैं। FAUNA(प्राणी संबंधी) ऐसे आकर्षण पर्यटकों को आकर्षित करते हैं जो पक्षियों जंगली जानवरों को सरीसृप(REPTILES) और अन्य अनोखे और दुर्लभ जानवरों को देखने का आनंद लेते हैं। दक्षिण पूर्व एशिया के देशों में मगरमच्छ उद्यान (CROCODILE GARDEN), पक्षी संरक्षित स्थल(BIRD SANCTUARY) और अन्य पर्यटन उत्पाद होते हैं, जो उनके क्षेत्र के प्राणी संपदा को प्रदर्शित करते हैं।



BEACH TOURISM(पानी और भू संसाधन)



बीच पर्यटन आज के पर्यटकों के बीच बहुत लोकप्रिय है इस पर्यटन उत्पाद का आनंद हर उम्र पृष्ठभूमि(BACKGROUND) संस्कृति(CULTURE) और अलग-अलग देशों के सभी वर्गों के पर्यटक लेते हैं। बीच आकर्षण के अलावा बीच पर आराम लेना पर्यटन के विकास में मददगार रहा है। बीच पर्यटन गतिविधियों में पानी और भू संसाधन का उपयोग शामिल होता है। बीच पर विभिन्न प्रकार के एडवेंचर स्पोर्ट एक्टिविटी की जा सकती है।



SWIMMING(स्विमिंग)



SAILING(सेलिंग)

विंडसर्फिंग(WINDSURFING)- एक फट्टे का पर खड़े होकर पानी पर फिसलना।



WIND SURFING

वॉटर स्कूटर (WATER SCOOTERING)- ऐसा स्कूटर जो पानी पर चलाया जा सके।

पैरासेलिंग(PARASAILING)- इसमें पैराशूट को नाव के साथ जोड़कर खींचा जाता है,

मोटर बोट यात्राएं आदि में होता है।



ISLANDS (द्वीप)

प्राकृतिक खूबसूरती का दूसरा नाम द्वीप है भारत देश वीरों की सुंदरता में समृद्ध है आजकल सबसे ज्यादा द्वीपों पर पर्यटक घूमना पसंद करते हैं क्योंकि वहां FLORA AND FAUNA(वनस्पति और प्राणी जात), (RELAXATION) आराम,PEACE OF MIND (दिमाग की शांति),NATURAL BEAUTY(प्राकृतिक सुंदरता), प्रदूषण रहित क्षेत्र, लवर्स प्वाइंट) इत्यादि पर्यटक को प्राप्त होता है। यह सिर्फ घूमने के लिए ही नहीं बल्कि हनीमून पैकेज(HONEYMOON PACKAGE) के लिए भी सबसे ज्यादा डिमांड में है।

उदाहरण-

- MALDIVES(मालदीव्स)मालदीप स्वभाव से प्राकृतिक रूप से सुंदर माहौल के लिए पर्यटकों के बीच लोकप्रिय है। यहांBLUE OCEAN(नीला समुद्र), सफेद समुद्र तट और स्वच्छ हवा जैसी चीजें हैं।
- MAURITIUS(मॉरीशस) एक प्रकार के पक्षी के लिए जो अब नष्ट हो चुका है, जिसका नाम है डोडो है, के लिए भी प्रसिद्ध था। यहां बहु सांस्कृतिक जनसंख्या, अद्भुत महंगे रिजॉर्ट, मॉरीशस रम ,एक पानी के नीचे की सतह पर बहता हुआ झरना इत्यादि चीजों के लिए प्रसिद्ध है।
- HAWAII(हवाई)
- ANDAMAN AND NICOBAR ISLANDS(अंडमान एंड निकोबार आईलैंड्स)



4.4 MAN MADE TOURISM PRODUCT (मानव निर्मित पर्यटन उत्पाद)

मानव निर्मित पर्यटन उत्पाद सामान्यतः वह उत्पाद है, जो मानव के द्वारा बनाया गया है या बनाया जाता है। पर्यटन उद्योग के अंतर्गत मानव निर्मित वह उत्पाद है, जैसे- (TAJ MAHAL) ताज महल, (INDIA GATE) इंडिया गेट, (EIFFEL TOWER) आइफ़िल टावर, इत्यादि। मानव निर्मित के अंतर्गत यह इमारतें ही नहीं अपितु सांस्कृतिक, ऐतिहासिक, शैक्षणिक संस्थान, धार्मिक संस्थान, राजनीतिक संस्थान, इत्यादि भी आते हैं

CULTURE(संस्कृति के आधार पर)-



EXAMPLE(उदाहरण)--

- पिरामिड DAM ऑफ रॉक
- QUTUB MINAR(कुतुब मीनार)
- TAJMAHAL(ताजमहल)
- INDIAN MUSEUM(इंडियन म्यूजियम, कोलकाता)

- INDIAN INST.OF TRAVEL AND TOURISM(इंडियन इंस्टीट्यूट ऑफ ट्रैवल एंड टूरिज्म)
- CHURCH(चर्च),TEMPLE(मंदिर)
- LEANING TOWER OF PISA(लीनिंग टावर ऑफ पीसा)-(इटली)



TRADITIONS(परंपराएं)

- तीर्थ- चार धाम की यात्रा, हज की यात्रा
- मेले व त्यौहार – पुष्कर का मेला, मथुरा की होली
- कला व हस्तशिल्प - मीनाक्षी मंदिर, खजुराहो के मंदिर
- नृत्य- भारतनाट्यम, कथकली
- संगीत- कर्नाटक संगीत ठुमरी गजल
- लोक साहित्य- भंगड़ा बिहू
- मूल जीवन व रीति रिवाज- विवाह समारोह



केदारनाथ मंदिर(KEDARNATH TEMPLE),UTTARAKHAND



HAI(हज) , मक्का (सऊदी अरेबिया)



BHARATNATYAM(भरतनाट्यम, क्लासिकल डांस)

ENTERTAINMENT(मनोरंजन)

- मनोरंजन पार्क
- खेलने का कार्यक्रम(खेल समारोह)
- चिडियाघर व मछली घर
- सिनेमा और रंगमंच
- भोजन
- नाइटलाइफ

BUSINESS(व्यवसाय)



- **CONFERENCE(सम्मेलन)**
- **CONVENTION(कन्वेंशन)**

CULTURE(संस्कृति)

CULTURAL TOURISM(सांस्कृतिक पर्यटन) किसी देश या उस देश के लोगों की परंपराओं, कला रूपों, उत्सव, अनुभवों ,और देश की विविधता को दर्शाता है। संस्कृति देश की पहचान है।बिना संस्कृति के आप कुछ नहीं। संस्कृति के अंतर्गत ऐतिहासिक, समकालीन और आर्थिक गतिविधियां शामिल हैं।इसके साथ पूर्व ऐतिहासिक भी शामिल है।जिसमें चित्र, नक्काशी,रेत के टीले शामिल हैं। UNITED KINGDOM(यूनाइटेड किंगडम) में स्टोनहेंज एक अच्छा उदाहरण है।ऐतिहासिक स्मारक राष्ट्र का प्रतिष्ठित चिन्ह है।



TRADITIONS(परंपराएं)

परंपरा को रिवाज भी कहा जाता है। एक रिवाज वह होता है, जो बहुत लोग लंबे समय तक अनुसरण करते हैं। रिवाज हमें किसी क्षेत्र की प्रथाओं, संस्कृति, विचारों और समूह के बारे में बताता है।

- लोगों का मूल जीवन और रीति रिवाज एक आकर्षण है। क्योंकि इसमें RITUALS(अनुष्ठानों), दैनिक प्रथाओं, भोजन आदि को शामिल करते हैं। यही उनकी जीवन शैली है। जैसे भारत के मंदिरों में की जाने वाली शादियां, पर्यटकों के आकर्षण का केंद्र है। तीर्थ स्थानों की यात्रा आध्यात्मिक महत्व की खोज का एक पवित्र स्थान है। धर्म स्थानों को आध्यात्मिक महत्व इसलिए दिया जाता है, क्योंकि यह हमें निम्नलिखित बातों के बारे में बताते हैं।



- संतो के जन्म व मृत्यु
- परमात्मा के साथ संबंध
- देवी देवताओं के रहने का आवास

ऐसे स्थानों को आध्यात्मिक शक्तियों के लिए भी जाना जाता है। यहां भक्त आध्यात्मिक लाभ उठाते हैं और यही तीर्थ के लिए प्रोत्साहन केंद्र कहलाता है। यही तीर्थ यात्रा के रूप में जाने जाते हैं।

FAIRS AND FESTIVALS(मेले व त्यौहार)

यह भी उत्साह और आकर्षण से संबंधित है। एक मेला, किसी क्षेत्र के उत्पादन और अन्य सामानों को प्रदर्शित करता है। व्यापार का तो सबसे बड़ा स्त्रोत है। कुछ व्यापार मेले भी प्रदर्शित किए जाते हैं। जहां उत्पादों का व्यवसायिक लोगों के बीच व्यापार किया जाता है और उत्पादों को उपभोक्ताओं को दिखाया जाता है।

पुष्कर मेला प्रसिद्ध मेले के रूप में जाना जाता है। जिसे CATTLE FAIR(कैटल फेयर) भी बोला जाता है, क्योंकि यहां ऊंटों का सबसे बड़ा मेला लगता है।



PUSHKAR FAIR(पुष्कर मेला)

कला भी मानव कौशल का स्तोत्र है। PAINTINGS(पेंटिंग्स), SCULPTURES(कलामूर्ति)मुख्यतः सुंदरता या भावनात्मकता के लिए जाना जाता है। इसमें नृत्य, संगीत ,लोकगीत ,मूर्तिकला ,हस्तकला, आदि शामिल होते हैं जो आकर्षण का मुख्य केंद्र हैं।

ENTERTAINMENT(मनोरंजन)

मनोरंजन एक ऐसा कार्य है, जो लोगों को तनाव से दूर करने में मदद करता है। पर्यटन उद्योग में मनोरंजन का एक बहुत महत्वपूर्ण क्षेत्र है। पर्यटकों को कुछ विशेष स्थानों का दौरा करने में खुशी मिलती है, और आराम महसूस होता है। जिससे उनका तनाव कम होता है, और माइंड फ्रेश हो जाता है। जैसे कि **मूवी थिएटर, WATER PARK(जल पार्क),CARNIVAL(कार्निवल), SPORTS EVENT(खेल समारोह),NIGHT LIFE(नाइटलाइफ), फूड टूरिज्म, खाद्य पर्यटन** ,यह सब उदाहरण पर्यटन उत्पादों के मुख्य हिस्से हैं। असल में बहुत सारे (पर सभी नहीं) मनोरंजन स्थल पर्यटक आकर्षण है।



WATER PARK(वाटर पार्क)



CARNIVAL(कार्निवल)

संयुक्त राज्य अमेरिका, हांगकांग ,पेरिस ,सिंगापुर और विभिन्न देशों में थीम पार्क जैसे मनोरंजन और मनोरंजन पार्क है।

खेल पर्यटन उत्पाद का एक महत्वपूर्ण भाग है। इसमें खेल और ADVENTURE(एडवेंचर)का महत्वपूर्ण योगदान होता है। चाहे लोग गतिविधियों में हिस्सा लें या उन्हें देखने वाले दर्शक के रूप में मौजूद हो।विशेषज्ञ TRAVEL COMPANIES(यात्रा कंपनियों), वेबसाइट ,BROCHURE (ब्रोशर) ,खेल और एडवेंचर हॉलिडे का काफी प्रचार कर रही है। पर्यटन और VACATION PERIOD(अवकाश समय)मनोरंजन के अनुभव को मजबूत बनाने का कार्य करते है।

OLYMPIC(ओलंपिक),FOOTBALL WORLD CUP(फुटबॉल वर्ल्ड कप), विश्व कप ,FORMULA 1 RACE(फॉर्मूला वन रेस), MOUNTAINEERING(पर्वतारोहण),TREKKING (ट्रैकिंग),SCUBA DIVING(स्कूबा डाइविंग), जैसे सबसे आकर्षक खेलों के आयोजनों में पर्यटक को शामिल होने का मौका मिलता है।खेल पर्यटक उत्पाद आपको प्राकृतिक संपर्क में रहने का अवसर देते हैं। और आपके स्वास्थ्य और सक्रिय छुट्टी योजना बनाने में आपकी मदद करते हैं।



OLYMPIC GAMES(ओलंपिक गेम्स)



TREKKING(ट्रेकिंग)



SCUBA DIVING(स्कूबा डाइविंग)

FOOD(खाना) पर्यटकों के संपूर्ण अनुभव में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।FOOD TOURISM (भोजन पर्यटन) कई भोजन ग्रहण के स्थानों को आकार देता है। जैसे इसके उदाहरण हैं।FRANCE(फ्रांस) ITALY(इटली)और CALIFORNIA (कैलिफोर्निया)। पर्यटन स्थलों पर आजकल दुनिया के सभी क्षेत्रों का भोजन पाया जाता है।जैसे-

INDIAN (इंडियन)

CONTINENTAL (कॉन्टिनेंटल)

CHINESE(चाइनीस)

ITALIAN(इटालियन)



JAPANESE(जापानीज)



THAI FOOD(थाई फूड)

FAST FOOD (फास्ट फूड),MEXICAN(मैक्सिकन)

MEDITERRANEAN(मेडिटेरेनियन) इत्यादि। वैसे देखा गया है, कि पर्यटक जहां यात्रा कर रहा है, वहीं का स्थानीय भोजन खाना पसंद करता है। हम कह सकते हैं ,कि भोजन पर्यटक के अनुभव में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।



BUSINESS(व्यवसाय)

BUSINESS TOURISM(व्यापार पर्यटन), व्यापार यात्रा का सीमित और केंद्रित SUBSET(उप समुच्चय) है। इसमें व्यक्ति जो कार्य करते हैं, उसका उनको भुगतान किया जाता है।परंतु ऐसा वह अपने घर से दूर जाकर प्राप्त करते हैं। जहां पर वह कार्य कर रहे होते हैं। प्राचीन काल में सिर्फ टूरिज्म व्यापार का एशिया में सबसे बड़ा क्षेत्र था। जो लोग अपने काम के सिलसिले में यात्रा करते हैं वे बिजनेस टूरिज्म के अंतर्गत आते हैं। इसके साथ-साथ व्यवसाय की यात्रा को अवकाश गतिविधियों के साथ जोड़ देते हैं, जिसमें वह अपने आकर्षण स्थानों पर जाना, दर्शनीय स्थलों पर जाना,या भ्रमण यात्रा करना, पसंद करते हैं।व्यवसाय पर्यटकों के साथ समय की कोई कमी नहीं होती है।वह सम्मेलनों का आनंद ,विश्राम के लिए गतिविधियों का आयोजन करके अवकाश का लुप्त उठाते हैं। उनके साथ आने वाले परिवार के सदस्यों की भी पूरी देखभाल की जाती है।

4.5 SYMBIOTIC TOURISM(सहजीवी टूरिज्म उत्पाद)

सहजीवी पर्यटन उत्पाद ऐसे पर्यटन उत्पाद होते हैं, जो प्राकृतिक और मानव निर्मित संसाधनों का मिश्रण है। प्रकृति ने हमें प्राकृतिक संसाधन प्रदान किए हैं, और मानव ढांचा और सुविधाओं ने उन्हें और खूबसूरत और सुरक्षित बनाकर उन्हें पूरी तरह से मिश्रित पर्यटन उत्पाद में बदल दिया है। उदाहरण के लिए ,



NATIONAL PARKS (जंगली प्राणियों का एक बगीचा)



WATER PARK(जल पार्क)

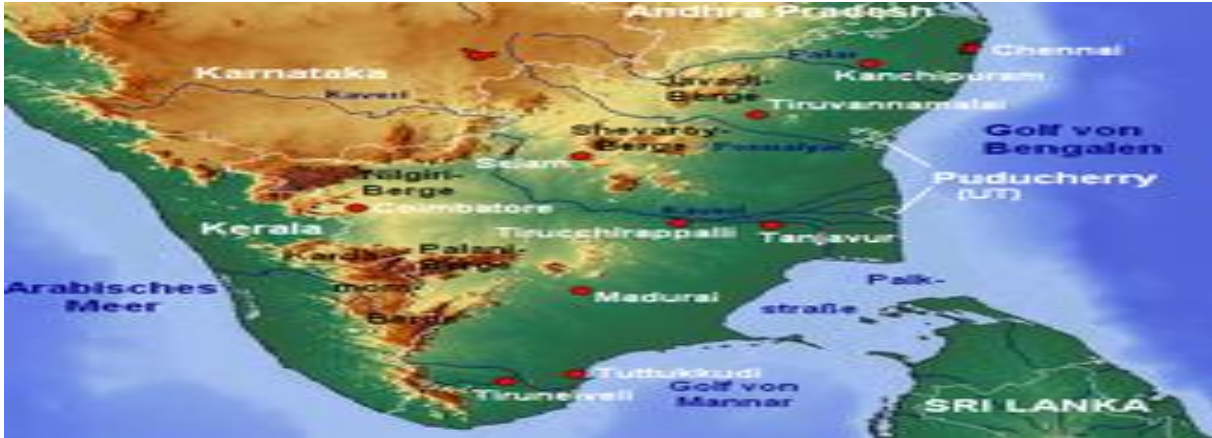
AEROSPORTS ZONE(एरो स्पोर्ट्स)

यह सब इंसानी रचनाओं की मिसाल है। जो प्राकृतिक आकर्षणों पर बनाई गई है। यहां प्रकृति मूल धारक है, जिस पर मानव ने सुविधाएं बनाई है। इन उत्पादों को प्रकृति और मानव के सहयोग के द्वारा रचित, रचनाएं कहा जाता है। EXAMPLES(उदाहरण)-- **NATIONAL PARKS(राष्ट्रीय उद्यान)-**

- GIR NATIONAL PARK(गिर नेशनल पार्क) गुजरात
- PERIYAR NATIONAL PARK(पेरियार नेशनल पार्क) केरला
- KAZIRANGA NATIONAL PARK(काजीरंगा नेशनल पार्क) असम

प्रकृति ने प्राकृतिक संसाधन प्रदान किए हैं और मानव ढांचा और सुविधाओं ने उन्हें और खूबसूरत और सुरक्षित बना के उन्हें एक पूरी तरह से मिश्रित पर्यटन उत्पाद में बदल दिया है। उदाहरण के लिए जंगली (11) प्राणियों (जीव) का एक

बगीचा, जलपार्क (water park) एयरो स्पोर्ट्स ज्ञान इंसानी रचनाओं की मिसाल है जो प्राकृतिक आकर्षणों पर बनाई गई हैं। यहाँ प्रकृति मूल धारक है, जिस पर मानव ने सुविधाएँ बनाई हैं। इन उत्पादों को प्रकृति और मानव के सहयोग (combination) के द्वारा रचित रचनाएँ कहा जाता है। National Parks (राष्ट्रीय उद्यान) - गीर नेशनल पार्क (गुजरात) पेरियार नेशनल पार्क (केरल) काजीरंगा नेशनल पार्क (असम) Marine park (समुद्री उद्यान) - वी गल्फ ऑफ मन्नार



MARINE PARKS(समुद्री उद्यान)

THE GULF OF MUNNAR(गल्फ ऑफ मन्नार)

4.6 EVENT BASED TOURISM PRODUCT घटना आधारित पर्यटन उत्पाद :

एक घटना ऐसी चीज है जो घटित होती है या विशेष रूप से पर्यटन को बढ़ाने के लिए अयोजित की जाती है। घटना आधारित पर्यटन उत्पाद आस्थायी होते हैं या वार्षिक तौर पर योजित किए जाते हैं। था यह घटना आधारित उत्पाद एक गंतव्य पर पहले से मौजूद उत्पादों की पृष्ठभूमि पर भी आयोजित किए जाते हैं। उदाहरण- के लिए, कुंभ का मेला, ताज महोत्सव, अहमदाबाद का पतंगबाजी महोत्सव, 'अंतरराष्ट्रीय फूल महोत्सव | इन अयोजनों में व्यक्ति प्रतिभागी या दर्शक के रूप में किसी स्थान पर जा सकता है। जैसे कि ऑलंपिक मैच में कोई भी दर्शक या प्रतिभागी के रूप में जा सकता है।



मथुरा की होली



कुंभ का मेला

4.7 SITE BASED TOURISM PRODUCT साईट आधारित पर्यटन उत्पाद :-

जब कोई आर्कषण स्थान या स्थल होता है तब तो वह साईट आधारित पर्यटन उत्पाद कहलाता है। यह उत्पाद स्थायी रूप से गत्वय पर ही आर्किषण को केन्द्र होते हैं उदाहरण के लिए ताजमहल, चीन की महान दिवार, एफिल टॉवर, स्टैच्यू ऑफ लिबर्टी आदि। बर्फ से ढके पहाड़ आदि।



सन सेट कन्याकुमारी



एफिल टावर

भारत के प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद

पर्यटन उत्पाद	गंतव्य	गतिविधियाँ
समुद्र तट पर्यटन	गोवा के समुद्र तट- कलंगुट,बागा, अंजुना, वागाटोर, केरल के कोलवा समुद्र तट- कोवलम, महाराष्ट्र के बेकल समुद्र तट- जुहू, उड़ीसा के गणपतिपुरे समुद्र तट- गोपालपुर-समुद्र, समुद्र	सर्फिंग, स्नोर्कलिंग, जेट स्कीइंग, स्कूबा डाइविंग, वॉटर स्कीइंग, पैरासेलिंग, विंडसर्फिंग और गहरे समुद्र में मछली पकड़ने जैसी वाटर स्पोर्ट गतिविधियां । वाटर स्कूटर या । स्पीडबोट की सवारी करते हुए, इत्मीनान से पैडलबोट पर तैरें। सुंदर प्राकृतिक दृश्यों और पानी की गुणवत्ता का आनंद ले रहे हैं।
पर्वतीय पर्यटन	जम्मू और कश्मीर के हिल स्टेशन - श्रीनगर, गुलमर्ग, स्कीइंग, पर्वतारोहण, ट्रेकिंग,पटनीटॉप,हिमाचल प्रदेश के हिल स्टेशन शिमला, कुल्लू, मनाली, डलहौजी, धर्मशाला, कसौली उत्तराखंड के हिल स्टेशन-नैनीताल, मसूरी, रानीखेत, कौसानी तमिलनाडु के हिल स्टेशन- ऊटी, कोडाइकनाल, कुनूर, येलागिरी केरल के हिल स्टेशन-वायनाड, मुन्नार सिक्किम के हिल स्टेशन-गंगटोक, नामची राजस्थान के हिल स्टेशन माउंट अबू पश्चिम बंगाल के हिल स्टेशन - दार्जिलिंग, कलिम्पोंग, मिरिक महाराष्ट्र के हिल स्टेशन - महाबलेश्वर, माथेरान, लोनावाला, खंडाला कर्नाटक के हिल स्टेशन - मदिकेरे उड़ीसा के हिल स्टेशन - दारिगबाड़ी उत्तर पूर्व के हिल स्टेशन - शिलांग (मेघालय), हाफलोंग (असम), तवांग (अरुणाचल प्रदेश)	लंबी पैदल यात्रा, घूमना, फोटोग्राफी, कैम्पिंग, घोड़े की सवारी सुंदर प्राकृतिक दृश्यों और बर्फ से ढके पहाड़ों का लुत्फ उठाते हुए सूर्यास्त और सूर्योदय प्रकृति की सैर का अनुभव

द्वीप पर्यटन	अंडमान और निकोबार द्वीप समूह लक्षद्वीप द्वीप समूह	सुंदर समुद्र तटों का आनंद लेते हुए, पौधों, जानवरों और कोरल की दुर्लभ प्रजातियों के साथ फलता-फूलता समुद्री जीवन टेढ़ी-मेढ़ी मैंग्रोव - रेखाएँ खाड़ियाँ, उष्णकटिबंधीय सदाबहार वर्षा वन ट्रेकिंग, वॉटर स्पोर्ट्स, आइलैंड कैम्पिंग, स्कूबा डाइविंग और नेचर ट्रेल
रेगिस्तान पर्यटन	भारत का मरुस्थल त्रिभुज- जोधपुर- जैसलमेर - बीकानेर	ऊंट की सवारी, डेरा डाले हुए दर्शनीय स्थल, सूर्यास्त लोक नृत्य और संगीत

भारत के मानव निर्मित पर्यटन उत्पाद

मानव निर्मित की श्रेणियाँ पर्यटन उत्पाद	उदाहरण
स्मारक	ताजमहल, फतेहपुर सीकरी, लाल किला, हुमायूं का मकबरा, इंडिया गेट, गेटवे ऑफ इंडिया, सांची स्तूप, खजुराहो मंदिर, अजंता की गुफाएं, कोणार्क सूर्य मंदिर, सिटी पैलेस, अंबर किला, हवा महल, मीनाक्षी मंदिर, बेसिलिका ऑफ बॉम जीसस, चार मीनार, मैसूर पैलेस
संग्रहालय	दिल्ली में राष्ट्रीय संग्रहालय; छत्रपति शिवाजी महाराज वास्तु संग्रहालय (पहले प्रिंस ऑफ वेल्स संग्रहालय के रूप में जाना जाता था), मुंबई रेल संग्रहालय; कपड़ा संग्रहालय, अहमदाबाद; निज़ाम संग्रहालय, हैदराबाद, बीएम बिड़ला विज्ञान संग्रहालय, हैदराबाद; अल्बर्ट हॉल संग्रहालय

मेले और त्यौहार	बरसाना, उत्तर प्रदेश की होली; हिमाचल प्रदेश के कुल्लू का दशहरा; मैसूर, कर्नाटक का दशहरा; डेजर्ट फेस्टिवल, राजस्थान पुष्कर मेला, राजस्थान; सूरज कुंड शिल्प मेला, हरियाणा
संगीत एवं नृत्य	हिन्दुस्तानी संगीत, कर्नाटक संगीत, शास्त्रीय नृत्य- केरल का कथकली और मोहिनीअट्टम, उत्तर प्रदेश का कथक, मणिपुर का मणिपुरी, उड़ीसा का ओडिसी, आंध्र प्रदेश का कुचिपुड़ी, लोक नृत्य- गरबा, गिद्धा, लावणी, तेराताली, गोटी पुआ
हस्तशिल्प	जयपुर के आगरा ब्लू पॉटरी का पत्थर का काम, जम्मू और कश्मीर का पेपर मेश

4.8 UNESCO- United Nations Educational scientific and cultural Organisation
(यूनाइटेड नेशंस एजुकेशनल साइंटिफिक एंड कल्चरल आर्गेनाइजेशन/संयुक्त राष्ट्र शैक्षिक, वैज्ञानिक, तथा सांस्कृतिक संगठन है)



उद्देश्य:-

UNESCO का मुख्य उद्देश्यविश्वभर से ऐसे स्थानों की पहचान करना, उनका संरक्षण करना जो सांस्कृतिक एवं पर्यावरण के आधार पर संपूर्ण मनवता के लिए अति महत्वपूर्ण है। UNESCO के मुख्य उद्देश्यों को निम्नलिखित में वर्णित किया जा सकता है।

1) संरक्षण :- यूनेस्को विश्व धरोहर स्थलों को जो कि ऐतिहासिक, सांस्कृतिक या प्राकृतिक रूप से महत्वपूर्ण है उनको सुरक्षा एवं संरक्षण प्रदान करता है ताकि यह सभी स्थल ९ आने वाली पीढ़ी को मानव इतिहास के गौरवकाल के बारे में बता सकें ।

2) सतत विकास को प्रोत्साहित करना : यूनेस्को धरोहर स्थल घोषित करने का मुख्य उद्देश्य सतत विकास को प्रोत्साहित करने के लिए सांस्कृतिक धरोहर और स्थानीय समुदायों को सहयोगपूर्ण रूप से रहने के लिए एवं संतुलन बनाये रखना है। पर्यटन को प्रोत्साहित ,सभी के विकास पर जोर देना है।

3) अंतरराष्ट्रीय सहयोग को बढ़ावा देना : अनुसंधान, क्षमता-निर्माण, तकनीकी सहायता एवम् सर्वोत्तम प्रथाओं को आपस में सभी साझा करने के माध्यम से इन सभी स्थलों की सुरक्षा और संरक्षण करना यूनेस्को का एक प्रमुख उद्देश्य है।

4) प्रचार एवं प्रसार :- यूनेस्को विश्व धरोहर स्थल घोषित करने का एक महत्वपूर्ण उद्देश्य उनका प्रसार और प्रचार करना भी है, ताकि इन सभी महत्वपूर्ण स्थलों की विशेषताएँ, सांस्कृतिक और ऐतिहासिक महत्व को लोगों तक पहुँचाया जा सके।

5) वित्तीय सहायता प्रदान करना:- यूनेस्को विश्व धरोहर स्थलों के संरक्षण के लिए विशेष वित्तीय सहायता प्रदान करता है। यह धनराशि इन धरोहर स्थलों के पुनः निर्माण, पुनर्स्थापना, संरक्षण और प्रबंधन हेतु दी जाती है।

UNESCO इतिहास : यूनेस्को विश्व धरोहर स्थल मानवता की सांस्कृतिक और प्राकृतिक विरासत को संग्रहीत करती है। इन स्थलों की पूर्णता और महानता को मान्यता प्राप्त देने के लिए यूनेस्को ने 1972 में विश्व धरोहर स्थलों की संधि को स्वीकृति दी। इस संधि के अनुसार, ऐसे स्थलों को यूनेस्को की विश्व धरोहर स्थलों महत्वपूर्ण सूची में शामिल किया जाता है जो के सांस्कृतिक, ऐतिहासिक मानवतापूर्ण और प्राकृतिक विरासत का महत्वपूर्ण उदाहरण है।

4.9 UNESCO World Heritage Sites in India भारत के यूनेस्को विश्व धरोहर स्थल :- भारत में कुल मिलाकर 40 विश्व धरोहर स्थल

इन को सांस्कृतिक और प्राकृतिक विरासतों में विभाजित किया गया है। सांस्कृतिक विरासत में स्मारक, पुरातात्विक, पेंटिंग, मूर्तियाँ आदि शामिल हैं। प्राकृतिक विरासत में राष्ट्रीय उद्यान, वन्यजीव, बायोस्फीयर रिज़र्व आदि शामिल हैं।

सांस्कृतिक विश्व धरोहर स्थल (32)

1) आगरा का किला, (उत्तर प्रदेश)



2) अजंता की गुफाएं,
(महाराष्ट्र)



3) सांची, (मध्य प्रदेश)



4) चांपानेर-पावागढ़ पुरातत्व पार्क,
(गुजरात)



5) छत्रपति शिवाजी टरमिनस (पूर्व
मे विक्टोरिया टरमिनस, (महाराष्ट्र)



6) गेवा के चर्च और कॉन्वेंट



7) एलिफेंटा गुफाएँ, (महाराष्ट्र)



8) एलोरा की गुफाएं (महाराष्ट्र)



9) फतेहपुर सीकरी, (उत्तर प्रदेश)



10) ग्रेट लिविंग चोल मंदिर,
(तमिलनाडु)



11) हम्पी, (कर्नाटक)



12) महाबलीपुरम (तमिलनाडु)



13) पट्टडकल, (समारको का
समूह), कर्नाटक



14) राजस्थान के पहाड़ी किले



15) हुमायु का मकबरा, दिल्ली



16) खजुराहो समारक समूह,
(मध्यप्रदेश)



17) बोध गया, बिहार मे महाबोधि
मंदिर परिसर



18) भारत की परवर्तीय रेलवे



19) कुतुबमीनार और उसके समार्क



20) पाटन, गुजरात मे रानी की वाव (रानी की बावड़ी)



21) लालकिला परिसर, दिल्ली



22)अहमदाबाद शहर



23)सांची स्तूप, बिहार



24) भीमबेटका(मध्यप्रदेश),



25) सूर्य मंदिर, (कोणक, उड़ीसा)



26) ताजमहल (उत्तर प्रदेश)



27) जंतरमंतर (जयपुर,
राजस्थान)



२८) नालंदा महाविहार का पुरात्व स्थल (बिहार)



२९) धोलवीरा, सिंधु घाटी सभ्यता से जुड़ा भारत का सबसे प्रमुख पुरातात्विक स्थल



३०) जयपुर शहर, राजस्थान



३१) काकतीय रुद्रेवर रामप्पा मंदिर, (तेलंगाना)



32) विक्टोरियाई गॉथिक और उसकी कला का प्रभाव, मुंबई, महाराष्ट्र



प्राकृतिक धरोहर के स्थल(07)

1) ग्रेट हिमालयन नेशनल पार्क



2) काजीरंगा राष्ट्रीय उद्यान



3) केवलादेव राष्ट्रीय उद्यान



<p>4) मानस वन्यजीव अभयारण्य</p>	
<p>5) नंदादेवी और फूलो की घाटी राष्ट्रीय उद्यान</p>	
<p>6) सुंदरवन राष्ट्रीय उद्यान</p>	
<p>7) पश्चिमी घाट</p>	

मिश्रित विश्व धरोहर स्थल (01)

काजीरंगा राष्ट्रीय उद्यान



विश्व धरोहर स्थल अपने असाधारण के विश्व स्तर महत्व के लिए जाने जाते हैं। इनका चयन इनके सांस्कृतिक, ऐतिहासिक और प्राकृतिक महत्व को प्रतिष्ठित करता है। इसी कारण- वर्ष यह पर्यटकों को अपनी ओर आकर्षित करते हैं।

REVIEW QUESTIONS AND ANSWERS

MCQ

Q.1 पर्यटन उत्पादों को कितने वर्गों में विभाजित किया जा सकता है?

- a)2 b)3 c)4 d)5

ans-d)

Q.2 निम्नलिखित में से कौन सा उत्पाद सांस्कृतिक पर्यटन का उदाहरण है?

- a)पहाड़ों पर चढ़ना
b) पुष्कर का मेला
c)जंगल की सफारी
d) रिवर राफ्टिंग

ans -b)

Q.3 किस प्रकार का उत्पाद मनोरंजन पर्यटन की श्रेणी में आता है?

- a) पर्यटन व्यापार b) प्राकृतिक पर्यटन c) नौका पर्यटन d) कैसीनो पर्यटन

ans-d)

Q.4 निम्नलिखित में से कौन सा उत्पाद स्वास्थ्य पर्यटन का उदाहरण है?

- a) आदिवासी यात्रा b) धार्मिक यात्रा c) एडवेंचर यात्रा d) आयुर्वेदिक स्पा

ans-d)

Q.5 पर्यटन उत्पाद को किस कारण से वर्गीकृत किया जाता है?

- a) आवश्यकता के आधार पर b) ग्राहकों के आधार पर c) स्थान के आधार पर d) उपरोक्त सभी

ans -a)

Q.6 साइड आधारित पर्यटन क्या है?

- a) प्राकृतिक या सांस्कृतिक स्थलों का दौरा
b) धार्मिक स्थलों की यात्रा

c) मनोरंजन के लिए एम्यूजमेंट पार्क की यात्रा

d)उपरोक्त सभी

ans-a)

Q.7 निम्नलिखित में से कौन-सा पर्यटन उत्पाद पर्यटन सेवा प्रदान करने के लिए विकसित किया जाता है?

a) होटल b)रेस्टोरेंट c)यात्रा या ट्रैवल एजेंसी d)खाद्य दुकाने

ans -c)

Q.8 सहजीवी पर्यटन का मुख्य उद्देश्य क्या है ?

a)आपसी सहयोग

b) प्राकृतिक या सांस्कृतिक स्थानों की प्रशंसा

c) मानव निर्मित एवं प्राकृतिक उत्पादों का समावेश

d)धार्मिक स्थलों का प्रचार

ans-c)

Q.9 SYMBIOTIC TOURISM(सहजीवी पर्यटन) में किस को मुख्यता दी जाती है?

a) प्राकृतिक पर्यटन b) सांस्कृतिक पर्यटन c) ऐतिहासिक पर्यटन d)नागरिया पर्यटन

ans -a)

Q.10 यूनेस्को विश्व धरोहर स्थलों का मुख्य उद्देश्य क्या है?

a) विश्व सांस्कृतिक और ऐतिहासिक विरासत की संरक्षा करना

b) विश्व व्यापार को प्रोत्साहित

c) विश्व राजनीतिक संघर्षों का समाधान करना

d) विश्व शिक्षा संस्थान की स्थापना करना

ans -a)

Q.11 सही या गलत :--

a) घटना आधारित पर्यटन उत्पाद स्थाई(PERMANENT) रूप में होते हैं —गलत

- b) साइट आधारित पर्यटन उत्पाद अस्थाई(TEMPORARY) रूप में होते हैं—गलत
- c) भारत में 30 यूनेस्को विश्व धरोहर स्थल है—गलत
- d) त्योहार और मेले टूरिज्म के लिए महत्वपूर्ण है—सही

SHORT AND LONG QUESTIONS ANSWERS :

Q.1 पर्यटन उत्पादों को कितने भागों में वर्गीकृत किया गया है?

ANS.1- पर्यटन उत्पादों को 5 भागों में वर्गीकृत किया गया है

- a) प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद
- b) मानव निर्मित पर्यटन उत्पाद
- c) सहजीवी पर्यटन उत्पाद
- d) साइट बेस पर्यटन उत्पाद
- e) घटना आधारित पर्यटन उत्पाद

Q.2 प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद क्या होते हैं?

ANS.2- प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद विश्व भर में पाए जाने वाले प्राकृतिक आकर्षण(ATTRACTIONS) होते हैं, जो प्राकृतिक संसाधनों(RESOURCES) से प्राप्त होते हैं। जैसे कि समुद्र तट(BEACHES), रेगिस्तान(DESSERT), पहाड़(HILLS),(MOUNTAINS) पर्वत, जलवायु (CLIMATE), वनस्पति और जंतु जगत (FLORA AND FAUNA), दीप(ISLANDS) आदि। इन प्राकृतिक संसाधनों को पर्यटन उत्पादों में परिवर्तित किया जाता है।

Q.3 तीर्थ स्थलों की यात्रा का क्या महत्व होता है संक्षिप्त में बताएं?

ANS .3- तीर्थ स्थानों की यात्रा आध्यात्मिक महत्व की खोज का एक पवित्र स्थान है। धर्म स्थानों को आध्यात्मिक महत्व इसलिए दिया जाता है क्योंकि यह हमें, संतो के जन्म व मृत्यु, परमात्मा के साथ संबंध, देवी देवताओं के रहने का आवास, आदि के बारे में बताते हैं। ऐसे स्थान आध्यात्मिक शक्तियों के लिए जाने जाते हैं और भक्त इन्हीं शक्तियों का लाभ उठाने यहां आते हैं।

Q.4 मनोरंजन के लिए पर्यटन से आप क्या समझते हैं?

ANS 4- मनोरंजन एक ऐसा कार्य है, जो लोगों को तनाव से दूर करने में करता है। पर्यटन उद्योग में मनोरंजन का एक बहुत महत्वपूर्ण क्षेत्र है। पर्यटकों को कुछ विशेष स्थानों का दौरा करने में खुशी मिलती है, और आराम महसूस होता है। जिससे उनका तनाव कम होता है और माइंड फ्रेश हो जाता है। जैसे कि मूवी

थिएटर, जल पार्क(WATER PARK), CARNIVAL(कार्निवल),SPORTS(स्पोर्ट्स), EVENT(इवेंट),NIGHT LIFE(नाइटलाइफ), फूड टूरिज्म इत्यादि यह सब उदाहरण पर्यटन उत्पादों के मुख्य हिस्से हैं।

Q. 5 व्यापारिक पर्यटन में कौन-कौन सी सुविधाएं दी जाती हैं व्यापारिक पर्यटन के महत्व के बारे में बताएं

ANS.5-व्यापारिक पर्यटन व्यापार यात्रा का सीमित और केंद्रित उप समुच्चय है इसमें व्यक्ति जो कार्य करते हैं उनको उसका भुगतान दिया जाता है परंतु ऐसा वह अपने घर से दूर जाकर प्राप्त करते हैं जहां पर वह कार्य कर रहे होते हैं प्राचीन काल में सिर्फ टूरिज्म व्यापार का एशिया में सबसे बड़ा क्षेत्र था जो लोग अपने काम के सिलसिले में यात्रा करते हैं वह बिजनेस टूरिज्म के अंतर्गत आते हैं। बिजनेस टूरिस्ट कई कारणों से यात्रा करते हैं, जैसे-मीटिंग्स ,वर्कशॉप, कॉन्फ्रेंसेस, कन्वेंशन, अटेंड करना।। इसके साथ साथ व्यापारिक पर्यटक अपनी व्यवसाय की यात्रा को अवकाश गतिविधियों के साथ जोड़ देते हैं जिसमें मैं अपने आकर्षण स्थानों पर जाना या भ्रमण करते हैं।

Q.6 (UNESCO)यूनेस्को विश्व धरोहर स्थल क्या है ?यूनेस्को धरोहर स्थलों का मुख्य उद्देश्य क्या है?

ANS.6(UNESCO) यूनेस्को, विश्व धरोहर स्थल यूनेस्को द्वारा मान्यता प्राप्त स्थलों का समूह है। जो पृथ्वी पर महत्वपूर्ण सांस्कृतिक(CULTURAL) ,ऐतिहासिक(HISTORICAL), प्राकृतिक(NATURAL) या संरचनात्मक(STRUCTURAL) महत्व रखते हैं।यह स्थल अद्वितीय(UNIQUE) महत्व और विशेषता के कारण चुने जाते हैं। और इसके लिए उन्हें यूनेस्को द्वारा सूची में शामिल किया जाता है। इन स्थलों को संरक्षित रखने का उद्देश्य उनकी महत्वपूर्णता को बनाए रखना है। जिससे इनकी सांस्कृतिक(और ऐतिहासिक महत्व की सुरक्षा और संरक्षण किया जा सके। यह स्थल विश्व धरोहर स्थल की सूची में शामिल होने के लिए योग्यता प्राप्त के बाद विश्व भर में मान्यता प्राप्त करते हैं। और उन्हें आवश्यक देखभाल दी जाती है। ताकि यह स्थल सालों तक बरकरार रह सके और आने वाली पीढ़ियों को उनकी महत्वपूर्णता का अनुभव कराएं।

Q.7 (UNESCO)यूनेस्को के प्राकृतिक धरोहर स्थलों के किन्ही चार स्थलों के नाम लिखें।

ANS.7 a)ग्रेट हिमालयन नेशनल पार्क,HIMACHAL PRADESH

b) काजीरंगा राष्ट्रीय उद्यान,ASSAM

c) नंदा देवी और फूलों की घाटी राष्ट्रीय उद्यान,UTTARAKHAND

d) (SUNDERBANS)सुंदरबंस नेशनल पार्क वेस्ट बेंगल,WEST BENGAL

Q.8 बीच पर्यटन के लिए महत्वपूर्ण क्यों है?

ANS.8 समुद्र तट पर्यटन के लिए काफी महत्वपूर्ण है क्योंकि:--

a) आकर्षण का केंद्र— समुद्र तट पर्यटन का मुख्य आकर्षण केंद्र होता है। लोग गर्मियों में या छुट्टियों में समुद्र तट जाने का आनंद लेते हैं

b) आराम— समुद्र तट पर्यटन आरामदायक और मनोरंजन का एक बड़ा स्रोत है। लोग यहां ताजगी का आनंद लेते हैं। सेर करते हैं सूर्य की रोशनी और हवा का लुप्त उठाते हैं।

c) पारिवारिक यात्रा— समुद्र तटों पर यात्रा परिवार के लिए बहुत उपयुक्त होती है। यहां पारिवारिक माहौल में आराम करने का मौका मिलता है। और आपसी संबंधों को मजबूत बनाने का अवसर मिलता है।

d) खाद्य और विभिन्न विकल्प— समुद्र तटों के पास रेस्टोरेंट और खाद्य विकल्प होते हैं। जहां आप स्थानीय और समुद्री भोजन का आनंद ले सकते हैं।

e) राष्ट्रीय आय— समुद्र तट पर पर्यटन देश के लिए महत्वपूर्ण होता है। क्योंकि जितने ज्यादा पर्यटक हम हमारे देश में घूमने आएंगे, उतना ही हमारा पर्यटन व्यवसाय बढ़ेगा और यह देश की आय को बढ़ाने में मददगार होगा।

Q.9 उन गतिविधियों का उदाहरण दें जो

- द्वीपों पर
- पहाड़ों पर
- बीच पर
- डेजर्ट पर की जा सकती है।

ANS.9 a) द्वीपों पर—द्वीपों पर हम सुंदर समुद्र तटों का आनंद लेते हुए, पेड़ पौधे जानवर और दुर्लभ प्रजातियों के साथ फलता फूलता समुद्री जीवन का आनंद ले सकते हैं।

b) पहाड़ों पर— स्कीइंग, पर्वतारोहण, ट्रेकिंग लंबी पैदल यात्रा घूमना फोटोग्राफी कैंपिंग घोड़े की सवारी।

c) बीच पर— वॉटर स्पोर्ट एक्टिविटीज, जैसे कि सर्फिंग, स्नॉर्केलिंग, स्कूबा डाइविंग, पैरासेलिंग, डीप सी फिशिंग, स्पीड बोट, जैसी गतिविधियां कर सकते हैं। और प्राकृतिक दृश्यों और पानी की गुणवत्ता आनंद ले सकते हैं।

d) डेजर्ट पर— ऊंट की सवारी, कैंपिंग स्थल, सूर्यास्त, लोक नृत्य और संगीत जैसी गतिविधियां कर सकते हैं

Q.10 शास्त्रीय संगीत और लोकनृत्य पर्यटन के माध्यम से कैसे महत्वपूर्ण है?

ANS.10 शास्त्रीय संगीत और लोकनृत्य दोनों पर्यटन के माध्यम से महत्वपूर्ण है। संदर्भ में समझाया गया है:-

a) शास्त्रीय संगीत - शास्त्रीय संगीत एक प्रमुख पर्यटन आकर्षण होता है। क्योंकि यह संगीत प्रेमियों के लिए एक आदर्श स्थान है। यात्री शास्त्रीय संगीत के आनंद लेने के लिए संगीत संग्रह, संगीत उत्सव और कार्यक्रमों का आनंद उठा सकते हैं। यह पर्यटन क्षेत्रों को सांस्कृतिक और कलात्मक महत्व देता है। और भीषण रूप से पर्यटकों को आकर्षित करता है।

b) लोक नृत्य - लोकनृत्य पर्यटन के लिए एक महत्वपूर्ण आकर्षण है। क्योंकि यह स्थानीय संस्कृति और परंपराओं को दर्शाने का एक माध्यम है। यात्री लोकनृत्य के द्वारा स्थानीय जीवन शैली त्योहार और

लोक कथाओं का अनुभव कर सकते हैं। यह पर्यटन क्षेत्रों को आदिवासी संस्कृति और परंपराओं का ज्ञान देता है। और पर्यटकों को स्थानीय समुदाय के बारे में बताता है।

Q.11 निम्नलिखित पर विस्तार पूर्वक उदाहरण सहित लिखें।

- a) मानव निर्मित उत्पाद
- b) प्राकृतिक उत्पाद
- c) सहजीवी उत्पाद
- d) घटना आधारित उत्पाद
- e) साइड आधारित उत्पाद

ANS.11 a) मानव निर्मित पर्यटन (MAN MADE TOURISM PRODUCT)--मानव निर्मित पर्यटन उत्पाद वह पर्यटन आकर्षण होता है। जो मानव ने निर्मित किया है। यह पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए विशेष रूप से बनाया जाता है। यहाँ मानव निर्मित पर्यटन उत्पाद की व्याख्या की गई है:

- प्राकृतिक आकर्षण: इसमें प्राकृतिक स्थानों को विकसित करके और उन्हें पर्यटन के लिए सुविधाजनक बनाकर उत्पन्न किया जाता है। जैसे कि बाग, उद्यान, पर्यटन प्रदेशों में बने हुए जलाशय, बोटिंग तट, वन यात्रा मार्ग इत्यादि।
- सांस्कृतिक आकर्षण: इसमें सांस्कृतिक स्थलों, मंदिरों, ऐतिहासिक स्मारकों, पुरातात्विक स्थलों, और नाट्यशालाओं को पर्यटन के लिए विकसित किया जाता है। इससे पर्यटकों को स्थानीय संस्कृति, इतिहास, और कला का अनुभव मिलता है।
- आवास सुविधाएँ: इसमें पर्यटन के लिए होटल, रिसॉर्ट, गेस्ट हाउस, यात्रा आश्रय, और होमस्टेड को विकसित किया जाता है।

b) प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद(NATURAL TOURISM PRODUCT)

प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद एक ऐसा पर्यटन आकर्षण है, जो प्रकृति द्वारा स्वतः ही पैदा हुआ होता है। इसमें प्राकृतिक स्थानों का आकर्षण और उनसे जुड़ी सुविधाएं होती हैं। यहां प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद की व्याख्या की गई है:

- WILDLIFE SANCTUARIES(जंगली जीवन संरक्षण क्षेत्र): इसमें वन्यजीवों की संरक्षण क्षेत्र, जंगली जीवन संरक्षण केंद्र, वन्यपशु अभयारण्य, और बाघ अभयारण्य जैसे स्थान शामिल होते हैं। यहाँ पर्यटकों को वन्यपशुओं की सुरक्षा और वन्यजीवों के साथ संवाद करने का अवसर मिलता है।
- LANDFORMS(प्राकृतिक दर्रे और नदी तट): इसमें प्राकृतिक दर्रे, पहाड़ी, नदी तट, झरने और नदी के किनारे स्थान शामिल होते हैं। यहाँ पर्यटकों को प्राकृतिक सौंदर्य, जल-संचार, और तटीय आकर्षण का आनंद मिलता है।

- अल्पसंख्यक स्थल (कम संख्या में): इसमें जलवायु नीलामी, हिमनद, बर्फ़ीले पर्वत, और रेगिस्तानी क्षेत्र जैसे स्थान शामिल होते हैं।

c) SYMBIOTIC TOURISM PRODUCT (सहजीवी पर्यटन उत्पाद)

संबंधीय पर्यटन उत्पाद वह पर्यटन आकर्षण होता है, जहां दो या अधिक पर्यटन क्षेत्रों के बीच संबंध और सहयोग होता है। इसमें दोनों स्थानों के पर्यटन का लाभ एक दूसरे के साथ साझा किया जाता है। संबंधीय पर्यटन उत्पाद एक से अधिक पर्यटन स्थलों को एक साथ बंधने, विकसित करने और प्रबंधित करने का एक माध्यम होता है। इससे पर्यटकों को विविधता, आकर्षण और अनुभवों का एक संयोजन मिलता है।

उदाहरण के तौर पर, यदि एक पर्यटन स्थल प्राकृतिक वनस्पति और वन्यजीवों का आधार है, तो संबंधीय पर्यटन उत्पाद उन वन्यजीवों के अध्ययन या जंगली सफारी को सम्मिलित कर सकता है। इस तरह से पर्यटकों को न केवल प्रकृति का आनंद मिलता है, बल्कि उन्हें जंगली जीवन के बारे में भी ज्ञान प्राप्त होता है। इस प्रकार, संबंधीय पर्यटन उत्पाद पर्यटन क्षेत्रों को एक दूसरे के साथ जोड़ता है और पर्यटकों को अनुभवों का विस्तार करने का अवसर देता है।

इसके कुछ उदाहरण हैं जैसे : जंगली प्राणियों का एक बगीचा, जल पार्क, प्राकृतिक उद्यान इत्यादि।

d) (EVENT BASED TOURISM PRODUCT) घटना आधारित पर्यटन उत्पाद

घटना आधारित (आयोजन-आधारित) पर्यटन उत्पाद- एक प्रकार का पर्यटन आकर्षण होता है। जो किसी विशेष आयोजन के आधार पर विकसित होता है। इसमें पर्यटकों को किसी स्पष्ट आयोजन का भागीदार बनने का मौका मिलता है। इस प्रकार के पर्यटन उत्पाद में किसी खास कार्यक्रम, समारोह, मेला, महोत्सव, संगठनात्मक या राष्ट्रीय समारोह आदि के आयोजनों को सम्मिलित किया जाता है।

उदाहरण के तौर पर, किसी शहर में आयोजित हो रहे कार्यक्रम जैसे- विशेष संगठनात्मक सभा, खेल महोत्सव, सांस्कृतिक मेला आदि को आयोजन-आधारित पर्यटन उत्पाद के रूप में विकसित किया जा सकता है। इसमें पर्यटकों को उस आयोजन का हिस्सा बनने और उसका आनंद लेने का अवसर मिलता है। उन्हें संगठनात्मक गतिविधियों, सांस्कृतिक प्रदर्शनों, खेल प्रतियोगिताओं और विभिन्न मनोरंजन कार्यक्रमों का अनुभव होता है। इस प्रकार, आयोजन-आधारित पर्यटन उत्पाद पर्यटन के दौरान आपूर्ति और मांग को पूरा करता है।

e) SITE BASED TOURISM PRODUCT(साइट-आधारित पर्यटन उत्पाद)- एक प्रकार का पर्यटन आकर्षण होता है जो किसी विशेष स्थान या साइट के आधार पर विकसित होता है। इसमें पर्यटकों को उस स्थान का दौरा करने और उसकी खूबसूरती, महत्त्व और ऐतिहासिक महत्व का आनंद लेने का मौका मिलता है। इस प्रकार के पर्यटन उत्पाद में ऐतिहासिक स्थल, प्राकृतिक पार्क, मनोहारी दृश्य, धार्मिक स्थल, सांस्कृतिक महाद्वीप आदि को सम्मिलित किया जाता है।

उदाहरण के तौर पर, ताजमहल, रेड फोर्ट, खजुराहो मंदिर, गोवा की बीच, राजस्थान के अजमेर किले आदि साइट-आधारित पर्यटन उत्पाद के उदाहरण हैं। इसमें पर्यटकों को उन स्थानों का दौरा करने और उनके स्थानीय ऐतिहासिक, सांस्कृतिक और प्राकृतिक महत्व को अनुभव करने का अवसर मिलता है। इन साइटों

की विशेषता, अनूठापन और महत्व पर्यटकों को आकर्षित करती है और इसके माध्यम से पर्यटन क्षेत्र का विकास और प्रचार-प्रसार होता है।

Q.12 निम्नलिखित पर टिप्पणियां करें

- a) खेल पर्यटन(SPORTS TOURISM)
- b) व्यापार पर्यटन(BUSINESS TOURISM)
- c) फूड पर्यटन(FOOD TOURISM)

ANS.12 a) खेल पर्यटन(SPORTS TOURISM)

खेल पर्यटन एक प्रकार का पर्यटन है जिसमें लोग खेल कार्यक्रमों और सामरिक इवेंट्स के लिए अन्य स्थानों पर यात्रा करते हैं। यह उन लोगों को खेल का आनंद लेने और उनके पसंदीदा खिलाड़ियों को देखने का मौका देता है। खेल पर्यटन के तहत लोग क्रिकेट मैच, फुटबॉल टूर्नामेंट, ओलंपिक खेल, टेनिस मुकाबले, गोल्फ टूर्नामेंट आदि के लिए दूसरे शहरों और देशों में यात्रा करते हैं। यह पर्यटकों को उनकी पसंदीदा खेल का अनुभव करने और खेल समुदाय के साथ एकांत बिताने का अवसर प्रदान करता है। इसके साथ ही, खेल पर्यटन ने भी पर्यटन क्षेत्र के विकास और अर्थव्यवस्था को सशक्त किया है।

b) व्यापार पर्यटन(BUSINESS TOURISM)

व्यापारिक पर्यटन एक प्रकार का पर्यटन है जहां लोग व्यापार, व्यापारी सम्मेलन, उद्योग मेला और व्यापार संबंधित आयोजनों के लिए अन्य स्थानों पर यात्रा करते हैं। इसमें व्यापारी, उद्योगपति, अधिकारी और पेशेवर लोग शामिल होते हैं। व्यापारिक पर्यटन में लोग विभिन्न व्यापारिक कार्यक्रमों में शामिल होकर व्यापारिक संपर्कों बनाते हैं, नए ग्राहकों को प्राप्त करते हैं और व्यापारिक मामलों पर चर्चा करते हैं।

व्यापारिक पर्यटन अपने महत्वपूर्ण योगदान से न केवल व्यापार को बढ़ावा देता है, बल्कि यह भी पर्यटन क्षेत्र की आर्थिक विकास को संभावित करता है। यह उद्योगों को आर्थिक वृद्धि, रोजगार सृजन और व्यापारिक संबंधों में सहायता प्रदान करता है। इसके साथ ही, व्यापारिक पर्यटन भी अंतरराष्ट्रीय संबंधों को मजबूत करता है और विभिन्न देशों के बीच व्यापार सहयोग को बढ़ावा देता है।

c) खाद्य पर्यटन(FOOD TOURISM) खाद्य पर्यटन एक प्रकार का पर्यटन है, जहां लोग विभिन्न स्थानों पर खाद्य संबंधित अनुभवों के लिए यात्रा करते हैं। इसमें खाद्य की स्थानीयता, विशेषता और संप्रदायिकता का अनुभव किया जाता है। खाद्य पर्यटन के दौरान, पर्यटकों को स्थानीय(LOCAL) खाद्य पदार्थों, स्थानिक विशेषताओं और स्वादों का आनंद लेने का मौका मिलता है।

यह खाद्य पर्यटन क्षेत्र की स्थानीय खाद्य सामग्री, रसोईघर, रेस्टोरेंट, फूड फेस्टिवल, स्थानिक बाजार आदि को बढ़ावा देता है। यह खाद्य पर्यटन स्थान के स्थानीय आराम खाद्य स्थलों के रूप में विकसित हो सकता है, जहां पर्यटक विशेष खाद्य संप्रदाय, विशेष व्यंजन और स्थानिक विशेषताओं का आनंद ले सकते हैं।

खाद्य पर्यटन अपने माध्यम से पर्यटन क्षेत्र की प्रभावशीलता और आकर्षण को बढ़ाता है। यह पर्यटकों को खाद्य संबंधित अनुभवों के माध्यम से स्थानीय संस्कृति, रसोईप्रथा और समाजीयता का अनुभव देता है।

Q.13 किसी गंतव्य(DESTINATION) पर पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए जलवायु के महत्व के बारे में लिखें।

ANS.12 किसी गंतव्य स्थल पर पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए जलवायु का महत्व बहुत होता है। जलवायु एक महत्वपूर्ण पर्यावरणीय अंक है, जो यात्रियों को उस स्थान की सुंदरता, मौसम और मौसमी गतिविधियों का अनुभव करने का मौका देता है।

जलवायु एक गंतव्य स्थल के रूप में पर्यटकों को विभिन्न तत्वों के बारे में जागरूक करती है, जैसे कि मौसम, मौसमी नजारे, स्वास्थ्य प्रभाव, खाद्य और स्नान के आदान-प्रदान का अनुभव। यह उन्हें स्थानीय जीवन शैली, प्राकृतिक सुंदरता और जीवनशैली से परिचित कराता है। जलवायु गंतव्य के रूप में विकसित किए गए पर्यटन उत्पाद जैसे- बीच, बर्फ़ीले पहाड़, पर्वतीय स्थान, नदी घाट, बाग-बगीचा, जंगली क्षेत्र आदि पर्यटकों को मग्न करते हैं। इन स्थानों का मौसम, जल संयोजन, वनस्पति, जानवर, पक्षी, बारिश आदि पर्यटकों के लिए आकर्षक होते हैं, और इसके माध्यम से उन्हें आनंदप्राप्ति का अनुभव मिलता है।

Q.14 निम्नलिखित पर्यटन उत्पादों को उनके लाभ व उद्देश्य के साथ मिलान करें।

a)MEDICAL TOURISM(मेडिकल पर्यटन)	i) इस प्रकार का पर्यटन प्राकृतिक वातावरण की खोज, संरक्षण को बढ़ावा देने और स्थाई समुदायों का समर्थन करने पर केंद्रित होता है।
b)CULTURAL TOURISM(सांस्कृतिक पर्यटन)	ii) इस प्रकार का पर्यटन विभिन्न संस्कृतियों के रीति रिवाज परंपराओं इतिहास और कला का अनुभव कराता है।
c)ADVENTURE TOURISM(एडवेंचर पर्यटन)	iii) इस प्रकार का पर्यटन चिकित्सा उपचार या स्वास्थ्य सेवाओं के साथ संयोजक किया जाता है।
d)ENVIRONMENTAL TOURISM(पर्यावरणीय पर्यटन)	iv) इस प्रकार का पर्यटन प्राकृतिक संसाधनों के उपयोग, संरक्षण और स्थानीय समुदायों को लाभ पहुंचाता है।

ANS.14 a)---iii) b)---ii) c)---iv) d)---i)

INTRODUCTION TO TOURISM
SUBJECT CODE: 406

Max. Time: 2 Hours

Max.

Marks: 50

General Instructions:

सामान्य निर्देश:

1. Please read the instructions carefully.
1. कृपया निर्देशों को ध्यान से पढ़ें।
2. This Question Paper consists of **21 questions** in two sections: Section A & Section B.
2. इस प्रश्न पत्र में दो खंडों में **21 प्रश्न** हैं: खंड A & खंड B।
3. Section A has Objective type questions whereas Section B contains Subjective type questions.
3. सेक्शन A में ऑब्जेक्टिव टाइप प्रश्न हैं जबकि सेक्शन B में सब्जेक्टिव टाइप प्रश्न हैं।
4. Out of the given (5 + 16 =) 21 questions, a candidate has to answer (5 + 10 =) 15 questions in the allotted (maximum) time of 2 hours.
4. दिए गए (5 + 16 =) 21 प्रश्नों में से, एक उम्मीदवार को 2 घंटे के आवंटित (अधिकतम) समय में (5 + 10 =) 15 प्रश्नों के उत्तर देने होंगे।
5. All questions of a particular section must be attempted in the correct order.
5. किसी विशेष खंड के सभी प्रश्नों का सही क्रम में होना जरूरी है।
6. SECTION A - OBJECTIVE TYPE QUESTIONS (24 MARKS):
6. खंड A - OBJECTIVE TYPE प्रश्न (24 अंक):
 - i. This section has 05 questions.
i. इस खंड में 05 प्रश्न हैं।
 - ii. Marks allotted are mentioned against each question/part.
ii. आवंटित किए गए मार्क्स प्रत्येक प्रश्न / भाग के साथ में उल्लिखित हैं।
 - iii. There is no negative marking.
iii. कोई नकारात्मक अंकन नहीं है।
 - iv. Do as per the instructions given.
iv. दिए गए निर्देशों के अनुसार करें।
7. SECTION B – SUBJECTIVE TYPE QUESTIONS (26 MARKS):
7. खंड B - SUBJECTIVE TYPE के प्रश्न (26 अंक):
 - i. This section has 16 questions.
i इस खंड में 16 प्रश्न हैं।
 - ii. A candidate has to do 10 questions.

- ii एक उम्मीदवार को 10 प्रश्न करने है।
- iii. Do as per the instructions given.
- iii दिए गए निर्देशों के अनुसार करें।
- iv. Marks allotted are mentioned against each question/part.
- iv. आवंटित किए गए मार्क्स प्रत्येक प्रश्न / भाग के साथ उल्लिखित हैं।

SECTION A: OBJECTIVE TYPE QUESTIONS

Q. 1 Answer any 4 out of the given 6 questions on Employability Skills (1 x 4 = 4 marks)

Q. 1 एम्प्लॉयबिलिटी स्किल्स पर दिए गए 6 प्रश्नों में से किसी भी 4 का उत्तर दें (1 x 4 = 4 अंक)

<p>i. Which of the following is not a part of Body Language?</p> <p>(a) Facial expressions</p> <p>(b) The use of space</p> <p>(c) Clarity of speech</p> <p>(d) Gestures</p> <p>ii. Which of the following is not an origin of stress causal agents?</p> <p>(a) Physical</p> <p>(b) Mental</p> <p>(c) Financial</p> <p>(d) Spiritual</p> <p>iii. Which of these is not a very effective stress management technique?</p> <p>(a) Time management</p> <p>(b) Physical Exercise</p> <p>(c) Over eating</p> <p>(d) Positivity</p> <p>iv. Which one of the following shortcut keys is used to cut a file?</p>	<p>i. निम्नलिखित में से कौन बॉडी लैंग्वेज का हिस्सा नहीं है?</p> <p>(a) चेहरे के भाव</p> <p>(b) भौगोलिक जगह का उपयोग</p> <p>(c) भाषण की स्पष्टता</p> <p>(d) इशारे</p> <p>ii. निम्न में से कौन सा तनाव कारक एजेंटों की उत्पत्ति का नहीं है?</p> <p>(a) शारीरिक</p> <p>(b) मानसिक</p> <p>(c) वित्तीय</p> <p>(d) आध्यात्मिक</p> <p>iii. इनमें से कौन प्रभावी तनाव प्रबंधन तकनीक नहीं है?</p> <p>(a) समय प्रबंधन</p> <p>(b) शारीरिक व्यायाम</p> <p>(c) ओवर ईटिंग</p> <p>(d) सकारात्मकता</p> <p>iv. किसी फ़ाइल को काटने के लिए निम्नलिखित में से किस शॉर्टकट Key का उपयोग किया जाता है?</p>
--	---

<p>(a) Ctrl + c (b) Ctrl + p (c) Ctrl + v (d) Ctrl + x</p> <p>v. Which of the following does not come under self employment? (a) Cooking in a restaurant (b) Owning a clothing business (c) Having a dosa selling stall (d) Running a home bakery</p> <p>vi .How many sustainable development goals are given by the United Nations? (a) 18 (b) 17 (c) 15 (d) 20</p>	<p>(a) Ctrl + c (b) Ctrl + p (c) Ctrl + v (d) Ctrl + x</p> <p>v. निम्नलिखित में से कौन सा स्वरोजगार के अंतर्गत नहीं आता है? (a) किसी रेस्तरां में खाना बनाना (b) कपड़ों का व्यवसाय करना (c) स्टॉल बेचने वाले डोसा का होना (d) घर की बेकरी चलाना</p> <p>vi संयुक्त राष्ट्र द्वारा कितने सतत विकास लक्ष्य दिए गए हैं? (a) 18 (b) 17 (c) 15 (d) 20</p>
--	---

Q. 2 Answer any 5 out of the given 6 questions (1 x 5 = 5 marks)

Q.2 दिए गए 6 प्रश्नों में से किसी 5 का उत्तर दें (1 x 5 = 5 अंक)

<p>i. Personality in general terms means the unique set of (a) Habits (b) Qualities (c) Instructions (d) Rules</p> <p>ii.The word 'personality' has its roots in the Latin word</p>	<p>i . सामान्य शब्दों में व्यक्तित्व का अर्थ है अद्वितीय सेट (a) आदतें (b) गुण (c) निर्देश (d) नियम</p> <p>ii.The व्यक्तित्व 'शब्द की जड़ें लैटिन शब्द'</p>
--	--

<p>'persona' which means a _____</p> <p>(a) Habit</p> <p>(b) Behaviour</p> <p>(c) Mask</p> <p>(d) Attitude</p> <p>iii. A study of Harvard University also says that the main driving force to get a good job in _____ percent cases is an attitude and the remaining percent is technical know-how.</p> <p>(a) 85</p> <p>(b) 75</p> <p>(c) 90</p> <p>(d) 65</p> <p>iv . Which one of the following strategies does not help us in having a positive work attitude?</p> <p>(a) Communicate</p> <p>(b) Make work-life a priority</p> <p>(c) Turn Unexpected Changes into Opportunity</p> <p>(d) Maintain a Sense of Humor</p> <p>v. In Tourism Industry a well-developed personality and high social attractiveness are more imperative and demanded than any other skill set.</p> <p>(a) True</p> <p>(b) False</p> <p>vi. The people serving in the tourism industry should not have</p> <p>(a) Professional Body Language</p> <p>(b) Overconfident and loud personality</p>	<p>व्यक्तित्व 'में हैं, जिसका अर्थ है _____</p> <p>(a) आदतें</p> <p>(b) व्यवहार</p> <p>(c) मुखौटा</p> <p>(d) मनोवृत्ति</p> <p>iii. हार्वर्ड विश्वविद्यालय के एक अध्ययन में यह भी कहा गया है कि _____ प्रतिशत मामलों में अच्छी नौकरी पाने के लिए मुख्य की बल एक दृष्टिकोण होता है और शेष प्रतिशत तकनीकी जानकारी होती है।</p> <p>(a) 85</p> <p>(b) 75</p> <p>(c) 90</p> <p>(d) 65</p> <p>iv . निम्नलिखित में से कौन सी रणनीति सकारात्मक कार्य रवैया रखने में हमारी मदद नहीं करती है?</p> <p>(a) संवाद करना</p> <p>(b) कार्य-जीवन को प्राथमिकता देना</p> <p>(c) अप्रत्याशित परिवर्तन को अवसर में बदलना</p> <p>(d) सेंस ऑफ ह्यूमर बनाए रखना</p> <p>v . पर्यटन उद्योग में एक अच्छी तरह से विकसित व्यक्तित्व और उच्च सामाजिक आकर्षण किसी भी अन्य कौशल सेट की तुलना में अधिक अनिवार्य और मांग है।</p> <p>(a) सच्च</p> <p>(b) झूठ</p>
--	---

<p>(c) Social Etiquettes & Telephonic Etiquettes</p> <p>(d) Positive Attitude towards work</p>	<p>vi. पर्यटन उद्योग में सेवारत लोगों के पास नहीं होना चाहिए</p> <p>(a) पेशेवर शारीरिक भाषा</p> <p>(b) अति आत्मविश्वास और तेज़ व्यक्तित्व</p> <p>(c) सामाजिक शिष्टाचार और टेलीफ़ोनिक शिष्टाचार</p> <p>(d) कार्य के प्रति सकारात्मक दृष्टिकोण</p>
--	---

Q. 3 Answer any 5 out of the given 6 questions (1 x 5 = 5 marks)

Q.3 दिए गए 6 प्रश्नों में से 5 का उत्तर दें (1 x 5 = 5 अंक)

<p>i. Which of the following countries has not accumulated a big deal of their social and economic welfare on profits from tourism?</p> <p>(a) Switzerland</p> <p>(b) France</p> <p>(c) Africa</p> <p>(d) Austria</p> <p>ii. Tourism contributes _____% to the national GDP</p> <p>(a) 6.23</p> <p>(b) 6.32</p> <p>(c) 8.78</p> <p>(d) 8.87</p> <p>iii. 'Athithi Devo Bhava' means</p> <p>(a) Hosts are like God</p> <p>(b) Guests are like God</p> <p>(c) Hosts are Godmen</p> <p>(d) Guests are Godmen</p>	<p>i. निम्नलिखित देशों में से किसने पर्यटन से होने वाले मुनाफे पर अपने सामाजिक और आर्थिक कल्याण का बड़ा हिस्सा जमा नहीं किया है?</p> <p>(a) स्विट्जरलैंड</p> <p>(b) फ्रांस</p> <p>(c) अफ्रीका</p> <p>(d) ऑस्ट्रिया</p> <p>ii. पर्यटन राष्ट्रीय सकल घरेलू उत्पाद में _____ योगदान देता है</p> <p>(a) 6.23%</p> <p>(b) 6.32</p> <p>(c) 8.78</p> <p>(d) 8.87</p> <p>iii. 'अथिथि देवो भव' का अर्थ है</p> <p>(a) मेजबान भगवान की तरह हैं</p> <p>(b) मेहमान भगवान की तरह होते हैं</p> <p>(c) मेजबान देवता हैं</p>
---	--

<p>iv. Ms. Neha an Indian is visiting Paris with her friends to celebrate the New Year. She is India's</p> <p>(a) Escorted tourist (b) Domestic tourist (c) Inbound tourist (d) Outbound tourist</p> <p>v. The Ministry of Tourism functions as the nodal agency for the development of tourism in the country.</p> <p>(a) True (b) False</p> <p>vi. The Headquarters of UNWTO is in</p> <p>(a) Madrid (b) Paris (c) New York (d) Hong Kong</p>	<p>(d) अतिथि देवता होते हैं</p> <p>iv. सुश्री नेहा एक भारतीय नववर्ष मनाने के लिए अपने दोस्तों के साथ पेरिस जा रही हैं। वह भारत की _____ है</p> <p>(a) एस्कॉर्टेड पर्यटक (b) घरेलू पर्यटक (c) भीतर का पर्यटक (d) बाहरी पर्यटक</p> <p>v. पर्यटन मंत्रालय देश में पर्यटन के विकास के लिए नोडल एजेंसी के रूप में कार्य करता है।</p> <p>(a) सही (b) गलत</p> <p>vi. UNWTO का मुख्यालय में है</p> <p>(a) मैड्रिड (b) पेरिस (c) न्यूयॉर्क (d) हांगकांग</p>
--	--

Q. 4 Answer any 5 out of the given 6 questions (1 x 5 = 5 marks)

Q. 4 दिए गए 6 प्रश्नों में से किसी भी 5 का उत्तर दें (1 x 5 = 5 अंक)

<p>i. EMT stands for</p> <p>(a) Early Meal Time</p> <p>(b) Expected Morning Time</p> <p>(c) Expected Meantime</p> <p>(d) Early Morning tea</p> <p>ii. Mr. Gupta wants to book a room which is on the terrace/top floor of the hotel, part of which is open to the sky. Which of the following type of room shall he book?</p> <p>(a) Cabana Room</p> <p>(b) Lanai Room</p> <p>(c) Pent House</p> <p>(d) Suite</p> <p>iii. An outdoor room with an open-air patio preferably with hanging garden or garden view is called a</p> <p>(a) Cabana Room</p> <p>(b) Lanai Room</p> <p>(c) Pent House</p> <p>(d) Suite</p> <p>iv. Which of the following is not a part of travel documentation?</p> <p>(a) Travel insurance</p> <p>(b) Visa</p> <p>(c) Passport</p> <p>(d) Foreign exchange</p>	<p>i. EMT का अर्थ है</p> <p>(a) प्रारंभिक भोजन समय</p> <p>(b) अपेक्षित सुबह का समय</p> <p>(c) इस बीच की उम्मीद है</p> <p>(d) अर्ली मॉर्निंग टी</p> <p>ii. श्री गुप्ता एक कमरा बुक करना चाहते हैं, जो होटल की छत / ऊपरी मंजिल पर है, जिसका एक हिस्सा आकाश के लिए खुला है। वह किस प्रकार के कमरे की बुकिंग करेगा?</p> <p>(a) कबाना कमरा</p> <p>(b) लानई रूम</p> <p>(c) पेंट हाउस</p> <p>(d) सुइट</p> <p>iii. एक खुली हवा के आँगन के साथ एक बाहरी कमरा जो लटकते हुए बगीचे या बगीचे के दृश्य के साथ अधिमानतः _____ कहा जाता है</p> <p>(a) कबाना कमरा</p> <p>(b) लानई रूम</p> <p>(c) पेंट हाउस</p> <p>(d) सुइट</p> <p>iv. निम्नलिखित में से कौन यात्रा प्रलेखन का हिस्सा नहीं है?</p> <p>(ए) यात्रा बीमा</p> <p>(b) वीज़ा</p> <p>(c) पासपोर्ट</p> <p>(d) विदेशी मुद्रा</p>
---	---

<p>v. A room with a double bed for two people is known as</p> <p>(a) Single room</p> <p>(b) Double room</p> <p>(c) Twin room</p> <p>(d) Family room</p> <p>vi. The travel by guest from the airport or railway station to the hotel and vice a versa is known as</p> <p>(a) Transfer</p> <p>(b) Movement</p> <p>(c) Check-In</p> <p>(d) Walk-In</p>	<p>v. दो लोगों के लिए एक डबल बेड वाले कमरे के _____ रूप में जाना जाता है</p> <p>(a) एकल कमरा</p> <p>(b) डबल कमरा</p> <p>(c) ट्विन कमरा</p> <p>(d) पारिवारिक कमरा</p> <p>vi. हवाई अड्डे या रेलवे स्टेशन से होटल और इसके विपरीत जाने वाले अतिथि द्वारा यात्रा के _____ रूप में जाना जाता है</p> <p>(a) हस्तांतरण</p> <p>(b) आंदोलन</p> <p>(c) चेक-इन</p> <p>(d) वॉक-इन</p>
---	--

Q. 5 Answer any 5 out of the given 6 questions (1 x 5 = 5 marks)

Q.5 दिए गए 6 प्रश्नों में से 5 का उत्तर दें (1 x 5 = 5 अंक)

<p>i. Which one of the following is not a Symbiotic Tourism Product?</p> <p>(a) Wildlife Sanctuaries</p> <p>(b) National Parks</p> <p>(c) Marine Parks</p> <p>(d) Amusement Parks</p> <p>ii. Which one of the following is not a Natural Tourism Product?</p> <p>(a) Wildlife</p> <p>(b) Flora & Fauna</p> <p>(c) Folklore</p> <p>(d) Climate</p>	<p>i. निम्नलिखित में से कौन सा एक सहजीवी पर्यटन उत्पाद नहीं है?</p> <p>(a) वन्यजीव अभयारण्य</p> <p>(b) राष्ट्रीय उद्यान</p> <p>(c) समुद्री पार्क</p> <p>(d) मनोरंजन पार्क</p> <p>ii. निम्नलिखित में से कौन सा एक प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद नहीं है?</p> <p>(a) वन्यजीव</p> <p>(b) फ्लोरा और फॉना</p> <p>(c) लोकगीत</p> <p>(d) जलवायु</p>
---	--

<p>iii. What comprises the Desert Triangle of India?</p> <p>(a) Jodhpur-Jaisalmer-Bikaner</p> <p>(b) Jaipur-Agra-Delhi</p> <p>(c) Bhubaneshwar-Puri-Konark</p> <p>(d) Jaipur-Udaipur-Bikaner</p> <p>iv. Which of the following is a Fair/Festival that is celebrated in Rajasthan?</p> <p>(a) Pushkar Fair</p> <p>(b) Desert Festival</p> <p>(c) Suraj Kund Craft Mela</p> <p>(d) Holi of Barsana</p> <p>v. Which of the following is a classical dance of Uttar Pradesh?</p> <p>(a) Kathak</p> <p>(b) Mohiniattam</p> <p>(c) Kuchipudi</p> <p>(d) Kathakali</p> <p>vi. Activities like canoeing, sailing, wind surfing etc. are Freshwater-based recreational activities.</p> <p>(a) True</p> <p>(b) False</p>	<p>iii. भारत के रेगिस्तान त्रिभुज में क्या शामिल है?</p> <p>(a) जोधपुर-जैसलमेर-बीकानेर</p> <p>(b) जयपुर-आगरा-दिल्ली</p> <p>(c) भुवनेश्वर-पुरी-कोणार्क</p> <p>(d) जयपुर-उदयपुर-बीकानेर</p> <p>iv. निम्नलिखित में से कौन सा एक मेला / महोत्सव है जो राजस्थान में मनाया जाता है?</p> <p>(a) पुष्कर मेला</p> <p>(b) डेजर्ट फेस्टिवल</p> <p>(c) सूरज कुंड शिल्प मेला</p> <p>(d) बरसाना की होली</p> <p>v. उत्तर प्रदेश का निम्नलिखित में से कौन सा शास्त्रीय नृत्य है?</p> <p>(a) कथक</p> <p>(b) मोहिनीअट्टम</p> <p>(c) कुचिपुड़ी</p> <p>(d) कथकली</p> <p>vi. कैनोइंग, सेलिंग, विंड सर्फिंग आदि गतिविधियाँ मीठे पानी पर आधारित मनोरंजक गतिविधियाँ हैं।</p> <p>(a) सही</p> <p>(b) गलत</p>
---	--

SECTION B: SUBJECTIVE TYPE QUESTIONS

Answer any 3 out of the given 5 questions on Employability Skills (2 x 3 = 6 marks) Answer each question in 20 – 30 words.

एम्प्लॉयबिलिटी स्किल्स पर दिए गए 5 प्रश्नों में से किसी भी 3 का उत्तर दें) प्रत्येक प्रश्न का उत्तर 20 - 30 शब्दों में दें (2 x 3 = 6)अंक

Q.6 Enlist any four advantages of Written Communication?

Ans. 1) A Permanent Record

2) Meticulous Presentation

3) Easy Circulation

4) Suitable for Statistical Data

5) Promotes Goodwill

(*Any four.)

Q.7 How does one ensure effective Time- Management?

Ans. 1) Avoid delay or postponing any planned activity

2) Organise your room and school desk

3) Develop a 'NO DISTURBANCE ZONE', where you can sit and complete important tasks

4) Use waiting time productively

5) Prepare a 'To-do' list

6) Prioritise

7) Replace useless activities with productive activities *Any four.

Q.8 What all must come under a weekly schedule for maintenance to keep the computer running in perfect condition for a long time?

Ans. 1) Clean your keyboard

Q.6 लिखित संचार के किसी भी चार फायदे सूचीबद्ध करें?

उत्तर:. 1) एक स्थायी रिकॉर्ड

2) शानदार प्रस्तुति

3) आसान परिसंचरण

4) सांख्यिकीय डेटा के लिए उपयुक्त

5) सद्भावना को बढ़ावा देता है

(* कोई चार)

Q.7 एक व्यक्ति प्रभावी समय- प्रबंधन कैसे सुनिश्चित करता है?

उत्तर:. 1) किसी भी नियोजित गतिविधि में देरी या स्थगित करने से बचें

2) अपने कमरे और स्कूल डेस्क को व्यवस्थित करें

3) NO DISTURBANCE ZONE 'विकसित करें, जहां आप बैठकर महत्वपूर्ण कार्यों को पूरा कर सकते हैं

4) प्रतीक्षा समय का उपयोग उत्पादक रूप से करें

5) एक 'टू-डू' सूची तैयार करें

6) प्राथमिकता दें

7) बेकार गतिविधियों को उत्पादक गतिविधियों से बदलें

* कोई चार।

Q.8 कंप्यूटर को लंबे समय तक सही स्थिति में रखने के लिए

<p>2) Clean your monitor</p> <p>3) Dust CPU and printer</p> <p>4) Backup your data to an external drive</p> <p>Q.9 What are the positive impacts of Entrepreneurship on society?</p> <p>Ans. 1) Accentuates economic Growth</p> <p>2) Fosters Creativity</p> <p>3) Stimulates Innovation and Efficiency</p> <p>4) Creates Jobs and Employment Opportunities</p> <p>5) Solves the problems of the society</p> <p>6) Encourages welfare of the society</p> <p>* Any four 2</p> <p>Q.10 What is Sustainable Development?</p> <p>Ans. Sustainable development is the development that satisfies the needs of the present without compromising the capacity of future generations, guaranteeing the balance between economic growth, care for the environment and social wellbeing</p>	<p>रखरखाव के लिए साप्ताहिक कार्यक्रम के तहत सभी को क्या करना चाहिए?</p> <p>उत्तर.: 1) अपना कीबोर्ड साफ करें</p> <p>2) अपने मॉनिटर को साफ करें</p> <p>3) धूल सीपीयू और प्रिंटर</p> <p>4) अपने डेटा को बाहरी ड्राइव पर बैकअप दें</p> <p>Q.9 समाज पर उद्यमिता के सकारात्मक प्रभाव क्या हैं?</p> <p>उत्तर.: 1) आर्थिक विकास को गति देता है</p> <p>2) रचनात्मकता को बढ़ावा देता है</p> <p>3) नवाचार और दक्षता को बढ़ावा देता है</p> <p>4) रोजगार और रोजगार के अवसर पैदा करता है</p> <p>5) समाज की समस्याओं को हल करता है</p> <p>6) समाज के कल्याण को प्रोत्साहित करता है</p> <p>* कोई चार</p> <p>Q.10 सतत विकास क्या है?</p> <p>Ans. सतत विकास वह विकास है जो भविष्य की पीढ़ियों की क्षमता से समझौता किए बिना वर्तमान की जरूरतों को संतुष्ट करता है, आर्थिक विकास, पर्यावरण की देखभाल और सामाजिक भलाई के बीच संतुलन की गारंटी देता है।</p>
--	---

Answer any 4 out of the given 6 questions in 20 – 30 words each (2 x 4 = 8 marks)

दिए गए 6 प्रश्नों में से किसी भी 4 का 20 - 30 शब्दों में प्रत्येक उत्तर दें (2 x 4 = 8 अंक)

Q.11 What do you understand by VISA?

Ans. **Visa is the permission given by a nation to enter its territory to a traveler. The most popular visa sought by travelers is the tourist and business. To enter any country other than one's, one must have a visa from a foreign country.**

Q.12 Define Personality Development?

Ans. **Personality development is a cautious and continuous effort of individuals to inculcate attributes like positive attitude, etiquettes and positive body language in their personality**

Q.13 Explain the socio-cultural impacts of tourism.

Ans.

Positive impacts	Negative impacts
<ul style="list-style-type: none"> ☐ Improves quality of life ☐ Positive changes in values and customs ☐ Promotes cultural exchange ☐ Improves understanding of different communities (any 2) 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Excessive drinking, alcoholism, gambling ☐ Language and cultural effects ☐ Unwanted lifestyle changes ☐ Family disruption (any 2)

Q.14 What is a Penthouse?

Ans. A set of rooms on the terrace or top of the hotel,

Q.11 आप VISA द्वारा क्या समझते हैं?

उत्तर: वीजा एक राष्ट्र द्वारा एक यात्री को अपने क्षेत्र में प्रवेश करने की अनुमति है। यात्रियों द्वारा सबसे लोकप्रिय वीजा पर्यटक और व्यवसाय है। एक के अलावा किसी भी देश में प्रवेश करने के लिए, किसी के पास विदेशी देश का वीजा होना चाहिए।

Q. 12 व्यक्तित्व को परिभाषित करें?

उत्तर: व्यक्तित्व विकास व्यक्तियों का एक सतर्क और निरंतर प्रयास है जो उनके व्यक्तित्व में सकारात्मक दृष्टिकोण, शिष्टाचार और सकारात्मक शरीर की भाषा जैसी विशेषताओं को शामिल करते हैं

Q. 13 पर्यटन के सामाजिक-सांस्कृतिक प्रभावों की व्याख्या करें।

उत्तर:

सकारात्मक प्रभाव	नकारात्मक प्रभाव
<ul style="list-style-type: none"> ● जीवन की गुणवत्ता ● मूल्यों और रीति-रिवाजों में सकारात्मक परिवर्तन ● सांस्कृतिक आदान-प्रदान को बढ़ावा देता है ● विभिन्न समुदायों की समझ को बढ़ावा देना (कोई भी 2) 	<ul style="list-style-type: none"> ● अत्यधिक शराब पीना, ● भाषा और स ● प्रभाव ● अवांछित जी ● बदलाव ● पारिवारिक

Q. 14 एक पेंटहाउस क्या है?

उत्तर: छत पर या होटल के ऊपर कमरों का एक सेट, जिसका एक हिस्सा आकाश के लिए खुला हो उसे पेंटहाउस कहते हैं।

Q. 15 यात्रा बीमा क्यों महत्वपूर्ण है?

part of which is open to the sky

Q.15 Why is travel insurance important?

Ans. **Travel insurance is one such insurance that provides risk cover to both international and domestic traveller against medical expenses, trip cancellation, accident, loss of baggage or any other losses incurred during the travel.**

Thus, travel insurance ensures that a tourist is provided some financial help in the case of any untoward incidence.

Q.16 State any two negative impacts of tourism on environment.

Ans. **Negative impacts**

▢ **Pollution (air, water, noise, solid waste, and visual)**

▢ **Destruction of flora and fauna (including collection of plants, animals, rocks, coral, or artifacts by or for tourists)**

▢ **Degradation of landscape, historic sites, and monuments**

▢ **Water shortages**

(Any 2)

उत्तर: यात्रा बीमा एक ऐसा बीमा है जो अंतरराष्ट्रीय और घरेलू यात्री को चिकित्सा खर्च, यात्रा रद्द करने, दुर्घटना, सामान की हानि या यात्रा के दौरान होने वाले किसी अन्य नुकसान के खिलाफ जोखिम कवर प्रदान करता है।

इस प्रकार, यात्रा बीमा सुनिश्चित करता है कि किसी भी अप्रिय घटना के मामले में एक पर्यटक को कुछ वित्तीय सहायता प्रदान की जाती है।

Q.16 पर्यावरण पर पर्यटन के किसी भी दो नकारात्मक प्रभावों को बताएं।

उत्तर: **नकारात्मक प्रभाव**

- **प्रदूषण (हवा, पानी, शोर, ठोस अपशिष्ट और दृश्य)**
- **वनस्पतियों और जीवों का विनाश (जिसमें पौधों, जानवरों, चट्टानों, प्रवाल या कलाकृतियों का संग्रह या पर्यटकों के लिए)**
- **परिदृश्य, ऐतिहासिक स्थलों और स्मारकों का उन्नयन,**
- **पानी की कमी**

(कोई भी 2)

Answer any 3 out of the given 5 questions in 50- 80 words each (4 x 3 = 12 marks)

दिए गए 5 प्रश्नों में से किसी भी 3 का 50- 80 शब्दों में से प्रत्येक में उत्तर दें (4 x 3 = 12 अंक)

Q.17 What is the significance of passport and visa in International travel?

Ans. **A tourist looking forward to travelling abroad must have a passport from the country of origin. Passport is an official document issued by the government of a country to its citizens as a proof that one is a resident of the country.**

Similarly, to enter any country other than one's own, one must have a VISA from the foreign country. VISA is the permission given by a nation to enter its territory to a traveller. The most popular VISA sought by the travellers are the tourist and business

Q.18 How customs and traditions of a country can be tourism products? Explain with examples.

Ans. **Custom (also called a tradition) is anything which lots of people do, and have done for a long time. A custom is more about practices, while culture is more about ideas or a group of customs.**

The native life and customs of people is an attraction because every part of the worlds has its own set of lifestyle in form of rituals, daily practices, food, religious beliefs etc. They are very good example of Tourism product and people curiosity to know Custom and Traditions make them to Experience them.

Example- Indian wedding, rituals performed in Indian temples etc. attracts tourists.

Q.19 How do "heredity" and "experiences through life"

Q.17 अंतर्राष्ट्रीय यात्रा में पासपोर्ट और वीजा का क्या महत्व है?

उत्तर: एक पर्यटक जो विदेश यात्रा करना चाहता है, उसके पास मूल देश का पासपोर्ट होना चाहिए। पासपोर्ट एक देश के सरकार द्वारा अपने नागरिकों को एक आधिकारिक दस्तावेज जारी किया जाता है, जो इस बात का प्रमाण है कि वह देश का निवासी है।

इसी तरह, अपने देश के अलावा किसी भी देश में प्रवेश करने के लिए, किसी के पास किसी विदेशी देश का VISA होना चाहिए। VISA किसी राष्ट्र द्वारा किसी यात्री को उसके क्षेत्र में प्रवेश करने की अनुमति है। यात्रियों द्वारा मांगी जाने वाली सबसे लोकप्रिय वीजा - पर्यटक और व्यवसाय हैं

Q.18 किसी देश के रिवाज़ और परंपराएँ पर्यटन उत्पाद कैसे हो सकते हैं? उदाहरण सहित स्पष्ट कीजिए।

उत्तर: रिवाज (जिसे एक परंपरा भी कहा जाता है) बहुत से लोग जो लंबे समय तक करते हैं, एक प्रथा प्रथाओं के बारे में अधिक है, जबकि संस्कृति विचारों या रीति-रिवाजों के समूह के बारे में अधिक है।

लोगों का मूल जीवन और रीति-रिवाज एक आकर्षण है क्योंकि दुनिया के हर हिस्से में अनुष्ठानों, दैनिक प्रथाओं, भोजन, धार्मिक विश्वासों आदि के रूप में जीवन शैली का अपना सेट है। वे पर्यटन उत्पाद और लोगों को जानने की जिज्ञासा का बहुत अच्छा उदाहरण हैं। और परंपराएँ उन्हें प्रयोग करने के लिए बनाती हैं।

उदाहरण- भारतीय विवाह, भारतीय मंदिरों में किए गए अनुष्ठान आदि पर्यटकों को आकर्षित करते हैं।

shape up the personality of an individual? Explain briefly.

Ans. Heredity is the passing on of physical or mental characteristics genetically from one generation to another. We inherit certain traits such as the colour of our eyes, the shape of our face and body from our father, grandfather and great grandfather. Where, Heredity forms our basic personality

Your personality might have kindness as a trait but repeated experience in your life where you felt cheated due to kindness can influence your this personality trait for future. Thus, certain personality characteristics are moulded by frequently occurring positive or negative experiences in life.

Q.20 What are STDC? Explain their objectives and role.

Ans. Role of STDC (State Tourism Development Corporations) are as follows

- 1. A pioneer to attribute the tourism development process.**
- 2. Generate Employment**
- 3. Facilitate travel of tourists.**
- 4. Contribute to state revenue.**

Objectives of STDC (State Tourism Development Corporations)

- 1. To establish, develop, promote, execute, operate, and otherwise carry on projects, schemes and other activities including running and maintenance of tourist vehicles to accelerate the development of tourism .**
- 2. Construct and maintain Tourism Information Bureau and centre outside the state within the country.**

Q.19 कैसे "आनुवंशिकता" और "जीवन के माध्यम से अनुभव" व्यक्ति के व्यक्तित्व को आकार देते हैं? संक्षेप में बताएं।

उत्तर: आनुवंशिकता शारीरिक या मानसिक विशेषताओं का आनुवंशिक रूप से एक पीढ़ी से दूसरी पीढ़ी में गुजरना है। हमें कुछ लक्षण हमारे पिता और दादा और महान दादाजी से मिलते हैं जैसे कि हमारी आंखों का रंग, हमारे चेहरे और शरीर का आकार। जहाँ आनुवंशिकता हमारे मूल व्यक्तित्व का निर्माण करती है

आपके व्यक्तित्व में एक लक्षण के रूप में दयालुता हो सकती है लेकिन आपके जीवन में बार-बार अनुभव जहां आप दया के कारण ठगा महसूस करते हैं, भविष्य के लिए इस व्यक्तित्व विशेषता को प्रभावित कर सकते हैं। इस प्रकार, कुछ व्यक्तित्व विशेषताओं को जीवन में सकारात्मक या नकारात्मक अनुभवों द्वारा अक्सर ढाला जाता है।

Q.20 STDC क्या है? उनके उद्देश्यों और भूमिका की व्याख्या करें।

उत्तर: एसटीडीसी (राज्य पर्यटन विकास निगम) की भूमिका इस प्रकार है

- 1. पर्यटन विकास प्रक्रिया को आगे बढ़ाने के लिए महत्वपूर्ण संघटन ।**
- 2. रोजगार पैदा करें।**
- 3. पर्यटकों की यात्रा की सुविधा।**
- 4. राज्य के राजस्व में योगदान करें।**

STDC के उद्देश्य (राज्य पर्यटन विकास निगम)

- 1. पर्यटन के विकास को गति देने के लिए पर्यटक वाहनों को चलाने और रखरखाव सहित परियोजनाओं, योजनाओं, और अन्य गतिविधियों को स्थापित करना, विकसित करना, बढ़ावा देना, संचालित करना।**
- 2. देश के भीतर राज्य के बाहर पर्यटन सूचना ब्यूरो और केंद्र का निर्माण और रखरखाव।**
- 3. पर्यटन को प्रचार देने के उद्देश्य से विभिन्न प्रकार की**

3. Publish and sell different types of materials for the purposes of giving publicity to tourism.

4. Construct, lease out, take on lease, run and maintain tourist bungalows, tourist's inns, youth hostels and cafeterias.

Q.21 Differentiate between man-made and natural tourism products with two examples of each.

Ans. **Natural Tourism Products are associated with natural environment .these includes natural resources such as area's climate ,its setting ,landscape and natural environment .The natural resources are frequently the most important elements in a destination's attraction.**

Major natural resources are :

- Countryside Climate
- Natural beauty, landforms ,hills, rocks ,gorges, terrain
- Water beaches ,lakes, ponds ,rivers, waterfalls, springs
- Flora and fauna Wildlife
- Island Scenic attraction

Man-made tourism products are created by man for pleasure, leisure or business. It can be culture, tradition, entertainment also. It can be categorised as:

- Monuments Museums
- Fairs and Festivals Music
- Dance Handicrafts

सामग्रियों को प्रकाशित और बेचना।

4. टूरिस्ट बंगले, टूरिस्ट सराय, यूथ हॉस्टल और कैफेटेरिया का निर्माण, लीज आउट, लीज पर लेना और चलाना।

Q. 21 मानव निर्मित और प्राकृतिक पर्यटन उत्पादों के बीच अंतर प्रत्येक के दो उदाहरणों के साथ।

उत्तर: प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद प्राकृतिक वातावरण से जुड़े होते हैं। जलवायु, परिदृश्य और प्राकृतिक पर्यावरण जैसे प्राकृतिक संसाधनों में शामिल हैं। गंतव्य के आकर्षण में प्राकृतिक संसाधन अक्सर सबसे महत्वपूर्ण तत्व होते हैं।

प्रमुख प्राकृतिक संसाधन हैं:

- ग्रामीण इलाका • जलवायु
- प्राकृतिक सुंदरता, भू-आकृतियाँ, पहाड़ियाँ, चट्टानें, घाटियाँ, भू-भाग
- पानी के तटों, झीलों, तालाबों, नदियों, झरनों, झरनों
- वनस्पतियां और पशु • वन्यजीव
- द्वीप • दर्शनीय आकर्षण

मानव निर्मित पर्यटन उत्पाद मनुष्य द्वारा आनंद, अवकाश या व्यवसाय के लिए बनाए जाते हैं। यह संस्कृति, परंपरा, मनोरंजन भी हो सकता है। इसे इस प्रकार वर्गीकृत किया जा सकता है:

- स्मारक • संग्रहालय
- मेले और त्यौहार • संगीत
- नृत्य • हस्तशिल्प

INTRODUCTION TO TOURISM-II (406)

Class X

Max. Time: 2 Hours

Max. Marks: 50

General Instructions:

1. Please read the instructions carefully.
2. This Question Paper consists of **21 questions** in two sections: Section A & Section B.
3. Section A has Objective type questions whereas Section B contains Subjective type questions.
4. **Out of the given (5 + 16 =) 21 questions, a candidate has to answer (5 + 10 =) 15 questions in the allotted (maximum) time of 2 hours.**
5. All questions of a particular section must be attempted in the correct order.
6. **SECTION A - OBJECTIVE TYPE QUESTIONS (24 MARKS):**
 - i. This section has 05 questions.
 - ii. Marks allotted are mentioned against each question/part.
 - iii. There is no negative marking.
 - iv. Do as per the instructions given.
7. **SECTION B – SUBJECTIVE TYPE QUESTIONS (26 MARKS):**
 - i. This section has 16 questions.
 - ii. A candidate has to do 10 questions.
 - iii. Do as per the instructions given.
 - iv. Marks allotted are mentioned against each question/part.

सामान्य निर्देश

1. कृपया निर्देशों को ध्यान से पढ़ें।
2. इस प्रश्न पत्र में दो खंडों में 21 प्रश्न होते हैं: खंड A & खंड B
3. खंड ए में ऑब्जेक्टिव टाइप प्रश्न हैं जबकि खंड बी में सब्जेक्टिव टाइप प्रश्न हैं।
4. दिए गए 5 + 16 = 21 प्रश्नों में से, एक उम्मीदवार को 2 घंटे के आवंटित (अधिकतम) समय में 5 + 10 = 15 प्रश्नों का उत्तर देना होगा।
5. किसी विशेष खंड के सभी प्रश्नों का सही क्रम में प्रयास किया जाना चाहिए।
6. **खंड ए - सुक्ष्म प्रकार के प्रश्न (24 अंक) :**
 - i. इस खंड में 05 प्रश्न हैं।
 - ii. आवंटित किए गए मार्क्स प्रत्येक प्रश्न / भाग के विरुद्ध उल्लिखित हैं।
 - iii. कोई नकारात्मक अंकन नहीं है।
 - iv. दिए गए निर्देशों के अनुसार करें।
7. **खंड बी - सहज प्रकार के प्रश्न (26 अंक) :**
 - i. इस खंड में 16 प्रश्न हैं।
 - ii. एक उम्मीदवार को 10 प्रश्न करने होते हैं।
 - iii. दिए गए निर्देशों के अनुसार करें।
 - iv. आवंटित किए गए मार्क्स प्रत्येक प्रश्न / भाग के विरुद्ध उल्लिखित हैं।

SECTION A: OBJECTIVE TYPE QUESTIONS

S.No	Question	Marks
Q1	Answer any 4 out of the given 6 questions on Employability Skills (1 x 4 = 4 marks)	
I	<p>Which of the following is NOT an element of communication within the communication process cycle?</p> <p style="padding-left: 40px;">(a) Channel</p> <p style="padding-left: 40px;">(b) Receiver</p> <p style="padding-left: 40px;">(c) Sender</p> <p style="padding-left: 40px;">(d) Time</p>	1
II	<p>Which of the following are types of motivation?</p> <p style="padding-left: 40px;">(a) Internal</p> <p style="padding-left: 40px;">(b) Intermediate</p> <p style="padding-left: 40px;">(c) External</p> <p style="padding-left: 40px;">(d) Extensive</p>	1
III	<p>Which one of the following shortcut keys is used to paste a file?</p> <p style="padding-left: 40px;">(a) Ctrl + c</p> <p style="padding-left: 40px;">(b) Ctrl + p</p> <p style="padding-left: 40px;">(c) Ctrl + v</p> <p style="padding-left: 40px;">(d) Ctrl + x</p>	1
IV	<p>Rehnuma has two people who work for her. Every day, she spends one hour with them to learn about what they've done that day.</p> <p style="padding-left: 40px;">(a) Creates a new product</p> <p style="padding-left: 40px;">(b) Divides income</p> <p style="padding-left: 40px;">(c) Manages the business</p>	1
V	<p>How many sustainable development goals are given by the United Nations?</p> <p style="padding-left: 40px;">(a) 16</p> <p style="padding-left: 40px;">(b) 17</p>	1

	(c) 14 (d) 22	
VI	Which of the following does not come under self-employment? (a) Baking in a bakery (b) Owning a clothing business (c) Having a dosa selling stall (d) Running a home bakery	1

Q2	Answer any 5 out of the given 6 questions (1 x 5 = 5 marks)	
I	Positive attitude leads to _____ body language. सकारात्मक दृष्टिकोण _____ शरीर की भाषा की ओर जाता है।	1
II	Crossing legs shows the person is -- (a) Confident (b) Nervous (c) Extrovert (d) None of the above पैरों को पार करने से पता चलता है कि व्यक्ति ---- (a) कॉन्फिडेंट (b) नर्वस (c) बहिर्मुखी (d) उपरोक्त में से कोई नहीं	1
III	The main characteristics of personality are – (a) Heredity (b) Culture (c) The people we interact with (d) All above	1

	<p>व्यक्तित्व की मुख्य विशेषताएं हैं -</p> <p>(a) आनुवंशिकता</p> <p>(b) संस्कृति</p> <p>(c) जिन लोगों के साथ हम बातचीत करते हैं</p> <p>(d) उपरोक्त सभी</p>	
IV	<p>A person's neighborhoods has the greatest effect on his or her personality. (True/False)</p> <p>किसी व्यक्ति के पड़ोस का उसके व्यक्तित्व पर सबसे अधिक प्रभाव पड़ता है। (सही गलत)</p>	1
V	<p>Focus on the Positive shows your _____ Attitude.</p> <p>सकारात्मकता पर ध्यान देना आपका _____ मनोवृत्ति दिखाता है।</p>	1
VI	<p>Ear piercing for men is allowed as professional grooming standard. (True/False)</p> <p>पुरुषों के लिए कान की बाली को पेशेवर सौंदर्य मानक के रूप में अनुमति दी जाती है। (सही गलत)</p>	1

Q3	Answer any 5 out of the given 6 questions (1 x 5 = 5 marks)	
I	<p>Tourist is a temporary visitor who spends _____ time.</p> <p>(a) Less than 1 day</p> <p>(b) More than 1 month</p> <p>(c) More than 1 year</p> <p>(d) More than 1 day and less than 1 year</p> <p>पर्यटक एक अस्थायी आगंतुक होता है जो _____ समय बिताता है।</p> <p>(a) 1 दिन से कम</p> <p>(b) 1 महीने से अधिक</p> <p>(c) 1 वर्ष से अधिक</p> <p>(d) 1 दिन से अधिक और 1 वर्ष से कम</p>	1
II	<p>UNWTO headquarter is located in _____.</p>	1


	<p>(a) Montreal</p> <p>(b) Madrid</p> <p>(c) Havana</p> <p>(d) Delhi</p> <p>UNWTO का मुख्यालय _____ में स्थित है।</p> <p>(a) मॉन्ट्रियल</p> <p>(b) मैड्रिड</p> <p>(c) हवाना</p> <p>(d) दिल्ली</p>	
III	<p>Tourism contributes _____% to the national GDP</p> <p>(a) 6.23</p> <p>(b) 6.32</p> <p>(c) 8.78</p> <p>(d) 8.87</p> <p>पर्यटन राष्ट्रीय सकल घरेलू उत्पाद में _____% का योगदान देता है</p> <p>(a) 6.23</p> <p>(b) 6.32</p> <p>(c) 8.78</p> <p>(d) 8.87</p>	1
IV	<p>Ms. Shanta an Indian is visiting Paris with her friends to celebrate the Christmas. She is India's _____</p> <p>(a) Escorted tourist</p> <p>(b) Domestic tourist</p> <p>(c) Inbound tourist</p> <p>(d) Outbound tourist</p> <p>सुश्री शांता एक भारतीय क्रिसमस मनाने के लिए अपने दोस्तों के साथ पेरिस जा रही हैं। वह भारत की _____ है</p>	1

	(a) एस्कॉर्टेड पर्यटक (b) घरेलू पर्यटक (c) भीतर का पर्यटक (d) बाहरी पर्यटक	
V	STDC Stands for _____. STDC का पूर्ण रूप _____ है।	1
VI	UNWTO stands for _____. UNWTO का पूर्ण रूप _____ है।	1

Q4	Answer any 5 out of the given 6 questions (1 x 5 = 5 marks)	
I	American Plan includes _____ (a) Only room rent (b) Room rent + Breakfast (c) Room rent + 3 meals (d) Room rent + any 2 meals अमेरिकी योजना में _____ शामिल (a) केवल कमरे का किराया (b) कमरे का किराया + नाश्ता (c) कमरे का किराया + 3 भोजन (d) कमरे का किराया + कोई भी 2 भोजन	1
II	Atithi devo bhawa means _____. अथिति देवो भव का अर्थ है _____.	1
III	Room with Two single beds is known as _____ Room.	1

	दो सिंगल बेड वाले कमरे को _____ कक्ष के रूप में जाना जाता है।	
IV	Room Rent with Continental Breakfast is _____ Meal Plan. कॉन्टिनेंटल ब्रेकफास्ट के साथ रूम रेंट _____ भोजन योजना है।	1
V	IBT Stands for _____. IBT का पूर्ण रूप _____ है।	1
VI	Ticketing is the role of travel agent (True/False) टिकटिंग ट्रेवल एजेंट की भूमिका है (सही / गलत)	1

Q5	Answer any 5 out of the given 6 questions (1 x 5 = 5 marks)	
I	Which one of the following is not a natural world heritage sites in India? (a) Kaziranga (b) Taj Mahal (c) Sundarbans (d) Nanda Devi निम्नलिखित में से कौन सा भारत में एक प्राकृतिक विश्व विरासत स्थल नहीं है? (a) काजीरंगा (b) ताजमहल (c) सुंदरबन (d) नंदा देवी	1
II	Which one of the following is a symbiotic tourism product? (a) Dal lake (b) Niagra Falls (c) Eiffel Tower (d) Nanda Devi Wildlife Sanctuary	1

	<p>निम्नलिखित में से कौन सा एक सहजीवी पर्यटन उत्पाद है</p> <p>(a) डल झील</p> <p>(b) नियाग्रा फॉल्स</p> <p>(c) एफिल टॉवर</p> <p>(d) नंदा देवी वन्यजीव अभयारण्य</p>	
III	<p>Golden temple located in _____.</p> <p>स्वर्ण मंदिर _____ में स्थित है।</p>	1
IV	<p>Culture of India is _____ Tourism Product.</p> <p>भारत की संस्कृति _____ पर्यटन उत्पाद है।</p>	1
V	<p>7 Northeastern States of India are also called _____.</p> <p>भारत के 7 पूर्वोत्तर राज्यों को _____ भी कहा जाता है।</p>	1
VI	<p>Identify the picture.</p> <p>चित्र को पहचानें।</p> 	1

SECTION B: SUBJECTIVE TYPE QUESTIONS

Answer any 3 out of the given 5 questions on Employability Skills (2 x 3 = 6 marks)

Answer each question in 20 – 30 words.

Q6	What do you understand by Verbal Communication? मौखिक संवाद से आप क्या समझते हैं?	2
Q7	Enlist any four advantages of Written Communication? लिखित संचार के किन्ही चार लाभों को सूचीबद्ध करें?	2
Q8	Write the way to greet people formally and informally. औपचारिक और अनौपचारिक रूप से लोगों को अभिवादन करने के तरीके लिखें।	2
Q9	Define Entrepreneur. उद्यमी को परिभाषित करें।	2
Q10	What do mean by Eye-contact? आँख से संपर्क (आई-कॉन्टैक्ट) से क्या मतलब है?	2

Answer any 4 out of the given 6 questions in 20 – 30 words each (2 x 4 = 8 marks)

Q11	What do you understand by Grooming? संवारना (ग्रूमिंग) से आप क्या समझते हैं?	2
Q12	Enlist the Document required for Outbound Travel. आउटबाउंड यात्रा के लिए आवश्यक दस्तावेज़ को सूचीबद्ध करें।	2
Q13	Explain any 2 Meal Plans. किसी भी 2 भोजन योजनाओं की व्याख्या करें।	2
Q14	Explain Event based Tourism Products of India. भारत के इवेंट-आधारित पर्यटन उत्पादों की व्याख्या करें।	2
Q15	Enlist any 4 Cultural World Heritage Sites of India. भारत के किसी भी 4 सांस्कृतिक विश्व धरोहर स्थलों को सूचीबद्ध करें।	2

Q16	What do you understand by positive work attitude? सकारात्मक कार्य दृष्टिकोण से आप क्या समझते हैं?	2
------------	--	---

Answer any 3 out of the given 5 questions in 50– 80 words each (4 x 3 = 12 marks)

Q17	Make a Difference between Attire / Clothing and Grooming. पोशाक / वस्त्र और सौंदर्य के बीच अंतर करें।	4
Q18	Explain the steps of Answering the call. कॉल का उत्तर देने के चरण बताएं।	4
Q19	What are the roles of MOT? MOT की क्या भूमिकाएं हैं?	4
Q20	Explain the Terminologies to Identify the Type of Rooms. कमरे के प्रकार की पहचान करने के लिए शब्दावली को समझाएं।	4
Q21	Explain and classify the tourism product? पर्यटन उत्पाद की व्याख्या और वर्गीकरण करें?	4

CBSE | DEPARTMENT OF SKILL EDUCATION INTRODUCTION TO TOURISM (SUBJECT CODE - 406)

Sample Question Paper for Class X (Session 2023-2024)

Max. Time: 2 Hours Max.
Marks: 50

General Instructions:

1. Please read the instructions carefully.
2. This Question Paper consists of **21 questions** in two sections: Section A & Section B.
3. Section A has Objective type questions whereas Section B contains Subjective type questions.
4. **Out of the given (5 + 16 =) 21 questions, a candidate has to answer (5 + 10 =) 15 questions in the allotted (maximum) time of 2 hours.**

5. All questions of a particular section must be attempted in the correct order. **6. SECTION A - OBJECTIVE TYPE QUESTIONS (24 MARKS):**

- i. This section has 05 questions.
- ii. Marks allotted are mentioned against each question/part.
- iii. There is no negative marking.
- iv. Do as per the instructions given.

7. SECTION B – SUBJECTIVE TYPE QUESTIONS (26 MARKS):

- i. This section has 16 questions.
- ii. A candidate has to do 10 questions.
- iii. Do as per the instructions given.
- iv. Marks allotted are mentioned against each question/part.

SECTION A: OBJECTIVE TYPE QUESTIONS

Q. 1	Answer any 4 out of the given 6 questions on Employability Skills (1 x 4 = 4 marks)	
i.	<p>Which one of the following shortcut keys is used to cut a file?</p> <p>(a) Ctrl + c (b) Ctrl + p (c) Ctrl + v (d) Ctrl + x</p> <p>किसी फ़ाइल को काटने के लिए निम्नलिखित में से किस शॉर्टकट कुंजी का उपयोग किया जाता है?</p> <p>(ए) Ctrl + सी (बी) Ctrl + पी (सी) Ctrl + v (डी) Ctrl + x</p>	1
ii.	<p>Which of these is not a very effective stress management technique?</p> <p>(a) Time management (b) Physical Exercise (c) Over eating (d) Positive thinking</p> <p>इनमें से कौन सी बहुत प्रभावी तनाव प्रबंधन तकनीक नहीं है?</p> <p>(ए) समय प्रबंधन (बी) शारीरिक व्यायाम (सी) अधिक खाना (डी) सकारात्मक सोच</p>	1

<p>iii.</p>	<p>How can an anti-virus protect your device?</p> <p>(a) It can protect it from over-heating.</p> <p>(b) It can increase its performance.</p> <p>(c) It can prevent data from getting corrupt.</p> <p>(d) It can backup data.</p> <p>एक एंटी-वायरस आपके डिवाइस की सुरक्षा कैसे कर सकता है?</p> <p>(ए) यह इसे अधिक गर्म होने से बचा सकता है।</p> <p>(बी) यह अपना प्रदर्शन बढ़ा सकता है।</p> <p>(सी) यह डेटा को भ्रष्ट होने से रोक सकता है।</p> <p>(डी) यह डेटा का बैकअप ले सकता है।</p>	<p>1</p>
<p>iv.</p>	<p>Ali has a diamond factory . He pays his employees on the 1st of every month</p> <p>a)He creates a new business</p> <p>b)Manages the business</p> <p>c)takes risk</p> <p>d)do research</p> <p>अली की एक हीरे की फैक्ट्री है। वह अपने कर्मचारियों को हर महीने की पहली तारीख को भुगतान करता है</p> <p>ए) वह एक नया व्यवसाय बनाता है</p> <p>बी) व्यवसाय का प्रबंधन करता है</p> <p>(सी) जोखिम लेता है</p> <p>(डी) शोध करें</p>	<p>1</p>
<p>v.</p>	<p>Which of the following is NOT an element of communication within the communication process cycle?</p> <p>a)Channel</p> <p>b)Receiver</p> <p>c)Sender</p> <p>d)Time</p> <p>निम्नलिखित में से कौन सा संचार प्रक्रिया चक्र के भीतर संचार का एक तत्व नहीं है?</p>	<p>1</p>

	(ए) चैनल (बी)रिसीवर (सी)प्रेषक (डी)समय	
vi.	How do entrepreneurs positively impact society? उद्यमी समाज पर कैसे सकारात्मक प्रभाव डालते हैं?	1

Q. 2	Answer any 5 out of the given 6 questions (1 x 5 = 5 marks)	
i.	Personality in general terms means the unique set of _____ <ul style="list-style-type: none"> (a) Habits (b) Qualities (c) Instructions (d) Rules सामान्य शब्दोंमेंव्यक्तित्व का अर्थहै_____ का अद्वितीय सेट (ए) आदतें (बी) गुण (सी) निर्देश (डी) नियम	1

<p>ii.</p>	<p>The word 'personality' has its roots in Latin word 'persona' which means a _____.</p> <p>(a) Habit (b) Behaviour (c) Mask (d) Attitude</p> <p>पर्सनैलिटी शब्द की जड़ें लैटिन शब्द 'पर्सोना' से हैं, जिसका अर्थ है _____।</p> <p>(एक आदत (बी) व्यवहार (सी) मुखौटा (डी) रवैया</p>	<p>1</p>
<p>iii.</p>	<p>Which one of the following NOT highlights the power of a positive attitude?</p> <p>(a) A positive attitude triggers our enthusiasm. (b) A positive attitude enhances our creativity. (c) A positive attitude makes you authoritative. (d) A positive attitude makes good things happen</p> <p>निम्नलिखित में से कौन सा सकारात्मक दृष्टिकोण की शक्ति को उजागर नहीं करता है?</p> <p>(ए) एक सकारात्मक दृष्टिकोण हमारे उत्साह को बढ़ाता है। (बी) सकारात्मक दृष्टिकोण हमारी रचनात्मकता को बढ़ाता है। (सी) एक सकारात्मक दृष्टिकोण आपको आधिकारिक बनाता है। (डी) सकारात्मक दृष्टिकोण से अच्छी चीजें घटित होती हैं</p>	<p>1</p>

<p>iv.</p>	<p>A study of Harvard University also which says that the main driving force to get a good job in _____ percent cases is attitude and remaining percent is the technical know-how.</p> <p>(a) 85 (b) 75 (c) 90 (d) 65</p> <p>हार्वर्ड यूनिवर्सिटी का एक अध्ययन भी कहता है कि _____ प्रतिशत मामलों में अच्छी नौकरी पाने के लिए मुख्य प्रेरक शक्ति रवैया है और शेष प्रतिशत तकनीकी ज्ञान है.</p> <p>(ए) 85 (बी) 75 (सी) 90 (डी) 65</p>	<p>1</p>
<p>v.</p>	<p>Which one of the following strategies does not help us in having a positive work attitude?</p> <p>(a) Communicate (b) Make work life a priority (c) Turn Unexpected Changes into Opportunity (d) Maintain a Sense of Humor</p> <p>निम्नलिखित में से कौन सी रणनीति हमें सकारात्मक कार्य करने में मदद नहीं करती है नज़रिया?</p> <p>(ए) संवाद करें (बी) कामकाजी जीवन को प्राथमिकता बनाएं (सी) अप्रत्याशित परिवर्तनों को अवसर में बदलें (डी) हास्य की भावना बनाए रखें</p>	<p>1</p>

<p>vi.</p>	<p>In the Tourism Industry a well-developed personality and high social attractiveness is more imperative and demanded than any other skill set.</p> <p>(a) True</p> <p>(b) False</p> <p>पर्यटन उद्योग में किसी भी अन्य कौशल सेट की तुलना में एक अच्छी तरह से विकसित व्यक्तित्व और उच्च सामाजिक आकर्षण अधिक अनिवार्य और मांग वाला है।</p> <p>(ए) सही</p> <p>(बी) गलत</p>	<p>1</p>
-------------------	--	-----------------

<p>Q. 3</p>	<p>Answer any 5 out of the given 6 questions (1 x 5 = 5 marks)</p>	
<p>i.</p>	<p>‘Athithi Devo Bhava’ means</p> <p>(a) Hosts are like God</p> <p>(b) Guests are like God</p> <p>(c) Hosts are God men</p> <p>(d) Guests are God men</p> <p>‘अतिथि देवो भव’ का अर्थ है</p> <p>(ए) मेजबान भगवान की तरह हैं</p> <p>(बी) मेहमान भगवान के समान होते हैं</p> <p>(सी) मेज़बान देव पुरुष हैं</p> <p>(डी) मेहमान देवपुरुष हैं</p>	<p>1</p>

<p>ii.</p>	<p>What does "meal plan" mean in a hotel?</p> <p>a) A plan for food arrangements</p> <p>b) A system for booking hotel food facilities</p> <p>c) Booking rooms for passengers</p> <p>b) A list of food options available in restaurants.</p> <p>होटल में "मील प्लान" का क्या अर्थ होता है?</p> <p>a) भोजन की व्यवस्था का एक योजना</p> <p>b) होटल के खाद्य सुविधाओं की बुकिंग का प्रणाली</p> <p>c) यात्रियों के लिए कमरे की बुकिंग)</p> <p>d) रेस्टोरेंट में उपलब्ध भोजन विकल्पों की सूची</p>	<p>1</p>
<p>iii.</p>	<p>Tourists who travel to a country other than the one in which they normally live are termed as</p> <p>(a) International tourists</p> <p>(b) Domestic tourists</p> <p>(c) Guests</p> <p>(d) Visitors</p> <p>जो पर्यटक सामान्यतः जिस देश में रहते हैं, उसके अलावा किसी अन्य देश की यात्रा करते हैं, उन्हें कहा जाता है</p> <p>(ए) अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक</p> <p>(बी) घरेलू पर्यटक</p> <p>(सी) मेहमान</p> <p>(डी) आगंतुक</p>	<p>1</p>

<p>iv.</p>	<p>Which type of product comes under the category of entertainment tourism?</p> <p>a) Business tourism</p> <p>b) Nature tourism</p> <p>c) Boat tourism</p> <p>d) Casino tourism</p> <p>किस प्रकार का उत्पाद मनोरंजन पर्यटन की श्रेणी में आता है?</p> <p>a) पर्यटन व्यापार</p> <p>b) प्राकृतिक पर्यटन</p> <p>c) नौका पर्यटन</p> <p>d) कैसीनो पर्यटन</p>	<p>1</p>
<p>v.</p>	<p>Tourism contributes _____% to the national GDP (a)</p> <p>6.23</p> <p>(b) 6.32</p> <p>(c) 8.78</p> <p>(d) 8.87</p> <p>राष्ट्रीय सकल घरेलू उत्पाद (ए) 6.23 में पर्यटन का योगदान _____% है</p> <p>(बी) 6.32</p> <p>(सी) 8.78</p> <p>(डी) 8.87</p>	<p>1</p>

vi.	<p>Ms. Neha, an Indian, is visiting Paris with her friends to celebrate the New Year. For India , she is an _____</p> <p>(a) Escorted tourist (b) Domestic tourist (c) Inbound tourist (d) Outbound tourist</p> <p>सुश्री नेहा, एक भारतीय, नए साल का जश्न मनाने के लिए अपने दोस्तों के साथ पेरिस जा रही हैं। भारत के लिए, वह एक _____ हैं</p> <p>(ए) एस्कॉर्टेड पर्यटक (बी) घरेलू पर्यटक (सी) इनबॉउंड पर्यटक (डी) आउटबाउंड पर्यटक</p>	1
-----	---	---

Q. 4	Answer any 5 out of the given 6 questions (1 x 5 = 5 marks)	
i.	<p>Travel Trade” is an example of a-----?</p> <p>(a)Travel – Trade Journal (b) Travel Brochure (c) Travel Fair (d) Travel Desk</p> <p>"यात्रा व्यापार" एक का एक उदाहरण है-----?</p> <p>(क) यात्रा - व्यापार जर्नल (ख) यात्रा विरिणणका (ग) यात्रा मेला (घ) यात्रा डेस्क</p>	1

<p>ii.</p>	<p>Room in the hotel, part of which is open to the sky. Which of the following types of rooms is it ?</p> <p>(a) Cabana Room</p> <p>(b) Lanai Room</p> <p>(c) Penthouse</p> <p>(d) Suite</p> <p>होटल का कमरा, जिसका एक भाग आकाश की ओर खुला है। निम्नलिखित में से यह किस प्रकार का कमरा है?</p> <p>(ए) कबाना कक्ष</p> <p>(बी) लानई कक्ष</p> <p>(सी) पेंटहाउस</p> <p>(डी) सुइट</p>	<p>1</p>
<p>iii.</p>	<p>The travel by guest from the airport or railway station to the hotel and vice a versa is known as</p> <p>(a) Transfer</p> <p>(b) Movement</p> <p>(c) Check-In</p> <p>(d) Walk-In</p> <p>अतिथि द्वारा हवाई अड्डे या रेलवे स्टेशन से होटल तक और इसके विपरीत यात्रा को कहा जाता है</p> <p>(हस्तांतरण</p> <p>(बी) आंदोलन</p> <p>(सी) चेक-इन</p> <p>(डी) वॉक-इन</p>	<p>1</p>
<p>iv.</p>	<p>Define Guest folio.</p> <p>अतिथि फोलियो को परिभाषित करें।</p>	<p>1</p>

<p>v.</p>	<p>What is the main objective of symbiotic tourism?</p> <p>a) mutual aid</p> <p>b) appreciation of a natural or cultural site</p> <p>c) Combination of man made and natural features</p> <p>d) Promotion of religious places</p> <p>सहजीवी पर्यटन का मुख्य उद्देश्य क्या है?</p> <p>a) आपसी सहायता</p> <p>b) प्राकृतिक या सांस्कृतिक स्थल की प्रशंसा</p> <p>c) मानव निर्मित एवं प्राकृतिक आकृतियों का समावेश</p> <p>d) धार्मिक स्थानों का प्रचार</p>	<p>1</p>
<p>vi.</p>	<p>Which of the following is NOT a part of travel documentation?</p> <p>(a) Travel insurance</p> <p>(b) Visa</p> <p>(c) Passport</p> <p>(d) Foreign exchange</p> <p>निम्नलिखित में से कौन सा यात्रा दस्तावेज़ का हिस्सा नहीं है?</p> <p>(ए) यात्रा बीमा</p> <p>(बी) वीज़ा</p> <p>(सी) पासपोर्ट</p> <p>(डी) विदेशी मुद्रा</p>	<p>1</p>

<p>Q. 5</p>	<p>Answer any 5 out of the given 6 questions (1 x 5 = 5 marks)</p>	
<p>i.</p>	<p>_____ camel fair is one of the largest camel fairs in India</p> <p>_____ ऊंट मेला भारत के सबसे बड़े ऊंट मेलों में से एक है</p>	<p>1</p>

<p>ii.</p>	<p>A journey to and from a sacred places for search of moral or spiritual significance undertaken collectively by communities</p> <p>(a) Pilgrimage (b) Treasure (c) voyage (d) excursion</p> <p>समुदायों द्वारा सामूहिक रूप से नैतिक या आध्यात्मिक महत्व की खोज के लिए किसी पवित्र स्थान से आने-जाने की यात्रा</p> <p>(ए) तीर्थयात्रा (बी) खजाना (सी) यात्रा (घ) भ्रमण</p>	<p>1</p>
<p>iii.</p>	<p>What is the main objective of symbiotic tourism?</p> <p>a) mutual aid b) appreciation of a natural or cultural site c) Combination of man made and natural features d) Promotion of religious places</p> <p>सहजीवी पर्यटन का मुख्य उद्देश्य क्या है?</p> <p>a) आपसी सहयोग b) प्राकृतिक या सांस्कृतिक स्थानों की प्रशंसा c) मानव निर्मित एवं प्राकृतिक उत्पादों का समावेश d) धार्मिक स्थलों का प्रचार</p>	<p>1</p>

<p>iv.</p>	<p>Jodhpur, Jaisalmer, Bikaner are termed as</p> <p>(a) Golden triangle of India</p> <p>(b) Diamond triangle of India</p> <p>(c) Buddhist Triangle of India</p> <p>(d) Desert Triangle of India</p> <p>जोधपुर, जैसलमेर, बीकानेर कहा जाता है</p> <p>(ए) भारत का स्वर्ण त्रिभुज</p> <p>(बी) भारत का हीरा त्रिकोण</p> <p>(सी) भारत का बौद्ध त्रिभुज</p> <p>(डी) भारत का रेगिस्तानी त्रिकोण</p>	<p>1</p>
<p>v.</p>	<p>Which of the following products is an example of cultural tourism?</p> <p>a) climbing mountains</p> <p>b) Fair of Pushkar</p> <p>c) Jungle Safari</p> <p>d) River rafting</p> <p>निम्नलिखित में से कौन सा उत्पाद सांस्कृतिक पर्यटन का उदाहरण है?</p> <p>a)पहाड़ों पर चढ़ना</p> <p>b) पुष्कर का मेला</p> <p>c)जंगल की सफारी</p> <p>d) रिवर राफ्टिंग</p>	<p>1</p>

vi.	<p>Activities like canoeing, sailing, wind surfing etc. are Freshwater-based recreational activities.</p> <p>(a) True (b) False</p> <p>कैनोइंग, नौकायन, विंड सर्फिंग आदि जैसी गतिविधियाँ मीठे पानी पर आधारित मनोरंजक हैं</p> <p>गतिविधियाँ।</p> <p>ए) सही (बी) गलत</p>	1
------------	--	----------

SECTION B: SUBJECTIVE TYPE QUESTIONS

Answer any 3 out of the given 5 questions on Employability Skills (2 x 3 = 6 marks) Answer each question in 20 – 30 words.

Q. 6	<p>What is Stress Management?</p> <p>तनाव प्रबंधन क्या है?</p>	2
Q. 7	<p>Stress management is a challenging task. Discuss any two stress management techniques.</p> <p>तनाव प्रबंधन एक चुनौतीपूर्ण कार्य है। तनाव प्रबंधन की किन्हीं दो तकनीकों पर चर्चा करें।</p>	2
Q. 8	<p>How many sustainable Development Goals are there? List any four of them .</p> <p>सतत विकास लक्ष्य कितने हैं? उनमें से किन्हीं चार की सूची बनाइये।</p>	2
Q. 9	<p>What all must come under a weekly schedule for maintenance to keep the computer running in perfect condition for a long time?</p> <p>कंप्यूटर को लंबे समय तक सही स्थिति में चालू रखने के लिए साप्ताहिक रखरखाव</p>	2

	कार्यक्रम के अंतर्गत क्या-क्या आना चाहिए?	
Q. 10	Enlist any four qualities of an Entrepreneur . एक उद्यमी के कोई चार गुण सूचीबद्ध करें।	2

Answer any 4 out of the given 6 questions in 20 – 30 words each (2 x 4 = 8 marks)

Q. 11	What is a Grooming? ग्रूमिंग क्या है?	2
Q. 12	What is MOT? Write the main objective of MOT. एमओटी क्या है? एमओटी का मुख्य उद्देश्य लिखिए।	2
Q. 13	Where is headquarter of UNWTO located? Write the main objective of UNWTO. UNWTO का मुख्यालय कहाँ स्थित है? UNWTO का मुख्य उद्देश्य लिखिए।	2
Q. 14	Write differences between Inbound and Outbound tourists. इनबॉउंड और आउटबाउंड पर्यटक के बीच का अंतर स्पष्ट करें।	2
Q. 15	Passport is an important document for traveling. State its features (Any two). यात्रा के लिए पासपोर्ट एक महत्वपूर्ण दस्तावेज है। इसकी विशेषताएँ बताइए (कोई दो)।	2
Q. 16	What is a natural tourism product? प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद क्या होते हैं?	2

Answer any 3 out of the given 5 questions in 50– 80 words each (4 x 3 = 12 marks)

Q. 17	Explain any four general impacts of Tourism on India? भारत पर पर्यटन के किन्हीं चार सामान्य प्रभावों की व्याख्या करें?	4
--------------	---	----------

<p>Q. 18</p>	<p>The professional bodies working in the Tourism sector always have their planned objectives. List out the four objectives of the State Tourism Development Corporation.</p> <p>पर्यटन क्षेत्र में काम करने वाले पेशेवर निकायों के हमेशा अपने नियोजित उद्देश्य होते हैं। राज्य पर्यटन विकास निगम के चार उद्देश्य बताइये।</p>	<p>4</p>
<p>Q. 19</p>	<p>You are the front desk manager at a hotel and a group of tourists has just arrived for their stay. One of the guests booked a room without a meal plan, but upon check-in, they expressed their desire to include meals during their stay. Explain the various meal Plan hotel offers and also what shall be your suggestion for him in regard to the same .</p> <p>आप एक होटल में फ्रंट डेस्क मैनेजर हैं और पर्यटकों का एक समूह अभी-अभी ठहरने के लिए आया है। मेहमानों में से एक ने भोजन योजना के बिना एक कमरा बुक किया, लेकिन चेक-इन करने पर, उन्होंने अपने प्रवास के दौरान भोजन शामिल करने की इच्छा व्यक्त की। होटल की विभिन्न भोजन योजना की पेशकश के बारे में बताएं और यह भी बताएं कि उसके संबंध में आप उसे क्या सुझाव देंगे।</p>	<p>4</p>
<p>Q. 20</p>	<p>What are the different activities that you will perform as a travel agent? Highlight the information that you will provide to your customer about choosing a destination for their holiday so that they can have a seamless holiday experience.</p> <p>एक ट्रेवल एजेंट के रूप में आप कौन सी विभिन्न गतिविधियाँ करेंगे? उस जानकारी को हाइलाइट करें जो आप अपने ग्राहक को उनकी छुट्टियों के लिए गंतव्य चुनने के बारे में प्रदान करेंगे ताकि उन्हें एक सहज छुट्टी का अनुभव मिल सके।</p>	<p>4</p>
<p>Q. 21</p>	<p>“Flora and Fauna attract many tourists.” Justify the statement by providing relevant examples.</p> <p>"वनस्पति और जीव-जंतु कई पर्यटकों को आकर्षित करते हैं।" प्रासंगिक उदाहरण देकर कथन की पुष्टि करें।</p>	<p>4</p>