# पर्यटन का परिचय
# Introduction to Tourism

सहायक पुस्तिका | कक्षा 10 | 2026-27

SCERT
स्वाध्यायान्मा प्रमदः

राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद्
वरुण मार्ग, डिफेंस कॉलोनी, नई दिल्ली - 110024

# पर्यटन का परिचय – II
# (Introduction to Tourism – II)

## विषय कोड – 406
## (Subject Code – 406)

## कक्षा X – 2026-27
## (Class X – 2026-27)

SCERT DELHI

राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद्
वरुण मार्ग , डिफेंस कॉलोनी, नई दिल्ली-110024

कक्षा 10 के लिए, विषय "पर्यटन का परिचय"
ISBN:- 978-93-6291-185-8
© राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद, दिल्ली
मार्च, 2026

**मुख्य सलाहकार**

डॉ. रीता शर्मा, निदेशक, राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद , दिल्ली
डॉ. मुकेश यादव, सचिव, राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद, दिल्ली

**सलाहकार**

श्री परविंदर कुमार, डी.डी.ई, वोकेशनल शिक्षा, दिल्ली
श्री संजीव कुमार गौड़, ओ.एस.डी, वोकेशनल ब्रांच,दिल्ली

**नोडल अधिकारी**

श्रीमती रमन अरोड़ा, सहायक प्रोफेसर, राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद्, दिल्ली
डॉ. अप्सरा अंसारी, सहायक प्रोफेसर, राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद्, दिल्ली

**विषय समन्वयक/ संपादक**

राजेश सोलंकी, सहायक प्रोफेसर, मण्डलीय शिक्षा एवं प्रशिक्षण संस्थान, घुम्मनहेड़ा, दिल्ली

**लेखक एवं समीक्षक समूह**

राजेश सोलंकी, सहायक प्रोफेसर, मण्डलीय शिक्षा एवं प्रशिक्षण संस्थान, घुम्मनहेड़ा, दिल्ली
नमन दुआ शोधार्थी/सीएम टूरिज्म फेलो, उत्तर प्रदेश पर्यटन विभाग, लखनऊ
डॉ. अदिति चौधरी, सहायक प्रोफेसरएवं अध्यक्ष, प्लेसमेंट और इंटर्नशिप, भारतीय पर्यटन एवं यात्रा प्रबंधन संस्थान (आई०आई०टी०टी०एम०), नोएडा
राहुल चौहान, व्यवसायिक प्रशिक्षक– जी० बी० एस० एस० एस०, डी ब्लॉक, अशोक विहार, दिल्ली
डॉ. अंकिता देवनाथ, सहायक प्रोफेसर, भारतीय पर्यटन एवं यात्रा प्रबंधन संस्थान (आई०आई०टी०टी०एम०), नोएडा
अमित कुमार, व्यवसायिक प्रशिक्षक- सर्वोदय सह- शिक्षा वरिष्ठ माध्यमिक विद्यालय मुनिरका, दिल्ली
डॉ. अतुल, प्रिंसिपल,आरपीवीवी, सेक्टर 10 द्वारका दिल्ली
सुश्री अन्नू डबास,पी.जी.टी. हिन्दी, जी.जी.एस.एस.एस बापरोला, दिल्ली
सुश्री प्रवीण रानी,पी.जी.टी कंप्यूटर साइंस, जी,जी.एस.एस.एस नंबर-2 उत्तम नगर, दिल्ली
ईशान सरीन, ट्रेनर, ब्रिटिश एयरवेज, गुरुग्राम
डॉ. कविता मीना
डॉ. सरिता

**प्रकाशन दल**

श्री दिनेश कुमार शर्मा, ए.एस.ओ., राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद, नई दिल्ली
सुश्री फ़ौजिया, (बी.आर.पी.), राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद, नई दिल्ली

---

**प्रकाशित** : राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद्, दिल्ली
**डिज़ाइन** : राज प्रिंटर्स, ए-9, सेक्टर बी-2, ट्रोनिका सिटी, लोनी, गाज़ियाबाद (यू.पी.)

SCERT DELHI

# निदेशक का सन्देश

**Dr. Rita Sharma**
Director SCERT

SCERT
स्वाध्यायान्मा प्रमदः

**STATE COUNCIL OF EDUCATIONAL RESEARCH and TRAINING**
(An autonomous Organisation of GNCT of Delhi)
Varun Marg, Defence Colony, New Delhi-110024
Tel.: +91-11-24331356
E-mail : dir12scert@gmail.com

Date : 16/06/2026

D.O. No. : 12(1)(281)/WE&VE/SCERT/Support Material/2026

**संदेश**

"राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020" के अंतर्गत विद्यालयी शिक्षा में व्यावसायिक शिक्षा के एकीकरण पर विशेष बल दिया गया है, जिससे विद्यार्थियों को प्रारम्भिक स्तर से ही कौशल विकास, रोजगारोन्मुख शिक्षा तथा आत्मनिर्भरता की दिशा में सशक्त बनाया जा सके। यह पहल विद्यार्थियों में व्यावहारिक दक्षताओं, नवाचार की भावना तथा कार्यकुशलता का विकास करते हुए उन्हें भविष्य की आवश्यकताओं एवं बदलते वैश्विक परिदृश्य के अनुरूप तैयार करने का एक महत्वपूर्ण प्रयास है।

इसी उद्देश्य की पूर्ति हेतु राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद् (SCERT), दिल्ली द्वारा कक्षा 10 के विद्यार्थियों के लिए विभिन्न व्यावसायिक विषयों जैसे ऑटोमोटिव, सूचना प्रौद्योगिकी, वित्तीय बाजार का परिचय, पर्यटन का परिचय, रिटेल, ब्यूटी एंड वेलनेस, फूड प्रोडक्शन, स्वास्थ्य देखभाल, शारीरिक गतिविधि प्रशिक्षक तथा रोजगार कौशल हेतु सहायक अध्ययन सामग्री का निर्माण किया गया है।

इन सहायक अध्ययन सामग्रियों को विद्यार्थियों की आयु, रुचि एवं अधिगम आवश्यकताओं को ध्यान में रखते हुए तैयार किया गया है, ताकि वे विषयों की मूलभूत अवधारणाओं को समझने के साथ-साथ व्यावहारिक ज्ञान, समस्या-समाधान क्षमता तथा जीवनोपयोगी कौशलों का भी विकास कर सकें। सामग्री में गतिविधि-आधारित अधिगम, परियोजना कार्य, अभ्यास प्रश्न, वास्तविक जीवन से जुड़े उदाहरण, केस स्टडी तथा कौशल-आधारित गतिविधियों को समाहित किया गया है, जिससे शिक्षण-अधिगम प्रक्रिया अधिक प्रभावी, रोचक, सहभागितापूर्ण एवं अनुभवात्मक बन सके।

आशा है कि यह सहायक अध्ययन सामग्री विद्यार्थियों को आत्मनिर्भर, कुशल एवं ज़िम्मेदार नागरिक बनने की दिशा में प्रेरित करेगी।

रीता शर्मा

**डॉ. रीता शर्मा**
निदेशक
एस.सी.ई.आर.टी., दिल्ली

# पृष्ठभूमि

**प्रिय विद्यार्थियों,**

हमें अत्यंत हर्ष है कि आप "पर्यटन का परिचय – II" नामक पुस्तक के माध्यम से पर्यटन जगत की रोचक और विविधतापूर्ण दुनिया में कदम रख रहे हैं। यह पुस्तक कक्षा 10वीं के विद्यार्थियों के लिए विशेष रूप से तैयार की गई है, जिसका मुख्य उद्देश्य आपको पर्यटन उद्योग के मूलभूत सिद्धांतों, व्यावहारिक पहलुओं तथा आवश्यक कौशलों से परिचित कराना है। पर्यटन न केवल एक शैक्षिक विषय है, बल्कि यह हमारे व्यक्तित्व विकास और भविष्य के व्यावसायिक जीवन के लिए भी अत्यंत उपयोगी है।

इस पुस्तक में कुल चार इकाइयाँ सम्मिलित हैं। पहली इकाई "सौम्य कौशल" में आप व्यक्तित्व विकास और अच्छे व्यवहार, संवाद कौशल, आत्मविश्वास तथा सकारात्मक दृष्टिकोण जैसे गुणों के महत्व को समझेंगे, जो पर्यटन क्षेत्र में सफलता के लिए आवश्यक हैं। दूसरी इकाई "पर्यटन का परिचय – II" में पर्यटन की परिभाषा, महत्व और इसके सामाजिक एवं आर्थिक प्रभावों का अध्ययन किया जाएगा, जिससे यह स्पष्ट होगा कि पर्यटन किस प्रकार हमारे समाज और जीवन को प्रभावित करता है। तीसरी इकाई "पर्यटन व्यवसाय – II" में पर्यटन व्यवसाय से जुड़े कार्यों, सेवाओं और विभिन्न अवसरों की जानकारी दी गई है, जो रोजगार और उद्यमिता की दिशा में नए मार्ग प्रशस्त करती है। चौथी इकाई "पर्यटन उत्पाद – II" में आपको पर्यटन उत्पादों की विविधता जैसे सांस्कृतिक, धार्मिक और साहसिक पर्यटन के बारे में जानकारी प्राप्त होगी, जिससे आप पर्यटन उद्योग के विभिन्न आयामों को समझ सकेंगे।

यह पुस्तक न केवल आपको पर्यटन के सैद्धांतिक पहलुओं से अवगत कराएगी, बल्कि व्यावहारिक जीवन में आवश्यक कौशल भी प्रदान करेगी। इसके माध्यम से आप अपने व्यक्तित्व का विकास करेंगे, बेहतर संवाद स्थापित कर पाएँगे और भविष्य में पर्यटन क्षेत्र में उपलब्ध अवसरों का लाभ उठाने के लिए तैयार हो सकेंगे।

हमें पूर्ण विश्वास है कि यह पुस्तक आपके लिए एक उपयोगी और प्रेरणादायक अध्ययन सामग्री सिद्ध होगी तथा पर्यटन उद्योग के प्रति आपके ज्ञान और समझ को समृद्ध करेगी।

आशा है कि यह पुस्तक आपके ज्ञानवर्धन के साथ-साथ आपके उज्ज्वल भविष्य का मार्ग प्रशस्त करेगी। आपके सफल और सार्थक जीवन के लिए मेरी हार्दिक शुभकामनाएँ।

**राजेश सोलंकी**
सहायक प्रोफेसर

SCERT DELHI

# विषय सूची


| अनुक्रमांक | विवरण | पृष्ठ संख्या |
|---|---|---|
| 1 | इकाई 1 –सौम्य कौशल/ सॉफ्ट स्किल्स | 01 - 24 |
| 2 | इकाई 2 –पर्यटन का परिचय – II | 25 – 50 |
| 3 | इकाई 3 - पर्यटन व्यवसाय –II | 51 – 67 |
| 4 | इकाई 4 - पर्यटन उत्पाद –II | 68 – 94 |
| **नमूना प्रश्न पत्र (Sample Question Papers)** | | 95 – 151 |
| 1 | नमूना प्रश्न पत्र – 1 (Sample Question Paper – 1) | 96 – 108 |
| 2 | नमूना प्रश्न पत्र – 2 (Sample Question Paper – 2) | 109 – 119 |
| 3 | नमूना प्रश्न पत्र – 3 (Sample Question Paper – 3) | 120 – 132 |
| 4 | नमूना प्रश्न पत्र – 4 (Sample Question Paper – 4) | 133 – 151 |


SCERT

इकाई 1

# सौम्य कौशल/ सॉफ्ट स्किल्स
# Soft Skills

## 1.1 परिचय (Introduction)

पर्यटन और यात्रा उद्योग की इस इकाई में आप कुछ ज़रूरी सौम्य कौशल सीखेंगे, जो आपके निजी, सामाजिक और प्रोफेशनल जीवन में आपको आगे बढ़ने में मदद करेंगे। ये सौम्य कौशल सीधे आपके व्यक्तित्व (Personality)से जुड़े होते हैं और ऐसा व्यक्तित्व बनाने में मदद करते हैं जिससे आप यात्रा और पर्यटन उद्योग (Travel and Tourism Industry)में सफल हो सकें।

## 1.2 व्यक्तित्व की परिभाषा (Definition of Personality)

व्यक्तित्व को समझने से पहले चलिए थोड़ा यादों में चलते हैं। अपने मोहल्ले या पुराने स्कूल के दो दोस्तो को याद कीजिए, जिनसे आप मिलते-जुलते थे।

एक व्यक्ति ऐसा है, जिसे सब पसंद करते हैं। वो जल्दी दोस्त बना लेता है, सबसे मुस्कुरा कर खुशी-खुशी मिलता है। वो हमेशा टीचर्स का पसंदीदा और रिश्तेदारों व पड़ोसियों का चहेता होता है। लोग उसके साथ बात करना और उसके आसपास रहना पसंद करते हैं। दूसरी तरफ, एक ऐसा है जो हर समय शिकायत करता है। उसके दोस्त ज़्यादा समय तक टिकते नहीं। घर में छोटे भाई-बहनों पर रौब झाड़ता है। स्कूल और मोहल्ले में अक्सर किसी न किसी झगड़े में होता है। बच्चे कहते हैं कि वो हर बात पर लड़ाई कर बैठता है। स्कूल में भी कभी खेल की टीम का हिस्सा नहीं बन पाता। अब सोचिए, इन दोनों में फर्क क्या है? फर्क है इनके अलग-अलग व्यक्तित्व का।

व्यक्तित्व की संकल्पना दुनिया के कई बड़े मनोवैज्ञानिकों (Psychologists) के लिए बहुत दिलचस्प विषय रही है। इस इकाई में हम इसे वैज्ञानिक नजरिए से नहीं, बल्कि इस बात से समझेंगे कि किसी व्यक्ति का सामाजिक आकर्षण (Social Attractiveness) कितना है।

व्यक्तित्व (Personality) शब्द की जड़े लैटिन शब्द 'पर्सोना' (Persona) से आई है, जिसका मतलब होता है 'मुखौटा (Mask)'। पुराने ज़माने में जब मंच पर नाटक होते थे, तो किसी किरदार के गुणों को दिखाने के लिए लोग मुखौटे पहनते थे।

व्यक्तित्व (Personality) का मतलब आसान भाषा में, आपके अंदर मौजूद वे खूबियाँ हैं, जो आपको दूसरों से अलग बनाती हैं। जैसे आपका व्यवहार, सोचने का तरीका, महसूस करने का तरीका, आपकी पसंद-नापसंद, आपके विचार, आपका नजरिया - ये सब मिलकर आपका व्यक्तित्व बनाते हैं। असल में, व्यक्तित्व वही है जैसे आप खुद को लोगों के सामने पेश करते हैं और लोग आपको जैसे समझते हैं। आप जैसे दिखते हैं, बोलते हैं, सोचते हैं और लोगों से पेश आते हैं - वही आपका व्यक्तित्व है।

**ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी (Oxford Dictionary)**

के मुताबिक, व्यक्तित्व कई गुणों और आदतों का ऐसा मेल है, जो किसी इंसान को खास बनाता है।

अब सवाल उठता है कि आखिर कौन-कौन सी चीजें व्यक्तित्व में आती हैं?

एन्साइक्लोपीडिया ब्रिटैनिका (Encyclopaedia Britannica) कहती है कि व्यक्तित्व एक इंसान के सोचने, महसूस करने और व्यवहार करने के तरीके को कहा जाता है। इसमें आपका मूड, आपका नज़रिया, और आपकी राय शामिल होती हैं और ये सब सबसे साफ़ तब दिखता है, जब आप दूसरों से बातचीत करते हैं। हर इंसान का अपने आसपास के लोगों और माहौल के साथ जुड़ने का तरीका अलग होता है और यही उसके व्यक्तित्व को तय करता है।

याद है, हमने इस इकाई की शुरुआत में दो दोस्तों की बात की थी? एक मिलनसार और सबका पसंदीदा था, और दूसरा हर समय शिकायत करता था, झगड़ालू था और किसी से ठीक से नहीं बनती थी। इस फर्क की असली वजह उनकी सामाजिक कुशलता (Social Skills) थी। एक दोस्ताना था, सहयोग करता था, लोगों से जुड़ना जानता था। जबकि दूसरा हावी होने वाला था, अकेला पड़ जाता था। यही उनके व्यक्तित्व का फर्क है इसलिए, जब हम किसी का व्यक्तित्व देखते हैं, तो उसमें ये भी देखा जाता है कि वो इंसान दूसरों से किस तरह जुड़ता है, बात करता है और सामाजिक तौर पर कितना सहज है। यानि आसान शब्दों में कहें, तो व्यक्तित्व का मतलब होता है - आपके अंदर कितनी सामाजिक समझ और व्यवहारिकता (Social Skill and Finesse) है।

## 1.3 व्यक्तित्व के निर्धारक (Determinants of Personality)

हर इंसान का व्यक्तित्व अलग होता है। क्या आपने कभी सोचा है कि किसी का व्यक्तित्व बनता कैसे है? व्यक्तित्व को आकार देने वाले कुछ खास कारण होते हैं, जिन्हें हम व्यक्तित्व के निर्धारक (Determinants of Personality) कहते हैं। अलग-अलग मनोवैज्ञानिकों (Psychologists) के कामों को देखने से हमें पता चलता है कि व्यक्तित्व को प्रभावित करने वाले बहुत से कारण हो सकते हैं लेकिन यहाँ हम चीज़ों को आसान और साफ़.रखने के लिए सिर्फ उन सामान्य (Generic) कारणों की बात करेंगे, जो ज़्यादातर लोगों के व्यक्तित्व को आकार देते हैं।

**ये मुख्य निर्धारक हैं:-**

- वंशानुगत गुण (Heredity)
- संस्कृति (Culture)
- पारिवारिक पृष्ठभूमि (Family Background)
- जीवन में मिले अनुभव (Experiences through Life)
- हमारे आसपास के लोग (The people around us)

आइए अब हम व्यक्तित्व के हर निर्धारक को एक-एक करके विस्तार से समझते हैं।

### I. वंशानुगत गुण (Heredity)

ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी (Oxford Dictionary) के अनुसार, वंशानुगत गुण का मतलब है - शारीरिक या मानसिक विशेषताओं का एक पीढ़ी से दूसरी पीढ़ी में आनुवंशिक/पुश्तैनी रूप से जाना। हम अपने पूर्वजों से अपने व्यक्तित्व के कुछ गुण विरासत में पाते हैं - जैसे आँखों का रंग, चेहरे की बनावट या शरीर की संरचना। मुख्य रूप से चार बातें होती हैं, जो हम अपने पूर्वजों से पाते हैं:-

* शरीर की बनावट (Body Build)
* शारीरिक आकर्षण (Physical Attractiveness)
* शारीरिक दोष (Physical Defects)
* स्वास्थ्य से जुड़ी स्थिति (Health Conditions)

अधिकतर लोग इन गुणों का मिला-जुला रूप लेकर पैदा होते हैं। वंशानुगत गुण हमारे बुनियादी व्यक्तित्व की नींव रखते हैं।

SCERT DELHI

इसके बाद, हमारे आसपास का माहौल यानी पर्यावरण (Environment) हमारे व्यक्तित्व को आगे विकसित करता है। पर्यावरण का मतलब है - हमारे आसपास मौजूद लोग, उनसे जुड़े अनुभव और माहौल। अक्सर यही माहौल कुछ गुणों को और ज़्यादा निखारने का मौका देता है।

वंशानुगत गुण (Heredity) के बाद, अब हम जिन अगले चार निर्धारकों के बारे में पढ़ेंगे, वे सभी हमारे पर्यावरण का हिस्सा हैं।

## II. संस्कृति (Culture)

संस्कृति (Culture)का मतलब है - किसी समाज या समूह के विचार, रीति-रिवाज और सामाजिक व्यवहार। हम अपने मूल्य (Values) और झुकाव अपनी संस्कृति से सीखते हैं, और यही हमारी आदतों और व्यवहार को आकार देती है। व्यवहार ही हमारे व्यक्तित्व को परिभाषित करता है। इसी कारण अलग-अलग संस्कृतियों में जन्मे हुए लोग अक्सर अलग तरह के व्यक्तित्व विकसित करते हैं। भारत में हमें सांस्कृतिक पृष्ठभूमि में बहुत विविधता देखने को मिलती है। हर संस्कृति की कुछ ऐसी विशेषताएँ होती हैं जो उस संस्कृति के लोगों के व्यक्तित्व को एक हद तक दर्शाती हैं। जैसे -

गुजरात के लोग ज़्यादा उद्यमी (Enterprising) माने जाते हैं

हरियाणा के लोग साहसी (Daring) माने जाते हैं

बंगाल के लोग रचनात्मक (Creative) और बौद्धिक रूप से मज़बूत माने जाते हैं

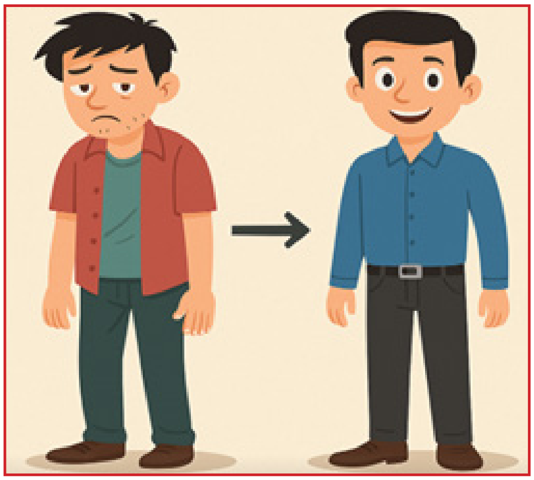
हालांकि, इसका मतलब यह नहीं है कि किसी संस्कृति के सभी लोग बिल्कुल एक जैसे व्यक्तित्व वाले होंगे, लेकिन सामान्य रूप से देखा जाए तो किसी संस्कृति के ज़्यादातर लोगों में एक प्रमुख व्यक्तित्व गुण ज़रूर देखने को मिलता है।

## III. पारिवारिक पृष्ठभूमि (Family Background)

परिवार समाज की सबसे छोटी इकाई है। परिवार उन लोगों का समूह है, जो खून के रिश्ते या शादी के बंधन से जुड़े होते हैं। वंशानुगत गुण (Heredity) के बाद किसी बच्चे के व्यक्तित्व को सबसे ज़्यादा आकार देने वाला प्रभाव उसके परिवार का होता है। परिवार से जुड़े कई पहलू - जैसे माता-पिता की शिक्षा और पृष्ठभूमि, सामाजिक और आर्थिक स्थिति, परिवार में बच्चों की संख्या, जन्म क्रम और विस्तारित परिवार के सदस्य - व्यक्तित्व को काफी हद तक प्रभावित करते हैं। ज़रा सोचिए, आपकी पसंद-नापसंद, समस्याएँ सुलझाने का तरीका, भावनाएँ व्यक्त करने का तरीका - ये सब सीधे-सीधे या परोक्ष रूप से वही हैं, जो अपने अपने परिवार से सीखा है।

SCERT DELHI

### IV. जीवन के अनुभव (Experiences in Life)



जूलियस सीज़र (Julius Caesar) का एक मशहूर कथन है — "अनुभव सबसे बड़ा शिक्षक है"। यह कथन यह समझाने में बिल्कुल सटीक है कि अनुभव एक महत्वपूर्ण व्यक्तित्व निर्धारक है। मान लीजिए, आपके व्यक्तित्व में दयालुता एक गुण है। लेकिन अगर बार-बार ऐसे अनुभव हों, जहाँ आपकी दयालुता का गलत फायदा उठाया गया हो, तो यह गुण भविष्य में बदल सकता है। उदाहरण के तौर पर - पिछले कुछ महीनों में आपके साथ तीन अलग-अलग लोग ऐसे रहे, जिन्हें आपने पैसे उधार दिए, लेकिन उन्होंने वापस नहीं किए। तो अब सोचिए, अगर कल कोई नया व्यक्ति आपसे उधार माँगे, तो क्या आप उस पर आसानी से भरोसा करेंगे? शायद नहीं। यानी, हमारे जीवन में बार-बार होने वाले सकारात्मक या नकारात्मक अनुभव हमारे व्यक्तित्व के कुछ गुणों को बदल या ढाल देते हैं।

### V. हमारे आसपास के लोग (The People Around Us)

एक मशहूर कहावत है — "मनुष्य की पहचान उसके साथ रहने वालों से होती है"। हम अपनी ज़िंदगी में कई तरह के लोगों से मेल-जोल रखते हैं - जैसे पड़ोसी, शिक्षक, सहपाठी, स्कूल के साथी, दोस्त, रिश्तेदार, सहकर्मी, बॉस और यहाँ तक कि अजनबी भी। जिन लोगों का नज़रिया और मूल्य हमारे जैसे होते हैं, हम उनकी ओर खिंचते हैं और उनसे जुड़ना चाहते हैं। कई बार हम अपने व्यवहार में बदलाव भी कर लेते हैं ताकि जिनसे हम जुड़ना चाहते हैं, वे हमें स्वीकार करें। उदाहरण के तौर पर अगर हमें किसी टीम में सफलतापूर्वक काम करना है, तो हमें कम आक्रामक और ज़्यादा सहयोगी बनना होगा। यानी, हमारे आसपास के लोग और समूह हमारे व्यक्तित्व को जीवन भर किसी न किसी रूप में आकार देते रहते हैं।

सारांश यह है कि हमारा व्यक्तित्व वंशानुगत गुण और वातावरण दोनों का परिणाम है, जो इसे आकार देते हैं और समय-समय पर बदलते भी रहते हैं।

## 1.4 व्यक्तित्व विकास (Personality Development)

ऊपर व्यक्तित्व के निर्धारकों पर हुई चर्चा एक पुराने सवाल को सामने लाती है - क्या व्यक्तित्व जन्म से ही तय होता है या इसे समय के साथ विकसित किया जाता है? इस बारे में प्रमुख मनोवैज्ञानिकों (Psychologists) का मानना है कि हर व्यक्ति एक बुनियादी व्यक्तित्व के साथ पैदा होता है। लेकिन बाहरी माहौल (External Environment) से मिलने वाली चुनौतियों से निपटने के लिए

व्यक्ति जीवनभर अपने व्यक्तित्व में सार्थक बदलाव और विकास करने की कोशिश करता है। इस तरह, व्यक्तित्व विकास (Personality Development) एक निरंतर और बहुआयामी प्रक्रिया है, जिसमें कई तरह के कौशल (Skills) सीखने और कभी-कभी पुरानी आदतें छोड़नी भी पड़ती हैं।

अपने व्यक्तिगत और पेशेवर आवश्यकताओं के अनुसार व्यक्तित्व को विकसित करना ही व्यक्तित्व विकास की प्रक्रिया का मूल आधार है। आज के समय में यह और भी ज़रूरी हो गया है, क्योंकि कार्य क्षेत्रों में बदलाव बहुत तेज़ी से आ रहे हैं। अब केवल विषय क्षेत्र का ज्ञान ही चयन का एकमात्र आधार नहीं है, बल्कि बदलती हुई मांग को पूरा करने के लिए कई तरह के कौशल (Skills) की ज़रूरत होती है। इन अलग-अलग कौशलों के समूह में, व्यक्तित्व का सामाजिक आकर्षण (Social Attractiveness) सबसे अहम माना जाता है।

इसलिए यह स्पष्ट है कि एक समझदार व्यक्ति अपने चुने हुए पेशे की अपेक्षाओं को पहचानकर उसी के अनुसार ज़रूरी व्यक्तित्व गुणों पर काम करे। इससे उसका व्यक्तित्व न केवल विकसित और कार्य क्षेत्र के अनुकूल होगा, बल्कि उसे दूसरों पर प्रतिस्पर्धात्मक बढ़त भी मिलेगी।

यह बात पर्यटन उद्योग (Tourism Industry) में और भी ज़्यादा लागू होती है, जहाँ उच्च सामाजिक आकर्षण (Social Attractiveness) वाला विकसित व्यक्तित्व किसी भी अन्य कौशल से अधिक ज़रूरी माना जाता है। इसका कारण पिछले वर्ष की इकाई में समझाया जा चुका है।

अब सवाल यह है कि हम ऐसा व्यक्तित्व कैसे विकसित करें, जो पर्यटन और यात्रा उद्योग (Tourism and Travel Industry) के लिए सबसे उपयुक्त हो? हमारे व्यक्तित्व के कौन-से पहलू ऐसे हैं, जिन्हें हमें और निखारना चाहिए ताकि हम पर्यटन उद्योग में एक सफल करियर बना सकें?

इस सवाल का जवाब देने से पहले हमें याद रखना चाहिए कि पर्यटन लोगों से लोगों को जोड़ने वाला उद्योग (People to People Industry) है, जहाँ सेवा प्रदाता (Service Provider) पर्यटन उत्पाद (Tourism Product) का अभिन्न हिस्सा होता है। उदाहरण के तौर पर - एक पाँच सितारा होटल (Five Star Hotel) का आराम, जैसे उच्च गुणवत्ता वाला बिस्तर, कमरे में बेहतरीन प्राचीन सजावट, अंतरराष्ट्रीय स्तर का अच्छा खाना, महंगा फर्नीचर आदि, तब बेकार हो जाते हैं, जब वहाँ काम करने वाले लोगों में पेशेवर सेवा भाव (Professional Serving Attitude), अच्छे तौर-तरीके (Manners), संचार कौशल (Communication Skills) और स्वच्छता की समझ (Hygiene Sense) की कमी हो।

इसलिए, मूल रूप से हम कह सकते हैं कि पर्यटक (Tourist) को उत्कृष्ट सेवा उपलब्ध कराने के लिए पर्यटन उद्योग के कर्मचारियों में कुछ विशेष व्यक्तित्व गुणों का होना अनिवार्य है:-

- काम के प्रति सकारात्मक दृष्टिकोण (Positive Attitude to Work)
- सुसज्जित एवं व्यवस्थित व्यक्तित्व (Well-groomed Personality)

- सामाजिक एवं व्यावसायिक शिष्टाचार (Social and Telephonic Etiquettes)
- पेशेवर शारीरिक भाषा (Professional Body Language)

यानी, ऊपर बताए गए ये सभी पहलू किसी भी व्यक्ति के व्यक्तित्व के मुख्य अंग बन जाते हैं। इन्हें विकसित करना ज़रूरी है ताकि पर्यटन उद्योग के लिए उपयुक्त और प्रभावशाली व्यक्तित्व तैयार किया जा सके।

आगे आने वाले पन्नों में हम इन क्षेत्रों को विस्तार से पढ़ेंगे और समझेंगे कि पर्यटन उद्योग के लिए सही व्यक्तित्व कैसे विकसित किया जाए।

## 1.5 सकारात्मक कार्य दृष्टिकोण (Positive Work Attitude)

दृष्टिकोण (Attitude) शोधकर्ताओं और मनोवैज्ञानिकों (Psychologists) के लिए हमेशा से रुचि का विषय रहा है। यह व्यक्तित्व (Personality) को आकार देने में बड़ी भूमिका निभाता है इसलिए यह समझना ज़रूरी है कि दृष्टिकोण क्या है, यह व्यक्तित्व को कैसे प्रभावित करता है और कार्यस्थल (Workplace) पर सकारात्मक दृष्टिकोण क्यों ज़रूरी है।

ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी (Oxford Dictionary) के अनुसार, दृष्टिकोण किसी व्यक्ति, वस्तु या मुद्दे के प्रति हमारी स्थिर सोच या मूल्यांकन (सकारात्मक या नकारात्मक) है।

सरल शब्दों में, यह हमारी मानसिक दृष्टि है कि हम लोगों, घटनाओं और परिस्थितियों को किस तरह देखते हैं।

हम अपना ध्यान किसी भी दिशा में ले जा सकते हैं - अच्छे या बुरे पर, सकारात्मक या नकारात्मक पर, समस्या पर या अवसर पर। जिस पर हम बार-बार ध्यान देते हैं, वही हमारी आदत बन जाती है। आदत हमारे व्यवहार को बनाती है, व्यवहार हमारी सोच (Psyche) का हिस्सा बन जाता है और अंत में यही हमारे व्यक्तित्व को परिभाषित करता है। यानी, दृष्टिकोण बदलकर हम अपने व्यक्तित्व को भी बदल सकते हैं।

### 1.5.1 सकारात्मक दृष्टिकोण की शक्ति (Power Of Positive Attitude)

शोधकर्ताओं ने सिद्ध किया है कि जो व्यक्ति किसी भी व्यक्ति, घटना या वस्तु के सकारात्मक पक्ष पर ध्यान केंद्रित करता है, वह दूसरों की तुलना में अधिक खुश रहता है, लंबा जीवन जीता है और जीवन में अधिक सफल होता है।

अमेरिका के प्रख्यात दार्शनिक विलियम जेम्स (William James) का यह कथन भी इस तथ्य को और मज़बूत करता है - "निराशावाद कमजोरी की ओर ले जाता है, आशावाद शक्ति की ओर।"

हार्वर्ड यूनिवर्सिटी के एक अध्ययन में भी यह पाया गया कि अच्छे रोजगार पाने में 85% योगदान व्यक्ति के दृष्टिकोण (Attitude) का होता है, जबकि केवल 15% योगदान विषय-ज्ञान (Technical

SCERT DELHI

Know-how) का होता है। यानी, सकारात्मक दृष्टिकोण हमारे व्यक्तित्व को और आकर्षक बनाता है तथा व्यक्तिगत और पेशेवर दोनों जीवन में हमारे गुणों को ऊँचा उठाता है।

सकारात्मक दृष्टिकोण की शक्ति को निम्न बिंदुओं से और स्पष्ट किया जा सकता हैः-

1. सकारात्मक दृष्टिकोण हमारे उत्साह को जगाता है।

2. सकारात्मक दृष्टिकोण हमारी सृजनशीलता (Creativity) को बढ़ाता है।

3. सकारात्मक दृष्टिकोण अच्छी परिस्थितियों को जन्म देता है।

### 1.5.2 सकारात्मक कार्य दृष्टिकोण (Positive Work Attitude)

अब तक हमने समझा कि सकारात्मक दृष्टिकोण (Positive Attitude) किसी भी व्यक्ति के व्यक्तित्व के लिए एक महत्वपूर्ण गुण है लेकिन हर समय, विशेषकर कार्यस्थल (चाहे वह विद्यालय हो, कार्यालय हो या समाज), हमेशा सकारात्मक रहना आसान नहीं होता। रोज़ाना हमें कई उतार-चढ़ाव का सामना करना पड़ता है। कभी हम सकारात्मक महसूस करते हैं तो कभी नकारात्मक। ऐसे में ज़रूरी है कि हम इन परिस्थितियों को सकारात्मक तरीके से संभालें। इसके लिए कुछ रणनीतियाँ मदद कर सकती हैंः-

1. **अपने दृष्टिकोण की नियमित जाँच करें**

   हर दिन यह देखें कि आपका रवैया काम, सहकर्मियों और बॉस के प्रति सकारात्मक है या नकारात्मक। यदि नकारात्मक है तो उसके कारण खोजें और उन्हें दूर करने की कोशिश करें। समस्या का समाधान करने के लिए कभी-कभी अपने दृष्टिकोण को नकारात्मक से सकारात्मक में बदलना पड़ता है।

2. **काम और निजी जीवन में संतुलन बनाएँ**

   जीवन में प्राथमिकताएँ तय करें। घर पर परिवार को और कार्यस्थल पर ऑफिस के काम को प्राथमिकता दें। घर की चिंताओं को ऑफिस में न लाएँ और ऑफिस का तनाव घर तक न ले जाएँ। यह संतुलन आपके दृष्टिकोण को केंद्रित और सकारात्मक बनाएगा।

3. **सकारात्मक पक्ष पर ध्यान दें**

   हमेशा अपनी ताकतों और सफलताओं पर ध्यान दें, भले ही हर काम या रिश्ते में सफलता न मिल रही हो।

4. **अच्छा संवाद बनाए रखें**

संवाद हर रिश्ते की जान है। जब संवाद रुकता है तो गलतफहमी और नकारात्मकता बढ़ती है इसलिए स्पष्ट बोलना और धैर्यपूर्वक सुनना दोनों ज़रूरी हैं। प्रतिदिन अच्छे संवाद करें और सुनने की आदत डालें।

5. **अप्रत्याशित बदलाव को अवसर बनाएँ**

परिवर्तन निश्चित है और ज़्यादातर लोगों को चुनौतीपूर्ण लगता है जैसे बॉस या सहकर्मी का बदलना या काम की प्रोफ़ाइल बदलना। बदलाव को नकारात्मक रूप में देखने की बजाय उसे सीखने और आगे बढ़ने के अवसर के रूप में लें।

6. **स्वयं को निरंतर शिक्षित करें**

अपने काम को अच्छी तरह समझें और ज़रूरत पड़ने पर नए कौशल सीखें। भले ही आप अपने काम में दक्ष हों, फिर भी नए ज्ञान को अपनाते रहें। जितना अधिक सीखेंगे, उतना अधिक आत्मविश्वासी और सकारात्मक बनेंगे।

7. **रुचि बनाए रखें**

नई नौकरी शुरू में रोमांचक होती है लेकिन समय के साथ यह रूटीन बन जाती है और बोरियत आने लगती है। इससे बचने के लिए नए विचार अपनाएँ, नए कार्य-उद्यम शुरू करें और अपनी रुचि को ताज़ा बनाए रखें।

8. **हास्य भाव विकसित करें**

हास्य कार्यस्थल का तनाव कम करता है। हास्य का मतलब मज़ाक करना नहीं बल्कि परिस्थिति के हल्के पक्ष को देख पाना है। अमेरिका के 34वें राष्ट्रपति ड्वाइट डी. आइज़नहावर ने कहा था - "हास्य नेतृत्व की कला का हिस्सा है, लोगों के साथ अच्छे संबंध बनाने का और काम पूरा कराने का माध्यम है।"

9. **स्वास्थ्य का ध्यान रखें**

स्वस्थ आदतें, उत्पादकता और सकारात्मक दृष्टिकोण सीधे-सीधे जुड़े हैं। नियमित व्यायाम और अच्छी नींद आपकी ऊर्जा और सकारात्मकता बढ़ाते हैं। अस्वस्थ आदतें आपके काम और दृष्टिकोण दोनों को नकारात्मक बना देती हैं।

10. **सफलता के अनुरूप पहनावा अपनाएँ (Dress for Success)**

आपका पहनावा और व्यक्तित्व आपके दृष्टिकोण को दर्शाते हैं। यह व्यक्तित्व विकास का सबसे महत्वपूर्ण हिस्सा है, जिसे हम आगे विस्तार से पढ़ेंगे।

SCERT DELHI

उपरोक्त दस रणनीतियाँ हमें सकारात्मक दृष्टिकोण बनाए रखने में मदद करती हैं और हमारे व्यक्तित्व को इस तरह विकसित करती हैं कि वह पर्यटन उद्योग में हमारे लिए लाभदायक सिद्ध हो।

## 1.6 प्रभावी प्रथम छवि एवं संवरना (Creating First Impression and Grooming)

आपने अक्सर यह प्रसिद्ध कहावत सुनी होगी - पहला प्रभाव ही अंतिम प्रभाव होता है! (First impression is the last impression!) क्या आपने कभी सोचा है कि यह छाप क्या होती है, यह कैसे बनती है, यह इतनी महत्वपूर्ण क्यों है और कोई व्यक्ति इसे असाधारण कैसे बना सकता है? हम इन्हीं प्रश्नों के उत्तर खोजने का प्रयास करेंगे।

ऑक्सफोर्ड शब्दकोश के अनुसार प्रभाव (Impression) किसी व्यक्ति या वस्तु के बारे में बना वह विचार, भावना या राय है, जो बिना ज़्यादा सोचे या बहुत कम जानकारी के आधार पर बनाई जाती है। इसका अर्थ यह है कि जब हम किसी से पहली बार मिलते हैं, तो उसके बारे में अधूरी जानकारी होते हुए भी हम एक धारणा बना लेते हैं।

पहली छाप बेहद अहम होती है, क्योंकि यह धारणा लंबे समय तक बनी रहती है। हार्वर्ड बिज़नेस स्कूल की सामाजिक मनोवैज्ञानिक एमी कड्डी (Amy Cuddy) के एक अध्ययन के अनुसार, यदि हम किसी से पहली बार मिलने के कुछ ही सेकंडों में अपनी विश्वसनीयता (Trustworthiness) और आत्मविश्वास (Confidence) को व्यक्त कर दें, तो इससे लंबे समय तक टिकने वाले रिश्ते बन सकते हैं। अध्ययन यह भी दर्शाता है कि यह छाप व्यक्ति की बुद्धिमत्ता या अनुभव के आधार पर नहीं, बल्कि उसकी पोशाक (Attire) और सजने-सँवरने के स्तर (Level of Grooming) पर अधिक निर्भर करती है।

इसलिए, पहली छाप को असाधारण बनाने के लिए व्यक्तित्व के इन दोनों पहलुओं - पोशाक और सुसज्जन पर विशेष रूप से काम करना ज़रूरी है।

### 1.6.1 वस्त्र (Attire / Clothing)

वस्त्र का अर्थ है हमारा पहनावा। जैसे हम किताबों को उनके कवर से आँकते हैं, वैसे ही लोग हमें हमारे कपड़ों से आँकते हैं। हमारा पहनावा हमारे जीवन के प्रति दृष्टिकोण को दर्शाता है इसलिए यह आवश्यक है कि हम ऐसे वस्त्र पहनें, जो हमारे बारे में सकारात्मक संदेश दें।

कार्यस्थल पर हमें उस उद्योग या संस्थान द्वारा निर्धारित ड्रेस-कोड को अपनाना चाहिए। जब हम ड्रेस-कोड का पालन करते हैं तो हम अपने को उस कार्य-संस्कृति और वातावरण के अनुरूप प्रस्तुत करते हैं।

पर्यटन उद्योग में यह और भी महत्वपूर्ण है क्योंकि हमारा पहनावा न केवल हमारी व्यक्तिगत छवि दर्शाता है, बल्कि कंपनी की छवि और सेवा की गुणवत्ता को भी संप्रेषित करता है। यही कारण है कि एयरलाइन कर्मचारी उच्च गुणवत्ता के औपचारिक वस्त्र (Formal Clothes) पहनते हैं ताकि यात्रियों में उच्चस्तरीय सेवा का विश्वास जगाया जा सके। इस उद्योग में आम तौर पर दो प्रकार के पहनावे प्रचलित हैंः-

* बिज़नेस फ़ॉर्मल्स (Business Formals) - प्रायः सोमवार से गुरुवार तक
* बिज़नेस कैजुअल्स (Business Casuals) - प्रायः शुक्रवार को

### 1.6.2 सुसज्जा/सँवरना (Grooming)

पहली छाप को बेहतर बनाने का दूसरा महत्वपूर्ण पहलू है ग्रूमिंग। ऑक्सफोर्ड शब्दकोश के अनुसार सँवरना (Grooming) का अर्थ है - साफ़-सुथरा और व्यवस्थित दिखना। इसमें हमारे शरीर और बालों की स्वच्छता तथा हमारे संपूर्ण रूप-रंग का ध्यान रखना शामिल है। इसके अंतर्गत बेल्ट, जूते, पर्स, घड़ी, आभूषण जैसे सहायक उपकरणों (Accessories) का उचित और संतुलित प्रयोग भी आता है।

दैनिक जीवन में विशेषकर कार्यस्थल पर व्यक्तिगत स्वच्छता अनिवार्य है, क्योंकि यह केवल हमारी छवि ही नहीं, बल्कि हमारे और दूसरों के स्वास्थ्य पर भी असर डालती है। यदि हम सुसज्जित न हों, तो महंगे से महंगे कपड़े भी अच्छा प्रभाव नहीं डाल सकते। वहीं, ज़्यादा मेकअप या अत्यधिक आभूषण पेशेवर छवि को बिगाड़ सकते हैं।

इसलिए, पेशेवर जीवन में उपयुक्त पहनावा और उचित ग्रूमिंग दोनों मिलकर हमारी पहली छाप को प्रभावशाली और स्थायी बनाते हैं।

कार्यस्थल पर औपचारिक और पेशेवर लुक पाने के लिए ड्रेसिंग और ग्रूमिंग से जुड़े कई Do's and Don'ts का ध्यान रखना ज़रूरी है। नीचे दिए गए सामान्य ग्रूमिंग टिप्स आपकी पेशेवर छवि को बेहतर बनाने में मदद करेंगेः-

1. **बाल (Hair):-** हमेशा बाल साफ़-सुथरे और सलीके से संवरे होने चाहिए। गीले बाल, बहुत चमकीले रंग या अजीबोगरीब हेयरस्टाइल से बचें। पुरुषों के लिए छोटे बाल रखना और नियमित रूप से ट्रिम करना उचित माना जाता है, ताकि गले के पास बाल दिखाई न दें।
2. **जूते (Shoes):-** हमेशा पॉलिश किए हुए और अच्छी स्थिति में हों।

3. **नाखून (Nails):-** साफ़, कटे और सलीके से मैनीक्योर किए हुए हों। महिलाओं को बहुत लंबे नाखूनों या भड़काऊ रंगों से बचना चाहिए।

4. **कॉस्मेटिक्स (Cosmetics):-** मेकअप हल्का और प्राकृतिक हो, ताकि सधा हुआ और आकर्षक लुक मिले।

5. **परफ्यूम/कोलोन (Perfume/Cologne):-** बहुत हल्का प्रयोग करें या बिल्कुल न करें। कपड़ों में किसी तरह की दुर्गंध (जैसे धुएं की गंध) न हो।

6. **चेहरे के बाल (Facial Hair):-** साफ़-शेव्ड लुक रखें या दाढ़ी-मूँछ बहुत छोटे और सलीके से ट्रिम हों।

7. **टैटू (Tattoos):-** संभव हो तो सभी टैटू ढककर रखें। कोई भी टैटू दिखाई नहीं देना चाहिए।

8. **छेदन/पियर्सिंग(Piercings):-** चेहरे और शरीर की पियर्सिंग न रखें। महिलाओं के लिए प्रत्येक कान में केवल एक ईयररिंग स्वीकार्य है, जबकि पुरुषों के लिए ईयररिंग की अनुमति नहीं है।

9. **बैक – पैक (Backpack):-** ऑन-साइट इंटरव्यू या औपचारिक कार्यस्थल पर बैकपैक ले जाने से बचें।

10. **पर्स/हैंडबैग (Purse/Handbag):-** छोटा, साधारण और पेशेवर हैंडबैग या बिज़नेस टोट बैग रखें। बैग का रंग जूतों से मेल खाना चाहिए।

ड्रेसिंग और ग्रूमिंग के इन पहलुओं पर ध्यान देने से आप कार्यस्थल पर एक सकारात्मक और पेशेवर प्रथम छवि बना सकते हैं। अच्छी पहली छाप से शुरुआत ही मज़बूत हो जाती है और आगे की सफ़लता आसान हो जाती है।

## 1.7 मूलभूत सामाजिक शिष्टाचार (Basic Social Etiquettes)

व्यक्तित्व को आकार देने में सामाजिक शिष्टाचार (Social Etiquettes) की बड़ी भूमिका है। ऑक्सफोर्ड शब्दकोश के अनुसार, शिष्टाचार का अर्थ है समाज या किसी पेशेवर समूह में प्रचलित शालीन आचरण का नियम। सरल शब्दों में शिष्टाचार का मतलब है सम्मान, अच्छे व्यवहार और अच्छे आचरण का प्रदर्शन - चाहे हम दफ़्तर में हों, मित्रों के बीच हों या परिवार में।

**इस इकाई में हम दो मुख्य क्षेत्रों पर ध्यान देंगे:-**

1. कार्यस्थल शिष्टाचार (Work / Office Etiquette)
2. टेलीफोन शिष्टाचार (Telephone Etiquette)

### 1.7.1 कार्यस्थल/कार्यालय शिष्टाचार (Work / Office Etiquette)

आज के समय में हम अपने घर से अधिक समय कार्यस्थल (ऑफिस) में बिताते हैं। कार्यालय का वातावरण और वहाँ के लोग हमारे जीवन का महत्वपूर्ण हिस्सा बन गए हैं, जो हमारी सफलता को प्रभावित करते हैं। इसलिए यह आवश्यक हो गया है कि हम अपने कार्यालय और सहकर्मियों के साथ व्यवहार घर-परिवार से भी अधिक सम्मानजनक और बेहतर ढंग से करें।

मायर्ना हूवर (Myrna Hoover) द्वारा लिखित Using Proper Etiquette में बताए गए कुछ प्रमुख सिद्धांत निम्नलिखित हैं, जिन्हें अपनाकर हम कार्यस्थल पर उचित शिष्टाचार प्रदर्शित कर सकते हैं—

1. समय का पालन करें:- समय पर कार्यालय पहुँचना और बैठकों में शामिल होना व्यक्तित्व का महत्वपूर्ण गुण है। यह दर्शाता है कि आप दूसरों के समय की कद्र करते हैं। साथ ही, कार्य समय पर पूरा करना भी आवश्यक है।
2. विनम्र, सुखद और शिष्ट रहें:- दूसरों के साथ वैसा ही व्यवहार करें जैसा आप अपने लिए चाहते हैं।

SCERT DELHI

3. कार्यालय की संस्कृति (ऑफिस पॉलिटिक्स) समझें:- कार्यालय की परिस्थितियों और कर्मचारियों की भूमिकाओं को समझें। ध्यानपूर्वक सुनने की आदत से आप सही कार्यालय व्यवहार सीख सकते हैं। कार्यस्थल पर चीजें किस तरह होती हैं, इस पर ध्यान दें।

4. व्यवसाय के चार अनक हे नियम समझें:-

   * बॉस ही बॉस है:- सही या गलत, अंतिम निर्णय हमेशा बॉस का होता है।
   * बॉस को हमेशा सूचित रखें:- चाहे अच्छी हो या बुरी, जानकारी उन्हें सीधे दें ताकि वे किसी अन्य स्रोत से न सुनें।
   * बॉस को पहले बताए बिना कभी भी उनके ऊपर कोई काम न करें।
   * बॉस की छवि अच्छी बनाएँ:- जब आप संगठन के लक्ष्यों की प्राप्ति में मदद करते हैं, तो अवसर और तरक्की की संभावनाएँ बढ़ती हैं।

5. सकारात्मक दृष्टिकोण अपनाएँ:- चुनौतियों को अवसर की तरह स्वीकार करने वाले कर्मचारी रचनात्मकता दिखा सकते हैं और संगठन के लिए मूल्यवान बन जाते हैं।

6. लचीलापन दिखाएँ:- कार्यस्थल पर होने वाले हर बदलाव से आप सहमत हों, यह ज़रूरी नहीं। असहमति की स्थिति में भी आपको लचीला और सहयोगी रहना चाहिए। परिवर्तन को अपनाने से आप सहयोगी कर्मचारी के रूप में पहचान बनाते हैं।

7. योगदान का श्रेय साझा करें:- किसी प्रोजेक्ट या कार्यक्रम में योगदान देने वाले सभी लोगों को श्रेय दें। इससे आपकी अच्छी प्रतिष्ठा बनती है और बदले में आपको भी सम्मान प्राप्त होता है।

8. पद के आधार पर भेदभाव न करें:- कंपनी में किसी की स्थिति या पद देखकर लोगों के साथ अलग व्यवहार न करें।

यदि आप व्यावसायिक शिष्टाचार (Business Etiquette) का पालन करते हैं, तो न केवल आपका व्यक्तित्व आकर्षक बनता है, बल्कि आप कार्यस्थल पर एक सकारात्मक छवि भी स्थापित करते हैं। ये दृश्यमान संकेत आपकी पेशेवर सफलता के लिए अत्यंत आवश्यक हैं।

## 1.7.2 व्यवसायिक टेलीफोन शिष्टाचार (Business Telephone Etiquette)

कल्पना कीजिए कि आपके जीवन का एक दिन टेलीफोन के बिना कैसा होगा। संचार के सभी माध्यमों में टेलीफोन आज भी सबसे उपयोगी साधन है। अनुमान है कि आज के दौर में अधिकतर व्यापारिक कार्य टेलीफोन के माध्यम से ही होते हैं, क्योंकि यह त्वरित संचार का साधन है। विशेषकर पर्यटन उद्योग (Tourism Industry) में ग्राहकों, आपूर्तिकर्ताओं और कार्यालय के अंदर संवाद के लिए टेलीफोन का सबसे अधिक प्रयोग होता है।

SCERT DELHI

किसी कंपनी की छवि इस बात पर निर्भर करती है कि उसके कर्मचारी टेलीफोन कॉल का उत्तर कैसे देते हैं। शिष्ट और प्रभावी टेलीफोन व्यवहार से न केवल पेशेवर प्रतिष्ठा बढ़ती है, बल्कि ग्राहक का विश्वास भी मज़बूत होता है। वहीं यदि कॉल को सही ढंग से न संभाला जाए तो लोग कंपनी से व्यापार करने से पहले दो बार सोचते हैं। इसी कारण आजकल कंपनियाँ स्टैंडर्ड ऑपरेटिंग प्रोसीजर (SOP) बनाती हैं जिसमें कॉल हैंडलिंग के चार मुख्य पहलुओं पर विशेष ध्यान दिया जाता हैः-

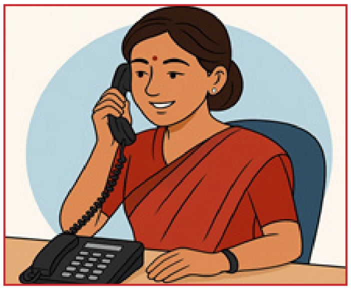
1. **कॉल का उत्तर देना (Answering the Call)**
2. **कॉल करना (Making the Call)**
3. **संदेश लेना (Taking a Message)**
4. **संदेश छोड़ना (Leaving a Message)**

**1. कॉल उठाना (Answering the Telephone)**

* कॉल दो-तीन रिंग से पहले उठाएँ।
* मुस्कान के साथ जवाब दें ताकि आपकी आवाज़ खुशमिज़ाज लगे।
* आवाज़ साफ़, गर्मजोशी भरी और सुनने योग्य हो।
* खाते-पीते, धूम्रपान या खाँसते हुए बात न करें।
* हमेशा प्रोफेशनल, मददगार और ध्यान देने वाले लगे

**2. कॉल करना (Making Telephone Calls)**

* आपका व्यवहार न केवल आपकी बल्कि कंपनी/संगठन की छवि भी दर्शाता है।
* कोशिश करें कि कॉल ऐसे समय करें जब सामने वाले के लिए सुविधाजनक हो।
* स्वयं और अपनी कंपनी का परिचय तुरंत दें। यह आपको आत्मविश्वासी और भरोसेमंद दर्शाता है।
* यदि लंबी दूरी की कॉल पर व्यक्ति उपलब्ध न हो तो दोबारा कॉल करें, संदेश छोड़कर उन्हें कॉल करने के लिए न कहें।



**3. संदेश छोड़ना (Leaving a Message)**

* पूरा विवरण दें ताकि व्यक्ति आपसे आसानी से संपर्क कर सके।
* अपना नाम, उपनाम और कॉल का कारण स्पष्ट रूप से बताएँ।
* यदि आप कोई उत्पाद/सेवा बेचना चाहते हैं तो संदेश न छोड़ें, बल्कि सुविधाजनक समय पूछकर पुनः कॉल करें।

SCERT DELHI

### 4. संदेश लेना (Taking a Message)

* हमेशा पेन, संदेश पुस्तिका, कैलेंडर और डायरी साथ रखें।
* सभी विवरण ध्यान से लिखें और भविष्य के लिए सुरक्षित रखें।
* जिसके लिए संदेश है उसका नाम और कॉल करने वाले का पूरा नाम व पद अवश्य लिखें (सही वर्तनी सहित)।
* कॉल की तिथि और समय दर्ज करें।
* कॉलर का टेलीफोन नंबर, कोड और एक्सटेंशन नोट करें और पूछें कि कब तक कॉल वापस किया जा सकता है।
* संगठन/कंपनी का नाम और कॉल का उद्देश्य लिखें।
* यदि संदेश अत्यावश्यक हो तो कॉलर के घर का नंबर या मोबाइल नंबर भी लें।
* सुरक्षा हेतु संदेश को सम्बंधित व्यक्ति की मेज़ पर अवश्य छोड़ें।
* यदि टेलीफोन संचार को सही और पेशेवर तरीके से संभाला जाए तो समस्याएँ आसानी से हल होती हैं, कार्यक्षमता (productivity) बढ़ती है और ग्राहक संतुष्टि मिलती है। इसके साथ ही कार्यालय में आपकी सकारात्मक छवि बनती है और ग्राहकों व सहकर्मियों के बीच आपका पेशेवर मूल्य (professional worth) बढ़ता है।

## 1.8 सकारात्मक शारीरिक भाषा (Positive Body Language)

हमने पहले भी शारीरिक भाषा और उसके घटकों का अध्ययन किया है। यह हमारे शरीर के अंगों की गतिविधियों जैसे आँखें, सिर, हाथ, पैर, बैठने का ढंग, चलने का ढंग आदि का अध्ययन है, जिसे शारीरिक भाषा कहा जाता है। इसे Gestural Communication या Kinesics भी कहते हैं। यह हमारे मन की सच्ची भावनाओं को दर्शाता है। शब्दों से हम अपनी भावनाओं को छिपा सकते हैं लेकिन हमारे शरीर की गतिविधियाँ उन्हें प्रकट कर देती हैं।

इसीलिए ज़रूरी है कि हम यह जानें कि सकारात्मक शारीरिक भाषा कैसे प्रदर्शित की जाए ताकि हमारी व्यक्तित्व छवि प्रभावी और आकर्षक बने। इसके लिए हमें शरीर के निम्नलिखित पहलुओं पर काम करना चाहिएः-

### 1. नेत्र-संपर्क

जब कोई हमसे पहली बार मिलता है तो सबसे पहले वह आँखों का संपर्क देखता है। अच्छा आँखों का संपर्क सामने वाले को सहजता और सच्ची गर्मजोशी का अनुभव कराता है। यह सम्मान और रुचि दिखाता है। वहीं आँखें चुराना या न मिलाना ध्यान न देने और अरुचि का संकेत है।

SCERT DELHI

2. **आसन (Posture)**

सही आसन हमें आत्मविश्वासी बनाता है और यह आत्मविश्वास दूसरों तक पहुँचता है। झुके हुए कंधो वाली मुद्रा हमें असहज और कमजोर दिखाती है। यह सांस लेने पर भी असर डालती है और हमें और अधिक नर्वस कर सकती है।

3. **सिर की स्थिति**

सिर की स्थिति से भी बहुत कुछ व्यक्त होता है। आत्मविश्वासी और दृढ़ व्यक्ति सिर को सीधा रखता है। जब हम दोस्ताना या सुनने की मुद्रा में होते हैं, तो हल्का-सा सिर झुकाना उपयुक्त होता है।

4. **हाथ**

शारीरिक भाषा में हाथ सबसे अधिक व्याख्यायित किए जाते हैं। खुले हाथ हमारी स्वीकृति और नए विचारों को अपनाने की तत्परता दिखाते हैं। हाथों को शरीर के किनारे या पीछे रखना openness दिखाता है। हाथों को क्रॉस करना आमतौर पर नकारात्मक माना जाता है और इसे उदासीन या आक्रामक समझा जा सकता है।

5. **पैर**

पैर हमारे दिमाग से सबसे दूर होने के कारण इन्हें नियंत्रित करना कठिन होता है। नर्वस या तनावग्रस्त होने पर पैरों की गतिविधियाँ बढ़ जाती हैं। पैर क्रॉस करना अक्सर रक्षात्मक मुद्रा का संकेत है। हम जिन लोगों को पसंद करते हैं या आकर्षक पाते हैं, उनकी ओर पैरों का रुख करना हमारी सकारात्मक भावनाओं को दिखाता है।

6. **हाथों के इशारे**

* हाथों से किए गए इशारे बहुत मायने रखते हैं।
* हथेली ऊपर और हल्की बाहर की ओर होना मित्रतापूर्ण माना जाता है।
* हथेली नीचे की ओर होना हावी या आक्रामक माना जा सकता है।
* हैंडशेक करते समय हाथ सीधा और वर्टिकल होना चाहिए ताकि यह समानता दर्शाए।

7. **मुख की गतिविधियाँ**

मुख की गतिविधियाँ हमारी भावनाओं को तुरंत प्रकट करती हैं। होंठों को दबाना या मोड़ना अक्सर गुस्सा या असहमति को छिपाने का तरीका होता है। मुस्कान भी अलग-अलग भावनाएँ व्यक्त करती है। पूरी, सच्ची मुस्कान (जो आँखों तक पहुँचे) वास्तविक खुशी दिखाती है, जबकि केवल होंठों तक सीमित मुस्कान अक्सर बनावटी मानी जाती है।

SCERT DELHI

यदि हम इन सभी पहलुओं पर ध्यान दें तो हम सकारात्मक शारीरिक भाषा प्रदर्शित कर सकते हैं। सकारात्मक शारीरिक भाषा हमारी व्यक्तित्व को करिश्माई बनाती है। वास्तव में यह हमारे जीवन के प्रति सकारात्मक दृष्टिकोण और खुलेपन को दर्शाती है।

## 1.9 सारांश (Summary)

व्यक्तित्व विकास एक सावधानीपूर्ण और निरंतर प्रयास है, जिसमें व्यक्ति सकारात्मक दृष्टिकोण, शिष्टाचार और सकारात्मक शारीरिक भाषा जैसे गुणों को अपने व्यक्तित्व में शामिल करता है ताकि पर्यटन उद्योग में नई ऊँचाइयाँ प्राप्त कर सके। पर्यटन उद्योग एक लोगों से जुड़ा, अमूर्त और आकर्षक उद्योग है, जो ऐसे पेशेवरों की माँग करता है जिनमें कठोर कौशल और सौम्य कौशल का सही संतुलन हो।

इस इकाई में सरल तरीके से व्यक्तित्व के महत्व और उसके निर्माण की प्रक्रिया को समझाया गया है। यह भी बताया गया है कि प्रयासों के माध्यम से हम अपने व्यक्तित्व को अपनी इच्छा के अनुसार विकसित कर सकते हैं। इसके लिए हमें सकारात्मक दृष्टिकोण अपनाना होगा, अपने पहनावे और साज–सज्जा का ध्यान रखना होगा और कार्यस्थल एवं टेलीफोन व्यवहार के शिष्टाचार सीखने होंगे।

इसके साथ ही, सकारात्मक शारीरिक भाषा सीखने से हमारी व्यक्तित्व छवि और अधिक आकर्षक बनती है। इन सभी प्रयासों से हम पर्यटन उद्योग में रोज़गार योग्य बनते हैं और इस क्षेत्र में सफ़लता और नई ऊँचाइयाँ हासिल करते हैं।

## समीक्षा प्रश्न (Review Questions)

### बहुविकलपीर प्रश्न (Multiple Choice Questions)

**Q1. Soft Skills का मुख्य उद्देश्य क्या है?**

(A) तकनीकी ज्ञान बढ़ाना
(B) व्यक्तित्व और व्यवहार सुधारना
(C) पर्यटन स्थलों की जानकारी देना
(D) केवल नौकरी पाने में मदद करना

**Q2. पर्यटन उद्योग में सौम्य कौशल क्यों महत्वपूर्ण हैं?**

(A) यह केवल विदेशी पर्यटकों को समझने में मदद करती है
(B) यह केवल तकनीकी कार्यों तक सीमित है
(C) यह व्यक्ति को पेशेवर और सामाजिक रूप से सक्षम बनाती है
(D) यह केवल लिखित परीक्षा में काम आती है

SCERT DELHI

**Q3. निम्नलिखित में से कौन-सा व्यक्तिगत सँवरने (Grooming) का हिस्सा नहीं है?**

(A) साफ़ कपड़े पहनना

(B) समय पर पहुँचना

(C) बाल और नाखून साफ़ रखना

(D) उचित शारीरिक स्वच्छता

**Q4. शारीरिक भाषा को और किस नाम से जाना जाता है?**

(A) मौखिक संचार

(B) काइनेसिक्स

(C) ध्वनिविज्ञान

(D) अर्थविज्ञान

**Q5. आँखों का संपर्क किसका संकेत है?**

(A) असहजता और दूरी

(B) आत्मविश्वास और ध्यान

(C) गुस्सा और तनाव

(D) लापरवाही और उदासीनता

**Q6. कार्यस्थल पर बॉस से संबंधित कौन-सा नियम सही है?**

(A) बॉस की बातों को नज़रअंदाज़ करना

(B) बॉस को गलत साबित करना

(C) बॉस को हमेशा सूचित रखना

(D) बॉस से ऊपर सीधे शिकायत करना

**Q7. निम्नलिखित में से कौन-सा सकारात्मक दृष्टिकोण का उदाहरण है?**

(A) शिकायत करना

(B) अवसरों को चुनौती मानना

(C) दूसरों की उपेक्षा करना

(D) काम से बचना

**Q8. टेलीफोन शिष्टाचार का मुख्य उद्देश्य क्या है?**

(A) कॉल को जल्दी खत्म करना

(B) जानकारी छिपाना

(C) शिष्टाचार और स्पष्ट संवाद

(D) केवल औपचारिक बातें करना

SCERT DELHI

**Q9. सिर की स्थिति में हल्का झुकाव किसका प्रतीक है?**

(A) गुस्से का
(B) मित्रता और खुलापन का
(C) तनाव का
(D) आत्मविश्वास का

**Q10. पैर की गतिविधि से व्यक्ति का कौन-सा गुण सबसे स्पष्ट होता है?**

(A) तकनीकी दक्षता
(B) आत्मविश्वास या घबराहट
(C) ज्ञान स्तर
(D) अनुशासन

**उत्तरः-**

1. (B) व्यक्तित्व और व्यवहार सुधारना, 2. (C) यह व्यक्ति को पेशेवर और सामाजिक रूप से सक्षम बनाती है, 3. (B) समय पर पहुँचना, 4. (B) काइनेसिक्स, 5. (B) आत्मविश्वास और ध्यान, 6. (C) बॉस को हमेशा सूचित रखना, 7. (B) अवसरों को चुनौती मानना, 8. (C) शिष्टाचार और स्पष्ट संवाद, 9. (B) मित्रता और खुलापन का, 10. (B) आत्मविश्वास या घबराहट

## लघु उत्तरीय प्रश्न

**(Short Answer Type Questions)**

**Q1. सौम्य कौशल (Soft Skills)और तकनीकी कौशल (Hard Skills)में अंतर स्पष्ट कीजिए।**

**उत्तरः-** तकनीकी कौशल/हार्ड स्किल्स (Hard Skills)तकनीकी कौशल होते हैं जो प्रशिक्षण और शिक्षा से सीखे जाते हैं, जैसे कंप्यूटर संचालन या लेखन। सौम्य कौशल (Soft Skills)व्यक्ति के व्यक्तित्व, संचार और व्यवहार से जुड़ी होती हैं, जैसे आत्मविश्वास, सकारात्मक सोच और शिष्टाचार। पर्यटन उद्योग में तकनीकी कौशल काम करने की क्षमता दिखाते हैं, जबकि सौम्य कौशल पर्यटक संतुष्टि और बेहतर संवाद में मदद करते हैं।

**Q2 पर्यटन उद्योग (Tourism Industry) में व्यक्तित्व विकास (Personality Development) की भूमिका समझाइए।**

**उत्तरः-** पर्यटन उद्योग में पर्यटक सेवा केवल जानकारी तक सीमित नहीं है, बल्कि व्यवहार और व्यक्तित्व पर भी आधारित है। व्यक्तित्व विकास(Personality Development)से व्यक्ति आत्मविश्वासी, आकर्षक और सहयोगी बनता है। यह पर्यटकों पर अच्छा प्रभाव डालता है और सेवा की गुणवत्ता बढ़ाता है।

**Q3. सँवरना (Grooming) से व्यक्ति के व्यक्तित्व (Personality) पर क्या प्रभाव पड़ता है?**

**उत्तरः-** सँवरना (Grooming)का अर्थ है साफ़-सुथरे और व्यवस्थित ढंग से खुद को प्रस्तुत करना। सही कपड़े, स्वच्छता और सलीकेदार रूप आत्मविश्वास को बढ़ाते हैं। पर्यटन उद्योग में पहली छाप महत्वपूर्ण होती है और सँवरना (Grooming)इसे सकारात्मक बनाती है।

Q4. **ऑफिस शिष्टाचार (Office Etiquette)का एक उदाहरण दीजिए और उसका महत्व समझाइए।**

**उत्तरः-** समय पर पहुँचना ऑफिस शिष्टाचार (Office Etiquette)का अच्छा उदाहरण है। यह अनुशासन और जिम्मेदारी दिखाता है। इससे सहकर्मियों और वरिष्ठों पर अच्छा प्रभाव पड़ता है और संगठनात्मक माहौल सकारात्मक रहता है।

**Q5. शारीरिक भाषा (Body Language)में अवस्था (Posture) का महत्व बताइए।**

**उत्तरः-** अवस्था (Posture)यानी बैठने और खड़े होने का तरीका व्यक्ति के आत्मविश्वास और मनोभाव को दर्शाता है। सीधा और संतुलित आसन सकारात्मकता और ऊर्जा का प्रतीक है।

Q6. सकारात्मक दृष्टिकोण (Positive Attitude) से पर्यटन उद्योग (Tourism Industry) में क्या लाभ होते हैं?

**उत्तरः-** सकारात्मक दृष्टिकोण (Positive Attitude) व्यक्ति को कठिन परिस्थितियों में भी अवसर देखने की क्षमता देता है। यह पर्यटकों की आवश्यकताओं को बेहतर समझने और उन्हें संतुष्ट करने में मदद करता है।

**Q7. टेलीफोन शिष्टाचार (Telephone Etiquette) में ध्यान रखने योग्य एक नियम लिखिए।**

**उत्तरः-** कॉल उठाते समय स्पष्ट और शिष्ट भाषा का प्रयोग करना ज़रूरी है। इससे पेशेवर छवि मज़बूत होती है और संवाद प्रभावी बनता है।

**Q8. मुस्कान का संचार में महत्व क्या है?**

**उत्तरः-** एक सच्ची मुस्कान आत्मीयता और विश्वास का भाव जगाती है। यह संवाद को सहज और सकारात्मक बनाती है और सामने वाले पर गहरा प्रभाव छोड़ती है।

**Q9. मुँह की गतिविधियों (Mouth Movements) से संचार पर क्या प्रभाव पड़ता है?**

**उत्तरः-** मुख की गतिविधियाँ व्यक्ति की भावनाओं को प्रकट करती हैं। मुस्कान मित्रता और आत्मविश्वास का संकेत देती है, जबकि होंठ काटना या दाँत भींचना तनाव और असहजता दिखाता है।

SCERT DELHI

**Q10. बॉस (Boss)से संवाद करते समय कौन-से सौम्य कौशल सबसे अधिक आवश्यक हैं?**

**उत्तरः-** बॉस (Boss)से संवाद करते समय सम्मान, स्पष्ट संचार और समय पर जानकारी देना सबसे महत्वपूर्ण सौम्य कौशल हैं। इससे भरोसा बनता है और कार्य सुचारू रूप से आगे बढ़ता है।

## दीर्घ उत्तरीय प्रश्न (Long Answer Type Questions)

**Q1. व्यक्तित्व विकास में सकारात्मक दृष्टिकोण की क्या भूमिका है? स्पष्ट कीजिए।**

**उत्तरः-** व्यक्तित्व विकास का आधार सकारात्मक दृष्टिकोण है। यह हमें परिस्थितियों को बेहतर ढंग से स्वीकार करने और हर चुनौती से सीखने की प्रेरणा देता है। पर्यटन उद्योग में यह और भी महत्वपूर्ण हो जाता है क्योंकि यहाँ प्रतिदिन नए लोग, नई संस्कृतियाँ और नई परिस्थितियाँ सामने आती हैं। यदि कर्मचारी नकारात्मक सोच रखेगा तो ग्राहक से संवाद टूट जाएगा, असंतोष बढ़ेगा और संगठन की छवि खराब होगी।

सकारात्मक दृष्टिकोण हमें आत्मविश्वास देता है, जिससे हम कठिन परिस्थितियों में भी शांत रहकर सही निर्णय ले पाते हैं। उदाहरण के लिए, यदि किसी पर्यटक की यात्रा में समस्या आ जाए तो सकारात्मक दृष्टिकोण रखने वाला कर्मचारी धैर्यपूर्वक समाधान खोजेगा और ग्राहक को संतुष्ट करने की पूरी कोशिश करेगा। यही गुण उसे पेशेवर रूप से मूल्यवान बनाता है। इसके अलावा, सकारात्मक सोच टीमवर्क को मजबूत करती है। जब हम सहयोग की भावना रखते हैं, तो दूसरों के विचारों का सम्मान करते हैं और बदलाव को सहजता से स्वीकारते हैं। यही कारण है कि सकारात्मक दृष्टिकोण न केवल व्यक्तिगत विकास का साधन है, बल्कि पूरे पर्यटन उद्योग में सफलता की कुंजी भी है।

इस प्रकार, सकारात्मक दृष्टिकोण हमें नकारात्मकता से बचाकर आशावादी बनाता है और व्यक्तित्व को आकर्षक व प्रभावशाली बनाता है।

**Q2. कार्यस्थल पर शिष्टाचार और सँवरना (Grooming)का महत्व समझाइए।**

**उत्तरः-** पर्यटन उद्योग ग्राहक से सीधा जुड़ा हुआ क्षेत्र है, जहाँ पहली छाप बहुत मायने रखती है। इस कारण कार्यस्थल पर शिष्टाचार और उचित साज-सज्जा अत्यंत आवश्यक है। शिष्टाचार से तात्पर्य है विनम्र भाषा का प्रयोग, सम्मानजनक व्यवहार और दूसरों की भावनाओं का ध्यान रखना। उदाहरण के लिए, अतिथि का मुस्कान के साथ स्वागत करना और उनकी समस्याओं को धैर्यपूर्वक सुनना सेवा की गुणवत्ता को बढ़ाता है।

सौंदर्य-प्रसाधन या सँवरना (Grooming)का तात्पर्य है स्वच्छ और पेशेवर दिखना। साफ़ और सलीकेदार कपड़े, चमकते जूते, व्यवस्थित बाल और हल्का, सुसंस्कृत मेकअप एक सकारात्मक छवि प्रस्तुत करते हैं। इससे ग्राहकों को लगता है कि कर्मचारी पेशेवर और ज़िम्मेदार है। इसके अलावा, सँवरना (Grooming)केवल बाहरी रूप तक सीमित नहीं है। इसमें शरीर की स्वच्छता, सुव्यवस्थित व्यक्तित्व और आत्मविश्वास से भरी मुद्रा भी शामिल है। यदि कर्मचारी अस्त-व्यस्त दिखे तो उसका

प्रभाव उसके काम पर भी पड़ेगा और ग्राहक को असुविधा होगी। इसलिए, पर्यटन उद्योग में सँवरना (Grooming)और शिष्टाचार को अपनाना न केवल व्यक्तिगत सफलता के लिए आवश्यक है बल्कि यह संगठन की प्रतिष्ठा को भी ऊँचाई पर ले जाता है।

निष्कर्षतः, शिष्टाचार और सँवरना (Grooming)कार्यस्थल पर सकारात्मक वातावरण बनाते हैं और ग्राहक के मन में भरोसा और सम्मान पैदा करते हैं।

**Q3. सकारात्मक शारीरिक भाषा (Positive Body Language) का महत्व विस्तार से बताइए।**

**उत्तरः-** शारीरिक भाषा हमारे व्यक्तित्व का दर्पण होती है। शब्दों को छिपाया जा सकता है, लेकिन शरीर की हरकतें और हावभाव हमारे असली विचार प्रकट कर देते हैं। इस कारण सकारात्मक शारीरिक भाषा व्यक्तित्व विकास का अनिवार्य भाग है। सबसे पहले, आँखों का संपर्क (eye contact) आत्मविश्वास और ईमानदारी दर्शाता है। जब हम सामने वाले की आँखों में देखकर बात करते हैं, तो उसे सम्मान और अपनापन महसूस होता है। इसी प्रकार, अवस्था (Posture)से आत्मविश्वास झलकता है। झुके हुए कंधे और ढीला शरीर नकारात्मकता दर्शाते हैं, जबकि सीधी और संतुलित मुद्रा प्रभावशाली लगती है। हाथ और पैरों की गतिविधियाँ भी बहुत कुछ कह देती हैं। खुले हाथ अपनापन दर्शाते हैं जबकि बाँहें बाँध लेना असहयोग की भावना प्रकट करता है। इसी तरह, पैरों की हरकतें घबराहट या आत्मविश्वास का संकेत देती हैं। मुस्कान भी सकारात्मक शारीरिक भाषा का अहम हिस्सा है। सच्ची और आँखों तक पहुँचने वाली मुस्कान वास्तविक खुशी और स्वागत भाव दर्शाती है। पर्यटन उद्योग में इसका महत्व और बढ़ जाता है क्योंकि ग्राहक मुस्कान के साथ सेवा को हमेशा याद रखते हैं।

सारांश यह है कि सकारात्मक शारीरिक भाषा हमारी छवि को आकर्षक, प्रभावशाली और विश्वसनीय बनाती है और पर्यटन क्षेत्र में सफलता की संभावना को कई गुना बढ़ा देती है।

**Q4. पर्यटन उद्योग में व्यक्तित्व विकास की आवश्यकता क्यों है? विस्तार से समझाइए।**

**उत्तरः-** पर्यटन उद्योग को "जन आधारित उद्योग (People-Based Industry)" कहा जाता है, क्योंकि यहाँ प्रतिदिन सीधा संवाद ग्राहकों से होता है। इस कारण व्यक्तित्व विकास इसकी सफलता की मुख्य शर्त है। व्यक्तित्व केवल बाहरी रूप नहीं बल्कि हमारे विचार, व्यवहार, संवाद शैली और शारीरिक भाषा का समग्र रूप है।

यदि किसी कर्मचारी का व्यक्तित्व आकर्षक और आत्मविश्वासी है तो वह ग्राहकों को सहज महसूस कराता है और सेवा का स्तर ऊँचा होता है। वहीं नकारात्मक या अस्त-व्यस्त व्यक्तित्व संगठन की छवि को नुकसान पहुँचाता है। पर्यटन उद्योग में बार-बार बदलते ग्राहक, विविध संस्कृतियाँ और अप्रत्याशित परिस्थितियाँ सामने आती है। ऐसे में विनम्र भाषा, धैर्य, आत्मसंयम और सकारात्मक दृष्टिकोण अनिवार्य हो जाते हैं।

व्यक्तित्व विकास से आत्मविश्वास बढ़ता है, जिससे कर्मचारी ग्राहकों की समस्याओं को तुरंत और प्रभावी ढंग से हल कर पाता है। यह गुण ग्राहकों के विश्वास को मजबूत करता है। साथ ही, व्यक्तित्व विकास टीमवर्क, अनुशासन और समय प्रबंधन को भी सुदृढ़ बनाता है।

निष्कर्षतः, पर्यटन उद्योग में व्यक्तित्व विकास केवल व्यक्तिगत सफ़लता नहीं बल्कि पूरे उद्योग की गुणवत्ता और प्रतिष्ठा को ऊँचा उठाने का साधन है। यही कारण है कि यह इस क्षेत्र का सबसे बड़ा निवेश माना जाता है।

**Q5. कार्यस्थल पर संचार कौशल (Communication Skills) का महत्व समझाइए।**

**उत्तरः-** पर्यटन उद्योग में संचार कौशल सबसे अहम भूमिका निभाता है। यह उद्योग पूरी तरह संवाद पर आधारित है, चाहे वह पर्यटकों से सीधी बातचीत हो, फोन पर जानकारी देना हो या सहकर्मियों से तालमेल बैठाना। प्रभावी संचार के बिना सेवा अधूरी रह जाती है। संचार कौशल केवल सही शब्दों के प्रयोग तक सीमित नहीं है। इसमें शारीरिक भाषा, आवाज़ का उतार-चढ़ाव, सुनने की क्षमता और धैर्य भी शामिल हैं। उदाहरण के लिए, यदि पर्यटक किसी समस्या से परेशान है तो कर्मचारी को केवल जवाब देना पर्याप्त नहीं है, बल्कि उसे ध्यान से सुनना और सहानुभूति दिखाना भी आवश्यक है। इससे ग्राहक को भरोसा मिलता है कि उसकी समस्या समझी गई है। इसके अलावा, संचार कौशल टीमवर्क को भी मजबूत बनाता है। जब सहकर्मी एक-दूसरे से स्पष्ट और विनम्र भाषा में संवाद करते हैं तो गलतफहमियाँ कम होती हैं और कार्य कुशलता बढ़ती है। पर्यटन उद्योग में बहुभाषी ग्राहकों से बातचीत भी होती है, इसलिए भाषा पर पकड़ और सांस्कृतिक संवेदनशीलता बहुत मायने रखती है।

इस प्रकार, संचार कौशल पर्यटन उद्योग का आधार है। यह न केवल ग्राहक को संतुष्ट करता है बल्कि संगठन की छवि को भी सकारात्मक बनाता है और कर्मचारी को दीर्घकालिक सफलता की ओर ले जाता है।

SCERT DELHI

इकाई
2

# पर्यटन का परिचय-II
# Introduction to Tourism-II

## 2.1 परिचय (Introduction)

आज के समय में पर्यटन दुनिया का सबसे बड़ा और तेज़ी से बढ़ने वाला क्षेत्र बन गया है। यह न केवल देश की अर्थव्यवस्था में बड़ा योगदान देता है, बल्कि विदेश से आने वाली मुद्रा( Currency ), नए बुनियादी ढाँचे (जैसे सड़कें, होटल, आदि) के निर्माण और नई शिक्षा व प्रबंधन प्रणाली को भी बढ़ावा देता है। इससे देश के कई क्षेत्रों में विकास होता है।

स्विट्ज़रलैंड, ऑस्ट्रिया और फ्रांस जैसे विकसित देशों ने पर्यटन से अच्छी-खासी कमाई करके अपनी सामाजिक और आर्थिक स्थिति को मज़बूत किया है। आँकड़ों के अनुसार, पर्यटन विश्व की लगभग 10% आय में योगदान देता है और हर दस में से एक व्यक्ति को रोजगार देता है। इससे यह स्पष्ट है कि पर्यटन का प्रभाव काफ़ी बड़ा और लाभदायक है।

पर्यटन से न केवल विदेशी मुद्रा मिलती है, बल्कि यह विदेशी व्यापार को संतुलित करता है और इसे "बिना चिमनी वाली इंडस्ट्री" भी कहा जाता है यानी एक ऐसा उद्योग जिसमें प्रदूषण नहीं होता।

भारत में "अतिथि देवो भवः-" की परंपरा है, जिसका अर्थ है "अतिथि भगवान के समान होता है"। भारतीय लोग सदियों से अतिथि-सत्कार करते आए हैं। जब कोई मेहमान घर आता है तो उसके लिए विशेष तैयारी की जाती है, जैसे अच्छे बर्तन, साफ़-सुथरा बिस्तर और अच्छे खाने का इंतज़ाम।

भारत आने वाले विदेशी पर्यटक भारत की विविधता और संस्कृति को लेकर बहुत उत्साहित रहते हैं। वे गाँवों की सादगी, पारंपरिक खाना, नाच-गाना और यहाँ की कला को देखना पसंद करते हैं। भारत की पारंपरिक पोशाकें और हस्तशिल्प विदेशी पर्यटकों को खूब आकर्षित करती हैं।

ज़िम्मेदार पर्यटन का मतलब होता है कि पर्यटकों को सही जानकारी और सुविधाएँ देना। उनके लिए सरकारी लॉज और निजी होटलों में अच्छी सुविधाएँ होती हैं। भारत के अतिथि-सत्कार और संस्कृति को देखकर पर्यटक एक उत्तम छवि लेकर लौटते हैं।

आर्थिक रूप से, पर्यटन से भारत को विदेशी मुद्रा मिलती है। कई पर्यटन स्थल पूरे साल अच्छे से चलते हैं और छुट्टियों के मौसम में विशेष रूप से यहाँ भीड़ रहती है।

आज तकनीकी माध्यमों से पर्यटकों के लिए सुविधाएँ और भी सरल हो गई हैं। जैसे टैक्सी सर्विस, अनुवाद की किताबें, और अच्छे गाइड्स। साफ़-सफ़ाई, होटल्स और पर्यटन स्थलों की देखभाल में भी सुधार हुआ है।

SCERT DELHI

पर्यटन मंत्रालय लगातार नए तरीकों से भारत में पर्यटन को बढ़ावा देने की कोशिश कर रहा है। एक पर्यटक की यात्रा जितनी आरामदायक होगी, उसका अनुभव उतना ही बेहतर होगा। इसके लिए अच्छी सड़कों, गाइड्स और होटल्स का होना ज़रूरी है।

अब होटल और रेस्टोरेंट्स में अलग-अलग प्रकार के खाने (multi-cuisine) मिलते हैं ताकि देशी और विदेशी दोनों पर्यटकों की पसंद का ध्यान रखा जा सके। टूर ऑपरेटर्स अब पर्यटकों की योजनाओं पर ज़्यादा ध्यान देने लगे हैं। मौसम, कपड़े, और ज़रूरी सुविधाओं की जानकारी पहले ही दे दी जाती है, जिससे तैयारी में आसानी हो।

इन सब चीज़ों ने पर्यटन और ट्रैवल इंडस्ट्री में कई बदलाव किये हैं। अब इन जगहों की ज़रूरतों को समझते हुए प्रशिक्षित लोगों की आवश्यकता है, जो पर्यटन को सफल बना सकें।

इस अध्याय का उद्देश्य पर्यटन उद्योग की ज़रूरतों को समझना, सूचना के स्रोतों की पहचान करना और सरकार की भूमिका को जानना है जो पर्यटन के विकास में मदद करती है।

## 2.2 पर्यटन क्या है? (What is Tourism?)

पर्यटन एक ऐसी गतिविधि है जो कम समय के लिए की जाती है — यह 24 घंटे से अधिक लेकिन 1 वर्ष से कम समय की होती है, और इसका उद्देश्य कमाई (पैसे कमाना) नहीं होता। U.N.W.T.O. (United Nations World Tourism Organization – संयुक्त राष्ट्र विश्व पर्यटन संगठन)की परिभाषा के अनुसार, पर्यटन को तीन भागों में बाँटा जा सकता है:- घरेलू पर्यटन (Domestic Tourism):- जब कोई व्यक्ति अपने ही देश के अंदर यात्रा करता है, तो इसे घरेलू पर्यटन कहा जाता है।

**उदाहरणः-** एक अमेरिकी नागरिक जो न्यूयॉर्क में रहता है, अगर वह लॉस एंजेलेस बिजनेस ट्रिप पर जाता है, तो यह घरेलू पर्यटन कहलाएगा।

**अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन (International Tourism):-**

जब कोई व्यक्ति एक देश से दूसरे देश की यात्रा करता है, तो इसे अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन कहा जाता है। इसमें दो प्रकार होते हैंः-

**आउटबाउंड पर्यटन (Outbound Tourism):-** जब कोई व्यक्ति अपने देश से बाहर दूसरे देश की यात्रा करता है।

**उदाहरणः-** जब हांगकांग के निवासी पर्यटन के उद्देश्य से जापान की यात्रा करते हैं।

**इनबाउंड पर्यटन (Inbound Tourism):-** किसी देश में गैर-निवासियों (non-residents) या विदेशियों द्वारा उस देश की यात्रा करना।

उदाहरणः- जापान के लोगों द्वारा हांगकांग की यात्रा करना, हांगकांग के लिए इनबॉउन्ड पर्यटन हैं।

इस तरह जो लोग अपने निवास देश से बाहर किसी अन्य देश की यात्रा करते हैं, उन्हें अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक(International Tourist) कहा जाता है।

**पर्यटन क्यों? (Why Tourism?)**

पिछले कुछ दशकों में पर्यटन में लगातार वृद्धि हुई है और यह कई तरह से विकसित हुआ है। यह आज दुनिया के सबसे तेजी से बढ़ते आर्थिक क्षेत्रों में से एक बन गया है। आधुनिक पर्यटन, विकास से जुड़ा हुआ है और इसमें हर साल कई नए गंतव्य (डेस्टिनेशन) जुड़ते जा रहे हैं। यही कारण है कि पर्यटन आज सामाजिक और आर्थिक तरक्की का एक महत्वपूर्ण साधन बन चुका है।

आज पर्यटन का कारोबार इतना बढ़ गया है कि यह तेल, खाद्य पदार्थों और कारों के निर्यात जितना या उससे भी ज़्यादा हो गया है। पर्यटन अंतरराष्ट्रीय व्यापार का एक बड़ा हिस्सा बन चुका है और कई विकासशील देशों के लिए आमदनी का मुख्य स्रोत भी है। इस तेजी से बढ़ते क्षेत्र में डेस्टिनेशन के बीच प्रतिस्पर्धा और विविधता भी बढ़ी है।

औद्योगिक और विकसित देशों में पर्यटन के फैलाव से कई अन्य क्षेत्रों जैसे कि निर्माण (कंस्ट्रक्शन), कृषि और टेलीकॉम सेक्टर को भी आर्थिक और रोजगार के रूप में फायदा हुआ है।

इस तरह "पर्यटन क्यों ज़रूरी है?" इस सवाल का जवाब भारत जैसे देश के उदाहरण से हम पर्यटन के इन प्रभावों के ज़रिए समझ सकते हैं।

## 2.3 पर्यटन के सामान्य प्रभाव (General Impacts of Tourism)

आय और रोज़गार बढ़ाना(Generating Income and Employment):-

भारत में पर्यटन एक ऐसा क्षेत्र बन गया है, जो लोगों को कमाई और रोज़गार देने में मदद करता है। इससे गरीबी कम करने और लोगों के जीवन को बेहतर बनाने में सहायता मिलती है। पर्यटन भारत की कुल आमदनी (GDP) में लगभग 6.23% का योगदान देता है और लगभग 8.78% लोगों को रोज़गार देता है। करीब 2 करोड़ लोग इस क्षेत्र में काम कर रहे हैं।

**विदेशी मुद्रा कमाने का स्रोत(Source of Foreign Exchange Earnings):-**

पर्यटन से भारत को विदेशी पैसे (विदेशी मुद्रा) की अच्छी आमदनी होती है, जिससे देश का विदेशी लेन-देन संतुलित रहता है। साल 2008 में पर्यटन से भारत को लगभग 100 अरब अमेरिकी डॉलर

की कमाई हुई थी, जो 2018 तक 275.5 अरब डॉलर तक पहुँचने की उम्मीद थी, करीब 9.4% की सालाना वृद्धि दर से।

**धरोहर और पर्यावरण का संरक्षण (Preservation of National Heritage and Environment):-**

पर्यटन से कई ऐतिहासिक जगहों को बचाया गया है, जिन्हें विरासत स्थल घोषित कर दिया गया है। जैसे – ताजमहल, कुतुब मीनार, अजंता-एलोरा की गुफाएँ आदि। अगर पर्यटन विभाग ने ध्यान न दिया होता, तो ये जगहें खराब हो चुकी होतीं। इसके अलावा, पर्यटन से कई जानवरों के प्राकृतिक आवास भी सुरक्षित रखने में मदद मिलती है।

- **बुनियादी ढाँचे का विकास(Developing Infrastructure):-**

पर्यटन से सड़कों, अस्पतालों, खेल के मैदानों और यातायात के साधनों जैसे बुनियादी ढाँचे का विकास होता है। ये चीजें सिर्फ पर्यटकों के लिए ही नहीं, बल्कि स्थानीय लोगों के भी काम आती हैं। इससे दूसरे व्यापार भी बढ़ते हैं।

- **शांति और स्थिरता को बढ़ावा (Promoting Peace and Stability):-**

हनी और ग्लिपिन (2009) के अनुसार, पर्यटन भारत जैसे विकासशील देश में शांति और स्थिरता लाने में मदद कर सकता है – जैसे कि रोज़गार देना, आय बढ़ाना, पर्यावरण को बचाना और अलग-अलग संस्कृतियों को समझने का मौका देना। लेकिन इसके लिए जरूरी है कि अपराध, भ्रष्टाचार और नियमों की कमी जैसे मुद्दों को भी सुलझाया जाए।

## 2.4 पर्यटन के प्रभावों के प्रकार (Typology of Tourism Impacts)

पर्यटन के प्रभावों को 6 मुख्य श्रेणियों (categories) में बाँटा जा सकता है:-

1. आर्थिक (Economic)
2. पर्यावरणीय (Environmental)
3. सामाजिक और सांस्कृतिक (Social and Cultural)
4. सेवाएँ (Services)
5. कर/टैक्स (Taxes)
6. समुदाय का नजरिया (Community Attitude)

पर्यटन के विकास से कई तरह के और कभी-कभी जटिल (complex) प्रभाव हो सकते हैं। इसलिए ज़रूरी है कि स्थानीय नेता, पर्यटन से जुड़े लोग और आम लोग आपस में मिलकर योजना बनाएं ताकि इसका सही तरीके से और संतुलित विकास हो सके।

अच्छी योजना बनाने से पर्यटन ऐसा उद्योग बन सकता है, जो किसी समुदाय को फायदा पहुँचाए और बाकी जीवन में कोई बड़ी परेशानी या बाधा न लाए। जब योजना बनाने में पूरे समुदाय की भागीदारी होती है और हर तरह की राय को सुना जाता है, तो कई परेशानियाँ पहले से ही सुलझाई जा सकती हैं और भविष्य में कोई बड़ा संकट नहीं आता।

### 1. Economic Impact (आर्थिक प्रभाव)

- पर्यटन से रोजगार के मौके बढ़ते हैं – छोटे कामों से लेकर प्रोफेशनल नौकरियों तक। इससे लोगों की आमदनी और जीवन स्तर बेहतर होता है, ख़ासकर गाँवो में जहाँ केवल एक ही उद्योग पर निर्भरता होती है।
- पर्यटन के बढ़ने से निवेश, विकास और इंफ्रास्ट्रक्चर पर खर्च बढ़ता है। पानी, सड़क, लाइट, पार्किंग, टॉयलेट जैसी सुविधाएँ सुधरती हैं – जो स्थानीय लोगों और पर्यटकों, दोनों के लिए फायदेमंद होती हैं।
- सड़कें, एयरपोर्ट, ट्रांसपोर्ट सिस्टम और शॉपिंग सुविधाएँ बेहतर होती हैं। इससे टैक्स, जैसे होटल टैक्स, सेल्स टैक्स, फ्यूल टैक्स और इनकम टैक्स में बढ़ोतरी होती है।
- ज़्यादातर पर्यटन से जुड़े काम कम पगार वाले और सीजनल (मौसमी) होते हैं, जिससे ऑफ-सीजन में बेरोज़गारी बढ़ सकती है। कभी-कभी बाहर से कामगार बुलाने पड़ते हैं।

SCERT DELHI

❖ पर्यटक मांग बढ़ाते हैं, जिससे चीजों की कीमतें और रहने का खर्च भी बढ़ सकता है।

❖ पर्यटन से जुड़ी ज़मीन का उपयोग कभी-कभी ज़्यादा जरूरी कामों के लिए नहीं हो पाता।

❖ बाहर की कंपनियाँ मुनाफा कमा कर अपने शहर ले जाती हैं।

❖ सरकार को इंफ्रास्ट्रक्चर संभालने के लिए टैक्स बढ़ाना पड़ सकता है।

## 2. Environmental Impact (पर्यावरणीय प्रभाव)

❖ समुद्र, झील, झरने, पहाड़ और सुंदर प्राकृतिक जगहें पर्यटकों को आकर्षित करती हैं।

❖ ऐसे लोग जो प्रकृति से जुड़ाव महसूस करते हैं, वे इन जगहों को बचाने और सुरक्षित रखने में मदद करते हैं।

❖ खाली ज़मीनों का उपयोग पर्यटकों की एक्टिविटीज़ से कमाई के लिए किया जा सकता है।

❖ पर्यटन से मिली आमदनी से पुराने इमारतों और ऐतिहासिक धरोहरों को भी संभाला और सुधारा जा सकता है।

❖ सफ़ाई, मरम्मत और सुंदर सजावट जैसे म्यूरल्स, फाउंटेन आदि से जगह की सुंदरता बढ़ती है, जिससे स्थानीय लोग और पर्यटक दोनों को फायदा होता है।

❖ पर्यटन को एक "स्वच्छ उद्योग" माना जाता है क्योंकि इसमें फैक्ट्री जैसी गंदगी नहीं होती — इसमें होटल, रेस्टोरेंट, दुकानें और दर्शनीय स्थल शामिल होते हैं।

## 3. Social and Cultural Impact (सामाजिक और सांस्कृतिक प्रभाव)

❖ पर्यटकों के आने से उनकी नई सोच, व्यवहार और जीवनशैली का समुदाय पर प्रभाव पड़ता है — यह प्रभाव सकारात्मक भी हो सकता है और नकारात्मक भी।

❖ लोग पर्यटकों को खुश करने के लिए उनके जैसा व्यवहार अपना सकते हैं या अपने रीति-रिवाज़ छोड़ सकते हैं।

SCERT DELHI

- इससे रचनात्मकता को बढ़ावा मिल सकता है, लेकिन कभी-कभी व्यक्तित्व दब भी सकता है।
- नैतिक सोच में बदलाव आ सकता है – जैसे कि लैंगिक समानता को बढ़ावा (अच्छा) या नशे जैसी बुरी आदतों में बढ़ोतरी (बुरा)।
- सुरक्षा और स्वास्थ्य सेवाएँ बेहतर होती हैं, लेकिन साथ ही अपराध और दुर्घटनाएँ भी बढ़ सकती हैं।
- पारंपरिक त्योहार और संस्कृति फिर से जीवित हो सकते हैं या गुम भी हो सकते हैं।
- प्राकृतिक आपदा, बीमारी, या नकारात्मक खबरों से पर्यटन अचानक रुक सकता है, लेकिन कभी-कभी लोग जिज्ञासावश ऐसी जगहों पर भी जाते हैं।
- पर्यटन से लोगों को नई चीजें जानने, अलग-अलग संस्कृति देखने और दुनिया को समझने का मौका मिलता है।
- यह सोच को व्यापक बनाता है और दूसरों के नज़रिए की कद्र करना सिखाता है।
- घटती सांस्कृतिक रुचि को फिर से जागृत किया जा सकता है, जिससे इतिहास और कला को संजोने के नए मौके मिलते हैं।
- पर्यटन से मानसिक संतुष्टि भी मिलती है और लोगों को नई ऊर्जा व प्रेरणा मिलती है।
- हालांकि पर्यटन से लाभ के साथ खर्च भी होता है, लेकिन अगर पहले से योजना बनाकर चले तो ज़्यादा फायदे उठाए जा सकते हैं।

**4. Services (सेवाएं)**

- पर्यटन से नई सुविधाएँ और मनोरंजन केंद्र (recreation facilities) बनते हैं, जो पहले संभव नहीं थे।
- पर्यटकों की उम्मीदों की वजह से दुकानों, रेस्टोरेंट और सेवाओं की गुणवत्ता बेहतर होती है।
- पर्यटक बढ़ने से पुलिस, फायर और मेडिकल सेवाएँ भी बेहतर बनती हैं, जिससे स्थानीय लोगों को भी फायदा होता है।
- लेकिन कभी-कभी पारंपरिक सेवाएँ हटाई जा सकती हैं या कहीं और शिफ्ट करनी पड़ती हैं।
- पानी, बिजली, ईंधन जैसी चीजों की कमी हो सकती है, खासकर सीजन में जब पर्यटक ज़्यादा होते हैं।

SCERT DELHI

**Positive Impacts (सकारात्मक प्रभाव):-**

- मनोरंजन की सुविधाएं बढ़ती हैं।
- दुकानों और रेस्टोरेंट की सेवा का स्तर सुधरता है।
- फायर और पुलिस सुरक्षा की गुणवत्ता बेहतर होती है।

5. **Taxes (कर/टैक्स)**

- पर्यटकों की खरीदारी और रेस्टोरेंट में खर्च बढ़ने से सरकार को ज़्यादा सेल्स टैक्स मिलता है।
- होटलों में ठहरने से लॉजिंग टैक्स भी बढ़ता है, जो शहर या राज्य को मिलता है।
- लेकिन इंफ्रास्ट्रक्चर और सेवाएं बढ़ाने के लिए खर्च भी बढ़ता है, जिसका बोझ स्थानीय लोगों प्रॉपर्टी टैक्स के रूप में आ सकता है।

**Positive Impacts (सकारात्मक प्रभाव):-**

- राज्य और स्थानीय सरकार को ज़्यादा सेल्स टैक्स मिलता है।
- शहर या राज्य को लॉजिंग टैक्स से आमदनी होती है।

6. **Community Attitude (समुदाय का नजरिया)**

- जब पर्यटक किसी जगह में रुचि दिखाते हैं, तो स्थानीय लोगों को अपनी संस्कृति और संसाधनों पर गर्व महसूस होता है।
- पर्यटन से स्थानीय लोगों को ज़्यादा सुविधाएँ और विकल्प मिलते हैं, जिससे जीवन अधिक रोचक बनता है।
- लेकिन कभी-कभी समुदाय में तनाव पैदा हो सकता है – जैसे पर्यटन समर्थकों और विरोधियों के बीच विवाद।
- लोग तेज़ होती ज़िंदगी की रफ्तार से परेशान हो सकते हैं और बदलावों से असंतुष्ट महसूस कर सकते हैं।
- अगर संस्कृति को दिखाने के लिए ज़्यादा दिखावा किया जाए या नकली परम्पराएँ बनाई जाएँ, तो वह "झूठी संस्कृति" बन जाती है।
- बाहरी लोग अगर ज़्यादा नियंत्रण ले लें तो स्थानीय लोग खुद को अलग-थलग और बेबस महसूस कर सकते हैं।

SCERT DELHI

- एक जैसे होटल और रेस्टोरेंट स्थानीय पहचान को नुकसान पहुँचा सकते हैं और जगह की खासियत खत्म कर सकते हैं।

**Positive Impacts (सकारात्मक प्रभाव):-**

- समुदाय में गर्व की भावना बढ़ती है।
- स्थानीय संसाधनों की अहमियत को लोग बेहतर समझने लगते हैं।
- लोगों को ज़्यादा सुविधाएँ और विकल्प मिलते हैं।

**पर्यटन के प्रभाव(Impacts of Tourism)**

**आर्थिक लाभ (Economic Benefits)**

- पर्यटन से स्थानीय लोगों को रोज़गार मिलता है, सीधे तौर पर पर्यटन क्षेत्र में और परोक्ष रूप से सहायक सेवाओं में।
- यह होटल, रेस्टोरेंट, परिवहन, हस्तशिल्प और गाइड सेवाओं जैसे घरेलू उद्योगों को बढ़ावा देता है।
- पर्यटन से देश को विदेशी मुद्रा मिलती है और स्थानीय अर्थव्यवस्था में नया पैसा आता है।
- यह स्थानीय अर्थव्यवस्था को विविधता देता है (यानि एक ही उद्योग पर निर्भरता नहीं रहती)।
- पर्यटन विकास से सड़कों और ढाँचे में सुधार होता है, जिससे पूरा क्षेत्र लाभ उठाता है।
- हालांकि पर्यटन से जुड़े कुछ काम कम वेतन वाले और बिना विशेष कौशल के होते हैं, लेकिन ये गरीब लोगों के लिए आर्थिक स्थिति सुधारने का पहला कदम बन सकते हैं।
- पर्यटन से टैक्स की आमदनी भी बढ़ती है।

**सामाजिक लाभ (Social Benefits)**

- पर्यटन से आर्थिक विविधता बढ़ती है, जिससे समुदाय के जीवन की गुणवत्ता में सुधार होता है।
- पर्यटन के लिए बनाई गई मनोरंजन और सांस्कृतिक सुविधाएँ स्थानीय लोगों और देशी-विदेशी पर्यटकों दोनों के काम आती हैं।
- सार्वजनिक स्थानों का विकास और सुंदरता पर्यटन के ज़रिए बढ़ाई जा सकती है।
- पर्यटन से स्थानीय लोगों में गर्व की भावना आती है और अलग-अलग पृष्ठभूमियों के लोगों के बीच समझ और संवाद बढ़ता है।

SCERT DELHI

### सांस्कृतिक लाभ (Cultural Benefits)

❖ पर्यटन से स्थानीय संस्कृति के प्रति जागरूकता बढ़ती है।

❖ इससे प्राप्त आय से ऐतिहासिक इमारतों, पुरातात्विक स्थलों और विरासत क्षेत्रों के संरक्षण में मदद मिलती है।

❖ हालांकि कुछ लोग संस्कृति के बदलने की आलोचना करते हैं, फिर भी सांस्कृतिक ज्ञान का साझा होना मेहमान और मेज़बान – दोनों के लिए फायदेमंद होता है और इससे परम्पराएँ और हस्तशिल्प फिर से जीवित हो सकते हैं।

### प्राकृतिक पर्यावरण के लाभ(Physical Environmental Benefits)

❖ पर्यटन के लिए पार्क और प्राकृतिक संरक्षित क्षेत्र बनाए जाते हैं, जिससे पर्यावरण का संरक्षण होता है।

❖ कचरा प्रबंधन में सुधार होता है।

❖ प्रकृति आधारित पर्यटन से लोगों में पर्यावरण के प्रति जागरूकता और चिंता बढ़ती है।

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

पर्यटन और यात्रा उद्योग से जुड़े लोगों के लिए ताज़ा, सही और ज़रूरी जानकारी बहुत महत्वपूर्ण होती है। इसी जानकारी के आधार पर इस उद्योग की ज़्यादातर गतिविधियाँ चलती हैं। यह जानकारी यात्रा कार्यक्रम (itineraries) और टूर पैकेज बनाने में काम आती है और पर्यटन उत्पाद, ग्राहकों को सही तरीके से बेचने के लिए भी ज़रूरी होती है। टूरिज्म से जुड़े प्रोफेशनल्स को अलग-अलग स्रोतों से डेस्टिनेशन के बारे में जानकारी लेनी और समय-समय पर अपडेट करनी चाहिए ताकि उन्हें पता रहे कि कहाँ क्या सुविधाएँ, गतिविधियाँ और आकर्षण मौजूद हैं। यात्रा और पर्यटन उद्योग में यह जानकारी कई तरीकों से बांटी जाती है। नीचे कुछ मुख्य स्रोत बताए गए हैं, जिनसे डेस्टिनेशन की जानकारी मिलती है।

### इंडस्ट्री से जुड़े लोग(Industry People)

❖ टूर ऑपरेटर, टूर होलसेलर और राष्ट्रीय पर्यटन संगठन अपने सेल्स प्रतिनिधियों को नियुक्त करते हैं, जो ट्रैवल एजेंटों और अन्य कंपनियों से मिलते हैं और नई डेस्टिनेशन और पैकेज की जानकारी देते हैं।

❖ ये सेल्स प्रतिनिधि नियमित रूप से या ज़रूरत के अनुसार विज़िट करते हैं।

❖ कई टूर होलसेलर नए डेस्टिनेशन और प्रोडक्ट लॉन्च करने के लिए इवेंट आयोजित करते हैं। ये शुरुआत में होते हैं, जब नए ब्रोशर बांटे जाते हैं।

SCERT DELHI

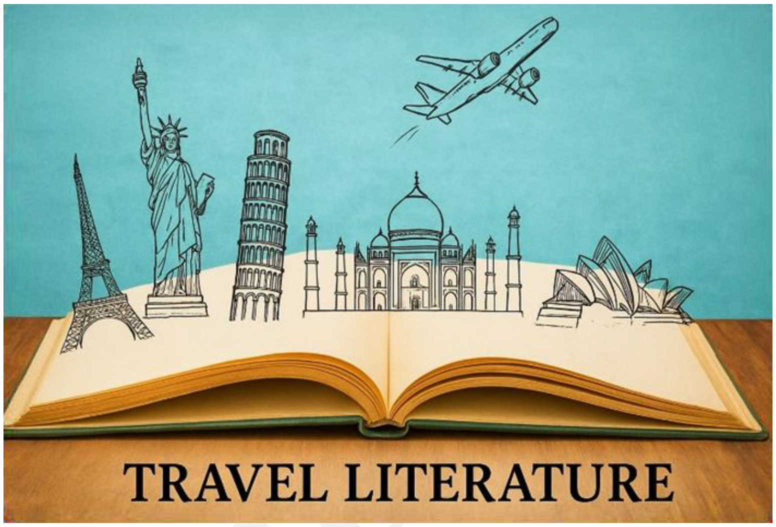
- इंडस्ट्री के लोगों को नई जानकारी देने के लिए कंपनियाँ सेमिनार और वर्कशॉप आयोजित करती हैं।
- कई बार इंडस्ट्री के लोग ट्रेनिंग के लिए एजुकेशनल टूर, फैम ट्रिप और साइट विज़िट करते हैं ताकि वे उस जगह को बेहतर तरीके से समझ सकें।
- अनुभवी सहकर्मियों, ग्राहकों और अन्य लोगों से बातचीत या खुद यात्रा करने से भी अच्छी जानकारी मिलती है।

**ब्रोशर, पत्रिकाएँ और मीडिया (Brochures, Journals and Media**

- राष्ट्रीय पर्यटन संगठन और सरकारी संस्थाएँ ट्रैवल एजेंटों को गाइडबुक, मैप्स, वीडियो और दूसरी जगहों से जुड़ी जानकारी देती हैं।
- ट्रैवल ट्रेड और ट्रैवल वीक जैसी व्यावसायिक पत्रिकाएँ डेस्टिनेशन और टूर प्रोडक्ट्स की नई जानकारी देती हैं।
- समाचार पत्र, पत्रिकाएँ और टीवी आज के समय में डेस्टिनेशन से जुड़ी जानकारी का अहम स्रोत हैं।
- विश्व समाचार भी जरूरी है क्योंकि इसका असर टूरिज़्म पर पड़ता है। कई समाचार पत्रों और पत्रिकाओं में ट्रैवल से जुड़े कॉलम होते हैं।
- टीवी पर भी यात्रा से जुड़े कार्यक्रम और डाक्यूमेंट्री दिखाए जाते हैं, जो दृश्यात्मक जानकारी देते हैं।
- टूर ब्रोशर और इन-फ्लाइट मैगज़ीन में भी जगहों के बारे में बहुत जानकारी होती है।
- प्रकाशन (Publications)
- एटलस, नक्शे और अन्य मैप्स वाली किताबें यह समझने में मदद करती हैं कि कौन सी जगहें एक-दूसरे के पास हैं और उन्हें कैसे एक यात्रा योजना में जोड़ा जा सकता है।
- नक्शे दूरी भी बताते हैं, जिससे यात्रा का समय तय करने में मदद मिलती है।
- इंडस्ट्री के लोग गाइड बुक्स, रेफरेंस बुक्स और अन्य किताबों का इस्तेमाल करते हैं जैसे वर्ल्ड ट्रैवल गाइड, ट्रैवल ट्रेड वीज़ा गाइड और टीआईएम (ट्रैवल इंफॉर्मेशन मैनुअल)।
- अब ये जानकारी टाइमैटिक जैसे ऑनलाइन सिस्टम से भी ली जाती है।
- इन पुस्तकों से वीज़ा नियम, सीमा पर आने-जाने के नियम, कस्टम्स और सुरक्षा जैसी जानकारियाँ मिलती हैं।

- बहुत सी वेबसाइट्स भी इन विषयों पर जानकारी देती हैं।
- ट्रैवल लिटरेचर, जैसे यात्रा वृत्तांत, संस्मरण, जीवनी और फोटो जर्नल्स, किसी जगह को समझने का और भी गहराई से नज़रिया देते हैं।

**अन्य स्रोत (Other Sources)**




- ट्रैवल और टूरिज्म से जुड़े व्यापार मेले और प्रदर्शनियाँ भी बहुत जानकारी देती हैं।
- कुछ इंडस्ट्री कर्मचारी औपचारिक पढ़ाई करके भी अपनी जानकारी बढ़ाते हैं, जैसा आप अभी कर रहे हैं।
- इंटरनेट, ईमेल और फैक्स के जरिए डेस्टिनेशन और प्रोडक्ट की नई जानकारी बहुत जल्दी और आसानी से लोगों तक पहुँचाई जा सकती है।

## 2.6 पर्यटन संगठन (Tourism Organisations)

- वे संस्थाएँ, जो बड़ी है और लगातार बढ़ते हुए पर्यटन उद्योग में अपनी भागीदारी और योगदान देती हैं, पर्यटन संगठन कहलाती हैं।

**नीचे कुछ प्रमुख पर्यटन संगठनों के बारे में बताया गया है।**

**पर्यटन मंत्रालय (Ministry of Tourism)**

पर्यटन मंत्रालय देश में पर्यटन के विकास और प्रचार-प्रसार के लिए नीतियाँ बनाने और कार्यक्रम तय करने वाली मुख्य संस्था है। यह मंत्रालय केंद्र सरकार, राज्य सरकारों, केंद्र शासित प्रदेशों और निजी क्षेत्र के बीच समन्वय का काम करता है।

इस मंत्रालय का नेतृत्व पर्यटन राज्य मंत्री (स्वतंत्र प्रभार) करते हैं। मंत्रालय के प्रशासनिक प्रमुख सचिव (पर्यटन) होते हैं, जो निदेशक जनरल (DG) पर्यटन का काम भी संभालते हैं।

निदेशालय का काम मंत्रालय की नीतियों और कार्यक्रमों को लागू करना होता है। पर्यटन निदेशालय के देश में 20 कार्यालय और विदेशों में 14 कार्यालय हैं। इसके अलावा एक सहायक संस्था ₹इंडियन इंस्टीट्यूट ऑफ स्कीइंग एंड माउंटेनियरिंग (IISM) / गुलमर्ग विंटर स्पोर्ट्स प्रोजेक्ट (GWSP) भी है।

विदेशी कार्यालय अपने-अपने क्षेत्रों में भारत के पर्यटन का प्रचार करते हैं, जबकि भारत के क्षेत्रीय कार्यालय पर्यटकों को जानकारी देने और योजनाओं की निगरानी का काम करते हैं। अब IISM/GWSP में स्कीइंग और अन्य कोर्स फिर से शुरू कर दिए गए हैं, जो जम्मू-कश्मीर घाटी में चलाए जा रहे हैं।

**पर्यटन मंत्रालय की भूमिका और कार्य (Role and Functions of the Ministry of Tourism)**

पर्यटन मंत्रालय देश में पर्यटन के विकास के लिए प्रमुख संस्था (nodal agency) के रूप में कार्य करता है। यह राज्य सरकारों और केंद्र शासित प्रदेशों के प्रयासों का समन्वय करता है, निजी निवेश को बढ़ावा देता है, प्रचार-प्रसार को मजबूत करता है और प्रशिक्षित मानव संसाधन उपलब्ध कराता है।

**मंत्रालय के मुख्य कार्य इस प्रकार हैं:-**

1. नीतियों से जुड़े सभी कार्य, जैसे –

❖ विकास से जुड़ी नीतियाँ

❖ प्रोत्साहन योजनाएँ

❖ विदेशी सहायता

❖ मानव संसाधन विकास

**प्रचार और विपणन (मार्केटिंग)**

2. निवेश को प्रोत्साहन देना

3. योजना बनाना

4. अन्य मंत्रालयों, विभागों, राज्य/केंद्र शासित प्रदेशों के साथ समन्वय

5. नियम और मानक बनाना

❖ गुणवत्ता के मानक

❖ दिशा-निर्देश

6. आधारभूत ढाँचा और पर्यटन उत्पादों का विकास

❖ गाइडलाइंस तैयार करना

SCERT DELHI

7. मानव संसाधन विकास

- संस्थानों की स्थापना
- प्रशिक्षण और मानक तय करना

8. प्रचार-प्रसार और मार्केटिंग

- नीतियाँ बनाना
- रणनीति तैयार करना
- समन्वय करना

9. शोध, विश्लेषण, निगरानी और मूल्यांकन

10. अंतरराष्ट्रीय सहयोग और विदेशी सहायता

- अंतरराष्ट्रीय संगठनों से संबंध
- द्विपक्षीय समझौते
- तकनीकी सहयोग

11. कानून और संसद से जुड़े कार्य

12. प्रशासनिक कार्य

13. सतर्कता संबंधित कार्य

14. राजभाषा नीति का पालन

15. बजट से जुड़े कार्यों का समन्वय

16. योजना से जुड़े कार्यों का समन्वय और निगरानी

### STDC (State Tourism Development Corporation—राज्य पर्यटन विकास निगम)

भारत में लगभग हर राज्य में एक राज्य स्तरीय पर्यटन निगम होता है, जिसे अपने राज्य में पर्यटन के विकास की जिम्मेदारी दी जाती है।

### STDC का विज़नः-

हॉस्पिटैलिटी (अतिथि सेवा) क्षेत्र में सबसे अच्छे और अग्रणी सेवा प्रदाता बनना।

SCERT DELHI

### STDC का मिशनः-

राज्य और राज्य के बाहर उच्च गुणवत्ता का पर्यटन ढाँचा विकसित करना ताकि पर्यटकों को विश्वस्तरीय सुविधाएँ मिल सकें।

### STDC के उद्देश्यः-

1. पर्यटन के विकास को बढ़ावा देने के लिए विभिन्न परियोजनाओं, योजनाओं और गतिविधियों को शुरू करना, चलाना और बनाए रखना। इसमें टूरिस्ट वाहनों की सेवा भी शामिल है।
2. राज्य के अंदर और बाहर टूरिस्ट सूचना केंद्र बनाना, चलाना और संभालना।
3. पर्यटन को प्रचारित करने के लिए विभिन्न प्रकार की प्रचार सामग्री छापना और बेचना।
4. टूरिस्ट बंगले, होटल, युवा छात्रावास (युवाओं के लिए), इन(सराय) और कैफेटेरिया बनाना, किराए पर देना, किराए पर लेना, चलाना और बनाए रखना।

### STDC की पर्यटन को बढ़ावा देने में भूमिकाः-

1. पर्यटन विकास की शुरुआत करना।
2. पर्यटन को राज्य के अलग-अलग हिस्सों में फैलाना।
3. बिना लाभ के सामाजिक ज़िम्मेदारी निभाना।
4. रोजगार के अवसर पैदा करना।
5. राज्य की आय में योगदान देना।
6. पर्यटकों की यात्रा को आसान बनाना।
7. सुरक्षित और आरामदायक ठहराव सुनिश्चित करना।
8. सरकार की ओर से पर्यटकों की मेज़बानी करना।

### UNWTO (United Nations World Tourism Organization- संयुक्त राष्ट्र विश्व पर्यटन संगठन)

UNWTO संयुक्त राष्ट्र की एक संस्था है जो जिम्मेदार, टिकाऊ और सभी के लिए सुलभ पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए काम करती है। यह पर्यटन क्षेत्र में सबसे बड़ी अंतरराष्ट्रीय संस्था है, जो पर्यटन को आर्थिक विकास, समावेशी विकास और पर्यावरणीय स्थिरता का माध्यम मानती है। यह संगठन दुनिया भर में पर्यटन से जुड़ी नीतियों और ज्ञान को बढ़ाने में मार्गदर्शन और सहयोग देता है।

UNWTO ₹Global Code of Ethics for Tourism (पर्यटन के लिए वैश्विक नैतिकता संहिता)

को अपनाने के लिए प्रोत्साहित करता है ताकि पर्यटन से समाज और अर्थव्यवस्था को अधिक लाभ मिल सके और इसके नकारात्मक प्रभाव कम हों। यह पर्यटन को गरीबी हटाने और सतत विकास में मदद के एक माध्यम के रूप में बढ़ावा देता है, जो संयुक्त राष्ट्र के Millennium Development Goals (MDGs) के अनुरूप है।

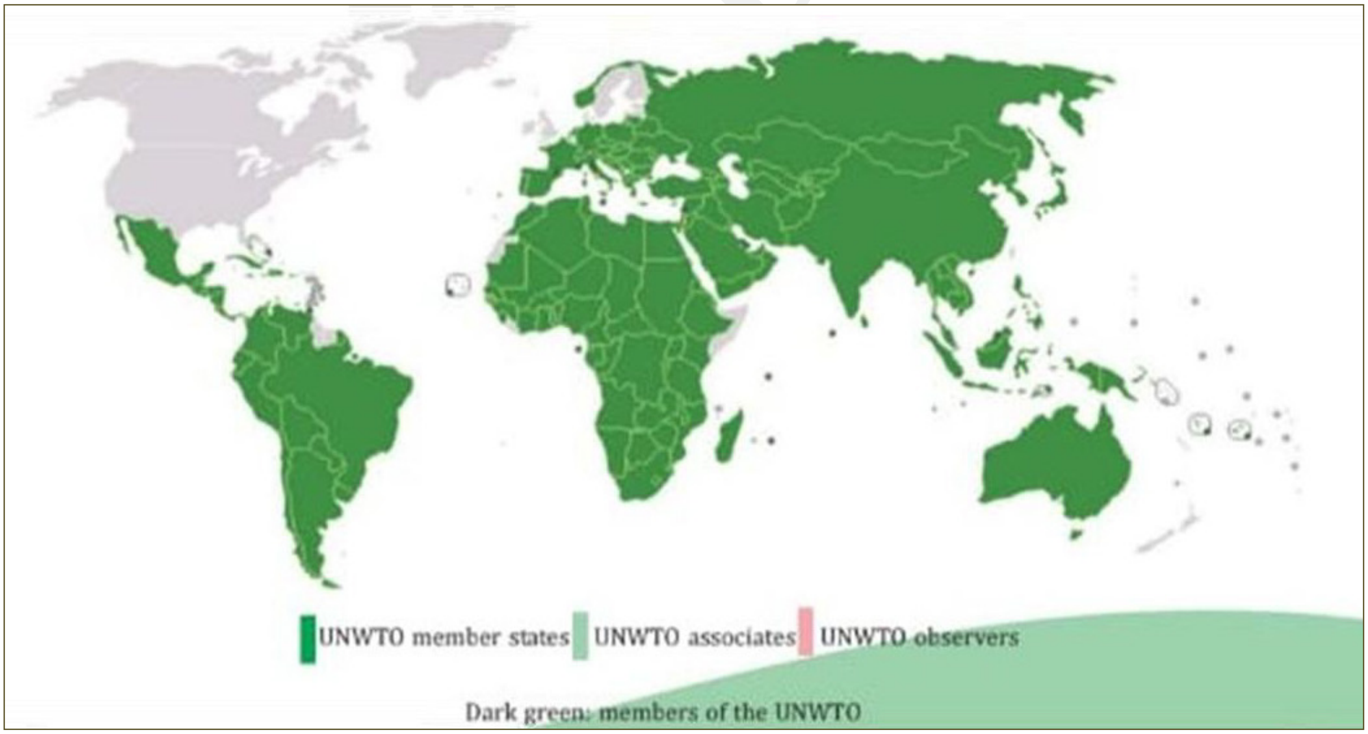
UNWTO दुनिया भर के 100 से अधिक देशों में तकनीकी सहायता परियोजनाओं के ज़रिए पर्यटन को एक विकासशील साधन बनाने के लिए काम करता है। यह संगठन पर्यटन से जुड़ी जानकारी एकत्र करता है, प्रतिस्पर्धी और टिकाऊ नीतियाँ बनाता है, शिक्षा व प्रशिक्षण को बढ़ावा देता है और नीति निर्माण में सहायता करता है।

## UNWTO की सदस्यता में शामिल हैं:-

156 देश, 6 क्षेत्र और 400 से अधिक सहयोगी सदस्य (जैसे निजी क्षेत्र, शैक्षिक संस्थान, पर्यटन संगठन और स्थानीय पर्यटन निकाय)। इसका मुख्यालय मैड्रिड, स्पेन में है।

## UNWTO का उद्देश्य:-

पर्यटन को इस तरह से बढ़ावा देना कि यह आर्थिक विकास, अंतरराष्ट्रीय समझ, शांति, समृद्धि और मानवाधिकारों व मूल स्वतंत्रताओं के प्रति सम्मान को बढ़ाए — बिना किसी जाति, लिंग, भाषा या धर्म के भेदभाव के। संगठन विशेष रूप से विकासशील देशों की पर्यटन क्षेत्र में सहायता करने पर ध्यान देता है।



## 2.7 सारांश (Summary)

पर्यटन वह गतिविधि है, जो थोड़े समय के लिए की जाती है — यानी 24 घंटे से ज़्यादा और 1 साल से कम और जिसका उद्देश्य कमाई नहीं होता। पिछले कुछ दशकों में पर्यटन लगातार बढ़ा है और इसमें कई तरह की विविधताएँ आई हैं, जिससे यह दुनिया के सबसे तेज़ी से बढ़ते आर्थिक क्षेत्रों में से एक बन गया है। विकसित और औद्योगिक देशों में पर्यटन के फैलाव ने अर्थव्यवस्था और रोज़गार के कई क्षेत्रों जैसे कि निर्माण, कृषि और टेलीकम्युनिकेशन में लाभ पहुँचाया है। उद्योग से जुड़े लोग, ब्रोशर, पत्रिकाएँ, मीडिया, प्रकाशन, इंटरनेट और पर्यटक सूचना केंद्र आदि — ये सभी पर्यटन जानकारी के महत्वपूर्ण स्रोत हैं। कई पर्यटन संगठन जैसे कि पर्यटन मंत्रालय (MOT), राज्य पर्यटन विकास निगम (STDC)और संयुक्त राष्ट्र विश्व पर्यटन संगठन (UNWTO) इस तेज़ी से बढ़ते पर्यटन क्षेत्र को बढ़ावा देने और बनाए रखने में अहम भूमिका निभा रहे हैं।

## समीक्षा प्रश्न Review Questions

### बहुविकल्पीय प्रश्न Multiple Choice Questions

1. **भारत में 'अतिथि देवो भवः' का क्या अर्थ है?**

   (A) अतिथि से दूर रहो (B) अतिथि को भगवान समझो

   (C) अतिथि को अनदेखा करो (D) अतिथि को साधारण व्यक्ति समझो

2. **पर्यटन को 'बिना चिमनी वाला उद्योग' क्यों कहा जाता है?**

   (A) क्योंकि यह उद्योग बहुत शोर करता है

   (B) क्योंकि इसमें कोई प्रदूषण नहीं होता

   (C) क्योंकि इसमें चिमनी की आवश्यकता होती है

   (D) क्योंकि यह केवल ग्रामीण क्षेत्रों में होता है

3. **निम्नलिखित में से कौन-सा पर्यटन संगठन अंतरराष्ट्रीय स्तर पर कार्य करता है?**

   (A) STDC (B) MOT

   (C) UNWTO (D) ITDC

4. **पर्यटन की अवधि कितनी मानी जाती है?**

   (A) 1 दिन से कम (B) 1 वर्ष से अधिक

   (C) 24 घंटे से अधिक और 1 वर्ष से कम (D) सिर्फ सप्ताहांत

SCERT DELHI

5. **पर्यटन से किन क्षेत्रों को आर्थिक लाभ मिलता है?**

(A) सिर्फ होटल उद्योग (B) केवल कृषि क्षेत्र

(C) निर्माण, कृषि और दूरसंचार जैसे कई क्षेत्रों को (D) केवल परिवहन क्षेत्र

6. **पर्यटन से देश को कौन-सा मुख्य लाभ मिलता है?**

(A) जनसंख्या वृद्धि (B) प्रदूषण

(C) विदेशी मुद्रा अर्जन (D) आलस्य

7. **पर्यटन क्षेत्र में रोज़गार की स्थिति कैसी है?**

(A) हर सौ में एक को रोजगार (B) हर दस में से एक व्यक्ति को रोजगार

(C) कोई रोजगार नहीं मिलता (D) केवल महिलाओं को रोजगार मिलता है

8. **भारत में पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए कौन-सा नारा दिया गया है?**

(A) सर्वे भवंतु सुखिनः (B) अतिथि देवो भवः

(C) जय जवान जय किसान (D) एक भारत श्रेष्ठ भारत

9. विदेशी पर्यटक भारत में किस चीज़ को सबसे ज़्यादा पसंद करते हैं?

(A) तेज़ रफ्तार जीवनशैली (B) प्राकृतिक आपदाएँ

(C) कला, संस्कृति और हस्तशिल्प (D) केवल मॉल और मल्टीप्लेक्स

10. **STDC का उद्देश्य क्या है?**

(A) पर्यटन को रोकना (B) विदेशों में निवेश करना

(C) राज्य में पर्यटन का विकास करना (D) सिर्फ होटलों का निर्माण करना

**उत्तरः-**

(B) अतिथि को भगवान समझो, 2. (B) क्योंकि इसमें कोई प्रदूषण नहीं होता, 3. (C) UNWTO, 4. (C) 24 घंटे से अधिक और 1 वर्ष से कम, 5. (C) निर्माण, कृषि और दूरसंचार जैसे कई क्षेत्रों को, 6. (C) विदेशी मुद्रा अर्जन, 7. (B) हर दस में से एक व्यक्ति को रोजगार, 8. (B) अतिथि देवो भवः, 9. (C) कला, संस्कृति और हस्तशिल्प, 10. (C) राज्य में पर्यटन का विकास करना

## रिक्त स्थान भरें। (Fill in The Blanks)

1. यदि किसी क्षेत्र में पर्यटन का विकास होता है, तो वहाँ के लोगों को _______ के अवसर बढ़ते हैं।

2. विदेशों से भारत में आने वाले पर्यटक देश को _______ मुद्रा प्रदान करते हैं।

3. किसी भी देश की सकारात्मक छवि प्रस्तुत करने में _______ एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

4. पर्यटन स्थलों पर साफ़-सफ़ाई, सुरक्षा और सुविधा का अच्छा प्रबंध होना _______ के अनुभव को बेहतर बनाता है।

5. भारत की सांस्कृतिक विविधता और परंपराएं विदेशी पर्यटकों के लिए एक बड़ा _______ का कारण बनती हैं।

6. पर्यटन के माध्यम से लोगों को एक-दूसरे की संस्कृति को समझने और _______ बढ़ाने का अवसर मिलता है।

7. पर्यटकों की संख्या में वृद्धि से उस क्षेत्र के होटल, दुकानें और परिवहन सेवाओं की _______ बढ़ जाती है।

8. पर्यटक जानकारी प्राप्त करने के लिए सबसे अधिक भरोसा _______ माध्यमों पर करते हैं।

9. अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए _______ जैसी संस्थाएँ कार्य करती हैं।

10. जब कोई देश पर्यटकों के लिए सुरक्षित और आकर्षक होता है, तो वहाँ की _______ भी बेहतर होती है।

**उत्तरः-**

1. रोजगार, 2. विदेशी, 3. पर्यटन, 4. पर्यटक, 5. आकर्षण, 6. सौहार्द, 7. आय, 8. इंटरनेट, 9. UNWTO, 10. वैश्विक छवि

## अति लघु उत्तरीय प्रश्न (Very Short Answer Questions)

1. पर्यटन को बिना चिमनीवाला उद्योग क्यों कहा जाता है?

उत्तरः- क्योंकि इसमें धुआं या प्रदूषण नहीं होता, फिर भी यह आर्थिक लाभ देता है।

2. भारत में अतिथि देवो भवः- का पर्यटन में क्या महत्व है?

उत्तरः- यह दर्शाता है कि भारत में मेहमानों को भगवान के समान माना जाता है, जिससे पर्यटक आकर्षित होते हैं।

3. विदेश से आने वाले पर्यटकों से देश को मुख्यतः क्या लाभ होता है?

उत्तरः- इससे विदेशी मुद्रा प्राप्त होती है और स्थानीय अर्थव्यवस्था को बल मिलता है।

4. किसी पर्यटन स्थल की सफ़लता किन बातों पर निर्भर करती है?

SCERT DELHI

उत्तरः- सुविधाएँ, स्वच्छता, सुरक्षा और जानकारी की सुगमता पर।

5. UNWTO का मुख्य उद्देश्य क्या है?

उत्तरः- विश्व स्तर पर जिम्मेदार, सतत और सार्वभौमिक रूप से सुलभ पर्यटन को बढ़ावा देना।

6. पर्यटन मंत्रालय (Ministry of Tourism) का मुख्य कार्य क्या होता है?

उत्तरः- पर्यटन विकास के लिए नीति बनाना, प्रचार करना और राज्य व निजी क्षेत्र के प्रयासों का समन्वय करना।

7. पर्यटकों के लिए विश्वसनीय जानकारी के मुख्य स्रोत क्या होते हैं?

उत्तरः- इंटरनेट, गाइड बुक्स, पर्यटन सूचना केंद्र और सरकारी वेबसाइटें।

8. भारत में सांस्कृतिक पर्यटन किस प्रकार आकर्षण का केंद्र बनता है?

उत्तरः- विविध संस्कृति, परंपराएँ, कला और उत्सव, विदेशी पर्यटकों को आकर्षित करते हैं।

9. स्थानीय लोगों को पर्यटन से किस प्रकार रोजगार मिलता है?

उत्तरः- होटल, वाहन सेवा, हस्तशिल्प, भोजनालय और गाइड सेवा जैसी गतिविधियों के माध्यम से।

10. इंटरनेट पर्यटन में कैसे सहायक होता है?

उत्तरः- यह पर्यटक स्थलों की जानकारी, होटल बुकिंग, मौसम और यात्रा योजना बनाने में मदद करता है।

## लघु उत्तरीय प्रश्न (Short Answer Questions)

**1. पर्यटन का वैश्विक स्तर पर सामाजिक और आर्थिक योगदान क्या है?**

उत्तरः- पर्यटन आज दुनिया के सबसे तेज़ी से बढ़ते आर्थिक क्षेत्रों में से एक है। यह विदेशी मुद्रा अर्जित करने, रोजगार देने और बुनियादी ढाँचे के विकास में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाता है। विकसित देशों जैसे स्विट्ज़रलैंड, ऑस्ट्रिया और फ्रांस ने पर्यटन के माध्यम से अपनी सामाजिक और आर्थिक स्थिति को मज़बूत किया है। आँकड़ों के अनुसार, पर्यटन विश्व की लगभग 10% आय में योगदान देता है और हर दस में से एक व्यक्ति को रोजगार देता है। इससे यह स्पष्ट होता है कि पर्यटन का वैश्विक प्रभाव बहुत बड़ा और लाभदायक है।

**2. पर्यटन क्या है?**

उत्तरः- पर्यटन एक ऐसी गतिविधि है जो कम समय के लिए की जाती है — यह 24 घंटे से अधिक लेकिन 1 वर्ष से कम समय की होती है और इसका उद्देश्य कमाई (पैसे कमाना) नहीं होता। यह विश्राम, मनोरंजन, व्यापार या धार्मिक उद्देश्यों से की जाती है। उदाहरण के लिए, यदि कोई व्यक्ति दिल्ली से

SCERT DELHI

आगरा केवल ताजमहल देखने जाता है और कुछ दिनों बाद वापस लौट आता है, तो यह एक पर्यटन गतिविधि कहलाएगी।

**3. इनबाउंड पर्यटन और आउटबाउंड पर्यटन में क्या अंतर है? उदाहरण सहित स्पष्ट कीजिए।**

उत्तरः- इनबाउंड पर्यटन (Inbound Tourism)वह होता है जब कोई विदेशी नागरिक किसी देश की यात्रा करता है। उदाहरणः- जापान के लोग अगर हांगकांग घूमने आते हैं, तो यह हांगकांग के लिए इनबाउंड पर्यटन होगा।

आउटबाउंड पर्यटन (Outbound Tourism)तब होता है जब कोई व्यक्ति अपने देश से बाहर किसी अन्य देश की यात्रा करता है। उदाहरणः- यदि हांगकांग के निवासी पर्यटन के उद्देश्य से जापान जाते हैं, तो यह आउटबाउंड पर्यटन कहलाएगा।

**4. पर्यटन क्यों आवश्यक है? इसे भारत के उदाहरण से स्पष्ट कीजिए।**

उत्तरः- पर्यटन दुनिया के सबसे तेज़ी से बढ़ते आर्थिक क्षेत्रों में से एक बन गया है। यह न केवल नई नौकरियों और आमदनी के अवसर देता है, बल्कि अंतरराष्ट्रीय व्यापार का भी मुख्य हिस्सा बन चुका है। भारत जैसे विकासशील देशों के लिए यह आमदनी का प्रमुख स्रोत है। पर्यटन के फैलाव से निर्माण, कृषि और टेलीकॉम जैसे अन्य क्षेत्रों में भी विकास हुआ है।

**5. पर्यटन किस प्रकार विकासशील देशों में शांति और स्थिरता को बढ़ावा देता है?**

उत्तरः- Honey और Gilpin (2009) के अनुसार, पर्यटन भारत जैसे विकासशील देश में शांति और स्थिरता लाने में मदद कर सकता है – जैसे कि रोज़गार देना, आय बढ़ाना, पर्यावरण को बचाना और अलग-अलग संस्कृतियों को समझने का मौका देना। लेकिन इसके लिए जरूरी है कि अपराध, भ्रष्टाचार और नियमों की कमी जैसे मुद्दों को भी सुलझाया जाए।

**6. पर्यटन से मिलने वाले आर्थिक लाभों को बिंदुओं में समझाइए।**

**उत्तरः-**

- पर्यटन से स्थानीय लोगों को प्रत्यक्ष और परोक्ष रूप से रोजगार मिलता है।
- होटल, रेस्टोरेंट, परिवहन, हस्तशिल्प और गाइड सेवाओं जैसे घरेलू उद्योगों को बढ़ावा मिलता है।
- विदेशी मुद्रा की आमदनी होती है, जिससे देश की अर्थव्यवस्था को बल मिलता है।
- पर्यटन स्थानीय अर्थव्यवस्था में विविधता लाता है, जिससे केवल एक उद्योग पर निर्भरता नहीं रहती।
- ढाँचे और सड़कों में सुधार होता है, जिससे पूरे क्षेत्र का विकास होता है।

SCERT DELHI

- ❖ कुछ नौकरियाँ कम वेतन वाली होती हैं, लेकिन गरीबों के लिए यह जीवन सुधारने का माध्यम बनती हैं।
- ❖ पर्यटन से सरकार को टैक्स की आमदनी भी होती है।

**7. पर्यटन सूचना के स्रोत क्या हैं और इनका क्या महत्व है?**

उत्तरः- पर्यटन और यात्रा उद्योग में काम करने वाले लोगों के लिए ताज़ा, सही और ज़रूरी जानकारी बहुत अहम होती है। यह जानकारी यात्रा कार्यक्रम और टूर पैकेज बनाने में मदद करती है। इससे ग्राहकों को सही पर्यटन उत्पाद बेचने में आसानी होती है। इस जानकारी के स्रोतों में टूर ऑपरेटर, ब्रोशर, मीडिया, गाइडबुक, इंटरनेट, सेमिनार, वर्कशॉप और व्यापार मेले आदि शामिल हैं। प्रोफेशनल लोगों को इन स्रोतों से गंतव्यों की जानकारी समय-समय पर लेनी और अपडेट करनी चाहिए ताकि उन्हें हर जगह की सुविधाओं और आकर्षणों का सही पता हो सके।

**8. पर्यटन मंत्रालय की भूमिका और उसके प्रमुख कार्य क्या हैं?**

उत्तरः- पर्यटन मंत्रालय देश में पर्यटन के विकास के लिए प्रमुख संस्था (नोडल एजेंसी) के रूप में कार्य करता है। यह राज्य सरकारों और केंद्र शासित प्रदेशों के साथ समन्वय करता है, निजी निवेश को बढ़ावा देता है, प्रचार-प्रसार को मज़बूत करता है और प्रशिक्षित मानव संसाधन उपलब्ध कराता है। इसके प्रमुख कार्यों में पर्यटन नीतियों का निर्माण, योजनाओं का संचालन, निवेश को प्रोत्साहन, पर्यटन उत्पादों और आधारभूत ढाँचे का विकास, मानक तय करना, प्रचार और विपणन रणनीति बनाना, शोध और मूल्यांकन करना, अंतरराष्ट्रीय सहयोग बढ़ाना, और बजट तथा प्रशासनिक कार्यों का समन्वय करना शामिल है।

**9. STDC (State Tourism Development Corporation) के मुख्य उद्देश्य क्या हैं?**

उत्तरः- STDC के मुख्य उद्देश्य हैंः-

- ❖ पर्यटन विकास के लिए विभिन्न योजनाएँ और गतिविधियाँ शुरू करना और उन्हें संचालित करना, जैसे टूरिस्ट वाहनों की सेवा।
- ❖ राज्य के अंदर और बाहर पर्यटक सूचना केंद्र बनाना और चलाना।
- ❖ पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए प्रचार सामग्री छापना और बेचना।
- ❖ टूरिस्ट बंगले, होटल, युवा छात्रावास, इन(सराय) और कैफेटेरिया बनाना, किराए पर देना, लेना और उनका संचालन करना।

**10. UNWTO क्या है और इसके उद्देश्य व सदस्यता में कौन-कौन शामिल हैं?**

उत्तरः- UNWTO (संयुक्त राष्ट्र विश्व पर्यटन संगठन) एक अंतरराष्ट्रीय संगठन है, जिसका उद्देश्य पर्यटन

SCERT DELHI

को आर्थिक विकास, अंतरराष्ट्रीय समझ, शांति, समृद्धि और मानवाधिकारों के सम्मान के साथ, बिना किसी जाति, रंग, भाषा या धर्म के भेदभाव को बढ़ावा देना है। यह विशेष रूप से विकासशील देशों की सहायता करता है। इसकी सदस्यता में 156 देश, 6 क्षेत्र और 400 से अधिक सहयोगी सदस्य शामिल हैं। इसका मुख्यालय मैड्रिड, स्पेन में है।

## दीर्घ उत्तरीय प्रश्न (Long Answer Questions)

**1. UNWTO के अनुसार पर्यटन के कितने प्रकार होते हैं? प्रत्येक का संक्षिप्त विवरण दीजिए।**

उत्तरः- UNWTO (United Nations World Tourism Organization)- संयुक्त राष्ट्र विश्व पर्यटन संगठन की परिभाषा के अनुसार, पर्यटन को तीन भागों में बाँटा जा सकता हैः-

**घरेलू पर्यटन (Domestic Tourism):-** जब कोई व्यक्ति अपने ही देश के अंदर यात्रा करता है, तो इसे घरेलू पर्यटन कहा जाता है।

उदाहरणः- एक अमेरिकी नागरिक जो न्यूयॉर्क में रहता है, अगर वह लॉस एंजेलेस बिजनेस ट्रिप पर जाता है, तो यह घरेलू पर्यटन कहलाएगा।

अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन (International Tourism):-जब कोई व्यक्ति एक देश से दूसरे देश की यात्रा करता है, तो इसे अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन कहा जाता है। इसमें दो प्रकार होते हैंः-

आउटबाउंड पर्यटन(Outbound Tourism):-जब कोई व्यक्ति अपने देश से बाहर दूसरे देश की यात्रा करता है।

उदाहरणः- जब हांगकांग के निवासी पर्यटन के उद्देश्य से जापान की यात्रा करते हैं।

इनबाउंड पर्यटन(Inbound Tourism):-किसी देश में गैर-निवासियों (non-residents) या विदेशियों द्वारा उस देश की यात्रा करना।

उदाहरणः- जापान के लोगों द्वारा हांगकांग की यात्रा करना, हांगकांग के लिए इनबॉउन्ड पर्यटन हैं।

**2. पर्यटन के कुछ सामान्य प्रभावों को विस्तार से समझाइए।**

**उत्तरः-** पर्यटन के सामान्य प्रभाव

- आय और रोज़गार का स्रोत - पर्यटन से भारत में लाखों लोगों को काम मिलता है। यह GDP में लगभग 6.23% का योगदान देता है और 8.78% लोगों को रोजगार देता है। खासकर ग्रामीण क्षेत्रों में यह जीवन स्तर सुधारने में मदद करता है।
- विदेशी मुद्रा की आमदनी - पर्यटन से भारत को विदेशी मुद्रा मिलती है, जिससे देश का व्यापार संतुलित रहता है।वर्ष 2008 में लगभग 100 अरब डॉलर की कमाई हुई थी, जो 2018 तक

275.5 अरब डॉलर तक पहुँचने का अनुमान था।

- धरोहर और पर्यावरण का संरक्षण- ताजमहल, कुतुब मीनार, अजंता-एलोरा जैसी ऐतिहासिक जगहों को पर्यटन के कारण संरक्षित किया गया है। इसके साथ ही, पर्यावरण और वन्य जीवों के आवासों की रक्षा भी होती है।
- बुनियादी ढाँचे का विकास- पर्यटन से सड़कें, पानी, बिजली, शौचालय जैसी सुविधाओं का विस्तार होता है। यह न केवल पर्यटकों, बल्कि स्थानीय निवासियों के लिए भी लाभकारी होता है।
- शांति और स्थिरता को बढ़ावा- Honey और Gilpin के अनुसार, पर्यटन रोजगार, आय और सांस्कृतिक समझ के माध्यम से भारत जैसे देशों में शांति और स्थिरता लाता है। हालांकि, इसके लिए अपराध, भ्रष्टाचार और नियामक कमियों को दूर करना जरूरी है।

**3. पर्यटन से होने वाले मुख्य लाभ क्या हैं?**

उत्तरः- पर्यटन से देश को चार प्रमुख क्षेत्रों में लाभ होता है – आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक और पर्यावरणीय। नीचे इन सभी लाभों को बिंदुवार समझाया गया हैः-

**1. आर्थिक लाभ (Economic Benefits)**

- पर्यटन से लोगों को सीधे और परोक्ष रूप से रोज़गार मिलता है।
- होटल, रेस्टोरेंट, हस्तशिल्प, परिवहन जैसे उद्योगों को बढ़ावा मिलता है।
- देश को विदेशी मुद्रा की आमदनी होती है।
- टैक्स की आय (जैसे होटल टैक्स, सेवा कर) बढ़ती है।
- ढाँचागत विकास (सड़क, बिजली, पानी) में सुधार होता है।

**2. सामाजिक लाभ (Social Benefits)**

- लोगों की जीवनशैली और जीवन स्तर बेहतर होता है।
- मनोरंजन और सांस्कृतिक सुविधाएँ स्थानीय जनता को भी मिलती हैं।
- सार्वजनिक स्थलों का सौंदर्य और उपयोगिता बढ़ती है।
- समुदायों में गर्व की भावना और आपसी समझ विकसित होती है।

SCERT DELHI

3. **सांस्कृतिक लाभ (Cultural Benefits)**

- स्थानीय संस्कृति और परंपराओं के प्रति जागरूकता बढ़ती है।
- ऐतिहासिक और पुरातात्विक स्थलों का संरक्षण होता है।
- हस्तशिल्प और लोककलाएँ फिर से जीवित हो सकती हैं।
- सांस्कृतिक आदान-प्रदान से मेहमान और मेज़बान दोनों को लाभ होता है।

4. **पर्यावरणीय लाभ (Environmental Benefits)**

- पार्क और प्राकृतिक क्षेत्र संरक्षित किए जाते हैं।
- कचरा प्रबंधन में सुधार होता है।
- पर्यावरण संरक्षण के प्रति जनता में जागरूकता बढ़ती है।

4. **पर्यटन सूचना के प्रमुख स्रोत क्या हैं और ये पर्यटन उद्योग में कैसे सहायक होते हैं?**

उत्तरः- पर्यटन और यात्रा उद्योग में ताज़ा, सटीक और अद्यतन जानकारी बहुत आवश्यक होती है क्योंकि इससे यात्रा योजनाएँ और टूर पैकेज तैयार किए जाते हैं। इस जानकारी को विभिन्न स्रोतों से प्राप्त किया जाता है।

**प्रमुख स्रोत इस प्रकार हैंः-**

1. **इंडस्ट्री से जुड़े लोगः**- टूर ऑपरेटर, होलसेलर, और पर्यटन संगठन अपने प्रतिनिधियों के माध्यम से ट्रैवल एजेंटों को नई डेस्टिनेशन और पैकेज की जानकारी देते हैं। इसके लिए सेमिनार, वर्कशॉप, एजुकेशनल टूर और साइट विजिट्स आयोजित की जाती हैं।

2. **ब्रोशर, पत्रिकाएँ और मीडियाः**- सरकारी एजेंसियाँ गाइडबुक, नक्शे, वीडियो आदि वितरित करती हैं। व्यापारिक पत्रिकाएँ और समाचारपत्र पर्यटन स्थलों की नवीन जानकारी प्रदान करते हैं। टीवी पर आने वाले यात्रा कार्यक्रम दृश्यात्मक जानकारी का अच्छा माध्यम हैं।

3. **प्रकाशनः**- एटलस, मैप्स, गाइडबुक्स, ट्रैवल रेफरेंस बुक्स और वीजा गाइड जैसी किताबें यात्रा की योजना बनाने में सहायक होती हैं। अब ये जानकारी ऑनलाइन प्लेटफॉर्म्स जैसे Timatic से भी मिलती है।

4. **अन्य स्रोतः**- ट्रैवल फेयर, व्यापार मेले, ईमेल, वेबसाइट और इंटरनेट जैसे डिजिटल माध्यम भी नई जानकारी तुरंत और सरलता से पहुँचाते हैं।

   इन स्रोतों की सहायता से पर्यटन उद्योग की एजेंसियाँ बेहतर सेवाएँ दे पाते हैं और डेस्टिनेशन के बारे में गहराई से जानकारी प्राप्त करते हैं।

SCERT DELHI

5. STDC क्या है? इसके उद्देश्य और पर्यटन को बढ़ावा देने में इसकी क्या भूमिका है?

उत्तरः- STDC यानीState Tourism Development Corporation(राज्य पर्यटन विकास निगम) भारत के लगभग हर राज्य में एक सरकारी निकाय होता है, जिसे राज्य में पर्यटन के विकास की ज़िम्मेदारी दी जाती है। इसका मुख्य कार्य राज्य में पर्यटन को बढ़ावा देना और उससे संबंधित ढाँचागत सुविधाएँ विकसित करना होता है।

STDC का विज़न यह है कि हॉस्पिटैलिटी (अतिथि सेवा) के क्षेत्र में एक अग्रणी सेवा प्रदाता बनना।

STDC का मिशन है – राज्य और बाहर के पर्यटकों को विश्वस्तरीय सुविधाएँ देने के लिए उच्च गुणवत्ता वाला पर्यटन ढाँचा तैयार करना।

## इसके उद्देश्य इस प्रकार हैंः-

1. पर्यटन विकास के लिए नई योजनाएँ और गतिविधियाँ शुरू करना और उन्हें संचालित करना।
2. राज्य के भीतर और बाहर टूरिस्ट सूचना केंद्रों का संचालन।
3. प्रचार सामग्री तैयार कर उसे प्रकाशित करना।
4. होटल, छात्रावास, कैफेटेरिया आदि बनाना और उनका प्रबंधन करना।

**पर्यटन को बढ़ावा देने में STDC की भूमिकाः-**

1. पर्यटन विकास की शुरुआत करना।
2. राज्य के विभिन्न हिस्सों में पर्यटन को फैलाना।
3. सामाजिक उत्तरदायित्व निभाना, जैसे बिना लाभ के सेवाएँ देना।
4. रोज़

गार के अवसर उत्पन्न करना और राज्य की आय बढ़ाना।

5. पर्यटकों के लिए सुरक्षित और आरामदायक यात्रा सुनिश्चित करना।
6. सरकार की ओर से पर्यटकों की मेज़बानी करना।

इस तरह STDC राज्य में पर्यटन को संगठित, संरचित और समृद्ध बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

SCERT DELHI

इकाई 3

# पर्यटन व्यवसाय – II
# Tourism Business – II

## 3.1 परिचय (Introduction)

पर्यटन का व्यवसाय एक लगातार विकसित होने वाला क्षेत्र है। आपको इस उद्योग और इसकी बदलती प्रकृति से पहले के अध्यायों में परिचित कराया गया है और अब तक आप जान चुके हैं कि पर्यटन उद्योग की एक अलग पहचान है, जिसमें विशिष्ट आवश्यकताएँ होती हैं।

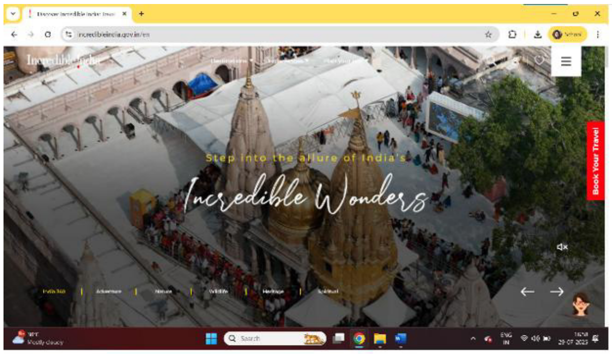
एक पर्यटन छात्र के रूप में, यदि आप पर्यटन व्यवसाय का हिस्सा बनना चाहते हैं, तो केवल पर्यटन के घटकों, तत्वों, प्रकारों और प्रकृति को जानना पर्याप्त नहीं है। पर्यटन उद्योग और उसमें व्यापार करने का तरीका — जैसे कि ट्रैवल एजेंट, टूर ऑपरेटर और अन्य भागीदारों की गतिविधियाँ — लगातार बदल रही हैं और विविध हो रही हैं। उदाहरण के लिए, एयरलाइन टिकट या होटल रूम की बुकिंग जैसी सेवाएँ, जो पहले केवल ट्रैवल एजेंट के माध्यम से ही उपलब्ध थीं, अब यात्री स्वयं इंटरनेट के माध्यम से प्राप्त कर सकते हैं। एक पर्यटक को अब केवल ट्रैवल एजेंट या टूर ऑपरेटर पर निर्भर रहने की ज़रूरत नहीं है — वह जिस गंतव्य पर जाना चाहता है या जहाँ ठहरना चाहता है, उसकी जानकारी विभिन्न वेबसाइटों से प्राप्त कर सकता है, जो विशेष रूप से पर्यटकों और यात्रियों की जरूरतों को पूरा करती हैं।

*ऑनलाइन ट्रैवल सेवा प्रदाताओं / ऑनलाइन ट्रैवल एजेंसियों की वेबसाइट और लोगो*
*स्रोतः- मेकमायट्रिप और यात्रा ऑनलाइन लिमिटेड की वेबसाइटें*

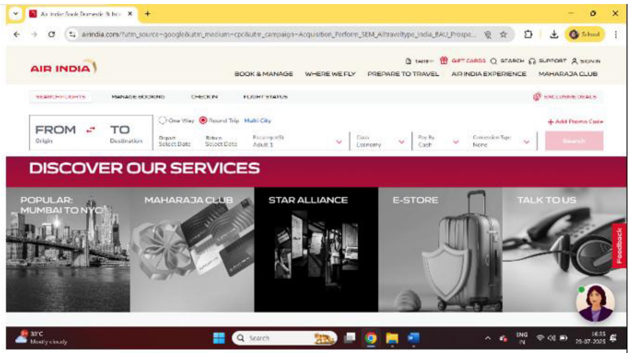
फिर भी, ट्रैवल एजेंटों और टूर ऑपरेटरों की भूमिका पर्यटन उद्योग की वृद्धि में आज भी उतनी ही महत्वपूर्ण है, जितनी पहले थी। किसी भी उद्योग की तरह, पर्यटन उद्योग से संबंधित कार्य और गतिविधियाँ उसमें विशेष होती हैं और उनसे संबंधित कुछ विशिष्ट शब्दावली और गतिविधियाँ जुड़ी होती हैं।

यह इकाई आपको पर्यटन व्यवसाय से जुड़ी कुछ सामान्यतः उपयोग की जाने वाली शब्दावली से परिचित कराएगी। ट्रैवल एजेंसी में नियमित रूप से की जाने वाली गतिविधियों पर भी चर्चा की जाएगी ताकि आप उन्हें समझ सकें और आधुनिक पर्यटन व्यवसाय का हिस्सा जैसा महसूस कर सकें। यह

इकाई घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय यात्रा के बीच के महत्वपूर्ण अंतर और आवश्यकताओं को समझने में भी आपकी मदद करेगी।




भारत के पर्यटन स्थलों की जानकारी प्रदान करने वाली वेबसाइट
स्रोत: इनक्रेडिबल इंडिया की वेबसाइट




एयर इंडिया की वेबसाइट, जो हवाई टिकट बुक करने का अवसर प्रदान करती है
स्रोत: एयर इंडिया की वेबसाइट

## 3.2 यात्रा और आतिथ्य शब्दावली (Travel and Hospitality Terminology)

आपने ऐसे शब्द/शब्दावली ज़रूर सुने होंगे, जो किसी विशेष पेशे या उद्योग के लोग आमतौर पर उपयोग करते हैं। ऐसे शब्द कार्य को पहचानने और कार्य के दौरान एक-दूसरे से संवाद करने में मदद करते हैं। इसी तरह, पर्यटन व्यवसाय में भी कुछ सामान्यतः- उपयोग की जाने वाली शब्दावलियाँ हैं, जो संवाद करने और आवश्यक कार्य को समझने में सहायक होती हैं। ये शब्द आमतौर पर संक्षिप्त (acronym) होते हैं या एकल शब्द होते हैं, जो एयर टिकट बुक करने, होटल रूम बुक करने या टूर पैकेज बुक करने के लिए उपयोग किए जाते हैं।

पर्यटन व्यवसाय में उपयोग किए जाने वाले शब्दों की सूची लंबी है और इनका उद्भव या तो पर्यटन या आतिथ्य क्षेत्र से हुआ है, लेकिन इनका प्रयोग सभी पर्यटन संबंधी गतिविधियों में समान रूप से होता है। इस इकाई में, आपको कुछ सामान्य शब्दावलियों से परिचित कराया जा रहा है, जो आपको पर्यटन व्यवसाय को समझने और पर्यटन उद्योग का हिस्सा बनने में मदद करेंगी।

### 3.2.1 पर्यटक से संबंधित शब्दावली (Tourist-Related Terminology)

- गेस्ट (Guest) – वह व्यक्ति जो ट्रैवल एजेंट या होटल द्वारा दी गई सभी सेवाओं का वास्तव में लाभ उठाता है।
- कस्टमर (Customer) – वह व्यक्ति जो सभी सेवाओं के लिए भुगतान करता है। उदाहरण के लिए, कोई कंपनी अपने कर्मचारियों के लिए यात्रा सेवाओं का भुगतान करती है।
- PAX (पैक्स) – यात्री। आमतौर पर 'No. of PAX' के रूप में उपयोग होता है, जिससे समूह में यात्रा करने वाले यात्रियों की संख्या पता चलती है।
- FIT (फ्री इंडिविजुअल ट्रैवलर) – एकल यात्री या अधिकतम दो लोगों के लिए उपयोग किया जाने वाला शब्द।

SCERT DELHI

- ❖ GIT (ग्रुप इनक्लूसिव टूर) – समूह यात्रियों के लिए उपयोग किया जाने वाला शब्द।

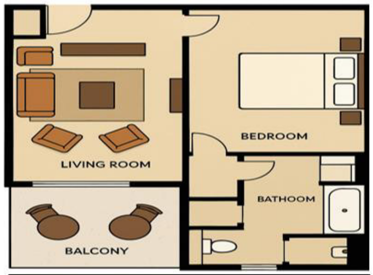
### 3.2.2 कमरे के प्रकार की पहचान के लिए शब्दावली (Terminology for Identification of Room Types)

- ❖ सिंगल रूम(Single Room) – एक व्यक्ति के लिए एक बिस्तर वाला कमरा।
- ❖ डबल रूम(Double Room)– दो व्यक्तियों के लिए डबल बेड वाला कमरा। इसमें किंग (king) साइज़ या क्वीन (queen) साइज़बेड का विकल्प हो सकता है।
- ❖ ट्विन बेडेड रूम / ट्विन रूम(Twin Room) – कमरे में दो लोगों के रहने की व्यवस्था होती है, जिसमें आमतौर पर एक डबल बेड के बजाय दो अलग-अलग सिंगल बेड होते हैं।
- ❖ कैबाना रूम(Cabana Room) – स्विमिंग पूल के पास स्थित कमरा।
- ❖ लनाई रूम(Lanai Room)– खुली हवा वाले आँगन (पैटियो) वाला कमरा, जिसमें हैंगिंग गार्डन या गार्डन व्यू होता है।
- ❖ एफिशिएंसी रूम(Efficiency Room) – रसोईघर सहित एक होटल का कमरा।
- ❖ पेंटहाउस(Penthouse) – होटल की छत या ऊपरी मंज़िल पर स्थित कमरे का सेट, जिसका कुछ भाग खुले आकाश के नीचे होता है।

सिंगल रूम

डबल रूम

ट्विन बेडेड रूम



सुइट

जूनियर सुइट

- सुइट (Suite) – कम से कम दो कमरों का सेट, जिसमें बेडरूम और लिविंग एरिया शामिल होता है। आमतौर पर इसका नाम इसकी सजावट से जुड़ा होता है, जैसे प्रेसिडेंशियल सुइट, मुगल सुइट आदि।
- जूनियर सुइट(Junior Suite)– यह आमतौर पर एक बड़ा कमरा होता है, जिसमें लकड़ी की पार्टिशन से दो हिस्से बनाए जाते हैं।

### 3.2.3 कमरे के साथ भोजन योजना की पहचान के लिए शब्दावली (Terminology for identifying dining plan with room)

- यूरोपीय योजना (EP - European Plan) – केवल कमरे का किराया।
- कॉन्टिनेंटल योजना (CP - Continental Plan) – कमरे का किराया + कॉन्टिनेंटल नाश्ता।
- अमेरिकन योजना (AP - American Plan) – कमरे का किराया + तीन समय का भोजन (नाश्ता, दोपहर का भोजन और रात का भोजन)।
- संशोधित अमेरिकन योजना (MAP - Modified American Plan) – कमरे का किराया + कोई भी दो भोजन।
- बरमूडा योजना (BP - Bermuda Plan) – कमरे का किराया + अमेरिकन नाश्ता।
- जंगल योजना (JP - Jungle Plan) – कमरे का किराया (आमतौर पर AP योजना पर आधारित) + जंगल सफारी(भारत में टूर ऑपरेटरों द्वारा जंगल सफारी के साथ लोकप्रिय)।

कमरे का प्रकार पर्यटकों की संख्या और उनकी पसंद पर आधारित होता है। भोजन योजना से तात्पर्य आवास में ठहरने के साथ मिलने वाली सुविधाओं से है। कभी-कभी एक अतिथि केवल कमरा बुक कराना चाहता है, जिसमें कोई भोजन शामिल नहीं होता, तो कभी अतिथि केवल नाश्ता या रात का खाना कमरे के साथ चाहता है। भोजन योजना होटल को यह सूचित करती है कि अतिथि क्या उम्मीद कर रहा है।

उदाहरण के लिए, जब कोई ट्रैवल एजेंट किसी होटल में MAP योजना के तहत 2 दिनों के लिए एक सिंगल रूम बुक करता है, तो होटल स्टाफ यह समझ जाता है कि एक अतिथि आने वाला है, जो 2 दिन रुकेगा और प्रतिदिन दो बार भोजन लेगा।

### 3.2.4 कुछ और शब्दावली (Some More Terminology)

- अमेरिकन नाश्ता (American Breakfast) – इसमें कॉन्टिनेंटल नाश्ते के साथ-साथ पके हुए व्यंजन जैसे अंडे और सीरियल तैयारियाँ शामिल होती हैं।

SCERT DELHI

- कॉन्टिनेंटल नाश्ता (Continental Breakfast) – इसमें कोई पका हुआ भोजन नहीं होता। इसमें जूस, विभिन्न प्रकार की ब्रेड स्लाइस, जैली, जैम, मक्खन और मर्मलेड के साथ चाय या कॉफी दी जाती है।
- EMT (अर्ली मॉर्निंग टी) – सुबह की पहली चाय।
- फॉरेक्स (FOREX) – विदेशी मुद्रा (Foreign Exchange)।
- गेस्ट फोलियो (Guest Folio) – अतिथि की जानकारी / व्यक्तिगत विवरण जैसे जन्म तिथि, वर्षगांठ आदि।
- IBT – इनबाउंड टूर विभाग / पर्यटक।
- OBT – आउटबाउंड टूर विभाग/ पर्यटक।
- सोल्ड आउट (Sold Out) – जब होटल में कोई भी कमरा उपलब्ध नहीं होता, तो उसे 'सोल्ड आउट' कहा जाता है।
- ट्रांसफर (Transfer) – अतिथि का हवाई अड्डे या रेलवे स्टेशन से होटल तक या होटल से वापसी का सफर।
- VIP गेस्ट – बहुत महत्वपूर्ण अतिथि (Very Important Guest)।
- वाउचर (Vouchers) – वाउचर एक लिखित अथवा मुद्रित दस्तावेज़ होता है, जिसे होटल, ट्रैवल एजेंसी या पर्यटन संगठन द्वारा जारी किया जाता है। यह अतिथि को निर्धारित सेवाएँ (जैसे – आवास, भोजन, परिवहन या अन्य सुविधाएँ) प्राप्त करने का अधिकार प्रदान करता है और साथ ही सेवा प्रदाता के लिए भुगतान की पुष्टि या गारंटी का कार्य करता है।
- वॉक-इन गेस्ट (Walk-in Guest) – ऐसा अतिथि, जो बिना पूर्व आरक्षण के सीधे होटल आकर कमरा माँगता है।

## 3.3 ट्रैवल एजेंसी में की जाने वाली गतिविधियाँ (Activities carried out in a travel agency)

ट्रैवल एजेंसी पर्यटन व्यवसाय में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। हालांकि समय और तकनीकी परिवर्तन के साथ ट्रैवल एजेंसी का स्वरूप बदल रहा है, फिर भी यह पर्यटक और अन्य सेवा प्रदाताओं जैसे होटल, कार सेवा, एयरलाइंस आदि के बीच एक महत्वपूर्ण कड़ी बनी हुई है।

ट्रैवल एजेंसी के विविध कार्य विभिन्न विभागों द्वारा किए जाते हैं, जो एक साथ मिलकर पर्यटकों की यात्रा योजनाओं को पूरा करते हैं। ट्रैवल एजेंसी द्वारा की जाने वाली विभिन्न गतिविधियाँ निम्नलिखित हैं:-

SCERT DELHI

1. **सूचना प्रदाता (Information Provider):-** ट्रैवल एजेंसी पर्यटकों के लिए जानकारी का स्रोत होती है। यह जानकारी गंतव्य स्थान से संबंधित हो सकती है ताकि ग्राहक अपनी यात्रा चुन सकें या एयरलाइन की समय-सारिणी के बारे में हो सकती है ताकि उन्हें सुविधाजनक उड़ान मिल सके।

वे ग्राहकों को गंतव्य पर की जा सकने वाली गतिविधियों, आवास और परिवहन सुविधाओं के बारे में सुझाव देते हैं — वह भी ग्राहक के बजट, आयु वर्ग और रुचियों को ध्यान में रखते हुए।

वे उन्हें ब्रोशर, पम्फैलट या स्थान के दृश्य दिखाकर मदद करते हैं ताकि वे अपनी पसंद का गंतव्य तय कर सकें। वे ग्राहकों की विशेष मांगों जैसे मौसम संबंधी जानकारी या ग्राहक की अन्य प्राथमिकताएं जैसे डबल रूम के बजाय ट्विन रूम आदि में भी मदद करते हैं। यह ट्रैवल एजेंट के काम का सबसे महत्वपूर्ण पहलू है क्योंकि सही जानकारी ग्राहक को निर्णय लेने में मदद करती है, जिससे व्यवसाय और आय दोनों सुनिश्चित होते हैं।

2. **टिकटिंग (Ticketing):-** टिकटिंग ट्रैवल एजेंसी की प्रमुख गतिविधियों में से एक है। इसमें एयरलाइन और रेलवे दोनों प्रकार की टिकटिंग शामिल होती है। ट्रैवल एजेंसी घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय दोनों तरह की हवाई टिकट प्रदान करती है और ग्राहक को विभिन्न एयरलाइनों द्वारा दी जाने वाली सेवाओं और किरायों की जानकारी देती है। उदाहरणः- इंडिगो जैसी लो-कॉस्ट एयरलाइन कम कीमत पर टिकट देती है लेकिन उसमें भोजन, मनोरंजन और अधिक सामान की सुविधा शामिल नहीं होती। रेलवे टिकट भी घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय दोनों यात्रा के लिए उपलब्ध कराए जाते हैं। उदाहरण के लिए, यूरोप की यात्रा करने वाला ग्राहक यूरो रेल (यूरेल) के लिए टिकट या पास का अनुरोध कर सकता है। ट्रैवल एजेंट ग्राहक को यह सुविधा प्रदान करने के लिए विदेश में अपने ट्रैवल साझेदारों के साथ समन्वय करेगा।

3. **टूर पैकेज (Tour Packages):-** ट्रैवल एजेंट, टूर ऑपरेटर और पर्यटकों के बीच सेतु का कार्य करता है। किसी प्रमुख टूर ऑपरेटर का टूर पैकेज ट्रैवल एजेंट से खरीदा जा सकता है। कभी-कभी ट्रैवल एजेंट एक कस्टमाइज्ड टूर पैकेज भी डिज़ाइन करने में मदद करता है, जिसमें ग्राहक को एयरपोर्ट पिक और ड्रॉप, दर्शनीय स्थल, होटल, बस, ट्रेन और एयर यात्रा, डाक्यूमेंटेशन आदि एक ही जगह से मिल जाते हैं — हालांकि इसकी कीमत टूर ऑपरेटर द्वारा दिए गए पैकेज से अधिक हो सकती है। आजकल टूर पैकेज केवल भूमि आधारित नहीं होते, क्रूज़ पैकेज भी ट्रैवल एजेंट के माध्यम से उपलब्ध होते हैं और यह ट्रैवल एजेंट की जिम्मेदारी होती है कि वह ग्राहक को विभिन्न क्रूज़ और उनकी सुविधाओं के बीच अंतर समझाए।

4. **दस्तावेज़ीकरण (Documentations):-** घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय दोनों प्रकार की यात्राओं के लिए आवश्यक यात्रा दस्तावेज़ ट्रैवल एजेंट द्वारा उपलब्ध कराए जाते हैं। इस विभाग द्वारा संभाले जाने वाले विभिन्न दस्तावेज़ों में पासपोर्ट, वीज़ा, स्वास्थ्य प्रमाण पत्र आदि शामिल हैं।

   इस विषय पर अगले खंड में विस्तार से चर्चा की गई है।

5. **विदेशी मुद्रा विनिमय (Foreign Exchange):-** पर्यटको को किसी भी देश की यात्रा करने के लिए उस देश की मुद्रा की आवश्यकता होती है। कुछ ट्रैवल एजेंटों के पास रिज़र्व बैंक ऑफ इंडिया से लाइसेंस होता है, जिससे वे विदेशी मुद्रा की सेवा भी प्रदान कर सकते हैं। वे ग्राहक की आवश्यकता और सुविधा के अनुसार ट्रैवल चेक और नकद मुहैया कराते हैं।

6. **बीमा (Insurance):-** कुछ ट्रैवल एजेंसियाँ यात्रियों को बीमा कंपनियों (सरकारी या निजी) के साथ मिलकर संपूर्ण बीमा योजनाएँ भी उपलब्ध कराती हैं। इस विषय पर अगली इकाई में चर्चा की जाएगी।

7. **एम.आई.सी.ई. मीटिंग, इंसेंटिव, कॉन्फ्रेंसिंग एंड एक्सपोज़िशन (M.I.C.E. – Meetings, Incentives, Conferences and Expositions):-** एम.आई.सी.ई. ट्रैवल एजेंसी की प्रमुख गतिविधियों में से एक है, क्योंकि यह कंपनी के लिए एक बड़ा राजस्व स्रोत होता है। ट्रैवल एजेंट होटल और अन्य सेवा प्रदाताओं के साथ समन्वय करते हैं और कॉर्पोरेट हाउसेज़ और संगठनों के लिए बड़ी कॉन्फ्रेंस और मीटिंग्स आयोजित करने के लिए आवश्यक सुविधाओं और सेवाओं की व्यवस्था करते हैं। एक अन्य गतिविधि यह होती है कि ट्रैवल एजेंट उच्च प्रदर्शन करने वाले कर्मचारियों के लिए इंसेंटिव टूर और उत्पादों के प्रचार के लिए प्रदर्शनियों (एक्सपोज़िशन) की योजना बनाते हैं।

इन सभी गतिविधियों के अलावा, ट्रैवल एजेंट कार रेंटल, गाइड्स की व्यवस्था और पर्यटकों की अन्य आवश्यकताओं की पूर्ति में भी सहायता करता है। ट्रैवल एजेंट का मुख्य कार्य एक सुविधा प्रदाता (facilitator)के रूप में होता है, जो यह सुनिश्चित करता है कि ग्राहक और अतिथि बिना किसी परेशानी के यात्रा का आनंद ले सकें।

## 3.4 यात्रा के लिए दस्तावेज़ीकरण

अपने पिछले अनुभागों और इकाइयों में घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय यात्रा के बारे में पढ़ा है। आप इनबाउंड और आउटबाउंड टूर और पर्यटकों से भी परिचित हैं। आपकी स्मृति को ताज़ा करने के लिए:-

- **घरेलू पर्यटक (Domestic Tourist):-** जब किसी देश का नागरिक अपने ही देश के किसी पर्यटन स्थल की यात्रा करता है, तो उसे घरेलू पर्यटक कहा जाता है और इसे घरेलू पर्यटन कहा जाता है। उदाहरण:- पंजाब का कोई परिवार नैनीताल या शिमला की यात्रा करता है — वे घरेलू पर्यटक हैं।

❖ **अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक (International Tourist):-** जब किसी देश का नागरिक वैध रूप से अपने देश की सीमा पार करके किसी अन्य देश की यात्रा करता है, तो वह अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक कहलाता है और इसे अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन कहा जाता है।अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक दो श्रेणियों में विभाजित होते हैं:-

❖ **इनबाउंड पर्यटक (Inbound Tourist):-** जब किसी देश में अन्य देशों से पर्यटक आते हैं, तो वे उस देश के लिए इनबाउंड पर्यटक कहलाते हैं। दूसरे शब्दों में, जब विदेशी किसी देश की यात्रा करते हैं, तो उन्हें इनबाउंड पर्यटक कहा जाता है। इसे इनकमिंग टूरिज्म भी कहा जाता है।

❖ **उदाहरण:-** यूरोप से एक समूह भारत की यात्रा करता है — वे भारत के लिए इनबाउंड पर्यटक हैं। इस प्रक्रिया में देश को विदेशी मुद्रा प्राप्त होती है।

❖ **आउटबाउंड पर्यटक (Outbound Tourist):-** जब किसी देश का नागरिक किसी विदेशी देश की यात्रा करता है,तो वह उस देश का आउटबाउंड पर्यटक कहलाता है। इसे आउटगोइंग टूरिज्म भी कहा जाता है।

**उदाहरण:-** कोई भारतीय अमेरिका छुट्टी मनाने जाता है — वह भारत के लिए आउटबाउंड पर्यटक है।

एक पर्यटक किसी भी गंतव्य पर जाना चाह सकता है, लेकिन एक पर्यटन पेशेवर के रूप में यह जानना आवश्यक है कि पर्यटकों को कुछ नियमों और शर्तों का पालन करना होता है और प्रत्येक गंतव्य के लिए कुछ आवश्यक दस्तावेज़ों की आवश्यकता होती है।

दस्तावेज़ों की आवश्यकताएँ उस गंतव्य के अनुसार भिन्न हो सकती हैं, लेकिन कुछ दस्तावेज़ सामान्य और अनिवार्य होते हैं। ये दस्तावेज़ घरेलू, इनबाउंड और आउटबाउंड पर्यटकों के लिए आवश्यक होते हैं।

IATA (इंटरनेशनल एयर ट्रांसपोर्ट एसोसिएशन)की 14 एयरलाइनों ने मिलकर TIM (Travel Information Manual) नामक एक प्रकाशन तैयार किया है, जो पर्यटकों को किसी भी गंतव्य पर जाने के लिए आवश्यक दस्तावेज़ों की जानकारी देता है।

### 3.4.1 पासपोर्ट, वीज़ा और अन्य परमिट (Passports, VISA and other permits)

जो पर्यटक विदेश यात्रा करने की योजना बना रहे हैं, उनके पास अपने देश द्वारा जारी पासपोर्ट होना आवश्यक है। पासपोर्ट एक आधिकारिक दस्तावेज़ होता है, जिसे सरकार अपने नागरिकों को जारी करती है, जो यह प्रमाणित करता है कि वह व्यक्ति उस देश का निवासी है। हर पासपोर्ट की एक निश्चित वैधता और समाप्ति तिथि होती है। कोई भी नागरिक तभी अपने देश से बाहर यात्रा कर सकता है, जब उसके पास मान्य पासपोर्टहो। पासपोर्ट की वैधता उस समय भी ज़रूरी होती है, जब पर्यटक अपने देश वापस लौट रहा होता है।

इसी प्रकार, किसी दूसरे देश में प्रवेश करने के लिए उस देश का वीज़ा होना अनिवार्य होता है। वीज़ा वह अनुमति होती है, जो किसी देश द्वारा एक यात्री को अपने क्षेत्र में प्रवेश करने के लिए दी जाती है।

पर्यटकों द्वारा सबसे अधिक मांगे जाने वाले वीज़ा होते हैं:-

- पर्यटन वीज़ा (Tourist VISA)
- व्यवसायिक वीज़ा (Business VISA)

भारत में एक विदेशी और घरेलू यात्री को कुछ विशेष क्षेत्रों की यात्रा के लिए परमिट की आवश्यकता हो सकती है — जैसे कि

- प्रतिबंधित क्षेत्र परमिट (Restricted Area Permit)
- संरक्षित क्षेत्र परमिट (Protected Area Permit)

दोनों ही परमिट विदेशियों के लिए भारत के कुछ भागों में प्रवेश करने के लिए आवश्यक हैं, जिन्हें प्रतिबंधित या संरक्षित क्षेत्र के रूप में नामित किया गया है। ट्रैवल एजेंसियों/टूर ऑपरेटरों की यह ज़िम्मेदारी है कि वे सुनिश्चित करें कि उनके पर्यटक समूहों के पास ऐसे क्षेत्रों में जाते समय वैध प्रतिबंधित/संरक्षित क्षेत्र परमिट हो और पर्यटक अनुमत स्थानों के अलावा अन्य स्थानों पर न जाएँ और यह भी सुनिश्चित करें कि वे वैध अवधि समाप्त होने के बाद वहाँ न रुकें।

- इनर लाइन परमिट (Inner Line Permit) :- यह एक यात्रा दस्तावेज है, जो भारतीय नागरिकों को भारत के भीतर विशिष्ट प्रतिबंधित क्षेत्रों, मुख्य रूप से पूर्वोत्तर राज्यों में प्रवेश करने के लिए आवश्यक है।

दस्तावेज़ किसी भी यात्री के लिए अत्यंत महत्वपूर्ण होते हैं, इसलिए हमेशा TIM मैनुअल की जाँच करनी चाहिए और संदेह होने पर उस देश के दूतावास या संबंधित प्राधिकरण से संपर्क करना चाहिए। यह ट्रैवल एजेंट या सुविधा प्रदाता की ज़िम्मेदारी होती है कि वह यह सुनिश्चित करे कि पर्यटक के पास सभी आवश्यक और वैध दस्तावेज़ हों — अन्यथा पर्यटक को कई समस्याओं का सामना करना पड़ सकता है, जैसेः-

- नज़रबंदी (Detention)
- देश निकाला (Deportation)
- साथ ही, उसका समय और पैसा दोनों बर्बाद हो सकता है।

### 3.4.2 चिकित्सा आवश्यकताएँ (Medical Requirements)

चिकित्सा आपात स्थितियाँ किसी की यात्रा योजनाओं को गंभीर रूप से प्रभावित कर सकती हैं।

वर्तमान समय में कोरोना वाइरस कुछ वर्ष पहले काइबोला वायरस या सार्स वायरस इस बात के प्रमाण हैं कि चिकित्सा आपात स्थितियाँ किसी की यात्रा योजना को पूरी तरह बदल सकती हैं।

हालाँकि एक ट्रैवल एजेंट या पर्यटक होने के नाते हम यह नहीं अनुमान लगा सकते कि विदेश यात्रा के दौरान कौन-कौन सी स्वास्थ्य समस्याएँ आ सकती हैं, फिर भी कुछ देशों में यात्रा करने से पहले कुछ चिकित्सा आवश्यकताओं को पूरा करना अनिवार्य होता है।

SCERT DELHI

जो पर्यटक किसी देश के वीज़ा के लिए आवेदन करते हैं, उन्हें आमतौर पर उस देश के लिए आवश्यक टीकाकरण और स्वास्थ्य प्रमाण पत्र की जानकारी प्रदान की जाती है। ये चिकित्सा आवश्यकताएँ मुख्य रूप से कुछ बीमारियों से सुरक्षा के लिए टीकों से संबंधित होती हैं। पर्यटक को एकमान्यता प्राप्त चिकित्सा विशेषज्ञ द्वारा जारी किया गया स्वास्थ्य प्रमाण पत्र, (Health Certificate)वीज़ा आवेदन के समय जमा करना होता है।

**उदाहरणः-** अफ्रीका और दक्षिण अमेरिका के कुछ देशों में प्रवेश करने के लिए पर्यटक के पास पीत ज्वर (Yellow Fever)का टीकाकरण अनिवार्य होता है क्योंकि यह एक घातक बीमारी है। इस टीकाकरण की वैधता 10 वर्षों के लिए होती है।

### 3.4.3 यात्रा बीमा (Travel Insurance)

जैसा कि आप जानते हैं, बीमा का उद्देश्य स्वयं को किसी भी अनचाही घटना या जोखिम से बचाना होता है। यात्रा बीमा (Travel Insurance) एक ऐसा बीमा है, जो अंतर्राष्ट्रीय और घरेलू दोनों यात्रियों को यात्रा के दौरान होने वाले विभिन्न जोखिमों के विरुद्ध सुरक्षा प्रदान करता है।

इस बीमा में निम्नलिखित स्थितियों के लिए सुरक्षा दी जाती हैः-

- चिकित्सा व्यय (Medical Expenses)
- यात्रा रद्द होने की स्थिति (Trip Cancellation)
- दुर्घटना (Accident)
- यात्रा सेवा प्रदाता के आर्थिक दिवालिएपन की स्थिति (Financial Default of Travel Suppliers)
- सामान की हानि या चोरी (Loss of Baggage)
- यात्रा के दौरान होने वाली किसी भी अन्य हानि

इस प्रकार, यात्रा बीमा यह सुनिश्चित करता है कि किसी भी अनचाही घटना के मामले में पर्यटक को कुछ आर्थिक सहायता मिल सके। ट्रैवल एजेंट यात्रियों को बीमा की यह सुविधा प्रदान करते हैं और उन्हें बीमा कंपनियों द्वारा कमीशन भी प्राप्त होता है।

## 3.5 सारांश (Summary)

इस इकाई में आपको ट्रैवल एजेंसी के संचालन पक्ष से परिचित कराया गया है। पर्यटन व्यवसाय से संबंधित सामान्य रूप से प्रयुक्त शब्दावली को जानना किसी भी व्यक्ति के लिए आवश्यक है, जो इस क्षेत्र में काम करना चाहता है। इन शब्दों का उपयोग किसी भी पर्यटक के लिए सेवाएँ बुक करते समय किया जाता है। ट्रैवल एजेंट की विभिन्न कार्यात्मक भूमिकाओं पर चर्चा की गई है, जैसेः-

- सूचना प्रदान करना
- टिकटिंग सेवाएँ
- विदेशी मुद्रा सेवा (FOREX)
- यात्रा दस्तावेज़ प्रदान करना
- यात्रा बीमा प्रदान करना

इस चर्चा से यह सुनिश्चित होता है कि एक पर्यटन पेशेवर के रूप में, आप ट्रैवल एजेंसी में की जाने वाली जिम्मेदारियों और गतिविधियों से भली-भांति परिचित हों।

## समीक्षा प्रश्न Review Questions

### बहुविकल्पीय प्रश्न Multiple Choice Questions

**Q1. पर्यटन उद्योग में FIT शब्द का क्या अर्थ है?**

(A) स्वतंत्र अकेला यात्री
(B) विदेशी अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक
(C) तय पैकेज यात्रा
(D) फ्री इंटरनेशनल टिकट

**Q2. एक 'ट्विन रूम' में क्या होता है?**

(A) एक डबल बेड
(B) दो सिंगल बेड
(C) एक सिंगल बेड
(D) कोई बिस्तर नहीं

**Q3. पर्यटन बीमा किससे सुरक्षा प्रदान करता है?**

(A) खोए हुए दस्तावेज़
(B) चिकित्सा आपात स्थिति
(C) यात्रा रद्द होने पर
(D) उपरोक्त सभी

**Q4. एक ट्रैवल एजेंट का मुख्य कार्य क्या है?**

(A) होटल चलाना
(B) जानकारी प्रदान करना और बुकिंग करना
(C) उड़ान उड़ाना
(D) पासपोर्ट बनाना

**Q5. EP योजना में क्या शामिल होता है?**

(A) केवल कमरा
(B) कमरा और नाश्ता
(C) कमरा और सभी भोजन
(D) कोई भी नहीं

SCERT DELHI

**Q6. पर्यटन उद्योग में PAX का क्या अर्थ है?**

(A) कमरा (B) स्थान

(C) यात्री (D) पंजीकरण

**Q7. ट्रैवल एजेंट द्वारा प्रदान की जाने वाली सेवा नहीं है:-**

(A) बीमा (B) फॉरेक्स

(C) सड़क निर्माण (D) टिकटिंग

**Q8. एक डबल रूम में क्या होता है?**

(A) दो बिस्तर (B) एक बड़ा बिस्तर

(C) छोटा कमरा (D) रसोई

**Q9. भारत में कुछ क्षेत्रों की यात्रा के लिए कौन-सा परमिट आवश्यक होता है?**

(A) वीज़ा (B) ट्रेन टिकट

(C) इनर लाइन परमिट (D) मेडिकल सर्टिफिकेट

**Q10. TIM मैनुअल किससे संबंधित है?**

(A) होटल सेवा (B) यात्रा दस्तावेज़

(C) विमान संचालन (D) भोजन योजना

**उत्तरः-**

1.(A) स्वतंत्र अकेला यात्री, 2. (B) दो सिंगल बेड, 3. (D) उपरोक्त सभी, 4. (B) जानकारी प्रदान करना और बुकिंग करना, 5. (A) केवल कमरा, 6. (C) यात्री, 7. (C) सड़क निर्माण, 8. (B) एक बड़ा बिस्तर, 9. (C) इनर लाइन परमिट, 10. (B) यात्रा दस्तावेज़

## लघु उत्तरीय प्रश्न (Short Answer Questions)

### Q1. एक ट्रैवल एजेंसी द्वारा प्रदान की जाने वाली सेवाएँ:-

**उत्तरः-** एक ट्रैवल एजेंसी यात्रियों को उनकी यात्रा को सुगम और आरामदायक बनाने के लिए अनेक सेवाएँ प्रदान करती है। इसमें मुख्य रूप से यात्रा स्थलों, पर्यटन आकर्षण, मौसम और संस्कृति के बारे में जानकारी देना, टिकटिंग की व्यवस्था करना, टूर पैकेज तैयार करना, आवश्यक दस्तावेज़ जैसे पासपोर्ट, वीज़ा और परमिट का प्रबंधन करना, विदेशी मुद्रा की सुविधा प्रदान करना, यात्रा बीमा की व्यवस्था करना और व्यवसायिक यात्राओं के लिए MICE सेवाएँ देना शामिल हैं। इन सभी सेवाओं

SCERT DELHI

का उद्देश्य यह सुनिश्चित करना है कि पर्यटक की यात्रा सुरक्षित, सुविधाजनक और आनंददायक हो।

**Q2. पासपोर्ट, वीज़ा और यात्रा परमिट की प्रक्रिया को समझाइए।**

**उत्तर:-** अंतरराष्ट्रीय यात्रा के लिए पासपोर्ट, वीज़ा और कभी-कभी विशेष क्षेत्रों के लिए यात्रा परमिट आवश्यक होते हैं। पासपोर्ट नागरिक की पहचान और राष्ट्रीयता का प्रमाण है और इसके बिना अंतरराष्ट्रीय यात्रा संभव नहीं है। वीज़ा उस देश की अनुमति है जहाँ यात्रा की जा रही है, और इसे संबंधित देश के दूतावास या वाणिज्य दूतावास से प्राप्त किया जाता है। इसके लिए पासपोर्ट, आवेदन पत्र, फोटो और आवश्यक वित्तीय या यात्रा दस्तावेज़ जमा करने होते हैं। कुछ विशेष क्षेत्रों जैसे भारत में लेह-लद्दाख या उत्तराखंड के सीमांत क्षेत्र में प्रवेश के लिए यात्रा परमिट की आवश्यकता होती है। सही समय पर इन दस्तावेज़ों का आवेदन और अनुमोदन यात्रा को सुरक्षित और कानूनी बनाता है।

**Q3. यात्रा बीमा क्या है और यह किन परिस्थितियों में उपयोगी होता है?**

**उत्तर:-** यात्रा बीमा एक वित्तीय सुरक्षा योजना है जो यात्रा के दौरान उत्पन्न होने वाली अनिश्चित परिस्थितियों में आर्थिक सहायता प्रदान करती है। यह मेडिकल इमरजेंसी, दुर्घटना, यात्रा रद्दीकरण, सामान की हानि या अन्य आकस्मिक परिस्थितियों में सुरक्षा देती है। यात्रा बीमा के होने से पर्यटक मानसिक शांति के साथ यात्रा कर सकते हैं और किसी अप्रत्याशित घटना में आर्थिक बोझ से बच जाते हैं।

**Q4. ट्रैवल और आतिथ्य से संबंधित प्रमुख शब्दावलियों को सूचीबद्ध करें और उनका संक्षिप्त विवरण दें।**

**उत्तर:-** ट्रैवल और आतिथ्य उद्योग में कुछ विशेष शब्दावली का प्रयोग किया जाता है, जो सेवा के प्रकार, यात्रियों की संख्या और सुविधाओं को दर्शाती हैं। उदाहरण के लिए, FIT (Fully Independent Traveler) स्वतंत्र यात्री को दर्शाता है, GIT (Group Inclusive Tour) समूह यात्रा पैकेज के लिए उपयोग होता है, और PAX यात्रियों की संख्या को दर्शाता है। अन्य शब्द जैसे सिंगल रूम, डबल रूम, EP (European Plan), MAP (Modified American Plan) और All Inclusive होटल सेवाओं और भोजन की व्यवस्था के प्रकार को स्पष्ट करते हैं। ये शब्दावलियाँ होटल स्टाफ और यात्रियों के बीच संचार को सरल और व्यवस्थित बनाती हैं।

**Q5. अंतर्राष्ट्रीय यात्रा की तैयारी में किन दस्तावेजों की आवश्यकता होती है?**

**उत्तर:-** अंतरराष्ट्रीय यात्रा के लिए यात्रियों को पासपोर्ट, वीज़ा, स्वास्थ्य प्रमाण पत्र या वैक्सीन सर्टिफिकेट, यात्रा बीमा दस्तावेज़, हवाई या अन्य परिवहन टिकट, होटल बुकिंग की पुष्टि और कुछ मामलों में वित्तीय दस्तावेज़ जैसे बैंक स्टेटमेंट तैयार रखना आवश्यक होता है। इन दस्तावेज़ों की उपस्थिति यात्रा को व्यवस्थित, सुरक्षित और कानूनी बनाती है, और यात्रा के दौरान किसी भी प्रकार की असुविधा से बचाती है।

SOLUTION DELHI

## दीर्घ उत्तरीय प्रश्न (Long Answer Questions)

**Q1. ट्रैवल एजेंट की भूमिका क्या होती है और वह पर्यटकों को कौन-कौन सी सेवाएँ प्रदान करता है?**

**उत्तरः-** एक ट्रैवल एजेंट का मुख्य कार्य पर्यटकों और विभिन्न पर्यटन सेवा प्रदाताओं जैसे होटल, एयरलाइंस, परिवहन और वीज़ा एजेंसियों के बीच एक सेतु का काम करना होता है। यह एजेंट यात्रियों को उनके यात्रा गंतव्य, मौसम, संस्कृति, बजट और योजना के बारे में पूरी जानकारी देता है। एजेंट यह सुनिश्चित करता है कि पर्यटक अपनी यात्रा को सुरक्षित और व्यवस्थित तरीके से कर सके। यह मार्गदर्शन नई जगहों की जानकारी, पर्यटन आकर्षण और स्थानीय रीति-रिवाजों के बारे में भी प्रदान करता है।

ट्रैवल एजेंट यात्रियों के लिए टिकटिंग, टूर पैकेज, होटल बुकिंग, यात्रा बीमा, दस्तावेज़ीकरण और विदेशी मुद्रा विनिमय जैसी सुविधाएँ उपलब्ध कराता है। इसके अलावा, वह पर्यटकों की विशेष जरूरतों और बजट के अनुसार अनुकूल विकल्प प्रदान करता है। एजेंट समूह पर्यटन, छुट्टियों के पैकेज और कॉर्पोरेट यात्राओं की योजना बनाकर यात्रा को अधिक सुविधाजनक बनाता है।

ट्रैवल एजेंट का कार्य केवल सेवाएँ प्रदान करना ही नहीं है, बल्कि यात्रा के दौरान उत्पन्न होने वाली समस्याओं को हल करना और आपातकालीन सहायता उपलब्ध कराना भी शामिल है। यह पर्यटकों का विश्वास जीतता है और उनके अनुभव को यादगार बनाता है। ट्रैवल एजेंट की भूमिका इसलिए बहुत महत्वपूर्ण है क्योंकि वह यात्रा को आरामदायक, व्यवस्थित और तनाव-मुक्त बनाने में मुख्य योगदान देता है।

**Q2. पासपोर्ट और वीज़ा में क्या अंतर होता है?**

**उत्तरः-**पासपोर्ट और वीज़ा दोनों अंतरराष्ट्रीय यात्रा के लिए अनिवार्य हैं, लेकिन इनकी भूमिका अलग होती है। पासपोर्ट एक आधिकारिक दस्तावेज़ है, जो व्यक्ति की पहचान और राष्ट्रीयता का प्रमाण देता है। यह यह सुनिश्चित करता है कि व्यक्ति किसी विशेष देश का नागरिक है और अंतरराष्ट्रीय यात्रा की पात्रता रखता है। पासपोर्ट के बिना अंतरराष्ट्रीय यात्रा संभव नहीं होती।

दूसरी ओर, वीज़ा उस देश द्वारा जारी की जाने वाली अनुमति है, जहाँ यात्री प्रवेश करना चाहता है। वीज़ा के बिना अधिकांश देशों में प्रवेश संभव नहीं होता। वीज़ा विभिन्न प्रकार का हो सकता है, जैसे टूरिस्ट वीज़ा, बिज़नेस वीज़ा, स्टडी वीज़ा आदि। पासपोर्ट यात्रा की पात्रता को प्रमाणित करता है, जबकि वीज़ा यात्रा की मंजूरी प्रदान करता है।

यात्रा से पहले पासपोर्ट और वीज़ा की वैधता सुनिश्चित करना अत्यंत महत्वपूर्ण है। यदि इन दस्तावेज़ों में कोई गलती या समय पर आवेदन न किया गया हो तो यात्रा बाधित हो सकती है इसलिए अंतरराष्ट्रीय

यात्रा की योजना बनाने से पहले इन दस्तावेज़ों का सही ढंग से तैयारी करना आवश्यक है। यह प्रक्रिया यात्रियों को कानूनी सुरक्षा और यात्रा के दौरान मानसिक शांति प्रदान करती है।

## Q3. सिंगल', 'डबल' और 'ट्विन' रूम में क्या अंतर होता है?

**उत्तरः**- होटल के कमरे यात्रियों की संख्या, सुविधा और बजट के आधार पर विभाजित होते हैं। सिंगल रूम एक व्यक्ति के लिए होता है, जिसमें एक बिस्तर और आवश्यक सुविधाएँ उपलब्ध होती हैं। यह कमरा विशेष रूप से एकल यात्रियों के लिए उपयुक्त होता है और इसकी कीमत अन्य विकल्पों की तुलना में कम होती है।

डबल रूम दो व्यक्तियों के लिए होता है और इसमें एक बड़ा डबल बेड होता है। यह जोड़े, मित्र या परिवार के दो सदस्यों के लिए उपयुक्त होता है। वहीं, ट्विन रूम में दो अलग-अलग सिंगल बेड होते हैं, जो दो व्यक्तियों को स्वतंत्र रूप से सोने की सुविधा प्रदान करते हैं। इस प्रकार यात्रियों की संख्या और सुविधा के आधार पर होटल में कमरे का चयन किया जाता है।

ट्रैवल एजेंट इन विकल्पों के बारे में ग्राहकों को पूरी जानकारी देता है और उनके बजट, संख्या और सुविधा के अनुसार सही कमरा चुनने में मदद करता है। सही कमरे का चयन न केवल यात्रा को आरामदायक बनाता है बल्कि आर्थिक रूप से भी लाभकारी होता है। इसके अलावा, कमरे के प्रकार और सुविधाओं के आधार पर होटल दरें भी बदलती हैं।

## Q4. यात्रा बीमा की आवश्यकता क्यों होती है?

**उत्तरः**- यात्रा बीमा यात्रियों को यात्रा के दौरान संभावित जोखिमों और आकस्मिक परिस्थितियों से वित्तीय सुरक्षा प्रदान करता है। यह चिकित्सा आपातकाल, दुर्घटना, यात्रा रद्द होने, सामान चोरी या खो जाने जैसी परिस्थितियों को कवर करता है। यात्रा बीमा न केवल घरेलू बल्कि अंतरराष्ट्रीय यात्राओं के लिए भी उपलब्ध है।

ट्रैवल एजेंट यह सुविधा अपने ग्राहकों को उपलब्ध कराकर यह सुनिश्चित करता है कि उनकी यात्रा सुरक्षित और चिंता-मुक्त रहे। बीमा होने से यात्रियों को मानसिक शांति मिलती है और वे किसी अप्रत्याशित घटना में आर्थिक बोझ से बच जाते हैं। इसके अलावा, यात्रा बीमा स्वास्थ्य, न्यायिक सहायता और प्रशासनिक सहायता जैसे क्षेत्रों में भी मदद करता है।

यात्रा बीमा का होना यात्रा की योजना में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। यह यात्रियों को सुरक्षा का अहसास देता है और यात्रा के दौरान उन्हें किसी भी आकस्मिक परिस्थिति से निपटने में सहायता करता है इसलिए यात्रा बीमा किसी भी यात्रा का अनिवार्य हिस्सा माना जाता है।

SCERT DELHI

**Q5. एम.आई.सी.ई. (MICE) क्या है और ट्रैवल एजेंट इसमें क्या भूमिका निभाते हैं?**

**उत्तरः-** एम.आई.सी.ई. का पूर्ण रूप है – Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions। यह कॉर्पोरेट और व्यवसायिक आयोजनों का महत्वपूर्ण क्षेत्र है। MICE उद्योग में आयोजनों की योजना बनाना, स्थान का चयन, होटल और परिवहन का प्रबंधन शामिल होता है।

ट्रैवल एजेंट इन आयोजनों के लिए प्रतिभागियों की बुकिंग, यात्रा और स्थानांतरण, भोजन, तकनीकी आवश्यकताओं और कार्यक्रम शेड्यूल का प्रबंधन करता है। इसके अलावा, एजेंट प्रतिभागियों का रजिस्ट्रेशन, आवास और स्थल पर सभी व्यवस्थाएँ सुनिश्चित करता है।

MICE सेवाओं के माध्यम से कंपनियाँ अपने कार्यक्रमों को सफलतापूर्वक आयोजित कर सकती हैं और प्रतिभागियों को उत्कृष्ट अनुभव प्रदान कर सकती हैं। इसके साथ ही यह ट्रैवल एजेंसी के लिए व्यावसायिक अवसर उत्पन्न करता है और उसकी पेशेवर छवि को बढ़ाता है।

SCERT DELHI

इकाई 4

# पर्यटन उत्पाद–II
# Tourism Product–II

## 4.1 परिचय (Introduction)

पर्यटन उत्पाद किसी भी जगह की खास चीजें होती हैं, जो पर्यटकों को वहाँ आने के लिए आकर्षित (attract) करती हैं। इनमें प्राकृतिक सुंदरता, ऐतिहासिक और धार्मिक स्थल, मेले और त्योहार, ठहरने, खाने-पीने और यात्रा की सुविधाएँ (facilities) शामिल होती हैं। ये सुविधाएँ और सेवाएँ (services) खास तौर पर पर्यटकों की ज़रूरतों को ध्यान में रखकर बनाई जाती हैं। जब किसी जगह के पर्यटन उत्पाद अच्छे होते हैं तो ज़्यादा लोग वहाँ घूमने आते हैं, जिससे उस जगह की कमाई (Earning) बढ़ती है और स्थानीय लोगों को रोज़गार (jobs) के अवसर मिलते हैं। जब सभी सुविधाएँ मिलकर पर्यटकों को संतुष्ट करती हैं तो वे बार-बार उस जगह घूमने के लिए आते हैं।

## 4.2 पर्यटन उत्पाद का वर्गीकरण (Classification of Tourism Products)

पर्यटन उत्पाद वे खास चीजें होती हैं, जो किसी जगह को पर्यटकों के लिए आकर्षक बनाती हैं। जैसे कि कोई सुंदर झील(lake), मंदिर, पुराना किला, मेला या बड़ा त्योहार। जब किसी जगह पर कई अलग-अलग (Different) पर्यटन उत्पाद होते हैं, तो ज़्यादा लोग वहाँ घूमने आते हैं। इसलिए, इन सब चीज़ों की एक सूची (List) बनाना ज़रूरी होता है। यह सूची बताती है कि पर्यटकों को क्या-क्या देखना चाहिए। अगर कुछ चीज़ें एक जैसी हों, तो उन्हें एक समूह (group) में रखा जाता है। इससे सही जानकारी (information) सही लोगों तक पहुँचती है और जगह के बारे में समझाना आसान हो जाता है।

*चित्र:- पर्यटन उत्पाद का वर्गीकरण*

SCERT DELHI

### 4.2.1 प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद (natural tourism products)

प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद का मतलब उन पर्यटन स्थलों से हैं, जो प्राकृतिक वातावरण से जुड़े होते हैं और किसी जगह को खास बनाते हैं। जैसे कि वहाँ का मौसम, भू-भाग (landscapes) और प्राकृतिक नज़ारे। ये प्राकृतिक खासियतें अक्सर लोगों को उस जगह घूमने के लिए प्रेरित करती हैं।

**प्राकृतिक पर्यटन उत्पादों के उदाहरण हैं:-**

- गाँवों का इलाका
- मौसम
- प्राकृतिक सुंदरता — पहाड़, चट्टानें, घाटियाँ, जमीन का रूप आदि
- जल-तट, झीलें, तालाब, नदियाँ, झरने
- वनस्पति और जीव-जंतु
- वन्यजीव
- द्वीप
- दर्शनीय स्थल

पर्यटकों को अपनी तरफ खींचने में मौसम (climate) और प्राकृतिक सुंदरता का बहुत बड़ा योगदान होता है। अलग-अलग मौसम, खूबसूरत जगहें, जंगल, समुद्र तट, पहाड़ और इंसानों द्वारा बनाई गई सुविधाएँ मिलकर पर्यटन को बढ़ावा देती हैं।

#### अच्छा मौसम क्यों जरूरी है?

- ज़्यादातर लोग ऐसा मौसम पसंद करते हैं, जो गर्म, धूप वाला और सूखा हो। इसलिए यूरोप के देशो (फ्रांस, इटली, स्पेन, ग्रीस) में सुंदर समुद्र तट(Beach Resorts) बनाए गए हैं।
- भारत, श्रीलंका और थाईलैंड के समुद्र तट भी लाखों पर्यटकों को अपनी ओर खींचते हैं क्योंकि वहाँ मौसम अच्छा रहता है।

#### ठंडा मौसम और बर्फीले स्थान:-

- कुछ लोग ठंडा मौसम और बर्फ का मज़ा लेने जाते हैं। इसके लिए स्विट्ज़रलैंड, फ्रांस, जर्मनी जैसे देशों में विंटर स्पोर्ट्स – स्कीइंग (Skiing), हिम क्रीड़ाओं (Snow Games) की सुविधाएँ दी जाती हैं।

SCERT DELHI

❖ जो लोग गर्म जगहों में रहते हैं, वो बर्फ और ठंड का आनंद लेने इन जगहों पर जाते हैं।

❖ गर्म देशों में भी ऊँचे और ठंडे इलाके (Hill Stations) बनाए जाते हैं ताकि लोग गर्मी से राहत पाने वहाँ जाएँ।

## प्राकृतिक सुंदरता और दृश्य:-

❖ सुंदर खेत, बाग-बगीचे, गाँव, अंगूर के बाग (Vineyards), झीलें, झरने, ग्लेशियर, ये सब देखने लोग दूर-दूर से आते हैं।

❖ यूरोपियन ऐल्प्स, रॉकीज, एंडीज़, हिमालय, एटलस जैसे पहाड़ों पर लोग प्राकृतिक सुंदरता और ताज़ी हवा का मज़ा लेते हैं।

❖ पहाड़ों पर लोग प्रकृति भ्रमण (Nature Walk), पदयात्रा (Trekking), साइक्लिंग (Cycling), शिला आरोहण (Rock Climbing), डोंगी नौकायन (Canoeing), नौकायन (Sailing), स्कीइंग (Skiing) आदि करते हैं।

## वनस्पति और जीव-जंतु:-

❖ लोग अलग-अलग पेड़-पौधे और जानवर देखने भी घूमने जाते हैं।

❖ नेशनल पार्क, वाइल्डलाइफ सैंक्चुअरी, ज़ू, बोटैनिक गार्डन जैसे जगहों पर लोग पेड़-पौधों और जानवरों को करीब से देखते हैं।

❖ जैसे कि - येलोस्टोन पार्क (Yellowstone Park), सैन डिएगो चिड़ियाघर (San Diego Zoo), क्यू गार्डन लंदन (Kew Garden London), कैंडी – श्रीलंका (Kandy in Sri Lanka), बोगोर – इंडोनशिया (Bogor Indonesia)इसके उदाहरण हैं।

**जल स्रोतः-**

- नदियाँ, झीलें, झरने, ग्लेशियर, गीजर आदि भी पर्यटकों को आकर्षित करते हैं।
- नियाग्रा जलप्रपात (Niagara Falls) इसका एक अच्छा उदाहरण है।

**स्पाः-**

- आजकल स्पा और मिनरल स्प्रिंग्स भी प्रसिद्ध हो रहे हैं।
- लोग वहाँ शरीर को आराम देने और इलाज के लिए जाते हैं।
- इटली, ऑस्ट्रिया, जर्मनी में स्पा का बड़ा महत्व है।

**समुद्र तट (Beaches):-**

- समुद्र किनारे लोग मस्ती और आराम के लिए जाते हैं।
- साफ़ नीला आसमान, सुनहरी रेत, हरी झाड़ियाँ और साफ़ पानी वहाँ को खास बनाते हैं।
- लोग वहाँ तैराकी (Swimming), सर्फिंग (Surfing), नौकायन (Boating), पैरासेलिंग (Parasailing), धूप सेंकना (Sunbathing), मोटरबोट सवारी (Motorboat Ride), मनोरंजन पार्क (Amusement Parks), कसीनो (Casinos), रंगमंच (Theatre) आदि का आनंद लेते हैं।
- होटल, रिसॉर्ट, पार्किंग, शॉपिंग, रोड और ट्रांसपोर्ट की सुविधाएँ भी दी जाती हैं।

**द्वीप (Islands):-**

- द्वीपों में प्राकृतिक सुंदरता के साथ दुर्लभ (rare) पेड़-पौधे, पशु-पक्षी और अलग जनजातियाँ (Tribes) होती हैं।
- साहसिक, प्राकृतिक और सांस्कृतिक पर्यटन के लिए ये बहुत प्रसिद्ध हैं।

SCERT DELHI

❖ कैरेबियन (Caribbean), हवाई (Hawaii), मालदीव (Maldives), मॉरीशस (Mauritius), अंडमान और निकोबार द्वीपसमूह (Andaman & Nicobar Islands) आदि प्रसिद्ध द्वीप पर्यटन स्थल हैं।

### 4.2.2 मानव निर्मित पर्यटन उत्पाद (man-made tourism products)

मानव निर्मित पर्यटन उत्पाद वे उत्पाद होते हैं जिन्हें मनुष्य ने मनोरंजन, अवकाश या व्यवसाय (business) के उद्देश्य से बनाया होत है। ये उत्पाद प्राकृतिक रूप से नहीं पाए जाते, बल्कि मानव प्रयासों द्वारा बनाए जाते हैं।

**(A) संस्कृति (Culture)**

❖ पुरातात्विक रुचि के स्थल और क्षेत्र

❖ ऐतिहासिक इमारतें और स्मारक

❖ ऐतिहासिक महत्व के स्थान

❖ संग्रहालय और कला दीर्घाएँ

❖ राजनीतिक और शैक्षणिक संस्थान

❖ धार्मिक स्थल

सांस्कृतिक पर्यटन वह है,जब लोग किसी देश की अनूठी (Unique) परंपराओं, कला, त्योहारों और जीवन शैली के बारे में जानने और उसका आनंद लेने के लिए विभिन्न स्थानों पर जाते हैं।

❖ प्रागैतिहासिक (Pre-historical) आकर्षणों में चट्टानों पर चित्रकला, नक्काशी(Carving), पुरानी मिट्टी की टीलियाँ आदि शामिल

हैं, जैसे यूनाइटेड किंगडम का स्टोनहेंज।

- ऐतिहासिक स्मारक अक्सर अपनी संस्कृति या देश के प्रतीक बन जाते हैं। मिस्र का ग्रेट पिरामिड, चीन की ग्रेट वॉल, पेरिस का एफिल टावर इसके उदाहरण हैं।

## (B) परंपराएँ (Traditions)

- तीर्थयात्राएँ
- मेले और उत्सव
- कला और हस्तशिल्प
- नृत्य
- संगीत
- लोककथाएँ
- स्थानीय जीवन और रीति-रिवाज

**परंपराः-** परंपराएँ या रीति-रिवाज़ वे चीज़ें हैं, जिनका लोग सदियों से पालन करते आ रहे हैं। रीति-रिवाज़ ज़्यादातर कार्यों से जुड़े होते हैं, जबकि संस्कृति उन कार्यों के पीछे छिपे विचारों या परंपराओं का समूह होता है।

हर जगह के लोगों की अपनी जीवनशैली, धार्मिक विश्वास, भोजन, रोजमर्रा की प्रथाएँ पर्यटकों को आकर्षित करती हैं। जैसे भारतीय विवाह, मंदिरों में किए जाने वाले अनुष्ठान आदि।

तीर्थयात्रा किसी धार्मिक या आध्यात्मिक महत्व वाली जगह की यात्रा होती है। यह आमतौर पर समूह में होती है। उदाहरण के लिए मुस्लिमों के लिए हज यात्रा या हिंदुओं की चार धाम यात्रा :- बद्रीनाथ, जगन्नाथ पुरी, रामेश्वरम और द्वारका।

**मेले (Fairs) और उत्सव (festivals)-** लोगों के आनंद और सामाजिक मेलजोल के अवसर होते हैं। मेले में लोग सामान की खरीद-बिक्री, जानवरों की प्रदर्शनी, और मनोरंजन में भाग लेते हैं। कुछ मेले बड़े व्यापारिक आयोजन भी होते हैं। जैसे राजस्थान का पुष्कर मेला :- यह भारत का सबसे बड़ा ऊँटों का मेला है, जिसमें ऊँटों के अलावा गाय, बकरी, भेड़ भी शामिल होते हैं और मूँछ

SCERT DELHI

प्रतियोगिता, दुल्हन प्रतियोगिता, ऊँट दौड़ आदि होते हैं।

उत्सव धार्मिक या सांस्कृतिक हो सकते हैं जैसे रियो डी जनेरियो का कार्निवल, न्यू ऑरलियन्स का मार्डी ग्रास।

**कला मानव रचनात्मकता (Creativity)** की अभिव्यक्ति है जैसे चित्रकला, मूर्तिकला आदि। प्रदर्शन कलाओं में नृत्य, संगीत, लोककला और ललित कला शामिल हैं, जो पर्यटकों के लिए बड़े आकर्षण होते हैं।

### (C) मनोरंजन (Entertainment)

- मनोरंजन पार्क
- खेलकूद प्रतियोगिताएँ
- चिड़ियाघर और समुद्री जीव पार्क
- सिनेमा और रंगमंच
- नाइट लाइफ (रात्रि जीवन)
- भोजन

**मनोरंजनः-**

- मनोरंजन कई पर्यटक यात्राओं का बड़ा कारण होता है। बहुत सी जगहें दर्शकों को मनोरंजन देने के लिए ही बनाई जाती हैं जैसे खेल स्टेडियम, रंगमंच और संग्रहालय। उदाहरण के लिए डिज्नी वर्ल्ड (अमेरिका, हांगकांग, पेरिस, सिंगापुर) जैसे थीम पार्क।
- खेल पर्यटन भी बहुत लोकप्रिय है। लोग खेल देखने या खेलने के लिए यात्रा करते हैं। ओलंपिक, फुटबॉल वर्ल्ड कप, फॉर्मूला वन रेस(F1 race), पर्वतारोहण, ट्रैकिंग, स्कूबा डाइविंग जैसे साहसिक(adventurous) खेल प्रमुख आकर्षण हैं।
- रात्रि जीवन भी छुट्टियों में एक बड़ा आकर्षण है। लोग बार, नाइट क्लब, कैसीनो और ओपन एयर बैंड का आनंद लेना पसंद करते हैं। सड़कों पर लगे बाज़ार और स्ट्रीट फूड भी इसे खास बनाते हैं।
- भोजन भी पर्यटकों के अनुभव का बड़ा हिस्सा है। लोग नई जगह के स्थानीय खाने को चखना पसंद करते हैं। अब तो दुनिया भर के व्यंजन हर जगह मिलते हैं जैसे- भारतीय, कॉन्टिनेंटल(continental), चाइनीज़, इटैलियन, थाई(Thai), मेक्सिकन आदि।

**(D) व्यापार (Business)**

- सम्मेलन (Conventions)
- कांफ्रेंस (Conferences)

**व्यापार:-**

- जो लोग काम से यात्रा करते हैं, वे व्यावसायिक पर्यटक कहलाते हैं।
- व्यावसायिक पर्यटक विभिन्न व्यापारिक कारणों से यात्रा करते हैं जैसे सम्मेलनों, बैठकों,व्यापार शो या कॉर्पोरेट कार्यक्रमों आदि में भाग लेने के लिए।
- वे अपने काम के साथ-साथ पर्यटन स्थलों पर घूमने और मौज-मस्ती के लिए भी समय निकालते हैं।
- व्यापारिक पर्यटक, पर्यटन उद्योग के लिए महत्वपूर्ण हैं क्योंकि वे होटल, परिवहन, दर्शनीय स्थल और मनोरंजन का उपयोग करते हैं।
- व्यापारिक यात्रियों के परिवार भी उनके साथ यात्रा करते हैं और आयोजक उनके लिए पर्यटन गतिविधियाँ(sightseeing tours), खरीदारी और घूमने की योजना बनाते हैं ताकि उनकी यात्रा सुखद हो।

### 4.2.3 सहजीवी पर्यटन उत्पाद (Symbiotic Tourism Product)

सहजीवी पर्यटन उत्पाद वह होता है,जो प्राकृतिक और मानव संसाधनों के संयोजन (Combination) से बनता है। प्रकृति ने प्राकृतिक संसाधन प्रदान किए हैं, जबकि मानव ने बुनियादी ढाँचा (Infrastructure) और सुविधाएँ (Facilities) जोड़कर इन्हें एक सुंदर और सुरक्षित पर्यटन उत्पाद में बदल दिया है

उदाहरण के लिए, राष्ट्रीय उद्यान, वन्य जीव अभयारण्य (Wildlife Sanctuary), समुद्री पार्क ऐसे पर्यटन उत्पाद हैं, जो प्रकृति और मानव प्रबंधन (Human Management) का संयोजन हैं। जैसे कि राष्ट्रीय उद्यान को ज़्यादा से ज़्यादा प्राकृतिक रूप में रखा जाता है, लेकिन यहाँ सड़क, परिवहन, पार्किंग, रिसॉर्ट, जीप सफारी जैसे प्रबंध भी होते हैं। मुख्य आकर्षण प्रकृति ही होता है, लेकिन

SCERT DELHI

ये उत्पाद प्रकृति और मानव प्रबंधन का मिश्रण होते हैं।

### 4.2.4 इवेंट आधारित पर्यटन उत्पाद (Event Based Tourism Product)

इवेंट आधारित पर्यटन उत्पाद उन खास कार्यक्रमों, त्योहारों या समारोहों को कहते हैं जो कुछ दिन, सप्ताह या महीने तक चले। ये ऐसे आयोजन (events) होते हैं, जो पर्यटकों और दर्शकों के साथ-साथ हिस्सा लेने वालों को भी अपनी ओर खींचते हैं।

- ये आयोजन पहले से योजना बनाकर किए जाते हैं और इनमें लोग बड़ी संख्या में शामिल होते हैं।
- ऐसे आयोजन पर्यटकों को दर्शक या प्रतिभागी (जो हिस्सा लेते हैं- Participants) दोनों रूप में आकर्षित करते हैं।

**उदाहरणः-**

- खेल आयोजनः- ओलंपिक,फुटबॉल वर्ल्ड कप, फॉर्मूला वन रेस।
- सांस्कृतिक आयोजनः- रियो डी जनेरियो का कार्निवल, न्यू ऑरलियन्स का मार्डी ग्रास।
- भारत मेंः- अहमदाबाद में पतंग महोत्सव, केरल की स्नेक बोट रेस (नौका दौड़)।

इन आयोजनों को लोग देखकर भी आनंद लेते हैं और चाहें तो भाग भी ले सकते हैं।

### 4.2.5 साइट-आधारित पर्यटन उत्पाद (Site Based Tourism Product)

- यह एक जगह या स्थल (site) होता है, जहाँ से देखने पर खूबसूरत नज़ारा (beautiful view) दिखाई देता है।
- यह जगह इंसान द्वारा बनाई गई हो सकती है या प्राकृतिक भी हो सकती है।

❖ ऐसा स्थल साइट आधारित पर्यटन उत्पाद कहलाता है।

**उदाहरण:-**

❖ जैसलमेर का सूर्यास्त, जो रेगिस्तान को सुनहरी रोशनी (golden light) से भर देता है।

❖ हिमालय का व्यूपॉइंट, जहाँ से ऊँची बर्फीली चोटियाँ दिखाई देती हैं।

❖ ताजमहल, जो चाँदनी रात में नीला चमकता है और जादुई माहौल बनाता है।

❖ कन्याकुमारी का सूर्यास्त, जहाँ तीन महासागर एक साथ मिलते हैं और सुंदर दृश्य बनाते हैं।

इनकी खास बात यह है कि ये चमत्कारिक (Miraculous) अनुभव देते हैं और पर्यटकों को यादगार दृश्य दिखाते हैं।

## 4.3 भारत के प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद (Natural tourism products of India)

| प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद उत्पादों की श्रेणियाँ | गंतव्य (Destinations) | गतिविधियाँ (Activities) |
|---|---|---|
| समुद्र तट पर्यटन | गोवा के समुद्रतट - कालंगूट, बागा, अंजुना, वागाटर, कोलवा केरल के समुद्र तट - कोवलम, बेकल महाराष्ट्र के समुद्र तट - जुहू, गणपति पुले ओडिशा के समुद्र तट-गोपालपुर-ऑन-सी, पुरी समुद्रतट | जलक्रीड़ा (Water Sports) गतिविधियाँ जैसे सर्फिंग, स्नॉर्कलिंग, जेट-स्कीइंग, स्कूबा डाइविंग, वॉटर-स्कीइंग, पैरासेलिंग, विंडसर्फिंग और डीपसीफिशिंग। जल स्कूटर या स्पीड बोट की सवारी, पैडल बोट पर सैर। सुंदर प्राकृतिक दृश्य और जल का आनंद लेना। |

| प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद उत्पादों की श्रेणियाँ | गंतव्य (Destinations) | गतिविधियाँ (Activities) |
|---|---|---|
| पर्वतीय पर्यटन | जम्मू-कश्मीरः- श्रीनगर, गुलमर्ग, पटनीटॉप हिमाचलप्रदेशः- शिमला, कुल्लू, मनाली, डलहौजी, धर्मशाला, कसौली | स्कीइंग, पर्वतारोहण (mountaineering), ट्रेकिंग, हाइकिंग, |
| | उत्तराखंडः- नैनीताल, मसूरी, रानीखेत, कौसानी तमिलनाडुः- ऊटी, कोडैकनाल, कून्नूर, येलागिरी केरलः- वायनाड, मुन्नार सिक्किमः- गंगटोक, नामची राजस्थानः- माउंट आबू पश्चिम बंगालः- दार्जिलिंग, कालिम्पोंग, मिरिक महाराष्ट्रः- महाबलेश्वर, माथेरान, लोनावला, खंडाला कर्नाटकः- मदिकेरी ओडिशाः- डारिंग बाड़ी पूर्वोत्तरः- शिलांग, हाफलोंग, तवांग | वॉकिंग, फोटोग्राफी, कैंपिंग, घुड़सवारी। सुंदर प्राकृतिक दृश्य और बर्फ से ढके पहाड़ों का आनंद लेना, सूर्यास्त-सूर्योदय देखना। |
| द्वीप पर्यटन | अंडमान और निकोबार द्वीप समूह, लक्षद्वीप द्वीप समूह | सुंदर समुद्र तटों का आनंदलेना, दुर्लभपौधों, जीव-जंतुओं और प्रवालों से समृद्ध समुद्री जीवन (Rich marine life with corals) देखना। सर्पीली मैन्ग्रोव नदियाँ और उष्ण कटिबंधीय (Tropical) सदाबहार वर्षा वन देखना। ट्रेकिंग, जलक्रीड़ा, द्वीप कैंपिंग, स्कूबा डाइविंग और प्रकृति मार्ग की सैर। |
| रेगिस्तान पर्यटन | भारत का डेजर्ट ट्रायंगल - जोधपुर, जैसलमेर, बीकानेर | ऊँट की सवारी, कैंपिंग, दर्शनीय स्थलों की सैर, सूर्यास्त देखना, लोकनृत्य और संगीत। |

## 4.4 भारत के मानव निर्मित पर्यटन उत्पाद (Man-made tourism products of India)

| मानव निर्मित पर्यटन उत्पादों की श्रेणियाँ | उदाहरण (Examples) |
|---|---|
| स्मारक | ताजमहल, फतेहपुर सीकरी, लाल किला, हुमायूँ का मकबरा, इंडिया गेट, गेटवे ऑफ इंडिया, साँची स्तूप, खजुराहो मंदिर, अजंता गुफाएँ, कोणार्क |
| | सूर्य मंदिर, सिटी पैलेस, आमेर किला, हवा महल, मीनाक्षी मंदिर, बॉम जीसस चर्च, चारमिनार, मैसूर महल |
| संग्रहालय | दिल्ली का राष्ट्रीय संग्रहालय, छत्रपति शिवाजी महाराज वस्तु संग्रहालय (पूर्व में प्रिंस ऑफ वेल्स संग्रहालय), मुंबई रेल संग्रहालय, अहमदाबाद का कपड़ा संग्रहालय, निज़ाम संग्रहालय हैदराबाद, बीएम बिड़ला विज्ञान संग्रहालय हैदराबाद, जयपुर का अल्बर्ट हॉल संग्रहालय |
| मेलों और त्योहारों | बरसाना (उत्तर प्रदेश) की होली,<br>कुल्लू (हिमाचल प्रदेश) का दशहरा,<br>मैसूर (कर्नाटक) का दशहरा,<br>रेगिस्तान उत्सव राजस्थान,<br>पुष्कर मेला राजस्थान,<br>सूरजकुंड शिल्प मेला हरियाणा |
| संगीत | हिंदुस्तानी संगीत, कर्नाटिक संगीत |
| नृत्य | शास्त्रीय नृत्य- केरल का कथकली और मोहिनीअट्टम,<br>उत्तर प्रदेश का कथक,<br>मणिपुर का मणिपुरीनृत्य,<br>ओडिशा का ओडिसी,<br>आंध्र प्रदेश का कुचिपुड़ी,<br>लोक नृत्य- गरबा, गिद्दा, लावणी,<br>तेराटाली, गोटी पूजा |
| हस्तशिल्प | आगरा का पत्थर कार्य,<br>जयपुर की ब्लू पॉटरी,<br>जम्मू-कश्मीर का पेपर माचे |
| चित्रकला | लघु चित्रकला,<br>बिहार की मधुबनी चित्रकला,<br>अजंता चित्रकला |

SCERT DELHI

| मानव निर्मित पर्यटन उत्पादों की श्रेणियाँ | उदाहरण (Examples) |
|---|---|
| थीम पार्क | मुंबई का एस्सेल वर्ल्ड और वाटर किंगडम, गुरुग्राम का किंगडम ऑफ ड्रीम्स |

## 4.5 भारत के सहजीवी पर्यटन उत्पाद (Symbiotic Tourism Products of India)

| सहजीवी पर्यटन उत्पादों की श्रेणी | उदाहरण (Examples) |
|---|---|
| राष्ट्रीय उद्यान | जिम कॉर्बेट राष्ट्रीय उद्यान - उत्तराखंड, काजीरंगा राष्ट्रीय उद्यान - असम, रणथंभौर राष्ट्रीय उद्यान - राजस्थान, कान्हा राष्ट्रीय उद्यान - मध्यप्रदेश,गिर राष्ट्रीय उद्यान - गुजरात,पेरियार राष्ट्रीय उद्यान - केरल. |
| समुद्री उद्यान | मन्नार की खाड़ी समुद्री राष्ट्रीय उद्यान – तमिलनाडु<br>महात्मा गांधी समुद्री राष्ट्रीय उद्यान - अंडमान और निकोबार. |
| वन्यजीव अभयारण्य | मुदुमलाई वन्यजीव अभयारण्य- तमिलनाडु,<br>वाल्मीकि राष्ट्रीय उद्यान – बिहार |

## 4.6 भारत के घटना-आधारित पर्यटन उत्पाद (Event-based tourism products of India)

| घटना आधारित पर्यटन उत्पादों की श्रेणी | उदाहरण (Examples) |
|---|---|
| सांस्कृतिक/धार्मिक कार्यक्रम | होली, बरसाना दशहरा, मैसूर रथ यात्रा, पुरी कुम्भ मेला, गोवा कार्निवल |
| खेल आयोजनों | फॉर्मूला वन रेस, इंडियन प्रीमियर लीग(IPL) |
| पर्यटन कार्यक्रम | रेगिस्तान उत्सव - जैसलमेर, अंतरराष्ट्रीय पुष्प महोत्सव-सिक्किम, ताज महोत्सव-आगरा, पतंग उत्सव- अहमदाबाद, खजुराहो नृत्य महोत्सव- मध्य प्रदेश, हॉर्नबिल महोत्सव- नागालैंड. |

| घटना आधारित पर्यटन उत्पादों की श्रेणी | उदाहरण (Examples) |
|---|---|
| व्यावसायिक कार्यक्रम | अंतरराष्ट्रीय व्यापार मेला, नई दिल्ली |

## 4.7 भारत के साइट-आधारित पर्यटन उत्पाद (Site-based tourism products of India)

- ❖ ताजमहल
- ❖ असम, मुन्नार और दार्जिलिंग के चाय बागान
- ❖ बर्फ से ढके हिमालय पर्वत
- ❖ जैसलमेर के रेतीले टीले

## 4.8 यूनेस्को वैश्विक धरोहर स्थल (UNESCO World Heritage Site)

1. संयुक्त राष्ट्र शैक्षिक, वैज्ञानिक और सांस्कृतिक संस्था यूनेस्को का मकसद दुनिया भर की सांस्कृतिक और प्राकृतिक धरोहरों की पहचान करना है।
2. यूनेस्को इन धरोहरों की सुरक्षा और संरक्षण को बढ़ावा देता है क्योंकि ये मानवता (Humanity) के लिए बहुत महत्वपूर्ण हैं।
3. 1972 में यूनेस्को की महासभा (Convention) में 'विश्व सांस्कृतिक और प्राकृतिक धरोहर की सुरक्षा' का सम्मेलन मंजूर हुआ था। इसका उद्देश्य था:-
    * विश्व धरोहर को सांस्कृतिक और प्राकृतिक दोनों तरह से परिभाषित करना।
    * सदस्य देशों से ऐसे खास स्थलों और स्मारकों को सूची में शामिल करना, जो सभी के लिए महत्वपूर्ण हों।
    * इन धरोहरों की सुरक्षा को पूरी मानवता की ज़िम्मेदारी बनाना।
    * सभी देशों और लोगों के बीच सहयोग (co-operation)बढ़ाना ताकि ये धरोहर भविष्य में भी सुरक्षित रहें।
    * अब तक, यूनेस्को ने 168 देशों के 1,199 स्थानों को इस सूची में जोड़ा है, जिनमें भारत के 43 स्थल भी शामिल हैं।
4. धरोहर हमारे अतीत की यादें हैं, जिनसे हम जुड़े रहते हैं और जिन्हें हम अगली पीढ़ी को देते हैं।

SCERT DELHI

5. सांस्कृतिक और प्राकृतिक धरोहरें जीवन का अमूल्य स्रोत और प्रेरणा (inspiration) का कारण हैं।

6. विश्व धरोहर स्थल दुनियाभर के लोगों से जुड़े होते हैं, चाहे वे किसी भी देश में हों।

7. ये धरोहर स्थल पर्यटकों के लिए मुख्य आकर्षण होते हैं और बड़ी संख्या में लोग इन्हें देखने आते हैं।

## 4.9 भारत में यूनेस्को विश्व धरोहर स्थल (UNESCO World Heritage Sites in India)

अब तक, भारत में कुल 43 विश्व धरोहर स्थल मौजूद हैं, जिन्हें दो हिस्सों में बाँटा गया है

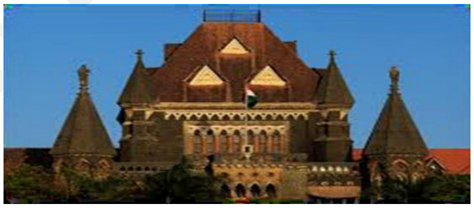
- प्राकृतिक धरोहर(natural heritage):- इसमें राष्ट्रीय उद्यान, वन्यजीव अभयारण्य और बायोस्फीयर रिजर्व(biosphere reserve) शामिल हैं।
- सांस्कृतिक धरोहर(cultural heritage):- इसमें स्मारक, पुरातात्विक स्थल, चित्रकला और मूर्तियाँ शामिल हैं।

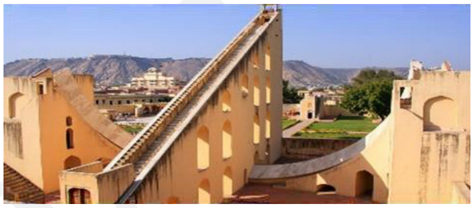
SCERT DELHI

### प्राकृतिक धरोहर (Natural Heritage)

| नाम | राज्य | घोषणा वर्ष | चित्र |
|---|---|---|---|
| ग्रेट हिमालयन नेशनल पार्क | हिमाचल प्रदेश | 2014 | |
| पश्चिमी घाट | महाराष्ट्र,गोवा, कर्नाटक, तमिलनाडु, केरल. | 2012 | |
| सुंदरवन राष्ट्रीय उद्यान | पश्चिम बंगाल | 1987 | |
| नंदा देवी राष्ट्रीय उद्यान और फूलों की घाटी | उत्तराखंड | 1988, 2005 | |
| मानस वन्यजीव अभयारण्य | असम | 1985 | |
| केवलादेव राष्ट्रीय उद्यान | राजस्थान | 1985 | |
| काजीरंगा राष्ट्रीय उद्यान | असम | 1985 | |

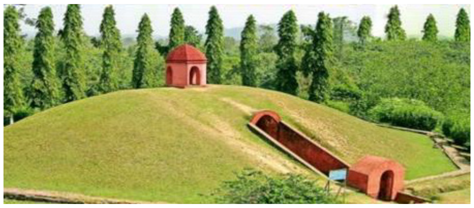
## सांस्कृतिक धरोहर (Cultural Heritage)

| नाम | राज्य | घोषणा वर्ष | चित्र |
|---|---|---|---|
| होयसला के पवित्र समूह | कर्नाटक | 2023 | |
| शांतिनिकेतन | पश्चिम बंगाल | 2023 | |
| धोलावीरा | गुजरात | 2021 | |
| काकतीय रुद्रेश्वर (रामप्पा) मंदिर | तेलंगाना | 2021 | |
| ले कोर्बुसिए का वास्तु कार्य | चंडीगढ़ | 2016 | |
| मुंबई का विक्टोरियन और आर्ट डेको समूह | महाराष्ट्र | 2018 |  |
| ऐतिहासिक शहर अहमदाबाद | गुजरात | 2017 | |
| जयपुर शहर | राजस्थान | 2020 | |
| नालंदा महाविहार | बिहार | 2016 | |

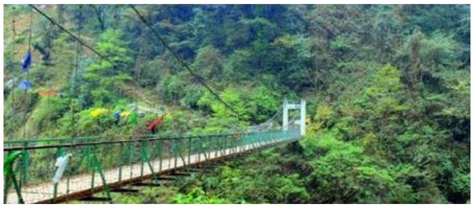
| नाम | राज्य | घोषणा वर्ष | चित्र |
|---|---|---|---|
| रानी-की-वाव | गुजरात | 2014 | |
| राजस्थान के पहाड़ी किले | राजस्थान | 2013 | |
| जंतर मंतर | राजस्थान | 2010 |  |
| लाल किला परिसर | दिल्ली | 2007 | |
| चंपानेर-पावागढ़ पुरातत्व पार्क | गुजरात | 2004 | |
| छत्रपति शिवाजी टर्मिनस | महाराष्ट्र | 2004 | |
| भीमबेटका के शैलाश्रय | मध्य प्रदेश | 2003 | |

| नाम | राज्य | घोषणा वर्ष | चित्र |
|---|---|---|---|
| महाबोधि मंदिर, बोधगया | बिहार | 2002 | |
| भारत के पर्वतीय रेलवे | तमिलनाडु | 1999, 2005, 2008 | |
| हुमायूँ का मकबरा | दिल्ली | 1993 | |
| कुतुब मीनार और उसके स्मारक | दिल्ली | 1993 | |
| साँची के बौद्ध स्मारक | मध्य प्रदेश | 1989 | |
| एलिफेंटा गुफाएँ | महाराष्ट्र | 1987 | |
| महान जीवित चोल मंदिर | तमिलनाडु | 1987 | |

| नाम | राज्य | घोषणा वर्ष | चित्र |
|---|---|---|---|
| पत्तदकल के स्मारक समूह | कर्नाटक | 1987 | |
| गोवा के चर्च और कॉन्वेंट | गोवा | 1986 | |
| फतेहपुर सीकरी | उत्तर प्रदेश | 1986 | |
| हम्पी के स्मारक समूह | कर्नाटक | 1986 | |
| खजुराहो के स्मारक समूह | मध्य प्रदेश | 1986 | |
| महाबलीपुरम के स्मारक समूह | तमिलनाडु | 1984 | |
| सूर्य मंदिर, कोणार्क | ओडिशा | 1984 | |

| नाम | राज्य | घोषणा वर्ष | चित्र |
|---|---|---|---|
| आगरा किला | उत्तर प्रदेश | 1983 | |
| अजंता गुफाएँ | महाराष्ट्र | 1983 | |
| एलोरा गुफाएँ | महाराष्ट्र | 1983 | |
| ताज महल | उत्तर प्रदेश | 1983 | |
| भारत के मराठा सैन्य किले परिदृश्य (महाराष्ट्र – 11 किलों और तमिलनाडु – 1 किला) | महाराष्ट्र, तमिलनाडु | 2025 | |
| मोइदम्स – अहोम राजवंश की समाधि प्रणाली | असम | 2024 |  |

## मिश्रित स्थल (Mixed Site – 1)

| नाम | राज्य | घोषणा वर्ष | चित्र |
|---|---|---|---|
| कंचेंदजोंगा राष्ट्रीय उद्यान | सिक्किम | 2016 |  |

## 4.10 सारांश (Summary)

एक पर्यटन स्थल पर्यटकों को कई तरह के पर्यटन उत्पाद देता है। ये उत्पाद उनकी समानताओं के आधार पर अलग-अलग समूहों में बाँटे जाते हैं। इससे पर्यटन स्थल को सही पर्यटक तक अपने उत्पाद पहुँचाने में आसानी होती है। पर्यटन उत्पाद किसी भी स्थान की सबसे बड़ी खासियत(Specialty) होते हैं। इन्हें सुरक्षित और संरक्षित रखना बहुत जरूरी होता है ताकि पर्यटन बना रहे। भारत के यूनेस्को विश्व धरोहर स्थल ऐसे महत्वपूर्ण सांस्कृतिक और प्राकृतिक स्थल हैं, जिन्हें उनकी खास महत्वता के कारण यूनेस्को ने संरक्षण दिया है।

## समीक्षा प्रश्न Review Questions

### बहुविकल्पीय प्रश्न (Multiple Choice Questions)

**Q1. प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद किससे जुड़े होते हैं?**

(A) केवल इंसानी बनाई चीज़ों से
(B) प्राकृतिक वातावरण से
(C) केवल त्योहारों से
(D) केवल खेल आयोजनों से

**Q2. एक राज्य सरकार "रेगिस्तान आधारित" पर्यटन को बढ़ावा देना चाहती है। उसे नीचे दिए गए में से कौन-सी जगह प्राथमिकता देनी चाहिए?**

(A) अंडमान
(B) मसूरी
(C) कोडाइकनाल
(D) जैसलमेर

**Q3. मानव निर्मित पर्यटन उत्पाद में क्या शामिल है?**

(A) पर्वत श्रृंखलाएँ
(B) राष्ट्रीय उद्यान
(C) मंदिर और किले
(D) झरने

**Q4. सहजीवी पर्यटन उत्पाद में क्या मुख्य बात होती है?**

(A) केवल मानव निर्मित संसाधन
(B) केवल प्राकृतिक स्थल
(C) प्रकृति और मानव प्रबंधन का मिश्रण
(D) केवल खेल आयोजन

SCERT DELHI

**Q5. इवेंट आधारित पर्यटन उत्पाद का उदाहरण क्या है?**

(A) नेशनल पार्क (B) संग्रहालय

(C) हिल स्टेशन (D) पतंग महोत्सव

**Q6. ताज महल किस वर्ष यूनेस्को विश्व धरोहर स्थल में शामिल किया गया था?**

(A) 1985 (B) 1987

(C) 1983 (D) 1989

**Q7. इनमें से कौन-सा द्वीप पर्यटन स्थल है?**

(A) श्रीनगर (B) काजीरंगा

(C) अंडमान (D) रणथंभौर

**Q8. मान लीजिए आप एक ट्रैवल एजेंट हैं और आपका ग्राहक 'रेगिस्तान उत्सव' में भाग लेना चाहता है, साथ ही पास के ऐतिहासिक किलों का भ्रमण भी करना चाहता है। आप किस शहर की यात्रा की सलाह देंगे?**

(A) जैसलमेर (B) मसूरी

(C) कोडाइकनाल (D) अंडमान

**Q9. इनमें से कौन-सा स्थल यूनेस्को विश्व धरोहर सांस्कृतिक श्रेणी में आता है?**

(A) ग्रेट हिमालयन नेशनल पार्क (B) नंदा देवी राष्ट्रीय उद्यान

(C) अजंता गुफाएँ (D) मानस वन्यजीव अभयारण्य

**Q10. एक परिवार छुट्टियों में ऐसा स्थान चुनना चाहता है, जहाँ वे जंगल सफारी का आनंद ले सकें, वन्यजीव देख सकें और साथ ही इको-फ्रेंडली रिसॉर्ट में रुक सकें। निम्न में से कौन-सा विकल्प उनकी ज़रूरत के अनुसार सही है?**

(A) ताजमहल (B) जिम कॉर्बेट राष्ट्रीय उद्यान

(C) गोवा समुद्र तट (D) रेगिस्तान उत्सव

**उत्तरः-**

1. (B)प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद, 2. (D)जैसलमेर, 3. (C)संस्कृति, 4. (C)सहजीवी पर्यटन उत्पाद, 5. (D)साइट आधारित पर्यटन उत्पाद, 6. (C)1983, 7. (C)अंडमान, 8. (A)जैसलमेर, 9. (C)अजंता

SCERT DELHI

गुफाएँ, 10. (B)जिम कॉर्बेट राष्ट्रीय उद्यान.

## लघु उत्तरीय प्रश्न (Short Answer Questions)

**Q1. प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद क्या होते हैं? इनके कुछ उदाहरण दीजिए।**

**उत्तरः-** प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद का मतलब उन पर्यटन स्थलों से है, जो प्राकृतिक वातावरण से जुड़े होते हैं और किसी जगह को खास बनाते हैं। इन स्थानों में पहाड़, नदियाँ, झीलें, समुद्र तट, झरने, द्वीप और घने जंगल होते हैं। लोग वहाँ सुंदर वातावरण का आनंद लेने, ताज़ी हवा में साँस लेने और जानवरों और पौधों को देखने के लिए जाते हैं। उदाहरण के लिए, हिमालय के ऊँचे पहाड़, छोटे लक्षद्वीप द्वीप समूह या कश्मीर की खूबसूरत घाटियाँ।

**Q2. मानव निर्मित पर्यटन उत्पादों से आप क्या समझते हैं? उदाहरण सहित समझाइए।**

**उत्तरः-** मानव निर्मित पर्यटन उत्पाद विशेष स्थान या वस्तुएँ हैं, जिन्हें लोगों ने मनोरंजन, विश्राम या विभिन्न संस्कृतियों के बारे में जानने के लिए बनाया है। उदाहरण के लिए, पुरानी इमारतें, मूर्तियाँ, संग्रहालय, मंदिर, त्यौहार और मेले। उदाहरण के लिए, मिस्र के पिरामिड, दिल्ली का लाल किला या राजस्थान का पुष्कर मेला। लोग इन जगहों पर इतिहास जानने, खूबसूरत चीज़ें देखने और विभिन्न परंपराओं और रीति-रिवाजों का अनुभव करने जाते हैं।

**Q3. सहजीवी पर्यटन उत्पाद किसे कहते हैं? एक उदाहरण दीजिए।**

**उत्तरः-** सहजीवी पर्यटन उत्पाद वे होते हैं, जहाँ प्रकृति और मानव प्रबंधन मिलकर पर्यटकों के लिए स्थल को रोचक और सुविधाजनक बनाते हैं। जैसे राष्ट्रीय उद्यान या वन्यजीव अभयारण्य, जहाँ जंगल और वनस्पति तो प्राकृतिक हैं लेकिन सड़क, रिसॉर्ट, गाइड और सफारी जैसी सुविधाएँ मनुष्य ने जोड़ी हैं। उदाहरण के लिए, काजीरंगा नेशनल पार्क में गैंडों को देखना और जीप सफारी करना एक सहजीवी अनुभव है।

**Q5. साइट-आधारित पर्यटन उत्पादों की क्या विशेषता है? उदाहरण देकर बताइए।**

**उत्तरः-** साइट-आधारित पर्यटन उत्पाद कोई खास जगह या व्यूपॉइंट होते हैं, जहाँ से देखने पर अनोखा दृश्य दिखता है। यह स्थल प्राकृतिक भी हो सकता है या इंसान ने इसे सुंदर बनाया हो। जैसे ताजमहल का चाँदनी दृश्य या कन्याकुमारी का सूर्यास्त, जहाँ तीन समुद्र मिलते हैं। ऐसी जगहों पर लोग खास नज़ारे देखने, फोटो खिंचवाने और अद्भुत अनुभव लेने जाते हैं। ये पर्यटकों की यात्रा को यादगार बनाते हैं।

**Q6. पर्वतीय पर्यटन का भारत में क्या महत्व है? कोई तीन प्रमुख स्थल लिखिए।**

**उत्तरः-** भारत के पर्वतीय पर्यटन स्थल पर्यटकों को ठंडे मौसम, बर्फ से ढके पहाड़ों, प्राकृतिक सुंदरता और साहसिक खेलों के कारण बहुत लुभाते हैं। यहाँ लोग स्कीइंग, ट्रेकिंग, हाइकिंग, कैंपिंग आदि का आनंद लेते हैं। जम्मू-कश्मीर के गुलमर्ग, उत्तराखंड का नैनीताल और हिमाचल प्रदेश का मनाली तीन प्रसिद्ध

पर्वतीय स्थल हैं। यहाँ की ताज़ी हवा, सुंदर नज़ारे और शांत वातावरण शहरों की भागदौड़ से दूर सुकून देते हैं।

**Q7. भारत के द्वीप पर्यटन स्थलों की खासियत क्या है? उदाहरण दें।**

**उत्तरः-** भारत के द्वीप पर्यटन स्थल अपनी प्राकृतिक सुंदरता, साफ़ समुद्र तटों और समृद्ध समुद्री जीवन के कारण प्रसिद्ध हैं। अंडमान-निकोबार और लक्षद्वीप द्वीप समूह में पर्यटक स्कूबा डाइविंग, स्नॉर्कलिंग, ट्रेकिंग और द्वीप कैंपिंग का आनंद लेते हैं। इन द्वीपों में दुर्लभ पेड़-पौधे, प्रवाल भित्तियाँ और मैन्ग्रोव नदियाँ भी देखने को मिलती हैं।

**Q8. भारत में यूनेस्को विश्व धरोहर स्थल क्यों महत्वपूर्ण हैं? कोई दो सांस्कृतिक और दो प्राकृतिक धरोहरों के नाम लिखिए।**

**उत्तरः-** भारत के यूनेस्को विश्व धरोहर स्थल हमारे सांस्कृतिक और प्राकृतिक इतिहास को संजोकर रखते हैं। ये स्थल न केवल भारत बल्कि पूरी मानवता की अमूल्य संपत्ति हैं। सांस्कृतिक धरोहरों में ताजमहल और अजंता गुफाएँ शामिल हैं जबकि प्राकृतिक धरोहरों में काजीरंगा राष्ट्रीय उद्यान और सुंदरवन राष्ट्रीय उद्यान शामिल हैं। इन धरोहरों से पर्यटन को बढ़ावा मिलता है और यह हमें अपनी विरासत को अगली पीढ़ी तक पहुँचाने की प्रेरणा देते हैं।

## दीर्घ उत्तरीय प्रश्न (Long Answer Type Questions)

**Q1. भारत के प्राकृतिक पर्यटन उत्पादों का महत्व और प्रकार विस्तार से समझाइए।**

उत्तरः- भारत में प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद पर्यटन उद्योग का महत्वपूर्ण हिस्सा हैं। प्राकृतिक पर्यटन उत्पादों में वे स्थल आते हैं, जो किसी जगह की प्राकृतिक सुंदरता और विशेषताओं के कारण पर्यटकों को आकर्षित करते हैं। इनमें समुद्र तट, पर्वतीय स्थल, द्वीप, जंगल, वन्यजीव, झीलें, नदियाँ और रेगिस्तान शामिल हैं।

भारत के समुद्र तट पर्यटन की बात करें तो गोवा, केरल, ओडिशा और महाराष्ट्र के समुद्र तट हजारों पर्यटकों को अपनी ओर खींचते हैं। यहाँ लोग सर्फिंग, स्नॉर्कलिंग, स्कूबा डाइविंग और पैरासेलिंग जैसी गतिविधियों का आनंद लेते हैं।

पर्वतीय पर्यटन भी बहुत लोकप्रिय है। उत्तर भारत के जम्मू-कश्मीर, हिमाचल प्रदेश और उत्तराखंड के अलावा दक्षिण भारत में तमिलनाडु और केरल के हिल स्टेशन लोगों को ठंडे मौसम और प्राकृतिक दृश्यों के कारण पसंद आते हैं। यहाँ लोग ट्रेकिंग, कैंपिंग, स्कीइंग और घुड़सवारी जैसी साहसिक गतिविधियाँ करते हैं।

द्वीप पर्यटन में अंडमान-निकोबार और लक्षद्वीप द्वीप समूह अपनी दुर्लभ वनस्पति, समुद्री जीवन और प्रवाल भित्तियों के लिए जाने जाते हैं।

SCERT DELHI

भारत के रेगिस्तान पर्यटन उत्पादों में राजस्थान के रेतीले इलाके आते हैं, जहाँ ऊँट सफारी, लोक नृत्य और कैंपिंग पर्यटकों को अनोखा अनुभव देते हैं। इस तरह भारत के प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद देश की अर्थव्यवस्था को मजबूत बनाने के साथ-साथ स्थानीय लोगों को रोज़गार भी देते हैं और क्षेत्र के सामाजिक-सांस्कृतिक विकास में योगदान करते हैं।

**Q2. भारत के मानव निर्मित, सहजीवी, इवेंट आधारित और स्थल-आधारित पर्यटन उत्पादों पर विस्तार से नोट लिखिए।**

**उत्तरः- भारत के पर्यटन क्षेत्र में मानव निर्मित, सहजीवी, इवेंट आधारित और स्थल-आधारित पर्यटन उत्पादों का बहुत बड़ा योगदान है।**

मानव निर्मित पर्यटन उत्पाद वे हैं, जिन्हें इंसान ने अपनी कला, संस्कृति या मनोरंजन के लिए विकसित किया है। इनमें ऐतिहासिक स्मारक जैसे ताजमहल, खजुराहो मंदिर, अजंता एलोरा की गुफाएँ और संग्रहालय जैसे दिल्ली का राष्ट्रीय संग्रहालय आते हैं। इसके अलावा, थीम पार्क और मेले भी इसी श्रेणी में आते हैं। पुष्कर मेला, सूरजकुंड मेला और दशहरा उत्सव पर्यटकों को परंपरा और संस्कृति से जोड़ते हैं।

सहजीवी पर्यटन उत्पाद मानव प्रबंधन और प्राकृतिक संसाधनों का मिश्रण होते हैं, जैसे राष्ट्रीय उद्यान और समुद्री उद्यान। जिम कॉर्बेट राष्ट्रीय उद्यान, काजीरंगा और सुंदरवन इसके उदाहरण हैं। यहाँ मानव ने संरचनात्मक सुविधाएँ विकसित की हैं लेकिन मुख्य आकर्षण प्राकृतिक ही है।

इवेंट आधारित पर्यटन उत्पादों में वे आयोजन आते हैं, जो किसी त्योहार, खेल या सांस्कृतिक कार्यक्रम के रूप में होते हैं। जैसे अहमदाबाद का पतंग उत्सव, फॉर्मूला वन रेस, आईपीएल, खजुराहो नृत्य महोत्सव आदि। ये आयोजक और स्थानीय लोग मिलकर पर्यटन को बढ़ावा देते हैं।

स्थल-आधारित पर्यटन उत्पादों में वे जगहें आती हैं, जहाँ से सुंदर दृश्य देखने को मिलते हैं, जैसे ताजमहल का चाँदनी दृश्य, जैसलमेर के रेतीले टीले और हिमालय की बर्फीली चोटियाँ। ये पर्यटकों को अद्भुत अनुभव देते हैं और यादगार क्षण बनाते हैं। इस प्रकार ये सभी उत्पाद भारत के पर्यटन को समृद्ध बनाते हैं।

**Q3. यूनेस्को विश्व धरोहर स्थलों का महत्व और इसके उद्देश्यों को विस्तार से समझाइए।**

**उत्तरः-** यूनेस्को विश्व धरोहर स्थल पूरी मानवता की सांस्कृतिक और प्राकृतिक विरासत के प्रतीक हैं। संयुक्त राष्ट्र की शैक्षिक, वैज्ञानिक और सांस्कृतिक संस्था (यूनेस्को) ने दुनिया भर के ऐसे स्थलों की पहचान, सुरक्षा और संरक्षण को बढ़ावा देने के लिए 'विश्व धरोहर स्थल' की सूची बनाई है। 1972 में यूनेस्को महासभा में यह सम्मेलन पारित हुआ था ताकि सांस्कृतिक और प्राकृतिक धरोहरों को संरक्षित रखा जा सके। इस सम्मेलन का मुख्य उद्देश्य यह था कि हर देश अपनी महत्वपूर्ण धरोहरों की सुरक्षा करे और इन्हें पूरी मानवता की जिम्मेदारी माना जाए।

यूनेस्को का मानना है कि धरोहर स्थल अतीत और वर्तमान को जोड़ने वाली कड़ी होते हैं। ये हमारे इतिहास, कला, वास्तुकला और प्रकृति के अनमोल उदाहरण हैं। दुनिया भर के लोगों को ये स्थल न सिर्फ ज्ञान और प्रेरणा देते हैं, बल्कि स्थानीय समुदायों को आर्थिक और सामाजिक रूप से भी सशक्त बनाते हैं। यूनेस्को का यह भी उद्देश्य है कि सभी सदस्य देश सहयोग बढ़ाएँ ताकि धरोहरों को किसी भी तरह के खतरों से बचाया जा सके।

आज विश्व धरोहर स्थलों की सूची में 168 देशों के 1,199 स्थल शामिल हैं, जिनमें भारत के 44 स्थल हैं। ये स्थल पर्यटकों के लिए आकर्षण का केंद्र होते हैं और पर्यटकों की संख्या बढ़ाकर स्थानीय लोगों को रोजगार प्रदान करते हैं। इस तरह विश्व धरोहर स्थलों का संरक्षण सिर्फ किसी देश की ज़िम्मेदारी नहीं बल्कि पूरी मानव जाति की साझा ज़िम्मेदारी है।

**Q4. भारत में यूनेस्को विश्व धरोहर स्थलों के प्रकार और प्रमुख उदाहरणों का वर्णन कीजिए।**

**उत्तरः-** भारत में अब तक कुल 44 विश्व धरोहर स्थल यूनेस्को द्वारा मान्यता प्राप्त हैं, जिन्हें मुख्यतः दो श्रेणियों में बाँटा गया है, सांस्कृतिक धरोहर और प्राकृतिक धरोहर। सांस्कृतिक धरोहर स्थलों में ऐतिहासिक स्मारक, पुरातात्विक स्थल, चित्रकला और मूर्ति शामिल हैं, जबकि प्राकृतिक धरोहरों में राष्ट्रीय उद्यान, वन्यजीव अभयारण्य और बायोस्फीयर रिजर्व आते हैं।

भारत के कुछ प्रसिद्ध प्राकृतिक धरोहर स्थलों में ग्रेट हिमालयन नेशनल पार्क (हिमाचल प्रदेश), सुंदरवन राष्ट्रीय उद्यान (पश्चिम बंगाल), नंदा देवी राष्ट्रीय उद्यान (उत्तराखंड), काजीरंगा और मानस अभयारण्य (असम) शामिल हैं। ये स्थल जैव विविधता के अद्भुत उदाहरण हैं और वन्य जीवन के संरक्षण के लिए जाने जाते हैं।

सांस्कृतिक धरोहरों में ताजमहल, फतेहपुर सीकरी, खजुराहो, अजंता-एलोरा की गुफाएँ, महाबलीपुरम, कुतुब मीनार, लाल किला परिसर, जयपुर शहर, शांतिनिकेतन और नालंदा महाविहार जैसे स्थल शामिल हैं। ये स्थल भारतीय इतिहास, संस्कृति और वास्तुकला की भव्यता को दर्शाते हैं।

इन धरोहर स्थलों को संरक्षित रखना बहुत जरूरी है ताकि आने वाली पीढ़ियाँ भी अपनी संस्कृति और विरासत से जुड़ सकें। इसके लिए सरकार और आम नागरिकों दोनों को मिलकर प्रयास करना चाहिए। इन स्थलों के कारण भारत विश्व मानचित्र पर सांस्कृतिक और प्राकृतिक विविधता का महत्वपूर्ण केंद्र बना हुआ है और यह पर्यटन उद्योग को भी मजबूती प्रदान करता है।

**Q5. हेरिटेज क्या है? भारत में इसका क्या महत्व है?**

**उत्तरः-** हेरिटेज का मतलब है, वह सांस्कृतिक, ऐतिहासिक और प्राकृतिक विरासत जो हमें हमारे पूर्वजों से मिली है और जिसे हम भविष्य की पीढ़ियों को देते हैं। हेरिटेज दो तरह का होता है मूर्त विरासत (Tangible Heritage):- (जैसे किले, महल, मंदिर, मूर्तियाँ, चित्रकला, पुराने स्थल) और अमूर्त विरासत (Intangible Heritage):- (जैसे रीति-रिवाज, लोक कला, संगीत, नृत्य, भाषा,

SCERT DELHI

त्योहार)। यह हमारे इतिहास, परंपराओं और जीवन के तरीके को दिखाता है और बताता है कि हमारे पूर्वज कैसे रहते थे, क्या सोचते थे और क्या बनाते थे।

भारत एक ऐसा देश है, जहाँ कई तरह की संस्कृतियाँ और परंपराएँ हैं और हर क्षेत्र की अपनी अलग विरासत है। भारत के पुराने स्मारक, मंदिर, गुफाएँ, राष्ट्रीय उद्यान, त्योहार, संगीत और नृत्य दुनिया भर के पर्यटकों को आकर्षित करते हैं। हेरिटेज हमारे लिए गर्व की बात है क्योंकि यह हमारी पहचान और सम्मान को दर्शाता है। यह हमारी संस्कृति को जोड़ता है और हमें हमारी जड़ों से जोड़ता है। भारत में यूनेस्को ने कई जगहों को विश्व धरोहर स्थल घोषित किया है, जैसे ताजमहल, अजंता-एलोरा की गुफाएँ, लाल किला आदि। ये जगहें सिर्फ इतिहास के लिए महत्वपूर्ण नहीं हैं, बल्कि पर्यटन के कारण लाखों लोगों को रोजगार भी देती हैं। हेरिटेज की रक्षा हमारी ज़िम्मेदारी है ताकि आने वाली पीढ़ियाँ भी इसे देख सकें और हमारे समृद्ध इतिहास से जुड़ी रह सकें। इसलिए हेरिटेज भारत की आत्मा है, जिसे सुरक्षित रखना बहुत ज़रूरी है।

SCERT DELHI

# नमूना प्रश्न पत्र
# Sample Question Papers

SCERT DELHI

# नमूना प्रश्न पत्र– 1
# (कक्षा 10वीं)
# पर्यटन का परिचय – II
# (विषय कोड - 406)

**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.

SCERT DELHI

**सामान्य निर्देशः-**

1. कृपया निर्देशों को ध्यानपूर्वक पढ़ें।
2. इस प्रश्न पत्र में दो खंडों में 21 प्रश्न हैंः- खंड A और खंड B।
3. खंड A में वस्तुनिष्ठ प्रकार के प्रश्न हैं जबकि खंड B में व्यक्तिपरक प्रकार के 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 के उत्तर देने हैं।
5. किसी विशेष खंड के सभी प्रश्नों को सही क्रम में हल किया जाना चाहिए।
6. **खंड A - वस्तुनिष्ठ प्रकार के प्रश्न (24 अंक):-**
   I. इस खंड में 05 प्रश्न हैं।
   II. आवंटित अंक प्रत्येक प्रश्न/भाग के सामने उल्लिखित हैं।
   III. कोई नकारात्मक अंकन नहीं है।
   IV. दिए गए निर्देशों के अनुसार करें।
7. **खंड B - व्यक्तिपरक प्रकार के प्रश्न (26 अंक):-**
   I. इस खंड में 16 प्रश्न हैं।
   II. अभ्यर्थी को 10 प्रश्न करने हैं।
   III. दिए गए निर्देशों के अनुसार करें।
   IV. प्रत्येक प्रश्न/भाग के सामने आवंटित अंक अंकित हैं।

## SECTION A:- OBJECTIVE TYPE QUESTIONS

**खंड A:- वस्तुनिष्ठ प्रकार के प्रश्न**

**Q1 Answer any 4 out of the given 6 questions on Employability Skills (1 x 4 = 4 marks)**

**रोजगार कौशल पर दिए गए 6 प्रश्नों में से किन्हीं 4 के उत्तर दीजिए (1 x 4 = 4 अंक)**

i. Emotional Intelligence is the ability to identify and manage the emotions of people you interact with. True/False

SCERT DELHI

भावनात्मक बुद्धिमत्ता वह क्षमता है, जिसके द्वारा आप उन लोगों की भावनाओं को पहचान और प्रबंधित कर सकते हैं जिनसे आप संपर्क में आते हैं। सही / गलत 1

**ii. M in SMART goals stands for**

a) Multiple b) Measurable

c) Maximum d) Minimum

**SMART लक्ष्यों में M का अर्थ है:-**

a) अनेक b) मापनीय

c) अधिकतम d) कम से कम

**iii. Monitor is an output device. True / False** 1

मॉनिटर एक आउटपुट डिवाइस है। सही / गलत

1

**iv. What is the full form of CPU?** 1

a) Central Processing Unit b) Central Print Unit

c) Control Process Utility d) Core Program Unit

**CPU का पूरा नाम क्या है?**

a) सेंट्रल प्रोसेसिंग यूनिट b) सेंट्रल प्रिंट यूनिट

c) कंट्रोल प्रोसेस यूटिलिटी d) कोर प्रोग्राम यूनिट

**v. Who is called an entrepreneur?** 1

**उद्यमी किसे कहा जाता है?** 1

**vi. How many Sustainable Development Goals (SDGs) are there in total?**

**कुल कितने सतत विकास लक्ष्य (SDGs) हैं?** 1

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

**दिए गए 6 प्रश्नों में से किन्हीं 5 प्रश्नों के उत्तर दीजिए (1 x 5 = 5 अंक)**

i. What does maintain eye contact during communication usually show?

SCERT DELHI

a) Confidence b) Disinterest

c) Anger d) Fear

**संचार के दौरान नेत्र संपर्क बनाए रखना आमतौर पर क्या दर्शाता है?**

a) आत्मविश्वास b) अरुचि

c) क्रोध d) भय 1

ii. **Which of the following best shows respect for others' time in the workplace?**

a) Arriving late for meetings b) Finishing tasks on schedule

c) Ignoring deadlines d) Taking long breaks

**कार्यस्थल पर दूसरों के समय का सम्मान करने का सबसे अच्छा तरीका कौन-सा है?**

a) बैठकों में देर से पहुँचना b) कार्य समय पर पूरा करना

c) समय सीमा की अनदेखी करना d) लंबे ब्रेक लेना 1

iii. **During a job interview, which action shows poor professional grooming?**

a) Wearing neat and formal attire

b) Having polished shoes

c) Arriving with unkempt hair

d) Maintaining clean nail

**नौकरी के साक्षात्कार के दौरान कौन-सा कार्य खराब पेशेवर साज सज्जा को दर्शाता है ? व्यावसायिक संवार अपर्याप्त पेशेवर साज-सज्जा (Poor Professional Grooming) को दर्शाता है?**

a) साफ़-सुथरे और औपचारिक कपड़े पहनना

b) पॉलिश किए हुए जूते पहनना

c) बिखरे हुए बालों के साथ पहुँचना

**d) साफ़.नाखून रखना** 1

SCERT DELHI

iv. ______________ is a settled way of thinking or feeling or evaluation (positive/negative) about some person, object or issue. 1

a) Behavior
b) Attitude
c) Personality
d) Communication

______________ किसी व्यक्ति, वस्तु या मुद्दे के प्रति सोचने या महसूस करने का एक स्थिर तरीका है (सकारात्मक/नकारात्मक मूल्यांकन)। 1

a) व्यवहार
b) दृष्टिकोण (Attitude)
c) व्यक्तित्व
d) संप्रेषण

v. Supportive family interactions can help develop confidence and social skills in a child. (True/False)

सहायक पारिवारिक व्यवहार से बच्चे में आत्मविश्वास और सामाजिक कौशल विकसित हो सकते हैं। (सही/गलत) 1

vi. In an office, it is not necessary to mention your name and department when answering a telephone call.(True/False)

ऑफिस में टेलीफोन कॉल उठाते समय अपना नाम और विभाग बताना आवश्यक नहीं होता। (सही/गलत) 1

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

**दिए गए 6 प्रश्नों में से किन्हीं 5 प्रश्नों के उत्तर दीजिए (1 x 5 = 5 अंक)**

i. Riya lives in Delhi and is visiting Kerala for her holidays. For Kerala, Riya is a ___________ tourist.

रीया दिल्ली में रहती है और छुट्टियों में केरल घूमने जा रही है। केरल के लिए रिया एक ___________ पर्यटक है। 1

ii. Tourism helps a country earn foreign __________ which improves the balance of payment.

पर्यटन किसी देश को विदेशी __________ कमाने में मदद करता है जिससे भुगतान संतुलन में सुधार होता है। 1

SCERT DELHI

iii. **The full form of UNWTO is __________.**

UNWTO का पूरा नाम __________ है। 1

iv. **Which of the following best describes STDC?**

a) A global tourism organization b) A private travel agency

c) A state-level tourism corporation d) A hotel chain

**निम्नलिखित में से कौन-सा विकल्प STDC का सही वर्णन करता है?** 1

a) एक वैश्विक पर्यटन संगठन

b) एक निजी ट्रैवल एजेंसी

c) एक राज्य स्तरीय पर्यटन निगम

d) एक होटल श्रृंखला

v. **Which of the following is NOT a function of the Ministry of Tourism (MOT)?**

a) Policy formulation

b) Hotel classification

c) Conducting elections

d) Promotion of tourism abroad

**निम्नलिखित में से कौन-सा पर्यटन मंत्रालय (MOT) का कार्य नहीं है?** 1

a) नीतियाँ बनाना

b) होटल वर्गीकरण

c) चुनाव कराना

d) विदेशों में पर्यटन का प्रचार

vi. **Which of the following can be considered a negative environmental impact of tourism?**

a) Seasonal water scarcity in popular hill stations

SCERT DELHI

b) Increased awareness about wildlife conservation

c) Plantation drives by tourist groups

d) Promotion of eco-friendly transport

**पर्यटन का एक नकारात्मक पर्यावरणीय प्रभाव कौन-सा हो सकता है?** 1

a) लोकप्रिय पहाड़ी स्थलों पर मौसमी जल कमी

b) वन्यजीव संरक्षण के प्रति जागरूकता बढ़ना

c) पर्यटकों द्वारा वृक्षारोपण अभियान

d) पर्यावरण-अनुकूल परिवहन का प्रचार

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

**दिए गए 6 प्रश्नों में से किन्हीं 5 प्रश्नों के उत्तर दीजिए (1 x 5 = 5 अंक)**

i. Give the full form of TIM.

**TIM का पूरा रूप बताइए।1**

ii. A hotel room that has an additional small room attached, often used as a living area or office space, is known as a __________.

**एक होटल का कमरा जिसमें एक छोटा अतिरिक्त कमरा जुड़ा होता है, जिसे अक्सर बैठक कक्ष या कार्यालय के रूप में उपयोग किया जाता है, उसे __________ कहा जाता है।** 1

**iii. Which meal plan includes the room tariff with breakfast and one major meal (either lunch or dinner)?**

a) European Plan (EP)

b) Continental Plan (CP)

c) Modified American Plan (MAP)

d) American Plan (AP)

SCERT DELHI

कौन-सा मील प्लान कमरे का किराया, नाश्ता और एक मुख्य भोजन (दोपहर का भोजन या रात्रि भोजन) शामिल करता है?

a) यूरोपियन प्लान (EP)

b) कॉन्टिनेन्टल प्लान (CP)

c) मॉडिफाइड अमेरिकन प्लान (MAP)

d) अमेरिकन प्लान (AP) 1

**iv. In the abbreviation MICE, the letter E stands for:-**

a) Exhibitions

b) Epoch

c) Era

d) Entertainment

**संक्षिप्त रूप MICE में E का अर्थ है:-**

a) एक्सहिबिशन b) एपॉक

c) एरा d) एंटरटेनमेंट 1

**v. Which document is issued by a country to allow a foreign visitor to enter, stay or leave its territory?**

a) Passport b) VISA

c) Ticket d) Identity Card

**कौन-सा दस्तावेज़ किसी देश द्वारा विदेशी आगंतुक को उसके क्षेत्र में प्रवेश करने, ठहरने या बाहर जाने की अनुमति देने के लिए जारी किया जाता है?**

a) पासपोर्ट b) वीज़ा

c) टिकट d) पहचान पत्र 1

SCERT DELHI

vi. **Which of the following is NOT a type of passport issued in India?**

a) Ordinary Passport b) Official/Diplomatic Passport

c) Emergency Certificate d) Employment Passport

**निम्नलिखित में से कौन-सा भारत में जारी पासपोर्ट का प्रकार नहीं है?**

a) सामान्य पासपोर्ट b) राजनयिक/अधिकृत पासपोर्ट

c) आपातकालीन प्रमाण पत्र d) रोजगार पासपोर्ट 1

**Q5. Answer any 5 out of the given 6 questions (1 x 5 = 5 marks)**

**दिए गए 6 प्रश्नों में से किन्हीं 5 प्रश्नों के उत्तर दीजिए (1 x 5 = 5 अंक)**

i. **Dudhsagar, Colva and Palolem are famous tourist spots in ______ state of India.**

**दूधसागर, कोलवा और पालोलेम भारत के ______ राज्य के प्रसिद्ध पर्यटन स्थल हैं।** 1

ii. **Which of the following is not a desert region of India?**

a) Thar b) Kutch

c) Ladakh d) Sundarbans

**निम्नलिखित में से कौन भारत का मरुस्थलीय क्षेत्र नहीं है?** 1

a) थार b) कच्छ

c) लद्दाख d) सुंदरबन

iii. **Which of the following activities is least appropriate in the desert tourism circuit of Rajasthan?** 1

a) Hot Air Ballooning b) Camel Safari

c) Scuba Diving d) Jeep Safari

**राजस्थान के रेगिस्तानी पर्यटन क्षेत्र में इनमें से कौन-सी गतिविधि सबसे कम उपयुक्त है?**

a) हॉट एयर बैलूनिंग b) ऊँट सफारी

c) स्कूबा डाइविंग d) जीप सफारी

SCERT DELHI

iv. **Where am I, if I am in the world's largest camel fair?**

**यदि मैं दुनिया के सबसे बड़े ऊँट मेले में हूँ तो मैं कहाँ हूँ?** 1

v. **The Capital of India, Delhi has three UNESCO world heritage sites. True/False**

**भारत की राजधानी दिल्ली में तीन यूनेस्को विश्व धरोहर स्थल हैं। सही/गलत** 1

vi. **Which of the following is not a symbiotic tourism product?**

a) Taj Mahal
b) Jim Corbet National Park
c) Sundarbans Biosphere reserve
d) Bharatpur bird sanctuary

**निम्नलिखित में से कौन-सा एक सहजीवी पर्यटन उत्पाद नहीं है?** 1

a) ताजमहल
b) जिम कॉर्बेट राष्ट्रीय उद्यान
c) सुंदरबन बायोस्फीयर रिज़र्व
d) भरतपुर पक्षी अभयारण्य

SCERT DELHI

## SECTION B:- SUBJECTIVE TYPE QUESTIONS

### खंड B:- व्यक्तिपरक प्रकार के प्रश्न

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

रोज़गार कौशल पर दिए गए 5 प्रश्नों में से किन्हीं 3 के उत्तर दीजिए (2 x 3 = 6 अंक)प्रत्येक प्रश्न का उत्तर 20-30 शब्दों में दीजिए।

**Q 6. How can a person identify their own weakness?**

**एक व्यक्ति अपनी कमजोरी की पहचान कैसे कर सकता है?** **2**

**Q 7. Enlist the four steps of time management.**

**समय प्रबंधन के चार चरण लिखिए।** **2**

**Q 8. What do you understand by internet scams?**

**आप इंटरनेट धोखाधड़ी से क्या समझते हैं?** **2**

**Q 9. What are the various functions of an entrepreneur?**

**एक उद्यमी के विभिन्न कार्य क्या हैं?** **2**

**Q10. Mention any two advantages of using renewable energy sources over fossil fuels.**

**जीवाश्म ईंधनों की बजाय नवीकरणीय ऊर्जा स्त्रोतों के उपयोग के दो लाभ लिखिए।** **2**

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 किन्हीं 4 प्रश्नों के उत्तर 20 – 30 शब्दों में दीजिए (2 x 4 = 8 अंक)**

**Q11. Explain with two examples how body language can affect a tourist's first impression during interaction at a hotel.**

**उदाहरण सहित बताइए कि शारीरिक भाषा पर्यटक पर होटल में पहली छाप को कैसे प्रभावित कर सकती है?** **2**

SCERT DELHI

**Q12. How does tourism contribute to both positive and negative changes in the natural environment of a destination?**

**पर्यटन किसी गंतव्य के प्राकृतिक पर्यावरण में सकारात्मक और नकारात्मक दोनों प्रकार के बदलावों में कैसे योगदान देता है?** **2**

**Q13. Why are travel guides and brochures considered useful sources for tourists?**

**पर्यटन गाइड और ब्रोशर पर्यटकों के लिए उपयोगी स्त्रोत क्यों माने जाते हैं?** **2**

**Q14. How does UNWTO promote sustainable tourism growth?**

**UNWTO. सतत पर्यटन वृद्धि को कैसे बढ़ावा देता है?** **2**

**Q15. How does a travel agent act as an information provider?**

**एक ट्रैवल एजेंट सूचना प्रदाता के रूप में कैसे कार्य करता है?** **2**

**Q16. How does the weather and climate of a destination impact the tourist activity that can be conducted at the destination?**

**किसी गंतव्य का मौसम और जलवायु उस स्थान पर की जाने वाली पर्यटक गतिविधियों को कैसे प्रभावित करते हैं?** **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 किन्हीं 3 प्रश्नों के उत्तर 50-80 शब्दों में दीजिए (4 x 3 = 12 अंक)

**Q17. Highlight the importance of personality development in the tourism industry.**

**पर्यटन उद्योग में व्यक्तित्व विकास के महत्व को रेखांकित कीजिए।** **4**

**Q18. What is event-based tourism products? Explain with examples.**

**आयोजन-आधारित पर्यटन उत्पाद क्या होते हैं? उदाहरण सहित समझाइए।** **4**

**Q19. What is travel insurance and why is it important?**

**यात्रा बीमा क्या है और यह क्यों महत्वपूर्ण है?** **4**

SCERT DELHI

**Q20. Discuss how natural resources of a destination shape the tourism industry** of that destination.

**किसी गंतव्य के प्राकृतिक संसाधन उस गंतव्य के पर्यटन उद्योग को कैसे आकार देते हैं, इस पर चर्चा करें।** **4**

**Q21. What do you understand by heritage? Give a brief overview of UNESCO World Heritage Sites in India.**

**धरोहर से आप क्या समझते हैं? भारत में यूनेस्को विश्व धरोहर स्थलों का संक्षिप्त विवरण दीजिए।** **4**

SCERT DELHI

# नमूना प्रश्न पत्र–2
## (कक्षा 10वीं)
# पर्यटन का परिचय–II
## (विषय कोड - 406)

**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.

SCERT DELHI

**सामान्य निर्देशः-**

1. कृपया निर्देशों को ध्यानपूर्वक पढ़ें।
2. इस प्रश्न पत्र में दो खंडों में 21 प्रश्न हैं:- खंड A और खंड B।
3. खंड A में वस्तुनिष्ठ प्रकार के प्रश्न हैं जबकि खंड B में व्यक्तिपरक प्रकार के 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 के उत्तर देने हैं।
5. किसी विशेष खंड के सभी प्रश्नों को सही क्रम में हल किया जाना चाहिए।

**6. खंड A - वस्तुनिष्ठ प्रकार के प्रश्न (24 अंक):-**

I. इस खंड में 05 प्रश्न हैं।

II. आवंटित अंक प्रत्येक प्रश्न/भाग के सामने उल्लिखित हैं।

III. कोई नकारात्मक अंकन नहीं है।

IV. दिए गए निर्देशों के अनुसार करें।

**7. खंड B - व्यक्तिपरक प्रकार के प्रश्न (26 अंक):-**

I. इस खंड में 16 प्रश्न हैं।

II. अभ्यर्थी को 10 प्रश्न करने हैं।

III. दिए गए निर्देशों के अनुसार करें।

IV. प्रत्येक प्रश्न/भाग के सामने आवंटित अंक अंकित हैं।

## SECTION A:- OBJECTIVE TYPE QUESTIONS

**खंड A:- वस्तुनिष्ठ प्रकार के प्रश्न**

Q1 Answer any 4 out of the given 6 questions on Employability Skills (1 x 4 = 4 marks)

रोजगार कौशल पर दिए गए 6 प्रश्नों में से किन्हीं 4 के उत्तर दीजिए (1 x 4 = 4 अंक)

**i. Paralanguage is mainly related to which of the following?**

(A) Written language

(B) Tone, pitch, and speed of voice

(C) Lexical meaning of words

(D) Rules of grammar

**पैरेलैंग्वेज मुख्य रूप से किससे संबंधित है?**

(A) लिखित भाषा (B) आवाज़ का टोन, पिच और गति

(C) शब्दों का शब्दकोशीय अर्थ (D) व्याकरण के नियम 1

ii. **Rashi studies well to win the all-school level scholarship. She is motivated by ___________.**

**राशी पूरे स्कूल स्तर की छात्रवृत्ति जीतने के लिए अच्छी तरह पढ़ाई करती है। वह ___________ से प्रेरित है।** 1

iii. Prem is always late for school and forgets his assignments and lunch at home because he is always rushing to reach school. He lacks the essential skill of _____________.

प्रेम हमेशा स्कूल के लिए देर से आता है और अपने असाइनमेंट और टिफ़िन घर पर ही भूल जाता है क्योंकि वह हमेशा स्कूल पहुँचने के लिए जल्दी में रहता है। उसमें _____________ की आवश्यक कौशल की कमी है। 1

iv. Ctrl + P is used to paste text or image in a computer. True / False

Ctrl + P का उपयोग कंप्यूटर में टेक्स्ट या चित्र चिपकाने (Paste) के लिए किया जाता है। सही / गलत 1

v. **_______________ means a product or service that people need.**

**_________________ का मतलब है ऐसा उत्पाद या सेवा जिसकी लोगों को आवश्यकता हो।** 1

vi. The Sustainable Development Goals were adopted by which organization?

(A) World Bank (B) United Nations

(C) World Tourism Organization (D) International Monetary Fund

**सस्टेनेबल डेवलपमेंट गोल्स को किस संगठन ने अपनाया है?**

(A) विश्व बैंक (B) संयुक्त राष्ट्र संघ (United Nations)

(C) विश्व पर्यटन संगठन (D) अंतर्राष्ट्रीय मुद्रा कोष 1

## Q2. Answer any 5 out of the given 6 questions (1 x 5 = 5 marks)

**दिए गए 6 प्रश्नों में से किन्हीं 5 प्रश्नों के उत्तर दीजिए (1 x 5 = 5 अंक)**

i. An individual's personality is shaped during childhood and adolescence and does not change in adulthoo(D)True / False

व्यक्ति का व्यक्तित्व उनके बचपन और किशोरावस्था में बनता है और वयस्क होने पर नहीं बदलता। सही / गलत 1

ii. If you want to show a friendly and listening attitude, how should you position your head? 1

(A) Keep your head level horizontally and vertically

(B) Tilt your head slightly to one side or the other

(C) Keep your head slightly upward

(D) Keep staring at the speaker

यदि आप मित्रतापूर्ण और सुनने की मुद्रा दिखाना चाहते हैं, तो आपको अपना सिर कैसे रखना चाहिए?

(A) अपना सिर क्षैतिज और ऊर्ध्वाधर रूप से सीधा रखें

(B) अपना सिर थोड़ा-सा एक ओर या दूसरी ओर झुकाएँ

(C) अपना सिर थोड़ा ऊपर रखें

(D) वक्ता को लगातार घूरते रहें

iii. Which of the following is NOT correct for professional grooming?

(A) Polished shoes (B) Heavy makeup

(C) Clean-shaven (D) Avoid backpack

SCERT DELHI

**निम्न में से कौन-सा पेशेवर ग्रूमिंग के लिए सही नहीं है?** 1

(A) पॉलिश किए हुए जूते (B) भारी मेकअप

(C) साफ़-शफ़्फ़ाक दाढ़ी-मूँछ (क्लीन शेवन) (D) बैकपैक से बचना

iv. Lack of ___________ leads to miscommunication and negativity, which further develops into a negative attitude.

___________ की कमी गलत संचार और नकारात्मकता की ओर ले जाती है, जो आगे चलकर नकारात्मक दृष्टिकोण में बदल जाती है। 1

v. ___________ can be defined as the ideas, customs, and social behaviour of a particular group or society.

___________ को किसी विशेष समूह या समाज के विचार, रीति-रिवाज और सामाजिक व्यवहार के रूप में परिभाषित किया जा सकता है। 1

vi. One should always answer a professional call with a __________, as it makes the caller or listener happy and creates a favourable impression.

एक पेशेवर कॉल का उत्तर हमेशा __________ के साथ देना चाहिए क्योंकि इससे कॉल करने वाला या सुनने वाला खुश होता है और एक अच्छा प्रभाव पड़ता है। 1

Q3. Answer any 5 out of the given 6 questions (1 x 5 = 5 marks)

**दिए गए 6 प्रश्नों में से किन्हीं 5 प्रश्नों के उत्तर दीजिए (1 x 5 = 5 अंक)**

i. Alia is a resident of Mumbai and is going to Gulmarg for a ten-day holiday. She is a ___________ tourist.

आलिया मुंबई की निवासी है और दस दिन की छुट्टियों के लिए गुलमर्ग जा रही है। वह एक ___________ पर्यटक है। 1

ii. NTO stands for __________________.

NTO का पूरा रूप है __________________ 1

iii. The headquarters of UNWTO is located in __________.

UNWTO का मुख्यालय __________ में स्थित है। 1

SCERT DELHI

iv. __________________ is the nodal agency for the formulation of national policies and programmes for tourism in Indi(A)

__________________ भारत में पर्यटन के लिए राष्ट्रीय नीतियों और कार्यक्रमों के निर्माण की प्रमुख (नोडल) एजेंसी है। 1

v. STDC primarily works at which level?

(A) National level (B) State level

(C) International level (D) District level

STDC मुख्य रूप से किस स्तर पर कार्य करता है? 1

(A) राष्ट्रीय स्तर पर (B) राज्य स्तर पर

(C) अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर (D) जिला स्तर पर

vi. Which of the following is a negative socio-cultural impact of tourism?

(A) Revival of traditional art

(B) Commercialization of local culture

(C) Increase in employment opportunities

(D) Growth of intercultural understanding

पर्यटन का एक नकारात्मक सामाजिक-सांस्कृतिक प्रभाव कौन-सा है? 1

(A) पारंपरिक कला का पुनर्जीवन (B) स्थानीय संस्कृति का व्यावसायीकरण

(C) रोजगार के अवसरों में वृद्धि (D) अंतर-सांस्कृतिक समझ बढ़ना

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

**दिए गए 6 प्रश्नों में से किन्हीं 5 प्रश्नों के उत्तर दीजिए (1 x 5 = 5 अंक)**

i. Give the full form of PAX.

PAX का पूरा रूप बताइए। 1

ii. A hotel room with a swimming pool is called a ________ room.

स्विमिंग पूल वाले होटल के कमरे को ________ रूम कहा जाता है। 1

SCERT DELHI

iii. A meal plan that includes 3 meals along with the room is called:-

एक मील प्लान जिसमें कमरे के साथ 3 भोजन शामिल हों, उसे क्या कहा जाता है? 1

(A) EP (B) CP

(C) AP (D) MAP

iv. For two friends who want one room with two single beds, which type of room would you book? __________

दो दोस्तों के लिए, जो एक कमरे में दो सिंगल बेड चाहते हैं, आप किस प्रकार का कमरा बुक करेंगे? __________ 1

v. When no rooms are available in a hotel, it is called __________.

किसी होटल में कोई भी कमरा उपलब्ध न होना __________ कहलाता है। 1

vi. ___________ is an official document issued by the government of a country to its citizens as proof that the person is a resident of that country.

___________ एक आधिकारिक दस्तावेज़ है जो किसी देश की सरकार अपने नागरिकों को इस प्रमाण के रूप में जारी करती है कि वह व्यक्ति उस देश का निवासी है। 1

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

**दिए गए 6 प्रश्नों में से किन्हीं 5 प्रश्नों के उत्तर दीजिए (1 x 5 = 5 अंक)**

i. Which of the following is not an example of an event-based product?

(A) Char Dham Yatra (B) Formula 1 Race

(C) Olympics (D) Dal Lake

**निम्न में से कौन-सा इवेंट आधारित उत्पाद का उदाहरण नहीं है?** 1

(A) चार धाम यात्रा (B) फ़ॉर्मूला 1 रेस

(C) ओलंपिक (D) डल झील

SCERT DELHI

ii. Which of the following is not a hill station of Himachal?

(A) Manali (B) Shimla

(C) Delhi (D) Dharamshala

निम्न में से कौन-सा हिमाचल का हिल स्टेशन नहीं है? 1

(A) मनाली (B) शिमला

(C) दिल्ली (D) धर्मशाला

iii. Which of the following activities cannot be done in Andaman and Nicobar?

(A) Scuba Diving (B) Jet Ski

(C) Snorkeling (D) Camel Riding

निम्न में से कौन-सी गतिविधि अंडमान और निकोबार में नहीं की जा सकती? 1

(A) स्कूबा डाइविंग (B) जेट स्की

(C) स्नॉर्कलिंग (D) ऊँट की सवारी

iv. Where is the Calico Museum of Textiles located? ___________

कैलिको म्यूज़ियम ऑफ़ टेक्सटाइल्स कहाँ स्थित है? ___________ 1

v. The famous Hornbill Festival is organized in which Indian state? ___________ 1

प्रसिद्ध हॉर्नबिल महोत्सव भारत के__________ भारतीय राज्य में आयोजित किया जाता है।

vi. What is the main objective of food tourism?

(A) To promote only foreign cuisine

(B) To experience the local culinary traditions of a place

(C) To promote hotel construction

(D) To spread fast food culture

SCERT DELHI

फूड टूरिज़्म का मुख्य उद्देश्य क्या है? 1

(A) केवल विदेशी भोजन का प्रचार करना

(B) किसी स्थान की स्थानीय पाक परंपराओं का अनुभव कराना

(C) होटल निर्माण को बढ़ावा देना

(D) फास्ट फूड संस्कृति को फैलाना

## SECTION B:- SUBJECTIVE TYPE QUESTIONS
## खंड B:- व्यक्तिपरक प्रकार के प्रश्न

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

**रोज़गार कौशल पर दिए गए 5 प्रश्नों में से किन्हीं 3 के उत्तर दीजिए (2 x 3 = 6 अंक)प्रत्येक प्रश्न का उत्तर 20-30 शब्दों में दीजिए।**

Q 6. Mention three steps that can be followed to manage stress.

तनाव को नियंत्रित करने के लिए अपनाए जाने वाले तीन चरणों का उल्लेख कीजिए। 2

Q 7. Explain the 'R' in SMART goals with an example.

SMART लक्ष्यों में 'R' को उदाहरण सहित समझाइए। 2

Q 8. Differentiate between Worm and Trojan Horse.

वॉर्म (Worm) और ट्रोजन हॉर्स (Trojan Horse) में अंतर बताइए। 2

Q 9. What are the three career stages of an entrepreneur?

एक उद्यमी (Entrepreneur) के तीन करियर चरण कौन-कौन से होते हैं? 2

Q 10. Why are solar energy and biogas considered eco-friendly sources of energy?

सौर ऊर्जा और बायोगैस को पर्यावरण-अनुकूल ऊर्जा स्रोत क्यों माना जाता है? 2

SCERT DELHI

**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 किन्हीं 4 प्रश्नों के उत्तर 20 – 30 शब्दों में दीजिए (2 x 4 = 8 अंक)**

Q11. How can slouched shoulders put you in a state of nervousness and discomfort?

झुके हुए कंधे (Slouched Shoulder) आपको घबराहट और असहजता की स्थिति में कैसे ला सकते हैं? 2

Q12. What are the economic impacts of tourism on a destination?

किसी गंतव्य (Destination) पर पर्यटन के आर्थिक प्रभाव क्या होते हैं? 2

Q13. How does tourism positively change the perception of locals towards their community and local resources?

पर्यटन किस प्रकार स्थानीय लोगों की अपने समुदाय और स्थानीय संसाधनों के प्रति धारणा को सकारात्मक रूप से बदलता है? 2

Q14. Differentiate between inbound and outbound tourists.

इनबाउंड (Inbound) और आउटबाउंड (Outbound) पर्यटकों में अंतर बताइए। 2

Q15. Differentiate between American breakfast and continental breakfast.

अमेरिकन ब्रेकफास्ट और कॉन्टिनेंटल ब्रेकफास्ट में अंतर बताइए। 2

Q16. What tourism activities can a tourist do at a mountain destination?

पर्वतीय गंतव्य पर एक पर्यटक कौन-कौन सी पर्यटन गतिविधियाँ कर सकता है? 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 किन्हीं 3 प्रश्नों के उत्तर 50-80 शब्दों में दीजिए (4 x 3 = 12 अंक)**

Q17. Mention any four factors or determinants that shape your personality.

हमारा व्यक्तित्व (Personality) जीवन में कई कारकों से बनता है। ऐसे कोई चार कारक या निर्धारक बताइए जो आपके व्यक्तित्व को आकार देते हैं। 4

SCERT DELHI

Q18. What are the various functions of the Ministry of Tourism?

पर्यटन मंत्रालय (Ministry of Tourism) के विभिन्न कार्य क्या हैं? 4

Q19. Explain any four activities of a travel agency.

किसी ट्रैवल एजेंसी की कोई चार गतिविधियों को समझाइए। 4

Q20. What travel documents are required for an international trip?

एक अंतरराष्ट्रीय यात्रा के लिए किन-किन यात्रा दस्तावेज़ों की आवश्यकता होती है? 4

Q21. What are symbiotic tourism products? Explain with examples.

सहजीवी पर्यटन उत्पाद (Symbiotic Tourism Products) क्या होते हैं? उदाहरण सहित समझाइए। 4

SCERT DELHI

# नमूना प्रश्न पत्र – 3
## (कक्षा 10वीं)
# पर्यटन का परिचय – II
## (विषय कोड - 406)

**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.

SCERT DELHI

**सामान्य निर्देशः-**

1. कृपया निर्देशों को ध्यानपूर्वक पढ़ें।
2. इस प्रश्न पत्र में दो खंडों में 21 प्रश्न हैंः- खंड A और खंड B।
3. खंड A में वस्तुनिष्ठ प्रकार के प्रश्न हैं जबकि खंड B में व्यक्तिपरक प्रकार के 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 के उत्तर देने हैं।
5. किसी विशेष खंड के सभी प्रश्नों को सही क्रम में हल किया जाना चाहिए।

**6. खंड A - वस्तुनिष्ठ प्रकार के प्रश्न (24 अंक):-**

I. इस खंड में 05 प्रश्न हैं।

II. आवंटित अंक प्रत्येक प्रश्न/भाग के सामने उल्लिखित हैं।

III. कोई नकारात्मक अंकन नहीं है।

IV. दिए गए निर्देशों के अनुसार करें।

**7. खंड B - व्यक्तिपरक प्रकार के प्रश्न (26 अंक):-**

I. इस खंड में 16 प्रश्न हैं।

II. अभ्यर्थी को 10 प्रश्न करने हैं।

III. दिए गए निर्देशों के अनुसार करें।

IV. प्रत्येक प्रश्न/भाग के सामने आवंटित अंक अंकित हैं।

## SECTION A:- OBJECTIVE TYPE QUESTIONS
## खंड A:- वस्तुनिष्ठ प्रकार के प्रश्न

**Q1 Answer any 4 out of the given 6 questions on Employability Skills (1 x 4 = 4 marks)**

**रोजगार कौशल पर दिए गए 6 प्रश्नों में से किन्हीं 4 के उत्तर दीजिए (1 x 4 = 4 अंक)**

SCERT DELHI

i. Which of the following is a means of communication?

निम्न में से कौन-सा संचार का माध्यम है? 1

(A) Newspapers/समाचार पत्र (B) Letters/पत्र

(C) Phone Call/फ़ोन कॉल (D) E-mail/ई-मेल

ii. Which of the following are types of motivation?

निम्नलिखित में से कौन-से प्रेरणा के प्रकार हैं? 1

(A) Internal/आंतरिक (B) Intermediate/मध्यवर्ती

(C) External/बाह्य (D) Extensive/विस्तृत

iii. In SMART goals, what does 'S' stand for?

SMART लक्ष्यों में 'S' का क्या अर्थ होता है? 1

(A) Simple/सरल (B) Specific/विशिष्ट

(C) Strong/मजबूत (D) Smart/स्मार्ट

iv. What keys do you use to copy something?

किसी चीज़ को कॉपी करने के लिए आप कौन-सी कुंजियाँ (keys) उपयोग करते हैं? 1

(A) Ctrl + X कट करने के लिए

(B) Ctrl + C कॉपी करने के लिए

(C) Ctrl + Z पिछली क्रिया को रद्द करने के लिए

(D) Ctrl + Y रद्द की गई क्रिया को दोबारा करने के लिए

v. Ali has a diamond factory. He pays his employees on the 1st of every month. 1

अली का हीरों का कारखाना है। वह हर महीने की 1 तारीख को अपने कर्मचारियों को वेतन देता है।

(A) Creates a new product एक नया उत्पाद बनाता है

(B) Manages the business व्यवसाय का प्रबंधन करता है

(C) Takes risk जोखिम उठाता है

SCERT DELHI

vi. Which of the following sources of energy is from a renewable source?

निम्नलिखित में से कौन-सा ऊर्जा स्रोत नवीकरणीय स्रोत से है? 1

(a) Solar energy सौरऊर्जा (b) Wood लकड़ी

(c) Coals कोयला (d) Petrol पेट्रोल

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

**दिए गए 6 प्रश्नों में से किन्हीं 5 प्रश्नों के उत्तर दीजिए (1 x 5 = 5 अंक)**

i. The group of traits that makes you unique is your ......

गुणों का वह समूह जो आपको विशेष बनाता है, वह आपका ...... होता है। 1

(A) Personality व्यक्तित्व (B) Knowledge ज्ञान

(C) Habit आदत (D) Experience अनुभव

ii. In simple term personality means

सरल शब्दों में व्यक्तित्व का अर्थ होता है.....? 1

iii. Major determinants of personality are ________________ and ______________________

व्यक्तित्व के मुख्य निर्धारक ________________ और ________________ होते हैं। 1

(A) Heredity and Environment वंशानुगति और वातावरण

(B) Education and Wealth शिक्षा और संपत्ति

(C) Culture and Food संस्कृति और भोजन

(D) Height and Weight ऊँचाई और वजन 1

iv. Personality is natural as well as nurtured. (True/False)

व्यक्तित्व जन्मजात भी होता है और पालन-पोषण से भी विकसित होता है। (सही/गलत) 1

SCERT DELHI

v. What does "attire" mean?

"Attire" का क्या अर्थ होता है? 1

(A) The way we eat जिस तरह हम खाते हैं

(B) The way we speak जिस तरह हम बोलते हैं

(C) The way we dress up जिस तरह हम कपड़े पहनते हैं

(D) The way we walk जिस तरह हम चलते हैं

vi. Tattoos should be covered by clothing if possible. (True/False)

यदि संभव हो तो टैटू को कपड़ों से ढक देना चाहिए। (सही/गलत) 1

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

**दिए गए 6 प्रश्नों में से किन्हीं 5 प्रश्नों के उत्तर दीजिए (1 x 5 = 5 अंक)**

i. How much proportion does Tourism contribute to India's GDP?

भारत की जीडीपी में पर्यटन कितना योगदान देता है? 1

ii. Which industry has surpassed the business volume of oil exports, food products and automobiles?

कौन-सा उद्योग ने तेल निर्यात, खाद्य उत्पादों और ऑटोमोबाइल्स के व्यापारिक स्तर को पार कर लिया है? 1

iii. Name two Travel-Trade Journals.

दो ट्रैवल-ट्रेड जर्नल्स के नाम बताइए। 1

iv. Where is the headquarter of UNWTO located?

संयुक्त राष्ट्र विश्व पर्यटन संगठन (UNWTO) का मुख्यालय कहाँ स्थित है? 1

(A) Paris

पेरिस

(B) Madrid

मैड्रिड

SCERT DELHI

(C) Geneva

जिनेवा

(D) New York

न्यूयॉर्क

v. How many countries are members of UNWTO?

UNWTO के कितने देश सदस्य हैं? 1

(a) 95 (b) 102

(c) 159 (d) 200

vi. What is the full form of CRS?

CRS का पूरा नाम क्या है? 1

(A) Central Reservation System

केंद्रीय आरक्षण प्रणाली

(B) Computer Reservation System

कंप्यूटर आरक्षण प्रणाली

(C) Customer Response Service

ग्राहक प्रतिक्रिया सेवा

(D) Common Registration System

सामान्य पंजीकरण प्रणाली

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

**दिए गए 6 प्रश्नों में से किन्हीं 5 प्रश्नों के उत्तर दीजिए (1 x 5 = 5 अंक)**

i. What does "PAX" mean in the travel industry?

यात्रा उद्योग में "PAX" का क्या अर्थ होता है? 1

(A) No. of passengers

यात्रियों की संख्या

SCERT DELHI

(B) No. of drivers

ड्राइवरों की संख्या

(C) No. of vehicles

वाहनों की संख्या

(D) No. of guides

मार्गदर्शकों की संख्या

ii. What does "Single Room" mean in the hotel industry? 1

होटल उद्योग में "Single Room" का क्या अर्थ है?

(A) Room with two beds for two persons

दो व्यक्तियों के लिए दो बिस्तरों वाला कमरा

(B) Room with one bed for one person

एक व्यक्ति के लिए एक बिस्तर वाला कमरा

(C) Room with three beds

तीन बिस्तरों वाला कमरा

(D) Shared room with many people

कई लोगों के साथ साझा किया गया कमरा

iii. What does "European Plan (EP)" mean in the hotel industry?

होटल उद्योग में "European Plan (EP)" का क्या अर्थ है? 1

(A) Room with two beds for two persons

दो व्यक्तियों के लिए दो बिस्तरों वाला कमरा

(B) Room with one bed for one person

एक व्यक्ति के लिए एक बिस्तर वाला कमरा

(C) Room with three beds

तीन बिस्तरों वाला कमरा

SCERT DELHI

(D) Shared room with many people

कई लोगों के साथ साझा किया गया कमरा.

iv. What does "FOREX" stand for?

"FOREX" का क्या अर्थ है? 1

(A) Foreign Exchange

विदेशी मुद्रा विनिमय

(B) Forest Exploration

वन अनुसंधान

(C) Formal Expense

औपचारिक खर्च

(D) Foreign Experience

विदेशी अनुभव

v. What is the term used when no rooms are available with a hotel?

जब किसी होटल में कोई भी कमरा उपलब्ध नहीं होता है, तो उसे क्या कहा जाता है? 1

(A) Check-in

चेक-इन

(B) Overbooking

ओवरबुकिंग

(C) Sold Out

सोल्डआउट

(D) Check-out

चेक-आउट

SCERT DELHI

vi. What is the full form of M.I.C.E. in tourism?

पर्यटन में M.I.C.E. का पूरा रूप क्या है? 1

(A) Meetings, Incentives, Conferences and Expositions

मीटिंग्स, इन्सेन्टिव्स, कॉन्फ्रेंसेज़ और एक्सपोज़िशन्स

(B) Meals, Insurance, Cab and Events

मील्स, इंश्योरेंस, कैब और इवेंट्स

(C) Management, Information, Culture and Environment

मैनेजमेंट, इन्फॉर्मेशन, कल्चर और एनवायरनमेंट

(D) Marketing, Innovation, Communication and Education

मार्केटिंग, इनोवेशन, कम्युनिकेशन और एजुकेशन

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

**दिए गए 6 प्रश्नों में से किन्हीं 5 प्रश्नों के उत्तर दीजिए (1 x 5 = 5 अंक)**

i. What is the full form of UNESCO? 1

UNESCO का पूरा नाम क्या है?

(A) United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

यूनाइटेड नेशंस एजुकेशनल, साइंटिफिक एंड कल्चरल ऑर्गनाइजेशन

(B) United Nations Energy and Science Coordinating Organization

यूनाइटेड नेशंस एनर्जी एंड साइंस को ऑर्डिनेटिंग ऑर्गनाइजेशन

(C) Union of National Education, Science and Culture Office

यूनियन ऑफ नेशनल एजुकेशन, साइंस एंड कल्चर ऑफिस

(D) Universal Society for Education, Culture and Outreach

यूनिवर्सल सोसाइटी फॉर एजुकेशन, कल्चर एंड आउटरिच

SCERT DELHI

ii. Name two World Heritage Sites located in Delhi.

दिल्ली में स्थित दो विश्व धरोहर स्थलों के नाम बताइए। 1

(A) India Gate and Lotus Temple

इंडिया गेट और लोटस टेम्पल

(B) Qutub Minar and Humayun's Tomb

कुतुब मीनार और हुमायूं का मकबरा

(C) Red Fort and Akshardham Temple

लालकिला और अक्षर धाम मंदिर

(D) Jama Masjid and Rashtrapati Bhavan

जामा मस्जिद और राष्ट्रपति भवन iii. Jaisalmer is a popular desert destination. (True/False)

जैसलमेर एक प्रसिद्ध रेगिस्तानी गंतव्य है। (सही/गलत)

iv. Qutub Minar is an example of which type of tourism product?

कुतुब मीनार किस प्रकार का पर्यटन उत्पाद है? 1

(A) Natural Tourism Product

प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद

(B) Manmade Tourism Product

मानव निर्मित पर्यटन उत्पाद

(C) Event-based Tourism Product

घटना आधारित पर्यटन उत्पाद

(D) Symbiotic Tourism Product

सह जीवी पर्यटन उत्पाद

v. Gulmarg is a popular ski resort located in Jammu & Kashmir. (Yes/No)

गुलमर्ग जम्मू और कश्मीर में स्थित एक लोकप्रिय स्की रिसॉर्ट है। (हाँ/नहीं) 1

SCERT DELHI

vi. Jim Corbett National Park is an example of which type of tourism product?

प्रश्नः- जिम कॉर्बेट नेशनल पार्क किस प्रकार का पर्यटन उत्पाद है? 1

(A) Manmade Tourism Product

मानव निर्मित पर्यटन उत्पाद

(B) Event-based Tourism Product

घटना आधारित पर्यटन उत्पाद

(C) Symbiotic Tourism Product

सह जीवी पर्यटन उत्पाद

(D) Natural Tourism Product

प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद 1

## SECTION B:- SUBJECTIVE TYPE QUESTIONS
## खंड B:- व्यक्तिपरक प्रकार के प्रश्न

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

**रोज़गार कौशल पर दिए गए 5 प्रश्नों में से किन्हीं 3 के उत्तर दीजिए (2 x 3 = 6 अंक)प्रत्येक प्रश्न का उत्तर 20-30 शब्दों में दीजिए।**

Q 6. List the various methods of communication.

संचार के विभिन्न तरीकों की सूची बनाएँ। 2

Q7. Define Stress Management.

तनाव प्रबंधन को परिभाषित करें। 2

Q8. List the various ways to protect data.

डेटा की सुरक्षा के विभिन्न तरीकों की सूची बनाएँ। 2

SCERT DELHI

Q9. Define the meaning of a career.

करियर का अर्थ स्पष्ट कीजिए। 2

Q 10. List some ways in which we can use resources sensibly.

संसाधनों का समझदारी से उपयोग करने के कुछ तरीके बताइए। 2

**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 किन्हीं 4 प्रश्नों के उत्तर 20 – 30 शब्दों में दीजिए (2 x 4 = 8 अंक)**

Q11. Define Personality Development.

व्यक्तित्व विकास को परिभाषित कीजिए। 2

Q12. Define Tourism? Give Examples

पर्यटन को उदाहरण सहित परिभाषित करें। 2

Q13. Give any two functions of MOT.

पर्यटन मंत्रालय (MOT) के दो कार्य बताएँ। 2

Q14. What do you understand by VISA?

आप वीज़ा से क्या समझते हैं? 2

Q15. What is the significance of Health Certificate for travelling abroad?

विदेश यात्रा के लिए स्वास्थ्य प्रमाण पत्र का क्या महत्व है? 2

Q16. Name any five monuments which are important tourism products of India.

भारत के पाँच प्रमुख स्मारकों के नाम बताइए जो महत्वपूर्ण पर्यटन उत्पाद हैं। 2

SCERT DELHI

**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 किन्हीं 3 प्रश्नों के उत्तर 50-80 शब्दों में दीजिए (4 x 3 = 12 अंक)**

Q17. What are the major determinants of personality? Explain any four with examples.

व्यक्तित्व के प्रमुख निर्धारक (Determinants)कौन-कौन से होते हैं? किसी भी चार का उदाहरण सहित वर्णन कीजिए। 4

Q18. What is the role of the State Tourism Development Corporation (STDC) in promoting tourism? Explain its vision, mission, and any four key objectives or functions.

पर्यटन को बढ़ावा देने में स्टेट टूरिज्म डेवलपमेंट कॉरपोरेशन (STDC) की क्या भूमिका होती है? इसके दृष्टिकोण, मिशन तथा कोई चार प्रमुख उद्देश्य या कार्यों को स्पष्ट कीजिए। 4

Q19. What are the major activities performed in a travel agency? Describe any four.

एक ट्रैवल एजेंसी में की जाने वाली प्रमुख गतिविधियाँ कौन-कौन सी होती हैं? कोई चार गतिविधियों का वर्णन कीजिए। 4

Q20. Give a brief description of Passport, VISA, Medical Requirements, and Travel Insurance.

पासपोर्ट, वीज़ा, चिकित्सीय आवश्यकताएँ और यात्रा बीमा का संक्षिप्त विवरण दीजिए। 4

Q21. What is the importance of UNESCO World Heritage Sites? Describe the objectives of UNESCO's 1972 Convention and give two examples each of Cultural and Natural Heritage Sites in India.

यूनेस्को विश्व धरोहर स्थलों का क्या महत्व है? यूनेस्को द्वारा 1972 में अपनाए गए सम्मेलन के उद्देश्यों का वर्णन कीजिए तथा भारत में दो सांस्कृतिक और दो प्राकृतिक धरोहर स्थलों के उदाहरण दीजिए। 4

SCERT DELHI

# नमूना प्रश्न पत्र – 4
## (कक्षा 10वीं)
# पर्यटन का परिचय – II
## (विषय कोड - 406)

**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 typequestions.
4. Out of the given (5 + 16 =) 21 questions, a candidate has to answer (5 + 10 =) 15questions 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.

SCERT DELHI

**सामान्य निर्देशः-**

1. कृपया निर्देशों को ध्यानपूर्वक पढ़ें।
2. इस प्रश्न पत्र में दो खंडों में 21 प्रश्न हैंः- खंड A और खंड B।
3. खंड A में वस्तुनिष्ठ प्रकार के प्रश्न हैं जबकि खंड B में व्यक्तिपरक प्रकार के 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 के उत्तर देने हैं।
5. किसी विशेष खंड के सभी प्रश्नों को सही क्रम में हल किया जाना चाहिए।
6. **खंड A - वस्तुनिष्ठ प्रकार के प्रश्न (24 अंक):-**
   I. इस खंड में 05 प्रश्न हैं।
   II. आवंटित अंक प्रत्येक प्रश्न/भाग के सामने उल्लिखित हैं।
   III. कोई नकारात्मक अंकन नहीं है।
   IV. दिए गए निर्देशों के अनुसार करें।
7. **खंड B - व्यक्तिपरक प्रकार के प्रश्न (26 अंक):-**
   I. इस खंड में 16 प्रश्न हैं।
   II. अभ्यर्थी को 10 प्रश्न करने हैं।
   III. दिए गए निर्देशों के अनुसार करें।
   IV. प्रत्येक प्रश्न/भाग के सामने आवंटित अंक अंकित हैं।

## SECTION A:- OBJECTIVE TYPE QUESTIONS
## खंड A:- वस्तुनिष्ठ प्रकार के प्रश्न

Q1 Answer any 4 out of the given 6 questions on Employability Skills (1 x4 = 4 marks)

रोजगार कौशल पर दिए गए 6 प्रश्नों में से किन्हीं 4 के उत्तर दीजिए (1 x 4 = 4 अंक)

i Your friend is nervous before a presentation. How will you motivate them?

आपका मित्र प्रस्तुति से पहले घबराया हुआ है। आप उन्हें कैसे प्रेरित करेंगे? 1

SCERT DELHI

(A) Tell them to skip it

उन्हें इस प्रस्तुति को छोड़ने के लिए कहें

(B) Remind them of their preparation and strengths

उन्हें उनकी तैयारी और ताकत की याद दिलाएँ

(C) Ignore them

उन्हें अनदेखा करें

(D) Make fun of them

उनका मज़ाक उड़ाएँ

ii. Which part of speech shows an action?

कौन सा पद क्रिया को दर्शाता है? 1

(A) Noun

संज्ञा

(B) Pronoun

सर्वनाम

(C) Verb

क्रिया

(D) Adjective

विशेषण

iii. Which of the following is a stress management technique?

निम्नलिखित में से कौन-सा एक तनाव प्रबंधन तकनीक है? 1

(A) Meditation

ध्यान

(B) Arguing

बहस करना

SCERT DELHI

(C) Avoiding sleep

नींद से बचना

(D) Skipping meals

भोजन छोड़ना

iv. Which device is an example of input device?

इनपुट डिवाइस का उदाहरण कौन सा है? 1

(A) Monitor

मॉनिटर

(B) Printer

प्रिंटर

(C) Keyboard

की बोर्ड

(D) Speaker

स्पीकर

v. Which is not a source of business finance?

निम्नलिखित में से कौन सा व्यापार वित्त का स्रोत नहीं है? 1

(A) Bank loan

बैंक ऋण

(B) Investors

निवेशक

(C) Lottery

लॉटरी

(D) Government grant

सरकारी अनुदान

SCERT DELHI

vi. What does "reduce" mean in 3Rs principle?

3R सिद्धांत में "Reduce" का क्या अर्थ है? 1

(A) Use more

अधिक उपयोग करना

(B) Use less and avoid waste

कम उपयोग करना और बर्बादी से बचना

(C) Throw away

फेंक देना

(D) Burn waste

कचरा जलाना

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

दिए गए 6 प्रश्नों में से किन्हीं 5 प्रश्नों के उत्तर दीजिए (1 x 5 = 5 अंक)

i. A tourist is asking you questions repeatedly because they didn't understand your first explanation. How should you respond?

एक पर्यटक बार-बार आपसे प्रश्न पूछ रहा है क्योंकि वह आपकी पहली व्याख्या नहीं समझ पाया। आपको कैसे प्रतिक्रिया देनी चाहिए? 1

(A) Ignore them

उन्हें अनदेखा करें

(B) Politely explain again with patience

धैर्य पूर्वक दोबारा समझाएँ

(C) Show irritation

चिढ़ दिखाएँ

(D) Walk away

चले जाएँ

SCERT DELHI

ii. Which is not a personality trait? 1

कौन सा व्यक्तित्व गुण नहीं है?

(A) Honesty

ईमानदारी

(B) Punctuality

समय पालन

(C) Laziness

आलस्य

(D) Bicycle

साइकिल

iii. Which of the following is a determinant of personality? 1

निम्नलिखित में से कौन सा व्यक्तित्व का निर्धारक है?

(A) Heredity

वंशानुक्रम

(B) Weather

मौसम

(C) Seasons

ऋतु

(D) None of these

इनमें से कोई नहीं

iv. Which skill is important for building a good first impression? 1

अच्छा पहला प्रभाव बनाने के लिए कौन सा कौशल महत्वपूर्ण है?

(A) Grooming

सज्जा

SCERT DELHI

(B) Arguing

बहस करना

(C) Avoiding eye contact

नेत्र संपर्क से बचना

(D) Speaking rudely

असभ्य बोलना

v. Which of these is an example of body language? 1

इनमें से कौन सा शारीरिक भाषा का उदाहरण है?

(A) Smiling

मुस्कुराना

(B) Speaking

बोलना

(C) Writing

लिखना

(D) Reading

पढ़ना

vi. You are guiding a foreign visitor who is worried about safety in your city. What should you do? 1

आप एक विदेशी आगंतुक को मार्गदर्शन दे रहे हैं जो आपके शहर में सुरक्षा को लेकर चिंतित है। आपको क्या करना चाहिए?

(A) Assure them with facts and safety tips

तथ्यों और सुरक्षा सुझावों से उन्हें आश्वस्त करें

(B) Tell them not to visit

उन्हें आने से मना करें

SCERT DELHI

(C) Avoid the question

प्रश्न से बचें

(D) Joke about the safety issue

सुरक्षा मुद्दे पर मजाक करें

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

दिए गए 6 प्रश्नों में से किन्हीं 5 प्रश्नों के उत्तर दीजिए (1 x 5 = 5 अंक)

i. Ramesh, a travel agent, wants to know the latest entry requirements and customs regulations for a foreign country to guide his clients. Which source should he refer to?

रमेश, एक ट्रैवल एजेंट, अपने ग्राहकों को मार्गदर्शन देने के लिए किसी विदेशी देश के नवीनतम प्रवेश आवश्यकताओं और सीमा शुल्क नियमों को जानना चाहता है। उसे किस स्रोत का सहारा लेना चाहिए? 1

(A) Travel Information Manual (TIM)

ट्रैवल इन्फॉर्मेशन मैनुअल (टीआईएम)

(B) Tourist Brochure

पर्यटक पुस्तिका

(C) Hotel Menu

होटल मेन्यू

(D) Passport

पासपोर्ट

ii. Which ministry in India is the nodal agency for developing and promoting tourism?

भारत में पर्यटन के विकास और प्रचार-प्रसार के लिए प्रमुख एजेंसी कौन सा मंत्रालय है? 1

(A) Ministry of Culture

संस्कृति मंत्रालय

SCERT DELHI

(B) Ministry of Tourism

पर्यटन मंत्रालय

(C) Ministry of External Affairs

विदेश मंत्रालय

(D) Ministry of Home Affairs

गृह मंत्रालय

iii. Anita from Japan is visiting India for a cultural exchange program. For India, this is an example of which type of tourism?

जापान की अनीता भारत में एक सांस्कृतिक आदान-प्रदान कार्यक्रम के लिए आ रही है। भारत के लिए यह किस प्रकार के पर्यटन का उदाहरण है? 1

(A) Domestic tourism

घरेलू पर्यटन

(B) Inbound tourism

इनबाउंड पर्यटन

(C) Outbound tourism

आउटबाउंड पर्यटन

(D) Regional tourism

क्षेत्रीय पर्यटन

iv. Where is the headquarter of the United Nations World Tourism Organization (UNWTO) located?

संयुक्त राष्ट्र विश्व पर्यटन संगठन (यूएनडब्ल्यूटीओ) का मुख्यालय कहाँ स्थित है? 1

(A) Paris, France

पेरिस, फ्रांस

(B) New York, USA

SCERT DELHI

न्यूयॉर्क, अमेरिका

(C) Madrid, Spain

मैड्रिड, स्पेन

(D) Geneva, Switzerland

जिनेवा, स्विट्ज़रलैंड

v. Which service in a community is often improved due to increased tourist traffic?

पर्यटकों की संख्या बढ़ने के कारण किसी समुदाय में कौन सी सेवा अक्सर सुधारी जाती है? 1

(A) Fire protection

अग्नि सुरक्षा

(B) Library services

पुस्तकालय सेवाएँ

(C) Postal services

डाक सेवाएँ

(D) Census services

जनगणना सेवाएँ

vi. Which sector contributes about 10% of the world's income and employs almost one-tenth of the global workforce?

कौन सा क्षेत्र दुनिया की आय में लगभग 10% का योगदान देता है और वैश्विक कार्यबल का लगभग दसवां हिस्सा रोजगार देता है? 1

(A) Tourism industry

पर्यटन उद्योग

(B) Oil industry

तेल उद्योग

SCERT DELHI

(C) Automobile industry

ऑटोमोबाइल उद्योग

(D) Agriculture

कृषि

Q4. Answer any 5 out of the given 6 questions (1 x 5 = 5 marks)

दिए गए 6 प्रश्नों में से किन्हीं 5 प्रश्नों के उत्तर दीजिए (1 x 5 = 5 अंक)

i. Rajiv is travelling from India to Brazil. While applying for his visa, he is told he must show proof of Yellow Fever vaccination. What type of travel requirement is this?

राजीव भारत से ब्राज़ील यात्रा कर रहा है। वीज़ा के लिए आवेदन करते समय उससे पीला बुखार टीकाकरण का प्रमाण दिखाने को कहा गया। यह किस प्रकार की यात्रा आवश्यकता है? 1

(A) Medical requirement

चिकित्सा आवश्यकता

(B) Passport requirement

पासपोर्ट आवश्यकता

(C) Ticketing requirement

टिकटिंग आवश्यकता

(D) FOREX requirement

विदेशी मुद्रा आवश्यकता

ii. A family from Punjab visits Shimla for vacation. For Shimla, what type of tourism does this represent?

पंजाब का एक परिवार छुट्टियों के लिए शिमला जाता है। शिमला के लिए यह किस प्रकार के पर्यटन का उदाहरण है? 1

(A) International tourism

अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन

SCERT DELHI

(B) Outbound tourism

आउटबाउंड पर्यटन

(C) Domestic tourism

घरेलू पर्यटन

(D) Inbound tourism

इनबाउंड पर्यटन

iii. Which document is issued by a country's government to its citizens as proof of nationality and is required for international travel? 1

कौन सा दस्तावेज़ किसी देश की सरकार अपने नागरिकों को राष्ट्रीयता के प्रमाण के रूप में जारी करती है और जो अंतर्राष्ट्रीय यात्रा के लिए आवश्यक है?

(A) Visa

वीज़ा

(B) Passport

पासपोर्ट

(C) Travel Insurance

यात्रा बीमा

(D) TIM Manual

टीआईएम मैनुअल

iv. In hotel booking terminology, which meal plan includes room rent and three meals (breakfast, lunch, and dinner)? 1

होटल बुकिंग शब्दावली में, कौन सी भोजन योजना कमरे का किराया और तीन भोजन (नाश्ता, दोपहर का भोजन और रात का खाना) शामिल करता है?

(A) Modified American Plan (MAP)

संशोधित अमेरिकी योजना (एम.ए.पी.)

SCERT DELHI

(B) European Plan (EP)

यूरोपीय योजना (ई.पी.)

(C) American Plan (AP)

अमेरिकी योजना (ए.पी.)

(D) Continental Plan (CP)

कॉन्टिनेंटल योजना (सी.पी.) 1

v. Which travel agency service deals with organising meetings, incentives, conferences, and exhibitions for companies? 1

कौन सी ट्रैवल एजेंसी सेवा कंपनियों के लिए बैठकें, प्रोत्साहन, सम्मेलन और प्रदर्शनियों का आयोजन करती है?

(A) FOREX service

विदेशी मुद्रा सेवा

(B) Ticketing service

टिकटिंग सेवा

(C) M.I.C.E. service

एम.आई.सी.ई. सेवा

(D) Documentation service

दस्तावेज़ीकरण सेवा

vi. What does the abbreviation PAX stand for in tourism terminology?1

पर्यटन शब्दावली में PAX का संक्षिप्त रूप किसके लिए है? 1

(A) Passenger

यात्री

(B) Package

पैकेज

SCERT DELHI

(C) Payment

भुगतान

(D) Permit

अनुमति

**Q5. Answer any 5 out of the given 6 questions (1 x 5 = 5 marks)**

**दिए गए 6 प्रश्नों में से किन्हीं 5 प्रश्नों के उत्तर दीजिए (1 x 5 = 5 अंक)**

i. A group of tourists visits Jim Corbett National Park, enjoys jeep safaris, and stays in nearby resorts. Which type of tourism product is this an example of?

पर्यटकों का एक समूह जिम कॉर्बेट राष्ट्रीय उद्यान जाता है, जीप सफारी का आनंद लेता है और पास के रिसॉर्ट्स में ठहरता है। यह किस प्रकार के पर्यटन उत्पाद का उदाहरण है? 1

(A) Natural tourism product

प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद

(B) Symbiotic tourism product

सहजीवी पर्यटन उत्पाद

(C) Event-based tourism product

घटना-आधारित पर्यटन उत्पाद

(D) Site-based tourism product

स्थल-आधारित पर्यटन उत्पाद 1

ii. What is the full form of UNESCO? 1

यूनेस्को का पूरा नाम क्या है?

(A) United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

संयुक्त राष्ट्र शैक्षिक, वैज्ञानिक और सांस्कृतिक संगठन

(B) United Nations Economic, Social and Cultural Organization

संयुक्त राष्ट्र आर्थिक, सामाजिक और सांस्कृतिक संगठन

(C) United Nations Educational, Social and Cultural Organization

संयुक्त राष्ट्र शैक्षिक, सामाजिक और सांस्कृतिक संगठन

(D) United Nations Economic, Scientific and Cultural Organization

संयुक्त राष्ट्र आर्थिक, वैज्ञानिक और सांस्कृतिक संगठन

iii. Which UNESCO World Heritage Site in Uttar Pradesh is one of the Seven Wonders of the World?

उत्तर प्रदेश में कौन सा यूनेस्को विश्व धरोहर स्थल विश्व के सात अजूबों में से एक है? 1

(A) Red Fort

लाल किला

(B) Agra Fort

आगरा किला

(C) Taj Mahal

ताजमहल

(D) Fatehpur Sikri

फतेहपुर सीकरी

iv. Beaches like Kovalam and Calangute are examples of which type of tourism product?

कोवलम और कलंगुट जैसे समुद्र तट किस प्रकार के पर्यटन उत्पाद के उदाहरण हैं? 1

(A) Natural tourism product

प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद

(B) Man-made tourism product

मानव निर्मित पर्यटन उत्पाद

(C) Event-based tourism product

घटना-आधारित पर्यटन उत्पाद

SCERT DELHI

(D) Symbiotic tourism product

सहजीवी पर्यटन उत्पाद

v. Which of these is a cultural UNESCO World Heritage Site in Maharashtra?

इनमें से कौन-सा महाराष्ट्र में स्थित एक सांस्कृतिक यूनेस्को विश्व धरोहर स्थल है? 1

(A) Kaziranga National Park

काज़ीरंगा राष्ट्रीय उद्यान

(B) Ellora Caves

एलोरा गुफाएँ

(C) Western Ghats

पश्चिमी घाट

(D) Nanda Devi National Park

नंदा देवी राष्ट्रीय उद्यान

vi. Ramesh is planning to visit Ahmedabad in January to see the Kite Festival as a spectator. What type of tourism product is this?

रमेश जनवरी में पतंग महोत्सव को दर्शक के रूप में देखने के लिए अहमदाबाद जाने की योजना बना रहा है। यह किस प्रकार का पर्यटन उत्पाद है? 1

(A) Natural tourism product

प्राकृतिक पर्यटन उत्पाद

(B) Event-based tourism product

घटना-आधारित पर्यटन उत्पाद

(C) Man-made tourism product

मानव निर्मित पर्यटन उत्पाद

(D) Symbiotic tourism product

सहजीवी पर्यटन उत्पाद 1

SCERT DELHI

## SECTION B:- SUBJECTIVE TYPE QUESTIONS
## खंड B:- व्यक्तिपरक प्रकार के प्रश्न

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

**रोज़गार कौशल पर दिए गए 5 प्रश्नों में से किन्हीं 3 के उत्तर दीजिए (2 x 3 = 6 अंक)प्रत्येक प्रश्न का उत्तर 20–30 शब्दों में दीजिए।**

Q6. What are the two main types of communication?

संचार के दो मुख्य प्रकार कौन से हैं? 2

Q7. Name any four stress management techniques.

तनाव प्रबंधन की कोई चार तकनीकें बताइए। 2

Q8. Name any four input devices of a computer.

कंप्यूटर के कोई चार इनपुट उपकरणों के नाम बताएँ। 2

Q9. Write few qualities of a good entrepreneur.

एक अच्छे उद्यमी के गुण लिखिए। 2

Q10. Name any two renewable sources of energy.

नवीकरणीय ऊर्जा के कोई दो स्रोत बताइए। 2

**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 किन्हीं 4 प्रश्नों के उत्तर 20 – 30 शब्दों में दीजिए (2 x 4 = 8 अंक)**

Q11. Give any two benefits of following telephone etiquettes.

टेलीफोन शिष्टाचार का पालन करने के कोई दो लाभ बताइए। 2

Q12. Mention objectives of domestic tourism.

घरेलू पर्यटन के उद्देश्य बताइए। 2

Q13. State any four services provided by a travel agency.

एक ट्रैवल एजेंसी द्वारा दी जाने वाली कोई चार सेवाएँ लिखिए। 2

SCERT DELHI

Q14. Name popular types of tour packages in India.

भारत में टूर पैकेज के लोकप्रिय प्रकार बताइए। 2

Q15. List any two documents needed for international air travel.

अंतरराष्ट्रीय हवाई यात्रा के लिए आवश्यक कोई दो दस्तावेज़ सूचीबद्ध कीजिए। 2

Q16. Mention any four examples of man-made tourism products.

मानव निर्मित पर्यटन उत्पादों के कोई चार उदाहरण बताइए। 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 किन्हीं 3 प्रश्नों के उत्तर 50-80 शब्दों में दीजिए (4 x 3 = 12 अंक)**

Q17. Ravi works as a receptionist at a popular hotel. One day, a foreign guest arrives who cannot speak English or Hindi. Describe four steps Ravi should take to ensure effective communication and guest satisfaction.

रवि एक लोकप्रिय होटल में रिसेप्शनिस्ट के रूप में काम करता है। एक दिन, एक विदेशी मेहमान आता है जो न तो अंग्रेजी और न ही हिंदी बोल सकता है। प्रभावी संचार और अतिथि संतुष्टि सुनिश्चित करने के लिए रवि को कौन से चार कदम उठाने चाहिए, वर्णन कीजिए। 4

Q18. State Tourism Development Corporations (STDCs) promote tourism in various ways. Mention any four major functions performed by an STDC.

राज्य पर्यटन विकास निगम (एसटीडीसी) विभिन्न तरीकों से पर्यटन को बढ़ावा देता है। एसटीडीसी द्वारा किए जाने वाले कोई चार प्रमुख कार्य बताइए। 4

Q19. A group of students is planning an educational trip abroad. As a travel consultant, explain any four essential documents they must arrange before departure.

छात्रों का एक समूह विदेश में शैक्षिक यात्रा की योजना बना रहा है। एक ट्रैवल कंसल्टेंट के रूप में, प्रस्थान से पहले उन्हें कौन से चार आवश्यक दस्तावेज़ तैयार करने चाहिए, समझाइए। 4

Q20. A family of four wants to book a resort stays through your travel agency. They are concerned about the availability of meals during their stay. Describe any four meal plans you would suggest for their booking.

SCERT DELHI

चार लोगों का एक परिवार आपकी ट्रैवल एजेंसी के माध्यम से रिसॉर्ट में ठहरने की बुकिंग करना चाहता है। वे अपने ठहराव के दौरान भोजन की उपलब्धता को लेकर चिंतित हैं। उनकी बुकिंग के लिए आप कौन-सी चार भोजन योजनाएँ सुझाएँगे, वर्णन कीजिए। 4

Q21. Wildlife sanctuaries play a vital role in tourism. Justify this statement with any four points.

वन्यजीव अभयारण्य पर्यटन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। इस कथन को किसी भी चार बिंदुओं के आधार उचित ठहराइए। 4

SCERT DELHI

**नोट :** इस पुस्तक में प्रयुक्त सामग्री एवं चित्र पूर्णतः शैक्षणिक उद्देश्य के लिए है, किसी व्यावसायिक उपयोग के लिए नहीं।

ISBN:- 978-93-6291-185-8

**राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद्**
वरुण मार्ग, डिफेंस कॉलोनी, नई दिल्ली-110024