



# INTERNATIONAL RESEARCH JOURNAL OF HUMANITIES AND INTERDISCIPLINARY STUDIES

( Peer-reviewed, Refereed, Indexed & Open Access Journal )

DOI : 03.2021-11278686

ISSN : 2582-8568

IMPACT FACTOR : 5.71 (SJIF 2021)

## भारतातील पर्यटन व विकास : समस्या आणि चिंतन (Tourism and Development in India: Problems and Contemplation)

प्रा.डॉ. बापूसाहेब लक्ष्मणराव म्हस्के

समाजशास्त्र विभाग,

राष्ट्रमाता इंदिरा गांधी महाविद्यालय, जालना

E-mail: [mlbapu34@gmail.com](mailto:mlbapu34@gmail.com)

DOI No. 03.2021-11278686

DOI Link :: <https://doi-ds.org/doilink/11.2021-13236574/IRJHIS2110018>

प्रस्तावना :

भारतात निसर्ग सौंदर्य थंड हवेची व आरोग्यधामे, ऐतिहासिक, सांस्कृतिक व प्रेक्षणीय अशा प्रकारची अनेक पर्यटन स्थळे असल्यामुळे भारतात दरवर्षी लाखो विदेशी प्रवासी पर्यटक भेट देतात. सन २०११-१२ मध्ये भारताला पन्नास लाखापेक्षा जास्त पर्यटकांनी भेट दिली. भारतापेक्षा इंडोनेशिया अतिशय लहान व अविकसित असल्यावर येथे ७७ लाख पर्यटकांनी भेट दिली. यावेळी चीनमध्ये ५ कोटी ८० लाख, थायलंडमध्ये १ कोटी १९ लाख सिंगापूर मध्ये १ कोटी आणि तुर्कस्थानमध्ये ३ कोटी ३ लाख पर्यटक आले होते तर भारतातून परदेशात १ कोटी २० लाख पर्यटक परदेशात गेले होते. म्हणजे भारत येणाऱ्या पर्यटकांपेक्षा जाणाऱ्या पर्यटकांचे प्रमाण हे दुपटीने आहे याचाच अर्थ भारतात पर्यटन उद्योगाचा अजून विकास करण्याची गरज आहे.

पर्यटनापासून परकीय चलन मोठ्या प्रमाणात मिळून आर्थिक प्रगती चांगल्या प्रकारे करता येते. पर्यटक जेवढा काळ देशात राहतो तेवढे परकीय चलन देशाला मिळते त्यामुळे भारतात पर्यटन उद्योगाचा चांगल्या पध्दतीने विकासाची गरज आहे. देशातील निसर्गरम्य, थंड हवेची ठिकाणे, गिरीस्थाने, अभयारण्ये ऐतिहासिक व सांस्कृतिक वास्तु जम्मू-काश्मीर राज्यात हिम क्रीडा केंद्र इत्यादींचा विकास आधुनिक सेवा सुविधांनी करण्याची गरज आहे. तसेच ग्रामीण भागाचा पर्यटनातून विकास करण्यासाठी पर्यटनाचा नवा प्रकार आरोग्य पर्यटनाचा विकास महत्वाचा आहे. यासाठी शेतीत किंवा शक्य असेल त्या जागेवर आवळा ब्राम्ही, गोखरू, अश्वगंधा, शतावरी, मका, कोरफड, तुळस, चंदन, कडूनिंब, गोडनिंब, चिंच, बेहळा, सुगंधी फुलझाडे इत्यादी वनौषधीची लागवड करून वनस्पतीची उद्यानेव नक्षत्रे वने उभारावीत. तसेच शेतकऱ्यांनी आपआपल्या कृषी क्षेत्रात वनौषधी आरोग्य वाटीका लावाव्यात. तसेच आरोग्यदायी रिसॉर्ट उभारावीत. यामुळे भारतात पर्यटन स्थळाकडे आकर्षक होऊन भारतातील पर्यटन उद्योग विकसित होईल.

भारतातील पर्यटन उद्योगाचे मूलभूत घटक :

भारत हा देश विविधता व जैवविविधतेने नटलेला देश आहे. भारतात भौगोलिक, धार्मिक व सांस्कृतिक विविधता असल्यामुळे म्हणजे पर्यटनासाठी अनुकूल परिस्थिती उपलब्ध असल्याने पर्यटन उद्योगाचा विकास हा होत आहे. कारण भारतात

पर्यटन उद्योगास आवश्यक असे प्राकृतिक घटक म्हणजे जगातील तरुण व उत्तुंग हिमालय पर्वत, पूर्व व पश्चिम किनारे व त्यावरील सुंदर पुळणे, पवित्र नद्या, अंदमान-निकोबारसारखी सुंदर बेटे, सदाहरीत व पानझडी अरण्ये, अभयारण्ये व राष्ट्रीय उद्याने, प्राचीन गडकिल्ले, संग्राहलये व वास्तू, धार्मिक मंदिरे इत्यादीमुळे पर्यटनास संधी उपलब्ध होऊन देशी व विदेशी पर्यटक मोठ्या प्रमाणात भारताला भेटी देतात. भारतातील पर्यटन उद्योगाचे मुलभूत घटक हे प्राकृतिक व मानवी अशा दोन प्रकारची असतात.

### प्राकृतिक मुलभूत घटक :

भारतातील पर्यटन उद्योगाचे मुलभूत घटक हे खालीलप्रमाणे होत.

**विविधतेने नटलेली भारतभूमी :** भारताची भूमी ही विविधतेने नटलेली आहे. सर्वच बाबतीत भारतात विविधता आढळते. भौगोलिक विविधता म्हणजे उत्तरेकडील उंच हिमालय पर्वतरांगा व हिमाच्छादीत डोंगर, मध्य भारतातील सातपुडा, विध्य अरवली पर्वत रांगाचे सौंदर्य, राजस्थानातील वैशिष्ट्यपूर्ण थरचे वाळवंट व त्यातील रुद्याने व खजूराच्या बागा आणि वाळवंटातील जहाज म्हणून ओळखले जाणारे उंट प्राणी, पश्चिम व पूर्व किनाऱ्यावरील घाट, मधूनच हिरवळीचे जंगल, सुंदर वन इत्यादी.

सांस्कृतिक विविधता म्हणजे संस्कृती भिन्नता, भाषिक भिन्नता, रुढी परंपरा ऐतिहासिक व प्रेक्षणीय स्थळे, विविध जाती धर्माचे लोक व सामाजिक एकता अशा प्रकारची विविधता बघण्यासाठी व अभ्यासण्यासाठी पर्यटक भारताला भेटी देतात.

**नैसर्गिक सौंदर्य :** भारताचे नैसर्गिक सौंदर्य विविध प्रकारचे असल्यामुळे पर्यटकांना ते भूळ घालते. काश्मीर मधील हिमालय पर्वताचे सौंदर्य, दल, बूलर, नगीन सारखे सुंदर सरोवरे, हिमाच्छादीत उंच उंच शिखरे, हिमनद्या, गंगोत्री व यमुनोत्री नद्यांची उगमस्थाने, काश्मीर घाटी, उत्तराखंडातील पुष्पघाटी, हिमालयातील उंच उंच देवदार सारख्या वृक्षांची जंगले, थरच्या वाळवंटातील भू सौंदर्य म्हणजे लुकागिरी, उर्मी चिन्हे, बारखण, भूछत्र लोएस मैदान तसेच गुजरात, महाराष्ट्र व गोवामधील समुद्र बीचेस, महाराष्ट्रातील हिरहरेश्वर सारख्या भौगोलिक दृश्य असलेला समुद्र किनारा, रुपेरी/चंदेरी, सोनेरी वाळूची पुळणी अशा प्रकारच्या निसर्ग सौंदर्यामुळे भारतात पर्यटनात वाढ होऊन विकास चांगल्या प्रकारे होण्यास मदत होत आहे.

**हवामान :** भारतातील मोसमी प्रकारचे हवामान असले तरी हवामानात विविधता आढळून येते. कोठे जास्त तापमान व पर्जन्यमान तर कोठे कमी पर्जन्यमान यामुळे जास्त पर्जन्यमानामुळे चेरापुंजी, मौसीमगाम, आंबोली तर थंड हवामानामुळे उत्तर भारतातील अनेक पर्यटन केंद्रे तर सातपुडा पर्वतातील तोरणमाळ, चिखलदरा पंचमढी सह्याद्री पर्वतातील माथेरान, पाचगणी, महाबळेश्वर आणि निलगिरी पर्वत क्षेत्रातील उटकमंडलम व कोडाई कॅनल ही थंड हवेची ठिकाणे देशी व विदेशी पर्यटकांना आकर्षित करतात. म्हणून भारतातील पर्यटन उद्योगाला हवामान हा अतिशय महत्वाचा व मुलभूत घटक आहे.

**जंगले व वन्य पशुपक्षी :** भारतातील सदाहरीत, मोसमी व पानझडी स्वरूपाची अरण्ये हिमालय, सातपुडा व सह्याद्री पर्वत क्षेत्रात आहेत. तसेच ईशान्य भारत, मध्य प्रदेश, महाराष्ट्र, कर्नाटक, तामिळनाडू, व केरळ राज्यात जंगल क्षेत्र सर्वात जास्त असल्याने येथे जैवविविधता देखील प्रचंड आहे. तसेच जैवविविधता संरक्षणासाठी राष्ट्रीय वने व उद्याने, राखीव जंगले यांची निर्मिती केली आहे त्यामुळे ही पर्यटक मोठ्या प्रमाणात येथे भेटी देतात.

### मानवी मुलभूत घटक :

**भारतातील शिल्पकला :** भारतात प्राचीन म्हणजे इ.स. पुर्व ३ व्या शतकाच्या काळापासून शिल्पकलेचा विकास झालेला आहे. याचे पुरावे हे मोहोर्जोदाडो व हडप्पाचे प्राचीन अवशेष आहेत. भारतातील शिल्पकला ही प्राचीन मंदिरे, स्मारके,

कोरीव काम केलेल्या वस्तू, ऐतिहासिक वास्तू, लेणी यातून प्रकट झालेली आहे. उत्तर प्रदेश, मध्य प्रदेश, महाराष्ट्र व ओडीशा राज्यातील लेण्यामधील शिल्पे ही इ. स. १ ल्या शतकातील आहेत. उदा. महाराष्ट्रातील अजिंठा व वेरुळ, मध्य प्रदेशातील उदयगिरी बिहारमधील नालंदा इत्यादी, भारत मुस्लिम राजवटीमध्ये शिल्पकलेचा बराच विकास झाला त्याची मोगलकालीन ताज महाल, कुतुबमिनार, फत्तेपुर सिक्रीचा बुलंद दरवाजा, विजापुरचा गोलघुमट ही उदाहरणे सांगता येतील, तसेच ब्रिटीश काळातील भव्य दगाडी इमारती, पूल व विविध वास्तू यांचाही उल्लेख करता येईल.

**कला, साहित्य, संगीत नृत्य व चित्रकला :** भारतात धार्मिक व पवित्र ठिकाणी, लेण्या बऱ्याच ठिकाणी कलेचा विकास झाल्याची नोंद मिळते. अजिंठा, वेरुळ घारापुरी लेणी, खजुराहो अशा बऱ्याच ठिकाणी कलेचा उपयोग दिसतो.

**भारतातील पर्यटन बाजारपेठ व पर्यटन कार्यालये :**

भारत हा देश पर्यटन उद्योगात अतिशय अग्रेसर असून पर्यटनाबाबत वैविधता आढळून येते. त्यामुळे परदेशी पर्यटक भारतातील वेगवेगळ्या पर्यटनस्थळी भेट देतात. उदा. जर्मन पर्यटकांना भारतातील समुद्रकिनारे व पुळणी (इशरलहशी) फारच आवडतात. भारत भूमीवर विविध प्रकारची पर्यटनस्थळे असल्यामुळे परदेशी पर्यटकांची संख्या रोजची वाढत आहे. त्यामुळे भारतातील पर्यटन उद्योगाचे व भारतातील पर्यटन बाजारपेठेचे भविष्य अतिशय उज्वल आहे.

संयुक्त संस्थाने ही पर्यटनाच्या दृष्टीने चांगली बाजारपेठ आहे. त्यानंतर पश्चिम युरोप, ग्रेट ब्रिटन, ऑस्ट्रेलिया व पूर्व आशिय व जपान या देशातून भारतात पर्यटक मोठ्या संख्येने येतात. जर्मनीतून येणारे पर्यटक प्रचंड आहेत.

भारतातील पर्यटन वाढीसाठी व विकासासाठी भारत सरकार पर्यटन मंत्रालय व पर्यटन विकास महामंडळ सतत प्रयत्न करीत असते. भारतातील पर्यटनाला बढावा मिळण्यासाठी भारतात व भारताबाहेरील देशात बाजारपेठेची कार्यालये उघडण्यात आली आहेत. ही कार्यालये पर्यटकांना आकर्षित करण्यासाठी पर्यटन स्थळाची पर्यटनासंबंधीत माहिती पुरवितात. तसेच पर्यटनासाठी जाणाऱ्या विदेशी पर्यटकांवर नियंत्रण ठेवण्यास व इतर बाबतीत ही सहकार्य करतात. तसेच राज्य सरकार, प्रवासी संस्था, प्रवर्तक, सहल आयोजक, हॉटेल मालक व वाहन संस्थाना ही सहकार्य करतात.

भारताने पर्यटन विकास होण्यासाठी व पर्यटकांना देशात आकर्षित होण्यासाठी किंवा करण्यासाठी पर्यटन बाजारपेठ व माहिती कार्यालये सर्वदूर उघडण्यास सुरुवात केली. त्यासाठी प्रथम डिसेंबर १९५२ मध्ये न्युयार्क, युरोपात पहिले कार्यालय १९५५ मध्ये लंडनला, फेब्रुवारी १९५६ ला पॅरिस (फ्रान्स) सप्टेंबर १९५६ ला मेलबोर्न (ऑस्ट्रेलिया) त्यावेळी कोलंबो (श्रीलंका) येथे परदेशी कार्यालये सुरु केली. त्यानंतर १९६४ मध्ये जर्मनी व जपान देशात कार्यालये सुरु केलीत. तसेच भारताच्या पर्यटन बाजारपेठांचा विकास व्हावा म्हणून भारताने. ही योजना १९६९ मध्ये पर्यटकांना आकर्षित करण्यासाठी सुरु केली व ही योजना यशस्वी झाल्यानंतर पश्चिम व पूर्व आशियात विस्तार करण्यात आला. आज भारताची परदेशी पर्यटन १८ पेक्षा जास्त कार्यालये असून ती संयुक्त संस्थाने न्युयार्क, लॉस एंजिल्स, कॅनडा- टोरंटो, युरोपात- लंडन, जिनेव्हा, ऑस्टरडॅम, स्कॉटलंड, माद्रीद पॅरिस, फ्रॅंकफुर्थ, ब्रसेल्ट, स्टॉकहोम, व्हिएन्ना, मिलन, आशिया खंडात- मुंबई, दुबई, कुवेत, बँकाक, सिंगापूर, क्लालाम्पूर (इंडोनेशिया), (भारत), टोकीओ, (जपान) तर (थायलंड) ऑस्ट्रेलिया खंडात स्विडन या ठिकाणी आहे.

भारतात पूर्वी दिल्ली, कलकत्ता, मुंबई व मद्रास ही जुनी कार्यालये होती. नंतर १९५५ पासून पर्यटन कार्यालये सुरु असून ती हवाई मार्ग, बंदरे व मोक्याची ठिकाणी असलेल्या शहरात सुरु केली आहेत. श्रीनगर जम्मूव काश्मीर, नवी दिल्ली, आग्रा व वाराणशी, (उत्तर प्रदेश), खजुराहो (मध्यप्रदेश) जयपुर (राजस्थान,) पाटणा (बिहार) शिलाँग (मेघालय), गुवाहाटी (आसाम), इंफाळ (मिझोराम), कोलकता (पं.बंगाल), पणजी (गोवा) मुंबई व औरंगाबाद (महाराष्ट्र) रायपूर (छत्तीसगड) रांची

(झारखंड), बंगलुरु (कर्नाटक), चेन्नई (तमिळनाडू) व कोची (केरळ) या ठिकाणी असलेली पर्यटन कार्यालये आपआपल्या राज्यातील व परिसरातील म्हणजे आपल्या कार्यक्षेत्रातील पर्यटनास बढावा देण्याचा व विकास करण्याचा प्रयत्न करतात.

### परकीय चलन उत्पन्न :

एका देशातून दुसऱ्या देशात पर्यटक जात असतात त्यामुळे त्यांच्या पर्यटनापासून कोणत्याही देशाला परकीय चलन उपलब्ध होते. ज्या देशात पर्यटन व्यवसाय विकसित असेल अशा देशाला याचा जास्त फायदा होतो.

पर्यटनापासून युरोपीय देशांना व भारताला मोठ्या प्रमाणात परकीय चलन मिळते. भारतात पर्यटकांपासून मिळणारे परकीय चलनात दिवसेंदिवस वाढ होत आहे. त्यांची संकलीत आकडेवारी पुढील प्रमाणे.

१. **देशातील पर्यटकांचा मुक्कामाचा काळ:** पर्यटक देशात आल्यानंतर जो जेवढा काळ मुक्कामाल राहतो तेवढ्या प्रमाणात तो देशातील सेवा व सुविधांचा वापर करतो म्हणजे विकत घेतो यामुळे परकीय चलन उत्पन्न वाढते. पर्यटक हा जास्त काळ मुक्कामाल राहिला तर उत्पन्नात वाढ होते. म्हणून परदेशी पर्यटक अधिक काळ मुक्कामी राहावा म्हणून चांगल्या प्रकारच्या सेवा व सुविधा स्थानिक लोकांना, शासनाने व पर्यटन विकास महामंडळाने उपलब्ध करून दिल्या पाहिजेत.

२. **पर्यटकांचे सरासरी उत्पन्न:** पर्यटकांचे सरासरी उत्पन्न ह्या घटकांच्या परिणाम ही परकीय चलन उत्पन्नावर होतो कारण पर्यटकांचे सरासरी उत्पन्न जर चांगल्या प्रकारे असेल तरच तो दैनंदिन गरजा पूर्ण करून पर्यटनाचा विचार करतो व पर्यटनास बाहेरगावी जाण्याचे नियोजन करतो. ज्यांची आर्थिक परिस्थिती चांगली आहेत नित्य गरजा पूर्ण झाल्यानंतर पैशांची बचत राहत तेच पर्यटनासाठी बाहेर पडतात.

३. **पर्यटकांच्या आवडी-निवडी:** पर्यटनापासून मिळण्याच्या उत्पन्नावर परिणाम करणारा हा घटक देखील महत्वाचा आहे. पर्यटकांच्या आवडीनिवडी ह्या वेगवेगळ्या प्रकारच्या असतात त्यांना आवडणारे पर्यटन स्थळीच पर्यटक भेट देतात त्यामुळे काही पर्यटनस्थळी प्रचंड गर्दी असते. पर्यटकांना विशेषतः निसर्गरम्य, समुद्र किनारे व धार्मिक स्वरूपाची पर्यटन स्थळे आवडतात. त्यामुळे अशा स्थळांचा विकास करून सुखसोयी उपलब्ध करून पर्यटकांना आकर्षित करावे.

४. **पर्यटकांची खरेदी करण्याची आवड व कुवत:** हा परकीय चलन उत्पन्नावर परिणाम करणारे महत्वपूर्ण घटक आहे. कोणाताही पर्यटन चारंवार पर्यटन स्थळी जात नाही. त्यामुळे तो पर्यटन स्थळी आल्यानंतर त्याच्या कुवतीनुसार वैशिष्ट्यपूर्ण व आवडीच्या वस्तूंची खरेदी करतो म्हणून वैशिष्ट्यपूर्ण हा नवीन वस्तूची उपलब्धताही देशातील पर्यटन बाजारपेठेत उपलब्ध करून द्यावीत व याच्या माध्यमातून परकीय चलन जास्त करण्याचा प्रयत्न करावा.

### भारतीय पर्यटन उद्योगाच्या समस्या :

भारतात पर्यटन उद्योग हा दिवसेंदिवस वाढत असून पर्यटन उद्योगाचा विकास असला तरी अनेक समस्या आढळतात. पर्यटक व पर्यटन उद्योगाला अनेक समस्यांना तोंड द्यावे लागते. भारतीय पर्यटन उद्योगात साधारणतः खालील समस्या आढळून येतात.

१. **हॉटेलांची कमतरता :** भारतात वाढत्या पर्यटनाच्या विकासाबरोबर हॉटेलांची संख्या आहे. नवनवीन हॉटेल निर्माण होत आहेत. काही हॉटेल पंच तारांकित, चार तारांकित हॉटेल सोबत इतर प्रकारच्या हॉटेल व बऱ्याच पूरक निवासांची वाढ होत असली तरी हवी तेवढी हॉटेल किंवा निवास व्यवस्था गर्दीच्या पर्यटन स्थळी उपलब्ध होत नाहीत. ज्या हॉटेल आहेत त्यात उच्च सुविधा नाहीत तसेच भारतीय हॉटेल ही पाश्चिमात्य देशा इतकी दर्जेदार नाहीत ही प्रमुख समस्या सांगता येईल. ही

समस्या काही प्रमाण कमी करण्यासाठी पर्यटन विकास महामंडळ निवासाच्या उच्च प्रकारच्या सुविधा पर्यटन स्थळी उभारत आहे.

२. **वाहतुकीच्या अपुन्या सेवा व सुविधा :** प्रमुख शहरापासून पर्यटन स्थळापर्यंत जाण्यासाठी वाहतुकीच्या सुविधा ह्या आवश्यक असतात. परंतु भारतात या सुविधांचा अभाव आढळतो. वाहतूक सुविधा आहेत त्या ही अपुन्या पडतात. तसेच त्यांचा दर्जा चांगला नाही. त्यामुळे खाजगी वाहतुकीचा अवलंब केला जातो. प्रमुख व महत्वाच्या पर्यटनस्थळी सर्व प्रकारच्या वाहतूक व्यवस्थेची गरज आहे. पर्यटन स्थळाचा दर्जानुसार वाहतूक सेवा सुविधा उभारण्याचे व पुरविण्याची गरज आहे.

३. **पायाभूत सेवा सुविधांचा अभाव :** पर्यटनाचा विकास व वाढ होण्यासाठी ज्या पायाभूत सेवा व सुविधा आवश्यक असतात त्यांचा अभाव आहे. त्यामुळे सर्व प्रकारच्या पायाभूत सुविधा पुरविणे महत्वाचे आहे. भारतातील प्रत्येक पर्यटन स्थळापर्यंत चांगल्या प्रकारे वाहतूक मार्ग तयार करण्याची गरज आहे. भारतातील बरीच पर्यटन स्थळे अशी आहेत की, त्यांच्या पर्यंत साधे पक्के रस्ते दखील नाही. भारतातील पर्यटन स्थळापर्यंत जाणाऱ्या सर्वत्र रस्त्यांची अवस्था दैनंदिन आहे.

४. **कुशल, तांत्रिक व अनुभवी कामगारांचा अभाव :** पर्यटन व्यवसायात वा उद्योगात तांत्रिक, कुशल अकुशल व अनुभवी कामगारांची आवश्यकता असते. परंतु भारतात याचे प्रमाण गरजेपेक्षा अपूर्ण आहे. त्यामुळे पर्यटन विकासास अडथळा येतो. पर्यटन स्थळांच्या नियोजन, व्यवस्थापन, व्यवसायाची हाताळणी, तांत्रिक सल्लागार, भविष्यातील नियोजन, आर्थिक व्यवहार, कार्यक्रमांचे आयोजन इत्यादीसाठी वरील प्रकारचे कामगार आवश्यक असतात त्याची पूर्णपणे पूर्तता झाल्यास फायदा होईल.

५. **आर्थिक समस्या :** पर्यटन उद्योगाची वाढ व विकास, बहुउद्देशिय आराखडा तयार करण्यासाठी, पर्यटकांना आवश्यक पायाभूत सुविधा उपलब्ध करून देण्यासाठी मोठ्या भांडवलाची आवश्यकता असते. तसेच उद्योगातील कर्मचाऱ्यांना वेतन देणे, विकासात्मक कामे करणे इत्यादीसाठी भांडवल हवे असते. परंतु पाहिजे त्या प्रमाणात भांडवल उपलब्ध होत नसल्याने आर्थिक समस्या पूर्ण होत नाही. त्यामुळे बऱ्याच प्रकारच्या पायाभूत सुविधा उभारता येत नाहीत व महामंडळावर मर्यादा पडतात.

६. **वस्तूच्या किंमतीत वाढ :** पर्यटकांच्या सेवा सुविधा व पायाभूत सेवा उभारण्यासाठी आवश्यक त्या वस्तूंच्या किंमती प्रचंड आहेत त्यामुळे सर्व समान्यांना ते परवडण्यासारखे नसते. उच्च प्रकारच्या सेवायुक्त वस्तू परदेशातून विकत घेणे तशी व्यवस्था देशात करणे. भारतासारख्या देशाला देखील परवडत नाही. त्यामुळे अशा सुविधा देता येत नाही म्हणून पाश्चिमात्य देशातील पर्यटकांची नाराजी होते. तसेच पर्यटन बाजारपेठेत बऱ्याचवेळा महागाड्या वस्तू विकल्या जातात किंवा जाऊ शकतात. किंवा पर्यटकांची जास्त किंमत आकारून लूट होऊ शकते त्यामुळे पर्यटन बाजारपेठेच्या वाढीस व विकासास अडथळा येतो व पर्यटन बाजारपेठांची वाढ होत नाही.

७. **पर्यटन स्थळांची अपूर्ण माहिती :** जगात किंवा भारतात अजूनही बरीच पर्यटन स्थळे अशी आहेत की, त्यांचा अद्याप परिपूर्ण विकास झालेला नाही. किंवा बऱ्याच स्थळांची पर्यटनाची क्षमता असून त्यांची माहिती नाही. कोणत्या प्रकारच्या पर्यटन स्थळाचा विकास करून पर्यटनात वाढ करता येईल याचाही अभ्यास व सर्वेक्षण होणे गरजेचे आहे. भारतात बरीच ऐतिहासिक, सांस्कृतिक व प्रेक्षणीय पर्यटन स्थळे आहे. त्याची परिपूर्ण माहिती पर्यटन कंपन्यांना किंवा अभिकत्यांना अथवा मार्गदर्शकांना नाही किंबहुना ज्या स्थळाची माहिती आहे ती देखील तोडकी आहे. त्याचा ही परिणाम पर्यटनावर होतो. अशा विविध प्रकारच्या समस्या पर्यटनाबाबत सांगता येतील.

**पर्यटन विकासासाठी उपाययोजना :**

१. समुद्र किनारी विश्रामगृहे व रिसार्टची निर्मिती करणे.

२. देशी व आंतरराष्ट्रीय विमानतळ वाढविणे व दर्जा उंचावणे.
३. पर्यटन उद्योगात देशी व विदेशी गुंतवणुकीत वाढ करणे.
४. पर्यटन बढावासाठी पारंपारिक उत्सवांना चालना देणे.
५. पर्यटन स्थळाची जाहिरात करणे.
६. पर्यटन प्रशिक्षण कार्यक्रम राबविणे.
७. आशिया देशातील पर्यटनास चालना देणे
८. संभाव्य पर्यटन स्थळांना विकसित करणे.
९. देशी विदेशी पर्यटकांचा विचार करून निवास व्यवस्था निर्माण करणे.

### भारतातील पर्यटन उद्योगाचे भवितव्य :

भारताला पर्यटन उद्योगाचे भवितव्य किती उज्वल आहे. याबाबत पौर्वात्य संस्कृतीचा थोर जर्मन अभ्यासक मॅक्स म्युलर याने म्हटले की, जर आपणास निसर्गाने काही भागात उधळलेले सौंदर्य, पृथ्वीवरचा स्वर्ग, जगातील संपत्ती, शक्ती व विविधता पाहायची असेल तर मला भारताकडे बोट दाखवावे लागेल. भारतात निसर्ग सौंदर्याने नटलेली अनेक पर्यटन स्थळे सोबत ऐतिहासिक, धार्मिक, सामाजिक व सांस्कृतिक व प्रेक्षणीय केंद्र असल्याने पर्यटन उद्योगाला चांगले भवितव्य आहे. त्यामुळे भारतात दिवसेंदिवस पर्यटकांच्या संख्येत वाढच होत आहे. पर्यटन उद्योग हा रोजगार उपलब्ध करून देणारा व्यवसाय असून मोठ्या प्रमाणात देशाला परकीय चलन मिळवून देणारा उद्योग देखील आहे. या उद्योगासाठी कच्चा माल व शक्ती साधनांची गरज नसते पर्यटकांना आकर्षित करणारे भौगोलिक घटक हवेत व त्याचा विकास करून तर त्या स्थळी पर्यटक सहज पोहचू शकतील त्यासाठी वाहतूक व्यवस्था, दळणवळण, चांगले वाहतूक मार्ग, निवास व्यवस्था, भोजनालये, रेस्टॉरंट, उच्च प्रतीच्या व तारांकीत हॉटेल्स, मोटेल्स व रिसॉर्ट व्यवस्था असावी त्यामुळे पर्यटकांची संख्या वाढून देशातील बेरोजगारांना संधी मिळते. देशाला परकीय चलन व महसूल मिळतो. देशातील साधन संपत्ती व विकास होतो व विकासाला चालना मिळते.

भारतात उत्तर भागात, ईशान्य भारतात व पश्चिम व दक्षिण भारतात पर्यटन व्यवसाय विकासाला फार मोठी संधी आहे त्यामुळे तेथील काही केंद्रांचा आणि आंतरराष्ट्रीय किर्तीचा ताजमहल पर्यटन केंद्राच्या सोबतीला दिल्ली, वाराणशी, अलाहाबाद, भरतपूर, जयपूर, उदयपूर, जैसलमेर पूर्व भारतातील कोणार्क, बौध्दगया, पावापुरी, भुवनेश्वर, पुरी, ईशान्य भारतातील गंगटोक, जलपैगुरी, सिलीगुडी, शिलांग, मध्य भारतातील पचमढी, जबलपूर, भेडाघाट, खजुराहो या पर्यटन केंद्रांचा विकास करून पर्यटनास चांगला बढावा आपणास देता येईल. शिवाय आंतरराष्ट्रीय दर्जाचे दुसरे पर्यटन केंद्र अजिंठा-वेरूळ लेणी सभोवताली असलेली औरंगाबाद परिसर तर दक्षिण भारतातील ऐतिहासिक व सांस्कृतिक पर्यटन केंद्र म्हणून रामेश्वर, मदुराई, विजयनगर (हम्पी), तंजावर, श्रवणबेळगोळ, गोकर्ण, तिरुपती यांचा विकास मोठ्या प्रमाणात करता येईल.

भारतात पूर्व व पश्चिम असा सुमारे ६००० किमीचा समुद्र किनारा हा लाभला आहे त्यामुळे पर्यटकांना अतिशय प्रिय असलेले समुद्र किनारे व बीचस परदेशी पर्यटकांना फारच प्रिय आहेत. त्यामुळे जगप्रसिद्ध गोवा मधील बीचसच्या धर्तीवर महाराष्ट्र केरळ व तामिळनाडू राज्यातील समुद्र किनाऱ्यावरील नवीन व सुंदर बीचसचा विकास नियोजनबद्ध करण्यात यावा व तेथे चांगल्या प्रकारची सुविधा असलेल्या हॉटेल्स व निवास उभारावीत. जपान देश ज्या प्रमाणे पर्यटकांना आकर्षित करण्यासाठी प्रयत्न करावे त्या प्रमाणे भारत ही पर्यटन विकास महामंडळाच्या वतीने प्रयत्न करित आहे तरीही पर्यटन विकास महामंडळाने भारतातील पर्यटनाचे भवितव्य अधिक उज्वल होण्यासाठी नवनविन योजनाची आखणी करून गर्दीच्या व महत्वाच्या ठिकाणी

करमणूक व मनोरंजन केंद्र उभारून नवीन पर्यटन स्थळांचा शिस्तबद्ध विकास करावा.

जागतिक व राष्ट्रीय पातळीवरील पर्यटन स्थळांच्या विकासासोबत स्थानिक पातळीवरील पर्यटन केंद्र शोधून त्यांची क्षमता ओळखून त्यांचाही विकास शासन, खाजगी संस्था व पर्यटन विकास महामंडळ प्रयत्न करित आहे व अजून प्रयत्न करावा. उदा. महाराष्ट्राचा विचार केला तर नंदुरबार जिल्ह्यातील तोरणमाळ, प्रकाशा, जळगाव जिल्ह्यातील पाल, उनपदेव, पाटणादेवी, अहमदनगर जिल्ह्यातील भंडारदरा, अमरावती जिल्ह्यातील मेळघाट, सालबर्डी, पुणे जिल्ह्यातील माळशेज घाट, सिंधूदूर्ग, जिल्ह्यातील आंबोली व रत्नगिरी जिल्ह्यातील मार्लेश्वर याशिवाय कोकणातील समुद्र किनाऱ्यावरील अनेक स्थळे उदा, तारकर्ली, केळवा, किहीम व गणपतीपुळे इत्यादी.

भारताचा जगातील अनेक देशाशी राजकीय, आर्थिक व व्यापारी संबंध चांगले आहेत त्यामुळे पर्यटनाला ही महत्व आहे. देशाच्या विकासासाठी पर्यटन उद्योगाचे महत्व अनन्य साधारण आहे. पर्यटनामुळे देशातील लोकांना रोजगार चांगला मिळतो. पर्यटनापासून १९७५ मध्ये प्रत्यक्ष अप्रत्यक्ष ९ लाख लोकांना तर २००१ मध्ये २१ लाख पेक्षा अधिक लोकांना रोजगार हा मिळाला होता. तर १९७४-७५ मध्ये भारताला पर्यटनातून २६०० दशलक्ष रुपये तर १९८९-९० मध्ये २४,६०० दशलक्ष रुपयाचे परकीय चलन मिळाले होते. याचाच अर्थ असा की, भारतीय पर्यटन उद्योगाला भवितव्य अतिशय उज्वल असे आहे.

#### संदर्भ सुची :

१. डॉ. केचे पांडूरंग, महाराष्ट्राचा भूगोल, कैलास पब्लिकेशन, औरंगपूरा, औरंगाबाद. (१९९७)
२. डॉ. फुले सुरेश, महाराष्ट्राचा भूगोल, विद्याबुक्स पब्लिशर्स, औरंगपूरा, औरंगाबाद. (२००९)
३. डॉ. आहेर अंकुश, पर्यटन भूगोल, के.एस. पब्लिकेशन पुणे. (२०१४)
४. प्रा.डॉ. हांगे ए.के., प्रा.डॉ. वाघमारे एच.एस., महाराष्ट्राचा भूगोल, कैलास पब्लिकेशन, औरंगाबाद. (२०१८)

