



அழகப்பா பல்கலைக்கழகம்



தேசியத் தர நிர்ணயக் குழுவின் மூன்றாம் சுற்றுத் தர மதிப்பீட்டில் A+(CGPA: 3.64) தகுதியும்
மனிதவள மேம்பாட்டு அமைச்சகம் - பல்கலைக்கழக மானியக்குழுவின் முதல் தரப்
பல்கலைக்கழகம் மற்றும் தன்னாட்சித் தகுதியும் பெற்றது)

காரைக்குடி - 630003

தொலைநிலைக்கல்வி இயக்ககம்

இளங்கலை வரலாறு

மூன்றாமாண்டு - ஆறாம்பருவம்

தாள்: 108 64

சுற்றுலா மேலாண்மை

Author:

Dr. S. Mahalakshmi,

Assistant professor, Salem Sowdeswari College, Salem-10.

"The copyright shall be vested with Alagappa University"

All rights reserved. No part of this publication which is material protected by this copyright notice may be reproduced or transmitted or utilized or stored in any form or by any means now known or hereinafter invented, electronic, digital or mechanical, including photocopying, scanning, recording or by any information storage or retrieval system, without prior written permission from the Alagappa University, Karaikudi, Tamil Nadu.

Information contained in this book has been published by VIKAS® Publishing House Pvt. Ltd. and has been obtained by its Authors from sources believed to be reliable and are correct to the best of their knowledge. However, the Alagappa University, Publisher and its Authors shall in no event be liable for any errors, omissions or damages arising out of use of this information and specifically disclaim any implied warranties or merchantability or fitness for any particular use.



VIKAS® is the registered trademark of Vikas® Publishing House Pvt. Ltd.

VIKAS® PUBLISHING HOUSE PVT. LTD.

E-28, Sector-8, Noida - 201301 (UP)

Phone: 0120-4078900 • Fax: 0120-4078999

Regd. Office: A-27, 2nd Floor, Mohan Co-operative Industrial Estate, New Delhi-110044

• Website: www.vikaspublishing.com • Email: helpline@vikaspublishing.com

Work Order No.AU/DDE/DE12-27/Preparation and Printing of Course Materials/2020 Dated 12.08.2020 Copies – 1800

சுற்றுலா மேலாண்மை

பாடத்திட்டங்கள் - புத்தக வரைபட அட்டவணை SYLLABI-BOOK MAPPING TABLE

பாடத்திட்டங்கள்

புத்தகத்தில் வரைபடம்

அலகு - 1

சுற்றுலாவியல்

பக்கம் 1 - 28

ஷீல்லார்டு விளக்கம் - சுற்றுலாவியலின் பயன் மற்றும் முக்கியத்துவம் - சுற்றுலாத் துறையின் இயக்கத்தை பாதிக்கும் பல காரணிகள் பயண முகமைகள் - சுற்றுலாவின் வகைகள் - சுற்றுலாவின் வடிவங்கள் - சுற்றுலா வரலாறு - பண்டைய காலத்தில் சுற்றுலா

அலகு - 2

இடைக்காலத்தில் சுற்றுலா

பக்கம் 28 - 64

இடைக்காலத்தில் சுற்றுலா - சமயப் பயணங்கள்: (கிறிஸ்தவம்; இஸ்லாம்) - புரட்சியும் சுற்றுலா வளர்ச்சியும் - ஈழில் புரட்சிக்குப்பின் (ஆண்டு விடுமுறை) - உலக சுற்றுலா நிறுவனம் - உலக சுற்றுலா நிறுவனம் (WTO) - பஸிபிக் பிராந்திய பயணக்கூட்டமைப்பு (PATA) - சர்வதேச விமானப் போக்குவரத்துக்கழகம் (IATA) - பசிபிக் ஆசியா பயண அமைப்பு (PATA) - சுற்றுலாவின் பொருளாதர முக்கியத்துவம் - போக்குவரத்து

அலகு - 3

சுற்றுலா மேம்பாடு

பக்கம் 64 - 104

சுற்றுலா - திட்டமிடுதல் - முன்னுரை - ரோம் மகாநாடு - திட்டமிடுதல் - 4 திட்டத்திற்குத் தேவையான அம்சங்கள் - விளம்பரம் - சுற்றுலா விளம்பர முறைகள் - சுற்றுலா விளம்பரத்தின் முக்கியத்துவம். - சுற்றுலாவின் பொருளாதர முக்கியத்துவம் - சர்வதேச சுற்றுலா - சுற்றுலாவும் பன்னாட்டு வர்த்தகமும் - வாணிகச் சமநிலை - அயல் நாட்டு செலுத்துநிலை - சுற்றுலா சந்தையியலின் சிறப்பு கூறுகள் - ஆய்வியல் தொழில் நுட்பங்கள் - சுற்றுலாவின் சந்தையியல் - சுற்றுலா பண்டம் - சுற்றுலா சந்தையியலின் சிறப்பு கூறுகள் - ஆய்வியல் தொழில் நுட்பங்கள்

அலகு - 4

சுற்றுலாவின் நன்மைகள் மற்றும் மேம்பாடு

பக்கம் 105 - 158

முன்னுரை - பொருளாதார முக்கியத்துவம் - கலாச்சார முக்கியத்துவம் - சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான காரணங்கள் - சுற்றுலாவின் பயன்பாடு - சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு இருக்கும் தடைகள்: - இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சியில் புவியியல் கூறுகளின் தாக்கம் - கடற்கரை விடுதிகள் - இந்தியாவில் சுற்றுலா மேம்பாடு - சுற்றுலா வழிகாட்டிகள்

அலகு - 5

இந்தியாவில் பொருளாதாரச் சொல்லாக சுற்றுலா

பக்கம் 158 - 214

சார்ஜண்ட் குழு (Sargeant Committee): - சார்ஜெண்ட் கமிட்டியின் முக்கிய சிறப்பில்புகள் - சார்ஜெண்ட் குழுவின் நோக்கம்: - சார்ஜெண்ட் குழுவின் பரிந்துரைகள்: - சுற்றுலா அலுவலகங்கள் (Tourism offices): - தேசிய அளவில் சுற்றுலாத்தகவல் மையங்கள் - இந்திய பன்னாட்டுத்தகவல் மையங்கள் - சுற்றுலா அமைச்சகம் - சுற்றுலாத் துறையின் பணிகள்: இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம் - இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகத்தின் நோக்கங்கள்: - இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகத்தின் பணிகள்: - சுற்றுலாச் சேவைகள் - மாநிலச் சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம் - சுற்றுலாவில் தனியார் பணி - ஐந்தாண்டுத் திட்டங்களும் சுற்றுலாவும் - இந்தியாவின் கலாச்சார சுற்றுலா மையங்கள் - இந்தியாவில் கலாச்சார நடவடிக்கைகள் - இந்தியாவில் கலாச்சார சுற்றுலாவின் முக்கியத்துவம் - இந்தியாவில் முக்கிய சுற்றுலாத்தலங்கள் - தமிழகத்தில் சுற்றுலா வளர்ச்சி - தமிழ்நாடு சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கழகம்

சுற்றுலா மேலாண்மை

பாடத்திட்டங்கள்

அலகு - 1

சுற்றுலாவியல்

- 1.1 முன்னுரை
- 1.2 ஷீல்லார்டு விளக்கம்
- 1.3 சுற்றுலாவியலின் பயன் மற்றும் முக்கியத்துவம்
- 1.4 சுற்றுலாத் துறையின் இயக்கத்தை பாதிக்கும் பல காரணிகள்
- 1.5 பயண முகமைகள்
- 1.6 சுற்றுலாவின் வகைகள்
- 1.7 சுற்றுலாவின் வடிவங்கள்
- 1.8 சுற்றுலா வரலாறு
- 1.9 பண்டைய காலத்தில் சுற்றுலா

அலகு-2

இடைக்காலத்தில் சுற்றுலா

- 2.1 இடைக்காலத்தில் சுற்றுலா
 - 2.1.1 சமயப் பயணங்கள்: (கிறிஸ்தவம்; இஸ்லாம்)
 - 2.1.2 புரட்சியும் சுற்றுலா வளர்ச்சியும்:
 - 2.1.3 தொழில் புரட்சிக்குப்பின் (ஆண்டு விடுமுறை)
- 2.2 உலக சுற்றுலா நிறுவனம்
 - 2.2.1 உலக சுற்றுலா நிறுவனம் (WTO)
 - 2.2.2 பஸிபிக் பிராந்திய பயணக்கூட்டமைப்பு (PATA)
 - 2.2.3 சர்வதேச விமானப் போக்குவரத்துக்கழகம்(IATA)
 - 2.2.4 பசிபிக் ஆசியா பயண அமைப்பு (PATA)
 - 2.2.5 பன்னாட்டு வானூர்திக் கழகம்
 - 2.2.6 பிரிட்டிஷ் சுற்றுலாக் கழகம்

2.3 நவீன சுற்றுலா

- 2.3.1 முதல் உலகப்போரும் சுற்றுலாவும்:
- 2.3.2 முதல் உலகப்போருக்குப்பின்:
- 2.3.3 இரண்டாம் உலகப் போருக்குப் பின் சுற்றுலா:
- 2.3.4 சுற்றுலாவின் சமுதாய முக்கியத்துவம்
- 2.3.5 சுற்றுலாவின் பொருளாதர முக்கியத்துவம் (ECONOMIC SIGNIFICANCE OF TOURISM)
- 2.3.6 போக்குவரத்து

அலகு 3

சுற்றுலா மேம்பாடு

3.1 சுற்றுலா - திட்டமிடுதல்

- 3.1.1 முன்னுரை
- 3.1.2 ரோம் மகாநாடு
- 3.1.3 திட்டமிடுதல்
- 3.1.4 திட்டத்திற்குத் தேவையான அம்சங்கள்
- 3.1.5 விளம்பரம்
- 3.1.6 சுற்றுலா விளம்பர முறைகள்
- 3.1.7 சுற்றுலா விளம்பரத்தின் முக்கியத்துவம்

3.2 சுற்றுலாவின் பொருளாதர முக்கியத்துவம்

3.3 சர்வதேச சுற்றுலா

- 3.3.1 சுற்றுலாவும் பன்னாட்டு வர்த்தகமும்
- 3.3.2. வாணிகச் சமநிலை
- 3.3.3. அயல் நாட்டு செலுத்துநிலை
- 3.3.4 சுற்றுலா சந்தையியலின் சிறப்பு கூறுகள்
- 3.3.5 ஆய்வியல் தொழில் நுட்பங்கள்

3.4 சுற்றுலாவின் சந்தையியல்

- 3.4.1 சுற்றுலா பண்டம்
- 3.4.2 சுற்றுலா சந்தையியலின் சிறப்பு கூறுகள்
- 3.4.3 ஆய்வியல் தொழில் நுட்பங்கள்

அலகு 4

சுற்றுலாவின் நன்மைகள் மற்றும் மேம்பாடு

- 4.1 முன்னுரை
- 4.2 பொருளாதார முக்கியத்துவம்
- 4.3 கலாச்சார முக்கியத்துவம்
- 4.4 சுற்றுலாவின் சமூக-கலாச்சார தாக்கம்
- 4.5 சுற்றுலாவின் பயன்பாடு
- 4.6 சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு இருக்கும் தடைகள்:
- 4.7 இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சியில் புவியியல் கூறுகளின் தாக்கம்
 - 4.7.1 முன்னுரை
 - 4.7.2 கடற்கரை விடுதிகள்
 - 4.7.3 சுற்றுலா வழிகாட்டிகள்

அலகு 5

இந்தியாவில் பொருளாதாரச் சொல்லாக சுற்றுலா

- 5.1 சார்ஜண்ட் குழு (Sargeant Committee):
 - 5.1.1 சார்ஜென்ட் கமிட்டியின் முக்கிய சிறப்பில்புகள்
 - 5.1.2 சார்ஜண்ட் குழுவின் நோக்கம்:
 - 5.1.3 சார்ஜென்ட் குழுவின் பரிந்துரைகள்:
- 5.2 சுற்றுலா அலுவலகங்கள் (Tourism offices):
 - 5.2.1 தேசிய அளவில் சுற்றுலாத்தகவல் மையங்கள்
 - 5.2.2 இந்திய பன்னாட்டுத்தகவல் மையங்கள்
- 5.3 சுற்றுலா அமைச்சகம்
 - 5.3.1 சுற்றுலாத் துறையின் பணிகள்:
- 5.4 இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம்
 - 5.4.1 இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகத்தின் நோக்கங்கள்:
 - 5.4.2 இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகத்தின் பணிகள்:
 - 5.4.3 சுற்றுலாச் சேவைகள்
 - 5.4.4 மாநிலச் சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம்

5.4.5 சுற்றுலாவில் தனியார் பணி

5.4.6 ஐந்தாண்டுத் திட்டங்களும் சுற்றுலாவும்

5.5 இந்தியாவின் கலாச்சார சுற்றுலா மையங்கள்

5.5.1 முன்னுரை

5.5.2 இந்தியாவில் கலாச்சார நடவடிக்கைகள்

5.5.3 இந்தியாவில் கலாச்சார சுற்றுலாவின் முக்கியத்துவம்

5.5.4 இந்தியாவில் முக்கிய சுற்றுலாத்தலங்கள்

5.5.5 தமிழகத்தில் சுற்றுலா வளர்ச்சி

5.5.6 தமிழ்நாடு சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கழகம்

சுற்றுலாவியல்

குறிப்பு

சுற்றுலாவியல்

- 1.1 முன்னுரை
- 1.2 ஷீல்லார்டு விளக்கம்
- 1.3 சுற்றுலாவியலின் பயன் மற்றும் முக்கியத்துவம்
- 1.4 சுற்றுலாத் துறையின் இயக்கத்தை பாதிக்கும் பல காரணிகள்
- 1.5 பயண முகமைகள்
- 1.6 சுற்றுலாவின் வகைகள்
- 1.7 சுற்றுலாவின் வடிவங்கள்
- 1.8 சுற்றுலா வரலாறு
- 1.9 பண்டைய காலத்தில் சுற்றுலா

1.1 முன்னுரை

சுற்றுலாவியல் என்பது மனித இனத்தை இணைக்கக்கூடிய ஒரு வினோதமான சக்தியாகும். மனிதர்கள் ஒருவரையொருவர் புரிந்து கொள்ளவும், நல்லிணக்கத்தை வளர்க்கவும் உதவுகிறது. சில அறிஞர்கள் 'டூர்' என்னும் சொல் சக்கரம் என்ற பொருள்படும் படி 'டோர்னஸ்' என்ற லத்தீன் சொல்லிலிருந்து தோன்றியது என்று கருதுகின்றனர். 1292-ல் ஆங்கிலமொழியோடு பயணம் என்ற பொருள்படும்படி 'டூர்' என்ற சொல்லாக இணைந்தது. மற்றும் சிலர் 'டூர்' என்ற சொல் 'டோரா' என்ற ஹீப்ரு மொழி வார்த்தையிலிருந்து வந்திருக்கலாம் என்று கருதுகின்றனர்.

1.2 ஷீல்லார்டு விளக்கம்

ஹெர்மன் ஏ. ஷீல்லார்டு என்பவர் ஒரு ஆஸ்திரேலிய பொருளாதார நிபுணர். இவர் 1910-ல் சுற்றுலாவியலை பின்வரும் வகையில் விளக்கியுள்ளார்.

குறிப்பு

“அந்நியர்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட நாட்டின் உள்ளிலும், வெளியிலும் ஒரு நகரத்திலோ அல்லது ஒரு பகுதியிலோ நுழைந்து தங்கி, சுற்றி வருகின்றவரை தொடர்புள்ள இயக்கங்களின் முக்கியமாக பொருளாதார ரீதியானவை ஒட்டு மொத்தமே சுற்றுலாவியல்”. இவ்விளக்கத்தில் அவர் பயணியின் பொருளாதார நடவடிக்கையில் மட்டுமே கவனம் செலுத்துகிறார். சமுதாய, உளவியல், கலாச்சார மற்றும் புவியியல் கூறுகளை ஒதுக்கிவிட்டார்.

ஹீன்ஸிகர் மற்றும் கிராப்ட்

புதியவர்களின் பயணத்தினாலும், தங்குதலினாலும் எழுகின்ற நடவடிக்கைகளின் ஒட்டு மொத்தமே சுற்றுலாவியல், அதிலும் அவர்களின் தங்குதல் நிலையானதாகவோ, பொருளீட்டும் நடவடிக்கையாகவோ இருக்கக்கூடாது என்று விளக்குகின்றனர்.

அப்துல் வஹாப்

சுற்றுலாவியல் ஒரு நாட்டில் வாழ்கின்ற மக்களை இணைக்கும் சக்தி என்கிறார். சுற்றுலா என்பது மக்கள் தற்காலிகமாக மாநிலம் விட்டு மாநிலம், நாடு விட்டு நாடு செல்லும் வாணிப நோக்கோ, வேலை நோக்கே இல்லாத ஒரு நடவடிக்கை என்கிறார்.

பிரிட்டானியா என்சைக்ளோபீடியா

சுற்றுலாவியல் என்பது இன்பச் சுற்றுலாக்களை ஏற்பாடு செய்கின்ற, பயணிகளுக்கு வழிகாட்டுகின்ற, அனைத்து வசதிகளையும் செய்து கொடுக்கின்ற ஒரு அமைப்பு என்கிறது.

இங்கிலாந்து சுற்றுலா நிறுவனம்

1976-ல் இங்கிலாந்து சுற்றுலா நிறுவனம் சுற்றுலாவியலை ஒரு மனிதன் இன்ப சுற்றுலாவாகத் தன்னிருப்பிடம் விட்டு ஒரு குறுகிய காலம் வேறிடம் தங்கி தன் நேரத்தை இடங்களைப் பார்ப்பதில் செலவிடுவதாகும் என்று விளக்கம் கூறியது.

ஜோஸ் இக்னேஷியோ

ஒரு மனிதன் மனமகிழ்ச்சிக்காக விளையாட்டுகளை அனுபவிக்க, காட்சிகளைக் கண்டுகளிக்க, சைக்கிள் பயணம், படகுப்பயணம்

மேற்கொள்ள, மற்றும் கூடாரமிட்டுத் தங்க ஒரு இடத்திற்குச் செல்வதற்காக அவன் மேற்கொள்ளும் நடவடிக்கைகளின் மொத்தமே சுற்றுலாவியலாகும் என்கிறார். மற்றும் சிலர் சுற்றுலா என்பது ஒரு மனிதனுக்கு சிறிது ஓய்வு கொடுக்கவும், ஓய்வு நேரத்தை கலாச்சாரத் தேவைகளுக்குப் பயன்படுத்தவும் உதவுகின்ற ஒரு சமூக நடவடிக்கை என்கின்றனர்.

சுருங்கக்கூறினால் சுற்றுலாவியல் என்பது பயணிகளை மட்டுமல்லாது, வழிகாட்டிகள், பயண ஏற்பாட்டு நிறுவனங்கள், முகவர்கள் மற்றும் போக்குவரத்து, தங்குமிடங்களின் பணிகளையும் குறிக்கிறது. பயணிகளின் பயண நடவடிக்கைகளும், பல்வேறு நிறுவனங்களின் சேவைகளும் இணைந்ததே சுற்றுலாவியல் ஆகும். இது மக்களின் சமூகப்பொருளாதார மற்றும் கலாச்சார வாழ்க்கை முறையினை எடுத்துக் காட்டுகிறது.

1.3 சுற்றுலாவியலின் பயன் மற்றும் முக்கியத்துவம்

முன்னுரை

பழங்காலத்திலிருந்து பயணம் என்பது மனிதனின் உச்சகட்ட ஆர்வமாக இருந்திருக்கிறது. பல இடங்களுக்குச் சென்று புதிய அனுபவங்களைப் பெற விரும்புவது மனித இயல்பு. தொழிற்புரட்சியும், போக்குவரத்து மற்றும் தொலை தொடர்பில் ஏற்பட்ட முன்னேற்றங்களும் பயணத்தை எளிதாக்கியுள்ளன. ஒரு காலத்தில் பயணம் என்பது செல்வந்தர்களுக்கு மட்டுமே உடைமையாக இருந்தது. ஆனால் தற்பொழுது ஒவ்வொருவரும் அவரவருக்கு இயன்ற வரை பயணம் செய்கின்றனர். சுற்றுலாவியல் என்பது உலகம் முழுவதையும் கவர்ந்துள்ள ஒரு இயக்கம். சுற்றுலாவியல் சமூகப் பொருளாதார, கலாச்சார, கல்வி, அரசியல் மற்றும் ஆன்மீக அளவில் முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது.

குறிப்பு

பன்னாட்டு சுற்றுலா முன்னேறிய மற்றும்

முன்னேறிக்கொண்டிருக்கும் நாடுகளுக்கு ஒரு சிறந்த வருமான மூலக்கூறாகும். சுற்றுலாத்தொழில் மூலமாகக் கிடைக்கும் முக்கியமான பொருளாதார நன்மை அந்நியச் செலாவணி மூலமாகக் கிடைக்கும் வருமானம் ஆகும். பல முன்னேறி வரும் நாடுகளுக்கு சுற்றுலா நம்பத்தகுந்த வருவாய் ஆதாரமாகும். பிரயாணிகள் செய்யும் செலவினம் பொருளாதாரத்தின் பல பிரிவுகளைக் கடந்து செல்கிறது. நாட்டின் தேசிய வருமானத்தின் ஒரு மூலக்கூறாக இருப்பதோடு மட்டுமல்லாமல் வேறு பல பொருளாதார நன்மைகளையும் தருகிறது. சுற்றுலா வளர்ச்சிக்குத் தேவையான அடிப்படை வசதிகளான விமான நிலையங்கள், ரயில் பாதைகள், தண்ணீர் வசதி, தங்குமிடங்கள், உணவு விடுதிகள், அருங்காட்சியகங்கள், கடைகள், விளையாட்டு அரங்கங்கள் போன்றவற்றிற்கு முதலீடு செய்வதன் மூலம் கூடுதல் பொருளாதார நன்மைகள் கிடைக்கின்றன. பயணி ஒருவரால் செலவிடப்படும் பணம் ஒரு குறிப்பிட்ட காலகட்டத்திற்குள் நீண்ட நடைமுறைகளைக் கடந்து தேசிய பொருளாதாரத்தின் பல்வேறு துறைகள் வழியாய்ச் சென்று வழியில் ஒவ்வொன்றின் வளர்ச்சிக்கும் தூண்டு கோலாக அமைகிறது.

தேசியப் பொருளாதாரத்திலும் பன்னாட்டு வாணிபத்திலும் சுற்றுலாவின் பங்கு உலக வளர்ச்சியின் ஒரு முக்கிய அம்சமாக அதனை மாற்றியுள்ளது.

அடிப்படை அம்சங்களின் வளர்ச்சி

சுற்றுலா வளர்ச்சிக்குத் தேவையான அடிப்படை அம்சங்கள் மீது மக்கள் முதலீடு செய்ய விரும்புகின்றனர். விமான நிலையங்கள், சாலைகள், தண்ணீர் வசதி, உணவு மற்றும் தங்குமிடங்கள், கடைகள் போன்றவை பயணிகளுக்கு அத்தியாவசியமானவை. புதிதாகக் கட்டப்படுபவை மட்டுமல்லாது ஏற்கெனவே உள்ளவற்றை மேம்படுத்தவோ, சரிபார்க்கவோ செய்யலாம். இவையெல்லாம் முதலீடு செய்ய விரும்புபவர்களைக் கவரக் கூடியவை. பயணிகள் மட்டுமல்லாது, சுற்றுலா மையங்களில் வசிக்கின்ற மக்களும் இதுவரை அனுபவிக்காத இவ்வசதிகளைப் புதிதாக அனுபவிக்கலாம். சார்பு தொழிற்சாலைகள்

தோன்ற வாய்ப்புகள் உண்டு. எனவே பயணிகள் செலவினம் மறைமுகமாகப் பிற பொருளாதார நடவடிக்கைகளுக்கு வழிவகுக்கிறது.

சுற்றுலா மேலாண்மை

பின்தங்கிய பகுதிகளின் முன்னேற்றம்

ஒரு நாட்டின் பின் தங்கியுள்ள பகுதிகள் கூட சுற்றுலாவினால் மேம்படலாம். பொருளாதார ரீதியாகப் பின்தங்கியுள்ள பல பகுதிகள் இயற்கை அழகோ, கலாச்சாரக் கவர்ச்சியோ கொண்டிருந்தால் அவை சுற்றுலா மையங்களாக மாற வாய்ப்புண்டு. இப்பகுதிகளில் சுற்றுலாப் பயணிகளின் செலவினத்தால் அவை வளர்வதற்கு வாய்ப்புண்டு. (உ.ம்.) கஜூரகோ இந்தியாவில் உள்ள ஒரு பன்னாட்டு சுற்றுலா மையம். சுற்றுலாப் பயணிகள் வருகை காரணமாக இதைச் சுற்றியுள்ள இடங்கள் உயிர் பெற்றுவிட்டன. உள்ளூர் மக்களுக்கு விடுதிகளிலும், கடைகளிலும் வேலைவாய்ப்புகள் அதிகரித்துள்ளன. இங்குள்ள கோயில் சிற்பங்கள் போல கண்ணாடியால் உற்பத்தி செய்ய ஒரு தொழிற்சாலை தோன்றியுள்ளது. சுற்றுலா வளர்ச்சியினால் மற்றொரு தொழில் உருவாகவும், அங்குள்ள மக்களுக்கு வேலைவாய்ப்புத்தரவும் முடிகிறது. இப்பகுதியில் சுற்றுலா வளராதிருந்தால் கஜூரகோ ஒரு சாதாரண யாருமறியாத கிராமமாக இருந்திருக்கும்.

வேலைவாய்ப்புகள்

முன்னேறிக் கொண்டிருக்கும் நாடுகளில் வேலையில்லாத திண்டாட்டம் பெரும் பிரச்சினையாக உள்ளது. சுற்றுலாத்தொழிலில் சேவைகளும், பணிகளும் அதிகம் இடம் பெறுகின்றன. அவற்றிற்கு மனித சக்தி அவசியமாகிறது. எனவே சுற்றுலாத் தொழில் வளர்ச்சியில் வேலைவாய்ப்புக்கு அதிக இடம் உண்டு. குறிப்பிட்ட தகுதி பெற்றவர்களும், தகுதி பெறாதவர்களும் வேலை பெற வாய்ப்புகள் ஏராளம். கணக்கர்களாக, விடுதி நிர்வாகிகளாக, விடுதி சிப்பந்திகளாக, சமையற்காரர்களாக, மகிழ்விப்பவர்களாக வேலைவாய்ப்பு பெறலாம். இவர்களின் கீழ் அதிகத் தொழில் திறமை தேவையில்லாத சுமை தூக்குபவர், துப்புரவாளர்கள், சமையல் உதவியாளர்கள், தோட்டக்காரர்கள் போன்றோர் வேலைவாய்ப்பு பெறலாம். சுற்றுலாத் தொழிற்சாலை கட்டிடத் தொழிலோடு சம்பந்தப்பட்டது. அங்கும் வேலை வாய்ப்புண்டு. அடிப்படைத் தேவைகளான விமான நிலையங்கள் கட்ட,

குறிப்பு

குறிப்பு

சாலைகள் அமைக்க குடிநீர் வசதி செய்து கொடுக்க, உணவு மற்றும் தங்கும் வசதிகள் அமைக்க தொழில் திறமை மிக்கவர்களும், உடல் சக்தி மட்டும் கொடுப்பவர்களும் தேவைப்படுகின்றனர்.

கலாச்சார முக்கியத்துவம்

பழங்காலத்தில் சுற்றுலா வளர்ச்சியில் கலாச்சார ஆர்வம் ஒரு முக்கிய காரணியாக இருந்தது. பிரயாணங்கள் மூலமாகத்தான் கலாச்சாரப் பரிமாற்றங்கள் நடந்தன. மனித நேயம், மனித அறிவின் ஆழம், புரிந்து கொள்ளும் திறமை ஆகியவை வளர சுற்றுலா காரணமாக உள்ளது. இப்பொழுது கூட பெரும்பாலானோர் பிற கலாச்சாரங்கள் பற்றி அறிந்து கொள்வதற்காகவே பயணங்கள் மேற்கொள்கின்றனர்.

சுற்றுலா என்பது அடிப்படையில் ஒரு கலாச்சாரக் கட்டமைப்பே. குழு சுற்றுலாக்கள் மறைமுகமாக கலாச்சாரக் கூறுகளை விற்பனை செய்வதன் மூலம் நாட்டிற்கு நன்மையைத் தேடித் தருகின்றன. கலாச்சாரமும், சுற்றுலாப் பொருளாதாரமும் ஒன்றுக்கொன்று நன்மை ஏற்படுத்திக் கொள்கின்றன. பல்வேறு நாடுகளின் மாறுபட்ட கலாச்சாரங்கள் நிலைத்து நிற்கவும், பரவவும் சுற்றுலாப் பயணங்களே காரணமாக அமைகின்றன.

நாடுகளுக்கிடையே புரிந்து கொள்ளும் ஆற்றல்

சுற்றுலா, பன்னாட்டு நல்லிணக்கம், மனித நேயம், கலாச்சார ஒற்றுமை, சமூக ஒற்றுமை வளர உறுதுணையாக உள்ளது. பல்வேறு நாடுகளைச் சேர்ந்தவர்கள், பல மொழி பேசுபவர்கள், பல வகை வாழ்க்கை முறைகளைக் கடைப்பிடிப்பவர்கள் நண்பர்களாக மாறும் சூழ்நிலையை சுற்றுலா உருவாக்குகிறது. இன்னொரு நாட்டைப்பற்றி அறிய வேண்டுமானால் அந்நாட்டுக்கு சென்று, தங்கி அங்குள்ள மக்களோடு கலந்து பழக வேண்டும். பயணிகள் எண்ணிக்கை அதிகரிக்க அதிகரிக்க, குறுகிய எல்லைகள் மறைந்து பிறமக்களைப் புரிந்து கொள்ளக்கூடிய சூழ்நிலைகளை உருவாக்குகிறது.

1.4 சுற்றுலாத் துறையின் இயக்கத்தை பாதிக்கும் பல காரணிகள்

சுற்றுலா மேலாண்மை

குறிப்பு

சுற்றுலாத் துறையின் இயக்கத்தை பாதிக்கும் பல காரணிகள் உள்ளன. சில உடனடி விளைவைக் காட்டுகின்றன. அதே நேரத்தில் நீண்ட காலத்தை பாதிக்கும் காரணிகளும் உள்ளன.

❖ தட்பவெப்பநிலைக்கு ஏற்ற இடமாக இருக்கும் போது சுற்றுலா அதன் சிறந்த வடிவத்தில் உள்ளது. மாறாக, அதிக காற்று, திடீர் வெள்ளம், வறட்சி மற்றும் தீவிர காலநிலை போன்ற சூழலில் ஏற்படும் விரும்பத்தகாத மாற்றங்கள் சுற்றுலாவை மோசமாக பாதிக்கும்.

உதாரணமாக இந்தியாவில் கடுமையான கோடை மாதங்களில், மக்கள் மலைவாசஸ்தலங்கள் போன்ற குளிர்ந்த காலநிலைப் பகுதிகளுக்குச் செல்ல விரும்புகிறார்கள்.

❖ ஒரு நாடு பொருளாதாரக் கொந்தளிப்புக்கு உள்ளாகும்போதும், மக்கள் வேலையில்லாப் பிரச்சினைகளை எதிர்கொள்ளும்போதும், சுற்றுலாத்துறை மோசமாகப் பாதிக்கப்படுகிறது. மாறாக, ஒரு நாட்டின் பொருளாதாரம் நன்றாக இருக்கும்போது மற்றும் மக்கள் ஓய்வுக்காக பணத்தை செலவழிக்க முடியும் சுற்றுலா முன்னேறுகிறது.

❖ பயணத்தின் இடம் அல்லது இலக்கு சுற்றுலா வணிகத்தை பெரிதும் பாதிக்கிறது. இந்த இடம் மிகவும் வரலாற்று அல்லது கலாச்சார முக்கியத்துவம் வாய்ந்ததாக இருந்தால் சுற்றுலாப் பயணிகள் நிச்சயமாக நினைவுச்சின்னங்கள், அரண்மனைகள் கோட்டைகள் பழங்கால கட்டிடக்கலை சிற்பங்கள் குகைகள் ஆன்டிக் ஓவியங்கள் மற்றும் பாத்திரங்கள் உடைகள் ஆயுதங்கள் ஆபரணங்கள் மற்றும் இதர தொடர்புடைய பாரம்பரியங்களைப் பார்க்க விரும்புவார்கள்.

உதாரணமாக உலகப் புகழ்பெற்ற வரலாற்று மற்றும் கலாச்சார முக்கியத்துவம் வாய்ந்த இடங்கள் தாஜ்மஹால் (இந்தியா) காசாவின் பிரமிடுகள் (எகிப்து) பெகன் சிட்டி (பர்மா) அக்ரோபோலிஸ் (ஏதென்ஸ் கிரீஸ்).

❖ ஆய்வு மற்றும் ஆய்வு நோக்கத்துடன் இடங்களுக்கு வருகை தரும் சுற்றுலா பயணிகள் உள்ளனர். ஆராய்ச்சிக்கான தேவை

குறிப்பு

சுற்றுலாவை மேம்படுத்துகிறது. தொல்பொருள் ஆராய்ச்சியாளர்கள் புவியியலாளர்கள் கடல்சார் ஆய்வாளர்கள், உயிரியலாளர்கள் மற்றும் விலங்கியல் வல்லுநர்கள், கட்டிடக் கலைஞர்கள் மற்றும் கலை மற்றும் கலாச்சாரங்களை ஆராய்ச்சி செய்யும் நபர்கள் ஆராய்ச்சித் துறையில் பெரும் முக்கியத்துவம் வாய்ந்த இடங்களைத் தேடுகிறார்கள்.

❖ மத முக்கியத்துவம் வாய்ந்த இடங்கள் அல்லது வழிபாட்டுத் தலங்கள் எப்போதும் சுற்றுலாப் பயணிகளால் நிரம்பி வழிகின்றன. இந்த இடங்களில் சுற்றுலா ஒரு வருடத்தில் குறிப்பிட்ட காலங்களில் உச்சத்தில் உள்ளது. சுற்றுலாப் பயணிகள் அடிக்கடி புனித யாத்திரைக்குச் செல்வது மன அமைதியைக் காணவும், அவர்கள் வணங்கும் தெய்வங்களின் ஆசீர்வாதங்களைப் பெறவும் மரணத்திற்கு முன் தங்கள் பாவங்களைத் தூய்மைப்படுத்தவும். உதாரணமாக, காசி, மக்கா, பெத்லகேம்.

❖ இணையம் உலகின் அனைத்து மூலைகளிலும் ஊடுருவியுள்ளது. இணையத்தின் நன்மைகளை சுற்றுலா பயணிகள் அனுபவிக்கின்றனர். சுற்றுப்பயணத்தைத் திட்டமிடுகையில், சுற்றுலாப் பயணிகள் தாங்கள் செல்லப் போகும் இடங்கள், வசதிகள் மற்றும் சேவைகளின் தரம் மற்றும் சேருமிடத்தில் உள்ள இடங்கள் பற்றிய யோசனையைப் பெற முயற்சிக்கின்றனர். ஒரு இடத்தைப் பார்வையிட்ட பிறகு, அனுபவம் வாய்ந்த சுற்றுலாப் பயணிகள் இணையத்தின் பல்வேறு தளங்களில் தங்கள் கருத்துக்களைப் பகிர்ந்து கொள்கிறார்கள்.

1.5 பயண முகமைகள்

பயண முகமைகள் என்பது சில்லறை வணிகமாகும். இது பயணம் தொடர்பான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை குறிப்பாக தொகுப்பு சுற்றுப்பயணங்களை வாடிக்கையாளர்களுக்கு விமான நிறுவனங்கள் கார் வாடகை கப்பல் லைனர்கள் ஹோட்டல்கள் ரயில்வே மற்றும் பார்வையிடல் போன்ற சப்ளையர்கள் சார்பாக விற்பனை செய்கிறது.

பயண முகவர் என்பவர் சுற்றுலாத் தயாரிப்பு - இடங்கள் பயண முறைகள் காலநிலை தங்குமிடம் மற்றும் சேவைத் துறையின் பிற

பகுதிகள் பற்றிய முழு அறிவைக் கொண்டவர். அவர் தயாரிப்பு வழங்குநர்கள். கொள்கைகளின் சார்பாக செயல்படுகிறார் மற்றும் பதிலுக்கு ஒரு கமிஷனைப் பெறுகிறார். தொழில்நுட்ப ரீதியாக ஒரு பயண முகவர் ஒரு ஏஜென்சியின் உரிமையாளர் அல்லது மேலாளர் ஆனால் சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு ஆலோசனை வழங்குவதற்கும் பயணத் தயாரிப்புகளின் பேக்கேஜ் டீர்கள். தனிப்பட்ட பாகங்களை விற்பனை செய்வதற்கும் மற்ற ஊழியர்கள் பொறுப்பாகும்

பயண முகமைகள் தங்கள் வாடிக்கையாளர்களின் பயணத்திட்டத்தை திட்டமிட்டு அவர்களின் பாஸ்போர்ட் விசா போன்றவற்றை எளிதாக்குவதோடு அவர்களின் பயணம் தங்குவது மற்றும் பார்வையிட தேவையான ஏற்பாடுகளைச் செய்வதால் மிக முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன.

முடிவுரை

சுற்றுலா என்பது ஒரு நாட்டின் சமூக, பொருளாதார, கலாச்சார, கல்வி மற்றும் ஆன்மீக வளர்ச்சியில் நேரடித்தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது. அத்தாக்கம் பிறநாடுகளோடு அந்நாடு கொண்டுள்ள தொடர்புகளிலும் பிரதிபலிக்கிறது. சுருங்கக் கூறினால் சுற்றுலாவை பின்வருமாறு விமர்சிக்கலாம்.

1. மனித இன வாழ்க்கைக்கு முழு திருப்தியைக் கொடுக்கிறது.
2. கல்வி வளர்ச்சியில் அதிக பங்கு வகிக்கிறது.
3. பன்னாடுகளிடையே சமத்துவத்தை நிலை நிறுத்துகிறது.
4. ஒவ்வொரு மனிதனுக்கும் சுயமரியாதையையும், தனி அடையாளத்தையும் மதிக்கும் உணர்வைத் தூண்டுகிறது.
5. ஒவ்வொரு நாட்டின் கலாச்சாரத்தாய்மையையும், தேசியப் பழமையையும் அங்கீகரிக்கிறது சுற்றுலா.

1.6 சுற்றுலாவின் வகைகள்

முன்னுரை

பயணம் என்பது தொன்று தொட்டு நடந்து வரும் ஒரு நிகழ்வு. மனிதன் படைக்கப்பட்டதிலிருந்து நடந்தோ அல்லது ஏதேனும் ஒரு

குறிப்பு

வாகனத்திலோ பயணம் செய்து கொண்டிருக்கின்றான். தொழிற்புரட்சியின் விளைவாக போக்குவரத்து வாகனங்கள் முன்னேற்ற மடைந்ததால் பயணம் செய்வோர் எண்ணிக்கை அதிகரித்தது. தற்போது சுற்றுலா என்பது ஒரு பன்னாட்டு விற்பனைப் பொருளாக அங்கீகரிக்கப்பட்டுள்ளது. ஒவ்வொரு நாட்டின் தேசிய சொத்து சுற்றுலா வருமானத்தால் அதிகரிக்கிறது. ஒவ்வொரு நாடும் சுற்றுலா வளர்ச்சித் திட்டங்களில் அதிக கவனம் செலுத்துகின்றது. ஒவ்வொரு மனிதனும் தனக்கு ஏற்றதைத் தேர்ந்தெடுத்துக் கொள்ள வசதியாகப் பல வகை சுற்றுலாக்கள் உள்ளன. பொதுவாக சுற்றுலா என்பது உள்நாட்டு சுற்றுலா, வெளிநாட்டு சுற்றுலா என்று பிரிக்கப்படுகிறது.

உள்நாட்டு சுற்றுலா

ஒரு பயணி தான் வாழும் நாட்டிற்குள்ளாகவே பிரயாணம் செய்தால் அது உள்நாட்டு சுற்றுலாவாகும். உள்நாட்டு சுற்றுலா என்பது எந்தவித சிக்கலும் இல்லாத எளிதான பயணம். இதற்கு பாஸ்போர்ட், விசா மற்றும் அந்நியச் செலாவணி எதுவுமே தேவையில்லை. பயணிக்கு மொழிப்பிரச்சினையும் கிடையாது. இந்தியா இதற்கு விதி விலக்கு. பல மொழிகள் பேசப்படும் நம் நாட்டில் மொழிப்பிரச்சனை உள்ளது. அமெரிக்க ஐக்கிய நாடுகள் உள்நாட்டு சுற்றுலாவிற்கு 50 மைல் வரையிலும், ஆஸ்திரேலியா 25 மைல் வரையிலும் வரையறை செய்துள்ளன.

ஒரு சுற்றுலாப்பயணி எந்தவித சம்பாதிக்கும் நோக்கமும் இல்லாமல், தன்னுடைய இருப்பிடம் விட்டு வேறொர் இடம் சென்று 24 மணி நேரம் அல்லது ஒரு இரவு முழுவதும் ஒரு ஹோட்டலிலோ அல்லது விருந்தினர் விடுதியிலோ தங்கியிருந்து மீண்டும் தன் இருப்பிடம் வந்தால் அது உள்நாட்டு சுற்றுலாவாகும். பயணியின் நோக்கம் ஓய்வுக்காக, விடுமுறையை இன்பமாகக் கழிப்பதற்காக, புனித இடங்களைப் பார்ப்பதற்காக, திருவிழாக்களைக் கண்டு களிப்பதற்காக, கல்வி சம்பந்தப்பட்டதாக, விளையாட்டுகளில் ஆர்வம் காரணமாக - இப்படி காரணம் எது வேண்டுமானாலும் இருக்கலாம். ஆனால் அக்காரணத்திற்காக அவன் செலவு செய்ய வேண்டுமே தவிர அவ்விடம்

சென்று பணம் சம்பாதிக்கக் கூடாது. தற்போது 90மூ மக்கள் உள்நாட்டுப் பயணங்களையே விரும்புகின்றனர்.

சுற்றுலா மேலாண்மை

அ). உள்நாட்டுச் சுற்றுலாவின் தன்மை

உள்நாட்டுச் சுற்றுலாவிற்கான தூரம் இதுகாறும் துல்லியமாக வரையறுக்கப்பட வில்லை. பொதுவாக 25 மைல் தொலைவிலிருந்து 100 மைல் தொலைவு வரை பயணம் செய்தலை உள்நாட்டுச் சுற்றுலா எனலாம். இவ்வரையறை நாட்டிற்கு நாடு வேறுபடுகின்றது. ஆஸ்திரேலியாவில் 25 மைல் பயணம் செய்பவர் உள்நாட்டுச் சுற்றுலாவில் கலந்து கொண்டதாகக் கருதப்படுகிறார். ஆனால் அமெரிக்காவிலோ உள்நாட்டுச் சுற்றுலாவின் குறைந்த அளவு பயண தூரம் 50 மைல்கள்.

பன்னாட்டுச் சுற்றுலா அமைப்பு (ஐரூமுவுமு) உள்நாட்டுச் சுற்றுலா பற்றிக் கீழ்க்காணும் விளக்கத்தைக் கூறுகின்றது.

”ஒரு நபர் தான் வாழும் இடத்தை விட்டு, தன்னாட்டிற்குள்ளேயே வேறு இடத்திற்குப் பயணம் சென்று, எந்தவித பணவருவாயுமின்றி, தாள் தங்குமிடங்களில் 24 மணிநேரம் அல்லது ஒரு இரவு தங்கியிருப்பவர். உள்நாட்டுப் பயணி என அழைக்கப்படுபவார்.

இவ்விளக்கத்தில் பயண தூரத்தைப் பற்றிய குறிப்பு இல்லை. ஆனால் காலத்தைப்பற்றிய குறிப்பு - அதாவது குறைந்தது 24 நேரம் தங்குதல் பற்றிக் குறிப்பிடுகின்றது. எனவே 24 மணி நேரத்திற்குக் குறைவான பயணம் உள்நாட்டுச் சுற்றுலா ஆகாது. உள்நாட்டுச் சுற்றுலாவில் குறைந்த செலவில் பல இயற்கையழகு மிக்க இடங்களையும் கவின்கு நினைவுச் சின்னங்களையும் கண்டு மகிழலாம்.

பன்னாட்டு சுற்றுலா

ஒருவருடைய சொந்த நாட்டை விட்டு வெளிநாடுகளுக்குப் பயணம் செல்வது பன்னாட்டு சுற்றுலா அல்லது வெளிநாட்டு சுற்றுலா எனப்படும். தன்னுடைய நாட்டைக் கடந்து செல்ல கடவுச்சீட்டு(பாஸ்போர்ட்) மற்றும் செல்கின்ற நாட்டில் தங்க விசாவும், அந்த நாட்டில் செல்வு செய்வதற்கு நாணயமாற்றும் தேவைப்படுகின்றன.

குறிப்பு

இவை இல்லாவிடில் அந்நிய நாடுகளுக்குப் பயணம் செய்ய இயலாது. சுற்றுலா என்பது மேலும் பலவிதமாக வகைப்படுத்தப்பட்டுள்ளது.

குறிப்பு

இந்தியா பண்பாட்டுப் பாரம்பரியம் மிக்கது. ஏறத்தாழ 5009 ஆண்டுகட்கு முற்பட்ட வரலாற்றுப் பெருமை கொண்டது. ஆன்மிகத் துறையில் உலகிற்கோர் வழிகாட்டியாகத் திகழ்வது. எனவே இந்தியாவில் கலாச்சார மையங்களுக்குப் பஞ்சமில்லை. நம் நாட்டின் கச்சார மையங்களுள் முக்கியமாகக் கருதத்தக்கவை -

1.அஜந்தா, எல்லோரா, எலிபெண்டா, சித்தன்னவாசல் -முதலான குடைவரைக்கோயில்கள்.

2.நாளந்தா, சாரநாத், கயா, குசி நகரம், காஞ்சிபுரம் - முதலான பௌத்தத் தலங்கள்.

3.கோவா,பாடலிபுத்திரம், ஹம்பி, பாதாமி, கஜுராஹோ, கொனாரக், புவனேசுவரம், சீரங்கம், பூரி, மதுரா, காசி, இராமேசுவரம், மதுரை, தஞ்சாவூர், ஆகரா - முதலான வரலாற்று முக்கியத்துவம் மிக்க பண்பாட்டு மையங்கள் குறிப்பிடத்தக்கவைகளாகும். (பண்பாட்டுச் சுற்றுலா - எனும் தனித் தலைப்பில் விரிவான செய்திகளைக் காணலாம்.)

தனிநபர் சுற்றுலா

சுற்றுலா செல்லும் பயணிகளின் எண்ணிக்கையைப் பொறுத்து தனிநபர் சுற்றுலா என்றும், குழு சுற்றுலா என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. சில பயணிகள் யாருடைய தொல்லையும் இல்லாமல் தனியாகச் சென்று பயண அனுபவங்களைப் பெற விரும்புவர். இப்படிப்பட்ட பயணிகள் எல்லாவிதமான ஏற்பாடுகளையும்-பயணச்சீட்டு பெறுவது, தங்கும் ஏற்பாடுகள் செய்வது, வழிகாட்டியைத் தேர்ந்தெடுப்பது மற்றும் சுற்றிப்பார்க்கத் தேவையான வாகனங்களை ஏற்பாடு செய்வது போன்றவற்றை அவர்களே செய்து கொள்வார்கள். அல்லது பயண ஏற்பாட்டு நிறுவனத்தை நாடி உதவி பெறுவார்கள். இவ்வகையில் சில குறைபாடுகளும் உண்டு. தனிமையில் அதிக அளவு ரசிக்க முடியாது. தான் நினைப்பதை, தன்னுடைய அனுபவங்களைப் பகிர்ந்து கொள்ள முடியாது. பயணத்தின் போது ஏற்படும் பிரச்சினைகளைத் தானே

சமாளிக்க வேண்டும். நம்முடைய மகிழ்ச்சியையும், துக்கத்தையும் பிறருடன் பகிர்ந்து கொள்வது நலம் பயக்கும்.

சுற்றுலா மேலாண்மை

குழுச்சுற்றுலா

குழுச்சுற்றுலா என்பது தற்கால நடப்பு ஆகும். அமெரிக்க ஐக்கிய நாடுகள், கனடா, ஜெர்மனி, ஃபிரான்ஸ், ஜப்பான் போன்ற நாடுகள் குழு சுற்றுலாக்களை மிகவும் ஆதரிக்கின்றன. குறைந்த செலவில் அதிக இடங்களைப் பார்க்க முடியும். குழுவாகப் பயணிக்கும் போது அவர்களிடையே நட்பு, ஒற்றுமை, விட்டுக்கொடுக்கும் மனப்பான்மை, பகிர்ந்து கொள்ளும் மனப்போக்கு உருவாகிறது. பள்ளி மற்றும் கல்லூரி மாணவர்கள், அரசாங்க அலுவலர்கள் போன்றோர் ரயில் மூலமாக குழுச்சுற்றுலாக்கள் மேற்கொள்வதை விரும்புகின்றனர். குழுப்பயணிகளுக்கு ரயில் போக்குவரத்துத் துறை கட்டணச்சலுகை தரத்தயராக உள்ளது. குறைந்த வருவாய் உள்ள மக்கள் குறைந்த செலவில் நீண்ட தூரம் பயணம் செல்ல உதவியாக உள்ளது குழுச்சுற்றுலா.

அண்மைக் காலத்தில் குழுச் சுற்றுலா பலராலும் விரும்பப்படுகிறது. கிழக்கு ஐரோப்பிய நாடுகளில் இது மிகுந்த செல்வாக்குப்பெற்றுள்ளது. தனியார் நிறுவனங்கள் தங்களது தொழிலாளர்களுக்குச்சுற்றுலாச் செல்ல, சம்பளத்துடன் விடுமுறையும் பொருளுதவியும் புரிந்துவருகிறது. தனிநபர் சுற்றுலாவைக்காட்டிலும் குழுச் சுற்றுலா சிரமங்கள் அற்றது மகிழ்ச்சிகரமானது.

சமூக சுற்றுலா

இவ்வகை சுற்றுலா கிழக்கு ஐரோப்பிய நாடுகளில் வளர்ந்து வருகிறது. அரசாங்கமோ அல்லது தொண்டு நிறுவனங்களோ இவ்வகை சுற்றுலாக்களில் பொறுப்பேற்றுக் கொள்கின்றன. அரசாங்க சலுகைகளை குறைந்த வருவாய் உள்ள பயணிகள் பயன்படுத்திக் கொள்கின்றனர். பயணத்திற்கேற்ற இடம், கால அளவு மற்றும் தேதி ஆகியவற்றை அரசாங்கமே தேர்ந்தெடுக்கிறது. இவ்வகைப் பயணம் கடலோரப்பயணம், நகர்ப்புறப்பயணம் மற்றும் கிராமப்புறப் பயணம் என்று இடத்திற்கேற்றவாறு அழைக்கப்படுகிறது. திருவிழாக்கள், கண்காட்சிகள்

குறிப்பு

மற்றும் பொருள் வாங்குதல் போன்றவற்றில் ஆர்வம் உள்ளவர்கள் நகர்ப்புறங்களுக்கும், சுத்தமான காற்று மற்றும் இதமான சூரிய வெளிச்சம் நாடுவோர் கடலோர்பகுதிகளுக்கும், இயற்கை மற்றும் நாட்டுப்புறப்பாடல்கள், நடனங்கள் ஆகியவற்றில் ஆர்வமுள்ளவர்கள் கிராமப்புறங்களுக்கும் பயணிகளாகச் செல்கின்றனர்.

6. கல்விச்சுற்றுலா

அரியனவற்றை பெரியனவற்றை புதியனவற்றைக் காண வேண்டும் தனது அறிவைப் பெருக்கிக் கொள்ள வேண்டும், ஆராய்ச்சி மனப்பான்மையை வளர்த்துக் கொள்ள வேண்டும் - எனும் தூய நோக்கத்துடன் செய்யும் பயணம் கல்விச் சுற்றுலா எனப்படும். அண்மையில் கல்விப்பாடத் திட்டத்தில் சுற்றுலாவும் ஒரு திட்டமாக, பாடமாகச் சேர்க்கப்பட்டுள்ளது. எனவே ஆசிரியர்களும் மாணவர்களும், அறிவியல், புவியியல், கலை - முக்கியத்துவம் பெற்ற இடங்களுக்குச் சுற்றுலா செல்கின்றனர்.

கலை பயிலும் மாணவர்கள் தஞ்சாவூர், மாமல்லபுரம், கிருஷ்ணாபுரம், பேரூர், தாரமங்கலம், தாடிக்கொம்பு, ஹளபீடு, பேலூர், கஜூராஹோ முதலான கலைவளம் மிக்க இடங்களுக்கும், அறிவியல் மாணவர்கள் தும்பா ராக்கெட் ஏவுதளம், கோளரங்கம் (பிளானடோரியம்

முதலான அறிவியல் சோலைகளுக்கும், தாவரவியல் மாணவர்கள், உதகமண்டலம், களக்காடு -முதலான தாவரப்பண்ணைகளுக்கும் - துங்கள் பாடங்களின் தொடர்பான கண்காட்சிகளுக்கும், கருத்தரங்குகளுக்கும் பணிப்பட்டறைகளுக்கும் (றுழசம ளாழிள) செல்லுதல் கல்வியை மேம்படுத்தும். கல்விச் சுற்றுலாவின் மூலம் மாணவர்கள் நேரடிக் கல்விபெறும் வாய்ப்புள்ளது. தனிச் சிறப்புப்படிப்பு, மேல்படிப்பு - ஆகியவை மேற்கொள்ள கல்விச் சுற்றுலாவே தலைசிறந்தது. கீழ்க்காண்பன் வற்றிற்காக மேற்கொள்ளப்படும் பயணங்கள் கல்விச் சுற்றுலாவில் அடங்கும்.

அ. அறிவியல் தொழில்நுட்ப மையங்கள்.

ஆ. புவியியல் முக்கியத்துவம் மிக்க இடங்கள்,

இ. வரலாற்றுச்சின்னங்கள், நினைவுச்சின்னங்கள்.

- ஈ பண்பாட்டு மையங்கள்.
- உ ஆய்வுக் கருத்தரங்குகள், பணிப்பட்டறைகள்.
- ஊ. கலைக் கூடங்கள், அருங்காட்சியகங்கள்.
- ஆவணக் காப்பகங்கள், மேற்பட்டப்படிப்பு, ஆய்வு, தனிச் சிறப்புப்பட்டம்..

குறிப்பு

7. சமூகச் சுற்றுலா

சுற்றுலாவிடற்கான செலவினத்தைத் தாங்கிக்கொள்ள. முடியாதவர்களால் மேற்கொள்ளப்படும் சுற்றுலாவே, சமூகச் சுற்றுலா ஆகும். "சமூகத் தலையீட்டின்று அதாவது அந்நபர் சார்ந்துள்ள சமூக நிறுவனத்தின் உதவியின்றி பயணம் செய்யமுடியாது" எனும் நிலையில் உள்ளவர்களே சமூகச் சுற்றுலாவில் ஈடுபடுவர். சில சமயங்களில் அரசாங்கமே முன்வந்து மக்கள் சுற்றுலா செல்வதற்கான வசதிகளையும், சலுகைகளையும் அளித்து, ஏற்பாடு செய்து தருவதே சமூகத் சுற்றுலாவாகும்.

எனவேதான் ஆண்டிர பாப்ளிமாண்ட் (ANDRA POPLIMONT) என்னும் அறிஞர் "சுற்றுலாவிடற்கான செலவுகளைத்தான் சார்ந்திருக்கும். சமுதாய அமைப்புகளின் ஆதரவனுடனும், அவைகளின் உதவி பெற்றுக் கொண்டும் அமைத்துக் கொள்வதே சமுதாயச் சுற்றுலா" என வரையறுத்துள்ளார். அடுத்து

மூச்சமூகச் சுற்றுலா என்பது குறைந்த வருவாய் உடையவர்கள், முழுவதும் மற்றவர்களின் ஆதரவுடனும், உதவியுடனும்

செல்வதாகும்" என்று W. ஹன்சீகர் சமூகச் சுற்றுலா பற்றிக் கூறியுள்ள கருத்தும் உற்று நோக்கத்தக்கது.

பொதுவாக உடலுழப்பை மட்டுமே நம்பியிருக்கும் குறைந்த வருவாய் பெறும் தொழிலாளர்கள் சுற்றுலா செல்வது சிரமம், எனவே அவர்களிடம் உள்ள சிறு சேமிப்புடன், தல நிறுவனங்களோ, தொழிற்சங்கங்களோ வழங்கும் பணத்தையும் சேர்த்து, சுற்றுலா செல்கின்றனர். பொதுவாக இத்தகைய சுற்றுலா, அத்தொழிலாளர் வாழும் இடத்திற்கு அப்பால் மாற்றுச் சுற்றுப்புறச் சூழல் கொண்ட இருக்கும்.

சம்பளத்துடன் கூடிய விடுமுறை

சுற்றுலா செல்வ விரும்பும் ஏழைத் தொழிலாளர்களுக்கு உதவும் வகையில், பல நாடுகளில் சம்பளத்துடன் கூடிய விடுமுறை உருவாக்கப்பட்டுள்ளது. இதனால் ஏழைத் தொழிலாளியும் சுற்றுலா சென் புத்துணர்ச்சி பெற்று, பணியில் உத்வேகத்துடன் ஈடுபட முடிகிறது.

பலநாடுகள், குறிப்பாக வளர்ச்சியடைந்த நாடுகள் தங்களது தொழிலாளர்கள் சமூகச் சுற்றுலாவை மேற்கொள்ள உதவிகளைச் செய்து வருகின்றன. நம் நாட்டிலும் மத்திய, மாநில அரசுகள் தமது ஊழியர்களுக்கு விடுமுறைப் பயணச் சலுகைகளை (Leave travel Concession) அளித்து, குடும்பத்துடன் குதூகலத்துடன் சென்று வர ஏற்பாடுகள் செய்துள்ளன.

8. தொழில் சுற்றுலா (Business Tourism)

தற்காலத்தில் வணிகர்கள், தொழிலதிபர்கள் தங்களது தொழில், வாணிபம் தொடர்பாக அயல்நாடுகளுக்குப் பல மாநாடுகளில் கலந்து கொள்ளப் பயணம் மேற்கொள்கின்றனர். இம்மாநாடுகளில் தொழில் வல்லுநர்களும் கலந்து கொள்வதால், தொழிலதிபர்கள் பெரிதும் பயனடைகின்றனர். எனவே இவற்றின் முக்கியத்துவம் நாளுக்கு நாள் அதிகரிக்கின்றது. இம்மாநாடுகளால் ஆடம்பர, சொகுசு ஓட்டல்கள் வளர்ந்து வருகின்றன. சில தொழில் நிறுவனங்கள் தங்களது உற்பத்திப் பொருள்களை அதிகம் விற்பனை செய்யும் கடை முதலாளிகளை, அயல்நாடுகளுக்குத் தமது செலவிலேயே அழைத்துச் செல்கின்றனர். எடுத்துக்காட்டாக டி.வி.எஸ். நிறுவனம் தனதுவண்டிகளை டி.வி.எஸ்.50, டி.வி.எஸ். சூப்பர், ஸ்போர்ட்ஸ், டிவிஎஸ் ஈபூகி) அதிகம் விற்கும் விற்பனையாளர்களை அயல்நாட்டுச் சுற்றுலாவிற்கு அழைத்துச் செல்வதைச் சுட்டலாம். விருந்தியடைகின்றன.

9. மருத்துவச் சுற்றுலா (ர்நயடவா வழரசளைஅ)

எங்கும் எதிலும் கலப்படம். தண்ணீர், காற்று, உணவுப்பொருள் .. ஆகிய அனைத்துமே கெட்டுவிட்டன் மாசடைந்து விட்டன. தொழிற்சாலைகளின் புகையும், கரியும் மோட்டார் வண்டிகளின் புகையும் மனிதனுக்குக் கேடு பயக்கின்றன. நகர வாழ்க்கை நகர வாழ்க்கையாக

உள்ளது. சுற்றுப் புறச்சூழல் மாசடைந்து விடுவதால், பலர் இயற்கையான நல்ல காற்று கிடைக்கும் கடற்கரைகளுக்கும், பூங்காக்களுக்கும், அருவிகளுக்கும் செல்ல வேண்டிய தேவை ஏற்படுகின்றது.

சுற்றுப்புறச் சூழல்கள் ஆரோக்கியத்தைப் பாதிப்பதால் பலர் உடல் நலம் கெட்டு, உடல் நலன் பேண சவிட்சர்லாந்து முதலான நாடுகளுக்கும். பயணம் செய்கின்றனர். கடற்கரைகள், வெந்நீர் ஊற்றுக்கள், ஆறுகள், மலைப் பகுதிகள் - ஆகிய இடங்களுக்கு உடல் நலம் பேணச் செல்லுதலே மருத்துவச் சுற்றுலாவாகும். குற்றால அருவியில் விழும் நீரில் பச்சியை சாறு கலந்துள்ளது. இது உடல் நலத்திற்கு நல்லது. எனவே பலர் அங்கு நீராடச் செல்கின்றனர். செல்வர்கள் மத்திய தரைக் கடல், கருங்கடற்கரைய பகுதிகளுக்கும் இதமான ஆல்பஸ் மலைப் பகுதிகளுக்குச் செல்வதும்மருத்துவச் சுற்றுலாவேயாகும்.

10. இன்பச் சுற்றுலா (அல்லது) மகிழ்வுச் சுற்றுலா

சுற்றுலா மக்களுக்கு மகிழ்ச்சியை வழங்குகின்றது இன்ப உணர்வைத் தருகின்றது. பயணியர் பலர் கோடை வெயிலைத் தணிக்க குளு குளு உதகைக்குச் செல்கின்றனர். உள்நாட்டுச் சுற்றுலாவினா பாதிக்குமேல் இன்ப நுகர்ச்சிக்கும் மகிழ்ச்சிக்கும் மட்டுமே சுற்றுகள் செல்கின்றனர். உலகப் புகழ்பெற்ற பாரிஸ், நியூயார்க், சிங்கப்பூர்,ஹாங்காங், டோக்கியோ முதலான நகரங்களில் எழிலார்ந்த நடனம் கேளிகளாக சூதாட்டம், பாப் இசை - ஆகியன இரவும் பகலும் நடைபெறுகின்றன. மகிழ்ச்சியாகப் பொழுது போக்கவே இவர்கள் இவ்விடங்களுக்கு! செல்கின்றனர்.

அண்மைக்கால ஆய்வின்படி அமெரிக்காவில், பன்னாட் சுற்றுலா செல்வோருள் 75 சதவீதமும், உள்நாட்டுச் சுற்றுலா செல்வோருத் 50 சதவீதமும் இன்ப நோக்குப் பயணியரேயாவர் புது மணமகள் தேன்நிலவிற்காகச் செல்வதும் இன்பச் சுற்றுலாவே என்பதுணை.

13. பருவகாலச் (கால நிலை) சுற்றுலா

சுற்றுலாப் பயணியர் தட்ப வெப்பநிலைக்கேற்ப சுற்றுலா. மேற்கொள்வதைப் பருவ காலச் சுற்றுலா அல்லது காலநிலைச் சுற்றுலா என அழைக்கிறோம். குளிர்காலத்தில் வெதுவெதுப்பான கடற்கரைப்

குறிப்பு

பகுதிக்குச் செல்வதும் கோடையில் மலை வாழிடங்களுக்குச் செல்வதும் நலம் பயக்கும்.

நம் பாரதத்திற்கு அக்டோபர் முதல் மார்ச் வரை உள்ள காலக் கட்டத்தில் அயல் நாட்டுப் பயணியரின் வருகை அதிக அளவில் உள்ளது. ஆனால் பருவகாலங்களிலோ மிக மிகக் குறைந்து விடுகிறது. எனவே தான் இந்தியத் தொழில் இணையம் (Confederation of Indian Industry) பருவ காலச் சுற்றுலாவில் நாம் நாட்டம் செலுத்த வேண்டியதன் அவசியத்தை வலியுறுத்துகிறது. உலகச் சுற்றுலாவில் நம் பாரதத்தின் விகிதம் 0.4 சதவிகிதம் தான். இயற்கைக் காட்சி, சுற்றுச் சூழல், இதமான தட்டவெப்ப நிலைஆகியவை நிறைந்த, எளிதில் அடையக் கூடிய பகுதிகளைத் தேர்ந்தெடுத்து சிறப்புப் பருவச் சுற்றுலாத் திட்டத்தை (எரிநடையை ஆழ்மெழுவெ ியஉம யபந) அயல்நாட்டுப் பயணியர்க்கு அறிமுகப்படுத்த வேண்டும். கேரளம், மத்தியப்பிரதேசம், கர்நாடகம், கோவா. ஜம்மு காஷ்மீர். உத்தராஞ்சல், சிக்கிம் இமாசல பிரதேசம், ஒரிஸா ஆகிய மாநிலங்கள் இச்சுற்றுலாவிற்குத் தேர்ந்தெடுக்கப்படலாம்.

12. விடுமுறைச் சுற்றுலா

சனி, ஞாயிறு அன்றாடம் உழைத்துழைத்து அலுத்துப் போன தொழிலாளர்களும் அலுவலர்களும் அலுவலகப் பணியாளர்களும் விடுமுறைகளில் திசம்பர் விடுமுறைகளில், கோடை விடுமுறைகளில் தனியாகவோ குடும்பத்துடனோ வெளியூருக்குச் சென்று பொழுது போக்கிவிட்டு மறுமலாச்சியுடன் வீடு திரும்புவது விடுமுறைச் சுற்றுலாவாகும். மே மாத விடுமுறையில் பலர் வெளி மாநிலங்களுக்கும் டில்லி, ஆக்ரா, ஜெய்ப்பூர், மும்பை, சென்னை - முதலான இடங்களுக்கும் நீண்ட தோர் விடுமுறைச் சுற்றுலாவை மேற்கொள்வதும் உண்டு. (விடுமுறை நாள் சுற்றுலா எனும் தலைப்பில் விரிவான செய்திகள் தரப்பட்டுள்ளன.)

13. விளையாட்டு மற்றும் துணிகரச் செயல் சுற்றுலா

வீரர்கள் விளையாட்டுப் போட்டிகளில் பங்கு கொள்ளவும் / பார்வையாளராகவும் அவை நடைபெறும் இடங்களுக்குச் செல்லுதல்

விளையாட்டுச் சுற்றுலா எனப்படும். பண்டைக்காலத்தில் கிரேக்க வீரர்கள் விளையாட்டுப் போட்டிகளில் கலந்து கொள்ள ஒலிம்பியா சென்றனர். முதல் ஒலிம்பிக் போட்டி கி.மு.776-இல் தொடங்கியது. இதனைத் தொடர்ந்து நான்காண்டுகளுக்கு ஒருமுறை ஒலிம்பிக் விளையாட்டுப் போட்டி நடைபெறும்.

கோல்ப் விளையாட்டு, சீமான்களைப் பெரிதும் கவர்ந்தது. இன்று தேசிய, ஆசிய, பன்னாட்டுப் போட்டிகள் வெரு சிறப்பாக நடைபெறுகின்றன. உலக அளவில் லட்சக் கணக்கானோர் இதனைப் பார்த்து மகிழ்கின்றனர். கி.பி.2000 ஆண்டில் ஆஸ்திரேலியாவில் உள்ள சிட்னியில் ஒலிம்பிக் போட்டிகள் நடைபெற்றன. 2004 இல் ஏதென்சில் இப்போட்டி நடைபெற உள்ளது. இவற்றைக் காணச் செல்வதும் விளையாட்டுச் சுற்றுலாவே.

துணிகரச் செயல்களில் தமது உயிரையும் பணயம் வைத்து அவற்றில் ஈடுபடுவோர் துணிகரச் செயல் சுற்றுலாவில் ஈடுபடுகின்றனர் பண்டைய கிரேக்கத்தில் பல வீரர்கள் சிங்கம், காளை முதலான விலங்குகளை அடக்கும் போட்டிகளிலும் ஈடுபட்டனர். இவற்றை வேடிக்கை பார்க்கவும் ஆயிரக் கணக்கானோர் துணிகரச் சுற்றுலாவில் ஈடுபட்டனர். இன்றும் ஸ்விட்சர்லாந்தில் நடைபெறும் துணிக விளையாட்டுக்களில் பங்கு கொள்ள ∴ அவற்றை வேடிக்கை பார்க்க

ஆண்டுதோறும் ஆயிரக் கணக்கானோர் சுற்றுலா செல்கின்றனர். மலையேறுதலும் துணிகரச் செயலின் பாற்பாடும். நீர்ச்சறுக்கு விளையாட்டுகளிலும் இயந்திரத்தின் உதவியின்றி, இறக்கை கட்டிப் பறத்தல் (றானெ ளாசகபெ) ஆகியவற்றிலும் பலர் ஈடுபடுகின்றனர். இவை அனைத்தும் துணிகரச் சுற்றுலாவே. இதனை அயல்நாட்டுப் பயணியர் அதிகம் விரும்புகின்றனர்.

14. சங்கச் சுற்றுலா

சில நாடுகளில் அரசே பல சலுகைகளை வழங்கி, குறைந்த கட்டணத்தில் சங்கக் குழுக்களைச் சுற்றுலா செல்வதற்கு ஏற்பாடுகளைச் செய்து தருகின்றது. செல்ல வேண்டிய இடம், பார்க்க வேண்டியவை, தங்கவேண்டிய நாட்கள் - ஆகிய அனைத்தையும் அரசே முடிவெடுத்துச் செயல்படுத்துகின்றது. இதனைப் போன்ற சுற்றுலாக்களில்

குறிப்பு

பயணியர்களுக்கு எவ்விதச் சிரமும் இருப்பதில்லை, சோவியத்ருஷ்யா, மற்றும் கிழக்கு ஐரோப்பிய பொதுவுடைமை நாடுகளும் இதுபோன்ற சங்கச் சுற்றுலாக்களை ஏற்பாடு செய்து வருகின்றன.

15. ஈகோ டூரிசம்

அண்மைக் காலத்தில் உலகெங்கிலும் சுற்றுச் சூழல் சுற்றுலா மிக்க செல்வாக்கு பெற்றுள்ளது. கவின்மிகு இயற்கைச் சூழலைக் கொண்டுள்ள மிகக்குறைந்த வருவாய் பெறும் நாடுகள் இச்சுற்றுலாவை முன்னேற்றிப் பெரும் பொருள் சம்பாதிக்கின்றன. சபரிமலை - ஆரியங்காவுப் பகுதிகள், கொடைக்கானல், இமயமலைப் பகுதிகள் ஆகியன ஈகோ சுற்றுலாவிற்குச் சிறந்தவை. இன்று ஈக்வேடார் நாட்டின் அமேசான் பகுதியில் வசிக்கும் குவிச்சுவா இனமக்கள் (Quichua Communities in Ecuadorian Amazan) பலர் விரிவுபடுத்தப்பட்ட வாணிக வேளாண்மைக்குப் பதிலாக ஈகோ சுற்றுலாவை வளர்த்து வருகின்றனர்.

சுற்றுச்சூழல் கெடாதவாறு இச்சுற்றுலா நடைபெறுகிறது. Nature Tourism> Green Tourism> Responsible Tourism> Soft Tourism - எனும் பெயராலும் இது அழைக்கப்படுகிறது. இது மக்கள் சுற்றுலாவிற்கு மாற்றாக அமைந்துள்ளது. இதில் இயற்கைக் காட்சிகளைக்காண்பதில் பயணியர் பெருமகிழ்ச்சியடைகின்றனர்.

16. குளிர்காலச் சுற்றுலா

குளிர்காலத்தில் மேற்கொள்ளப்படுவது குளிகாசுற்றுலாவாகும். இது ஐரோப்பிய நாடுகளில் பெரும் செல்வாக்கும்

17. சுற்றித்திரியும் சுற்றுலா

இதில் கலந்து கொள்ளும் பயணியர் மற்ற சுற்றுலாப் பயணிகளிலிருந்து வேறுபடுவர். இவர்கள் ஒரு இடத்தில் இருந்து மற்றொரு இடத்திற்கு இடைவெளியின்றி விரைவாக பயணம் மேற்கொள்வர். இவர்கள் பயணம் தொடர்ச்சியானதாகவே இருக்கும். இவர்கள் ஐந்து இரவுகளுக்குமேல் தொடர்ந்து ஓர் இடத்தில் தங்குவதில்லை..

18. கடற்கரைச் சுற்றுலா

பன்னாட்டுச் சுற்றுலா பயணியரை மகிழ்விக்கும் முக்கியமான சுற்றுலா மையங்களுள் இயற்கை காட்சிகளுடன் கூடிய இட வரலாற்று சிறப்பு மிக்க பண்பாட்டு மையங்கள், மலை வாழிடங்கள், கடற்கரைகள் விலங்குகள் - பறவைகள், சரணாலயங்கள் முதலியவை அடங்கும். இவற்றுள் கடற்கரை தலங்களில் பயணியரைக் கவரும். வகையில் இதமான காலநிலையும் வீரதீர செயல்களுக்கு ஏற்ற நீர் விளையாட்டுகளும் இடம்பெறுகின்றன. சுத்தமான காற்றும் சூரிய ஒளியும் அங்கு கிடைக்கின்றன. எனவே தான் சுற்றுலா பயணியன் பண் மத்தியக் தரைக்கடல் பகுதிகளில் உள்ள கடற்கரைக்குச் சென்று மகிழ்கின்றனர். அங்கு அவர்கள் இன்பப் பொழுதுபோக்கதக்க குடியிருப்புகளும் உள்ளன. உலகளவில் புகழ்பெற்ற கடற்கரை வாசஸ்தலங்களுள் அமெரிக்காவின் மெக்சிகன் கடற்கரை கலிபோர்னியா ப்ளோரிடா, ஹவாய் தீவுகள், மயாமி கடற்கரை (Miami beach) மத்திய தரைக்கடல் பகுதியில் உள்ள மான் டி கார்லோ (Monte Carlo) நைஸ் (ஹேஉந) கேன்ஸ் (Cannes) போன்ற கடற்கரை மையங்களும் சிரியாவில் உள்ள தர்தூஸ், லடாக்கிய கடற்கரைகளும் ஐப்பானில் உள்ள செயற்கை கடற்கரை முதலானவையும் குறிப்பிடத்தக்கனாவும். இவற்றைப் போன்று இந்தியாவிலும் பன்னாட்டுப் பயணியரை ஈர்க்கும் கவின்மிகு கடற்கரைகள் உள்ளன.

அவற்றுள் சிலவற்றைப் பற்றி மட்டும் கீழே காண்போம். சுற்றுலாப் பயண வசதிகளை மேம்படுத்தி இந்திய கடற்கரை பகுதியை ஒரு ஒப்பற்ற சுற்றுலாத்தலமாக மாற்றுவதை நோக்கமாகக் கொண்ட இந்திய கடற்பகுதி சுற்றுலா நிறுவனம் (Indian Ocean Tourist Organization IOTO) 1395 - இல் நிறுவப்பட்டுள்ளது. இந்தியக் கடற்கரைப்பகுதியில் சுற்றுலாப் போக்குவரத்து சேவைகளை விரிவுபடுத்தி மேம்பாடு அடையச் செய்வது இதன் பணியாகும்.

23. வின்வெளிச்சுற்றுலா

அண்மைக்காலத்தில் அறிமுகமான வின்வெளிச் சுற்றுண கோடீஸ்வரர்களுக்கான அதி ஆடம்பரச் சுற்றுலா. இதனை அறிமுகப்படுத்திய பெருமை ரஷ்யாவைச் சாரும். அமெரிக்காவின்

சுற்றுலா மேலாண்மை

குறிப்பு

நாசாவுக்கு (ஹீஸ்டன் அருகே) இணையான ரஷ்யாவின் வான் வெளி மையம், வின்வெளியில் உள்ள தன்னாட்டு மையத்திற்குச் சுற்றுலாப் பயணியரை அழைத்துச் செல்கிறது. அமெரிக்கக் கோடீஸ்வரர் டென்னிஸ் டிடோ என்பார் இதில் முதலில் பயணம் செய்தார். பல கோடீஸ்வரர்கள் ரஷ்யாவின் வின்வெளி ஆய்வு நிலையச் சுற்றுலாவில் பயணிக்கத் தம் பெயரைப் மூபதிவு செய்துள்ளனர். அமெரிக்காவும் வின்வெளிச் சுற்றுலாவிற்கு, ஏற்பாடுகள் செய்துள்ளது. இதனால் சுற்றுலாவிற்குப் புதியதோர் பரிமாணம் கிடைத்துள்ளது.

காலநிலை, எல்லை. நோக்கம் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் மேற்கூறப்பட்ட பிரிவுகள் பகுக்கப்பட்டுள்ளன

1.7 சுற்றுலாவின் வடிவங்கள்

சுற்றுலா வருகைகளின் வெவ்வேறு நோக்கங்கள் உள்ளன. சுற்றுலா வருகை நோக்கத்தின் அடிப்படையில் பின்வருமாறு வகைப்படுத்தப் பட்டுள்ளது

ஓய்வு சுற்றுலா

சுற்றுலாப் பயணிகள் தட்பவெப்ப நிலை மற்றும் இடத்தின் மாற்றத்தை அனுபவிக்கவும், புதிதாக ஒன்றைக் கற்றுக்கொள்ளவும், இனிமையான இயற்கைக்காட்சிகளை அனுபவிக்கவும் அல்லது ஒரு இடத்தின் கலாச்சாரத்தைப் பற்றி மேலும் அறியவும் பயணிக்கலாம். அன்றாட வாழ்க்கையின் மன அழுத்தத்திலிருந்து விடுபட விரும்பும் சுற்றுலாப் பயணிகள், தங்கள் விடுமுறையை ஓய்வெடுக்கவும் ஓய்வெடுக்கவும் அர்ப்பணிக்கிறார்கள், தங்களைப் புதுப்பித்துக் கொள்கிறார்கள். இப்போதெல்லாம் சுற்றுலாப்பயணிகள் பொழுதுபோக்கிற்காக பல்வேறு சாகச விளையாட்டு நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்கின்றனர் மற்றும் கடினமாக உழைத்த பிறகு தங்களை புதுப்பித்துக் கொள்கின்றனர்.

கலாச்சார சுற்றுலா

இது பாரம்பரிய சுற்றுலா என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. வெளிநாட்டு நிலங்கள் மற்றும் அவர்களின் கலாச்சாரங்கள் பற்றி அறிய மக்கள் ஆர்வமாக உள்ளனர். சுற்றுலாப் பயணிகளை ஒரு இடத்திற்கு ஈர்க்கும் மிக முக்கியமான காரணிகள் கலாச்சாரம்.

கலாச்சார சுற்றுலா நுண்ணறிவை வழங்குகிறது. தொலைதூர நில மக்களின் வாழ்க்கை முறை, உடை, நகை, நடனம், இசை, கட்டிடக்கலை, பழக்கவழக்கங்கள் மற்றும் மரபுகள், திருவிழாக்கள் மற்றும் திருவிழாக்கள், மதங்கள், சமையல் முறை பற்றி அறிய முடிகிறது.

குடும்ப சுற்றுலா

குடும்பச் சுற்றுலா என்பது குடும்ப உறுப்பினர்கள் பல்வேறு வகையான சுற்றுலா நடவடிக்கைகளில் அவர்கள் பங்கேற்பதை உள்ளடக்கியது. தனிப்பட்ட காரணங்களுக்காக ஒருவரின் உறவினர்கள் மற்றும் நண்பர்களைப் பார்ப்பது இதில் அடங்கும். இந்தியாவில் பலர் தங்கள் நண்பர்கள் மற்றும் உறவினர்களைப் பார்க்க பயணம் செய்கிறார்கள். நண்பர்கள் அல்லது உறவினர்களைப் பார்க்கும்போது, நகரத்திலும் அதைச் சுற்றியுள்ள சுற்றுலாப் பயணிகளையும் மக்கள் பார்வையிடுகின்றனர்.

சுகாதார சுற்றுலா

சுகாதார சுற்றுலா மருத்துவ சுற்றுலா என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. மக்கள் தங்கள் ஆரோக்கியத்தையும் சகிப்புத்தன்மையையும் மேம்படுத்த பல நூற்றாண்டுகளாக பயணம் செய்து வருகின்றனர். இன்று, பலர் மருத்துவ சிகிச்சை மற்றும் கவனிப்பைத் தேடி, தொலைதூர நாடுகளில் உள்ள இடங்கள் அல்லது சுகாதார வசதிகளுக்கு அதிக தூரம் பயணிக்கின்றனர். மருத்துவ சுற்றுலா என்பது சமீப காலமாக பிரபலமடைந்து வரும் ஒரு பழமையான கருத்தாகும். பல வளரும் நாடுகள் குறைந்த விலை நன்மைகளைப் பயன்படுத்தி சூடான மருத்துவ சுற்றுலா இடங்களாக உருவாகி வருகின்றன. பல மருத்துவமனைகளில் ரிசார்ட்ஸ் வசதிகள் உட்பட பிரத்யேகமாக வடிவமைக்கப்பட்ட தொகுப்புகள் உள்ளன. இவ்வாறு சுகாதார சுற்றுலா பின்வரும் ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட அம்சங்களை உள்ளடக்கியது-

சுற்றுலா மேலாண்மை

குறிப்பு

காலநிலை மாற்றம்

மாற்று சிகிச்சை- ஆயுர்வேத சிகிச்சை, சூடான கந்தக நீருற்றுகள், இயற்கை மருத்துவம் மற்றும் வாழும் கலை மருத்துவ சிகிச்சை

விளையாட்டு சுற்றுலா

விளையாட்டு சுற்றுலா என்பது ஒரு விளையாட்டு நிகழ்வைப் பார்ப்பது அல்லது பங்கேற்பது போன்ற பயணத்தைக் குறிக்கிறது. விளையாட்டு சுற்றுலா என்பது உலகளாவிய பயணத் துறையில் வேகமாக வளர்ந்து வரும் துறையாகும். விளையாட்டு சுற்றுலா என்பது ஒரு போட்டி விளையாட்டு நிகழ்வில் பங்கேற்க பயணிக்கும் நபர்களைக் குறிக்கிறது. பொதுவாக இந்த வகையான நிகழ்வுகள் பார்வையாளர்களை ஒலிம்பிக் விளையாட்டுக்கள், .'.பி.'.பா உலகக் கோப்பை போன்ற நிகழ்வுகளை பார்வையிட ஈர்க்கும் உந்துசக்திகளாகும். விளையாட்டு சுற்றுலா சாகசமாகவும் இருக்கலாம். சாகச விளையாட்டு சுற்றுலா என்பது சாகச சுற்றுலா என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. சாகச விளையாட்டு சுற்றுலா மிகவும் சவாலானது, ஏனெனில் இது சுற்றுலாப் பயணிகளை குறைவாக அடிக்கடி பார்வையிடும் மற்றும் எளிதில் அணுக முடியாத பகுதிகளுக்கு அழைத்துச் செல்கிறது.

1.8 சுற்றுலா வரலாறு

சுற்றுலா, பொழுதுபோக்கு, தளர்வு மற்றும் இன்பம் ஆகியவற்றைத் தேடி வீட்டிலிருந்து நேரத்தை செலவழிக்கும் செயல் மற்றும் செயல்முறை, வணிக சேவைகளை வழங்குவதன் மூலம். சுற்றுலா என்பது 17 ஆம் நூற்றாண்டில் மேற்கு ஐரோப்பாவில் தொடங்கி நவீன சமூக ஏற்பாடுகளின் ஒரு விளைபொருளாகும், இருப்பினும் இது பாரம்பரிய பழங்காலத்தில் முன்னோடிகளைக் கொண்டுள்ளது.

சுற்றுலாவின் தோற்றம்

21 ஆம் நூற்றாண்டின் முற்பகுதியில், சர்வதேச சுற்றுலா உலகின் மிக முக்கியமான பொருளாதார நடவடிக்கைகளில் ஒன்றாக

குறிப்பு

மாறியது, மேலும் அதன் தாக்கம் ஆர்க்டிக் முதல் அண்டார்டிகா வரை அதிக அளவில் வெளிப்பட்டு வந்தது. எனவே சுற்றுலாவின் வரலாறு மிகுந்த ஆர்வமும் முக்கியத்துவமும் கொண்டது. 18 ஆம் நூற்றாண்டின் இறுதியில் சுற்றுலா என்ற வார்த்தை உருவாவதற்கு முன்பே அந்த வரலாறு தொடங்குகிறது. மேற்கத்திய பாரம்பரியத்தில், உள்கட்டமைப்பு, பார்வையிடுதல் மற்றும் அத்தியாவசிய இடங்கள் மற்றும் அனுபவங்களுக்கு முக்கியத்துவம் அளித்தல் ஆகியவற்றுடன் ஏற்பாடு செய்யப்பட்ட பயணம் பண்டைய கிரேக்கத்திலும் ரோமிலும் காணப்படுகிறது, இது "பாரம்பரிய சுற்றுலா" (கொண்டாட்டம் மற்றும் பாராட்டு ஆகியவற்றை இலக்காகக் கொண்டது) அங்கீகரிக்கப்பட்ட கலாச்சார முக்கியத்துவம் வாய்ந்த வரலாற்று தளங்கள்) மற்றும் கடற்கரை ஓய்வு விடுதிகள். உலகின் ஏழு அதிசயங்கள் கிரேக்கர்கள் மற்றும் ரோமானியர்களின் சுற்றுலா தளங்களாக மாறியது.

இரண்டாம் உலகப் போருக்குப் பிறகு, அரசாங்கங்கள் சுற்றுலாவை ஒரு கண்ணுக்குத் தெரியாத இறக்குமதியாகவும், இராஜதந்திரத்தின் ஒரு கருவியாகவும் ஆர்வம் காட்டின, ஆனால் இதற்கு முன்னர் சர்வதேச பயண முகமைகள் சுற்றுலாப் பயணங்களின் சிக்கல்களைத் தளர்த்துவதில் முன்னணி வகித்தன. இந்த ஏஜென்சிகளில் மிகவும் பிரபலமானது பிரிட்டனின் தாமஸ் குக் மற்றும் சன் அமைப்பாகும், அதன் செயல்பாடுகள் 19 ஆம் நூற்றாண்டின் பிற்பகுதியில் உலகம் முழுவதும் ஐரோப்பா மற்றும் மத்திய கிழக்கு நாடுகளில் இருந்து பரவியது. மற்ற நிறுவனங்கள் (பிரிட்டிஷ் சுற்றுலா அமைப்பாளர்கள் .:ப்ரேம்ஸ் மற்றும் ஹென்றி கேஸ் அண்ட் சன்ஸ் உட்பட) வகித்த பங்கு 21 ஆம் நூற்றாண்டின் பார்வையாளர்களுக்கு குறைவாகவே தெரியும், ஏனெனில் இந்த ஏஜென்சிகள் தங்கள் பதிவுகளைப் பாதுகாக்கவில்லை, ஆனால் அவை சமமாக முக்கியமானவை. கப்பல் கோடுகள் 19 ஆம் நூற்றாண்டின் பிற்பகுதியிலிருந்து சர்வதேச சுற்றுலாவை ஊக்குவித்தன. நோர்வே .:ப்ஜோர்ட்ஸ் முதல் கரீபியன் வரை, முதல் உலகப் போருக்கு முன்பே இன்பக் கப்பல் ஒரு தனித்துவமான சுற்றுலா அனுபவமாக மாறியது, மேலும் 1920கள் மற்றும் 30 களில் அட்லாண்டிக் நாடுகடந்த நிறுவனங்கள் நடுத்தர வர்க்க சுற்றுலாவிற்கு போட்டியிட்டன. உலகப்

குறிப்பு

போர்களுக்கு இடையில், வசதியான அமெரிக்கர்கள் கரீபியன் மற்றும் லத்தீன் அமெரிக்காவில் உள்ள பல்வேறு இடங்களுக்கு விமானம் மற்றும் கடல் வழியாக பயணம் செய்தனர்.

சுற்றுலாவின் வரலாறு பெரும்பாலும் போக்குவரத்தில் தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்களுக்கு காரணமாக இருக்கலாம். அதிக சாலைகள் கட்டப்பட்டால், அதிகமான இடங்களுக்கு மக்கள் ஓட்ட முடியும். அதிக விமான நிலையங்கள் திறந்தால், மக்கள் அதிக இடங்களுக்கு பறக்க முடியும்.

சுற்றுலாவின் வரலாறு உலகளாவிய பொருளாதார, சமூக மற்றும் அரசியல் கண்ணோட்டத்துடன் நெருக்கமாக தொடர்புடையது. எடுத்துக்காட்டாக, அதிக பணம் இல்லாத ஒருவரை விட, நிறைய பணம் உள்ள ஒருவர் விடுமுறைக்காக எங்காவது செல்வதற்கான வாய்ப்புகள் அதிகம். அதேபோல், பல சுற்றுலாப் பயணிகள் அரசியல் ஸ்திரமின்மையால் பாதிக்கப்பட்டுள்ள இடத்திற்குச் செல்ல வாய்ப்பில்லை.

1.8 பண்டைய காலத்தில் சுற்றுலா

வரலாற்றுக்கு முந்திய காலத்திலிருந்தே மனிதன் ஓரிடத்திலிருந்து இன்னொரு இடத்திற்குச் சென்று வந்துள்ளான். ஏதேன் தோட்டத்திலிருந்து வெளியேற்றப்பட்ட ஆதாமும் ஏவாளும் தங்கும் இடம் நாடி அலைந்தனர், அவர்களையே வரலாற்றில் முதல் பயணிகளாக நாம் கருதலாம். அதிமனிதர்கள் உணவு மற்றும் இருப்பிடம் தேடி ஒரு இடத்திலிருந்து மற்றொரு இடத்திற்கு நகர ஆரம்பித்தார்கள். அப்போதே பயணம் செய்வது என்பது மனிதர்களுக்கு சந்தோஷத்தை அளித்தது. ஆனால் மனிதர்கள் தங்களையும் அறியாமல். எந்தக் குறிக்கோளும் இல்லாமல் பல இடங்களுக்கு அலைந்தார்கள். அப்போது வெளியிடங்களுக்குப் பயணம் மேற்கொள்வது மிகவும் கஷ்டமான ஒன்றாக இருந்தது.

பினிஷியர்கள்தான் (ரீழநடைஉயைளெ) முதல் முதலில் தற்கால முறையில் சுற்றுப்பயணத்தை மேற்கொண்டதுடன் வாணிகமும் செய்து வந்தனர். வியாபாரத்திலும். வாணிபத்தில் பணத்தை முதன்முதலாக உபயோகித்தவர்கள் இந்த பினிஷியர்களே ஆவர். இது கி.மு.முவாயிரம்

ஆண்டுகளுக்கு முன் உள்ள வளர்ச்சியாகும். இதுவே பயனத்தின் வளர்ச்சியையும் அமைப்பையும் ஒழுங்கு படுத்தியது. பண்டைக்காலத்தில் இந்தியாவிற்கும். சீனாவிற்கும் பயணங்கள் மேற்கொள்ளப்பட்டதின் அடிப்படைக் காரணம் வியாபாரமும் வாணிபமுமே யாகும். இந்தியாவும் சீனாவும் செல்வச் செழிப்பான நாடாக விளங்கியதால் இந்த நாடுகளில் வியாபாரம் செழித்தோங்கியது.

பிற்காலத்தில் பயணம் செய்வோரின் நோக்கம் மாறுபட ஆரம்பித்தது. புதிய நிலப்பரப்புகளை காணவேண்டும். நீண்டதுரங்களிலுள்ள நிலப்பகுதிகளைப் பற்றி அறிந்துணர வேண்டும் என்ற ஆசையணிகளிடையே ஏற்பட்டது. மேலும் துணிகரச் செயல்கள் செய்யவேண்டும் என்ற வேட்கையும் பயணம் மேற்கொள்ள மற்றொருகாரணமாக அமைந்தது. இறைவனின் அருளைப்பெறும் நோக்கத்துடன் புனிதப்பயணமும் மேற்கொண்டனர்.

இந்தியாவில் பண்டைக்காலப் பயணம்:

பண்டைக் காலத்திலிருந்தே இந்தியா சுற்றுலாவிற்குரிய நாடாகக் கருதப் பட்டது. பழங்காலத்தில் இந்தியாவைச் சுற்றிப்பார்க்கவும். அதிர்ஷ்டத்தைப் தேடியும். வாணிகம் செய்யவும் பிற நாட்டினர் இந்தியாவிற்கு வந்தனர். இந்தியா ஒரு செல்வம் மிகுந்த நாடாகக் கருதப்பட்டதால் அலக்சாந்தர் போன்ற மாவீரர்கள் இந்தியாவிற்குப் படையெடுத்து வந்தனர். அராபியர்களும் ஐரோப்பியர்களும் இந்தியாவில் வணிகச் சந்தைகளை வந்தனர். இந்திய வரலாற்றில் புத்தர் பயணத்தின் முக்கியத்துவத்தை உணர்த்துவவராகக் காணப்பட்டார். அவர் ஞானம் பெற்றபிறகு பல இடங்களுக்கும் நேரடியாகச் சென்று தனது கொள்கைகளை மக்களுக்கு எடுத்துரைத்தார். புத்தமதத்தவரால் தங்குமிடம். புத்த மத சங்கம், தர்மசாலைகள் போன்றவைகள் ஏற்பட்டன.

அசோகர் பயணிகளின் நலன்களுக்காக புத்தவிகாரங்களைக் கட்டினார். குகைக் கோவில்களை ஏற்படுத்தினார். பண்டைக்கால இந்தியர்கள் கால்நடையாகவும், மாட்டுவண்டிகள் மூலமாகவும் பயணம் செய்தனர். இந்தியாவிற்கு வெளிநாட்டிலிருந்து வந்த பயணிகளில் குறிப்பிடத்தக்கவர் கி.பி.முதலாம் நூற்றாண்டில் கிறிஸ்தவமதக் கொள்கைகளைப் பரப்புவதற்காக வந்த ஏசுகிறிஸ்து வின் சீடரான

குறிப்பு

புனிததாமஸ் என்பவராவார். அதன் பிறகு கி.பி.ஏழாம் நூற்றாண்டில் வந்த சீனயாத்திரிகர் யுவான்சுவாங் குறிப்பிடத்தக்கவர் ஆவார்.

சுற்றுலாவின் வரலாறு முக்கியமாக மறைமுக ஆதாரங்கள் மூலம் வளர்ந்தது ஆரம்ப காலம். இந்தியாவில், விவசாயம் மிகுதியாக இருந்த ஆரம்ப நாட்களில், ஏற்றுமதி பணப்பயிர்கள் ஒரு முக்கியமான வர்த்தக இணைப்பை உருவாக்கியது. இரும்பு தாது உற்பத்தி ஆயுதங்களுக்கான எஃகு என்பது பிற்கால வேதியர்களால் வர்த்தகத்தின் மற்றொரு முக்கியமான பொருளாகும் காலம். கருவிகள் மற்றும் ஜவுளிகள் மற்ற புகழ்பெற்ற இந்திய தயாரிப்புகள். சமகால கிரேக்க மற்றும் ஹீப்ரு அறிஞர்கள் இந்தியாவின் அதிசயத்தை குறிப்பிட்டுள்ளனர் . அர்த்தசாஸ்திரம் வணிகர்களுக்கு வழங்கப்படும் பாதுகாப்பையும் அவர்களின் உயர்வையும் பிரதிபலிக்கிறது

இந்திய சமூகத்தில் அந்தஸ்து. பொருட்களுக்கான காப்பீடு மற்றும் பாதுகாப்பான பத்தியில், கட்டுப்பாடுவிலைகள், எடைகள் மற்றும் அளவுகள் மற்றும் தங்கம், வெள்ளி மற்றும் செம்பு ஆகியவற்றின் பயன்பாடு பரிவர்த்தனை விகிதங்கள் நன்கு வளர்ந்த வர்த்தகம் மற்றும் பயண முறையையும் குறிக்கின்றன.

அலகு-2

இடைக்காலத்தில் சுற்றுலா

2.1 இடைக்காலத்தில் சுற்றுலா

2.1.1 சமயப் பயணங்கள்: (கிறிஸ்தவம்; இஸ்லாம்)

2.1.2 புரட்சியும் சுற்றுலா வளர்ச்சியும்:

2.1.3 தொழில் புரட்சிக்குப்பின் (ஆண்டு விடுமுறை)

2.2 உலக சுற்றுலா நிறுவனம்

2.2.1 உலக சுற்றுலா நிறுவனம் (WTO)

2.2.2 பஸிபிக் பிராந்திய பயணக்கூட்டமைப்பு (PATA)

2.2.3 சர்வதேச விமானப் போக்குவரத்துக்கழகம்(IATA)

2.2.4 பசிபிக் ஆசியா பயண அமைப்பு (PATA)

2.2.5 பன்னாட்டு வானூர்திக் கழகம்

2.2.6 பிரிட்டிஷ் சுற்றுலாக் கழகம்

2.3 நவீன சுற்றுலா

2.3.1 முதல் உலகப்போரும் சுற்றுலாவும்:

2.3.2 முதல் உலகப்போருக்குப்பின்:

2.3.3 இரண்டாம் உலகப் போருக்குப் பின் சுற்றுலா:

2.3.4 சுற்றுலாவின் சமுதாய முக்கியத்துவம்

2.3.5 சுற்றுலாவின் பொருளாதர முக்கியத்துவம்

(ECONOMIC SIGNIFICANCE OF TOURISM)

2.3.6 போக்குவரத்து

2.1 இடைக்காலத்தில் சுற்றுலா

கி.பி.ஐந்தாம் நூற்றாண்டில் ரோமானியப் பேரரசு வீழ்ச்சியடைந்ததிலிருந்து மறுமலர்ச்சிக்காலம் வரையுள்ள காலம் ஐரோப்பாவில் இடைக்காலம் என்று அழைக்கப்படுகிறது. இடைக்காலமானது சுற்றுலாவிற்கு உகந்த காலமாக இல்லை. எல்லா ஐரோப்பிய நாடுகளும் திருச்சபை அதிகாரத்திற்கு உட்பட்டே இயங்கி வந்தன. இதனால் புதிய சிந்தனைகள், புதிய வழிகள், புதிய போக்குவரத்து வளர்ச்சி ஆகியவை இடைக்காலத்தில் ஏற்படவில்லை.

இடைக்காலம் முழுவதும் (கி.பி. 5-14 ஆம் நூற்றாண்டுகள்) பயணம் - மற்றும் நீட்டிப்பு சுற்றுலா மூலம் - மிகவும் அதிகமாக இல்லை. ரோமானியப் பேரரசின் வீழ்ச்சிக்குப் பிறகு இது ஆபத்தானது. தேசங்களிடையே ஒரு பொதுவான தன்மை இருந்தபோதிலும். நிலப்பிரபுத்துவ அமைப்பால் இப்போது தன்னாட்சி பகுதிகள் இருந்தன. போக்குவரத்து துண்டாடப்பட்டது மொழியும் நாணயமும் அப்படித்தான். இது இருந்ததை விட வேறு எங்காவது பயணம் செய்வது மிகவும் கடினமாக்கியது.

சுற்றுலாவின் வரலாறு பெரும்பாலும் போக்குவரத்தில் தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்களுக்கு காரணமாக இருக்கலாம். அதிகமான சாலைகள் அமைக்கப்பட்டால், மக்கள் அதிக இடங்களை ஓட்ட முடியும்.

குறிப்பு

அதிக விமான நிலையங்கள் திறந்தால், மக்கள் அதிக இடங்களுக்கு பறக்க முடியும்.

சுற்றுலாவின் வரலாறு உலகளாவிய பொருளாதார, சமூக மற்றும் அரசியல் கண்ணோட்டத்துடன் நெருங்கிய தொடர்புடையது. அதிக பணம் இல்லாத ஒருவர் விடுமுறையில் எங்காவது பயணம் செய்ய அதிக பணம் இல்லாத ஒருவரை விட அதிக வாய்ப்புள்ளது. அதேபோல். பல சுற்றுலா பயணிகள் அரசியல் ஸ்திரமின்மையால் அவதிப்படும் ஒரு இடத்திற்கு பயணிக்க வாய்ப்பில்லை.

மக்கள் பயணம் செய்தபோது. அது ஓய்வுக்காக அல்ல. ரோமன் கத்தோலிக்க திருச்சபை அதிகாரம் பெற்றவுடன். கி.பி 1096 மற்றும் 1291 க்கு இடையில் புனித பூமியை மீட்டெடுக்கும் முயற்சியில் ஒன்பது சிலுவைப் போர்கள் நடந்தன. ஆனால் அவர்கள் அனைவரும் தோல்வியடைந்தனர். மேலும் மக்கள் தங்கள் சொந்த இடத்திற்கு வெளியே உலகைப் பார்க்கும் விருப்பத்தை விட்டுச் சென்றனர். மக்கள் பல்வேறு நாகரிகங்களை அனுபவிக்க ஆர்வமாக இருந்தனர்.

மார்கோ போலோ போன்ற வணிகர்கள் - தோல்வியுற்ற சிலுவைப் போர்களுக்குப் பிறகு வெகுதூரம் பயணிக்கத் தொடங்கினர். குறிப்பாக போலோவின் பயணங்கள் (கி.பி. 1295-1295) அறிவிக்கப்பட்டன. மேலும் மக்கள் மீண்டும் பயணம் செய்வதில் அதிக ஆர்வம் காட்டத் தொடங்கினர்.

அதனால் பயணம் மீண்டும் பிறந்தது. மறுமலர்ச்சியின் போது (கி.பி. 14-16 ஆம் நூற்றாண்டுகள்) மேலும் வணிகர்கள் மேலும் தொலைதூரத்திற்கு பயணம் செய்தனர். இதற்கு முன்பு அவர்கள் செய்ததை விட தேவாலயம் மற்றும் ராயல்டி பெரிய புவியியல் பகுதிகளைக் கட்டுப்படுத்துவதால் இது ஒரு பகுதியாக இருந்தது. வர்த்தகப் பாதைகளும் மீண்டும் திறக்கத் தொடங்கின. வணிக நடவடிக்கைகள் வளர்ந்தன, மக்கள் தங்கள் சொந்த நகரங்கள் மற்றும் பிரதேசங்களை விட்டு வெளியேறத் தொடர்ந்தனர்.

2.1.1 சமயப் பயணங்கள்: (கிறிஸ்தவம்; இஸ்லாம்)

இடைக்காலத்தில் ஒரே ஒரு காரணத்திற்காக மட்டுமே பயணங்கள் மேற்கொள்ளப்பட்டன. புனித இடங்களுக்குச் சென்று வர வேண்டும்.

என்பதுவும். புகழ்மிக்க திருச்சபைகளைக் காணவேண்டும் என்ற நோக்கமுமே பயணத்தை ஊக்குவித்தன. அதாவது புனித இடங்களுக்குச் செல்லும் பயணமே அதிகமாக இருந்தது.

ஐரோப்பிய நாடுகளில் கிறிஸ்தவ மதம் பரவியதால் அங்கிருந்த மக்கள் கிறிஸ்தவ மதத்தின் புனித ஸ்தலங்களாக பாலஸ்தீனத்திலுள்ள பெத்லகேம், ஜெருசலேம் போன்ற புண்ணிய நகரங்களைக் கண்டு தரிசிக்க பயணங்களை மேற்கொண்டனர். கிறிஸ்தவ புண்ணிய ஸ்தலங்களை துருக்கியரின் பிடியிலிருந்து மீட்க ஐரோப்பிய கிறிஸ்தவ வீரர்கள் பாலஸ்தீனம் வந்து போரிட்டதை சிலுவைப் போர்கள் மூலம் அறிகிறோம். இந்த சிலுவை போர் கிறிஸ்தவ மதம் ஐரோப்பா மற்றும் அமெரிக்க நாடுகளில் பரவுவதற்குக் காரணமாக அமைந்தது. அதே நேரத்தில் மேற்கத்திய கிழக்கத்தியக் கலாச்சாரங்கள் சந்திக்கவும் ஒரு வாய்ப்பு ஏற்பட்டது.

இடைக்காலத்தில் பயணங்கள் பெரும்பாலும் கான்டர்பரி முதலான புனிதத்தலங்களைத் தரிசிக்கவும், போர் செய்யவுமே மேற்கொள்ளப்பட்டது. மத்தியகால அறப்பயணங்கள் எவ்வாறு நடைபெற்றன என்பதை சாசரின் 'கான்டர்பரிக் கதைகள் விவரிக்கின்றன.

இடைக்காலத்தில் தோன்றிய இஸ்லாமிய சமயம் பல நாடுகளில் பரவியது. முகமது நபியின் கோட்பாடுகளில் நம்பிக்கை கொண்ட இஸ்லாமிய மக்கள் தங்கள் வாழ்நாளில் ஒரு முறையாவது மெக்கா என்ற புனித நகரம் சென்று வர ஆவல் கொண்டனர். இதனை ஹஜ் (ர்யத) அல்லது புனிதப் பயணம் என்கிறனர். இஸ்லாமிய அரசர்கள் இஸ்லாமிய மக்களுக்கு ஹஜ் பயணத்திற்கான ஏற்பாடு செய்து கொடுத்தனர். இவ்வாறு மெக்காவை நோக்கி வருடா வருடம் இஸ்லாமியர்கள் புனிதப் பயணம் மேற்கொண்டனர்.

2.1.2 புரட்சியும் சுற்றுலா வளர்ச்சியும்:

தற்கால சுற்றுலா இயக்கம் மேற்கு ஐரோப்பாவிலும், வடஅமெரிக்காவிலும் ஏற்பட்ட தொழில் பெருக்கத்தால் தோன்றியதாகும். கி.பி.1855-ல் பிறகு இந்த சுற்றுலா இயக்கம் வேர்விட்டு வளரத் தொடங்கியது. தொழிற்புரட்சி முதலில் இங்கிலாந்தில் தோன்றி பிறகு

குறிப்பு

ஐரோப்பிய நாடுகளுக்குப் பரவியது. தொழிற்புரட்சிக்கு முன் அறிவை வளர்க்கவும், வாணிகம் செய்யவும், புனிதப் பயணம் மேற்கொள்ளவுமே மக்கள் வெளிநாடுகளுக்குப் பயணம் சென்றனர். அதன்பின் பணக்காரர்களும் ஓய்வு கிடைத்தவர்களும் இன்பச் சுற்றுலா மேற்கொண்டனர்.

தொழில்துறை புரட்சியும் நவீன சுற்றுலா தொழில்துறையும் ஒரே நேரத்தில் தொடங்கியது. செல்வந்தர்கள் நிச்சயமாக நாகரீகமானவற்றிற்கு நீண்ட வருகைகளை மேற்கொள்ள முடியும்

தண்ணீர் இடங்கள் அல்லது நாட்டின் வீடுகள். தொழில் புரட்சிக்கு முன், ஒரு மதம் ஒரு தாழ்ந்த அல்லது நடுத்தர வர்க்கத்தினருக்கு யாத்திரை மட்டுமே ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய காரணம் பயணம். புரொஸ்டெஸ்டன்ட் சமூகங்களில். ஒரு கல்வி கூறுடன் ஒருவித யாத்திரை ஏற்கத்தக்கதாக இருந்தது கலைஞர்கள் தங்கள் நகர ஸ்டூடியோக்களில் இருந்து பயணம் செய்து அழைத்துச் செல்வார்கள் என்று எதிர்பார்க்கப்பட்டது

இயற்கையிலிருந்து உத்வேகம். விவசாயிகள் கண்காட்சிகளில் கலந்து கொள்ளலாம் அல்லது கடற்கரைக்கு ஒரு குறிப்பு செய்யலாம் .அவர்கள் மீன் பிடிப்பார்கள் அல்லது மட்டி சேகரிப்பார்கள். அதிருப்தி அடைந்த நியூஜெர்சியில் கணக்குகள் கூட உள்ளன ஆரம்பகால இரும்பு உலைகளில் வேலை செய்பவர்கள் தங்கள் கருவிகளைக் கீழே போட்டுவிட்டு கடற்கரைக்குச் செல்கிறார்கள். ஆனால் நவீன அர்த்தத்தில் விடுமுறைகள் இன்னும் இல்லை.

இரயில் பாதைகள் இவை அனைத்தையும் மாற்றியது. மேலும் ஜமைக்கா விரிகுடா அவர்கள் பல இடங்களில் ஒன்றாகும் மாற்றப்பட்டது. காலத்தின் பெரும்பாலான நகரங்களைப் போலவே. உள்நாட்டுப் போருக்குப் பிறகு புருக்ளினின் வளர்ச்சியும் விரைவான போக்குவரத்து பாதைகள் மற்றும் பயணிகள் இரயில் பாதைகள் விரிவாக்கம் மூலம் எளிதாக்கப்பட்டது.

2.1.3 தொழில் புரட்சிக்குப்பின் (ஆண்டு விடுமுறை)

பதினெட்டாம் நூற்றாண்டில் ஏற்பட்ட தொழிற்புரட்சிக்குப்பின் ஐரோப்பிய சமுதாயத்தில் பெரிய மாற்றம் ஏற்பட்டது. மக்கள் பெருக்கம் தொழில் பெருக்கத்திற்கும் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கும் வழிகாட்டியது.

இங்கிலாந்தில் ஆண்டு விடுமுறையே சுற்றுலாவை ஊக்குவித்தது. இது தொழிற்புரட்சிக்குப்பின் ஏற்பட்ட ஒன்றாகும். இங்கிலாந்தில்

தொழிற்புரட்சி மிகப்பெரிய சமுதாய பொருளாதார மாற்றங்களை ஏற்படுத்தியது. கிறிஸ்துமஸ், ஈஸ்டர் போன்ற சமய விழாக்கள் சிறப்பாகக் கொண்டாடப்பட்டன. அந்த நாட்கள் அனைவருக்கும் விடுமுறை நாட்களாக அறிவிக்கப்பட்டது. 1870-லிருந்து வங்கி விடுமுறை என்ற வழக்கம் ஏற்பட்டது. முதலாளியும் தொழிலாளர்களும் கூடிப்பேசி சில நாட்களை விடுமுறை நாட்கள் என்று அறிவித்தனர். அந்த விடுமுறை நாட்கள் எழுச்சி நாட்கள் என்றும். 'விருந்து விடுமுறை நாட்கள்' என்றும் பெயர் பெற்றன.

2.2 உலக சுற்றுலா நிறுவனம்

2.2.1 உலக சுற்றுலா நிறுவனம் (WTO)

நவீன சுற்றுலாவியலின் பன்னாட்டுத் தன்மை அதிகரித்துக் கொண்டே செல்கிறது. தற்போது ஏராளமான சுற்றுலா நிறுவனங்கள் நடைமுறையில் உள்ளன. இவற்றில் சில சுற்றுலாவை உலக அளவில் மேம்பாடையச் செய்ய முயல்கின்றன. மற்றவை ஒரு குறிப்பிட்ட பகுதியில் கவனம் செலுத்துகின்றன. முதலாவது சர்வதேச சுற்றுலா நிறுவனம் 1908-ஆம் ஆண்டு ஃபிரான்ஸ், ஸ்பெயின், போர்ச்சுகல் ஆகிய நாடுகளுக்கிடையே தோன்றியது. அதற்கு ஃபிராங்கோ ஹிஸ்பானோ போர்ச்சுகீஸ் சுற்றுலா கூட்டமைப்பு என்று பெயர்.

1925-ல் சர்வதேச சுற்றுலா வளர்ச்சியில் பன்னாட்டு ஒத்துழைப்பு அம்சம் உருவம் பெற்றது. ஹாலந்து தேசிய சுற்றுலா அலுவலகம் ஒரு பன்னாட்டு மகாநாட்டைக் கூட்டியது. இதில் 14 நாடுகள் கலந்து கொண்டன. 1946 அக்டோபரில் லண்டனில் மற்றொரு மகாநாடு கூடியது. 1947-ல் அதிகாரபூர்வமான பன்னாட்டு பயணக்கூட்டமைப்பு நிறுவனம் தோன்றியது. இது ஐருழுவழு (International Union of Official Travel Organizations) என்றழைக்கப்பட்டது. ஐக்கிய நாடுகள் சபையில் சுற்றுலா சம்பந்தப்பட்ட ஆலோசனை சபையாக ஐருழுவழு ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டது. உலகம் முழுவதும் சுற்றுலாவியலின் அனைத்துப் பகுதிகளையும் ஒருங்கிணைத்த முதலாவது அரசாங்க சார்பில்லாத ஒரு நிறுவனமாகும். 1975, ஜனவரி 2-ல் IUOTO உலக சுற்றுலா நிறுவனமாக

மாற்றப்பட்டது. இந்நிறுவனத்தில் 1950-ல் இந்தியா உறுப்பினராகச் சேர்ந்தது.

குறிப்பு

உலக சுற்றுலா அமைப்பு இல் பங்கேற்பு

ஐக்கிய நாடுகள் சபையின் சிறப்புப் பலதரப்பு நிறுவனமாக. உலக சுற்றுலா அமைப்பு (ருளேவுழு) என்பது சுற்றுலாத் துறையில் பலதரப்பு சர்வதேச அமைப்பாகும். இது சுற்றுலாக் கொள்கை சிக்கல்களுக்கான உலகளாவிய மன்றமாகவும். சுற்றுலா அறிவுக்கான ஆதாரமாகவும் செயல்படுகிறது. முதன்மையாக 150 க்கும் மேற்பட்ட உறுப்பு நாடுகளைக் கொண்ட ஒரு அரசுக்கு இடையேயான அமைப்பாக இருந்தாலும். அது தனியார் துறை. கல்வி நிறுவனங்கள். சுற்றுலா சங்கங்கள் மற்றும் உள்ளூர் சுற்றுலா அதிகாரிகளை இணை உறுப்பினர்களாக பங்கேற்க வரவேற்கிறது. ஜூன் 6-8. 2010 வரை அர்ஜென்டினாவின் புவேர்ட்டோ இகுவாசுவில் நடைபெற்ற ருளேவுழு வின் நிர்வாகக் குழு கூட்டத்தின் 88வது அமர்வில் இந்தியா பங்கேற்றது மற்றும் 24-26 அக்டோபர் 2010 வரை ஈரானின் கிஷ் தீவில் நடந்த நிர்வாகக் குழு கூட்டத்தின் 89வது அமர்வில் இந்தியா தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டது. அக்டோபர் 2009 இல் கஜகஸ்தானின் அஸ்தானாவில் பொதுச் சபை அமர்வின் போது ருளேவுழு இன் நிர்வாகக் குழுவிற்கு. நிர்வாக கவுன்சில் ருளேவுழு இன் நிர்வாகக் குழுவாகும். இது அமைப்பு வேலைகளைச் செய்து அதன் பட்ஜெட்டைப் பின்பற்றுவதை உறுதி செய்யும் பொறுப்பாகும். கடந்த 19 ஆண்டுகளாக ருளேவுழுவின் நிர்வாகக் குழுவில் இந்தியா தொடர்ந்து உறுப்பினராக உள்ளது இந்த காலகட்டத்தில். இந்தியா இரண்டு முறை நிர்வாக சபையின் தலைவர் பதவிக்கு தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டுள்ளது.

உலக சுற்றுலா நிறுவனம் (றுவுழு) உலக நாடுகளுக்கிடையே ஏற்பட்டுள்ள ஒரு பன்னாட்டு அரசியல் நிறுவனம். ஐருழுவுழு-வைத் தொடர்ந்து றுவுழு தோன்றியது. இந்நிறுவனத்தின் நோக்கங்கள் மூன்று. அவை:

1. உலகம் முழுவதிலும் சுற்றுலா வளர வேண்டும். அதன் வளர்ச்சி, பொருளாதார முன்னேற்றம், பன்னாட்டு சகிப்புத்தன்மை, அமைதி, மனித உரிமைகள் அங்கீகாரம், இனம், மொழி மற்றும் மத

வேறுபாடிண்மை ஆகியவற்றின் வளர்ச்சிக்கு உதவுவதாக இருக்க வேண்டும்.

2. முன்னேறி வரும் நாடுகளில் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு பிரத்தியேக கவனம் செலுத்துதல்.
3. சுற்றுலாத் துறையில் மைய அங்கமாகச் செயல்படுதல். உலக சுற்றுலா நிறுவனம், ஐ. நா. சபையின் சுற்றுலா சம்பந்தப்பட்ட அனைத்து அலுவலகங்களோடும் இணைந்து செயல்படுதல். இந்நிறுவனத்தின் நிலையான, முக்கியமான அலுவல் உலகம் முழுவதும் கிடைக்கின்ற சுற்றுலா பற்றிய விபரங்களை சேகரித்தல் மற்றும் சுற்றுலா மேம்பாட்டிற்காக அத்துறை சார்ந்தவர்களுக்கு மாற்றங்களுக்கேற்றவாறு பயிற்சியளித்தல்.

உலக சுற்றுலா நிறுவனத்தில் மூன்று நிர்வாகப் பிரிவுகள் உள்ளன.

பொதுச்சபை

இதில் மூன்று வகையான உறுப்பினர்கள் உள்ளனர்.

1. முழு உறுப்பினர்கள்
2. இணை உறுப்பினர்கள்
3. இணைக்கப்பட்ட உறுப்பினர்கள்

முழு உறுப்பினர் என்பது இறைமையுள்ள நாடுகளைக் குறிக்கும். இணை உறுப்பினர்கள் என்பது ஒரு நாட்டின் அரசாங்கத்தைக் குறிக்காமல் சில அமைப்புகளைக் குறிக்கும். இவை அயல்நாட்டு உறவுகளை மேற்கொள்ள அனுமதிக்கப்பட்டிருக்க வேண்டும். இணைக்கப்பட்ட உறுப்பினர்கள் என்பது சுற்றுலா வளர்ச்சியில் அக்கறை காட்டுகின்ற பன்னாட்டு அமைப்புகள். பொதுச்சபையானது ஆறு பிராந்தியப் பிரிவுகளைக் கொண்டுள்ளது. அவை ஆப்பிரிக்கா, அமெரிக்கா, ஐரோப்பா, மத்திய ஆசியா, பசிபிக் மற்றும் கிழக்கு ஆசியா, தெற்கு ஆசியா ஆகியவை.

நிர்வாகக் கவுன்சில்

பொதுச்சபையால் தேர்ந்தொடுக்கப்பட்ட முழு உறுப்பினர்கள் இதில் உறுப்பினர்களாக உள்ளனர். ஒவ்வொரு ஐந்து முழு உறுப்பினர்களுக்கு ஒரு உறுப்பினர் என்ற கணக்கில்

குறிப்பு

தேர்ந்தெடுக்கப்படுகிறது. பொதுச்சபையின் தீர்மானங்களையும், முடிவுகளையும் நிறவேற்றும் பணி நிர்வாகக் கவுன்சிலைச் சேர்ந்தது. ஆண்டிற்கு இருமுறை இக்குழு சந்திக்கும்.

செயலகம்

இதை நிர்வகிக்க ஒரு தலைமைச் செயலகம் அவருக்கு உதவியாக அலுவலர்களும் இருக்கின்றனர். பொதுச்சபையும், நிர்வாகக் குழுவும் எடுக்கின்ற முடிவுகளை தலைமைச் செயலர் நிறைவேற்றுகிறார்.

உலக சுற்றுலா நிறுவன(றுவுழு)த்தின் தலைமையிருப்பிடம் ஸ்பெயின் நாட்டில் மாட்ரிட் நகரம். உலகளாவிய அளவில் சுற்றுலா சம்பந்தப்பட்ட எல்லா அலுவல்களையும் நடைமுறைப்படுத்துகிறது. ஐ. நா. சபையின் வாணிபரீதியான மற்றும் வாணிபம் சம்பந்தப்படாத சுற்றுலா அலுவலகங்கள் அனைத்தோடும் உலக சுற்றுலா நிறுவனம் தொடர்பு வைத்துக் கொள்கிறது. நாடுகளுக்கிடையே சுற்றுலா சம்பந்தப்பட்ட செய்திகளைப் பரிமாறிக் கொள்ள உதவுகிறது. பிரத்தியேகக் கருத்தரங்குகள் மற்றும் பயிற்சி வகுப்புகள் போன்றவற்றிற்கு ஏற்பாடு செய்கிறது. நாடுகளுக்கிடையே சுற்றுலா சம்பந்தப்பட்ட பலவிதமான பிரச்சினைகள், முக்கியமாக மூலதனம், கடன், திட்டமிடுதல், மேம்படுத்துதல், சந்தைப்படுத்துதல் போன்றவற்றில் ஏற்படும் பிரச்சினைகளைத் தீர்த்து வைக்கிறது. இந்தியா இந்நிறுவனத்தின் முழு உறுப்பினர் நாடாகும்.

2.2.2 பஸிபிக் பிராந்திய பயணக்கூட்டமைப்பு (PATA)

1951-ல் இக்கூட்டமைப்பு அமைக்கப்பட்டது. இதன் நோக்கம் பஸிபிக் கடல் சுற்றியுள்ள பிராந்தியங்களை விடுமுறைக்காலப் பகுதிகளாக மாற்றி அங்கெல்லாம் சுற்றுலா மேம்பாட்டிற்கான வழிமுறைகளைக் கையாள்வதாகும். இதைத் தோற்றுவித்தவர் லொவெய்ந்தர்ஸ்டன் என்பவர். தொடக்கத்தில் இதன் உறுப்பினர்கள் 44. 1952-ல் இதன் முதலாவது மகாநாடு ஹோனோலுலுவில் கூட்டப்பட்டது. இந்த மகாநாட்டில் சான். பிரான்சிஸ்கோ இதன் தலைநகராக அங்கீகரிக்கப்பட்டது. 1976-ல் டியூயூ-வின் ஆசிய அலுவலகம் மணிலா (பிலிப்பைன்ஸ்)வில் திறக்கப்பட்டது.

நோக்கங்கள்

பஸிபிக் நாடுகளுக்குள்ளாக, மற்றும் பஸிபிக் நாடுகளுக்கும், இந்தியா உட்பட கிழக்கு ஆசிய நாடுகளுக்கும் பயணம் செய்வோர் எண்ணிக்கையை உயர்த்துதல் இதன் முக்கிய நோக்கமாகும். உலகிலேயே சுற்றுலா வளர்ச்சியில் முதலிடம் வகிக்கும் அமெரிக்காவில் தலைமை அலுவலகத்தையமைத்து செயல்படுகிறது. தன் உறுப்பினர் நாடுகளில் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான சந்தர்ப்பங்களில் கவனம் செலுத்துகிறது. பஸிபிக் உறுப்பினர் நாடுகள் பற்றிய விழிப்புணர்வை பயணம் செய்வோர் நாடுகளில் ஏற்படுத்துகிறது. ஒட்டு மொத்த சுற்றுலா தொழிற்சாலையும் இணைந்து செயல்பட்டால்தான் இன்பசுற்றுலாப் பயணிகளின் எண்ணிக்கை அதிகரிக்கும். இத்தொழிலில் ஒவ்வொரு நாட்டிற்கும் சமங்கு உண்டு என்று பாடா நிறுவனம் நம்புகிறது.

செயல்பாடுகள்

பாடா நிறுவனம், புதிதாகத்தோன்றி வளர்ந்து வரும் சிறிய அளவிலான சுற்றுலா மையங்களின் வளர்ச்சிக்குத் தேவையான அடிப்படை வசதிகள் செய்து கொடுப்பது, சுற்றுலா நிபுணர்களின் ஆலோசனைகளை வழங்குவது, பயணத்திட்டங்கள் வகுத்துக் கொடுப்பது மற்றும் ஹோட்டல் நடவடிக்கைகளில் கவனம் செலுத்துவது போன்ற செயல்களில் ஈடுபடுகிறது. சுற்றுலாவைப் பொறுத்தவரையில் அன்றாடம் நிகழ்கின்ற எல்லா விதமான மாற்றங்களையும், செய்திகளையும் சேகரித்து வழங்குகிறது. ஒவ்வொரு ஆண்டும் கூடுகின்ற கூட்டத்தில் அதன் உறுப்பினர் நாடுகள் தங்கள் கருத்துக்களையும், செய்திகளையும் பரிமாறிக்கொள்ள முடிகிறது. பாடா நிறுவன அதிகாரிகளும், அலுவலர்களும் சுற்றுலாத்துறையில் தனித்திறமை பெற்றவர்களாக இருப்பதால் உறுப்பினர்களுக்கு சுற்றுலாப் பொருளை சந்தைப்படுத்துவதற்குத் தேவையான நவீன தொழில்நுட்பயுக்திகளைக் கற்றுக் கொடுக்கின்றனர். பாடாவின் முதன்மை நோக்கம் சுற்றுலாவை உலகளாவிய அளவில் வளரச் செய்வதாகும். எனவே மொத்த வியாபாரிகளான சுற்றுலா அமைப்பாளர்களும், சில்லறை வியாபாரிகளான முகவர்களும் அறிந்து கொள்ளும் வகையில் முக்கிய சுற்றுலா செய்திகள் அடங்கிய 'பசிபிக் டிராவல் நியூஸ்' என்ற வழிகாட்டி நூலை வெளியிட்டது. அதே போல 31 பசிபிக்பிராந்திய சுற்றுலா மையங்கள்

சுற்றுலா மேலாண்மை

குறிப்பு

குறிப்பு

பற்றிய சுற்றுலாத்தகவல்கள் அடங்கிய கையேடு ஒன்றை வெளியிட்டுள்ளது. இதில் சுற்றுலாத் திட்டமிடுதலுக்கும், விற்பனைக்கும் தேவையான தகவல்கள் அடங்கியுள்ளன. மேலும் பசிபிக் பிராந்தியத்தில் உள்ள எல்லா வகையான ஹோட்டல்கள் மற்றும் பயணப்பணிகள் பற்றிய விபரங்கள் அடங்கிய நூல் ஒன்றையும் வெளியிட்டுள்ளது. இதற்கு 'ஹோட்டல் டைரெக்டரி மற்றும் டிராவல் கைடு' என்று பெயர்.

பாடா உறுப்பினர்கள்

பாடா நிறுவனத்தில் ஒன்பது உறுப்பினர் வகைகள் உள்ளன. அவை செயலாக்க அரசுத்துறை உறுப்பினர், இணை அரசுத்துறை உறுப்பினர், செயலாக்க ஊர்தி உரிமை உறுப்பினர், இணை ஊர்தி உரிமை உறுப்பினர், செயலாக்க தொழில் துறை உறுப்பினர், தோழமை உறுப்பினர், இணைக்கப்பட்ட தோழமை உறுப்பினர், இணை உறுப்பினர் மற்றும் ஆதரவு உறுப்பினர். இதில் செயலாக்க அரசுத்துறை உறுப்பினர் மற்றும் செயலாக்க ஊர்தி உரிமை உறுப்பினர் வகையினர் முக்கியமான தகவல்கள் அடிப்படையில் இயக்குனர் குழுவினால் சேர்த்துக் கொள்ளப்படுவார்கள். இவர்களே முக்கிய உறுப்பினர்கள். மற்ற வகை உறுப்பினர்கள் சில குறிப்பிட்ட தகுதிகள் அடிப்படையிலும் வேறு உறுப்பினர்கள் தருகின்ற சிபாரிசின் அடிப்படையிலும் சேர்த்துக் கொள்ளப்படுகின்றனர்.

தற்போது 2200 உறுப்பினர் நாடுகள் உள்ளன. இதில் 47 தேசிய மற்றும் மாநில அரசுகளும், 54 வானூர்தி கழகங்களும், 554 ஹோட்டல் நிறுவனங்களும் அடங்கும். 1957-ல் இந்தியா இணைஅரசுத்துறை உறுப்பினராகச் சேர்ந்து 1964 செயலாக்க அரசுத்துறை உறுப்பினராக மாறியது.

2.2.3 சர்வதேச விமானப் போக்குவரத்துக்கழகம்(IATA)

இரண்டாம் உலகப்போருக்குப் பின்னர் சர்வதேச விமானப் போக்குவரத்து அதிகரித்தது. உலகம் முழுவதற்கும் பொதுவான சர்வதேச வானூர்தி சட்டதிட்டங்கள் அவசியம் என்று உணரப்பட்டது. அதன் விளைவாக 1944-ஆம் ஆண்டு நவம்பர் 1 முதல் டிசம்பர் 7 வரை, அமெரிக்க ஐக்கிய நாடுகளில் சிகாகோ நகரில் ஒரு சர்வதேச மகாநாடு

கூட்டப்பட்டது. அதன்படி இரண்டு நிலையான கழகங்கள் ஏற்படுத்தப்பட்டன. அவை, சர்வதேச விண்வெளிப் போக்குவரத்துக்கழகம் (IATA) மற்றும் சர்வதேச சிவில்வானூர்தி நிறுவனம் (ஐஊயுமு). 1945, ஏப்ரல் மாதம் சர்வதேச விண்வெளிப் போக்குவரத்து நிறுவனம் என்ற ஒரு அரசாங்கம் சாராத அமைப்பு உருவாக்கப்பட்டது. இந்நிறுவனம் சர்வதேச வானூர்தி நிறுவனத்தோடு(ஐஊயுமு) நெருக்கமாக இணைக்கப்பட்டது.

இந்நிறுவனத்தில் மூன்று பகுதிகள் இருந்தன. அவை ஐரோப்பா, ஆப்பிரிக்கா மற்றும் மத்திய ஆசியா, ஆசியா மற்றும் ஆஸ்திரேலியா. உலக அளவில் கால அட்டவணைப்படி இயங்குகின்ற வானூர்திகள் அடங்கிய ஒரு நிறுவனம் ஐயுவு. இவை பயணிகளின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதிலும், தங்கள் அனுபவங்களைப் பகிர்ந்துகொள்வதிலும், பிரச்சினைகளை ஆராய்வதிலும் ஒத்துழைக்கின்றன. இந்நிறுவனம் 80 நாடுகளிடலிருந்து சுமார் 1000 கம்பெனிகளுக்குப் பிரதிநிதியாக உள்ளது. இந்நிறுவனம் 3 விதமான அலுவல்கள் புரிகிறது.

1. நம்பத்தகுந்த, இடைவிடாத மற்றும் சிக்கன முறையில் வானூர்தி போக்குவரத்து வளர்ச்சியடைய ஊக்குவித்தல்.
2. சர்வதேச விமானப்போக்குவரத்து நிறுவனங்கள் ஒன்றோடொன்று இணைந்து செயல்பட வழிமுறைகளை வகுத்துக் கொடுத்தல்.
3. சர்வதேச சிவில்வானூர்தி அமைப்பு, மற்றும் வேறு அமைப்புகளோடு ஒத்துழைத்தல்.

இவை தவிர வேறு விரிவான பல பணிகளையும் செய்கிறது.

1. சர்வதேச விமானப்போக்குவரத்து கால அட்டவணை தயாரிக்கிறது.
2. வானூர்தி நிறுவனங்களுக்கிடையேயான தொடர்புகளின் தரத்தையும், முன் பதிவு முறையையும் கவனிக்கிறது.

உலக சுற்றுலா அமைப்பு முன்னுரிமைகள்

உலகளாவிய நிகழ்ச்சி நிரலில் சுற்றுலா: சமூக-பொருளாதார வளர்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டின் ஒரு உந்துதலாக சுற்றுலாவின் மதிப்பை பரிந்துரைக்கிறது. தேசிய மற்றும் சர்வதேச கொள்கைகளில்

முன்னுரிமையாக அதைச் சேர்ப்பது மற்றும் துறையின் வளர்ச்சி மற்றும் செழிப்புக்கு ஒரு சமநிலையை உருவாக்க வேண்டியது அவசியம்.

குறிப்பு

சுற்றுலாப் போட்டித்திறனை மேம்படுத்துதல்: அறிவு உருவாக்கம் மற்றும் பரிமாற்றம். மனித வள மேம்பாடு மற்றும் கொள்கை திட்டமிடல். புள்ளியியல் மற்றும் சந்தைப் போக்குகள். நிலையான சுற்றுலா வளர்ச்சி. சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் ஊக்குவித்தல். தயாரிப்பு மேம்பாடு மற்றும் ஆபத்து மற்றும் நெருக்கடி மேலாண்மை போன்ற துறைகளில் உலக சுற்றுலா அமைப்பு உறுப்பினர்களின் போட்டியை மேம்படுத்துதல்.

நிலையான சுற்றுலா வளர்ச்சியை ஊக்குவித்தல்: நிலையான சுற்றுலா கொள்கைகள் மற்றும் நடைமுறைகளை ஆதரித்தல்: சுற்றுச்சூழல் வளங்களை சிறந்த முறையில் பயன்படுத்தும் கொள்கைகள். புரவலன் சமூகங்களின் சமூக-கலாச்சார நம்பகத்தன்மையை மதித்தல் மற்றும் அனைவருக்கும் சமூக-பொருளாதார நன்மைகளை வழங்குதல்.

வறுமை ஒழிப்பு மற்றும் மேம்பாட்டுக்கு சுற்றுலாவின் பங்களிப்பை மேம்படுத்துதல்: வறுமை ஒழிப்புக்கான சுற்றுலாவின் பங்களிப்பை அதிகப்படுத்துதல் மற்றும் ஆலுபு களை அடைதல். சுற்றுலா வளர்ச்சியை ஒரு கருவியாக உருவாக்குதல் மற்றும் மேம்பாட்டு நிகழ்ச்சி நிரலில் சுற்றுலாவைச் சேர்ப்பதை ஊக்குவித்தல்.

கூட்டாண்மை கட்டமைப்பு: தனியார் துறை. பிராந்திய மற்றும் உள்ளூர் சுற்றுலா நிறுவனங்கள். கல்வி மற்றும் ஆராய்ச்சி நிறுவனங்கள். சிவில் சமூகம் மற்றும் ஐ.நா அமைப்பு ஆகியவற்றுடன் அதிக நீடித்த, பொறுப்பான மற்றும் போட்டி சுற்றுலாத் துறையை உருவாக்குதல்.

2.2.4 பசிபிக் ஆசியா பயண அமைப்பு (PATA)

பசிபிக் ஆசியா பயண அமைப்பு (புஷ்யு) என்பது உலகின் மிகப்பெரிய பயண விளம்பர அமைப்பாகும். இது பசிபிக் பிராந்தியத்திற்கும் உள்ளேயும் பயணம் மற்றும் சுற்றுலாவை மேம்படுத்துகிறது. இது 1951 இல் ஒரு இலாப நோக்கற்ற, தன்னார்வ மற்றும் அரசியல் சார்பற்ற நிறுவனமாக பசிபிக் சுஜஆ க்குள் உள்ள

பகுதிகளுக்கு பயணத்தை மேம்படுத்தவும், மேம்படுத்தவும் மற்றும் எளிதாக்க வும் இணைக்கப்பட்டது.

சுற்றுலா மேலாண்மை

PATA இன் நோக்கங்கள்

பசிபிக் ஆசியா பயண அமைப்பு (பிபிபி) என்பது பயண மற்றும் சுற்றுலாத் துறையில் மிகப்பெரிய இலாப நோக்கற்ற, அரசியல் சார்பற்ற அமைப்பாகும். பிபிபி இன் நோக்கம் சுற்றுலாவை மேம்படுத்துதல் மற்றும் மேம்படுத்துதல், உறுப்பினர்களின் நலன்களை மேம்படுத்துதல்.

PATA என்பது ஆசியா பசிபிக் பயண மற்றும் சுற்றுலாத் துறையின் பொறுப்பான வளர்ச்சிக்கு ஊக்கியாக செயல்படும் உறுப்பினர் சங்கமாகும்.

PATA இன் முக்கிய நோக்கங்கள்:

- பசிபிக் பிராந்தியத்தில் சுற்றுலாவை மேம்படுத்தவும். சரியான நேரத்தில் புதுப்பித்த மற்றும் தகவலை வழங்க.
- உறுப்பினர்களுக்கான கருத்தரங்குகள். மாநாடுகளை ஏற்பாடு செய்தல்.
- உறுப்பினர்களின் வணிகத்தை உருவாக்குதல்.
- உறுப்பினர்களுக்கான பயிற்சி மற்றும் மேம்பாட்டுத் திட்டங்களை ஏற்பாடு செய்தல்.
- நெறிமுறை நடைமுறைகளை ஊக்குவிக்க.
- இலக்கு வளர்ச்சியில் கவனம் செலுத்த வேண்டும்.
- கவனிக்கப்பட வேண்டிய பயண மற்றும் சுற்றுலாத் துறை சார்ந்த பிரச்சினைகளில் முன்னணி நிலையை எடுக்க.
- பொது-தனியார் துறை கூட்டாண்மைகளை ஊக்குவிக்கவும் மேம்படுத்தவும்.
- சர்வதேச புரிந்துணர்வு மற்றும் சர்வதேச நிறுவனத்தை மேம்படுத்துதல்.

குறிப்பு

குறிப்பு

- ஒரு பொதுவான மன்றத்தை வழங்க.
- சுற்றுலாத் துறை தொடர்பான தகவல்களை வெளியிட.
- மனிதவள மேம்பாடு.
- சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சி மற்றும் புள்ளியியல்.
- மதிப்புமிக்க நுண்ணறிவுகள், முன்னறிவிப்புகள் மற்றும் பகுப்பாய்வுகளை வழங்குவது சிறந்த வணிக முடிவுகளை எடுக்க உறுப்பினர்களுக்கு உதவுகிறது.

PATA உறுப்பினர்

பயண மற்றும் சுற்றுலாத் துறையில் நேரடியாகவும் மறைமுகமாகவும் பங்களிக்கும் அனைத்து நிறுவனங்களுக்கும் ியுவு உறுப்பினர் சேர்க்கை திறக்கப்பட்டுள்ளது. பொதுவாக, ியுவு ன் உறுப்பினர், விமான நிறுவனங்கள், ஸ்டீம்ஷிப் லைன்கள், டிராவல் ஏஜென்சிகள், ஓர் ஆபரேட்டர்கள், ஹோட்டல் உரிமையாளர்கள், அரசு, சுற்றுலா தொழில்முறை நிறுவனங்கள், விளம்பர முகவர் மற்றும் மக்கள் தொடர்பு நிறுவனங்கள் போன்ற அனைத்து தொழில்முறை நிறுவனங்களுக்கும் திறந்திருக்கும்.

PATA இன் பங்கு மற்றும் செயல்பாடுகள்

- பொதுவாக ியுவுஇன் முக்கிய நோக்கம் அதன் உறுப்பு நாடுகளுக்கு சுற்றுலாவை முன்னேற்றுவதும் மேம்படுத்துவதும் ஆகும் PATA அதன் உறுப்பினர்களுக்கான பங்களிப்பு, பங்கு மற்றும் செயல்பாடுகளை பின்வரும் புள்ளிகளின் கீழ் ஆய்வு செய்யலாம்:
- PATA சுற்றுலா குறித்த ஆராய்ச்சி ஆய்வுகளை நடத்துகிறது.
- PATA சந்தைப்படுத்தல் திட்டங்களை ஏற்பாடு செய்கிறது.
- விரிவான மற்றும் புதுப்பித்த தகவலை வழங்குகிறது.
- பசிபிக் பிராந்தியத்தில் நிகழ்வுகளை ஒழுங்கமைக்கவும்.
- பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு உதவுகிறது.

• சுற்றுலா ஆலைகள் மற்றும் சேவை வசதிகளை மேம்படுத்தPATA உதவுகிறது.

• சுற்றுலாப் பயணிகளின் போக்குவரத்தை அதிகரிக்க ஒரு திருத்த நடவடிக்கையை அறிமுகப்படுத்த உறுப்பு நாடுகளுக்கு PATA உதவுகிறது.

சுற்றுலா மேலாண்மை

குறிப்பு

2.2.5 பன்னாட்டு வானூர்திக் கழகம்

1947-4-4 ஆம் நாள் உருவான இக்கழகத்தில் 180 நாடுகள் உறுப்பினர்களாக உள்ளன. கனடாவில் உள்ள மாண்டிரியலில் இதன் தலைமையகமும் பாங்காக், கெய்ரோ, மெக்சிகோ, லிமா, தாகர், பாரிசு ஆகிய இடங்களில் வட்டாரக் கழகங்களும் செயல்பட்டு வருகின்றன. இது ஐ.நா. சபையின் சிறப்பு முகவராகவும் பணிபுரிந்துள்ளது. கீழ்க்காணும்நோக்கங்களுக்காக இக்கழகம் உழைத்துவருகிறது.

1. உலகில் வானூர்திப் போக்குவரத்தை விரிவாக்க, விதிகளை வகுத்தல் -புது உத்திகளை மேற்கொள்ளல்
2. வானூர்திப் பயணியர்க்குச் சலுகைகள் வழங்கல்
3. பயணத்திற்குப் பாதுகாப்பளித்தல்.
4. புதுவகையான வானூர்திகளைக் கண்டு பிடித்தல்,
5. வானூர்திகளை உலக அமைதிக்குப் பயன் படுத்தல்.
6. உலகெங்கும் பாதுகாப்பான வானூர்தி நிலையங்களை அமைத்தல்,
7. வளரும் நாடுகளுக்குத் தொழில்நுட்ப ஆலோசனைகளை வழங்கல்.
8. சுங்கவரியைக் குறைத்தல், ஒரு நாட்டினர் மற்ற நாடுகளில் குடியேற வழிவகை செய்தல், உலக சுகாதாரத்தைப் பாதுகாத்தல்,
9. முறையற்ற போட்டிகளின் மூலம் ஏற்படும் பொருளாதாரச் சீர்கேடுகளை அகற்றுதல்,
10. விமான நிறுவனங்களுக்குச் சங்கத் திட்டங்களை இயற்றி அதனைப் பின்பற்றத் தூண்டுதல்.
11. விமானப் பயணங்களைப் பற்றிய புள்ளி விபரங்களைத் தயாரித்தல், போன்றவை.

2.2.5 அமைப்பு

இக்கழகம் சட்டமன்றம் போன்றதோர் அமைப்பில் அமைந்துள்ளது. இதன் உறுப்பினராக உள்ள ஒவ்வொரு நாடும் இச்சட்டமன்றத்தின் உறுப்பினராவர். இச்சட்ட மன்றம் முன்றாண்டுகளுக்கு ஒருமுறை கூடி, செயல் திட்டங்களை விவாதிக்கும். இது தன்னிசையாகச் செயல்படக்கூடியது. இதில் 30 உறுப்பினர் கொண்ட மேலவையும் உண்டு. இவர்கள் அனைவரும் உறுப்பினர் நாடுகளில் இருந்து தேர்ந்தெடுக்கப் படுவர்.

2.2.6 பிரிட்டிஷ் சுற்றுலாக் கழகம்

தொடக்க காலத்தில் “பிரிட்டிஷ் டிராவல் அசோசியேஷன்” எனும் நிறுவனம் இங்கிலாந்தில் சுற்றுலாவைக் கவனித்து வந்தது. பின்னர் அயல்நாடுகளில் அதன் கிளைகள் திறக்கப்பட்டன. சுற்றுலாத் துறை ஒன்பது வட்டாரங்களாகப் பிரிந்து செயல்பட்டது. போதிய மூலதனம் இன்மையாலும், சரியான கொள்கைகள் இன்மையாலும், அரசு சுற்றுலாத் துறையில் ஆர்வம் காட்டாதிருந்ததாலும் இது முன்னேற்றம் அடையாது இருந்தது.

1969- ஆம் ஆண்டுச் சட்டம் இயற்றப்பட்ட பின்பு இத்துறை வளர் ஆரம்பித்தது. பழைய விடுதிகளைப்புதுப்பித்தல், புதிய விடுதிகளைக் கட்டுதல், சுற்றுலா முன்னேற்றத்திற்கான புதிய சட்டங்கள் இயற்றல் ஆகியவை மேற்கொள்ளப்பட இச்சட்டங்கள் துணை புரிந்தன. பின்னர் பிரிட்டிஷ் சுற்றுலாக் கழகம் முழு வீச்சில் செயல்பட ஆரம்பித்தது. இன்று இதன் வளர்ச்சி வியக்கத்தக்க அளவில் உள்ளது. இதில் ஒரு தலைவர் உள்பட ஒன்பது உறுப்பினர்கள் உள்ளனர்.

இவ்வாறு சுற்றுலாக் கழகங்கள் சுற்றுலாவை மேம்படுத்துவதில் பெரும்பங்கு வகித்து வருவதை அறியலாம். பன்னாட்டுப் பயணிகள் கடினமின்றித் தமது அயல்நாட்டுப் பயணங்களை முடிப்பதற்கு இதனைப் போன்ற பன்னாட்டுச் சுற்றுலாக் கழகங்கள், பயணப்பணி நிறுவனங்கள். வானூர்தி நிறுவனங்கள் ஆகியன பெருந்துணை புரிந்து வருகின்றன.

2.3 நவீன சுற்றுலா

சுற்றுலா மேலாண்மை

குறிப்பு

இருபதாம் நூற்றாண்டின் ஆரம்பத்தில் சுற்றுலாவின் எல்லாப் பண்புகளிலுமே குறிப்பிடத்தக்க வளர்ச்சி காணப்பட்டது. இன்பத்திற்காகப் பயணம் செய்ய வேண்டும் என்ற மக்களின் எண்ணம். கல்விக்காகப் பயணம் செய்வது ஏற்றுக்கொள்ளல், மனிதனுக்குத் தேவைப்பட்ட சமுதாய அந்தஸ்து, சராசரி வாழ்க்கையிலிருந்து விடுபட்டு புத்துணர்வு பெற நினைத்தல், போக்குவரத்தில் ஏற்பட்ட மிகப்பெரிய வளர்ச்சி ஆகிய அனைத்து அம்சங்களுமே இருபதாம் நூற்றாண்டின் ஆரம்பத்தில் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு ஊக்கம் அளிக்கும் காரணிகளாக அமைந்தன.

இந்திய ரயில்வே போக்குவரத்து துறையில் மிகப்பெரிய உள்கட்டமைப்பு வசதியாக இருந்தது உள்நாட்டு பயணிகளுக்கு. முதல் ரயில் 1853 இல் பம்பாய் இடையே அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது (மும்பை) தானே முதல் வணிக நோக்கங்களுக்காக. இந்தியாவில் ரயில் நெட்வொர்க் சௌகரியமாக பயணிக்கும் வாய்ப்பு அதிகரித்தது. விரைவில் இயக்கம் விமானப் பயணத்தை அறிமுகப்படுத்தியதன் மூலம் சர்வதேச சுற்றுலாப் பயணிகள் அதிகரித்துள்ளனர்

பிப்ரவரி 18 1911 அன்று முதல் விமானப் பறக்கும்போது விமான போக்குவரத்து பிறந்தது. அலகாபாத்தில் இருந்து 10 கிமீ தொலைவில் உள்ள நைனி சந்திப்பு வரை இயக்கப்பட்டது. ஆனால் உண்மையானது ஆரம்பம் அக்டோபர் 15 1932 அன்று நடந்தது. இந்த நாளில் ஜே.ஆர்.டி டாடா தொடங்கினார்

கராச்சியிலிருந்து மும்பைக்கு (அப்போது பம்பாய்) ஒற்றை எஞ்சின் கொண்ட விமானம். அவன் ஒரு இந்தியாவின் சிவில் ஏவியேஷன் தந்தை மற்றும் ஏர் இந்தியாவின் நிறுவனர் என்று அறியப்படுகிறார். இவை போக்குவரத்து அடிப்படையில் இரண்டு காலகட்டங்கள் மிகவும் முக்கியமானவை. சாலைகள் மற்றும் பழங்காலத்திலிருந்தே நீர் வழிகள் செயல்பாட்டில் உள்ளன. அனைத்து வகையான போக்குவரத்து அமைப்புகள் சுற்றுலாத்துறைக்கு பெரும் பங்களிப்பை அளித்துள்ளனர்.

2.3.1 முதல் உலகப்போரும் சுற்றுலாவும்:

1914-ல் ஆரம்பித்த முதல் உலகப் போர் சுற்றுலா நடவடிக்கைகளை அதிகமாகப் பாதித்தது. ஏனென்றால் சுற்றுலா என்பது அமைதியான காலத்தில் மட்டுமே வளர்ச்சியடையும் துறையாகும். ஐரோப்பிய நாடுகளில் மட்டுமல்லாது உலக நாடுகளிலும் சுற்றுலா செல்லும் பயணிகளின் எண்ணிக்கை வெகுவாகக் குறைந்தது. ஆனால் முதல் உலகப் போர் முடிவடைந்த காலத்திலிருந்து நாள்கைந்து வருடத்திற்குள்ளாக சுற்றுலா மீண்டும் வளர்ச்சியடைந்தது.

2.3.2 முதல் உலகப்போருக்குப்பின்:

முதல் உலகப் போருக்குப் பிறகு பல நாடுகளின் எல்லைகள் மாற்றப் பட்டதால் நாடுகளுக்கிடையே இருந்த தடைகளை உடைப்பதற்கு சுற்றுலா ஒரு கருவியாக அமைந்தது. மேலும் இது பன்னாட்டுப் பயணங்களை அதிகப்படுத்தியது. இது தவிர படிப்படியாக வளர்ந்துவந்த ரேடியோ மற்றும் பத்திரிக்கைகள் போன்ற செய்தி தொடர்பு சாதனங்களும் சுற்றுலாவை மேம்படுத்தின. காரணம் இந்த செய்தித் தொடர்பு சாதனங்கள் மூலம் பிற அமெரிக்கா மற்றும் ஐரோப்பிய நாடுகளிலுள்ள தொழிலாளர் மற்றும் மத்தியவர்க்கப் பிரிவினரின் வாழ்க்கைத் தரம் உயர்ந்தது. எனவே ஒரு சில வருடங்களுக்கு முன்பு சுற்றுலாவைப் பற்றி அறியாத நாடுகளிலும் சுற்றுலா பயணிகள் காணப்பட்டனர்.

மோட்டார் காரின் உபயோகமும், சாலைப் போக்குவரத்தின் வளர்ச்சியும்:

இருபதாம் நூற்றாண்டு காலம் வரையிலும் பயணிகள் அதிகமாக ரயில்களிலும் கப்பல்களிலும் மட்டுமே பயணம் செய்தனர். ஆனால் சாலைப் போக்குவரத்து வளர்ச்சியடைந்து மோட்டார் கார்கள் பழக்கத்திற்கு வந்தபிறகு விடுமுறை இன்பச் சுற்றுலாப் பயணிகள் எண்ணிக்கை அதிகரித்தது. 1930-ஆம் வருடங்கள் ஜெர்மானியர்கள் மோட்டார் சாலைப் போக்குவரத்தில் பல அதிசயங்களை நிகழ்த்திக் காட்டினார்கள். இதன் காரணமாக, பிரான்ஸ், ஸ்பெயின், ஜெர்மனி போன்ற நாடுகளில் சாலைப் போக்குவரத்து வசதிகள் பெருகின. இதனால் மக்கள் பல இடங்களுக்கும் பயணம் செய்ய முற்பட்டனர்.

ஊதியத்துடன் கூடிய விடுமுறையும், குழுச் சுற்றுலாவும்:

சுற்றுலா மேலாண்மை

ஊதியத்துடன் கூடிய விடுமுறையானது சுற்றுலாவில் மிகப்பெரிய தாக்கத்தை ஏற்படுத்தியது. பத்தொன்பதாம் நூற்றாண்டின் இறுதியில் ஏற்பட்ட ஆலைச் சட்டங்களால் தொழிலாளர்களுக்கு எட்டுமணிநேர வேலை என்பது வரையறுக்கப்பட்டது. சம்பளத்துடன் கூடிய விடுமுறையானது முதன்முதலாக இங்கிலாந்தில்தான் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டன.

குறிப்பு

2.3.3 இரண்டாம் உலகப் போருக்குப் பின் சுற்றுலா:

இரண்டாம் உலகப் போருக்குப்பின்பு உள்நாட்டு மற்றும் பன்னாட்டுச் சுற்றுலா மிக வேகமான வளர்ச்சியடைந்தது. 1955-ம் வருடத்திற்கும் 1965-ம் வருடத்திற்கும் இடையில் உலகில் சுமார் 65 நாடுகளில் சுற்றுலாப் பயணிகளின் வருகை 157 மில்லியனாக உயர்ந்தது என்று ஐக்கிய நாடுகள் சபையின் குறிப்பு ஒன்று தெரிவிக்கிறது.

விமானப் போக்குவரத்தின் வளர்ச்சியும் உலகச் சுற்றுலாவும்

இரண்டாம் உலகப் போருக்குப் பிறகு சிவில் விமானப்போக்குவரத்துக்கள் வளர்ச்சியடைந்தன. அயல்நாட்டுப் பயணிகளும் உள்நாட்டுப் பயணிகளும் தங்கள் பயணத்துரத்தை விரைவாக அடைய விமானங்களையே நாடுகின்றனர். பயணிகளுக்குத் தேவையான வேகம் மற்றும் பாதுகாப்பு வசதிகள் ஆகியவை விமானங்களில் அதிகரித்தன. அதிக இருக்கைகள் கொண்ட விமானங்கள் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டபோது விமானக் கட்டணங்கள் குறைய ஆரம்பித்தன. விமானக் கட்டணங்கள் குறையவே அட்லாண்டிக் கடல் வழியே விமானப்போக்குவரத்து அதிகரித்தது. விமானம் மூலம் ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட விடுமுறை சுற்றுலா வளர்ச்சியடைந்தது.

2.3.4 சுற்றுலாவின் சமுதாய முக்கியத்துவம்

சுற்றுலா மூலம் ஒரு நாடு பல்வேறு வழிகளில் பயன்பெறுகிறது. சுற்றுலா மூலம் நாட்டின் தேசிய வருவாய் அதிகரிக்கிறது. இதனால் நாடு பொருளாதார வளர்ச்சியடைந்து பல துறைகளில் முன்னேறுகிறது. நாடு

மட்டுமல்லாது தனிநபரும் பயன் அடைகிறான். சுற்றுலா பொருளாதார முக்கியத்துவம் வாய்ந்த துறையாக இருப்பதுடன் சமுதாய முக்கியத்துவமும் பெற்றுள்ளது. சமுதாயத்தில் பல மாற்றங்களை ஏற்படுத்துகிறது.

1). தேசிய ஒருமைப்பாடு வளர்கிறது (Prompts National Integration)

சுற்றுலாவின் மூலம் தேசிய ஒருமைப்பாடு வளர்கிறது. ஜாதி வேறுபாடுகள், மத அடிப்படைவாதம், மொழி வேற்றுமைகள் ஆகியவை மக்களிடையே பிளவை ஏற்படுத்தி அமைதியைக் கெடுக்கின்றன. இப்படிப்பட்ட சமுதாயக் கேடுகள் காணப்படும் இந்தியா போன்ற நாடுகளில் சுற்றுலா வேற்றுமையில் ஒற்றுமையைப் பேணுகிறது.

2). மனிதனுக்கு மகிழ்ச்சி அளிக்கிறது (Gives Happiness to man):

சுற்றுலா மனதினுக்கு மகிழ்ச்சியையும் புத்துணர்ச்சியையும் அளிக்கிறது. அன்றாடம் உழைத்து, உழைத்து அலுத்துப் போன தொழிலாளிக்கு சுற்றுலா இன்பம் தருகிறது. தொழிற்சாலையிலுள்ள எந்திரங்களையே சந்தித்துக் கொண்டிருந்த தொழிலாளி சுற்றுலாவின் மூலம் புதிய சூழ்நிலையில் மகிழ்ச்சி யடைகிறான். இயற்கையழகில் மனதைப் பறிகொடுக்கிறான். கவலைகளை மறந்து கடற்கரை மணலில் இன்பம் காண்கிறான்.

3). மனிதநேயம் வளர்ச்சியடைகிறது: (Develops humanism)

மனிதநேயம் வளர்ச்சியடைய சுற்றுலா துணைபுரிகிறது. பிறபகுதி மக்களுடன் நெருங்கிப் பழகும் போது அவர்களைப் புரிந்துகொண்டு அன்பு செலுத்த முடிகிறது. பிற நாட்டு மக்களுடன் இணக்கமான நல்லுறவு கொள்ள ஏதுவாகிறது. ஒரு நாட்டின் பிறபகுதி மக்களுடன் தொடர்பு கொள்ளும்போது பிராந்திய வெறி தளர்வடைந்து தேசிய உணர்வு வளர்கிறது.

4). வாழ்க்கைத்தரம் உயர்கிறது (Improvement in standard of living):

ஒரு நாட்டில் வெளிநாட்டு சுற்றுலா அந்நிய செலாவணியை ஈட்டித் தருகிறது. உள்நாட்டுச் சுற்றுலா வருவாய் மாற்றத்தினை ஏற்படுத்துகிறது. மேலும் அதிக வேலை வாய்ப்பினை ஏற்படுத்துகிறது. இதனால் குறைந்த வருவாய் உள்ளவர்களுக்கு அதிக வருவாய்

கிடைக்கிறது. அதிக வருமானம் கிடைப்பதால் மக்களின் வாழ்க்கைத்தரம் உயர்கிறது.

சுற்றுலா மேலாண்மை

5). தனி மனித அறிவு பெருகிறது: (Development of peoples knowledge)

சுற்றுலாவினால் தனிமனித அறிவு பெருகிறது. பிறநாடுகளுக்கும், தனது நாட்டின் பிற பகுதிகளுக்கும் செல்வதால் சுற்றுலாப் பயணியின் பொது அறிவு வளர்ச்சியடைகிறது. பிற நாடுகளின் வரலாறு, பண்பாடு மற்றும் பொருளாதார நிலைபற்றி அறிந்துகொள்ள முடிகிறது. மனிதன் நவீன அறிவியல் முன்னேற்றத்தையும். தொழில் வளர்ச்சியையும் அறிந்து கொள்கிறான். பழங்காலத்தில் பல அறிஞர்கள் பல இடங்களுக்குப் பயணம் சென்று வந்ததால் தங்கள் அறிவை விருத்தி செய்து கொள்ள முடிந்தது.

6). உலக அமைதி மற்றும் பன்னாட்டு ஒற்றுமை உணர்வு (International understanding):

சுற்றுலா பன்னாட்டு ஒற்றுமை உணர்வை வளர்க்கிறது. நமது நாட்டுக்கு வரும் வெளிநாட்டுச் சுற்றுலாப்பயணிகளை இன்முகத்தோடு உபசரித்து. நல்ல வசதிகளை அளித்து. அவர்களைச் சரியாகப் புரிந்துகொண்டு நட்புணர்வுடன் அவர்களுக்கு ஒத்துழைப்பு கொடுக்கும்போது நெருங்கிய தொடர்பு ஏற்படுகிறது. தனிப்பட்ட நபர்களுக்கிடையே ஏற்படும் இந்த நெருங்கிய உறவுகள் நாளடைவில் அவர்களின் நாட்டின் பால் நட்புணர்வுகள் ஏற்படுகிறது. இதனால் நேசநாடுகளாகி உலக அளவில் பகைமை விரோதம் ஆகியவை ஒழிக்கப்பட்டு சர்வதேச அளவில் நிரந்திர அமைதி ஏற்பட வழிவகை செய்கிறது.

7). இருவழித்தட இராஜாங்கக் கொள்கை (Two ways diplomatic policy):

இருவழித்தடங்கள் என்றால், அரசாங்கமே அரசியல் ரீதியாக பிறநாடுகளிடையே பரஸ்பர உறவை மேற்கொண்டும். ஒப்பந்தங்கள் ஆகியவற்றில் கையெழுத்திட்டும் உறவுகளை ஏற்படுத்திக்கொள்வது முதல் வழித்தடம் ஆகும். இரண்டாவது வழித்தடம் என்பது ஒரு நாட்டு மக்கள் பிறநாட்டு மக்களுடன் ஏற்படுத்திக் கொள்ளும் உறவு முறைகள்.

குறிப்பு

நட்பு ராஜாங்கக் கொள்கையை முறையாகக் கடைப்பிடித்தால் பல சமுதாய நற்பயன்களைப் பெறமுடியும்.

குறிப்பு

8). பண்பாட்டு பரிமாற்றம்; (Exchange of cultural value):

சுற்றுலாப் பயணிகள் நாகரிகம் பண்பாடு ஆகியவற்றை பிற மக்களிடம் பரப்புகிறார்கள். இதனால் இரண்டு மாறுபட்ட பண்பாடு கொண்டவர்கள் ஒன்று சேர்கிறார்கள். மற்றவர்களின் நாகரிகம். பண்பாடு, பழக்கவழக்கங்கள் ஆகியவற்றை அறிய மனிதன் முற்பட்டதனால்தான் சுற்றுலாவே தோன்றியது. சுற்றுலாப் பயணிகளிடம் பழமையான நாகரிகம். பண்பாடு, பண்பாட்டுச் சின்னங்கள் போன்றவற்றை அறிய வேண்டும் என்ற ஆவல் இருப்பதை அறியலாம்.

9. கலை மற்றும் கிராமியக்கலை பேணிகாக்கப் படுகிறது: (Protects Folk Arts)

சுற்றுலா கலை மற்றும் கிராமியக் கலைகளைப் பேணிக்காப்பதற்கு உதவுகிறது. சுற்றுலாந்துறையானது நம் நாட்டின் பண்பாடு, கலாச்சாரம், கலைகள். கிராமியக் கலைகள் ஆகியவற்றைப் பேணிக்காக்கும் வகையில் கண்காட்சிகள், திருவிழா போன்றவைகளை நாடு முழுவதும் நடத்தி வருகிறது. இது போன்ற கலைக்கூடங்களில் இந்தியப் பண்பாட்டிற்கே உரித்தான நடனக் கலைகள், நாட்டியக்கலைகள், கிராமியக்கலைகள் இடம் பெறுகின்றது. இதனால் சுற்றுலாப் பயணிகள் பெரிதும் மகிழ்ச்சியடைகின்றனர் . இதனால் இந்தக்கலைகள் புத்துயிர் பெறுகின்றன. அழியாமல் பாதுகாக்கப் படுகின்றன.

10) வரலாற்று முக்கியத்துவம் வாய்ந்த நினைவுச் சின்னங்கள் பேணிப் பாதுகாக்கப்படுகின்றன: (Protects historical Movement)

பொதுவாகச் சுற்றுலாப் பயணிகள் ஒரு நாட்டின் நாகரிகம். பண்பாடு. கலை ஆகியவற்றை வெளிப்படுத்தும் பழங்காலச் சின்னங்களைப் பார்க்க வேண்டும் என்பதிலேயே ஆவல் கொள்ளுகின்றனர். நினைவுச் சின்னங்களைப் பார்க்கும்போது அதனை உற்றுநோக்கி அதோடு கலந்துவிடுகிறார்கள். இதில் அவர்களுக்கு நிம்மதியும், திருப்தியும், புதிய உற்சாகமும் ஏற்பட்டு நல்ல அனுபவங்களைப் பெற்றுத் திரும்பிச் செல்கின்றனர். எனவே ஒவ்வொரு

அரசும் தங்கள் நாட்டில் உள்ள பழங்காலக் கலை மற்றும் நினைவுச் சின்னங்களைப் பாதுகாக்க வேண்டியது அத்தியாவசியமான ஒன்றாகக் கருதப்படுகிறது.

11) விலங்குகள் மற்றும் தாவர வகைகள் பேணிப் பாதுகாக்கப் படுகின்றன (Protection of flora and fauna):

சுற்றுலாவினால் விலங்குகள் மற்றும் தாவரவகைகள் பேணிப் பாதுகாக்கப்படுகின்றன. வெளிநாட்டுப் பயணிகள் பல்வேறு காரணங்களுக்காக நமது நாட்டிற்கு வருகை புரிந்தாலும் இயற்கை வளங்களைக்கண்டு ரசிப்பதிலும் பல அரிய தாவர இளங்களையும் விலங்குகளையும் கண்டு உற்சாகம் அடைகிறார்கள். எனவே பறவை சரணாலயங்கள், வனவிலங்கு சரணாலயங்களை முறைப்படிப் பாதுகாப்பதிலும், இயற்கை எழில்களைப் பேணிப் பாதுகாப்பதிலும் கவனம் செலுத்தப்படுகிறது. முதுமலை விலங்குகள் சரணாலயமும், வேடந்தாங்கல் பறவைகள் சரணாலயமும், சிதம்பரத்திற்கருகிலுள்ள பிச்சாவரமும் பேணிப் பாதுகாக்கப்படுகின்றன.

12) அடிப்படை வசதிகள் மேம்பாடு அடைகின்றன: (Promotes basic facilities)

சுற்றுலாப் பயணிகளைக் கவர்ந்திருப்பதற்காக இயற்கை அழகு, சீரான சாலைப்போக்குவரத்து, மின்சார வசதி, குறைகள் அற்ற நெடுஞ்சாலைகள், மருத்துவ வசதிகள், சுகாதார முன்ஏற்பாடுகள், கழிவு நீர்களை உரிய இடத்தில் வெளியேற்றுவதற்கான நடவடிக்கைகள், தண்ணீர் வசதிகள், இருப்பிட வசதிகள் போன்றவை இன்றியமையாததாயிருக்கிறது. சுற்றுலாத்துறையானது மேற்கூறிய அனைத்து ஏற்பாடுகளையும் பயணிகளுக்கு செய்விப்பதால் அதன் மூலமாக சமுதாயம் அந்த நன்மைகளைப் பெறுகிறது.

13) இளைஞர்களை நல்வழிப்படுத்துகிறது: (Moulds the character of youth)

இவ்வாறு சுற்றுலா சமுதாயத்திலுள்ள பல குறைகளைப் போக்கி சமுதாயத்தை மேம்பாடடையச் செய்கிறது. சுற்றுலா சமுதாயத்தில் நிலவும் மூடப் பழக்க வழக்கங்களை ஒழிக்கவும்,

குறிப்பு

சமுதாயக் குறைகளை நீக்கவும், புதிய நாகரிகத்தை உருவாக்கவும், உயர்ந்த நாகரிக வாழ்க்கை வாழவும் உதவுகிறது.

குறிப்பு

2.3.5 சுற்றுலாவின் பொருளாதர முக்கியத்துவம் (ECONOMIC SIGNIFICANCE OF TOURISM)

சுற்றுலா இன்று ஒரு பொருளாதரச் செயல்பாடாக வளர்ந்துள்ளது. சுற்றுல துறையினால் நாம் பல வழிகளில் பொருளாதார நன்மைகளைப் பெற்று வருகிறோம். இதனால்தான் ஒவ்வொரு அரசாங்கமும் சுற்றுலாவைக் கவனிக்க தனியாக அமைச்சகம் ஒன்றையும் அதன் தொடர்பான நிறுவனங்களையும் உருவாக்கி அதன் வளர்ச்சிக்கும் பலவிதமான திட்டங்களைத் தீட்டிவருகிறது. ஒரு நாட்டில் வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்குவதற்கும், பிராந்திய வளர்ச்சியைப் பெருக்குவதற்கும், அரசின் வருவாயைப் பெருக்குவதற்கும் ஒரு கருவியாக சுற்றுலா உள்ளது.

1).சுற்றுலாவும் வாணிகச் சமநிலையும்

ஒரு நாடு ஒரு குறிப்பிட்ட கால அளவில் பிற நாடுகளுக்கு ஏற்றுமதி செய்யவும் பொருட்களின் மொத்த மதிப்பும், பிறநாடுகளிலிருந்து இறக்குமதி செய்யும் பொருட்களின் மொத்த மதிப்பும் சம அளவில் இருந்தால் அதனை நாம் பன்னாட்டு வாணிகச் சமநிலை என்கிறோம். அதேசமயம் ஏற்றுமதிப் பொருட்களின் மொத்த மதிப்பு இறக்குமதிப் பொருட்களின் மதிப்பைக் காட்டிலும் அதிகமாக இருந்தால் அதனை நாம் சாதகமான வாணிகச் சமநிலை (குயஎழரசயடிடந டயடயடெந ழக வசயனந) என்கிறோம். அதற்கு மாறாக ஏற்றுமதிப் பொருட்களின் மதிப்பைக் காட்டிலும் இறக்குமதிப் பொருட்களின் மொத்தமதிப்பு கூடுதலாக இருப்பின் அதனை பாதகமான வாணிகச் சமநிலை என்கிறோம்.

பொதுவாக வளர்ச்சியடைந்த நாடுகள் சாதகமான வாணிகச் சமநிலையையும், வளர்ந்துவரும் நாடுகள் பாதகமான வாணிகச் சமநிலையைக் கொண்டுள்ளன. பாதகமான வாணிகச் சமநிலையை விரைவில் சீர்செய்யாவிடில் நாட்டின் பொருளாதார நிலை பாதிக்கப்படும். இதற்கு மிகவும் கைகொடுப்பது கண்ணுக்கு புலனாக ஏற்றுமதிகள்

(Invisible exports) ஆகும். கண்ணுக்குப் புலனாகாத ஏற்றுமதிகளில் சுற்றுலா முக்கியமான இடம் வகிக்கிறது. சுற்றுலாவின் மூலம் அந்தியநாட்டு பணவரும்படியைப் பெருக்கி பாதகமான செலுத்து சமநிலையைக் குறைக்கலாம். முடிந்தால் போக்கவும் செய்யலாம். ஏனெனில் சுற்றுலாவினால் வரும் வருவாய் ஏற்றுமதித் தொகையுடன் சேரும்.

2). சுற்றுலாவும் அன்னியச் செலாவணியும்.(Tourism and foreign Exchange)

ஒரு நாட்டிற்கும் மற்றொரு நாட்டிற்கும் இடையில் நிலவும் அனைத்து தொடர்புகள் பற்றிய பதிவேடே அயல்நாட்டு செலுத்து சமநிலை(Balance of Payment) ஆகும். ஒரு நாட்டின் வாணிகச் சமநிலையுடன் கண்ணுக்குப் புலனாகாத பொருள்களின் வரவுகள் அனைத்தையும் கூட்டி பற்றுகளைக் கழித்துக் கொண்டால் செலுத்துதல் சமநிலை கிடைக்கிறது. அயல் நாட்டுப் பயணிகள் நம் நாட்டில் செலவிடும் பணம் புலனாகாத ஏற்றுமதியாகும் வெளிநாட்டுச் சுற்றுலாப் பயணிகள் தங்குவதற்காகவும் உணவுக்காகவும் போக்குவரத்திற்காகவும், பொருட்களை வாங்கவும் செலவு செய்யும் தொகையானது அந்த நாட்டிற்கு அன்னியச் செலாவணியாகக் கிடைக்கிறது. இந்த அன்னியச் செலாவணி மூலம் பாதகமான வாணிகச் சமநிலையையும், பாதகமான செலுத்து சமநிலையையும் சமாளிக்க முடிகிறது. இந்த வகையில் சுற்றுலா மூலம் கிடைக்கும் வருவாய் ஒரு நாட்டிற்கு வரப்பிரசாதமாகவே உள்ளது. குறிப்பாக பாதகமான செலுத்துசமநிலையைக் கொண்டிருக்கும் பின்தங்கிய நாட்டின் சமையைக் குறைப்பதில் சுற்றுலா முக்கியமானதோர் இடம் வகிக்கிறது.

சுற்றுலாவின் மூலம் அந்திய செலாவணியை ஈட்டுவதில் இந்தியா இரண்டாவது இடம் வகிக்கிறது. இந்த துறையில் நமது அரசு குறைந்த பட்சத் தொகையை மூலதனமாக வைத்து அதிக அளவு லாபம் அடைகிறது.

3) சுற்றுலாவும் தேசிய வருமானமும் (Tourism and National Income):

சுற்றுலா மூலம் ஒவ்வொரு நாடும் பல வழிகளில் வருமானம் பெறுகின்றன. பொருட்களை உற்பத்தி செய்து உள்நாட்டிலும் வெளிநாட்டிலும் விற்பனைக் காட்டிலும் அதிகமான வருமானத்தைச் சுற்றுலாத்துறை தருகிறது.

அரசாங்கம் சுற்றுலாத் துறையிலிருந்து நேர்முக வரி மற்றும் மறைமுக வரி மூலம் வருவாயைப் பெறுகிறது. சுற்றுலாத்துறை வளர்ச்சிப் பணிகள் மூலம் கிடைக்கும் வருவாய் நேர்முக வரி ஆகும். மறைமுகவரி என்பது பயணிகளுக்குச் சேவை செய்தோ, உபசரித்தோ கிடைக்கும் வருவாய் ஆகும். மறைமுக வரிகளை கீழ்க்கண்டவாறு பிரிக்கலாம்: a) தங்கும் அறை மீதான வரி b) உணவு மீதான வரி, c) சுற்றுலா சம்பந்தப்பட்ட தொழில் தொடங்குவதற்கான உரிமம் மூலம் பெரும் தொகை, d) நுழைவு வரி, e) சுங்கவரி, f) இறக்குமதி வரி, g) சொத்து பராமரிப்பு வரி h) விமானத் தளங்களைப் பயன்படுத்துவதற்கான வரி போன்றவை ஆகும்.

(உலகின் பல நாடுகள் இன்று தமது தேசிய வருவாயைப் பெருக்கச் சுற்றுலாவையே பெரிதும் நம்பியிருக்கின்றன. அவர்களது தேசிய வருவாயில் சுற்றுலா வருவாயே முக்கிய இடத்தை வகிக்கின்றது. அமெரிக்காவின் வொஜின் தீவின் வருவாயில் சுற்றுலா வருவாய் முக்கால் பங்காக உள்ளது. பார்படோலின் வருவாயில் கால் பகுதி சுற்றுலா வருவாயே ஆகும். சிங்கப்பூரும் சுற்றுலாவின் மூலம் தனது மொத்த வருவாயின் பெரும் பகுதியைப் பெறுகிறது. இவ்வாறு பல நாடுகள் சுற்றுலாவின் மூலம் தமது தேசிய வருவாயைப் பெருக்குகின்றன. சுற்றுலாத் தொழிலின் பொருளாதாரத்தாக்கத்தின் முக்கியத்துவத்தை லிகோரிஷ், கர்ஷா ஆகியோர் கீழ்க்காணும் வரிகளில் விளக்குகிறார்கள், "சுற்றுலா முதலீடு எதுவும் தேவைப்படாத மிகவும் எளிதான தொழில் ஒரு சமுதாயம் ஆண்டு முழுவதும் ஒவ்வொரு நாளும் 24 சுற்றுலாப் பயணிகளைக் கவர முடியுமேயானால், அது பொருளாதார முன்னேற்றத்தில் ஆண்டொன்றிற்கு ஒரு லட்சம் டாலர்கள் ஊதியப் பட்டியல்களைக் கொண்டதோர் புதிய தொழிற்சாலையைப் பெற்றுள்ளதற்கு ஒப்பாகும்".

4) பொருளாதார ஏற்றத்தாழ்வு குறைகிறது Reduces economic inequality):

சுற்றுலாவானது நாடுகளுக்கிடையே நிலவும் பொருளாதார ஏற்றத்தாழ்வை ஓரளவு குறைக்கிறது. பெரும்பாலும் பணக்கார நாடுகளைச் சேர்ந்த பயணிகள் பொருளாதாரத் துறையில் பின்தங்கிய நாடுகளுக்குப் பயணம் செய்கிறபோது அவர்களது பணம் பின்தங்கிய நாடுகளின் பொருளாதாரத்தை உயர்த்தப் பயன்படுகிறது.

5) வேலை வாய்ப்பு அதிகரிக்கிறது (Employment opportunity):

சுற்றுலாத்துறையானது சேவையை மையமாக வைத்து செயல்படும் தொழிற்கூடம் ஆகும். இதுவும் முழுக்க முழுக்க தொழிலாளர்களைக் கொண்டு செயல்படும் துறை ஆகும். இதில் பலதரப்பட்ட மக்கள் தங்கள் தகுதிக் கேற்ப பலவகையான வேலைவாய்ப்புகளைப் பெறுகிறார்கள். வேலையற்ற பட்டதாரிகள் சுற்றுலாவின் பல்வேறு துறைகளில் வேலை வாய்ப்பினை பெற்றுள்ளார்கள். இவ்வாறு லட்சக்கணக்கான மக்களுக்கு வேலைவாய்ப்பைக் கொடுக்கும் சுற்றுலாத்துறை வேலை வாய்ப்பை வழங்கும் அமுதசுரபியாக உள்ளது.

விவசாயம் மற்றும் உற்பத்தித் துறைகளைக் காட்டிலும் சுற்றுலாத் தொழிலில் அதிக அளவில் வேலை வாய்ப்புகள் கிடைக்கின்றன. இத்தொழிலில் வேலையாட்கள் முதலீடு விகிதம் மற்ற தொழில்களைக் காட்டிலும் அதிகம். 1985-86 ஆம் ஆண்டு விலையின் அடிப்படையில் பார்த்தால் இத்தொழிலில் பத்து லட்சரூபாய் முதலீடு செய்தால் 89 பேருக்குகலைவாய்ப்பளிக்க ஏலும் வோமைத்துறையியே 45 பேருக்குத்தான் வாய்ப்பினைத் தாமுடியும். எனவே சுற்றுலாத் தொழில் பல லட்சம் குகேகு வேலை தரும் அமுதசுரபியாக விளங்குவது புலனாகும். இதனால் லையில்லாத் திண்டாட்டம் குறைகிறது. இதில் திறமை பில்லாதவர்களுக்கும் வேலை வாய்ப்பு கிடைப்பது மகிழ்ச்சிக்கூரியது.

6) கைத்தொழில் வளர்ச்சி (Growth of handi-crafts):

சுற்றுலாவினால் தொழில்களும் கைத்தொழில்களும் வளர்ச்சியடைகின்றன. உள்ளூர்கைவினைப் பொருட்கள் புத்துயிர் பெற

சுற்றுலா மேலாண்மை

குறிப்பு

துணை புரிகிறது. பொதுவாகச் சுற்றுலாப் பயணிகளே அரிய கலைப்பொருட்களையும், பொம்மைகள், பைகள் போன்றவற்றை நினைவுப் பொருட்களாக வாங்கச் செல்கின்றனர். இந்தியாவில் சுற்றுலாத் துறையினால் கைவினைப் பொருட்கள் அதிக அளவில் விற்பனையாகின்றன என்பதில் சந்தேகமே இல்லை. தஞ்சை தலையாட்டி பொம்மைகள், தஞ்சை கலைத்தட்டுகள், கன்னியாகுமரியில் உள்ள கிளிஞ்சல் பொருட்கள், சந்தன மாலைகள், மூங்கில் கூடைகள், பனைஓலைத் தொப்பிகள் ஆகியவைகள் வெளிநாட்டுச் சுற்றுலாப் பயணிகளால் விரும்பி வாங்கப்படுகின்றன. இதனால் இத்தொழில்கள் நசித்துப் போகாமல் பாதுகாக்க முடிவதுடன் அந்தத் தொழில் செய்து அநேகக் குடும்பங்கள் பிழைப்பிற்கு வழி ஏற்படுகிறது.

(டில்லி, ஆக்ரா, ஜெய்ப்பூர் செல்லும் சுற்றுலாப் பயணியர் ஜெய்ப்பூர் அலங்காரத்தட்டு, சலவைக்கல் பொம்மைகள், தாஜ்மஹால் சிற்பங்கள், ஓவியங்கள் ஆகியவற்றை வாங்காமல் செல்வதில்லை. தமிழ்நாட்டிற்கு வரும் பயணியர் பலர் மாட்டுக்கொம்பில் செய்யப்படும் கொக்கு, வெங்கலத்திலும் ஐம்பொன்னிலும் வார்க்கப்படும் தெய்வ உருவங்கள், பறவை, விலங்கு உருவங்கள் ஆகிய கலைநயமிக்க பொருள்களை வாங்கி மகிழ்கின்றனர். எனவே சுற்றுலா, இதுபோன்ற தொழில்கள் அழிந்து போகாமல் காப்பதுடன், அவற்றில் ஈடுபடும் ஆயிரக்கணக்கான கலைஞர்களின் குடும்பங்கள் வறுமை இன்றி வாழவும் வழி செய்கிறது.

7) சுற்றுலாவும் பிராந்திய வளர்ச்சியும் (Regional development):

சுற்றுலாவினால் பிராந்தியப் பகுதிகள் பெரிதும் வளர்ச்சியடைகின்றன. ஒரு நாட்டில் குறிப்பிட்ட மாநிலமோ அல்லது பிராந்தியப் பகுதியோ மிகவும் பின்தங்கிய நிலையில் தனிமைப்படுத்தப்பட்டு வேலை வாய்ப்பு வசதி இல்லாமலோ அல்லது விளைச்சல் மற்றும் விவசாய வளர்ச்சிக்கான ஏற்ற விளை நிலங்களோ இல்லாமல் இருக்குமேயானால் அப்படிப்பட்ட பகுதிகளிலுள்ள வரலாற்றுச் சிறப்புமிக்க இடங்கள் மற்றும் இயற்கை வாசஸ்தலங்களை சுற்றுலா மையங்களாக்கி, பயணிகளைக் கவரும் சுற்றுலா மையமாக்கினால் அந்த பிராந்தியமே பொருளாதார ரீதியாக வளர்ச்சியடைகிறது.

8) சுற்றுலாத் துறையின் பன்முக விளைவு (Multiple effects):

சுற்றுலாவிற்கு பயணிகளின் வருகையால் பல்வேறு துறைகள் வளர்ச்சியடைந்து வருமானம் கிடைக்கிறது. இதனாலும் பொருளாதார வளர்ச்சி மேம்படுகிறது. அடிப்படை வசதிகளான சாலைப்போக்குவரத்து ரயில் போக்குவரத்து, விமானப்போக்குவரத்து, மின்சாரவசதி, தண்ணீர்வசதி, தரமான உணவு வசதி, கட்டிடப்பணிகள், அருங்காட்சியகங்கள், கேளிக்கை விடுதிகள், தேசியப் பூங்காக்கள் போன்றடிவ குறைந்த மூலதனத்தில் சுற்றுலாப் பயணிகளைக் கவருவதற்காகத் தொடங்கப்பட்டு பல தரப்பட்ட துறைகளுக்கு இது அதிக லாபத்தைத் தருகிறது.

சுற்றுலாத் தொடர்பான அமைப்புகளின் வளர்ச்சி சுற்றுலா மேம்பாட்டிற்காக சொகுசு விடுதிகள், விமான தளங்கள், நீதுகுளங்கள் கட்டப்படுகின்றன. புதிய சாலைகள், கேளிக்கை விடுதிகள், பெழுது போக்கு மையங்கள் அமைக்கப்படுகின்றன. பஸ்களவிடப்படுகின்றன. குளுகுளு மின்சார, குடிநீர், சுகாதார வசதிகள் செய்யப்படுகின்றன. புதிய ஷாப்பிங் செண்டர்கள் உருவாகின்றன. இவை அனைத்து செய்யப்பட பலநிறுவனங்கள் உழைக்கின்றன. இவற்றில் பல

1. குபெரநாடு: பணக்கரநாடு
2. குசெலநாடு : ஏழைநாடு

பொறியாளர், தொழில் நுட்ப வல்லுநர் கலைஞர் மற்றும் பலருக்கு வேலை முய்ப்பு கிடைக்கின்றது. இவற்றால் சுற்றுலாச் சார்ந்த பல நிறுவனங்கள் பயணப்பணி நிறுவனம், போக்குவரத்து நிறுவனம், போட்டோ, வீடியோ கம்பனி ,உணவு தயாரிப்பு நிறுவனம் வளர்ச்சி பெறுகின்றன.

11. தேவை - தேவைகள் பூர்த்தி செய்யப்பெறுதல்

தேவைகள் பூர்த்தி செய்யப் பெற வேண்டும். ஒரு தொழில் சிறப்பமடைய வேண்டுமெனில் தேவையும் இருக்க வேண்டும் தேவைக்கான பொருள்கள் வழங்கப் பெறுதலும் வேண்டும். இத்தேவைகள் முறையாக மாத்தி செய்யப் பெறுதல் அவசியம். சுற்றுலா வாணிகத்தில் சுற்றுலாப் பயணியே தேவை. எனச கட்டப்படுகிறார். “தேவைகளைப் பூர்த்தி

செய்தல்“ என்பது பயணி சுற்றுலாவைச் சிறப்பாக முடிக்கத் தேவையான சேவைகளை வழங்கல் ஆகும்.. அதாவது உண்ண, தங்க, பயணம் செய்யத் தேவையானவற்றைப் பயணிக்கு அளித்தல் (ஹோட்டல், உணவகம், கார் ,விமான வசதிகள்) தேவைகள் குறையாமல் இருக்க வேண்டுமாயின் அதாவது நத்ப்பையணிகள் தொடர்ந்து வருகை புரிய வேண்டுமெனின் தேவைகள் அத்தி செய்யப் பெறல் வேண்டும். அதாவது வசதிகள் தொடர்ந்தும் செய்யப்பட வேண்டும். இவ்வசதிகள் உள்நாட்டு பயணிகளுக்கும் பயன்படும்.

2.3.6 போக்குவரத்து

எந்த ஒருபொருளாக இருந்தாலும் அதன் உற்பத்திக்கும், விநியோகத்திற்கும் போக்குவரத்து வசதிகள் அவசியம். சுற்றுலா ஒரு விற்பனைப் பொருளாக இருப்பதால் போக்குவரத்து வசதி இருந்தால் தான் அப்பொருளை வேகமாக விநியோகிக்க முடியும். போக்குவரத்து வாகனம் இல்லாவிடில் எந்தப் பயணியும் தான் செல்லவிரும்பும் இடத்திற்குச் செல்ல முடியாது. சுற்றுலாப் பொருளை வாங்குவதற்கு அவரவருக்கு ஏற்ற வகையில் வித, விதமான போக்குவரத்து வாகனங்கள் தற்போது உள்ளன.

நிலவழிப் போக்குவரத்து

நிலவழியாகப் பயணிகளை அவர்கள் விரும்பும் இடத்தில் சேர்ப்பதற்கு சாலைகளும், ரயில் பாதைகளும் உள்ளன. நவீனகால சாலைகளும், ரயில் பாதைகளும் நீண்ட காலமாக மேற்கொள்ளப்பட்ட தொழில்நுட்ப ஆராய்ச்சிகளின் விளைவாகும். பழங்கால ரோமானியப்பேரரசில் வாணிபத்திற்கும், போக்குவரத்துக்கும் மிக நேர்த்தியான சாலைகள் போடப்பட்டிருந்தன. முக்கியமான இடங்கள் சாலைகளால் இணைக்கப்பட்டிருந்தன. தற்கால இந்தியாவில் ஒரு சில குக்கிராமங்கள் தவிரப் பிற இடங்களில் சாலை வசதிகள் உள்ளன. நம்முடைய குறைபாடு என்னவென்றால் சாலைகள் முறைப்படி போடப்படாததால் எப்பொழுதுமே பழுதடைந்துள்ளன. லேசான மற்றும் கனரக வாகனங்கள் விதிமுறைகளை மதிப்பதில்லை.

இந்திய சாலையமைப்பு மெளரியர் காலத்திலேயே தொடங்கி விட்டது. அசோகர் காலத்தில் நேர்த்தியான சாலைகள் அமைக்கப்பட்டு

குறிப்பு

சாலையின் இரு புறமும் நிழல் தரும் மரங்கள் நடப்பட்டன. இதற்குக் காரணம் பயணிகள் அவ்வப்போது தங்கி ஓய்வு எடுக்க வேண்டும் என்ற நல்லெண்ணமே. மொகலாயர் காலத்தில் வாணிபப் பொருட்களைக் கொண்டு செல்லவும், இந்து அரசர்களேடு அடிக்கடி ஏற்பட்ட போர்கள் காரணமாக வீரர்கள் செல்லவும், ஆயுதங்களை எடுத்துச் செல்லவும் சீரான சாலைகள் தேவைப்பட்டன. ஆங்கிலேயர் காலத்தில் முக்கியமான இடங்களை இணைக்க மிக நேர்த்தியான சீரான நெடுந்தூர சாலைகள் அமைக்கப்பட்டன. மிக எளிதாகவும், வேகமாகவும் செல்லும் அளவுக்கு சாலைகள் அமைக்கப்பட்டன.

வில்லியம் பென்டிங் காலத்தில், மும்பை நகரம் சாலை வழியாக ஆக்ரா, கொல்கத்தா மற்றும் முக்கியமாக நகரங்களேடு இணைக்கப்பட்டது. சாலைகள் பெரும்பாலும் இராணுவப் போக்குவரத்துக்குப் பயன்பட்டதால் சாலைகள் அமைக்கும் பணி இராணுவத் துறையின் பொறுப்பில் இருந்தது. டல்ஹௌசி பிரபு இப்பொறுப்பை பொதுப்பணித்துறைக்கு மாற்றினார். இங்கிலாந்திலிருந்து பொறியியல் வல்லுநர்கள் சாலைகள் அமைக்க வரவழைக்கப்பட்டனர்.

1930-ல் இந்தியாவில் முதலாவது சாலைப்போக்குவரத்துப்பணி மகாநாடு கூட்டப்பட்டது. 1934-ல் டெல்லியில் இந்திய சாலைப் போக்குவரத்துக் கழகம் தொடங்கப்பட்டது. 1943-ல் நாக்பூர் திட்டத்தின் மூலம் தேசிய நெடுஞ்சாலைகள், மாநில நெடுஞ்சாலைகள் மற்றும் மாகாணசாலைகள் அமைக்கத் திட்டமிடப்பட்டது. இந்திய சுதந்திரத்திற்குப் பின்னர் முதலாவது ஐந்தாண்டுத் திட்டத்தின் மூலம் சாலையமைக்கும் பணிக்காக அதிக நிதி ஒதுக்கப்பட்டது. 1950-ல் டெல்லியில் மத்திய சாலை ஆய்வு மையம் அமைக்கப்பட்டது. 1957-ல் மாநில பொதுப்பணித்துறை தொடங்கப்பட்டது. உலகம் முழுவதிலும் அமைக்கப்பட்டிருக்கும் சாலைகளின் அளவு ரயில் பாதையைக் காட்டிலும் 13 மடங்கு நீளமானது. தற்போது இந்தியாவிலுள்ள முக்கியமான தேசிய நெடுஞ்சாலைகள்:

1. டெல்லி – அமிர்தசரஸ்
2. டெல்லி – கொல்கத்தா
3. மும்பை – ஆக்ரா
4. டெல்லி – சென்னை

குறிப்பு

5. மும்பை – சென்னை
6. மும்பை – கொல்கத்தா
7. டெல்லி – கன்னியாகுமரி
8. மும்பை – டெல்லி
9. பூனா – விஜயவாடா
10. மதுரை – கொச்சின்

சாலை வாகனங்கள்

சாலைகளில் வேகமாகச் செல்லக்கூடியவை மோட்டார் வாகனங்கள். மோட்டார் வாகனங்களில் பலவகை உள்ளன. அவை சொந்த வாகனங்களாகவோ, வாடகைவாகனங்களாகவோ இருக்கலாம். 1898-ல் இந்தியாவில் முதல் மோட்டார் வாகனம் இறங்குமதி செய்யப்பட்டது. செல்வந்தர்களும், அரசாங்க உயர் அதிகாரிகள் மட்டும் பயன்படுத்தக்கூடிய ஆடம்பர வாகனமாக இருந்தது. 1951-ல் இந்துஸ்தான் மோட்டார் லிமிடெட் நிறுவனம் தொடங்கப்பட்டு முதல் இந்திய மோட்டார் வாகனம்(ஊயச) தயாரிக்கப்பட்டது. ஜனத்தொகைப் பெருக்கம் மற்றும் இரும்பு எஃகு உற்பத்தி போக்குவரத்து வாகனங்கள் அதிகரிக்க உதவின. அம்பாசடர் கம்பெனி கொல்கத்தாவிலும், மும்பையில் ஃபியட் கம்பெனியும், சென்னையில் ஸ்டாண்டர்டு கம்பெனியும் தொடங்கப்பட்டன. மும்பையில் உள்ள பிரிமியர்ஆட்டோ மொபைல்ஸ் கம்பெனியும் அமெரிக்க ஐக்கிய நாடுகளின் கிரிஸ்லர் கம்பெனியும் இணைந்து மோட்டார் கார், டிரக், என்ஜின், ரேடியேட்டர் மற்றும் ஸ்பிரிங் போன்றவற்றைத் தயாரிக்கின்றன.

1947-ல் பஸ் போக்குவரத்தை தேசிய மயமாக்கும் எண்ணம் தோன்றியது. 1967-ல் அவ்வெண்ணம் உறுதி செய்யப்பட்டது. 120 கிலோ மீட்டருக்கு மேல் நீளமுள்ள சாலைகள் தேசியமயமாக்கப்பட்டன. பஸ் உரிமையாளர்கள் யாரும் 10 வாகனங்களுக்கு மேல் வைத்துக் கொள்ள அனுமதிக்கப்படவில்லை. பழைய என்ஜின்கள் விபத்துகளுக்கும், சுகாதாரக் கேட்டிற்கும் காரணமாக இருப்பதால் வாகனங்களுக்கு ஆயுட்காலம் நீர்ணயிக்க அரசு தீர்மானித்தது. 1990-ல் பழைய மோட்டார் வாகனங்களை அழித்து விட முடிவு செய்யப்பட்டது. ஆனால் சொந்த பயனுக்காக மட்டும் பயன்படுத்தப்படும் வாகனங்கள் அழிக்கும் அளவுக்கு

பழுதடைவதில்லை. எனவே ஒரேமாதிரியான ஆயுட்காலத்தை எல்லா வாகனங்களுக்கும் கொண்டுவருவது பொருந்தாது. இதைத் தவிர்க்க வாகனங்களின் என்ஜின்களை சோதனை செய்து பழுதடைந்தவற்றை சிதைத்து விடலாம். நல்ல நிலையில் உள்ள வாகனங்களுக்கு ஆயுட்காலத்தை நீடிக்கலாம். மோட்டார்கார், மோட்டார்சைக்கிள், மொபெட், வேன், பஸ் மற்றும் லாரி போன்றவை சாலைகளில் ஓடக்கூடிய வாகனங்கள்.

ரயில் போக்குவரத்து

19-ஆம் நூற்றாண்டில் தொடங்கிய ரயில் போக்குவரத்து சுற்றுலா வரலாற்றில் ஒரு முக்கிய கட்டமாகும். 1830-ல் முதன் முறையாக இங்கிலாந்தில் முதலாவது ரயில் பாதை லிவர்பூல் என்னுமிடத்திலிருந்து மான்செஸ்டர் வரை போடப்பட்டது. 1841-ல் தாமஸ்குக் என்பவரால் முறையான ரயில் போக்குவரத்து தொடங்கியது. தாமஸ்குக் ஆன்மீகக் கூட்டங்களுக்குச் சென்று வர சில குழுவினருக்கு ரயில் பயணங்களை ஏற்பாடு செய்து கொடுத்தார். அதிகப் பயணிகளைக் கூட்டிச்சென்றதால் ரயில் பயணச்சீட்டுகள் சலுகை முறையில் கிடைத்தன. அதைத் தொடர்ந்து சலுகை ரீதியில் பல அழகிய இடங்களுக்கு ரயில் பயணங்களை அமைத்துக் கொடுத்தார். 1843-ல் 3000 பள்ளி மாணவர்களை லேசெஸ்டரிலிருந்து டெர்பிவரை சுற்றுப்பயணம் கூட்டிச் சென்றனர். 1848 முதல் 1863 வரை தாமஸ்குக் ஸ்காட்லாந்துக்கு ஒவ்வொரு ஆண்டும் குறிப்பிட்ட பருவத்தில் ஏராளமான பயணிகளுக்கு பயண ஏற்பாடு செய்து கொடுத்தார். ஒவ்வொரு ஆண்டும் சலுகைக் கட்டணத்தில் சுமார் 5000 சுற்றுலா பயணிகள் இனிய பயணத்தை அனுபவித்தனர். ரயில்பயணம் இங்கிலாந்தில் வெற்றி பெற்றது. இதைத் தொடர்ந்து ஐரோப்பிய நாடுகளான ஃபிரான்ஸ், ஆஸ்திரியா, சுவிட்சர்லாந்து போன்றவை ரயில் போக்குவரத்தை ஆதரித்து வளர்த்தன.

ரயில் போக்குவரத்து அட்லாண்டிக்கைத் தாண்டி அமெரிக்க ஐக்கிய நாடுகளில் கால் வைத்தது. அங்கு புரட்சிகரமான மாற்றங்களையடைந்தது. புதிய கம்பெனிகள் போட்டி போட்டிக்கொண்டு தோன்றின. பிரயாணிகள் ரயிலில் வசதிகளும், ஆடம்பரங்களும் பெருகின. 1870-ல் அமெரிக்க புல்மேன் கம்பெனி உணவு வசதிகளுடன்

குறிப்பு

கூடிய கோச் பெட்டிகளைத் தயாரித்தது. பல நாடுகள் புல்மேன் என்ஜின்களை இறக்குமதி செய்தன. 1872-க்குள் ஏறக்குறைய 700 என்ஜின்களை விற்பனை செய்தது. உலகம் முழுவதுமாக 30,000 மைல்களுக்கு மேல் ரயில் பாதை அமைத்துக் கொடுத்தது. ரயில் போக்குவரத்தின் வளர்ச்சியினால் சாதாரண மக்கள் சுற்றுலா அதிகரித்தது. சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு ரயில் போக்குவரத்து சக்திமிக்க காரணியாக உதவியது.

ரயில் போக்குவரத்து உள்நாட்டு சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு பெரிதும் உதவியது. நீண்ட தூரம் பயணங்களுக்கு ஏற்றதாகவும், கட்டணக் குறைவுள்ளதாகவும் இருக்கிறது. 1992-ஆம் ஆண்டு இந்தியா விரைவு என்ஜின்களை இறக்குமதி செய்தது. தற்போது நம் நாட்டிலேயே என்ஜின்கள் தயாரிக்கப்படுகின்றன. 1988-ல் முதலாவது விரைவு ரயில் டெல்லியிலிருந்து ஜான்சி வரை விடப்பட்டது. நவீன கால ரயில் நீராவினால் இயங்காமல் டீசல் மற்றும் மின்சாரத்தில் ஓடுகிறது.

இந்திய ரயில்வே துறை எட்டு பிரிவுகளைக் கொண்டது. அவை

1. மத்தியப்பிரிவு
2. மேற்குப்பிரிவு
3. தென்பிரிவு
4. கிழக்குப்பிரிவு
5. தென்-கிழக்குப்பிரிவு
6. வட பிரிவு
7. வட-கிழக்குப்பிரிவு
8. வட-கிழக்கு எல்லைப்பிரிவு

பெரிய நகரங்களில் டிராம் வண்டிகள் ஓடுகின்றன. ரயில் என்ஜின்கள், சித்தரஞ்சன், ஜாம்ஷெட்பூர், வாரணாசி மற்றும் பெரம்பூர் ஆகிய இடங்களில் தயாரிக்கப்படுகின்றன.

நீர்வழிப் போக்குவரத்து

தொழிற்புரட்சியின் போது நீராவி என்ஜின் கண்டுபிடிக்கப்பட்டது. அதன் விளைவாக உள்நாட்டுப் போக்குவரத்திற்கு நீராவி என்ஜின் பொருத்திய ரயில்கள் பயன்பட்டன. கடல் கடந்த நாடுகளுக்குச் செல்ல

குறிப்பு

அதே என்ஜின்கள் கொண்ட கப்பல்கள் பயன்படுத்தப்பட்டன. கடல் வழிப்போக்குவரத்தில் அமெரிக்கா இங்கிலாந்தையும் மிஞ்சியது. இங்கிலாந்தில் ஆழ்கடல் போக்குவரத்து வேகமாக வளர்ந்தது. காரணம் இங்கிலாந்திலிருந்து புதிய உலகமான அமெரிக்கா செல்லும் ஆங்கிலேயர் எண்ணிக்கை அதிகரித்துக் கொண்டே சென்றது. அமெரிக்காவின் வளத்தைப் பற்றிக் கேள்விப்பட்ட ஐரோப்பியர் வேலைவாய்ப்புத்தேடியும், நிறைய சம்பாதிக்கும் எண்ணத்தோடும் கடல்வழிப் பயணங்களை மேற்கொண்டனர். 1869-ல் சூயஸ் கால்வாய் திறக்கப்பட்டதால் கிழக்கிலிருந்து மேற்கு நாடுகள் செல்ல ஒரு குறுக்குப்பாதை கிடைத்தது. இதனால் கப்பல் போக்குவரத்து அதிகரித்ததால் பிரயாணக் கப்பல்களும், சரக்குக் கப்பல்களும் ஏராளமாகக் கட்டப்பட்டன. முதல் உலகப்போர் வரையிலும் கப்பல் போக்குவரத்து உச்ச நிலையில் இருந்தது. பன்னாட்டுப் பயணங்கள் பலவித காரணங்களுக்காக - உல்லாசம், வாணிபம், தொழில், புதிய இடங்களைப் பார்க்கும் ஆர்வம் வேலை தேடல் அதிகரித்தன.

20-ஆம் நூற்றாண்டில் சுற்றுலா பற்றிய மக்கள் கண்ணோட்டம் மாறியது. ஒரு காலத்தில் பணம் படைத்தவர்கள் மட்டுமே வாங்கக்கூடிய ஆடம்பரப் பொருளாகக் கருதப்பட்டது சுற்றுலாப் பொருள். ஆனால் தற்போது அதிக ஓய்வு நேரம், வாழ்க்கைத்தர உயர்வு, அதிக செலவிடும் சக்தி ஆகியவற்றின் காரணமாக ஒவ்வொருவரும் அவரவர் வசதிக்கேற்ப பயணம் செய்வது அத்தியாவசியம் என்ற நிலை உருவாகியுள்ளது.

ஆகாயப் போக்குவரத்து

போக்குவரத்து வாகனங்களில் இறுதியாக உருவாக்கப்பட்டது ஆகாயத்தில் செல்லும் விமானம். குறுகிய காலத்தில் நீண்ட தூரம் செல்லக்கூடியது. கனமழை, பனிப்பொழிவு, பனி மூட்டம், சூறாவளி போன்ற சமயங்கள் தவிர மற்ற நேரங்களில் தடைப்படுவது கிடையாது. 1783-ஆம் ஆண்டு ஃபிரான்ஸ் நாட்டைச் சேர்ந்த ஜோசப் மற்றும் எட்மண்ட் ஆகிய இருவரும் காற்றடைத்த காகித பலூனில் பறக்க முயன்றனர். அதன் பின்னர் பல வளர்ச்சிக் கட்டங்களைத் தாண்டி 1903-ஆம் ஆண்டு ரைட் சகோதரர்களால் இறுதி வடிவம் பெற்றது.

குறிப்பு

இந்தியாவில் 1911-ல் முதலாவது விமானம் அலகாபாத்திலிருந்து மாயினி வரை பறந்தது. தபால்களை எடுத்துச் செல்ல மட்டுமே விமானங்கள் பயன்படுத்தப்பட்டன. விமானத்தில் பயணம் சென்ற முதலாவது இந்தியர் டாடா. இவர் 1930-ஆம் ஆண்டு இந்தியாவிலிருந்து விமானம் மூலமாக இங்கிலாந்து சென்றார். 1933-ல் தபால் போக்குவரத்துக்காக டெல்லியில் தேசிய விமானப்போக்குவரத்துக் கழகம் ஏற்படுத்தப்பட்டது. 1946-ல் இந்திய அரசு தனி நபர்கள் விமானப் போக்குவரத்துக் கம்பெனிகள் தொடங்கலாம் என்று அறிவித்தது. 1947-ல் பாரத் ஏர்வேஸ் மற்றும் ஓரியண்ட் ஏர்வேஸ் கம்பெனிகள் திறக்கப்பட்டன. வெகு விரைவில் கம்பெனிகள் எண்ணிக்கை 11 ஆக உயர்ந்தது. ஆனால் முன்னேற்றமோ, வளர்ச்சியோ காணப்படவில்லை. 1952-ல் நியமிக்கப்பட்ட கமிஷன் கம்பெனிகளின் எண்ணிக்கையைக் குறைத்தால் தரம் உயரும் என்று கூறியது. 1953-ல் அரசு விமானப் போக்குவரத்தை தேசிய உடைமையாக்கி எண்ணிக்கையை இரண்டாகக் குறைத்தது. அவை ஏர்இந்தியா மற்றும் இந்தியன் ஏர்லைன்ஸ். தரம் உயர்ந்ததோடல்லாமல் போக்குவரத்தில் முன்னேற்றம் ஏற்பட்டது.

பெங்களூர் முதலாவது விமானம் தயாரிக்கும் கம்பெனி தொடங்கப்பட்டது. தொடக்கத்தில் பழுது பார்க்கும் பணிகளும் போர்விமானங்கள் தயாரிப்பதும் மேற்கொள்ளப்பட்டன. இந்தியாவில் முக்கியமான விமான நிலையங்கள் மும்பை டெல்லி, கொல்கத்தா, சென்னை, அகமதாபாத், நாக்பூர், ஹதராபாத், பெங்களூர், கௌகாத்தி, திருச்சி ஆகிய இடங்களில் உள்ளன.

முடிவுரை

ஒரு நாட்டில் பலவிதமான சுற்றுலா மையங்கள் இருக்கலாம். சுற்றுலாப் பயணிகளை வசீகரிக்கும் தன்மை கொண்டவையாக இருக்கலாம். ஆனால் அங்கு செல்வதற்குத் தேவையான போக்குவரத்து வசதிகள் இல்லாவிட்டால் அவ்விடங்கள் தங்கள் கவர்ச்சியை இழந்து விடுகின்றன. எனவே சுற்றுலா வளர போக்குவரத்து வாகனங்கள் அத்தியாவசியமானவை.

அலகு 3

சுற்றுலா மேலாண்மை

சுற்றுலா மேம்பாடு

குறிப்பு

- 3.1 சுற்றுலா - திட்டமிடுதல்
 - 3.1.1 முன்னுரை
 - 3.1.2 ரோம் மகாநாடு
 - 3.1.3 திட்டமிடுதல்
 - 3.1.4 திட்டத்திற்குத் தேவையான அம்சங்கள்
 - 3.1.5 விளம்பரம்
 - 3.1.6 சுற்றுலா விளம்பர முறைகள்
 - 3.1.7 சுற்றுலா விளம்பரத்தின் முக்கியத்துவம்
- 3.2 சுற்றுலாவின் பொருளாதர முக்கியத்துவம்
- 3.3 சர்வதேச சுற்றுலா
 - 3.3.1 சுற்றுலாவும் பன்னாட்டு வர்த்தகமும்
 - 3.3.2. வாணிகச் சமநிலை
 - 3.3.3. அயல் நாட்டு செலுத்துநிலை
 - 3.3.4 சுற்றுலா சந்தையியலின் சிறப்பு கூறுகள்
 - 3.3.5 ஆய்வியல் தொழில் நுட்பங்கள்
- 3.4 சுற்றுலாவின் சந்தையியல்
 - 3.4.1 சுற்றுலா பண்டம்
 - 3.4.2 சுற்றுலா சந்தையியலின் சிறப்பு கூறுகள்
 - 3.4.3 ஆய்வியல் தொழில் நுட்பங்கள்

3.1 சுற்றுலா - திட்டமிடுதல்

3.1.1 முன்னுரை

ஒரு தொழில் வெற்றியடைய வேண்டுமென்றால் அதை நல்ல முறையில் திட்டமிட்டு செயல்படுத்த வேண்டும். சுற்றுலா பணம் படைத்த

தொழிற்சாலைகளில் ஒன்றாக உள்ளது. பல நாடுகளில் பிரதான வருவாய் ஈட்டித்தரும் தொழிலாக மதிக்கப்படுகிறது. சுற்றுலா வளர்ந்து கொண்டிருக்கும் நாடுகளில் எதிர்பார்ப்புகள் அதிகமான உள்ளன. சிறப்பான முறையின் அதன் வளர்ச்சித்திட்டங்கள் அமையாவிட்டால் எதிர்பார்த்த வெற்றிக்கோட்டினை அடைய முடியாது. இரண்டாம் உலகப்போருக்குப் பின்னர் சுற்றுலா உலகம் முழுவதும் ஒரு சிறந்த பொருளாதாரத்துறையாக மாறியுள்ளது.

பயண கண்காட்சிகள் மற்றும் கண்காட்சிகளில் தீவிர பங்கேற்புடன் வெளிநாடுகளில் உள்ள இந்திய சுற்றுலா அலுவலகங்கள் மூலம் வெளிநாடுகளில் சுற்றுலா உருவாக்கும் சந்தைகளில் விளம்பர நடவடிக்கைகள் சாலை நிகழ்ச்சிகள், "இந்தியாவை அறிந்து கொள்ளுங்கள்" கருத்தரங்குகள் மற்றும் பட்டறைகளை ஏற்பாடு செய்தல்

3.1.2 ரோம் மகாநாடு

1963-ஆம் ஆண்டு ரோம் நகரில் சர்வதேசப்பயணம் மற்றும் சுற்றுலாத்துறை சார்பாக மகாநாடு ஒன்று கூட்டப்பட்டது. இதில் உலகம் முழுவதிலும் குறிப்பாக சுற்றுலா வளர்ந்து வரும் நாடுகளில் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான தீர்மானங்கள் நிறைவேற்றப்பட்டன.

1. முன்னேறி வரும் நாடுகள் மற்ற துறைகளைக் காட்டிலும் சுற்றுலா வளர்ச்சித் திட்டங்களுக்கு முக்கியத்துவம் கொடுக்க வேண்டும்.
2. எதிர்காலத்தில் பயணிகள் அதிகம் வருவார்கள் என எதிர்பார்க்கும் சுற்றுலா மையங்கள் பற்றிய ஆய்வுகள் நடத்த அரசாங்கங்கள் ஐ. நா. சபையின் விசேஷ நிதியுதவி பெறலாம். சுற்றுலாத்துறையில் நிபுணர்கள் சுற்றுலாப் பயணிகளின் புள்ளி விவரம் சேகரித்து அதற்கேற்றவாறு குறுகிய கால மற்றும் நீண்ட காலத்திட்டங்கள் வகுக்க வேண்டும்.

சீரான வளர்ச்சி பெற்றுவரும் நாடுகள் புதிய சுற்றுலா மையங்கள் மீது அதிகவனம் செலுத்தலாம். எப்படிப்பட்ட புதிய சுற்றுலாக்கவர்ச்சிகளாக இருந்தாலும் அவற்றை மேன்மையடையச்செய்து பாதுகாக்க வேண்டும். ஒரு நாட்டின் தேசிய சுற்றுலா நிறுவனம் அங்குள்ள கவர்ச்சிகளை ஆரம்பகட்ட ஆய்வு செய்து புள்ளிவிவரங்கள்

சேகரித்து, ஒதுக்கப்பட்டுள்ள நிதியைக் கொண்டு அவ்விடங்களை சுற்றுலா மையங்களாக மேன்மையடையச் செய்ய வேண்டும்.

சுற்றுலா மேலாண்மை

குறிப்பு

3.1.3 திட்டமிடுதல்

1965-ல் கூட்டப்பட்ட மகாநாட்டில் உலக நாடுகள் தனிப்பட்டோர் முதலீடு செய்வதை ஆதரிக்க வேண்டுமென்று முடிவெடுக்கப்பட்டது. திட்டமிடுதலில் இரண்டு பகுதிகள் உள்ளன.

1. ஆரம்பகட்ட ஆய்வு -கவர்ச்சியிடம் பற்றிய விரிவான ஆய்வு, அதன் தன்மை மற்றும் பயணிகள் எண்ணிக்கை.
2. எதிர்காலத்தில் எவ்வளவு பயணிகள் வரலாம் என்பது பற்றிய ஆய்வு மற்றும் புள்ளி விவரம்.

சுற்றுலா முழுவளர்ச்சியடைந்துள்ள நாடுகளும், வளர்ந்து கொண்டிருக்கும் நாடுகளும் தங்கள் நாடுகளின் வளங்களைப் பயன்படுத்துவதில் தனி கவனம் செலுத்த வேண்டும். திட்டங்களை வகுக்குமுன் சில விஷயங்களை மனதில் இருத்திக் கொள்ள வேண்டும்.

1. திட்டமானது ஒட்டுமொத்த உடனடித்திட்டமா, மெதுவாகச் செய்யக்கூடியதா, படிப்படியானதா, தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட சில இடத்திட்டமா என்று முடிவு செய்ய வேண்டும்.
2. திட்டமிடுவதற்குமுன் ஒரு நாடு எவ்வளவு தூரம் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு ஆதரவு தருகிறது என்பதைத் திட்டமாக அறிந்து கொள்ள வேண்டும். சுற்றுலாத்துறை மூலம் கிடைக்கும் வருமானம் ஒரு நாட்டின் மொத்த பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு எவ்வளவு தூரம் ஆதாரமாக இருக்கும் என்பதை அறிய வேண்டும். அதைக் கொண்டு சுற்றுலாத்திட்டம் தேசிய அளவிலான திட்டமா, மாநில அளவானதா அல்லது ஒரு இடம் பற்றிய திட்டமா என்று முடிவு செய்ய வேண்டும்.
3. ஒரு அரசாங்கம் மட்டுமே சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான செலவணைத்தையும் ஏற்று செய்ய முடியாது. சில சுற்றுலா சம்பந்தப்பட்ட பணிகளை தனியார் நிறுவனங்களிடம்

குறிப்பு

ஒப்படைக்கலாம். அதே சமயம் அந்நிறுவனங்கள் அதிக உரிமைகளும், அதிகாரங்களும் பெறாதவாறு பார்த்துக் கொள்ள வேண்டும்.

4. சுற்றுலாத்திட்டத்தில் அந்நிய முதலீட்டை அனுமதிக்கலாமா, வேண்டாமா, அப்படி அனுமதித்தால் எவ்வளவு அனுமதிக்கலாம் என்று அரசே முடிவெடுக்க வேண்டும்.
5. திட்டமிடுமுன் சுற்றுலாத்தொழில் மற்றத்தொழில்களைப் போலவா அல்லது பிரத்தியேக கவனம் செலுத்தவேண்டிய தொழிலா என்று அரசாங்கம் தீர்மானிக்க வேண்டும்.
6. திட்டவல்லுநர்கள், சுற்றுலாத்திட்டம் நீண்ட காலத்திட்டமாக அல்லது குறுகிய காலத்திட்டமாக என்று தீர்மானிக்க வேண்டும்.

சுற்றுலாத் தொழிலின் தன்மை மற்றும் இயல்பு பிறதொழில்களிலிருந்து வேறுபட்டவை. மற்ற பொருட்களைப்போல சுற்றுலாவியல் ஐடப்பொருட்களோடு தொடர்புடையதாக இல்லாமல் உயிருள்ள மக்களின் இடப்பெயர்ச்சியோடு தொடர்புடையதாக உள்ளது. அரசியல் மற்றும் சமுதாயக்கூறுகள், மனிதர்களின் உளவியல் கூறுகள், மாறுகின்ற பழக்க வழக்கங்கள் ஆகியவற்றின் தாக்கம் சுற்றுலாச்சந்தையில் அதிகம் உள்ளது. சுற்றுலாப்பொருளின் தேவையும், விற்பனையும் முன்கூட்டியே உணர முடியாதவை, அடிக்கடி மாறும் தன்மையுடையவை.

சுற்றுலாவியல் நாட்டின் பொருளாதார நிறுவனங்களில் ஒன்று. எனவே நாட்டின் பொதுவான பொருளாதாரத்திட்டமும், சுற்றுலாவியல் திட்டமும் ஒன்றுக்கொன்று தொடர்புடையனவாக இருக்க வேண்டும். சுற்றுலாத்தொழில் தனிப்பட்டதல்ல. அதன் முழுஉற்பத்தியில் பல தொழில்சாலைகள் சம்பந்தப்பட்டுள்ளன. சுற்றுலாத்திட்டம், சுற்றுலாப்பொருளின் தேவையையும், உற்பத்தியையும் சமன் செய்வதாக அமைய வேண்டும். இத்திட்டம் எந்தவிதமான பிராந்தியப் பிரச்சினையையோ அல்லது சமுதாயப் பிரச்சினையையோ உருவாக்கக்கூடாது.

3.1.4 திட்டத்திற்குத் தேவையான அம்சங்கள்

சுற்றுலா மேலாண்மை

குறிப்பு

1. சுற்றுலாப்பொருளின் தேவை மற்றும் உற்பத்தி பற்றிய ஆய்வு
2. தெளிவான நோக்கங்கள்
3. இடத்தேர்வுத்திட்டத்திற்கான இடங்கள் தேர்ந்தெடுத்தல்.
4. அடிப்படை வசதிகள்
5. நிதித்திட்டம்
6. மனித சக்தி
7. நிர்வாக அமைப்பு
8. சந்தைப்படுத்துதல் மற்றும் மேம்படுத்துதல்
9. காலக்கணக்கீடு

1. சுற்றுலாப்பொருளின் தேவை மற்றும் உற்பத்தி பற்றிய ஆய்வு

சுற்றுலாக்கவர்ச்சியிடங்கள் எப்படியுள்ளனவோ அப்படியே அவற்றைப் பற்றிய விபரங்களை சேகரித்து அவை மேம்பாடடைய வாய்ப்புள்ளதா என்று ஆராய வேண்டும். இப்பொழுது அவற்றுக்குள்ள தேவையையும், உற்பத்தியையும் கணக்கிட வேண்டும். சுற்றுலாக்கவர்ச்சிகள் நாடெங்கிலும் பரவிக்கிடக்கின்றன. எதிர்கால விரிவாக்கத்திட்டங்களுக்கு அவை பற்றிய விளக்கமாக விபரங்களை அறிய வேண்டும்.

பீட்டர் என்பவர் எப்படி இடத்தேர்வு செய்ய வேண்டும் என்பது குறித்து சில வழிமுறைகளைக் கூறியுள்ளார்.

1. எந்த இடங்களுக்கு வரவேற்பு அதிகம் இருக்குமென்று தோன்றுகிறதோ, அவற்றைத் தேர்வு செய்ய வேண்டும்.
2. பல்வேறு இடங்களில் எந்த இடங்கள் ஒரு ஆண்டில் மிக நீண்ட நாட்கள் பயணிகளுக்குப் பயனளிக்குமோ அவற்றைப் பிரித்தெடுக்க வேண்டும்.
3. குறைந்த செலவினங்களோடு, மிக எளிதாக முன்னேறக்கூடிய இடங்களுக்கு முன்னுரிமை வழங்க வேண்டும்.

குறிப்பு

4. எல்லாக்கவர்ச்சியிடங்களையும் பணம் செலவழித்து சுற்றுலா மையங்களாக உருவாக்க இயலாது. எனவே ஒரே விதமான கவர்ச்சியிடங்களைத் தவிர்க்க வேண்டும்.
5. பயணிகள் புதியனவற்றைப் பார்க்கவும், அனுபவிக்கவும் விரும்புவர். எனவே சுற்றுலாப்பொருளின் தேவை(உள்நாட்டு மற்றும் வெளிநாட்டு) -யைக் கணக்கிட்டு, போக்குவரத்து, தங்குமிடம் மற்றும் மற்ற வசதிகள் உட்பட எல்லாவிதமான உள்நாட்டு, வெளிநாட்டு விபரங்களையும் சேகரிக்க வேண்டும்.

2. தெளிவான நோக்கங்கள்

சுற்றுலா மேம்பாட்டிற்கென்று தனிப்பட்ட விதிமுறைகள் இல்லை. ஒரு நாட்டின் பொதுவான நோக்கங்களோடும், சமுதாய அமைப்போடும் இணைந்து செயல்படக்கூடியது சுற்றுலாவியல். சுற்றுலா வளர்ச்சி பொதுவாக மக்களின் வாழ்க்கைத்தரம், வேலைவாய்ப்பு நிலை, அறிவு வளர்ச்சி, மற்றும் மூலதனத்திறன் ஆகியவற்றை சார்ந்துள்ளது. சுற்றுலா மேம்பாட்டுத்திட்டத்தின் முதற்கட்டமாக திட்டத்தின் நோக்கம் என்ன என்று குறிப்பிட்டு திட்டம் தயாரிக்க அனுமதி கோரி விண்ணப்பம் ஒன்றை அனுப்ப வேண்டும். அதற்கு சுசீ(சுநவரநளவ கழச ிசழிழளயட) என்று பெயர். அதன் பிறகு திட்டம் எப்படிப்பட்டது என்று அதாவது அதன் குறிக்கோள்கள், இடத்தேர்வு, தேவைகள்யாவை மற்றும் எவ்வளவு நிதி தேவைப்படும் என்பன போன்றவை குறிப்பிடப்பட வேண்டும். அடுத்த கட்டமாக முழுத்திட்டம் சமர்ப்பிக்கப்பட வேண்டும். அதில் என்னென்ன முன்னேற்றங்கள் செய்யப்பட உள்ளன என்பது பற்றித் தெளிவாகவும், இறுதியாகவும் குறிப்பிட வேண்டும். (உ.ம்.) விமான நிலையத்தின் விரிவாக்கம், விமானம் தரையில் ஓடுகின்ற தடம், பயணிகளின் நுழைவாயிலில் மேலும் வசதிகள் செய்தல் போன்றவை.

3. இடத்தேர்வுத்திட்டத்திற்கான இடங்கள் தேர்ந்தெடுத்தல்

எந்த சுற்றுலாக்கவர்ச்சி மையத்தை மேம்பாட்டுத்திட்டத்தின் கீழ் கொண்டு வரலாம் என்று இறுதி முடிவு எடுக்க வேண்டும். நாட்டின் பொது பொருளாதாரக் கொள்கைக்குப் பொருந்துகிறதா என்று பார்க்க வேண்டும்.

அதே சமயம் இடஅபகரிப்போ அல்லது வேறு தவறுகளோ இல்லாத வண்ணம் கவனமாக இருத்தல் அவசியம்.

சுற்றுலா மேலாண்மை

4. அடிப்படை வசதிகள்

சுற்றுலாக் கவர்ச்சியிடத்தின் தன்மையைப் பொருத்து அடிப்படை வசதிகள் மாறுபடும். உள்ளூர்வாசிகள் இத்திட்டத்திற்கு ஆதரவளிக்க வேண்டும். அடிப்படைத்தேவைகளான மின்சாரம், குடிநீர், தொலைதொடர்பு, சாலை, கழிவுநீர்க்குழாய் வசதி, பொழுதுபோக்கு, உடல்நலம் பேணுதல் போன்றவற்றிற்கு முக்கியத்துவம் கொடுக்க வேண்டும்.

5. நிதித்திட்டம்

நிதி ஒதுக்கீடு இல்லாமல் எந்தத்திட்டமும் வெற்றி பெறாது. மொத்தத்திட்டத்திற்கும் ஆகக்கூடிய செலவினப்பட்டியல் தயாரிக்க வேண்டும். செலவு எதிர்பார்த்ததை விட அதிகமாக இருந்தால் தனியார்துறையினரை சுற்றுலா சம்பந்தப்பட்ட அமைப்புகளில் முதலீடு செய்ய அழைக்கலாம். அவர்களை ஊக்குவிக்க சுற்றுலா லாபம் தரக்கூடிய தொழில் என்பதை உணரச்செய்ய வேண்டும். அரசாங்கம் அவர்களுக்கு வரிச்சலுகை, மானியம், குறைந்த வட்டிக்குக்கடன் போன்ற சலுகைகளைத் தரலாம். சில மிகப்பெரிய திட்டங்களில் அந்நிய நாட்டு முதலீட்டை ஆதரிக்கலாம்.

6. மனித சக்தி

சுற்றுலாத்தொழில் சேவைகளையும், பணிகளையும் அடிப்படையாகக் கொண்டது. எனவே இத்துறை சார்ந்த அதிகாரிகளும், அலுவலர்களும் திறமை வாய்ந்தவர்களாகவும், இத்துறையில் பயிற்சி பெற்றவர்களாகவும் இருத்தல் அவசியம். அவர்கள் நட்பாகப்பழகுபவர்களாக, வளைந்து கொடுப்பவர்களாக, சூழ்நிலைக்கேற்பத் தங்களை மாற்றிக்கொள்பவர்களாக இருக்கவேண்டும். முன்கோபக்காரர்களாக இருக்கக்கூடாது. நவீன தொழில் நுட்பங்களைக் கையாளத் தெரிந்தவர்களாகவும், வரவு செலவுக்கணக்குகளில் தேர்ந்தவர்களாகவும் இருக்க வேண்டும். உள்நாட்டிலும், வெளிநாடுகளிலும் நடத்தப்படுகின்ற பயிற்சிகளில் தவறாமல் கலந்து கொள்ள வேண்டும்.

குறிப்பு

7. நிர்வாக அமைப்பு

இத்தொழிலைச் சரிவரச் செய்வதற்குப் போதுமான நிர்வாக அமைப்பு இருக்க வேண்டும். இத்தொழிலின் வெற்றி அல்லது தோல்வி அந்தந்த நாட்டின், அரசியல், பொருளாதார மற்றும் சமுதாய அமைப்புகளை சார்ந்துள்ளது. சுற்றுலா நிறுவனம், ஒரு அரசாங்கத்துறையாகவோ, அரசாங்கமும், தனியார் நிறுவனமும் இணைந்த நிறுவனமாகவோ அல்லது தனியார் நிறுவனமாகவோ இருக்கலாம். ஆனால் அரசாங்கத்தின் அங்கீகாரம் பெற்றிருக்க வேண்டும்.

8. சந்தைப்படுத்துதல் மற்றும் மேம்படுத்துதல்

திட்டத்தின் இறுதிக்கட்டம் சுற்றுலாப் பொருளை சந்தைப்படுத்துதல் ஆகும். இதன் முக்கிய நோக்கம் பொருள் வாங்குவோராகிய பயணிகளை மகிழ்வித்தல். பெரும்பாலும் சுற்றுலாப்பயணியின் பயண ஏற்பாடுகள், பயண நிறுவனங்கள் மூலமாகவே செய்யப்படுகின்றன. தேசிய சுற்றுலா நிறுவனம், பிராந்திய சுற்றுலா நிறுவனங்கள், போக்குவரத்து நிறுவனங்கள், பயண அமைப்பாளர், பயண முகவர், தொலைதொடர்பு தொழில்நுட்பம் மற்றும் விளம்பரம் ஆகிய அனைத்தும் பயணிகளை மகிழ்விக்கும் பணியில் பொறுப்பேற்கின்றன. இவற்றின் கூட்டு முயற்சியும், ஒட்டு மொத்த உழைப்புமே சுற்றுலாத்துறையின் வெற்றிக்கு வழி வகுக்கின்றன. திட்டமிடுதல் சுற்றுலா வளர்ச்சியின் முடிவாகாது. திட்டமிடுதலில் தொடர்ந்து மாற்றங்களைப் புகுத்திக் கொண்டேயிருக்க வேண்டும் எதிர்பார்த்த பலன் கிட்டும் வரை.

காலக்கணக்கீடு

திட்டமிடுதலில் காலக்கணக்கீடு முக்கியமான அம்சமாகும். இத்துறையில் நிபுணத்துவம் பெற்றவர்கள் ஒதுக்கப்பட்டிருக்கும் நிதியளவைக் கொண்டு இருக்கின்ற இயற்கை வளங்களைத் திறமையாகப் பயன்படுத்தி, திட்டம் நீண்ட காலத்திட்டமா(10 முதல் 25 ஆண்டுகள்), நடுத்தரத் திட்டமா(3 முதல் 7 ஆண்டுகள்) அல்லது குறுகிய காலத்திட்டமா(1 ஆண்டு) என்று முடிவு செய்ய வேண்டும். பொதுவாக 5 ஆண்டுகள் திட்டமாக இருப்பது நலம்.

சுற்றுலா வளர்ச்சித்திட்டம் வகுக்குமுன் குறிப்பிட்ட இக்கூறுகளையெல்லாம் ஆராய்ந்து செயல்பட வேண்டும். இல்லையெல் திட்டம் தோல்வியில் முடிந்துவிடும்.

சுற்றுலா மேலாண்மை

குறிப்பு

3.1.5 விளம்பரம்

சந்தைக்கு வரக்கூடிய எல்லா வகைப்பொருட்கள் மற்றும் பணிகளின் விபரங்கள் வாங்குவோருக்கு எட்ட வேண்டும் என்பதற்காகவே விளம்பரம் என்ற யுத்தியைக் கையாளுகின்றனர். பல விதமான விற்பனை அலுவல்களுக்காக விளம்பரம் பயன்படுத்தப்படுகிறது. சுற்றுலா என்பது அனைவராலும் ஒரு விற்பனைப் பொருளாக ஏற்றுக் கொள்ளப் பட்டிருப்பதால் அதன் விற்பனைக்கு விளம்பரம் அத்தியாவசியமாகிறது.

விளம்பரம் பற்றித்திட்டமிடும் போது, அது எவ்வகைப்பட்டதாக இருக்க வேண்டும் என்று தீர்மானிக்க வேண்டும். தலைப்பு, விளக்கப்படங்கள், நிறம், அளவு மற்றும் அச்சுவகை போன்றவற்றைக் கவனமாகப் பரிசீலனை செய்ய வேண்டும். விளம்பரம் மாதம் ஒருமுறை வரும் ஒரு பக்க விளம்பரமா அல்லது வாரம் ஒருமுறை வரும் கால்பக்க விளம்பரமா என்று தீர்மானிக்க வேண்டும். ஆரம்ப கட்டத்தில் அடிக்கடி விளம்பரங்கள் வருமாறு செய்வதும் பிற்பாடு இடைவெளி அதிகம் விட்டு விளம்பரங்கள் வருமாறு செய்வதும் நல்லது.

உலகெங்கிலும் உள்ள பொதுவான விளம்பரங்களில் இருந்து சந்தை குறிப்பிட்ட விளம்பரத் திட்டங்கள் மற்றும் உள்ளடக்க உருவாக்கத்திற்கு மாற்றத்தை குறிக்கும் வகையில் சுற்றுலா அமைச்சகம் "ஐஊசநனடைந ஐனெயை 2.0" பிரச்சாரத்தை தொடங்கியுள்ளது. இந்த பிரச்சாரமானது இந்திய சுற்றுலாவுக்கான முக்கியமான ஆதார சந்தைகளை உள்ளடக்கியது மற்றும் குறிப்பிடத்தக்க சாத்தியமுள்ள வளர்ந்து வரும் சந்தைகளையும் கணக்கில் எடுத்துக்கொள்கிறது. இந்த பிரச்சாரத்தின் கவனம் பெருமளவிலான போர்ட்டல்கள், குறிப்பிட்ட வகைகள் மற்றும் சமூக ஊடகங்கள் மற்றும் தொலைக்காட்சி மூலம் டிஜிட்டல் இருப்பை அதிகரிப்பதில் உள்ளது. பிரச்சாரத்தின் ஒரு பகுதியாக கருப்பொருள்

குறிப்பு

விளம்பரம் என்பது அதன் தயாரிப்பு அல்லது செய்தியைப் பற்றி பார்வையாளர்களுக்குத் தெரிவிக்க அல்லது வற்புறுத்துவதற்காக ஒரு நிறுவனத்தின் சார்பாக பணம் செலுத்தும் வெகுஜனத் தகவல்தொடர்புகளை குறிக்கிறது. பாரம்பரியமாக விளம்பரத்துடன் தொடர்புடைய ஊடகங்கள் தொலைக்காட்சி, வானொலி, சினிமா, செய்தித்தாள்கள் மற்றும் பத்திரிகைகள், அத்துடன் விளம்பர பலகைகள் போன்ற வெளிப்புற விளம்பரங்களின் பல்வேறு வடிவங்கள். அத்தகைய தொடர்பு ஊடாடலாக இல்லை இது பெரும்பாலும் ஒரு விளம்பரதாரருக்கும் பார்வையாளர்களுக்கும் இடையேயான ஒருவழித் தொடர்பைக் குறிக்கிறது. இந்த டாப்-டவுன் மோனோலாக் என்பது, சமீப காலம் வரை, பதிலளிப்பதற்கான வாய்ப்புகள் குறைவாகவே இருந்தது

3.1.6 சுற்றுலா விளம்பர முறைகள்

ஒரு நாட்டின் சுற்றுலாவளர்ச்சிக்கான விளம்பரங்களை பின்வரும் முறைகளில் செய்யலாம்.

1. மக்களுக்கு திருப்தியை உண்டாக்கும் வகையில், சுற்றுலாப் பொருள் உள்ளது என்பதை அவர்கள் ஏற்றுக் கொள்ளும் வகையில் விளம்பரம் அமைதல் வேண்டும்.
2. விளம்பரங்கள் மூலமாக மக்களுக்கு ஏற்படும் திருப்தி, சந்தை நடவடிக்கைகள் ஆகியவற்றைத் தொடர்ந்து ஆய்வு செய்து கொண்டேயிருக்க வேண்டும்.

சுற்றுலா தகவல் வெளியீட்டு சாதனம்

பொதுவாக சுற்றுலா வெளியீடுகளின் தாக்கம் பார்ப்பது மற்றும் கேட்பது போன்ற உணர்வுகளில் பிரதிபலிக்கிறது. விளக்கப்படங்கள், பேசும் வார்த்தைகள் ஆகியவை சுற்றுலா வெளியீட்டு சாதனங்கள். இச்சாதனங்களைப் பின்வருமாறு வரிசைப்படுத்தலாம்.

1. அச்சடிக்கப்பட்ட வெளியீட்டு சாதனங்கள்
2. விளம்பர வெளியீடுகள்

3. படங்கள்
4. காட்சிப் பொருட்கள்
5. நேரடித்தொடர்பு சாதனம்

குறிப்பு

1. அச்சடிக்கப்பட்ட வெளியீட்டு சாதனங்கள்

இதில் பிரசுரங்கள், மடிப்புகள் மற்றும் சுவரொட்டிகள் போன்றவை. சுற்றுலா விளம்பரத்தின் முக்கிய அம்சமாக இருப்பது 'மடிப்பு சுற்றறிக்கை'. வெவ்வேறு விதமான மடிப்பு சுற்றறிக்கை(குழடனநச) வெவ்வேறு நாடுகளுக்குத் தயாரிக்கப்படுகின்றன. கலாச்சார மடிப்புகள், மோட்டார் பயணி மடிப்புகள், மலையேறுபவர் மடிப்புகள் என்று வெவ்வேறு வகை மடிப்புகள் உள்ளன. மடிப்புகளின் வெளிப்புறம் காண்பதற்கு ஏற்றார் போல எவ்விதக் குறைபாடும் இல்லாமல் இருக்க வேண்டும். அதன் உள்ளடக்கம் தெளிவாகவும், உண்மையாகவும், கற்பனை கலவாமலும் இருத்தல் அவசியம். அதிலிருக்கும் விபரங்கள் சுருக்கமாக இருக்க வேண்டும். மடிப்புகளின் எண்ணிக்கை விநியோகத்திற்கு ஏற்றார் போல இருக்க வேண்டும்.

மடிப்புசுற்றறிக்கைக்கு அடுத்தபடியாக உள்ளது சுவரொட்டி. மனித உளவியல் கூறுகளுக்கேற்றவாறு சுற்றுலா மையங்கள் பற்றிய செய்திகள் அவர்கள் மனதில் நன்கு பதியும்படி சுவரொட்டிகள் அமைய வேண்டும். பெரும்பாலும் இவைகள் பயணஏற்பாட்டு நிறுவனங்கள் மற்றும் சுற்றுலா மையங்கள் ஆகியவற்றில் சுவர்களில் ஒட்டப்பட்டிருக்கும். ஜனங்கள் அதிகம் செல்லக்கூடிய பஸ் நிலையங்கள், ரயில் நிலையங்கள், தகவல் மையங்கள் போன்ற இடங்களில் வைப்பது நலம். இவை அனைவரின் கண்ணையும், கருத்தையும் கவரும் விதத்தில் அமைந்திருக்க வேண்டும்.

தேசிய விளம்பர நிறுவனங்கள் அனைத்தும் அதிகம் பயன்படுத்தும் விளம்பர சாதனம் அச்சிடப்பட்ட இதழ்கள். இவற்றின் விலை உயர்வைக்கருதி குறைந்த அளவு இதழ்களே அச்சிடப்படுகின்றன. ஒரு நாட்டில் உள்ள எல்லா சுற்றுலா மையங்கள் பற்றிய விபரங்கள் அனைத்தும் வண்ணப்படங்களோடு இவற்றில் அடங்கியிருக்கும். பயணிகளுக்கு உதவியாக வரைபடங்கள், வழிகாட்டி நூல்கள், துண்டுப்பிரசுரங்கள் போன்ற வெளியீடுகளும் உள்ளன.

விளம்பரங்கள்

சுற்றுலாப் பொருள் விற்பனையில் அதிக உதவியாக இருப்பது விளம்பரங்கள் எனலாம். ஆனால் இதைத்திட்டமிடும்போது மிகக்கவனமாகச் செயல்பட வேண்டும். விளம்பரங்களுக்கு மனங்களில் ஊடுருவிச் செல்லும் சக்தி இருப்பதால் இவை கண்ணைக் கவருபவையாக இருத்தல் அவசியம். இவை பார்ப்பவரையும், வாசிப்பவரையும் வெல்லக்கூடிய வகையில் அமைய வேண்டும். தினசரி பத்திரிகைகளில் பயணம் பற்றிய இணைப்புகள் சிறந்த விளம்பரங்களாக உள்ளன.

படங்கள்

சுற்றுலாக்கவர்ச்சி இடங்கள் மற்றும் அவை பற்றிய விளக்கங்கள் அனைத்தையும் சினிமாப்படக் காட்சிகளாகவோ புரொஜெக்டரில் பயன்படுத்தப்படும். 'ஸ்லைடு' களாகவோ மக்களுக்கு விளம்பரப்படுத்தும் முறை மிகச்சிறப்பானது. சுற்றுலா விளம்பரத்தில் வண்ணப்படங்கள் முக்கியத்துவம் பெற்று வருகின்றன. சுற்றுலா பற்றிய படங்கள், விளம்பரப்படங்களாக மட்டும் இல்லாமல் பார்ப்பவர்களின் கவனத்தைக் கவர்ந்து பார்த்த காட்சிகள் மனதில் நிற்கும்படி அமைய வேண்டும். சுற்றுலாத்தலங்களை மையமாகக் கொண்டு சினிமாப் படங்கள் போலத் தயாரிக்கலாம். தொலைக்காட்சிகள் இத்தகைய விளம்பரத்திற்குப் பொருத்தமானவை. பிற நாடுகளின் சுற்றுலா மையங்கள் பற்றி ஏராளமானோர் அறிந்து கொள்ளும் வாய்ப்புக்கிடைக்கிறது. வெறும் காட்சிகள் மட்டுமல்லாது அவற்றைப் பற்றிய விளக்கமும் கூறப்படுவதால் அவற்றைப் பார்ப்பவர்களுக்கு அவ்விடங்களைக் காணும் ஆவல் அதிகரிக்கும். ஸ்லைடுகள் பயன்படுத்தி அவற்றோடு விளக்கவுரைகளும் கலந்து வந்தால் கேட்பவர்கள் உணர்வுகள் தூண்டப்படும். இவ்வகை விளம்பரங்கள் பொதுவாக வெற்றியைத் தருகின்றன.

காட்சிப்பொருள்கள்

பார்க்கக்கூடிய வகையில் அமைக்கப்படும் கட்டிடங்கள் மற்றும் பொருட்கள் மூலமாக விளம்பரப்படுத்துதல். எடுத்துக்காட்டாக, சுற்றுலா விளம்பர அலுவலகம் ஒன்றை வெளிநாட்டில் தொடங்குதல், சுற்றுலா சம்பந்தப்பட்ட நூல்கள், கைவினைப் பொருட்கள், சுற்றுலாத்தலங்களில்

கிடைக்கும் அரிய பொருட்கள் ஆகியவற்றை சுற்றுலா அலுவலகங்களிலும், பயண முகவர் அலுவலகங்களிலும் காட்சிக்காக வைக்கலாம். இவற்றைப் பார்க்கும் மக்கள் மனதில் அவ்விடங்களைக் காண வேண்டும் என்ற ஆவல் எழும். விளையாட்டு சாதனைங்கள், கலைப் பொருட்கள் மற்றும் பயண நூல்கள் போன்றவற்றை விற்பனை செய்யும் கடைகள், ஜன்னல் ஓரங்களில் இவற்றைக் காட்சிக்கு வைத்து மக்களைக் கவர்கின்றன. நடன நிகழ்ச்சிகள், நாட்டுப்புறக் கலைகள், இசை நிகழ்ச்சிகள் மூலம் கலாச்சார சுற்றுலாக்களை விளம்பரப்படுத்தலாம்.

நேரடித்தொடர்பு

பேட்டி காணுதல், வானொலியில் ஒலிபரப்புச்செய்தல் போன்றவை இவ்வகையைச் சேர்ந்தவை. பயணிகளை நேரில் சந்தித்து அவர்களுடைய அனுபவங்கள், மற்றும் அவர்கள் பார்த்த சுற்றுலாத்தலங்களின் நிறைகள் மற்றும் குறைகளைக் கேட்டறிந்து அதற்கேற்றவாறு விற்பனை முறைகளை மாற்றிக் கொள்ளலாம். உலகின் பல பகுதிகளிலிருந்தும் பயணக்கட்டுரைகள் எழுதுபவர்கள், பதிப்பாசிரியர்கள், புகைப்படக்காரர்கள், பயண முகவர்கள் போன்றோரை வானொலி மூலமாக மக்களோடு தொடர்பு கொண்டு பேசச் செய்வது ஒருவகை விளம்பரம். சுற்றுலா மேம்பாட்டு நிறுவனங்களைக் கொண்டு கருத்தரங்கு நடத்தலாம்.

எவ்வளவுக்கெவ்வளவு சுற்றுலா பற்றிய விஷயங்கள் வெளிவருகின்றனவோ, அவ்வளவுக்கவ்வளவு சுற்றுலா வளர்ச்சியடையும். விளம்பரம் இல்லாத பொருள் விற்பனையாவது கிடையாது. சுற்றுலாவும் ஒரு விற்பனைப்பொருளாதலால் அதற்கேற்ற விளம்பர வழிமுறைகளைக் கடைப்பிடிப்பது அவசியம்.

3.1.7 சுற்றுலா விளம்பரத்தின் முக்கியத்துவம்

உள்ளூர் மற்றும் சர்வதேச சந்தையிலிருந்து சுற்றுலாப் பயணிகளை உருவாக்க சுற்றுலாத் துறைக்கு உதவும் மிக முக்கியமான காரணிகளில் ஒன்று விளம்பரம். சுற்றுலாத் துறையானது இயற்கை வளங்கள், கலாச்சாரம், பாரம்பரியம் போன்றவற்றை மேம்படுத்துவதற்கு

குறிப்பு

பொறுப்பாகும், இது ஒவ்வொரு வருகையாளருக்கும் இலக்கை அனுபவிக்க உதவுகிறது. சுற்றுலா விளம்பரம் பார்வையாளர்கள் தனிப்பட்ட முறையில் பார்வையிடுவதற்கு முன்பே அந்த இடத்தைப் பற்றி நன்கு தெரிந்துகொள்ள உதவுகிறது.

நாம் ஊடகங்களால் இயங்கும் உலகில் வாழ்கிறோம். ஒவ்வொரு நிறுவனமும் இன்று தங்கள் வணிகத்தை மேம்படுத்த ஊடகங்களைப் பயன்படுத்துகின்றன. வாடிக்கையாளர்களுக்காக, இந்த விஷயத்தில், சுற்றுலாப் பயணிகள், இடங்களுக்குச் சென்று, அவர்களின் விடுமுறையை திட்டமிடுவது அதிகம் பேசப்படுகிறது. சந்தைப்படுத்தலில் விளம்பரம் முக்கியத்துவத்திற்கு ஒரு பொதுவான உதாரணம் 1970களில் அடிடாஸ் அதன் விளையாட்டு காலணிகளுக்கான விளம்பரச் செலவைக் கழித்தது. அவர்கள் அனைவரும் திடீரென்று வணிகத்தில் சரிவைக் கவனித்தனர், பின்னர் பிராண்ட் இதிலிருந்து மீள வேண்டியிருந்தது.

சந்தேகத்திற்கு இடமின்றி, எந்தவொரு வணிகத்திற்கும் விளம்பரம் முக்கியமானது. இதேபோல், பயண வணிகத்தில், வாடிக்கையாளரை (சுற்றுலா பயணி) கவர முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. தொழில்நுட்ப ரீதியாக, சுற்றுலா ஒரு தயாரிப்பு அல்ல. இது கண்ணுக்கு தெரியாதது, எனவே தயாரிப்புகளைப் போலல்லாமல், தொழிற்சாலைகள் அதை தங்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு விற்க முடியாது. எனவே தொழில்கள் வாடிக்கையாளரின் கற்பனைத் திறனின் அடிப்படையில் இலக்கை விற்கின்றன.

விளம்பரம் மூலம் உருவாக்கப்பட்ட எதிர்பார்ப்புகளின் அடிப்படையில் வாடிக்கையாளர் விடுமுறையைத் திட்டமிடுகிறார்.

முறையற்ற விளம்பரம் சுற்றுலா வணிகத்தில் நஷ்டத்தை ஏற்படுத்தும். பயனுள்ள விளம்பரம் வெற்றிக்கு உத்தரவாதம் அளிக்காது ஆனால் அதற்கான வாய்ப்புகளை நிச்சயம் அதிகரிக்கும்.

சுற்றுலாத் துறையில் விளம்பரம் வகிக்கும் மூன்று முக்கிய பாத்திரங்கள் உள்ளன:

1. சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு ஒரு இடத்தைப் பார்வையிடவும், அந்த இடத்தைப் பற்றி சுற்றுலாப் பயணிகள் தெரிந்து கொள்ள வேண்டிய அனைத்தையும் தெரிவிக்கவும்.

2. சுற்றுலாப் பயணிகளை ஒரு இடத்திற்குச் செல்ல வற்புறுத்தவும்.

3. சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு ஒரு இலக்கு மற்றும் அனைத்து முன்பதிவுகள் எங்கிருந்து செய்ய வேண்டும் என்பதை நினைவூட்டுகிறது.

உலகளாவிய பயணச் சந்தை விரிவடைந்து வருகிறது, மேலும் விளம்பரச் சந்தையும் விரிவடைகிறது. மேற்கத்திய நாடுகளில் வெளிநாடுகளுக்குச் செல்லும் இடங்களை விளம்பரப்படுத்த விளம்பரப் பிரச்சாரங்கள் பிரதானமாக உள்ளன. பல விளம்பரதாரர்கள் விமான முன்பதிவு அல்லது ஹோட்டல் முன்பதிவு என இருந்தாலும், தங்கள் சேவைகளை விளம்பரப்படுத்துவதன் மூலம் தங்கள் வருவாயை அதிகரிக்க மட்டுமே எண்ணுகின்றனர். அதேசமயம், ஒரு சில விளம்பரதாரர்கள் தங்கள் இலக்கு பார்வையாளர்களுடன் தொடர்பு கொள்ள வேண்டிய அவசியத்தை உணர்கிறார்கள்.

3.2 சுற்றுலாவின் பொருளாதர முக்கியத்துவம் (ECONOMIC SIGNIFICANCE OF TOURISM)

சுற்றுலா இன்று ஒரு பொருளாதரச் செயல்பாடாக வளர்ந்துள்ளது. சுற்றுல துறையினால் நாம் பல வழிகளில் பொருளாதார நன்மைகளைப் பெற்று வருகிறோம். இதனால்தான் ஒவ்வொரு அரசாங்கமும் சுற்றுலாவைக் கவனிக்க தனியாக அமைச்சகம் ஒன்றையும் அதன் தொடர்பான நிறுவனங்களையும் உருவாக்கி அதன் வளர்ச்சிக்கும் பலவிதமான திட்டங்களைத் தீட்டிவருகிறது. ஒரு நாட்டில் வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்குவதற்கும், பிராந்திய வளர்ச்சியைப் பெருக்குவதற்கும், அரசின் வருவாயைப் பெருக்குவதற்கும் ஒரு கருவியாக சுற்றுலா உள்ளது.

உலகின் பழமையான நாகரிகங்களில் சிலவற்றின் தாயகமாக இந்தியா உள்ளத 2011 ஆம் ஆண்டு நிலவரப்படி, நாட்டில் 1.89 பில்லியன் மக்கள் வசிக்கின்றனர், அவர்கள் 15 க்கும் மேற்பட்ட அதிகாரப்பூர்வ மொழிகளைப் பேசுகிறார்கள், பல்வேறு மத மரபுகளைப் பின்பற்றுகிறார்கள் மற்றும் பல நகர்ப்புற மற்றும் கிராமப்புற

மையங்களில் வாழ்கின்றனர் ஈரமான வெப்பமண்டல தெற்கிலிருந்து கங்கையின் உருளும் சமவெளிகள் முதல் இமயமலையின் அடிவாரம் வரை மிகப்பெரிய நாட்டின் புவியியல் அதன் மக்கள்தொகையைப் போலவே வேறுபட்டது. இதன் விளைவாக மில்லியன் கணக்கான சர்வதேச மற்றும் உள்நாட்டு சுற்றுலாப் பயணிகள் ஆண்டுதோறும் இந்தியாவை ஆராய்கின்றனர் இது தேசிய பொருளாதாரத்தில் வலுவான தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது.

சுற்றுலாவின் பொருளாதாரம்

2011 ஆம் ஆண்டு நிலவரப்படி இந்தியாவின் மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியில் 6.1 சதவீதத்திற்கு பயண மற்றும் சுற்றுலாத் துறை பொறுப்பாகும். உலகப் பொருளாதார மன்றத்தின் படி நாட்டின் மொத்த வேலைவாய்ப்பில் 5.7 சதவீதத்தை பிரதிநிதித்துவப்படுத்தும் 26 மில்லியனுக்கும் அதிகமான குடிமக்களை சுற்றுலாத் துறை நேரடியாகவும் மறைமுகமாகவும் பயன்படுத்துகிறது. சுற்றுலா தொடர்பான கூடுதல் வேலைகள் மொத்தம் 37 மில்லியன் அல்லது 7.5 சதவீதம். 2010 இல் சுற்றுலாத் துறை கூ.14 பில்லியனுக்கும் அதிகமான வருமானத்தைக் கொண்டு வந்தது மற்றும் 24.6 சதவிகிதம் ஆண்டு வளர்ச்சி விகிதத்தை அனுபவித்தது. இந்த வருவாய் பொருளாதாரத்தை நேரடியாக பாதிக்கிறது குறிப்பாக விருந்தோம்பல் ஹோட்டல்கள் கட்டுமானம் கைவினைப்பொருட்கள் தோட்டக்கலை மற்றும் விவசாயம் போன்ற துறைகளில். ஹோட்டல் துறையில் மட்டும் 150,000 பேர் பணியாற்றுகின்றனர்

வெளிநாட்டு சுற்றுலா

இந்திய சுற்றுலா அமைச்சகத்தின்படி 2010 ஆம் ஆண்டில் 5.5 மில்லியனுக்கும் அதிகமான வெளிநாட்டு சுற்றுலாப் பயணிகள் இந்தியாவிற்கு வருகை தந்துள்ளனர் இது ஆண்டு வளர்ச்சி விகிதம் 8.1 சதவீதமாக உள்ளது. உலகளவில் 940 மில்லியன் சர்வதேச சுற்றுலாப் பயணிகளின் வருகையில் இந்தியா .59 சதவிகிதம் ஆகும் இது உலகளவில் வெளிநாட்டு சுற்றுலாப் பயணிகளின் தரவரிசையில் 40 வது இடத்தில் உள்ளது. சர்வதேச பார்வையாளர்கள் செலவழித்த பணத்தின் அடிப்படையில் உலக அளவில் இந்தியா 16வது இடத்தில் உள்ளது.

சுமார் 900-1000 வெளிநாட்டு சுற்றுலாப் பயணிகள் -- 16 சதவீதம் -- அமெரிக்காவிலிருந்து வந்துள்ளனர் 700--100-- 13.5 சதவீதம் -- ஐக்கிய இராச்சியத்திலிருந்து வந்துள்ளனர். மற்ற பார்வையாளர்களின் முதல் மூன்று தேசங்கள் பங்களாதேஷ் கனடியன் மற்றும் ஜெர்மன். அமெரிக்க பார்வையாளர்கள் அதிகப் பணத்தை சுமார் கூ103.5 பில்லியன் அல்லது 11 சதவீதம் செலவிட்டுள்ளனர் அதே சமயம் ஸ்பானிய சுற்றுலாப் பயணிகள் கூ52.5 பில்லியனையும் பிரெஞ்சு பார்வையாளர்கள் கூ46 பில்லியனையும் செலவிட்டுள்ளனர்.

உள்நாட்டு சுற்றுலா

21 ஆம் நூற்றாண்டின் தகவல் தொழில்நுட்ப வளர்ச்சியின் வருகையுடன் இந்தியாவின் பொருளாதாரம் மேம்பட்டுள்ளதால் அதன் மக்கள்தொகை பயணிக்கும் திறனும் உள்ளது. பல இந்தியர்கள் தங்கள் சொந்த நாட்டின் பன்முகத்தன்மையை ஆராய தேர்வு செய்கிறார்கள். 2010 ஆம் ஆண்டில் 740 மில்லியனுக்கும் அதிகமான உள்நாட்டு சுற்றுலாப் பயணிகள் இந்தியாவிற்குள் உள்ள தளங்களைப் பார்வையிட்டனர் இது 10.7 சதவீத வளர்ச்சி விகிதத்தைப் பிரதிநிதித்துவப்படுத்துகிறது என்று இந்திய சுற்றுலா அமைச்சகம் தெரிவித்துள்ளது.

பிரபலமான இடங்கள்

2010 ஆம் ஆண்டில் சர்வதேச சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு மிகவும் பிரபலமான இடங்களாக மஹாராஷ்டிரா தமிழ்நாடு மற்றும் டெல்லி ஆகியவை அடங்கும் அதே நேரத்தில் பெரும்பாலான உள்நாட்டு சுற்றுலாப் பயணிகள் ஆந்திரப் பிரதேசம் உத்தரப் பிரதேசம் மற்றும் தமிழ்நாடு ஆகிய மாநிலங்களுக்குச் சென்றதாக இந்திய சுற்றுலா அமைச்சகம் தெரிவித்துள்ளது. இந்த மற்றும் பிற இடங்களுக்கு அதிக சுற்றுலாப் பயணிகளை ஈர்க்க இந்திய அரசாங்கம் ஹோட்டல்கள் உணவகங்கள் மற்றும் கடற்கரை ஓய்வு விடுதிகளில் வெளிநாட்டு முதலீட்டை ஈர்ப்பது உட்பட பல திட்டங்களைத் தொடங்கியது. விரும்பத்தக்க சுற்றுலாப் பகுதிகளாக தரப்படுத்தப்பட்ட 37 இடங்களில் அரசாங்கம் கிட்டத்தட்ட கூ40 மில்லியன் முதலீடு செய்துள்ளது. பிற பொருளாதார ஊக்குவிப்புகளில் உத்தரகாண்டில் உள்ள சுற்றுலா

குறிப்பு

வசதிகள் மற்றும் பொழுதுபோக்கு பூங்காக்களுக்கு முழுமையான வரி விலக்குகள் மற்றும் ராஜஸ்தான் மாநிலத்தில் குறைந்த ஆடம்பர வரிகள் ஆகியவை அடங்கும்.

சுற்றுலாவின் பொருளாதர முக்கியத்துவம்.

உலகின் பழமையான நாகரிகங்களில் சிலவற்றின் தாயகமாக இந்தியா உள்ளது. 2011 ஆம் ஆண்டு நிலவரப்படி நாட்டில் 1.89 பில்லியன் மக்கள் வசிக்கின்றனர் அவர்கள் 15 க்கும் மேற்பட்ட அதிகாரப்பூர்வ மொழிகளைப் பேசுகிறார்கள் பல்வேறு மத மரபுகளைப் பின்பற்றுகிறார்கள் மற்றும் பல நகர்ப்புற மற்றும் கிராமப்புற மையங்களில் வாழ்கின்றனர். ஈரமான வெப்பமண்டல தெற்கிலிருந்து கங்கையின் உருளும் சமவெளிகள் முதல் இமயமலையின் அடிவாரம் வரை மிகப்பெரிய நாட்டின் புவியியல் அதன் மக்கள்தொகையைப் போலவே வேறுபட்டது. இதன் விளைவாக மில்லியன் கணக்கான சர்வதேச மற்றும் உள்நாட்டு சுற்றுலாப் பயணிகள் ஆண்டுதோறும் இந்தியாவை ஆராய்கின்றனர் இது தேசிய பொருளாதாரத்தில் வலுவான தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது.

1).சுற்றுலாவும் வாணிகச் சமநிலையும்

ஒரு நாடு ஒரு குறிப்பிட்ட கால அளவில் பிற நாடுகளுக்கு ஏற்றுமதி செய்யவும் பொருட்களின் மொத்த மதிப்பும், பிறநாடுகளிலிருந்து இறக்குமதி செய்யும் பொருட்களின் மொத்த மதிப்பும் சம அளவில் இருந்தால் அதனை நாம் பன்னாட்டு வாணிகச் சமநிலை என்கிறோம். அதேசமயம் ஏற்றுமதிப் பொருட்களின் மொத்த மதிப்பு இறக்குமதிப் பொருட்களின் மதிப்பைக் காட்டிலும் அதிகமாக இருந்தால் அதனை நாம் சாதகமான வாணிகச் சமநிலை (குயளமுரசயடிடந டயடயடெந முக வுசயனந) என்கிறோம். அதற்கு மாறாக ஏற்றுமதிப் பொருட்களின் மதிப்பைக் காட்டிலும் இறக்குமதிப் பொருட்களின் மொத்தமதிப்பு கூடுதலாக இருப்பின் அதனை பாதகமான வாணிகச் சமநிலை என்கிறோம்.

பொதுவாக வளர்ச்சியடைந்த நாடுகள் சாதகமான வாணிகச் சமநிலையையும், வளர்ந்துவரும் நாடுகள் பாதகமான வாணிகச் சமநிலையைக் கொண்டுள்ளன. பாதகமான வாணிகச் சமநிலையை

விரைவில் சீர்செய்யாவிடில் நாட்டின் பொருளாதார நிலை பாதிக்கப்படும். இதற்கு மிகவும் கைகொடுப்பது கண்ணுக்கு புலனாக ஏற்றுமதிகள்(ஐஎனளைடைந நலிழ்சவன) ஆகும். கண்ணுக்குப் புலனாகாத ஏற்றுமதிகளில் சுற்றுலா முக்கியமான இடம் வகிக்கிறது. சுற்றுலாவின் மூலம் அந்தியநாட்டு பணவரும்படியைப் பெருக்கி பாதகமான செலுத்து சமநிலையைக் குறைக்கலாம். முடிந்தால் போக்கவும் செய்யலாம். ஏனெனில் சுற்றுலாவினால் வரும் வருவாய் ஏற்றுமதித் தொகையுடன் சேரும்.

2). சுற்றுலாவும் அன்னியச் செலாவணியும். (Tourism and foreign Exchange)

ஒரு நாட்டிற்கும் மற்றொரு நாட்டிற்கும் இடையில் நிலவும் அனைத்து தொடர்புகள் பற்றிய பதிவேடே அயல்நாட்டு செலுத்து சமநிலை(டீயடயடெந ழக ியலஅநவெ) ஆகும். ஒரு நாட்டின் வாணிகச் சமநிலையுடன் கண்ணுக்குப் புலனாகாத பொருள்களின் வரவுகள் அனைத்தையும் கூட்டி பற்றுக்களைக் கழித்துக் கொண்டால் செலுத்துதல் சமநிலை கிடைக்கிறது. அயல் நாட்டுப் பயணிகள் நம் நாட்டில் செலவிடும் பணம் புலனாகாத ஏற்றுமதியாகும் வெளிநாட்டுச் சுற்றுலாப் பயணிகள் தங்குவதற்காகவும் உணவுக்காகவும் போக்குவரத்திற்காகவும், பொருட்களை வாங்கவும் செலவு செய்யும் தொகையானது அந்த நாட்டிற்கு அன்னியச் செலாவணியாகக் கிடைக்கிறது. இந்த அன்னியச் செலாவணி மூலம் பாதகமான வாணிகச் சமநிலையையும், பாதகமான செலுத்து சமநிலையையும் சமாளிக்க முடிகிறது. இந்த வகையில் சுற்றுலா மூலம் கிடைக்கும் வருவாய் ஒரு நாட்டிற்கு வரப்பிரசாதமாகவே உள்ளது. குறிப்பாக பாதகமான செலுத்துசமநிலையைக் கொண்டிருக்கும் பின்தங்கிய நாட்டின் சமையைக் குறைப்பதில் சுற்றுலா முக்கியமானதோர் இடம் வகிக்கிறது.

சுற்றுலாவின் மூலம் அந்திய செலாவணியை ஈட்டுவதில் இந்தியா இரண்டாவது இடம் வகிக்கிறது. இந்த துறையில் நமது அரசு குறைந்த பட்சத் தொகையை மூலதனமாக வைத்து அதிக அளவு லாபம் அடைகிறது.

குறிப்பு

3) சுற்றுலாவும் தேசிய வருமானமும்; (Tourism and National Income):

சுற்றுலா மூலம் ஒவ்வொரு நாடும் பல வழிகளில் வருமானம் பெறுகின்றன. பொருட்களை உற்பத்தி செய்து உள்நாட்டிலும் வெளிநாட்டிலும் விற்பனைக் காட்டிலும் அதிகமான வருமானத்தைச் சுற்றுலாத்துறை தருகிறது.

அரசாங்கம் சுற்றுலாத் துறையிலிருந்து நேர்முக வரி மற்றும் மறைமுக வரி மூலம் வருவாயைப் பெறுகிறது. சுற்றுலாத்துறை வளர்ச்சிப் பணிகள் மூலம் கிடைக்கும் வருவாய் நேர்முக வரி ஆகும். மறைமுகவரி என்பது பயணிகளுக்குச் சேவை செய்தோ, உபசரித்தோ கிடைக்கும் வருவாய் ஆகும். மறைமுக வரிகளை கீழ்க்கண்டவாறு பிரிக்கலாம்:

- a) தங்கும் அறை மீதான வரி
- b) உணவு மீதான வரி,
- c) சுற்றுலா சம்பந்தப்பட்ட தொழில் தொடங்குவதற்கான உரிமம் மூலம் பெரும் தொகை,
- d) நுழைவு வரி,
- e) சுங்கவரி,
- f) இறக்குமதி வரி,
- g) சொத்து பராமரிப்பு வரி
- h) விமானத் தளங்களைப் பயன்படுத்து வதற்கான வரி போன்றவை ஆகும்.

4) பொருளாதார ஏற்றத்தாழ்வு குறைகிறது (Reduces economic inequality):

சுற்றுலாவானது நாடுகளுக்கிடையே நிலவும் பொருளாதார ஏற்றத்தாழ்வை ஓரளவு குறைக்கிறது. பெரும்பாலும் பணக்கார நாடுகளைச் சேர்ந்த பயணிகள் பொருளாதாரத் துறையில் பின்தங்கிய நாடுகளுக்குப் பயணம் செய்கிறபோது அவர்களது பணம் பின்தங்கிய நாடுகளின் பொருளாதாரத்தை உயர்த்தப் பயன்படுகிறது.

5) வேலை வாய்ப்பு அதிகரிக்கிறது (Employment opportunity):

சுற்றுலாத்துறையானது சேவையை மையமாக வைத்து செயல்படும் தொழிற்கூடம் ஆகும். இதுவும் முழுக்க முழுக்க தொழிலாளர்களைக் கொண்டு செயல்படும் துறை ஆகும். இதில் பலதரப்பட்ட மக்கள் தங்கள் தகுதிக்கேற்ப பலவகையான வேலைவாய்ப்புகளைப் பெறுகிறார்கள். வேலையற்ற பட்டதாரிகள் சுற்றுலாவின் பல்வேறு துறைகளில் வேலை வாய்ப்பினை பெற்றுள்ளார்கள். இவ்வாறு லட்சக்கணக்கான மக்களுக்கு வேலைவாய்ப்பைக் கொடுக்கும் சுற்றுலாத்துறை வேலை வாய்ப்பை வழங்கும் அமுதசுரபியாக உள்ளது.

6) கைத்தொழில் வளர்ச்சி (Growth of handi-crafts):

சுற்றுலாவினால் தொழில்களும் கைத்தொழில்களும் வளர்ச்சியடைகின்றன. உள்ளூர்கைவினைப் பொருட்கள் புத்துயிர் பெற துணை புரிகிறது. பொதுவாகச் சுற்றுலாப் பயணிகளே அரிய கலைப்பொருட்களையும், பொம்மைகள், பைகள் போன்றவற்றை நினைவுப் பொருட்களாக வாங்கச் செல்கின்றனர். இந்தியாவில் சுற்றுலாத்துறையினால் கைவினைப் பொருட்கள் அதிக அளவில் விற்பனையாகின்றன என்பதில் சந்தேகமே இல்லை. தஞ்சை தலையாட்டி பொம்மைகள், தஞ்சை கலைத்தட்டுகள், கன்னியாகுமரியில் உள்ள கிளிஞ்சல் பொருட்கள், சந்தன மாலைகள், மூங்கில் கூடைகள், பனைஓலைத் தொப்பிகள் ஆகியவைகள் வெளிநாட்டுச் சுற்றுலாப் பயணிகளால் விரும்பி வாங்கப்படுகின்றன. இதனால் இத்தொழில்கள் நசித்துப் போகாமல் பாதுகாக்க முடிவதுடன் அந்தத் தொழில் செய்து அநேகக் குடும்பங்கள் பிழைப்பிற்கு வழி ஏற்படுகிறது.

7) சுற்றுலாவும் பிராந்திய வளர்ச்சியும் (Regional development):

சுற்றுலாவினால் பிராந்தியப் பகுதிகள் பெரிதும் வளர்ச்சியடைகின்றன. ஒரு நாட்டில் குறிப்பிட்ட மாநிலமோ அல்லது பிராந்தியப் பகுதியோ மிகவும் பின்தங்கிய நிலையில் தனிமைப்படுத்தப்பட்டு வேலை வாய்ப்பு வசதி இல்லாமலோ அல்லது விளைச்சல் மற்றும் விவசாய வளர்ச்சிக்கான ஏற்ற விளை நிலங்களோ இல்லாமல் இருக்குமேயானால் அப்படிப்பட்ட பகுதிகளிலுள்ள வரலாற்றுச்

குறிப்பு

சிறப்புமிக்க இடங்கள் மற்றும் இயற்கை வாசஸ்தலங்களை சுற்றுலா மையங்களாக்கி, பயணிகளைக் கவரும் சுற்றுலா மையமாக்கினால் அந்த பிராந்தியமே பொருளாதார ரீதியாக வளர்ச்சியடைகிறது.

8) சுற்றுலாத் துறையின் பன்முக விளைவு (Multiple effects):

சுற்றுலாவிற்கு பயணிகளின் வருகையால் பல்வேறு துறைகள் வளர்ச்சியடைந்து வருமானம் கிடைக்கிறது. இதனாலும் பொருளாதார வளர்ச்சி மேம்படுகிறது. அடிப்படை வசதிகளான சாலைப்போக்குவரத்து ரயில் போக்குவரத்து, விமானப்போக்குவரத்து, மின்சாரவசதி, தண்ணீர்வசதி, தரமான உணவு வசதி, கட்டிடப்பணிகள், அருங்காட்சியகங்கள், கேளிக்கை விடுதிகள், தேசியப் பூங்காக்கள் போன்றடிவ குறைந்த மூலதனத்தில் சுற்றுலாப் பயணிகளைக் கவருவதற்காகத் தொடங்கப்பட்டு பல தரப்பட்ட துறைகளுக்கு இது அதிக லாபத்தைத் தருகிறது.

3.3 சர்வதேச சுற்றுலா

சர்வதேச சுற்றுலா என்பது தேசிய எல்லைகளைக் கடக்கும் சுற்றுலா. உலகமயமாக்கல் சுற்றுலாவை ஒரு பிரபலமான உலகளாவிய ஓய்வு நடவடிக்கையாக மாற்றியுள்ளது. உலக சுற்றுலா அமைப்பு சுற்றுலாப் பயணிகளை "ஓய்வு வணிகம் மற்றும் பிற நோக்கங்களுக்காக தொடர்ச்சியாக ஒரு வருடத்திற்கு மேல் தங்கள் வழக்கமான சுற்றுச்சூழலுக்கு வெளியே உள்ள இடங்களுக்குப் பயணிப்பதும் தங்குவதும்" என்று வரையறுக்கிறது.[1] உலக சுகாதார அமைப்பு (WHO) மதிப்பீட்டின்படி ஒரே நேரத்தில் 1000- 500பேர் வரை விமானத்தில் பயணிக்கின்றனர்.

சர்வதேச சுற்றுலா சுற்றுச்சூழலில் குறிப்பிடத்தக்க தாக்கங்களை ஏற்படுத்துகிறது. இது விமானப் பயணத்தால் உருவாக்கப்பட்ட சிக்கல்களால் ஒரு பகுதியாக அதிகரிக்கிறது. ஆனால் பணக்கார சுற்றுலாப் பயணிகள் உள்ளூர் உள்கட்டமைப்பு, நீர் மற்றும் குப்பை அமைப்புகளை வலியுறுத்தும் வாழ்க்கை முறைகள் உட்பட பிற சிக்கல்களால் அதிகரிக்கிறது.

2000களின் பிற்பகுதியில் ஏற்பட்ட மந்தநிலையின் விளைவாக, 2008 ஆம் ஆண்டின் இரண்டாம் பாதியில் இருந்து 2009 ஆம் ஆண்டின் இறுதி வரை சர்வதேச பயண தேவை ஒரு வலுவான மந்தநிலையை சந்தித்தது.[6] இந்த எதிர்மறையான போக்கு 2009 இல் தீவிரமடைந்தது. H1N1 இன் ப்ளூயன்ஸா வைரஸ் வெடித்ததன் காரணமாக சில நாடுகளில் தீவிரமடைந்தது. இதன் விளைவாக 2009 இல் 4.2% சர்வதேச சுற்றுலாப் பயணிகளின் வருகை 880 மில்லியனாக உலகளவில் சரிந்தது. மேலும் சர்வதேச சுற்றுலா வரவுகளில் 5.7% சரிவு ஏற்பட்டது.

COVID-19

இந்த பகுதி சுற்றுலாவில் COVID-19 தொற்றுநோயின் தாக்கத்திலிருந்து ஒரு பகுதி.கோவிட்-19 தொற்றுநோய் சுற்றுலா துறையை பாதித்துள்ளது, இதன் விளைவாக ஏற்படும் பயணக் கட்டுப்பாடுகள் மற்றும் பயணிகளிடையே தேவை குறைவு. கொரோனா வைரஸின் பரவலால் சுற்றுலாத் துறை பெருமளவில் பாதிக்கப்பட்டுள்ளது, ஏனெனில் பல நாடுகள் அதன் பரவலைக் கட்டுப்படுத்தும் முயற்சியில் பயணக் கட்டுப்பாடுகளை அறிமுகப்படுத்தியுள்ளன.[8] 2020 ஆம் ஆண்டில் உலகளாவிய சர்வதேச சுற்றுலாப் பயணிகளின் வருகை 58% முதல் 78% வரை குறையக்கூடும் என்று ஐக்கிய நாடுகளின் உலக சுற்றுலா அமைப்பு மதிப்பிட்டுள்ளது, இது சர்வதேச சுற்றுலா ரசீதில் ரூ.9–1.2 டிரில்லியன் இழப்புக்கு வழிவகுக்கும்.[9]

உலகின் பல நகரங்களில், திட்டமிடப்பட்ட பயணம் 80-90% குறைந்துள்ளது.[10] மோதல் மற்றும் ஒருதலைப்பட்சமான பயணக் கட்டுப்பாடுகள் பிராந்திய அளவில்[11][12] ஏற்பட்டன, மேலும் அருங்காட்சியகங்கள், பொழுதுபோக்கு பூங்காக்கள் மற்றும் விளையாட்டு அரங்குகள் போன்ற உலகெங்கிலும் உள்ள பல சுற்றுலா இடங்கள் மூடப்பட்டன. ரு.2020 இன் முதல் ஆறு மாதங்களில் சர்வதேச சுற்றுலாப் பயணிகளின் வருகையில் 65% வீழ்ச்சியைப் பதிவு செய்துள்ளது.[13] விமானப் பயணிகளின் பயணமும் இதேபோன்ற

சரிவைக் காட்டியது.ஜ14ஸ ஜூன் 2021 இல் ஐக்கிய நாடுகளின் வர்த்தகம் மற்றும் மேம்பாட்டு மாநாடு ஒரு அறிக்கையை வெளியிட்டது, தொற்றுநோயின் விளைவாக உலகப் பொருளாதாரம் 4 டிரில்லியன் அமெரிக்க டாலர்களுக்கு மேல் இழக்கக்கூடும் என்று கூறியது.

3.3.1 சுற்றுலாவும் பன்னாட்டு வர்த்தகமும் (Tourism and Intenational Trade)

உலகில் எந்த ஒரு நாடும் பிற நாட்டை எதிர்பார்க்காமல் தனித்து வாழ முடியாது. ஏனெனில் ஒரு நாடு எத்தகைய வளங்களையும் வணிக மேம்பாட்டினையும், பொருளாதார முன்னேற்றத்தையும் பெற்றிருந்த போதிலும், மேம்பாட்டினையும், பொருளாதார முன்னேற்றத்தையும் பெற்றிருந்த போதிலும், சில பொருட்களுக்குத் தட்டுப்பாடு ஏற்படத்தான் செய்கிறது. எனவே அப்பொருட்களை இறக்குமதி செய்து கொள்வது வழக்கமாகும். அதே நேரத்தில் சில பணக்கார நாடுகள் இயற்கை வளம் கொழிக்கும் நாடுகளாக இருக்கின்றன. அவை தமது உற்பத்திப் பொருட்களை அயல்நாடுகளுக்கு ஏற்றுமதி செய்து பொருள் ஈட்டுகின்றன. எந்த நாட்டிலும் எல்லாப் பொருட்களும் கிடைப்பது அரிது. எனவே அனைத்து நாடுகளும் சில பொருட்களை ஏற்றுமதி செய்தும் சில பொருட்களை இறக்குமதி செய்தும் வாழ்கின்றன.

தொழில்வளமிக்க நாடுகள் தங்கள் தொழிலுக்குத் தேவையான கச்சாப் பொருட்களை வேறு நாடுகளில் இருந்தே வரவழைக்கின்றன.உலக நாடுகளுக்கிடையே ஏற்றுமதி இறக்குமதி மூலம் நடைபெறும் பொருள் பரிமாற்றத்தையே நாம் பன்னாட்டு வாணிபம் என்கிறோம்.

அமெரிக்கா, பிரான்ஸ், ஜெர்மனி, இங்கிலாந்து, ஜப்பான் போன்ற நாடுகள் இன்று உலக வல்லரசுகளாகத் திகழ்கின்றன. இந்த நாடுகள் தமது உற்பத்திப் பொருட்களை அயல் நாடுகளுக்கு ஏற்றுமதி செய்து அதிக பொருள்ஈட்டுகின்றன. பல நாடுகளை தங்கள் சந்தைகளாகப் பயன்படுத்துகின்றன. இவ்வாறு இந்த பொருளாதார வலிமை மிக்க நாடுகள் அதிக அளவில் ஏற்றுமதி செய்தும் குறைந்த அளவில் இறக்குமதி செய்தும் தமது பொருளாதாரத்தை மிகவும்

வலிமைப்படுத்திக் கொண்டன. ஏற்றுமதி குறைந்தும், இறக்குமதி அதிகமாகவும் கொண்ட நாடுகள் அந்தத் தொகைக்கு ஈடாக தங்கமாகவும் வெளிநாட்டுப் பணமாகவும் கொடுத்துவந்தன.

ஒரு நாட்டின் வரவு செலவானது மூன்று வகைப்படுகிறது. தெளிவாகத் தெரியக்கூடிய ஏற்றுமதி இறக்குமதிப் பொருட்கள் தெளிவாகத் தெரியாதவை, முதலீடு பரிமாற்றம் ஆகியவையே ஆகும். அயல்நாட்டுப் பயணிகளால் கிடைக்கும் வருமானம் தெளிவாகத் தெரியாத ஏற்றுமதிப் பொருளாகும். வாகனம், கப்பல், வங்கி, காப்பீடு, சுற்றுலா ஆகியவற்றால் அந்திய நாட்டினரின் பணம் வருமானமாகக் கிடைக்கிறது. இன்று உலகம் முழுவதிலும் சுற்றுலா ஒரு லாபகரமான தொழிலாக வளர்ந்து வருகிறது. பொருட்களை உற்பத்தி செய்து உள்நாட்டிலும் வெளிநாட்டிலும் விற்பதைக் காட்டிலும் மிகுதியான வருமானத்தைத் தருகிறது சுற்றுலா. பன்னாட்டு வாணிபத்தில் வாணிகச் சமநிலை ஏற்படுவதற்கும் செலுத்து சமநிலை ஏற்படுவதற்கும் சுற்றுலா எந்த அளவுக்கு பயன்படுகிறது என்று காணலாம்.

கடந்த நூற்றாண்டின் மிகவும் குறிப்பிடத்தக்க பொருளாதார மற்றும் சமூக நிகழ்வுகளில் ஒன்றாக சுற்றுலா தெளிவாகக் கணக்கிடப்படுகிறது, மேலும் சந்தேகத்திற்கு இடமின்றி இந்த நிலையை பல நூற்றாண்டுகளாக தக்க வைத்துக் கொள்ளும். ஒவ்வொரு ஆண்டும் உலக மக்கள்தொகையில் பெரும் பகுதியினர் சுற்றுலா நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடுகின்றனர், மேலும் பெரும்பாலான நாடுகளுக்கு சுற்றுலா பொருளாதாரத்தின் மிகவும் ஆற்றல்மிக்க மற்றும் வேகமாக வளர்ந்து வரும் துறைகளில் ஒன்றாக வளர்ச்சியடைந்துள்ளது. உலக சுற்றுலா பாரம்பரியமாக சர்வதேச சுற்றுலா பயணிகள் வருகை மற்றும் சர்வதேச அளவில் சுற்றுலா வருவாய் அளவிடப்படுகிறது.

வர்த்தகத்திற்கும் சுற்றுலாவிற்கும் உள்ள வித்தியாசம் என்னவென்றால், சுற்றுலாப் பயணி வேறொரு நாட்டிற்குச் சென்று அங்கு பல்வேறு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளைப் பயன்படுத்துகிறார், அதேசமயம் வர்த்தகம் வெளிநாட்டுப் பொருட்களை நுகர்வோருக்குக் கொண்டு வருகிறது.

குறிப்பு

குறிப்பு

ஒரு நாடு ஒரு குறிப்பிட்ட கால அளவில் பிற நாடுகளுக்கு ஏற்றுமதி செய்யும் பொருட்களின் மொத்த மதிப்பும், பிறநாடுகளில் ஏற்றுமதி இறக்குமதி செய்யப்படும் பொருட்களின் மொத்த மதிப்பும் சம அளவில் இருந்தால் அதனைப் 'பன்னாட்டு வாணிபச் சமநிலை' என்கிறோம். அதே சமயம் ஒரு நாட்டின் ஏற்றுமதிப் பொருட்களின் மொத்த மதிப்பு இறக்குமதிப் பொருட்களின் மதிப்பைக் காட்டிலும் அதிகமாக இருந்தால் அது 'சாதகமான வாணிபச் சமநிலை' (Favourable Balance of Trade) எனப்படுகிறது. அதற்கு மாறாக ஏற்றுமதிப் பொருட்களைக் காட்டிலும் இறக்குமதிப் பொருட்களின் மொத்த மதிப்பு கூடுதலாக இருந்தால் அது 'பாதகமான வாணிகச் சமநிலை' (Unfavourable Balance of Trade) எனப்படுகிறது.

ஒரு நாட்டில் பாதகமான வாணிபச் சமநிலை ஏற்பட்டால் அதனை விரைவில் சீர்செய்ய கீழ்க்கண்ட நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ள வேண்டும்.

a) தனது நாட்டின் பொருள் ஏற்றுமதியை அதிகரிப்பதற்காக பலவகையான ஊக்குவிப்பு நடவடிக்கைகள்(incentives) எடுக்கப்படலாம்.

b) இறக்குமதி செய்து கொண்டிருக்கும் பொருட்களுக்கு மாற்றாக (import substitute) வேறு பொருட்களைக் கண்டுபிடித்து அவற்றை மக்களுக்கு அறிமுகம் செய்யலாம்.

c) நாட்டின் நாணய மதிப்பைக் குறைக்கலாம். இவ்வாறு குறைப்பதால் அயல் நாட்டுச் சந்தையில் அந்த நாட்டுப் பொருட்களின் விலை அதிகமாகும். இதன் விளைவாக ஏற்றுமதிப் பொருட்களின் அளவு அதிகமாகிறது. ஆனால் இதில் காணப்படும் குறைபாடு என்னவென்றால் இதனைப் போலவே மற்ற நாடுகளும் பணமதிப்பைக் குறைந்தால், போட்டி ஏற்பட்டு, எதிர்பார்க்கும் ஏற்றுமதி பெருகாமல் போகலாம்.

d) சில சமயங்களில் பற்றாக்குறை நிதியளிப்பைப் (Deficit financing) பின்பற்றுவதன் மூலம் இந்த பாதகமான வாணிபச் சமநிலையை ஓரளவு சமாளிக்க முடியும். ஆனால் அதே நேரத்தில்

நம்மிடம் உள்ள தங்க இருப்பிற்கு மேல் அதிகமாகக் காகிதப்பணத்தை வெளியிடுவதும் ஆபத்தாகவே முடியும். அதன் விளைவாக பணவீக்கமும் விலைவாசி உயர்வும் ஏற்படவாய்ப்பு உண்டு.

e) அயல்நாட்டுப் பணமாக அல்லது தங்கமாகச் செலுத்துவதே தகுந்த வழியாகும். ஆனால் அந்த அளவிற்கு நாட்டில், அந்நியப் பணமும். தங்க இருப்பும் இருக்க வேண்டும். அந்த அளவிற்கு இருப்பு இல்லையென்றால் இச்சிக்கலைத் தீர்க்க முடியாது.

3.3.3. அயல் நாட்டு செலுத்துநிலை (BALANCE OF PAYMENT)

சுற்றுலாவினால் ஒரு நாட்டிற்கு வருமானம் கிடைக்கிறது. மக்களுக்கு வேலைவாய்ப்பு கிடைக்கிறது. சுற்றுலா ஒரு நாட்டை பொருளாதார ரீதியாக முன்னேற்றுகிறது. எனவே சுற்றுலா என்பது இன்று ஒரு பொருளாதார செயல் பாடாக வளர்ந்துள்ளது. உல்லாசத்திற்காகச் சுற்றுலா என்ற நிலைமாறி, இன்று உபரி வருமானத்திற்காக சுற்றுலாவை ஊக்குவிக்கும் காலம் வந்துவிட்டது. இதனால் ஒவ்வொரு நாடும் சுற்றுலாவிற்காக தனியாக ஓர் அமைச்சகத்தையும் ஏற்படுத்தி அது தொடர்பான நிறுவனங்களையும் உருவாக்கி அதன் வளர்ச்சிக்கு பலவிதமான திட்டங்களையும் தீட்டுகின்றது.

ஒரு நாட்டிற்கும் மற்றொரு நாட்டிற்கும் இடையில் உள்ள ஒரு ஆண்டின் பொருளியல் தொடர்புகள் பற்றிய பதிவேடு அயல்நாட்டு செலுத்துநிலை எனப்படும். ஒரு நாட்டின் வாணிகச் சமநிலையோடு கண்ணுக்குப் புலனாகாத பொருட்களின் வரவுகள் அனைத்தையும் கூட்டி, பற்றுக்களைக் கழித்துக் கொண்டால் செலுத்துதல் சமநிலை கிடைக்கிறது. ஏற்றுமதி, இறக்குமதியில் கண்ணுக்கு புலனாகும் பொருட்கள். புலனாகாத பொருட்கள் (visible invisible goods) என்ற இரு பிரிவுகள் உள்ளன. அயல் நாட்டுச் சுற்றுலாப் பயணிகள் நம் நாட்டில் செலவிடும் பணம் புலனாகாத ஏற்றுமதியாகும்.

கண்ணுக்குப் புலனாகும் பொருட்கள், புலனாகாத பொருட்கள் ஆகிய இரண்டின் மதிப்பையும் கணக்கிட்டுப் பார்த்தால் அந்த நாட்டின் செலுத்துதல் வாணிகச் சமநிலை புலனாகும். இறக்குமதிப் பொருட்களின் மதிப்பும் பற்றுக்களும் அதிகமாக இருப்பின்

குறிப்பு

குறிப்பு

அது பாதகமான செலுத்துதல் சமநிலை என்கிறோம். அதற்கு மாறாக ஏற்றுமதிப் பொருட்களின் மதிப்பும் வரவுகளும் அதிகமாக இருப்பின் ஒரு செலுத்துதல் சமநிலையை அடைந்து விட்டதாகக் கருதலாம்.

பின்தங்கிய நாடுகள் பல தமது பிற ஏற்றுமதிப் பொருட்களைக் காட்டிலும் சுற்றுலா ஏற்றுமதியின் மூலமாக அதிக வருவாயை ஈட்டுகிறது. ஆனால் ஒரு நாட்டின் ஏற்றுமதி வருமானம் கீழ்க்கண்ட செய்திகளைப் பொறுத்தே அமைகிறது. அவை, சுற்றுலாப் பயணிகளின் மொத்த வருகை, அவர்கள் அந்த நாட்டில் தங்கும் நாட்கள், சுற்றுலாப் பயணிகள் செய்யும் சராசரி செலவு, சுற்றுலா வருமானத்தைப் பெருக்குவதற்குக் கையாளும் உத்திகள் ஆகியவைகள் அகும்.

எனவேதான் உலகநாடுகள் அனைத்தும் சுற்றுலாத்துறையை முனைப்புடன் முன்னேற்றி வருகின்றன. பெரும்பொருள் ஈட்டி வருகின்றன. சுற்றுலாத் தொழில் அதிக அளவில் அந்நியச் செலாவணியைச் சம்பாதிக்கிறது. எனவே பின்தங்கிய மற்றும் முன்னேறி வரும் நாடுகள் சுற்றுலாத் துறையை விரிவுபடுத்தி அந்நியச் செலாவணியை ஈட்டுவதுடன் பாதகமான செலுத்துதல் சமநிலையையும் ஈடுகட்டுகிறது.

3.4 சுற்றுலாவின் சந்தையியல்

முன்னுரை :

பொருட்களை விற்போரும், வாங்குவோரும் கூடுமிடமே பொதுவாகச் (ஆயசமநவ) சந்தை என அழைக்கப்படுகிறது. ஒவ்வொரு பொருளுக்கும் ஒரு சந்தை உண்டு. சில பொருள்களைச் சில சந்தைகளில் மட்டுமே வாங்க முடியும், எடுத்துக்காட்டாக மாட்டுச் சந்தை, பருத்திச் சந்தை, பூச்சந்தை, வெங்காய சந்தை முதலியவற்றைக் குறிப்பிடலாம். இவையனைத்தும் மனித வாழ்க்கைக்குத் தேவையான பொருட்களை விற்பனை செய்கின்றன. மேற்கூறப்பட்ட சந்தைகள் ஒரு வகையினவாகும். ஆனால் நாம் இங்கு காணவுள்ள வணிகமாக்கப் பட்டு விட்ட சுற்றுலாச் சந்தை என்பது வேறு வகையானது

பழங்காலத்தில் சந்தைகள்

பண்டைக் காலத்தில் பண்டமாற்று முறையே (மயசவநச ஞலளவநஅ) வழக்கத்தில் இருந்தது. பின்னர் வாத்தகத்தில் நாணயச் செலாவணி முறை நடைமுறைக்கு வந்தது. மேலை நாடுகளில் தொழிற்சாலை முறை அறிமுகப்படுத்தப்பட்டதால் பொருட்கள் பேரளவில் உற்பத்தி செய்யப்பட்டன. பின்னர் அம்முறை கிழக்கத்திய நாடுகளிலும் பரவியது. பத்தொன்பதாம் நூற்றாண்டின் தொடக்க காலத்தில் தொழிற்சாலைகள் பல தொடங்கப்பட்டன. தொழிற்சாலைகளில் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருட்கள் போக்குவரத்து வசதியின்மை காரணமாக தொழிற்சாலை களுக்கு அருகில் உள்ள இடங்களில் மட்டுமே விற்பனை ஆயின.

உற்பத்திப் பெருக்கமும் சந்தைகளும்

உலக வரலாற்றில் தொழிற்புரட்சி ஒரு குறிப்பிடத்தக்க நிகழ்ச்சி ஆகும். தொழிற் புரட்சியின் விளைவாகப் பொருட்கள் பேரளவில் உற்பத்தி செய்யப் பட்டன. அதே சமயம் மக்களின் வாங்கும் சக்தியும் அதிகரித்தது செல்ல இந்நிலையில் உற்பத்தியாளர்களிடையே கடும்போட்டி உருவாயிற்று. மக்களின் தேவைக்கு அதிகமாகவே பொருட்கள் உற்பத்தியாயின. இதனால் இப்பொருட்களைப் பிற பகுதிகளுக்குக் கொண்டு வேண்டியதாயிற்று. எனவே போக்குவரத்து வசதிகளைப் பெருக்க வேண்டிய அவசியம் ஏற்பட்டது. எனவே சாலைப் போக்குவரத்தும், இரயில் போக்குவரத்தும் பெருகின. பொருட்கள் பல்வேறு இடங்களுக்கு எளிதாகக் கொண்டு செல்லப்பட்டன. தபால், தந்தி முதலான தகவல் தொடர்பு சாதனங்கள் பெருகியதால், உற்பத்தியாளர்களின் பண்டங்கள் விரைவாக விற்பனை செய்யப்பட்டன. இதன் விளைவாக சந்தைமுறை வளர்ந்தது. சந்தைமுறை வளர்ச்சி அடைந்ததால் பொது மக்களின் தேவைகள் பூர்த்தி செய்யப்பட்டன.

சந்தையியல் பற்றிய விளக்கம்

உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து பண்டங்கள் நுகர்வோரைச் சென்றடைவதற்கு மேற்கொள்ளப்படும் செயல்கள் அனைத்தின் தொகுப்பிற்குச் சந்தையியல் எனப்பெயர்?

குறிப்பு

”பரிமாற்றங்களின் மூலம் மக்களின் தேவைகளையும் விருப்பங்களையும் பூர்த்தி செய்து கொள்ளும் மனித நடவடிக்கைகளே சந்தையியல் ஆகும்”

பிரிட்டிஷ் சந்தை நிறுவனம் கீழ்க்காணும் வகையில் சந்தையியலை வகைப்படுத்துகிறது. ”வாடிக்கையாளர்களுக்கு மனநிறைவளிப்பது, நிறுவனத்தின் நோக்கங்களை நிறைவுசெய்வது போன்ற குறிக்கோள்களின் அடிப்படையில் உற்பத்தியாளர் களிடமிருந்து, நுகர்வோர்களுக்குப் பண்டங்களை அல்லது சேவைகளைக் கொண்டு செல்லும் வணிக நடவடிக்கைகள் சந்தையியல் எனப்படும்.)

தற்றுலாவின் சந்தையியல்

இதுகாறும் கூறப்பட்ட செய்திகள் அனைத்தும், தொழிற்சாலைகளில் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பண்டங்களை விற்பனை செய்வது தொடர்பான பொது விதிகள் ஆகும். இப்போது நாம் சுற்றுலாத்துறையில் சந்தையியல் எவ்வாறு நடைபெறுகிறது என்பதைக் காண்டோம்.

பொதுவாகவே ஒவ்வொரு மனிதனும் புதிய புதிய இடங்களுக்குச் சுற்றுலா செல்ல வேண்டும், புதிய அனுபவங்களைப் பெறவேண்டும் என்பதில் பேரார்வம் காட்டுகிறான். இதனால் சுற்றுலாச் சந்தையியல் எளிதாக நடைபெற வாய்ப்பு ஏற்படுகிறது.

பிற தொழில்களுக்கும் சுற்றுலாவிற்கும் உள்ள வேறுபாடுகள்

பிறதொழில்களில் உற்பத்தியாளர் பண்டங்களை உற்பத்தி செய்துவிட்டு அவற்றை விற்பதற்குரிய வழிமுறைகளில் ஈடுபடுகிறார். ஆனால் சுற்றுலாத் துறையில் பார்ப்பதற்குரிய சுற்றுலாத் தலங்கள் (Tourist Spots) முன்பே உள்ளன. இவற்றைக் காண்பதற்குப் பொது மக்களைத்தூண்டும் முயற்சியில் மட்டுமே சுற்றுலா நிறுவனங்கள் ஈடுபடுகின்றன.

மற்ற தொழில்களில் பண்டங்கள் உபயோகிப்பாளர்களைக் சென்றடைகின்றன. சுற்றுலாத் துறையிலோ உபயோகிப்பாளர்களான சுற்றுலாப் பயணிகள் பண்டங்களான சுற்றுலா மையங்களைத் தேடிச்செல்கின்றனர். அதாவது உபயோகிப்பாளர் இடம்பெயர்கிறார்.

குறிப்பு

பண்டங்கள் இடம் பெயர்வதில்லை. பிற துறைகளில் மொத்த விற்பனையாளர்கள், இடைத்துகாகள், சில்லரை வியாபாரிகள் ஆகியோர் உள்ளனர். சுற்றுலாத் துறையிலோ சுற்றுலாப் பண்ட விற்பனையில் பயன் முகவர்கள், பயணப் பணி நிறுவனங்கள், சுற்றுலா வழிகாட்டிகள் ஆகியோர் பணி புரிகின்றனர்.

பிற துறைகளில் நீண்டகால விற்பனைப்பண்டங்கள், குறுகிய கால விற்பனைப்பண்டங்கள், என இரு வகைகள் உள்ளன. சுற்றுலாத்துறையினே பண்டங்கள் எனும் சுற்றுலாத் தலங்கள் நீண்டகால விற்பனைப் பண்டங்களாகவே அமைந்துள்ளன.

பிற தொழில்களில் பணம் மட்டுமே முக்கியப் பங்கினை வகிக்கிறது. அடுத்து வாங்குவோரே உபயோகிப்பாளராக இருக்க வேண்டும் என்ற கட்டாயமில்லை. சுற்றுலாத்துறையிலோ, பயணியே உபயோகிப்பாளராக உள்ளார். இவருக்குப் பணம் மட்டுமின்றி உடல்நலம், நேரம் ஆகியனவும் தேவைப்படுகின்றன.

பிற தொழில்களில் உள்ள பண்டங்கள் நம் வாழ்வின் அடிப்படைத் தேவையாகவும் அன்றாடத் தேவையாகவும் உள்ளன. இவற்றை நாம் வாங்கித்தான் ஆக வேண்டும். சுற்றுலாத்துறையிலோ வசதி உள்ளவர்கள் விருப்பம் உள்ளவர்கள் மட்டுமே சுற்றுலா செல்வர். இது கட்டாயத் தேவை அல்ல சுற்றுலா செல்வது ஒவ்வொருவரின் அத்தியாவசியக் கடமையும் அல்ல. இதில் வாகனங்களில் செல்வதும் அதற்காகச் செலவழித்தலும். முக்கியப் பங்கு வகிக்கின்றது.

பிர துறைகளில் வாங்கியபண்டங்களைத் திரும்பவும் விற்கமுடியும். சுற்றுலாத்துறையில் பயணம் செல்லும் போது இயற்கைக்காட்சிகளைக் கண்டு ரசிக்கலாம் புதிய இடங்களைக் கண்டு மகிழலாம். இதில் விற்பனையாகும் அனைத்துமே மனநிறைவை ஏற்படுத்தும் ஐம்பவனுக்கும் விருந்தளிக்கும்.

இதுகாறும் கூறியவற்றான சுற்றுலா மற்ற துறை வேறுபட்டது என்பதனை அறியலாம். சுற்றுலாவைச் சந்தைப்படுத்தலும் எனிதன்று. உபயோகிப்பாளரின் விருப்பு, வெறுப்பு, மனநிலை, தேவை, ஆகியவையே சுற்றுலாவைச் சந்தைப் படுத்த உதவுகின்றன. எனவே சுற்றுலாவை சந்தைப் படுத்துவதில் எச்சரிக்கை தேவை. சுற்றுலாப் பயணியை மனநிறைவடையச் செய்வதில் வட்டார, தேசிய மற்றும் பன்னாட்டுச்

சுற்றுலா நிறுவனங்கள் முறையான ஒருங்கிணைந்த முயற்சிகளைத் தொடர்ந்து மேற்கொண்டு சுற்றலாச் சந்தையியலை மேம்படுத்த வேண்டும்

குறிப்பு

3.4.1 சுற்றுலா பண்டம்

வாணிகம் செய்யும் ஒவ்வொரு நிறுவனத்திற்கும் விற்பனை செய்யப் பண்டங்கள் தேவைப்படுகின்றன. பண்டம் என்பது விற்பனையாளர் விற்க வைத்திருப்பதையும், நுகர்வோர் வாங்கக் கூடியதையும் குறிக்கின்றது. நுகர்வோரின் உடலுக்கும் உள்ளத்திற்கும் திருப்தியளிக்கும் ஒட்டுமொத்த தன்மையே பொருள் ஆகும். சுற்றுலாப் பயணிகள் காணவிரும்பும் இடங்களே சுற்றுலாப் பண்டமாகக் கருதப் படுகிறது. சுற்றுலாப் பண்டம் இயற்கையால் படைக்கப்பட்டு, மனிதக்கரங்களால் அழகு படுத்தப்பட்டதாக இருக்கலாம். அல்லது மனிதனால் உருவாக்கப்பட்டதாகவும் இருக்கலாம். உலகின் கண் சுற்றுலா மதிப்பு மிக்க நாடுகள் பல உள்ளன. நுகர்வோர் தாம் விரும்பும் பண்டங்களை வாங்கிக் கொள்ள வசதி இருப்பது போன்று சுற்றுலாப் பயணிகளும் தாம் விரும்பும் நாட்டிற்குப் பயணம் மேற்கொள்ளலாம்.

“நுகர்வோருக்கு மனநிறைவளிக்கக் கூடிய ஒரு நாட்டின் சுற்றுலா இடக்கவர்ச்சி, போக்குவரத்து வசதி, பொழுது போக்கு அம்சம் ஆகியவற்றின் ஒட்டு மொத்த தொகுப்பே சுற்றுலாப் பண்டம் ஆகும்”

எனவே சுற்றுலாப் பயணிகளை ஈர்ப்பதற்கு ஒரு நாட்டின் இயற்கைக் காட்சிகள் விலங்குகள், பறவைகள், மரஞ்செடி கொடிகள், கவின்மிகு கட்டிடங்கள், கலைப்பொருட்கள், விளையாட்டுப் போட்டிகள், இசை விழாக்கள், இன்பப் பொழுது போக்குகள், ஆகிய கவர்ச்சிகள் (யுவவசயஉவழைளெ) இருத்தல் அவசியம். அப்போதுதான் பன்னாட்டு சுற்றுலாப் பயணிகள் ஒருவர்க்கொருவர் போட்டி போட்டுக் கொண்டு அந்நாட்டிற்குச் செல்வர். சுற்றுலா மையமும் சுற்றுலா சேவையும் இணைந்து செயல்பட்டால்தான் சுற்றுலாவை மேம்பாட்டையச் செய்ய முடியும்.

வசதிகள்

ஓரிடத்தில் சுற்றுலாப் பயணிகளுக்குத் தேவையான அனைத்து வசதிகளும் இருந்தால்தான் பயணிகள் அங்குச் செல்ல விரும்புவர்.

எனவே வசதிகள் ஓரிடத்தின் கவர்ச்சியுடன் கை கோர்த்துச் செல்லுதல் அவசியம். பல்வேறு விதமான கேளிக்கைகள், விடுதிவசதிகள், கவர்ச்சிமிகு சுற்றுலா மையங்கள் முதலான வசதிகள் சுற்றுலாப் பயணிகளைக் கவாந்திழுக்கும். காந்தங்கள் ஆகும்.

எளிதில் அடையக் கூடிய தன்மை

ஓர் சுற்றுலாமையம் அனைத்து கவர்ச்சிகளையும் பெற்றிருந்த போதிலும் அது எளிதாகச் சென்றடையக் கூடிய இடமாக இருத்தல் வேண்டும். சுற்றுலா மையம் சுற்றுலாச் சந்தைக்கு அருகில் இருப்பதுடன் போதிய போக்குவரத்து வசதிகளுடன் இணைக்கப் பட்டிருந்தால், அத்தகைய இடங்களுக்கு அதிகமான சுற்றுலாப் பயணிகள் விரும்பிச் (செல்வா. எனவே சுற்றுலா மையம் எளிதாகச் சென்றடையும் வகையில், இருத்தல் சுற்றுலாப் பண்டத்தின் (சீழனரஉவ) ஓர் முக்கிய அம்சமாகும்.

சுற்றுலாச் சந்தைகள்

ஒரு உற்பத்தியாளர் தனது பண்டங்களை விற்பனை செய்யச் சந்தைகளைக் கண்டறிவது அவசியமாகும். இதனைப் போன்று சுற்றுலா நிறுவனங்களும் சுற்றுலாவிற்கான சந்தைகளைத் தேடிப் பிடிக்க வேண்டும். ஒரு பண்டத்தை விற்பவரும் வாங்குபவரும் சந்திக்குமிடம் சந்தை என்று அழைக்கப்படுவது போன்று, சுற்றுலா ஏற்பாடு செய்வோரும் சுற்றுலா செல்வோரும் சந்திக்குமிடமே சுற்றுலாச் சந்தையாகும். உலகின் எப்பகுதியிலிருந்து ஒரு குறிப்பிட்ட பருவகாலத்தில் அதிகமான சுற்றுலாப் பயணிகள் பயணம் செய்யத் தயாராக இருக்கின்றனர் என்பதனைக் கண்டறிவது சுற்றுலா நிறுவனத்தின் தலையாய கடமையாகும். எப்பகுதியிலிருந்து அதிகமான சுற்றுலாப் பயணியர், சுற்றுல செல்கின்றனரோ அப்பகுதி ஓர் சுற்றுலா சந்தையாகக் கருதப்படுகின்றது.

சந்தைப்பிரிவு

சுற்றுலாவியல் சந்தைப் பிரிவு முறை (பிரிவினை முறை), மிகவும் இன்றியமையாதது பலவகைப்பட்ட தன்மைகளைக் கொண்ட முழுச்சந்தையை வெவ்வேறு வாங்கும் விருப்பம் அல்லது தேவைகளின் அடிப்படையில் ஒரே தன்மை கொண்ட சிறுசந்தைகளாகவோ சிறு பிரிவுகளாகவோ பிரிப்பதனைத்தான் சந்தைப்பிரிவு என்கிறோம். இவ்வார்

குறிப்பு

பிரிவினை செய்வதால் சந்தையின் தேவையைப் பொருத்து பண்டங்களையும் மேம்பாட்டு முறைகளையும் சீர் செய்ய முடிகிறது. சந்தைத் தட்டங்களைத்தீட்டிச் செயல்படுத்தவும் இப்பிரிவினை துணை புரிகின்றது.

பொதுவாக இப்பிரிவினை புவியியல் தொடர்பானதாகவும், மக்கள் ந்த பிரிவாகவும், உளவியல் அடிப்படையிலான பிரிவாகவும் உள்ளது. இவ்வாறு பல காரணங்களை அடிப்படையாகக் கொண்டு சுற்றுலாச் சந்தைகள் பிரிக்கப்படுகின்றன. சில நகரங்களில், வட்டாரங்களில் வாழும் மக்களின் சமூக பொருளாதார நிலைமைகள், கல்வியறிவு, விருப்பு வெறுப்புகள், ஆகியவை சுருத்தில் கொள்ளப்பட்டு சுற்றுலாச் சந்தை பிரிக்கப்படுகின்றது.

ஒவ்வொரு சுற்றுலா நிறுவனமும் உலகின் சில குறிப்பிட்ட பகுதிகளைத் தேர்ந்தெடுத்து, ஆங்குச் சுற்றுலா அலுவலகங்களை நிறுவி, அப்பகுதியில் வாழும் சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு மட்டும் சுற்றுலா ஏற்பாடுகளைச் செய்து தருகிறது. அப்போது தான் அந்நிறுவனம். செம்மையாகவும் ஆதாயத்துடனும் (லாபகரமாக) இயங்க முடியும், அடுத்து அவ்வாறு செய்வதால் அப்பகுதிப் பயணிகளை அந்நிறுவனம் கவரமுடியும்.

இதனை விடுத்து அகலக் கால் வைத்தால் அவ்வளவு சிறப்பாகச் செயல்பட முடியாது. அதிக ஆதாயமும் பெறமுடியாது. அடுத்து சுற்றுலா நிறுவகணம் அப்பகுதி சுற்றுப்பயணிகளின் தேவைகளை உணர்ந்துபயணத் திட்டங்களையும் வரவு செலவுப் பட்டியல்களையும் தயார் செய்தல் அவசியமாகிறது. எனவே சுற்றுலா நிறுவனங்கள் தங்களுக்கென்று தனித்தனியாக சந்தைகளைப் பிரித்துக் கொண்டு முனைப்புடன் பணிபுரிந்தால் அதிக ஆதாயம் பெறமுடியும்.

பொது ஆர்வச் சுற்றுலாப் பயணியர்

பயணிகளுள் சிலர் சுலவியின் நிமித்தமும் புனித யாத்திரையின் திமித்துமும் பொது அறிவைப் பெருக்கும் பொருட்டும், உடல் நலம் பேணும் பொருட்டும் சுற்றுலா மேற்கொள்வர். இவர்கள் அயல்நாடுகளில் அதிக நடகள் தங்கியிருப்பா. இவர்களுள் சிலர் தமது உறவினர்

அல்லாத நண்பர்களின் வீடுகளில் தங்குவர். எனவே விடுதிகளில் துங்க மாட்டார்கள். இதன் காரணமாக இவர்களுக்குச் செலவு குறைகிறது.

வாணிகச் சுற்றுலாப் பயணிகள்

வாணிகத்தின் பொருட்டு பயணம் செய்வோர் உலகின் பல மகத்திகளில் நடைபெறும் வாணிகக் சுருத்தரங்குகள், மாநாடுகள், வர்த்தகக் கண்காட்சிகள், ஆகியவற்றில் கலந்து கொண்டு பயன்பெற விரும்புவர்.வர்த்தக மாநாடுகள் பொதுவாகப் பெரு நகரங்களில் தான் நடைபெறும். இவை அடிக்கடி நடைபெறுவதும் உண்டு. குறுகிய காலமே நடைபெறும். இம்மாநாடுகளில் கலந்து கொள்ளும் வியாபாரிகள் அதிகமாகப் பணம் செலவழிக்கவும் தயங்க மாட்டார்கள். எனவே பயண நிறுவனங்கள். அத்தகைய இடங்களுக்கு பயண ஏற்பாடுகள் செய்து கொடுத்து அதிகமான ஆதாயத்தைப் பெறலாம்.

விடுமுறை காலச் சுற்றுலாப் பயணிகள்

சுற்றுலாப் பயணிகள் சிலர் விடுமுறை நாட்களை இன்பமாகக் கழிக்கச் சில குறிப்பிட்ட இடங்களுக்குச் சுற்றுலா செல்ல விரும்புவர். இவர்களுள் பலர் பாரிஸ், ஹவாய்த் தீவு, டோக்கியோ, மியாமி, உரோம், சிங்கப்பூர், நியூயார்க், டெல்லி, கோவா, முதலான இடங்களைக் காண்பதில் ஆர்வம் கொண்டுள்ளனர். எனவே சுற்றுலா நிறுவனங்கள் மேற்கூறப்பட்ட இடங்களுக்கு மட்டும் சுற்றுலா ஏற்பாடு செய்து அதிக ஆதாயத்தை அடையலாம். விடுமுறை காலச் சுற்றுலா மையங்கள் சில குறிப்பிட்ட பருவங்களில் மிகுந்த சுறுசுறுப்புடன் காணப்படும். இதனைப் பயண நிறுவனங்கள் நழுவ விடக் கூடாது.

3.4.2 சுற்றுலா சந்தையியலின் சிறப்பு கூறுகள்

பழங்காலத்தில் ஒரு சிலரே சுற்றுலா சென்றனர். அன்று பயண ஏற்பாடுகளைச் செய்து தரும் சுற்றுலா முகவர்கள் இல்லாததால் பயணிகள் தாங்களே சுற்றுலா சென்றனர். எனவே பண்டைக் காலத்தில் சுற்றுலா செல்வாக்குப் பெறவில்லை. இருபதாம் நூற்றாண்டின் தொடக்கத்தில் ஜெட் விமானங்களின் கண்டுபிடிப்பு, சுற்றுலா வரலாற்றில் மாபெரும் புரட்சியைத் தோற்றுவித்தது. இதன் விளைவாக பயணிகள்

குறிப்பு

குறிப்பு

பெருமளவில் விமானங்களில் பயணம் செய்து சுற்றுலாவை விரைவில் முடித்துத் திரும்பினர். சுற்றுலா பெருகியதால், பயண முகவர்கள் பெருமளவில் தேவைப்பட்டனர்.

பயண ஏற்பாட்டு நிறுவனங்கள் சுற்றுலாப் பயணிகளுக்குப் பல மேம்பட்ட வசதிகளைச் செய்து கொடுத்தன இருபதாம் நூற்றாண்டின் பிற்பகுதியில் சுற்றுலாப் பயணிகளின் எண்ணிக்கை பெருகியதால் சுற்றுலா வணிகத்திற்குப் புதிய சந்தைகளைக் கண்டறிய வேண்டிய தேவை உருவாயிற்று. சுற்றுலா நிறுவனம் சுற்றுலாப் பண்டத்தை விற்பதற்கான சந்தை மூலமாகவே வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளைக் கண்டறிந்து, அவற்றைப் பூர்த்தி செய்து புதிய வாடிக்கை யாளர்களை ஒரு சுற்றுலா மையத்தின் பால் ஆர்வம் கொள்ளச் செய்தலும், சுற்றுலாவில் பங்கு கொள்ளத் தூண்டுதலுமே சுற்றுலா சந்தைப் படுத்துதலின் முக்கிய நோக்கமாகும். வடிக்கையாளரின் திருபதியே சுற்றுலா வணிகத்தின் உயிர்நாடி

சுற்றுலாப் பயணம் செய்ய முன் வந்தவர்கள் செல்ல ஆயத்த நிலையில் உள்ளவர்கள் (மூலநெய்யை) ஆகிய இரு பிரிவினரையும் கவர்வதுவே சுற்றுலா முகவர்களின் முதற் பணியாகும்.”

சுற்றுலாச் சந்தையியலின் சிறப்புக்கள

அ. சுற்றுலா என்பது ஒரு வடிவமற்ற பண்டமாகும்

தொட்டறியமுடியாத பண்டம் இது. இது கைமாறும் பண்டமும் அன்று. எனவே இதனை ஒருவரிடமிருந்து மற்றொருவருக்கு மாற்றிக் கொடுக்க இயலாது. எடுத்துக்காட்டாக வண்டியை விற்கும் போது அது ஒருவரிடமிருந்து மற்றொருவருக்குக் கை மாறுகிறது. ஆனால் சுற்றுலா வணிகத்தில் அவ்வாறு பொருள் மாற்றம் நிகழ்வதில்லை. சுற்றுலாப் பயணியோ தனக்கு வழங்கப்பட்ட இரயில் விமான இருக்கைகளையும் விடுதி அறையையும் சில குறிப்பிட்ட நேரம் வரை துய்த்து விட்டுப் பின்னர் அவற்றை வீட்டுச் செல்ல வேண்டியுள்ளது.

ஆ .உற்பத்தியும் பயன்பாடும்

சுற்றுலாச் சேவையின் உற்பத்தியும் நுகர்வும் ஒன்றோடு ஒன்று நெருக்கமாகப் பிணைக்கப்பட்டிருப்பது சுற்றுலாவின் குறிப்பிடத்தக்க

சிறப்பு அம்சமாகும். சுற்றுலா எனும் பண்டத்தை உற்பத்தி செய்தவர் அதனைச் சேமித்து வைக்க முடியாது. எனவே ஏற்பாடு செய்யப்பட்ட சுற்றுலாவை அமைப்பாளர் உடனே நடத்த வேண்டுமே அன்றி, அதனைத் தள்ளிப் போட்டுக் கொண்டே செல்ல முடியாது. வாடிக்கையாளரைக் கண்டறிந்த பின்னரே நடைமுறைக்கு வருகிறது

இ. பலரால் உருவாக்கப் பெறுவது

நிறுவனத்தாரால் மட்டும் உற்பத்தி செய்யப் படுவதன்று. இது பல சுற்றுலாப் பண்டம் என்பது ஒருவரால் அல்லது ஒரு உற்பத்தியாளர்களால் ஒன்று சேர்க்கப்படுகிறது அதாவது சுற்றுலப்பண்டம் என்பது தனியான ஒரு விமான இருக்கையோ (ளுநநவ) இரயில் இருக்கையோ விடுதியின் தங்கும் அறையோ, பயணியின் உணவோ, கேளிக்கையோ சுற்றுலா மையமோ அல்ல. இவை அனைத்தும் சேர்ந்த கூட்டு அல்லது கதம்பமே சுற்றுலா. எனவேபல நிறுவனங்களின் கூட்டுறவுடன் உருவாக்கப் படுவதே சுற்றுலாப் பண்டம்

ஈ.சுற்றுலாவிற்கான தேவை பெரிதும் நிலையற்றது

சுற்றுலாப் பண்டத்திற்கான கிராக்கி (தேவை) நிலையற்றது. சுற்றுலா ஒரு ஆண்டில் சில குறிப்பிட்ட மாதங்களில் மட்டுமே சுறுசுறுப்பாக உள்ளது. பருவநிலை சாதகமாக உள்ள காலங்களில் மட்டுமே சில இடங்களுக்குச் சுற்றுலா செல்ல முடியும். மற்ற நாட்களில் சுற்றுலா நிறுவனத்தினர் வேலையின்றி இருப்பர். அடுத்து அரசியல் கொந்தளிப்பு, தீவிரவாதிகள், பொருளாதாரச் சீர்கேடு, போர், பஞ்சம், நாணய ஏற்ற இறக்கம் ஆகியனவும் சுற்றுலாவைப் பாதிக்கின்றன. எடுத்துக்காட்டாக காஷ்மீரில் பயங்கரவாதம். தலைவிரித்தாடிய போழ்து பார்த்தத்திற்கு அயல்நாட்டுப் பயணியர் வருகை குறைந்தது. தமிழா சிங்களர் இனக் கலவரம் சீலங்காவின் சுற்றுலா முன்னேற்றத்தை வெகுவாகப் பாதிக்கிறது.

(உ) இடைத்தரகர்களின் செல்வாக்கு

சுற்றுலாவணிகத்தில் இடைத்தரகர்களின் பங்கு பணி, செல்வாக்கு ஆகியவை மேலோங்கி உள்ளது. மற்ற பண்டங்களை உற்பத்தி செய்பவர்கள், பண்டங்களின் உற்பத்தியை, தரத்தை உயர்த்த

குறிப்பு

வாய்ப்புகள் உள்ளன. பண்டங்களின் அமைப்பை மாற்றவும். விலை நிர்ணயம் செய்யவும் வாய்ப்புகள் உண்டு. சுற்றுலா ஏற்பாட்டிலோ பல நிறுவனங்கள் சம்மந்தப்பட்டிருப்பதால் இடைத்தரகர்களின் செல்வாக்கைத் தவிர்க்க முடியாது. முன்பதிவு செய்து தருபவர், வழிகாட்டி, பயணமுகவர் ஆகியோர் சுற்றுலா சந்தையில் முக்கியப் பங்கு வகிக்கின்றனர்.

சுற்றுலாவை முன்னேற்றுவதற்குரிய திட்டங்கள் தீட்டுதல், கொள்கைகள் உருவாக்கல், சேவை முறைகளை நிர்ணயித்தல் ஆகியவற்றில் இடைத்தரகர்களை முக்கிய இடத்தை வகிக்கின்றனர்.

(ஊ) வேறுபட்ட நோக்கங்கள்

பொதுமக்களில் பலர், சில நிறுவனத்தார் தயாரிக்கும் தொலைக்காட்சிப்பெட்டி, சலவை இயந்திரம், குளிர்சாதனப் பெட்டி, எண்ணெய் வகைகள் போன்றவற்றை மட்டுமே வாங்கிப்பயன்படுத்துவதில் இன்பம் காண்கின்றனர். சுற்றுலாப் பயணிகள் சிலர், சில தனிப்பட்ட காரணங்களுக்காக சில குறிப்பிட்ட சுற்றுலா மையங்களுக்கு விரும்பிச் செல்கின்றனர். இவ்வாறு ஒரே இடத்திற்குச் செல்லும் இரு சுற்றுலாய் பயணிகளின் நோக்கும் போக்கும் மாறுபட்டதாக இருப்பதுண்டு. எனவே சுற்றுலா ஏற்பாட்டு நிறுவனங்கள் ஒரே வகையான அணுகுமுறையைப் பயணிகளிடம் பின்பற்ற முடியாது. பயணிகளின் தனிப்பட்ட விருப்பு வெறுப்புகளை மனதிற்கொண்டு, அவர்க்கேற்ற முறையில் ஊக்கமளித்து, சுற்றுலாவில் ஈடுபடுத்த வேண்டும். விளம்பரங்கள் செய்வதன் மூலமும் பொதுமக்களைச் சுற்றுலா செல்லத் தூண்டலாம்.

3.4.3 ஆய்வியல் தொழில் நுட்பங்கள்

சந்தை ஆய்வுமுறை என்பது ஓர் தொடர் நிகழ்ச்சி. சந்தை வாய்ப்புகள் தொடர்பான புள்ளி விபரங்களைச் சேகரிக்கப் பலவழிமுறைகள் பின்பற்றப்படுகின்றன. அவற்றுள் (அ) கள ஆய்வு முறை (ஆ) மேசை ஆய்வுமுறை, (இ) மாதிரி ஆய்வுமுறை, (ஈ) உட்கருத்தறியும் ஆய்வுமுறை ஆகியவை தகவல் சேகரிப்பில் பெரும்பங்கு வகிக்கின்றன.

அ.கள ஆய்வு முறை

சுற்றுலா செல்வதில் ஆர்வம் கொண்டுள்ள மக்கள் வாழும் பகுதிக்ே நேரில் சென்று, ஆய்வு செய்தல்கள ஆய்வுமுறை ஆகும். சுற்றுலா சந்தையின் உண்மையான நிலவரம் குறித்து மேலும் பல விபரங்களை அறிவதற்கு இது போன்ற கள் ஆய்வுகள் பெருந்துணை புரிகின்றன. உட்கருத்து அறியும் ஆய்வுமுறை (உள்நோக்கம் அறியும் ஆய்வு முறை) மாதிரிக்கணக்கெடுப்பு முறை ஆகிய இரண்டு முறைகளும் கள் ஆய்வு முறையில் அடங்கும்.

ஆ. மாதிரிக்கணக்கெடுப்பு முறை

சுற்றுலா ஆர்வம் கொண்ட மக்கள் ஒரு நகரத்திலோ அல்லது நாட்டிலோ வாழ்வர். அவர்கள் அனைவரிடமும் தகவல்களைச் சேகரித்தால் அதிக பணச்செலவும், காலவிரயமும் ஆகும். இதற்கு அதிக அளவில் ஆட்களும் தேவைப்படுவர். எனவே ஒரு குறிப்பிட்ட பகுதியில் வாழும் மக்களிடம் மட்டும் செய்திகளைச் சேகரித்துவிட்டு, அதன் அடிப்படையில் மற்ற பகுதி மக்களின் விருப்பமும் அதுவே என்ற ஓர் பொது முடிவிற்கு வருதல், மாதிரிக் கணக்கெடுப்பின் சிறப்பம்சம் ஆகும். இதனை போன்று பயண முகவா, விடுதி உரிமையாளர் போன்றோரிடமும் நேர்காணல் (பேட்டி) மூலமாகவோ தொலைபேசி மூலமாகவோ கருத்துக்களை அறிதலும் இம்முறையில் அடங்கும். இன்று நம் நாட்டிலும், அயல் நாடுகளிலும் அரசும், தனியாரும் இப்படித்தான் தகவல்களைத் திரட்டுகின்றன. இம்முறை சிக்கனமானது குறுகிய காலத்தில் முடிக்கக்கூடியது எளிமையானது.

இ.உட்கருத்து அறியும் ஆய்வுமுறை

இம்முறையில், மனோதத்துவமுறைகளின் மூலம் உள்நோக்கத்தை, உள்ளக்கிடக்கையை அறிந்து கொள்ளலாம். இதன் மூலம் சுற்றுலாப் பயணிகள் எந்த நோக்கத்திற்காகச் சுற்றுலா செல்ல விரும்புகின்றனர் என்பதனைத் தெளிவாக அறியலாம். இதுவே சுற்றுலாச் சந்தைக்கு உறுதுணை புரியும் அம்சம். இதுபோன்ற ஆய்வுகளின் மூலம் ஜெர்மானியர், பிரெஞ்சுக்காரர், ஆங்கிலேயர் ஆகியோர் சுற்றுலா ஆர்வம் கொண்டுள்ளனர் என்ற உண்மை புலனாகும்.

ஈ.மேசை ஆய்வு முறை

சுற்றுலா சந்தை மற்றும் அதன் போக்கு தொடர்பான புள்ளி விடம் மற்றும் அச்சிடப்பட்ட தகவல்களைச் சேகரிப்பதும், ஆய்வு செய்வதுமே மேசை ஆய்வாகும். ஓர் அறைக்குள் மேசை நாற்காலியுடன் அமர்ந்த குறிப்பிடுகிறது. சுற்றுலா பற்றிய பல தகவல்களையும் புள்ளி விபங்களையும் தற்போது பல பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் அளிக்கின்றன. இவற்றுள்

நாடுகள் அவை(ஐநா.சடை),யுனெஸ்கோர் உலகச் சுற்றுலா நிறுவனம் (றுழசடன வழரசளைஅ முசபயணெணயவழை) பன்னாட்டு சுற்றுலாக கூட்டமைப்பு (ஐவெநசயெவழையெட. வழரசபெ யுடடயைஉந) பன்னாட்டு வாணிகக் கழகம் உலகச் சுற்றுலா மற்றும் ஆட்டோ மொபைல் நிறுவனம் (World Touring And Automobile Organization) முதலான அமைப்புகள் சுற்றுலாத தொடர்பான பல செய்திகளைத் தந்துதவுகின்றன. இவற்றைப் போன்று தேசிய அளவிலான சில கழகங்கள், நிறுவனங்கள், அமைப்புகள் ஆகியவையும் சுற்றுலாச் செய்திகளை வழங்குகின்றன. இத்தகவல்கள் சுற்றுலா நிறுவனங்களுக்குத் தோன்றாத துணையாக விளங்குகின்றன. அடுத்து சுற்றுலாச் சந்தை ஆய்வுகளைத் தனிப்பட்ட முறையில் செய்யமுடியாத நிலையில் உள்ள சில நாடுகளுக்கும், இத்தகவல்கள் பெருந்துணை புரிகின்றன.

சந்தையியல் கலவை

சந்தையியல் கலவை எனும் சொல்லை முதன் முதலாக 1953-இல் பயன்படுத்திய பெருமை பேராசிரியர் நீல் போர்ட்ஸ் (நேநட டிழசனநள) என்பாரையே சாரும். ஒரு வியாபார நிறுவனம் தனதுபண்டம் அல்லது சேவை, அவற்றின் விலை நிர்ணயம், அவற்றின் பகிர்வு மற்றும் விற்பனை, அவற்றின் வளர்ச்சி ஆகியவற்றில் பலதரப்பட்ட சந்தைக் கருவிகளைப் (Market Instruments) பயன்படுத்துகின்றது. அப்படிச் செய்வதால் அந்நிறுவனம் தனது குறிக்கோளை வெற்றிகரமாக எட்டமுடியும். ஒரு நிறுவனத்தின் இத்தகைய செயல்பாடுகள் அனைத்தையும் ஒன்று சேர்த்தே சந்தையியல் கலவை என்றழைக்கின்றனர்.

சுற்றுலா நிறுவனங்களிடையே போட்டி ஏற்படும்போது, பயணக்கட்டணங்கள் மற்ற நிறுவனங்களைக் காட்டிலும் சுற்றுலாப் பயணிகளை ஓர் நிறுவனம் ஓரளவு கவர்முடிகிறது. விலையை நேரடியாகக் குறைப்பதற்குப் பதில், அதே விலையில் சில மேம்பட்ட வசதிகளையும் சேவைகளையும் அதிகரிப்பதன் மூலம் சுற்றுலாப் பயணிகளைக் கவர் முடியும். இதன் விளைவாக சுற்றுலாத்துறையம் ஆதாயத்துடன் இயங்கமுடியும்.

சந்தையியல் கலவை, எதிர்பார்த்த விளைவுகளைத் இவேண்டுமெனில், அவை சமநிலையான கலவையாக இருப்பது அவசியம். அக்கலவையானது விலைக்கொள்கை, பண்டக் கொள்கை, மேம்பாட்டுத் திட்டங்கள், குறிப்பிட்ட சந்தைகளில் நிலவும் பகிர்வு மற்றும் விற்பனை முறைகள் ஆகிய பல அம்சங்களைக் கொண்டதாகும். ஒருங்கிணைந்த செயல்பாடே இக்கலவையின் சிறப்புக் கூறுபாடாகும்.

அலகு 4

சுற்றுலாவின் நன்மைகள் மற்றும் மேம்பாடு

4.1 முன்னுரை

பழங்காலத்திலிருந்து பயணம் என்பது மனிதனின் உச்சகட்ட ஆர்வமாக இருந்திருக்கிறது. பல இடங்களுக்குச் சென்று புதிய அனுபவங்களைப் பெற விரும்புவது மனித இயல்பு. தொழிற்புரட்சியும், போக்குவரத்து மற்றும் தொலை தொடர்பில் ஏற்பட்ட முன்னேற்றங்களும் பயணத்தை எளிதாக்கியுள்ளன. ஒரு காலத்தில் பயணம் என்பது செல்வந்தர்களுக்கு மட்டுமே உடைமையாக இருந்தது. ஆனால் தற்பொழுது ஒவ்வொருவரும் அவரவருக்கு இயன்ற வரை பயணம் செய்கின்றனர். சுற்றுலாவியல் என்பது உலகம் முழுவதையும் கவர்ந்துள்ள ஒரு இயக்கம். சுற்றுலாவியல் சமூகப் பொருளாதார,

குறிப்பு

கலாச்சார, கல்வி, அரசியல் மற்றும் ஆன்மீக அளவில் முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது.

சுற்றுலா மற்றும் விருந்தோம்பல் என்பது ஒரு நாட்டின் சமூக-கலாச்சார அடையாளம் மற்றும் பாரம்பரியத்தின் முக்கியமான அளவுருவாகும். உலகமயமாதலின் சகாப்தத்தில் சுற்றுலா மற்றும் விருந்தோம்பல் வேலை வாய்ப்பு உருவாக்கம் அன்னியச் செலாவணியின் ஆதாரம் மற்றும் சுற்றுலா சாத்தியமுள்ள பிராந்தியங்களின் வளர்ச்சி ஆகியவற்றின் மூலம் பொருளாதார வளர்ச்சியை மேம்படுத்துகிறது. உலக சுற்றுலா மற்றும் சுற்றுலா கவுன்சிலின் (2014) படி உலக மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியில் பயணம் மற்றும் சுற்றுலாவின் பங்களிப்பு 2013 இல் மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியில் 9.5% இலிருந்து 2024 இல் மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியில் 10.3% ஆக அதிகரிக்கும் என மதிப்பிடப்பட்டுள்ளது (WTTC 2014).

4.2 பொருளாதார முக்கியத்துவம்

பன்னாட்டு சுற்றுலா முன்னேறிய மற்றும் முன்னேறிக் கொண்டிருக்கும் நாடுகளுக்கு ஒரு சிறந்த வருமான மூலக்கூறாகும். சுற்றுலாத்தொழில் மூலமாகக் கிடைக்கும் முக்கியமான பொருளாதார நன்மை அந்நியச் செலாவணி மூலமாகக் கிடைக்கும் வருமானம் ஆகும். பல முன்னேறி வரும் நாடுகளுக்கு சுற்றுலா நம்பத்தகுந்த வருவாய் ஆதாரமாகும். பிரயாணிகள் செய்யும் செலவினம் பொருளாதாரத்தின் பல பிரிவுகளைக் கடந்து செல்கிறது. நாட்டின் தேசிய வருமானத்தின் ஒரு மூலக்கூறாக இருப்பதோடு மட்டுமல்லாமல் வேறு பல பொருளாதார நன்மைகளையும் தருகிறது. சுற்றுலா வளர்ச்சிக்குத் தேவையான அடிப்படை வசதிகளான விமான நிலையங்கள், ரயில் பாதைகள், தண்ணீர் வசதி, தங்குமிடங்கள், உணவு விடுதிகள், அருங்காட்சியகங்கள், கடைகள், விளையாட்டு அரங்கங்கள் போன்றவற்றிற்கு முதலீடு செய்வதன் மூலம் கூடுதல் பொருளாதார நன்மைகள் கிடைக்கின்றன. பயணி ஒருவரால் செலவிடப்படும் பணம் ஒரு குறிப்பிட்ட காலகட்டத்திற்குள் நீண்ட நடைமுறைகளைக் கடந்து தேசிய

பொருளாதாரத்தின் பல்வேறு துறைகள் வழியாய்ச் சென்று வழியில் ஒவ்வொன்றின் வளர்ச்சிக்கும் தூண்டு கோலாக அமைகிறது.

தேசியப் பொருளாதாரத்திலும் பன்னாட்டு வாணிபத்திலும் சுற்றுலாவின் பங்கு உலக வளர்ச்சியின் ஒரு முக்கிய அம்சமாக அதனை மாற்றியுள்ளது. சுற்றுலாத் துறையுடன் தொடர்புடைய நடவடிக்கைகளின் மிக முக்கியமான பொருளாதார அம்சம் என்னவென்றால், அவை வளரும் நாடுகளின் மூன்று உயர் முன்னுரிமை இலக்குகளுக்கு பங்களிக்கின்றன: வருமானம் வேலைவாய்ப்பு மற்றும் அந்நிய செலாவணி வருவாய். இந்த வகையில் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு உந்து சக்தியாக சுற்றுலாத் துறை முக்கியப் பங்காற்ற முடியும். பொருளாதார வளர்ச்சியின் வெவ்வேறு நிலைகளில் இந்தத் தொழில் ஏற்படுத்தக்கூடிய தாக்கம் ஒவ்வொரு நாட்டின் குறிப்பிட்ட பண்புகளைப் பொறுத்தது. சுற்றுலா நுகர்வுகளின் சிக்கலான தன்மையைக் கருத்தில் கொண்டு அதன் பொருளாதார தாக்கம் மற்ற உற்பத்தித் துறைகளில் பரவலாக உணரப்படுகிறது ஒவ்வொரு சந்தர்ப்பத்திலும் துரித வளர்ச்சியின் நோக்கங்களை அடைவதில் பங்களிக்கிறது.

சுற்றுலாத் துறையின் எல்லைகளை வரையறுப்பதில் ஒரு பெரிய சிரமம் என்னவென்றால் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு என்ன முதலீட்டுச் செலவுகள் விதிக்கப்பட வேண்டும் என்பதைக் கண்டறிவதாகும். இதுவரை சர்வதேச நிறுவனங்களால் தேசிய கணக்கியல் அடிப்படையில் ஒரு "துறையாக" கருதப்படாவிட்டாலும் சுற்றுலா என்பது பார்வையாளர்களுக்காக பிரத்யேகமாக வழங்கப்பட்ட பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் தொகுப்பை உள்ளடக்கியது மற்றும் இல்லையெனில் வழங்கப்படாது.

பொருளாதாரத்தின் மற்ற துறைகளுடன் ஒன்றோடொன்று சார்ந்திருப்பதால் சுற்றுலாவை பகுப்பாய்வு செய்வது மற்றும் திட்டமிடுவது கடினம். நம்பகமான புள்ளிவிவர தரவு இல்லாததால் சுற்றுலா வளர்ச்சியை உருவாக்கும் வழிமுறைகள் மற்றும் அதன் வளர்ச்சிக்கான சாத்தியக்கூறுகளை அடையாளம் காண தடையாக உள்ளது. ஆயினும் கூட பகுப்பாய்வு மேற்கொள்ளப்பட்டு திட்டமிடலுக்கு முந்தைய ஆய்வுகள் மேற்கொள்ளப்படும் நிகழ்வுகளில் பற்றாக்குறை முதலீட்டு

குறிப்பு

குறிப்பு

நிதிகளுக்கு போட்டியிடுவதில் சுற்றுலாவின் முன்னுரிமை நிறுவப்பட்டுள்ளது. இந்த சந்தர்ப்பங்களில் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான நீண்ட கால திட்டங்கள் வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளன.

இயற்கை மற்றும் பாரம்பரிய சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு முதலீட்டுத் தேவைகள் உள்ளன அவை பாரம்பரிய சுற்றுலா ஹோட்டல் மேம்பாட்டிலிருந்து வேறுபட்டவை. ஈர்க்கும் தளம் அல்லது வசதிக்கான அணுகலை மேம்படுத்துவதற்கும் உணர்திறன் மிக்க வாழ்விடம் அல்லது வரலாற்றுப் பகுதியில் குறுக்கிடாத வளர்ச்சி முறைக்கு அதிக தேவை இருக்கலாம்.

அடிப்படை அம்சங்களின் வளர்ச்சி

இன்று சுற்றுலா என்பது வெளிப்புற பொருளாதார நடவடிக்கைகளின் மிகப்பெரிய மற்றும் மாறும் வகையில் வளரும் துறைகளில் ஒன்றாகும். அதன் உயர் வளர்ச்சி மற்றும் வளர்ச்சி விகிதங்கள் கணிசமான அளவு வெளிநாட்டு நாணய வரவு உள்கட்டமைப்பு மேம்பாடு மற்றும் புதிய மேலாண்மை மற்றும் கல்வி அனுபவத்தின் அறிமுகம் ஆகியவை பொருளாதாரத்தின் பல்வேறு துறைகளை தீவிரமாக பாதிக்கின்றன இது ஒட்டுமொத்த நாட்டின் சமூக மற்றும் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு சாதகமாக பங்களிக்கிறது. சுற்றுலா வளர்ச்சிக்குத் தேவையான அடிப்படை அம்சங்கள் மீது மக்கள் முதலீடு செய்ய விரும்புகின்றனர். விமான நிலையங்கள், சாலைகள், தண்ணீர் வசதி, உணவு மற்றும் தங்குமிடங்கள், கடைகள் போன்றவை பயணிகளுக்கு அத்தியாவசியமானவை. புதிதாகக் கட்டப்படுபவை மட்டுமல்லாது ஏற்கெனவே உள்ளவற்றை மேம்படுத்தவோ, சரிபார்க்கவோ செய்யலாம். இவையெல்லாம் முதலீடு செய்ய விரும்புபவர்களைக் கவரக் கூடியவை. பயணிகள் மட்டுமல்லாது, சுற்றுலா மையங்களில் வசிக்கின்ற மக்களும் இதுவரை அனுபவிக்காத இவ்வசதிகளைப் புதிதாக அனுபவிக்கலாம். சார்பு தொழிற்சாலைகள் தோன்ற வாய்ப்புகள் உண்டு. எனவே பயணிகள் செலவினம் மறைமுகமாகப் பிற பொருளாதார நடவடிக்கைகளுக்கு வழிவகுக்கிறது.

பின்தங்கிய பகுதிகளின் முன்னேற்றம்

ஒரு நாட்டின் பின் தங்கியுள்ள பகுதிகள் கூட சுற்றுலாவினால் மேம்படலாம். பொருளாதார ரீதியாகப் பின்தங்கியுள்ள பல பகுதிகள் இயற்கை அழகோ, கலாச்சாரக் கவர்ச்சியோ கொண்டிருந்தால் அவை சுற்றுலா மையங்களாக மாற வாய்ப்புண்டு. இப்பகுதிகளில் சுற்றுலாப் பயணிகளின் செலவினத்தால் அவை வளர்வதற்கு வாய்ப்புண்டு. (உ.ம்.) கஜூரகோ இந்தியாவில் உள்ள ஒரு பன்னாட்டு சுற்றுலா மையம். சுற்றுலாப் பயணிகள் வருகை காரணமாக இதைச் சுற்றியுள்ள இடங்கள் உயிர் பெற்றுவிட்டன. உள்ளூர் மக்களுக்கு விடுதிகளிலும், கடைகளிலும் வேலைவாய்ப்புகள் அதிகரித்துள்ளன. இங்குள்ள கோயில் சிற்பங்கள் போல கண்ணாடியால் உற்பத்தி செய்ய ஒரு தொழிற்சாலை தோன்றியுள்ளது. சுற்றுலா வளர்ச்சியினால் மற்றொரு தொழில் உருவாகவும், அங்குள்ள மக்களுக்கு வேலைவாய்ப்புத்தரவும் முடிகிறது. இப்பகுதியில் சுற்றுலா வளராதிருந்தால் கஜூரகோ ஒரு சாதாரண யாருமறியாத கிராமமாக இருந்திருக்கும்.

வேலைவாய்ப்புகள்

முன்னேறிக் கொண்டிருக்கும் நாடுகளில் வேலையில்லாத திண்டாட்டம் பெரும் பிரச்சினையாக உள்ளது. சுற்றுலாத்தொழிலில் சேவைகளும், பணிகளும் அதிகம் இடம் பெறுகின்றன. அவற்றிற்கு மனித சக்தி அவசியமாகிறது. எனவே சுற்றுலாத் தொழில் வளர்ச்சியில் வேலைவாய்ப்புக்கு அதிக இடம் உண்டு. குறிப்பிட்ட தகுதி பெற்றவர்களும், தகுதி பெறாதவர்களும் வேலை பெற வாய்ப்புகள் ஏராளம். கணக்கர்களாக, விடுதி நிர்வாகிகளாக, விடுதி சிப்பந்திகளாக, சமையற்காரர்களாக, மகிழ்விப்பவர்களாக வேலைவாய்ப்புப் பெறலாம். இவர்களின் கீழ் அதிகத் தொழில் திறமை தேவையில்லாத சுமை தூக்குபவர், துப்புரவாளர்கள், சமையல் உதவியாளர்கள், தோட்டக்காரர்கள் போன்றோர் வேலைவாய்ப்புப் பெறலாம். சுற்றுலாத் தொழிற்சாலை கட்டிடத் தொழிலோடு சம்பந்தப்பட்டது. அங்கும் வேலை வாய்ப்புண்டு. அடிப்படைத் தேவைகளான விமான நிலையங்கள் கட்ட, சாலைகள் அமைக்க குடிநீர் வசதி செய்து கொடுக்க, உணவு மற்றும்

குறிப்பு

தங்கும் வசதிகள் அமைக்க தொழில் திறமை மிக்கவர்களும், உடல் சக்தி மட்டும் கொடுப்பவர்களும் தேவைப்படுகின்றனர்.

குறிப்பு

4.3 கலாச்சார முக்கியத்துவம்

பழங்காலத்தில் சுற்றுலா வளர்ச்சியில் கலாச்சார ஆர்வம் ஒரு முக்கிய காரணியாக இருந்தது. பிரயாணங்கள் மூலமாகத்தான் கலாச்சாரப் பரிமாற்றங்கள் நடந்தன. மனித நேயம், மனித அறிவின் ஆழம், புரிந்து கொள்ளும் திறமை ஆகியவை வளர சுற்றுலா காரணமாக உள்ளது. இப்பொழுது கூட பெரும்பாலானோர் பிற கலாச்சாரங்கள் பற்றி அறிந்து கொள்வதற்காகவே பயணங்கள் மேற்கொள்கின்றனர்.

சுற்றுலா என்பது அடிப்படையில் ஒரு கலாச்சாரக் கட்டமைப்பே. குழு சுற்றுலாக்கள் மறைமுகமாக கலாச்சாரக் கூறுகளை விற்பனை செய்வதன் மூலம் நாட்டிற்கு நன்மையைத் தேடித் தருகின்றன. கலாச்சாரமும், சுற்றுலாப் பொருளாதாரமும் ஒன்றுக்கொன்று நன்மை ஏற்படுத்திக் கொள்கின்றன. பல்வேறு நாடுகளின் மாறுபட்ட கலாச்சாரங்கள் நிலைத்து நிற்கவும், பரவவும் சுற்றுலாப் பயணங்களே காரணமாக அமைகின்றன.

சுற்றுலா என்பது ஒரு பொருளாதார நிகழ்வு மட்டுமல்ல சமூக கலாச்சார அரசியல் மற்றும் சுற்றுச்சூழல் அம்சங்களையும் உள்ளடக்கியது. எனவே சுற்றுலா பாதிப்புகள் பற்றிய எந்த மதிப்பீடும் வருவாய் மற்றும் அன்னியச் செலாவணி வருவாய் போன்ற உறுதியான பொருளாதார விளைவுகளுடன் மட்டுமல்லாமல் சமூக மற்றும் கலாச்சாரம் போன்ற பொருளாதாரமற்ற மற்றும் அருவமான விளைவுகளுடன் தொடர்புடையதாக இருக்க வேண்டும் என்பதை உணர வேண்டியது அவசியம்.

சுற்றுலாவின் சமூக மற்றும் கலாச்சார தாக்கங்கள் மதிப்பு அமைப்புகள் தனிப்பட்ட நடத்தை குடும்ப உறவுகள் கூட்டு வாழ்க்கை முறைகள் ஒழுக்க நடத்தை ஆக்கப்பூர்வமான வெளிப்பாடுகள் பாரம்பரிய விழாக்கள் மற்றும் சமூக அமைப்பு ஆகியவற்றில் மாற்றங்களுக்கு சுற்றுலா பங்களிக்கும் வழிகள் ஆகும். வேறு வார்த்தைகளில்

கூறுவதானால் அவை சுற்றுலாப் பயணிகளுடனான அவர்களின் நேரடி மற்றும் மறைமுக தொடர்புகளின் புரவலன் சமூகங்களின் மக்கள் மீதான விளைவுகளாகும்.

சுற்றுலாவின் சமூக-கலாச்சார விளைவுகளை அளவிடுவது கடினம் மேலும் அவை மறைமுகமானவை அல்லது அறியப்படாதவை. இந்த பகுதியில் இதுவரை மேற்கொள்ளப்பட்ட பெரும்பாலான ஆய்வுகள் சுற்றுலாப் பயணிகளின் தாக்கங்களை விட புரவலர் சங்கங்களின் சமூக தாக்கங்களைப் புரிந்துகொள்வதில் முக்கியமாக அக்கறை கொண்டிருந்தன.

நாடுகளுக்கிடையே புரிந்து கொள்ளும் ஆற்றல்

சுற்றுலா, பன்னாட்டு நல்லிணக்கம், மனித நேயம், கலாச்சார ஒற்றுமை, சமூக ஒற்றுமை வளர உறுதுணையாக உள்ளது. பல்வேறு நாடுகளைச் சேர்ந்தவர்கள், பல மொழி பேசுபவர்கள், பல வகை வாழ்க்கை முறைகளைக் கடைப்பிடிப்பவர்கள் நண்பர்களாக மாறும் சூழ்நிலையை சுற்றுலா உருவாக்குகிறது. இன்னொரு நாட்டைப்பற்றி அறிய வேண்டுமானால் அந்நாட்டுக்கு சென்று, தங்கி அங்குள்ள மக்களோடு கலந்து பழக வேண்டும். பயணிகள் எண்ணிக்கை அதிகரிக்க அதிகரிக்க, குறுகிய எல்லைகள் மறைந்து பிறமக்களைப் புரிந்து கொள்ளக்கூடிய சூழ்நிலைகளை உருவாக்குகிறது.

ஆஸ்திரியா இத்தாலி மற்றும் சுவீட்சர்லாந்து போன்ற மிகவும் வளர்ந்த மேற்கத்திய நாடுகள் சுற்றுலாவின் இலாபத்தில் தங்கள் சமூக மற்றும் பொருளாதார நலனுக்கான பெரும் தொகையைக் குவித்துள்ளன. சமீபத்திய புள்ளிவிவரங்களின்படி சுற்றுலா உலகின் வருவாயில் சுமார் 10% வறங்குகிறது மற்றும் உலகின் பணியாளர்களில் கிட்டத்தட்ட பத்தில் ஒரு பங்கைப் பயன்படுத்துகிறது. அனைத்தையும் கருத்தில் கொண்டு சுற்றுலாவின் உண்மையான மற்றும் சாத்தியமான பொருளாதார தாக்கம் வியக்க வைக்கிறது.

ஆனால் உள்ளூர் சமூகங்களுக்கான சுற்றுலாவின் பொருளாதார ஏற்றத்தின் பல சாதகமான மற்றும் எதிர்மறையான பக்கங்களும் உள்ளன அவை எப்போதும் சுற்றுலா முன்னோக்குகளின் ஆதரவாளர்களால் கருதப்படுவதில்லை.

குறிப்பு

4.4 சுற்றுலாவின் சமூக-கலாச்சார தாக்கம்

குறிப்பு

ஒரு குறிப்பிட்ட பிராந்தியம் அல்லது பகுதியின் கலாச்சார மற்றும் மத பலத்தைப் பொறுத்து அந்த பகுதியில் உள்ள வாழ்க்கையின் சமூக மற்றும் கலாச்சார அம்சங்களில் சுற்றுலா பல வேறுபட்ட விளைவுகளை ஏற்படுத்தலாம். உள்ளூர் பழக்கவழக்கங்கள் மரபுகள் மற்றும் தரநிலைகளுக்கு சுற்றுலாப்பயணிகள் உணர்திறன் இல்லாததால் சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கும் ஹோஸ்ட் சமூகத்திற்கும் இடையிலான தொடர்பு ஒரு சமூகத்தைப் பாதிக்கும் காரணிகளில் ஒன்றாக இருக்கலாம். புரவலன் சமூகத்தில் அதன் விளைவு நேர்மறையாகவோ அல்லது எதிர்மறையாகவோ இருக்கலாம்.

சிறந்த உள்ளூர் வசதிகள் மற்றும் உள்கட்டமைப்பு (சுற்றுலாவைத் தக்கவைக்க உருவாக்கப்பட்டது) மூலம் உள்ளூர் வாழ்க்கையில் முன்னேற்றம் ஏற்படலாம் இது சிறந்த கல்வி சுகாதாரம் வேலை வாய்ப்புகள் மற்றும் வருமானத்திற்கு வழிவகுக்கும்.

உள்ளூர் மக்களுக்கு பொழுதுபோக்கு கண்காட்சிகள் போன்ற பல கலாச்சார மற்றும் சமூக நிகழ்வுகள் உள்ளன.

ஒரு பகுதியின் உள்ளூர் மற்றும் கலாச்சார பாரம்பரியத்தை பாதுகாத்தல் மற்றும் அதன் கைவினைப்பொருட்கள் கட்டிடக்கலை மரபுகள் மற்றும் மூதாதையர் பாரம்பரியத்தின் மறுபிறப்பு

நலிவடைந்த நகரப் பகுதிகள் புத்துயிர் பெறலாம் மற்றும் சுற்றுலாத் துறையில் வேலைகள் கிடைக்கும் என்பதால் கிராமப்புறங்களில் இருந்து நகர்ப்புறங்களுக்கு வேலைக்காக நகர்வது தலைகீழாக மாறலாம்.

நாட்டின் சமூக-கலாச்சார அம்சங்களில் வளர்ச்சியின் நேர்மறையான தாக்கத்தின் பலன்களை அறுவடை செய்த சுற்றுலா தலத்திற்கு துபாய் ஒரு சிறந்த எடுத்துக்காட்டு. கவனிக்கப்பட்டபடி பொது மற்றும் தனியார் துறைகளின் கணிசமான நிதி முதலீடு தற்போதுள்ள உள்கட்டமைப்பின் வளர்ச்சி மற்றும் வேலை வாய்ப்பு உருவாக்கத்தில் விளைந்துள்ளது. தொல்பொருள் மற்றும் பாரம்பரிய தளங்கள் பாதுகாக்கப்பட்டு உள்ளூர் மரபுகள் பராமரிக்கப்படுகின்றன. அரபு

உலகின் விருந்தோம்பல் கலாச்சாரம் மற்றும் மற்றவர்களின் வாழ்க்கை முறைகளை ஏற்றுக்கொள்வது சுற்றுலாப் பயணிகள் வரவேற்கப்படுவதைக் குறிக்கிறது ஆனால் இருக்கும் வாழ்க்கை முறைகளை அச்சுறுத்துவதில்லை.

சுற்றுலாவின் சுற்றுச்சூழல் தாக்கம்

மாற்றத்தின் ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய வரம்புகளுக்குள் இந்த பயன்பாட்டை சமாளிக்க சுற்றுச்சூழலின் திறனை விட பார்வையாளர்களின் பயன்பாட்டின் அளவு அதிகமாக இருக்கும்போது சுற்றுலாவிலிருந்து எதிர்மறையான தாக்கங்கள் ஏற்படுகின்றன. கட்டுப்பாடற்ற பாரம்பரிய சுற்றுலா உலகெங்கிலும் உள்ள பல இயற்கை பகுதிகளுக்கு சாத்தியமான அச்சுறுத்தல்களை ஏற்படுத்துகிறது. இது ஒரு பகுதியில் பெரும் அழுத்தத்தை ஏற்படுத்துவதோடு மண் அரிப்பு அதிகரித்த மாசுபாடு கடலில் வெளியேற்றம் இயற்கை வாழ்விட இழப்பு அழிந்து வரும் உயிரினங்கள் மீதான அழுத்தம் மற்றும் காட்டுத் தீக்கு அதிக பாதிப்பு போன்ற பாதிப்புகளுக்கு வழிவகுக்கும். இது பெரும்பாலும் நீர் ஆதாரங்களில் ஒரு அழுத்தத்தை ஏற்படுத்துகிறது மேலும் இது முக்கியமான வளங்களைப் பயன்படுத்துவதற்கு உள்ளூர் மக்களை போட்டியிட வைக்கும்.

இயற்கை மற்றும் மனிதனால் உருவாக்கப்பட்ட சுற்றுச்சூழலின் தரம் சுற்றுலாவிற்கு இன்றியமையாதது. இருப்பினும் சுற்றுச்சூழலுடனான சுற்றுலா உறவு சிக்கலானது. பாதகமான சுற்றுச்சூழல் விளைவுகளை ஏற்படுத்தக்கூடிய பல செயல்பாடுகளை உள்ளடக்கியது. சுற்றுலா வளர்ச்சியின் எதிர்மறையான தாக்கங்கள் அது சார்ந்திருக்கும் சுற்றுச்சூழல் வளங்களை படிப்படியாக அழிக்கக்கூடும்.

மறுபுறம் சுற்றுச்சூழல் பாதுகாப்பு மற்றும் பாதுகாப்பிற்கு பங்களிப்பதன் மூலம் சுற்றுச்சூழலில் நன்மை பயக்கும் விளைவுகளை உருவாக்கும் திறனை சுற்றுலா கொண்டுள்ளது. இது சுற்றுச்சூழல் விழுமியங்கள் பற்றிய விழிப்புணர்வை வளர்ப்பதற்கான ஒரு வழியாகும் மேலும் இது இயற்கைப் பகுதிகளின் பாதுகாப்பிற்கு நிதியளிப்பதற்கும் அவற்றின் பொருளாதார முக்கியத்துவத்தை அதிகரிப்பதற்கும் ஒரு கருவியாகச் செயல்படும்.

குறிப்பு

சுற்றுலா வசதிகளை வழங்குவதில் புதுப்பிக்கத்தக்க மற்றும் புதுப்பிக்க முடியாத இயற்கை வளங்களின் மீதான நேரடி தாக்கம் தங்குமிடம் மற்றும் பிற உள்கட்டமைப்பு வசதிகளுக்காக நிலத்தைப் பயன்படுத்துவதாலும் கட்டுமானப் பொருட்களைப் பயன்படுத்துவதாலும் ஏற்படலாம்.

நீர் குறிப்பாக புதிய நீர் மிக முக்கியமான இயற்கை வளங்களில் ஒன்றாகும். சுற்றுலாத் துறையானது பொதுவாக ஹோட்டல்கள் நீச்சல் குளங்கள் கோல்ஃப் மைதானங்கள் மற்றும் சுற்றுலாப் பயணிகளின் தனிப்பட்ட நீரைப் பயன்படுத்துவதற்கு நீர் ஆதாரங்களை அதிகமாகப் பயன்படுத்துகிறது. இதனால் தண்ணீர் பற்றாக்குறை மற்றும் நீர் விநியோகம் சீரழிந்து அதிக அளவு கழிவு நீரை உருவாக்கலாம்.

எரிபொருள் மர சேகரிப்பு மற்றும் நிலத்தை சுத்தம் செய்வதால் ஏற்படும் காடுகள் அழிக்கப்படும் வடிவத்தில் சுற்றுலாவின் எதிர்மறையான தாக்கங்களை காடுகள் அடிக்கடி சந்திக்கின்றன. எடுத்துக்காட்டாக நேபாளத்தில் ஒரு மலையேற்ற சுற்றுலாப் பயணி - மற்றும் ஏற்கனவே காடழிப்பினால் பாதிக்கப்பட்ட பகுதி - ஒரு நாளைக்கு நான்கு முதல் ஐந்து கிலோ மரத்தைப் பயன்படுத்தலாம்.

அதிக செறிவு கொண்ட சுற்றுலா நடவடிக்கைகள் மற்றும் கவர்ச்சிகரமான இயற்கை இடங்கள் உள்ள பகுதிகளில் கழிவுகளை அகற்றுவது ஒரு தீவிரமான பிரச்சனையாகும் மற்றும் முறையற்ற முறையில் அகற்றுவது இயற்கை சூழலை - ஆறுகள் இயற்கை எழில் சூழ்ந்த பகுதிகள் மற்றும் சாலையோரங்களில் பெரும் பாழ்படுத்தும். திடக்கழிவுகள் மற்றும் குப்பைகள் நீர் மற்றும் கரையோரத்தின் உடல் தோற்றத்தை சிதைத்து கடல் விலங்குகளின் மரணத்தை ஏற்படுத்தும்.

ஸ்கை ரிசார்ட் தங்குமிடம் மற்றும் வசதிகளை நிர்மாணிப்பதற்கு அடிக்கடி காடுகள் நிறைந்த நிலத்தை சுத்தம் செய்ய வேண்டும். சுற்றுலா வசதிகள் மற்றும் உள்கட்டமைப்புகளை நிர்மாணிப்பதற்கு மிகவும் பொருத்தமான இடங்கள் இல்லாததால் கடற்கரை ஈரநிலங்கள் பெரும்பாலும் வடிகால் மற்றும் நிரப்பப்படுகின்றன. இந்த நடவடிக்கைகள் உள்ளூர் சுற்றுச்சூழல் அமைப்பின் கடுமையான இடையூறு மற்றும் அரிப்பை ஏற்படுத்தும் நீண்ட காலத்திற்கு அழிவையும் கூட ஏற்படுத்தும்.

சுற்றுலாவின் பொருளாதார நன்மைகள் பல்வேறு காரணங்களுக்காக தொழில்துறையால் கூறப்படுகின்றன. சுற்றுலாவின் பொருளாதார முக்கியத்துவம் பற்றிய கூற்றுக்கள் வணிக சமூகம் பொது அதிகாரிகள் மற்றும் பொது மக்கள் மத்தியில் தொழில்துறைக்கு அதிக மரியாதை அளிக்கிறது. இது பெரும்பாலும் சுற்றுலாவுக்கு சாதகமான முடிவுகள் அல்லது பொதுக் கொள்கைகளாக மொழிபெயர்க்கப்படுகிறது. சுற்றுலாவிற்கு சமூக ஆதரவு முக்கியமானது ஏனெனில் இது முழு சமூகத்தையும் பாதிக்கும் ஒரு செயலாகும். சுற்றுலா வணிகங்கள் ஒருவரையொருவர் மற்றும் பிற வணிகங்கள் அரசாங்கம் மற்றும் உள்ளூர் சமூகத்தின் குடியிருப்பாளர்கள் ஆகியவற்றைப் பெரிதும் சார்ந்துள்ளது.

சுற்றுலாவின் பொருளாதார நன்மைகள் மற்றும் செலவுகள் கிட்டத்தட்ட எல்லாரையும் ஏதோ ஒரு வகையில் சென்றடைகிறது. பொருளாதார தாக்க பகுப்பாய்வுகள் இந்த பொருளாதார ஒன்றோடொன்று சார்ந்து இருப்பதற்கான உறுதியான மதிப்பீடுகள் மற்றும் ஒரு பிராந்தியத்தின் பொருளாதாரத்தில் சுற்றுலாவின் பங்கு மற்றும் முக்கியத்துவத்தைப் பற்றிய சிறந்த புரிதலை வழங்குகிறது.

சுற்றுலாச் செயல்பாடுகள் சுற்றுலா வணிகங்களால் ஏற்படும் நேரடிச் செலவுகள் சுற்றுலாப் பயணிகளுக்குச் சிறப்பாகச் சேவை செய்வதற்கான உள்கட்டமைப்பிற்கான அரசாங்கச் செலவுகள் அத்துடன் நேரிசல் மற்றும் சமூகத்தில் தனிநபர்களால் ஏற்படும் தொடர்புடைய செலவுகள் உட்பட பொருளாதாரச் செலவுகளையும் உள்ளடக்கியது. சுற்றுலா தொடர்பான சமூக முடிவுகள் பெரும்பாலும் சுற்றுலாவின் பொருளாதார தாக்கங்கள் (நன்மைகள்) மற்றும் சுற்றுலா செலவுகளை வலியுறுத்தும் எதிர்ப்பாளர்களுக்கு இடையேயான விவாதங்களை உள்ளடக்கியது. நன்மைகள் மற்றும் செலவுகள் ஆகிய இரண்டின் சமநிலையான மற்றும் புறநிலை மதிப்பீடு மற்றும் சுற்றுலாவிலிருந்து யார் பயனடைகிறார்கள் மற்றும் அதற்கு யார் பணம் செலுத்துகிறார்கள் என்பதைப் புரிந்துகொள்வதன் மூலம் சிறந்த முடிவுகள் தங்கியிருக்கின்றன.

குறிப்பு

எனவே சுற்றுலாவின் பொருளாதார தாக்கங்கள் மாநில, பிராந்திய மற்றும் சமூக திட்டமிடல் மற்றும் பொருளாதார வளர்ச்சியில் ஒரு முக்கியமான கருத்தாகும். சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் மேலாண்மை முடிவுகளில் பொருளாதார தாக்கங்களும் முக்கியமான காரணிகளாகும். எனவே சமூகங்கள் தங்கள் பிராந்தியத்திற்கு சுற்றுலாவின் முக்கியத்துவத்தை புரிந்து கொள்ள வேண்டும் அப்பகுதியில் பொருளாதார நடவடிக்கைகளில் சுற்றுலாவின் பங்களிப்பு உட்பட.

சுற்றுலாவின் பொருளாதார தாக்கங்களை மதிப்பிடுவதற்கு தூய யூகத்திலிருந்து சிக்கலான கணித மாதிரிகள் வரை பல்வேறு முறைகள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. ஆய்வுகள் தரம் மற்றும் துல்லியம் ஆகியவற்றில் பரவலாக வேறுபடுகின்றன அத்துடன் சுற்றுலாவின் எந்த அம்சங்கள் சேர்க்கப்பட்டுள்ளன. தொழில்நுட்ப அறிக்கைகள் பெரும்பாலும் பொருளாதார விதிமுறைகள் மற்றும் பொருளாதார வல்லுநர்கள் புரிந்து கொள்ளாத முறைகளால் நிரப்பப்படுகின்றன. மறுபுறம் இந்த ஆய்வுகளின் மீடியா கவரேஜ் முடிவுகளை மிகைப்படுத்தி அடிக்கடி தவறாகப் புரிந்துகொள்வதால் முடிவெடுப்பவர்கள் மற்றும் பொதுமக்களுக்கு சுற்றுலாவின் பொருளாதார விளைவுகள் பற்றிய சில சமயங்களில் சிதைந்த மற்றும் முழுமையற்ற புரிதல் ஏற்படுகிறது.

நேரடி மற்றும் இரண்டாம் நிலை பொருளாதார விளைவுகள்

பொருளாதார வல்லுநர்கள் நேரடி மறைமுக மற்றும் தூண்டப்பட்ட பொருளாதார விளைவுகளை வேறுபடுத்துகின்றனர். சுற்றுலாவின் மொத்த பொருளாதார தாக்கம் என்பது ஒரு பிராந்தியத்தில் நேரடி மறைமுக மற்றும் தூண்டப்பட்ட விளைவுகளின் கூட்டுத்தொகை ஆகும். மறைமுக மற்றும் தூண்டப்பட்ட விளைவுகள் சில நேரங்களில் கூட்டாக இரண்டாம் விளைவுகள் என்று அழைக்கப்படுகின்றன. இந்த தாக்கங்கள் அல்லது விளைவுகள் மொத்த வெளியீடு விற்பனை வருமானம் வேலைவாய்ப்பு அல்லது மதிப்பு கூட்டல் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் அளவிடப்படலாம். அவை பெரும்பாலும் பொருளாதார வல்லுநர்கள் அல்லாதவர்களால் ஓரளவு தளர்வாகப் பயன்படுத்தப்பட்டாலும் பொருளாதார தாக்க ஆய்வு முடிவுகளை விளக்கும் போது இந்த சொற்கள் துல்லியமான வரையறைகளைக் கொண்டுள்ளன.

குறிப்பு

நேரடி விளைவுகள் சுற்றுலா செலவினங்களில் ஏற்படும் மாற்றங்களின் உடனடி விளைவுகளுடன் தொடர்புடைய உற்பத்தி மாற்றங்கள் ஆகும். உதாரணமாக ஹோட்டல்களில் இரவில் தங்கும் சுற்றுலாப் பயணிகளின் எண்ணிக்கை அதிகரிப்பது ஹோட்டல் துறையில் நேரடியாக அறை விற்பனையை அதிகரிக்கும். கூடுதல் ஹோட்டல் விற்பனை மற்றும் ஊதியம் சம்பளம் வரிகள் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கான ஹோட்டல் கொடுப்பனவுகளில் ஏற்படும் மாற்றங்கள் ஆகியவை சுற்றுலாச் செலவுகளின் நேரடி விளைவுகளாகும்.

மறைமுக விளைவுகள் என்பது பின்தங்கிய-இணைக்கப்பட்ட தொழில்களில் சுற்றுலாத் துறையின் வரவுகளின் பல்வேறு சுற்றுகளின் மறு-செலவுகளின் விளைவாக உற்பத்தி மாற்றங்கள் ஆகும். எடுத்துக்காட்டாக ஹோட்டல்களுக்கு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வழங்கும் தொழில்கள்). லினன் சப்ளை துறையில் விற்பனை வேலைகள் மற்றும் வருமானத்தில் ஏற்படும் மாற்றங்கள் எடுத்துக்காட்டாக ஹோட்டல் விற்பனையில் ஏற்படும் மாற்றங்களின் மறைமுக விளைவுகளைக் குறிக்கின்றன. கைத்தறி விநியோகத் தொழிலுக்கு தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை வழங்கும் வணிகங்கள் மற்றொரு சுற்று மறைமுக விளைவுகளை பிரதிநிதித்துவப்படுத்துகின்றன, இறுதியில் பிராந்தியத்தில் உள்ள பிற பொருளாதாரத் துறைகளுடன் வெவ்வேறு அளவுகளில் ஹோட்டல்களை இணைக்கின்றன.

தூண்டப்பட்ட விளைவுகள் என்பது சுற்றுலாச் செலவினங்களின் விளைவாக நேரடியாகவோ அல்லது மறைமுகமாகவோ ஈட்டப்பட்ட வருமானத்தின் குடும்பச் செலவுகளின் விளைவாக பொருளாதார நடவடிக்கைகளில் ஏற்படும் மாற்றங்கள் ஆகும். எடுத்துக்காட்டாக ஹோட்டல் மற்றும் கைத்தறி சப்ளை ஊழியர்கள் நேரடியாகவோ அல்லது மறைமுகமாகவோ சுற்றுலா மூலம் ஆதரிக்கப்படுகிறார்கள் தங்கள் வருமானத்தை வீட்டுவசதி உணவு போக்குவரத்து மற்றும் வழக்கமான வீட்டு தயாரிப்பு மற்றும் சேவைத் தேவைகளுக்காக உள்ளூர் பிராந்தியத்தில் செலவிடுகிறார்கள். கூடுதல் ஊதியம் சம்பளம் அல்லது உரிமையாளரின் வருமானம் ஆகியவற்றின் வீட்டுச் செலவுகளின் விளைவாக விற்பனை வருமானம் மற்றும் வேலைகள் ஆகியவை தூண்டப்பட்ட விளைவுகளாகும்.

குறிப்பு

சுற்றுலா என்பது ஒரு நாட்டின் சமூக, பொருளாதார, கலாச்சார, கல்வி மற்றும் ஆன்மீக வளர்ச்சியில் நேரடித்தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது. அத்தாக்கம் பிறநாடுகளோடு அந்நாடு கொண்டுள்ள தொடர்புகளிலும் பிரதிபலிக்கிறது. சுருங்கக் கூறினால் சுற்றுலாவை பின்வருமாறு விமர்சிக்கலாம்.

1. மனித இன வாழ்க்கைக்கு முழு திருப்தியைக் கொடுக்கிறது.
2. கல்வி வளர்ச்சியில் அதிக பங்கு வகிக்கிறது.
3. பன்னாடுகளிடையே சமத்துவத்தை நிலை நிறுத்துகிறது.
4. ஒவ்வொரு மனிதனுக்கும் சுயமரியாதையையும், தனி அடையாளத்தையும் மதிக்கும் உணர்வைத் தூண்டுகிறது.
5. ஒவ்வொரு நாட்டின் கலாச்சாரத்தாய்மையையும், தேசியப் பழமையையும் அங்கீகரிக்கிறது சுற்றுலா.

4.4 சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான காரணங்கள் (CAUSES FOR THE GROWTH OF TOURISM)

ஒவ்வொரு மனிதனும் இன்பப் பொழுது போக்கிற்காகத் தனது விருப்பத்திற்கேற்ப பல இடங்களுக்குப் பயணம் மேற்கொள்கின்றான். இந்த நிலையில் அற்புதமான அதிசயமான பழமைச் சிறப்புகள் மையங்களையும் உள்ளத்தைக் கொள்ளை கொள்ளும் இயற்கைக் காட்சிகளையும், சமயத் தொடர்பான புனித ஸ்தலங்களையும் குளுமையான கோடை மலை வாசல்தலங்களையும் ஆடம்பரம்மிக்க, ஆரவாரமிக்க நகரங்களையும் கண்டுகளிக்க அவன் மனம் துடிக்கிறது. எனவேதான் மனதின் பொருட்செலவையும் பாராமல் சுற்றுலா செல்கிறான். இதனால்தான் அண்மைக் காலத்தில் சுற்றுலா பெரும் வளர்ச்சியடைந்து வருகிறது. ஒவ்வொரு நாட்டிலும் சுற்றுலாப்பயணிகளின் எண்ணிக்கை அதிகரித்து வருகிறது. சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான பல்வேறு காரணங்களை இனி காணலாம்.

1) அதிகமான ஓய்வு (Rest and Relacation)

தற்காலத்தில் ஒவ்வொரு நாட்டிலும் பணிபுரியும் மக்களுக்கு அதிகமாக ஓய்வு கிடைக்கிறது. இதற்கு முக்கிய காரணம் விடுமுறை நாட்கள் அதிகமாகக் கிடைத்தேயாகும். பத்தொன்பதாம் நூற்றாண்டில் பல நாடுகளில் வாரத்திற்கு ஏழுபது மணி நேரம் வேலை நேரமாக இருந்தது. ஆனால் அது படிப்படியாகக் குறைக்கப்பட்டு தற்போது வாரத்திற்கு நாற்பது மணி நேரமாகக் குறைக்கப் பட்டுள்ளது. மேலும் வார இறுதி நாட்களான சனி ஞாயிறு விடுமுறை விடப் படுகிறது.

இவ்வாறு விடுமுறை அதிகமாக கிடைப்பதால் ஓய்வு நேரமும் அதிகமாகக் கிடைக்கிறது. ஓய்வு நேரம் அதிகமாகக் கிடைப்பதால் மக்கள் சுற்றுலா செல்வதும் அதிகமாகிறது.

2) தொழில் வளர்ச்சி (Industrial Development)

தற்காலத்தில் ஒவ்வொரு நாட்டிலும் தொழில் வளர்ச்சி பெருகி வருகிறது. புதிய தொழிற்சாலைகள் அமைக்கப்பட்டு அதனால் நகரங்களும் வளர்ந்து வருகின்றன. இவ்விதம் தொழிற்சாலைகள் பெருகியதால் நகரங்களில் மாசு, ஒலி போன்றவை அதிகமாகிவிட்டன. மேலும் மக்கள்தொகை பெருக்கத்தினால் அசுத்தமும் சுகாதாரச் சீர்கேடுகளும் தோன்றிலாயின. மேலும் மக்கள் சிறிய அறைகளிலும், அடுக்கு மாடிக்கட்டிடங்களிலும் அடைபட்டுக் கிடக்கிறார்கள். எனவே விடுமுறையின் போது சுத்தமான காற்று, சூரிய வெளிச்சம், அமைதியான சூழ்நிலை போன்றவற்றிற்காக மக்கள் சுற்றுலா செல்ல நினைப்பது இயற்கையே.

3) வருமான உயர்வு (Increase in Income):

தொழில் வளர்ச்சியின் விளைவாக தொழிற்சாலைகளில் வேலை செய்பவர்களின் எண்ணிக்கையும் உயர ஆரம்பித்தது. மேலும் வேலை தொழிற்சாலை மற்றும் அலுவலங்களில் வேலை செய்பவர்களின் வருமானமும் உயர்ந்தது. வருமானம் அதிகமாகும் போது மகிழ்ச்சிக்காகவும் மனநிம்மதிக்காகவும் அதில் ஒரு பகுதியை செலவு செய்ய தயார் ஆகிறார்கள். எனவே சுற்றுலாவுக்காக தங்கள்

வருமானத்தில் ஒரு பகுதியை ஒதுக்க ஆரம்பிக்கும் போது சுற்றுலா வளர்ச்சியடைகிறது.

குறிப்பு

4) வாழ்க்கை முன்னேற்றம் (Standard of Living)

வருமானம் அதிகரிக்கும் போது மக்களின் வாழ்க்கைத்தரமும் உயர்வடைகிறது. சொகுசான வாழ்க்கை வாழ ஆரம்பிக்கிறார்கள். தற்காலத்தில் தங்கள் வீட்டிலிருந்தபடியே பல இடங்களை தொலைக்காட்சி மூலம் பார்க்க முடிகிறது. உலகில் எழில் கொஞ்சும் இடங்களையும், மனங்கவரும் வரலாற்றுச் சிறப்புமிக்க இடங்களையும் காண ஒவ்வொருவரும் விரும்புகின்றனர். இதற்காகவே தங்கள் வருவாயில் ஒரு பகுதியை சுற்றுலாவிிற்காகச் சேமித்து வைக்கிறார்கள்.

5) கல்வி வளர்ச்சி (Development of Education)

கல்வி வளர்ச்சி சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கும் பெரிதும் காரணமாகிறது. கிராமங்களில் படித்து முடித்த மாணவர்கள் மேற்படிப்புக்காக துர் இடங்களிலுள்ள கல்வி நிலையங்களுக்கு பயணம் மேற்கொள்கின்றனர். கல்லூரிகளில் படிக்கும்போது கல்வி தொடர்பான சுற்றுலாக்கள் நடைபெறுகின்றன. விளையாட்டுகள் தொடர்பான பயணங்கள். போட்டிகள், பண்பாட்டு நிகழ்ச்சிகள் தொடர்பான பயணங்கள் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன. அது போலவே மாணவர்கள் அவை தொடர்பான பயணங்களை மேற்கொள்கிறனர். எனவே கல்வி வளர்ச்சியானது சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கும் பெரிதும் காரணமாகிறது.

6) அரசாங்கத்தின் ஆதரவு (Support of the Government):

அரசாங்கத்தின் ஆதரவினால் சுற்றுலா பெரிதும் வளர்ச்சியடைந்து வருகிறது. சுற்றுலாவின் முக்கியத்துவத்தை அறிந்த உலக நாடுகள் தங்கள் நாடுகளில் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்காக திட்டங்கள் தீட்டுகின்றன. சுற்றுலாவை மேம்படுத்தும் கொள்கைகள் வகுக்கப்படுகின்றன. வரவு செலவு திட்டத்தில் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான அதிகமான நிதி ஒதுக்கப்பட்டு வருகிறது.

7) சம்பளத்துடன் கூடிய விடுமுறை (Paid Holiday):

தொழிற்புரட்சியின் முக்கிய விளைவுகளில் தொழிற்சங்களின் தோற்றமும் ஒன்றாகும். தொழிலாளர்களின் பலவிதமான

உரிமைகளுக்காகப் போராடிய இந்த தொழிலாளர் இயக்கங்கள் ஊதியத்துடன் கூடிய விடுமுறையையும் தொழிலாளர்களுக்கு வாங்கித் தந்தன. இதன் விளைவாக தொழிலாளர்களுக்கு பணமும், நேரமும் கிடைத்தது. இதனால் தொழிலாளர்கள் சுற்றுலா செல்ல வாய்ப்பு கிடைத்தது. இதனால் சுற்றுலாவும் வளர்ச்சியடைந்தது.

8) போக்குவரத்தின் வளர்ச்சி (Development of Transports)

தற்காலத்தில் நவீன அறிவியல் கண்டுபிடிப்புகளால் ஒரு பயணி ஒரு இடத்திலிருந்து மற்றொரு இடத்துக்கு விரைவாக செல்வது சுற்றுலாவில் சிறப்புடம் பெறுகின்றது. உலகின் எந்த மூலைக்கும் விமானம் மூலம் விரைவாகச் சென்றடையும் நிலை உள்ளது. சிலமணி நேரத்தில் ஆயிரக் கணக்கான மைல் தூரம் செல்ல முடிகிறது. குறிப்பிட்ட நேரங்களில் அட்டவணைப்படி செல்லும் விமானங்கள் சிறப்பு விமானங்கள் ஆகியவை சுற்றுலா வளர்ச்சியை அதிகப்படுத்தியுள்ளன. இது தவிர ரயில், கப்பல், சாலைப் போக்குவரத்துக்களின் வளர்ச்சியும் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு பெருந்துணை புரிந்தது.

9) அமைதியான அரசியல் சூழ்நிலை (Peaceful Political Condition):

நாட்டில் நிலவும் அமைதியான அரசியல் சூழ்நிலையும் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்குத்துணை புரிகிறது. அரசியல் சூழ்நிலை நிலையானதாகவும், அமைதியானதாகவும் இருக்க வேண்டும். அப்போழுதுதான் வெளிநாட்டு சுற்றுலாப் பயணிகள் பயமில்லாமல் வருவர். குழப்பமான அரசியல் நிலை இருக்கும் நாடுகளுக்கும், தீவிரவாதத்தன்மை காணப்படும் பகுதிகளுக்கும் யாரும் செல்வதில்லை. இதற்கு உதாரணமாக இந்தியாவிலுள்ள காஷ்மீர் அழகு கொஞ்சம் இடமாக இருந்தும் அங்கு தீவிரவாதிகளின் நடமாட்டத்தால் காஷ்மீரில் சுற்றுலா பயணிகளின் வரவு வெகுவாகக் குறைந்தவிட்டது. எனவே அமைதியான அரசியல் சூழ்நிலை சுற்றுலாவை ஊக்குவிக்கிறது என்பதில் சந்தேகமில்லை.

10) பயணிகளைக் கவரும் திட்டங்கள் (Attractive plans)

தற்காலத்தில் சுற்றுலாவில் முக்கியத்துவத்தை எல்லா நாட்டு அரசாங்கங்களும் நன்றாகவே உணர்ந்துள்ளன. அது எந்த அளவிற்கு அந்திய செலவாணியை ஈட்டித் தருகிறது என்பதை உணர்ந்துள்ளன. எனவேதான் சுற்றுலாப் பயணிகளின் எண்ணிக்கையை அதிகரிக்க

குறிப்பு

கவர்ச்சிகரமான திட்டங்களைத் தீட்டி செயல்படுத்தி வருகின்றன. நீண்டதுரம் பயணம் செய்பவர்களுக்கு பல வசதிகளையும் சலுகைகளையும் செய்து கொடுக்கின்றன.

11) விளம்பரங்கள் (யுனௌநசவளைநஅநவௌ):

விளம்பரங்கள் மூலம் சுற்றுலா வளர்ச்சியடைகிறது. ஒவ்வொரு நாடும் தங்கள் நாட்டிற்கு வரும்படியாக விளம்பரங்கள் மூலம் சுற்றுலாப் பயணிகளுக்குத் தெரியப்படுத்துகின்றன. பிற நாடுகளில் சுற்றுலாத் தகவல் மையங்களைத் திறந்துள்ளன. தங்கள் நாடுகளில் உள்ள இயற்கை அழகு மிக்க இடங்கள், நீர் வீழ்ச்சிகள், கலாச்சார மையங்கள், வரலாற்று சிறப்பு மிக்க இடங்கள் பற்றிய தகவல்களை கையேடுகளில் பதிப்பித்து வெளியிடுகின்றன. சில நாடுகளில் உலகச் சுற்றுலா வல்லுநர்களிடம் ஆலோசனைகளைப் பெற்று தங்கள் நாடுகளைச் சுற்றுலாப் பயணிகளைக்கவரும் நாடுகளாக மாற்றி வருகின்றன.

12) ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட சுற்றுலாக்கள் (யஉமயபந வழரசள)

சுற்றுலாக்கள் குழுவாக ஒழுங்கு செய்யப்படுவதால் தனிப்பட்ட நபருக்கு சுற்றுலா செல்வதற்கான ஏற்பாட மற்றும் தங்கும் வசதிகள் எளிமையாகக் கிடைக்கிறது. பயணச் செலவுகளும் குறைவாகவே உள்ளது. எனவே குழுச் சுற்றுலா சாதாரண மக்களையும் தூரப்பயணம் மேற்கொள்ளத் தூண்டுகின்றன.

4.5 சுற்றுலாவின் பயன்பாடு

இன்றைய உலகில் சுற்றுலாவானது தனிமனித வாழ்க்கையில் ஒருஇன்றியமையாச் செயலாகிவிட்டது. சுற்றுலாவால் தனிமனிதனுக்கும் சமுதாயத்திற்கும் நாட்டிற்கும் உலகிற்கும் பல பயன்கள் கிடைக்கின்றன. மக்களின் அறிவைச் சுற்றுலா வளர்க்கின்றது. உள்ளமும் உடலும் சோர்ந்து போனவர்கள் ஓய்வெடுத்து களைப்பாறி, புத்துணர்ச்சியுடனும் புதுப்பொலிவுடனும் பணியில் ஈடு படுகின்றனர். நோயாளிகள் குணமடையவும் சுற்றுலா துணைபுரிகிறது. சுற்றுலா ஒரு ஏற்றுமதித் தொழிலாக அங்கீகரிக்கப்பட்டுள்ளது. இதன் மூலம் நாட்டிற்கு மிகுதியான அந்நியச் செலாவணி கிடைக்கின்றது: தேசிய வருவாய் பெருகுகின்றது.

முன்னேறிக் கொண்டிருக்கும் நாடுகள் இதன் வருவாயைப் பெற்று பாதகமான வாணிகச் சமநிலையையும் நாட்டின் செலுத்துதல் சமநிலையையும் சீர் செய்கிறது. எல்லாவற்றிற்கும் மேலாக சுற்றுலா பல்லாயிரம் பேர்களுக்குமேல் வேலைவாய்ப்பு அளிக்கும் ஒரு வேலைத் தேடிதரும் நிறுவனமாகவும் பணிபுரிகிறது. உலக மக்களிடையே நட்பு நல்லெண்ணம் வளரவும், பூமியில் சமாதானமும் பன்னாட்டு உணர்வும் தழைக்கப்பாடுபடுகிறது. மனித நேயமும் வளர்க்கிறது. இதனால் சமத்துவமும் உலக அமைதியும் நிலைநாட்டப்படுகிறது. “உலகக் குடிமகன்” எனும் உணர்வு மக்களிடையே ஏற்படுகிறது. இவ்வாறு தனிமனிதனுக்கும் நாடுகளுக்கும் உலகிற்கும் விலை மதிக்கமுடியாத பயன்களை அளிக்கிறது சுற்றுலா.

சமுதாயத் தகுதியைப் பெறுதல்

சுற்றுலா மக்களின் ஆசை, ஆர்வம், சுகாதாரம், மகிழ்ச்சி, ஓய்வு, இடைப் பொழுதுபோக்கு, அறிவுப்பசி, சமுதாயத் தகுதி, கௌரவம் - முதலான தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்கின்றது.

மகிழ்ச்சியளித்தல்

சுற்றுலா மனிதனுக்கு மகிழ்ச்சியையும் புத்துணர்ச்சியையும் வழங்குகிறது. அன்றாடம் உழைத்து உழைத்து அலுத்துப்போன தொழிலாளிக்கு சுற்றுலா இன்பம் தருகிறது. அதே தொழிற்சாலையையும், யந்திரங்களையும் சந்தித்துக் கொண்டிருந்த தொழிலாளி சுற்றுலாவின் மூலம் புத்தம் புதிய சூழ்நிலையில், இயற்கையழகில், மனம் கவரும் கடற்கரையில் இன்பம் காண்கிறான். இதன் விளைவாக அவன் அலுப்பைப் போக்குகிறான் புத்துணர்ச்சி பெறுகிறான் கவலையை மறக்கிறான். தனது பணிகளில் முன்னிலும் உற்சாகத்துடன் பணிபுரிகிறான்.

சுற்றுலா பலருக்கு ஒரு இன்பப் பொழுதுபோக்காக (Recreation) விளங்குகிறது. கேளிக்கைகளில் ஈடுபடுவதும், குதிரை சவாரி, படகுப் பயணம் ஆகியவற்றில் ஈடுபடுவதும், மிகச்சிறந்த பொழுது போக்குகளே. மனம் மகிழ்த்தக்கதே.

உடல் நலம் பேணுதல்

சுற்றுலா. உடல் நலம் பேணுவதற்குத் துணை புரிகிறது. உதகமண்டலம், கொடைக்கானல், சிம்லா, காஷ்மீர், சுவிட்சாலாந்து, குற்றாலம் முதலான இடங்களுக்குச் செல்வதால் மனிதனின் உடல்நலம் சீரடைகிறது. உடலும் உள்ளமும் இதம் பெறுகின்றன. நோயாளிகள் குணமடையவும் சுற்றுலா துணைபுரிகிறது. வெந்நீர் ஊற்றுக்களில் நீராடுவதால் உடல்நலன் பேணப்படுகிறது.

பொது அறிவு வளர்தல்

சுற்றுலாவினால் தனிமனிதனின் அறிவு பெருகுகிறது. பிற பகுதிகளுக்கும், பிற நாடுகளுக்கு சுற்றுலா செல்வதால், அவன் நவீன அறிவியல் முன்னேற்றங்களையும், தொழில் வளர்ச்சிகளையும் கண்டு தனது பஸ்துறை அறிவை விரிவுபடுத்திக் கொள்கிறான். கற்றலில் கேட்டல் நன்று கேட்டலில் காணல் நன்று. இயற்கையும் மனிதனும் படைத்துள்ள விந்தைகளைக் கண்டு அறிவு பெறலாம். புதிய இடங்கள், புதிய கலாச்சாரங்கள், புதிய நடை, உடை பாவனைகள், புதிய பழக்கவழக்கங்கள் ஆகியவற்றுடன் தொடர்பு ஏற்படுகிறது. மேலைநாடுகளில் சுற்றுலா படிப்பின ஒரு பகுதியாகவே கருதப்படுகிறது.

மனித நேயம் வளர்தல்

சுற்றுலாவினால் நாட்டிலும், உலகிலும் நல்லெண்ணம்பெருகப் பெருக உலக அமைதியும் வளமும் பெருகும். உலகின் பலபகுதிகளில் வாழும் மக்களிடையே நட்பும் சகேர்தரத்துவமும் வளர வாய்ப்பளிக்கிறது. மனித நேயம் வளர சுற்றுலா உறுதுணை புரிகிறது. பிற பகுதி மக்களுடன் நெருங்கிப் பழகும்போது அவர்களைப் புரிந்து கொண்டு, அன்பு செலுத்த முடிகிறது. பிறமாநில மக்களுடன் இணக்கமான நல்லுறவு கொள்ள ஏதுவாகிறது. பிராந்திய வெறி மறைந்து தேசிய உணர்வு பெருகுகிறது. அயல்நாடுகளுக்குச் செல்வதால் பிற நாட்டினர் மீதும் அன்பு செலுத்த முடிகிறது. உலகக் குடிமகன் (ஊவைணநெ ழக வாந றுமுசடன), “யாது மூரேயாவரும் கேளிர் எனும் தாராளப் பண்பு மலாகிறது. பன்னாட்டுறவு வலுப்பெறுகிறது.

தேசிய ஒருமைப்பாடு வளர்தல்

சுற்றுலாவின் மூலம் தேசிய ஒருமைப்பாடு வளர்கிறது. இந்தியாவைப் போன்ற ஒரு நாட்டில் ஒரு மாநிலத்தைச் சேர்ந்தோர், பிற மாநிலங்களுக்குச் செல்வதால் அம்மக்களுடன் கூடிப் பழகி, இந்திய ஒருமைப்பாட்டைக் காக்க முடிகிறது. தமிழ்நாட்டுக்காரன் காசிக்கும். வடநாட்டுக்காரன் கன்னியாகுமரிக்கும். இராமேஸ்வரத்திற்கும் வேளாங்கண்ணிக்கும் சுற்றுலா செல்வதால் நம் தேசிய ஒருமைப்பாடு வலுவடைகிறது.

வட்டார வளர்ச்சி

சுற்றுலாவால் வட்டார மற்றும் உள்நாட்டு வசதிகள் பெருகின்றன. அயல்நாட்டுப் பயணியர்களுக்காக அரசாங்கம் சாலைகள், தண்ணீர் வசதி, பொழுதுபோக்கு மையங்களை நவீனப்படுத்துதல், சொகுசுக் கார்கள் விடுதல், தேசிய பூங்காக்களை அழகு படுத்துதல், சொகுசு விடுதிகளைக் கட்டுதல், விமான நிலையங்களை விரிவாக்குதல், புகைவண்டி நிலையங்களை அபிவிருத்தி செய்து அழகுபடுத்துதல் முதலான வசதிகளைச் செய்து தருகின்றன. இவை அனைத்தும் வட்டார மக்களுக்கும் உள்நாட்டு வளர்ச்சிக்கும் பயன்பட்டு, நாடு முன்னேறுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக சென்னையில் நடந்த ஆசிய விளையாட்டுப் போட்டிகள் தொடர்பாகவும், தஞ்சையில் நடந்த உலகத் தமிழ் மாநாட்டின் தொடர்பாகவும் சுற்றுலா பயணிகளுக்காக செய்யப்பட்ட அனைத்து வசதிகளும் இன்று நமது மக்களுக்குப் பயன்படுவதனைச் சுட்டலாம்.

பண்பாட்டுப் பரிமாற்றம்

பண்பாட்டுப் பரிமாற்றம் நிகழ சுற்றுலா துணை நிற்கிறது. சுற்றுலாப்பயணி தான் செல்லும் நாட்டின் பழக்கவழக்கம், பண்பாடு ஆகியவற்றை உற்றுக் கவனிக்கிறான். அவை தன்னைக் கவருமானால் அப்பழக்க வழக்கத்தைத் தானும் பின்பற்ற முனைகிறான். நமது பண்பாட்டையும் அந்நியன் பின்பற்றுகிறான். இவ்வகையில் பண்பாட்டுப் பரிமாற்றம் நிகழ்கிறது. நம்நாட்டுப் பெண்கள் கௌன் போன்ற

குறிப்பு

மேலைநாட்டு உடைகளையும், அயல்நாட்டுப் பெண்கள் சேலைகளையும் அணிந்து வருதலை நாம் அன்றாடம் கண்டு வருகிறோம்.

குறிப்பு

தேசிய வருவாய் பெருகாதல்

சுற்றுலா ஒரு நாட்டின் தேசிய வருவாயைப் பெருக்குகிறது. அயல்நாட்டுப் பயணியர் நம் நாட்டில் செலவழிக்கும் தொகை, நமது தேசிய வருவாய் பெருக வழிவகுக்கிறது. செலுத்துதல் சமநிலையும் குறைகிறது. சுற்றுலாவால் ஒருநாட்டின் வரி வருவாயும் பெருகுகிறது. முன்னேற்றமடையாத நாடுகள் (ருனெச னுளநடழிநன உழரவெசநைள) சுற்றுலாவின் மூலம் தமது வருவாயைப் பெருக்குகின்றன. பள்ளம் நோக்கிப் பாயும் வெள்ளம் போன்று முன்னேற்றமடைந்த பகுதிகளின் பொருளாதாரம் முன்னேற்றமடையாதபகுதிகளுக்கு மாற்றப்படுகிறது.

அந்நியச் செலவானியை ஈட்டுதல்

சுற்றுலாவின் மூலம் ஒரு நாட்டின் அந்நியச் செலாவணிபெருகுகிறது. அண்மைக் காலத்தில் பல நாடுகள் சுற்றுலா வளர்ச்சியின் மூலம் பெருமளவில் அந்நியச் செலாவணியைச் சம்பாதிக்கின்றன. மிகச்சிறிய ஹவாய்தீவு மிகப் பெருமளவில் அந்நியச் செலாவணியை ஈட்டி வருவதனை இங்கு எடுத்துக்காட்டாகச் சுட்டலாம். இங்கு சுற்றுலா மேம்பாட்டுத்துறை, அந்நியச் செலாவணியைச் சம்பாதிக்கும் துறைகளுள் முதன்மை வகிக்கிறது. (ஊரைநக கழ்சநபைந நஓஉாயபெந நயஅநச).

வேலை வாய்ப்பினை நல்குதல்

சுற்றுலா பல லட்சக்கணக்கான மக்களுக்கு வேலை வாய்ப்பை நல்குகிறது. வேலையற்ற பட்டதாரிகள் பலர் சுற்றுலாவின் பல்வேறு துறைகளில் வேலை வாய்ப்பைப் பெறுகின்றனர். இதன் விளைவாக வேலையில்லாத திண்டாட்டம் குறைகிறது. இந்தியாவில் ஏறத்தாழ 13 மில்லியன் பேர்கள் சுற்றுலாத் துறையின் மூலம் வேலை வாய்ப்புப் பெற்றுள்ளனர் என்று கணிக்கப்பட்டுள்ளது. 1996-97 இல் சுற்றுலாத்தொழில் இந்தியாவில் 211மில்லியன் பேர்களுக்கு வேலை வாய்ப்பினை நல்கியுள்ளது. இதில் 9.1 மில்லியன் பேர்கள் நேரடியாக

வேலை வாய்ப்படைப் பெற்றனர் (211 மில்லியன் பேர்கள் மறைமுக வேலைவாய்ப்பை பெறுகின்றனர்)

தொழிலாளர்களது உழைப்புத்திறனும், படைப்புத்திறனும் அதிகரிக்கிறது. தொழில் நிறுனங்கள் தங்களது செலவில் இவர்களை அயல்நாட்டுச் சுற்றுலாவில் ஈடுபடுத்துகிறது. அயல்நாட்டின் நவீன தொழில் நுட்பங்களை அறிந்து, இவர்கள் உள்நாடு திரும்பியவுடன் புதிய தொழில் திறனைப் பயன்படுத்தி உற்பத்தியைப் பெருக்குகின்றனர்.

முதலாளி முதல் பல வகையான தொழிலாளர்வரை சுற்றுலாத்துறையில் பணிபுரிகின்றனர். நேரடித் தொழிலாளர், மறைமுகத் தொழிலாளர் என இவரிடையே இரு பிரிவுகள் உள்ளன. கணக்கா, எழுத்தர், தட்டச்சுப்பொறியாளர், வரவேற்பாளர், தகவல் திருவோர், சரக்கறைநிர்வாகி, உணவு தயாரிப்போர், பரிமாறுவோர், சலவையாளர், காவலர், பெருக்குநர், தோட்டக்காரர், ஓட்டுநர், சுற்றுலா முகவர், வழிகாட்டி இசைக்கலைஞர், நடன மாதா, விற்பனையாளர், மேலாளர் முதலான பணியாளர் நேரடித் தொழிலாளர் ஆவர். இவர்கள் சுற்றுலாத் துறையில் நேரடியாகப் பணிபுரிகின்றனர்.

மற்ற தொழில்களைக் காட்டிலும் சுற்றுலாத் தொழிலில் வேலையாட்கள் - முதலீடு விகிதம் அதிகமாக உள்ளது னு இலட்சம் முதலீடு செய்தால் (1985-85 விலையின் அடிப்படையில்) சுற்றுலாவில் 89 போகளுக்கு வேலைக்கிடைக்கிறது தொழில் துறையிலோ 13 போகளுக்குத்தான வேலை கிடைக்கிறது.

மறைமுக வேலை வாய்ப்பு

நேரடித் தொழிலாளரேயன்றி சுற்றுலாத் துறையில் 1255 வகையான துணைத்துறை வேலைகளும் ஏற்பட்டுள்ளன. சுற்றுலாத் தொடர்பான கட்டடங்கள். சாதனங்கள் ஆகியவற்றில் பொறியர், கொத்தனார், சித்தாள், கூலியாட்கள் பஸ், ரயில், விமானங்களில் பணிபுரியும் பலவகைத் தொழிலாளர், விளம்பரம் செய்வோர், நிழற்படக்காரர் (ஈழவழிபயணிகள்) கைவினைப் பொருள்கள் உற்பத்தி செய்வோர், விற்பனையாளர், கச்சாப் பொருள் விற்போர் முதலான அனைத்துத் தொழிலாளர்களும் மறைமுகமாக இத்தொழிலில் வேலை வாய்ப்பினைப் பெறுகின்றனர்.

சுற்றுலா மேலாண்மை

குறிப்பு

சிலர் ஓரிடத்திலிருந்து மற்றோர் இடத்திற்குக் குடிபெயர்ந்து செல்லவும் சுற்றுலா துணை புரிகிறது.

குறிப்பு

ஏற்றுமதித் தொழில்

ஏற்றுமதி சம்பந்தப்பட்ட தொழில்களுள் சுற்றுலாத் தொழில் உலக அளவில் பெரிதும் முக்கியத்துவம் பெற்றுள்ளது குறைந்த முதலீட்டில்நிறைந்த இலாபம் தருவது இத்தொழில். எடுத்துக்காட்டாக சிங்கப்பூர் சுற்றுலா மேம்பாட்டிற்கு 1டாலா முதலீடு செய்து 141டாலர்களைச் சம்பாதிக்கிறது.

தொழில் வளர்ச்சி

சுற்றுலாவின் மூலம் தொழில்களும், கைத்தொழில்களும் பெருகின்றன. வெளிநாட்டுப் பயணியர் விரும்பும் வகையில், பல அழகிய கைவினைப்பொருள்கள் உற்பத்தி செய்யப்பட சுற்றுலா துணை புரிகிறது

சுற்றுலா உலக மக்களிடையே நல்லெண்ணத்தையும், நட்பையும் வளர்த்து, உலக சமாதானத்தைப் பேணத் துணை புரிவதால்தான், ஐக்கி. நாடுகள் அவை 1967 ஆம் ஆண்டைப் பன்னாட்டுச் சுற்றுலா ஆண்டு என அறிவித்தது. நம் பாரத அரசும் 1991 ஆம் ஆண்டினை “இந்தியாவிற்கு வருகை தருக சுற்றுலா ஆண்டு” (ஏளைவை ஐனெயை) என்று பிரகடனம் செய்தது.

சுற்றுலாவின் பன்னாட்டு முக்கியத்துவம், சிறப்பு ஆகியவற்றை உணர்ந்தே 2.1.1975 இல் உலகச் சுற்றுலா நிறுவனம் (நுழசுடன வழரசளைஅ) முசபயனெளயவழை று.வு.மு) உருவாக்கப்பட்டது. 1980 ஆம் ஆண்டில் இந்நிறுவனம் உலகச் சுற்றுலா மாதாட்டை மணிலாவில் கூட்டியது. இம்மாதாட்டில் வெளியிடப்பட்ட மணிலா அறிக்கை சுற்றுலாவின் பயன்பாடுகளைப் பட்டியலிட்டுக் காட்டியுள்ளது. இவற்றுள் சிலவற்றை மட்டும் இங்கே காண்போம்.

1. உலக நாடுகள் ஒன்றை ஒன்று புரிந்து கொள்ளவும். ஒன்றுக்கொன்று நெருங்கிய தொடர்பு கொள்ளத் தேவையான அறநெறி. கலாச்சார அடிப்படைகளை வழங்கி, உலக சமாதானத்திற்கான ஆற்றலமிகு சக்தியாக உலகச் சுற்றுலா விளங்குவதைத் தெள்ளத் தெளிவாக உணர்த்தியது.

2. பின் தங்கிய நாடுகளின் பொருளாதார முன்னேற்றத்திற்குச் சுற்றுலா ஆற்றிவரும் தூய பணியை விளக்கியது.

3. உலகச் சுற்றுலா வளர்ச்சியற்ற நாடுகளுக்கும் வளர்ந்து வரும் நாடுகளுக்கும் இடையே விரிந்து வரும் இடைவெளியைக் குறைத்துள்ளது. குறிப்பாக அதிலும் சிறப்பாக பின்தங்கிய நாடுகளின் வேகமான பொருளாதார சமூக வளர்ச்சியையும் முன்னேற்றத்தையும் உறுதி செய்வதனைச் சுட்டிச் காட்டியது.

இவ்விதம் தனி மனிதனுக்கும், நாடுகளுக்கும், உலகிற்கும். விலைமதிக்கவியலாத பயன்களைத் தரும் சுற்றுலா, வளர்ச்சி பெறுவது அவசியத் தேவைமட்டுமல்ல அவசரத் தேலையும் ஆகும்.

4.6 சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு இருக்கும் தடைகள்:

அனேக மக்கள் சுற்றுலா செல்வதில்லை. அநேக மக்கள் அதிக துர்மான இடங்களுக்குச் சுற்றுலா செல்வதில்லை. இது சம்பந்தப்பட்ட பல உளவியல் ஆராய்ச்சிகள் மேற்கொள்ளப்பட்டன. அந்த ஆராய்ச்சிகளின் முடிவில் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான தடைகள் என்று கீழ்க்கண்டவை வரையறுக்கப்பட்டுள்ளது.

a) செலவு: (Expense)

அனேக மக்கள் சுற்றுலா செல்வதற்கு செலவழிக்க முடியாத சூழ்நிலைகளில் உள்ளனர். இவர்களால் வெளிநாட்டுப் பயணங்களோ நீண்ட துரப் பயணங்களோ மேற்கொள்ள முடியாது. மேலும் உணவு, உடை, போக்குவரத்து. தங்குமிடம் ஆகியவற்றின் லிலைகள் அதிகமாக உயர்ந்துவிட்டன. எனவே ஏழை எளிய மக்களாலும் சாதாரணத் தொழிலாளர்களாலும் சுற்றுலாவிற்காக செலவு செய்ய முடிவதில்லை.

b) நேரமின்மை (Lack of time):

அனேக மக்களுக்காக சுற்றுலா செல்வதற்கு நேரமே கிடைப்பதில்லை. தொழிற்சாலைகளிலுள்ள நிர்வாகத்துறை அதிகாரிகள் தொழிலில் அதிக கவனம் செலுத்தும் காரணத்தினால் எங்கும் செல்ல இயலுவதில்லை. ஓய்வுநேரம் கிடைப்பதில்லை.

குறிப்பு

C) உடல் நிலை (Physical limitations):

உடல்நலக் குறைவினால் பாதிக்கப்பட்டவர்கள் சுற்றுலா செல்ல முடிவதில்லை. அவர்கள் பயணம் செல்வது அவ்வளவு எளிதானது. அல்ல முக்கியமாக வயதானவர்கள் வீட்டைவிட்டு வெளியே செல்வதில்லை. எனவே மனிதர்களுக்கு ஏற்படும் சுகவீனம் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்குத் தடையாக உள்ளது.

d) குடும்ப நிலை (Family stage):

கைக்குழந்தைகளையுடைய பெற்றோர்கள், உடல் நலமில்லாத முதியவர்கள் உள்ள குடும்பத்தினர் சுற்றுலா செல்ல முடியாது. கூட்டுக் குடும்பங்களில் உள்ளவர்களும் அவ்வாறு எளிதாக செல்ல முடியாது. ஏனெனில் கூட்டுக் குடும்பங்களில் உள்ள பொருளாதார நிலை சுற்றுலா செல்ல இடம் தராது. பள்ளிகளிலோ, கல்லூரிகளிலோ படித்துக் கொண்டிருக்கும் பிள்ளைகள் இருக்கும் குடும்பங்களில் சுற்றுலா செல்வது கடினமான காரியமாக இருக்கும்.

e) ஆர்வமின்மை (Lack of interest):

அநேக மக்களுக்கு சுற்றுலா செல்வதற்கு ஆர்வம் இருப்பதில்லை. தாங்கள் இருக்கும் இடங்களைவிட்டு வெளியே செல்ல விரும்புவதில்லை. பயம் போன்றவை சிலரிடம் ஆர்வமின்மையை ஏற்படுத்திவிடுகிறது.

f) பயணக் கட்டுப்பாடுகள் (Travel restrictions):

சிலநாடுகளில் கடுமையான பயணக்கட்டுப்பாடுகள் உள்ளன. அப்படிப்பட்ட நாடுகளுக்கு மக்கள் அதிகமாக செல்வதில்லை. பாஸ்போர்ட், விசா, தங்கும் காலம், பணமாற்றம் ஆகியவற்றில் அதிகமான கட்டுப்பாடுகள் உள்ளன. உதாரணமாக, தற்போது மலேசியாவிற்கு சுற்றுலா செல்வதென்றால் அவ்வளவு எளிதான காரியமல்ல. மேலும் சில நாடுகள் எதிரிநாட்டு சுற்றுலாப் பயணிகளை தங்கள் நாட்டிற்குள் அனுமதிப்பதில்லை. இதனால் சுற்றுலா வளர்ச்சி பெரிதும் பாதிக்கப்படுகிறது.

g) அடிக்கடி நிகழும் போர்கள், கலவரங்கள் (Frequent wars):

அடிக்கடி நிகழும் போர்களும், கலவரங்களும் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்குத் தடையாக உள்ளன. இலங்கை போன்ற நாடுகளில் இனக் கலவரங்கள் நடந்து வருவதால் அங்கு சுற்றுலா பெரிதும் தடைபட்டுள்ளது. லிபியா லெபனான் இலங்கை ஆகிய நாடுகளில் ஓயாமல் போர்களும் கலவரங்களும் நடைபெறுவதால் அங்கு அதிகமான சுற்றுலாப் பயணிகள் செல்வதில்லை. அரசியல் குழப்பம் உள்நாட்டுக் கலவரங்கள் இராணுவப்புரட்சி போன்றவை நடைபெற்றுக் கொண்டிருக்கும் நாடுகளுக்குப் பயணிகள் சுற்றுலா செல்வதில்லை. மேலும் இயற்கையின் சீற்றம் தட்பவெப்பநிலை, அரசின் தவறான கொள்கைகள் போன்றவை சுற்றுலா வளர்ச்சிக்குத் தடையாக உள்ளன.

h) காதாரமின்மையும், வசதியின்மையும்: (Poor facilities)

சுற்றுலா செல்வதே சுகம் தேடுவதற்காகத்தான் சுத்தமான இடங்களுக்கே வெளிநாட்டுப் பயணிகள் பயணம் செல்லவிரும்புகின்றனர். சிங்கப்பூர், ஹங்காங், நியூயார்க், லாஸ்ஏஞ்சல்ஸ், டோக்கியோ போன்ற நகரங்கள் சுத்தத்திற்குப் பெயர் பெற்றவை. எனவே அங்கே சுற்றுலாப்பயணிகள் அதிகம் செல்கின்றனர். ஆனால் இந்தியாவிலோ சுற்றுலாமையங்கள் சுகாதாரக் கேடு நிறைந்தவையாகவும், வசதிக்குறைவானதாகவும் உள்ளன. இவை சுற்றுலா வளர்ச்சிக்குத் தடையாக உள்ளன என்பதில் ஐயமில்லை.

எனவே மேற்கண்ட சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான தடைகளை போக்குவதற்கு ஒவ்வொரு நாடும் நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ள வேண்டும். அப்படி செய்தால் சுற்றுலா மேலும் வளர்ச்சியடையும்.

1. வரலாற்றுச் சிலானங்களின் சீரழிவு

அயல்நாட்டு சுற்றுலாப் பயணிகள் சிலர் வரலாற்று நினைவுச் சின்னங்களைச் சிதைக்கின்றனர். “இந்தியா, எகிப்து, கிரீஸ், இத்தாலி போன்ற நாடுகளில் சுற்றுலாப் பயணிகளை இழுத்து வருவதில் முதலிடம் வகிப்பது வரலாற்று நினைவுச் சின்னங்களே ஆகும். அவைமீட்க முடியாத அளவுக்குச் சேதப்படுத்தப்பட்டால், சுற்றுலாப் பயணிகள் அதுபோன்ற நாடுகளுக்குச் செல்வதற்கான காரணம் இல்லாமல் போய்விடும்” என்ற சோம்.என்.சிப் அவர்களது கருத்து இங்கே நினைவிற்

குறிப்பு

கொள்ளத்தக்கது. அடுத்து வரலாற்று நினைவுச் சின்னங்கள் அழிந்தால், அந்நாட்டின் கலைப்பெருமை அழிகிறது வரலாற்றுச் சான்றும் மறைகிறது. சிலர் ஓவியங்களைத் தொட்டுப் பார்ப்பதாலும், தடவிப் பார்ப்பதாலும் அவை மங்கிவிடுகின்றன. சிலர் அழகிய ஓவியங்களுக்கருகில் தனது பெயரையும் பொறித்துவிட்டுச் செல்கின்றனர்.

இதனைப் பார்த்த மற்றவர் தமது பெயரையும் பொறித்துப் பெருமை காண்கின்றனர். பெயர் பொறிக்கும் போது ஏற்படும் அதிர்வால், ஓவியா சேதமடைந்து விடுகின்றது. எனவே நினைவுச் சின்னங்களை அழிவினின்றும் காக்க, காவலர்கள் அதிக அளவில் அமாததப் பெறல் வேண்டும்.

2. சுற்றுப்புறச் சூழல் சீர்கேடு அடைகிறது

சுற்றுலா மையம் செல்வாக்கடைந்த பின்னர், அதிக அளவில் பயணிகள் வருகின்றனர். இதனால் வாகனங்களின் பேரிறைச்சலும், பயணிகளின் பரபரப்பும், அவர்கள் வீசியெறிகின்ற பிளாஸ்டிக் பைகளும், மீதமுள்ள உணவுப் பொருள்களும் - அங்கிருந்த அமைதியான சுற்றுச் சூழலைப் பாதிக்கின்றன. எனவே சுற்றுச்சூழல் மாகத்தன்மை (மீடரவழை) அடைகின்றது. நினைவுச் சின்னங்களுக்கு அருகில் கடைகள் கட்டுவது, கட்டடங்கள் கட்டுவது, நிலத்தடி நீரை மிகுதியாகப் பயன்படுத்துதல் போன்றவற்றால் சுற்றுச்சூழல் பெரிதும் பாதிக்கப்படுகிறது. எனவே இதற்கான தடுப்பு நடவடிக்கைகளைச் சுற்றுலாத் எடுக்க வேண்டும்.

3. நோய் பரவுகிறது

சில அன்னிய சுற்றுலாப் பயணியரால் நோய்கள் பரவுகின்றன. அவர்கள் மருத்துவச் சான்றிதழ் பெற்ற பின்னரே, சுற்றுலாவில் ஈடுபடுகின்றனர். இருப்பினும் அவர்களுள் சிலருக்கு எய்ட்ஸ் (யுஐஐஐ), வெட்டை முதலான பாலியல் நோய்கள் இருக்கலாம். அவர்கள் (ஆண்களும், பெண்களும்) இங்கே வந்து கட்டுப்பாடற்ற முறைகளில் நடந்து கொள்கின்றனர். எனவே இவர்களது நோய்கள் மற்றவர்க்கும் பரவுகின்றன. எய்ட்ஸ் ஒரு ஆட்கொல்லி நோய், இதுபரவினால் நோயாளி நடைப்பிணமாகி, படுத்த படுக்கையில் கிடந்து இறக்கிறான். சில சமயங்களில் காலரா, பிளேக் போன்ற நோய்களும் சுகாதாரக்

கேட்டினால் பரவுகின்றன. சுற்றுலாத் துறையினரும் அரசும் இச்சுற்றுலாப் பயணியரை அங்கு கண்காணித்து நோய் பரவாமல் தடுத்தல் வேண்டும்.

4. உயிரினங்களின் சுற்றுப்புறச் சூழல் கெடுகிறது

ஒரு நாட்டின் இதமான இயற்கைக் காட்சிகளும், வளமான காடுகளும், அருவிகளும் சுற்றுலாப் பயணியரைக் கவரும் சுவர்ச்சிக் கன்னிகள் ஆகும். அதிகளவில் சுற்றுலாப் பயணியர் மொய்ப்பதால் அரிய தாவர இனங்களும், செடிகளும் கொடிகளும் பாதிப்படைகின்றன. சில கைகள் சுமம் இருப்பதில்லை, செடியைக் கிள்ளுவர்கள் பூக்களைப் பறிப்பார்கள். நல்ல மூலிகைகளை மிதித்து விடுவார்கள். வில் வருவார்கள் காலிபாடிங்களார்கள். எனவேமிக்க கவனமாகக் கையாளப்பட வேண்டிய கிடைத்தற்கரிய அத்தாவா இனங்கள் சேதப்படுத்தப்படுகின்றன. பயணியரின் கட்டுப்பாடற்ற தன்மை, நாவர வளச்சியைப்பெரிதும் பாதிக்கின்றது குறிப்பாக நேப்பாளம், சிக்கிம் முதலான பகுதிகளின் மலைகளில் காணப்படும் தாவர இனங்கள், பயணியரின் நபமாட்டத்தால் நாசமடைகின்றன.

அடுத்து காடுகளில் வாழும் உயிரினங்களின் அன்றாட வாழ்வும் முதிப்புக்குள்ளாகின்றது. காடுகளுக்கிடையே புதிய சாலைகள் அமைக்கப்படுவதாலும், காடுகளின் ஓரத்தில் உள்ள சாலைகளிலு வாசனங்களின் அளவுக்கு மீறிய நடமாட்டத்தாலும், பயணியரின் கூச்சலாலும், வன விலங்குகளைக் காண ஜீப்பில் வருவதாலும், மிருகங்களும், பறவைகளும் என்றும் போல் பயமின்றி வாழ முடிவதில்லை. அடுத்து குறும்புக்கார பயணியர் சிலர் மிருக வேட்டையிலும் இறங்கிவிடுகின்றனர். சில காவலர்கள் கையூட்டு (லஞ்சம்) பெற்றுக் கொண்டு, கண்டும் காணாதவர் போல் இருந்து விடுகின்றனர். இதன் விளைவாக விலங்குகள் விருத்தியடையாமல் குறைந்து விடுகின்றன. அரசு இதற்குக் கடுமையான நடவடிக்கை எடுக்க வேண்டும். காடுகளின் ஊடே சாலை அமைப்பதை அனுமதிக்கக் கூட்டாது.

5 வட்டார மக்களின் வசதிகள் குறைகின்றன

சுற்றுலா மையங்களில் பல சொகுசு விடுதிகளும் உணவகங்களும் அமைக்கப்படுகின்றன. இவற்றில் பயணியரின வசதிகளாக 24 மணிநே தண்ணீர் வசதி, மின்சார வசதி, பொழுது போக்கு வசதி ஆகிய அனைத்தும் செயது நாட்படுகின்றன. இதன்

குறிப்பு

விளைவாக வட்டாரமக்கள், உள்ளூர் வாசிகள். அளவு நாம் அனுபவித்து வந்த வசதிகள் குறைகின்றன. சில நேரங்களில் இவர்களுக்கு மின்சாரம், நீர் ஆகியவை கிடைக்காமலும் போய் விடுகின்றன. இதனால் உள்ளூர் வாசிகள் பாதிக்கப்படுகின்றனர். அரசு உள்ளூர் சிகளுக்கென்று தனியாகத் தண்ணி வாதிகளைச் செய்து கொடுத்து மது தேவைகளும் குன்றயாமல் பார்த்துக்கொள்ள வேண்டும்.

6. உள்ளூர் மக்களின் அன்றாட வாழ்க்கை நிலை பாதிக்கப்படுகிறது

அயல்நாட்டுச் சுற்றுலாப் பயணியரது அதிகப்படியான வருகையால், உள்ளூர் மக்களின் வாழ்வுநிலை பெருமளவு பாதிப்படைகிறது. இவர்களின் வருகையால் உள்ளூரில் விலைவாசி ஏறிவிடுகிறது. சில சமயங்களில் பொருள் தட்டுப்பாடும் ஏற்படுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக ஒரு பொருளை அதிக விலை கொடுத்தும் வாங்கச் சுற்றுலாப் பயணி தயங்குவதில்லை. ஆனால் உள்ளூராக்காரன் அவ்வாறு வாங்க முடியாது, எனவே மிகவும் குறைந்த எண்ணிக்கையில் உள்ள ஒரு பொருளை கடைக்காரன் உள்ளூர் வாசியிடம் அப்பொருள் தீர்ந்து விட்டது என்றே சொல்லிவிடுவான்.

அடுத்து சுற்றுலா மையங்களில் பெரிய விடுதிகளும் உணவகங்களும் அமைக்கப்படுகின்றன. இதனால் அருகிலுள்ள விளை நிலங்கள் பாதிக்கப்படுகின்றன. விவசாயிகள் பாதிக்கப்பட்டு ஏழைகளாகி அவதிப்படுகின்றனர். அயல்நாட்டுப் பயணியா மாமிசங்களை விரும்பி உண்பதால், உள்ளூரில் மாமிசத்தின் விலை எட்டாத உயரத்திற்கு உயர்ந்து விடுகின்றது. அடுத்து இப்பகுதிகளில் ஒழுக்கக் கேடும் புகுந்து விடுகிறது. இவற்றால் உள்ளூர் வாசி பலவகைகளில் பாதிக்கப்பட்டு கண்ணியமாக வாழ்க்கை நடத்த முடிவதில்லை. சில சமயங்களில் பயணிகளுக்கும் உள்ளூர்வாசிகளுக்குமிடையே பகைமை ஏற்பட்டு மோதலில் முடிவதுண்டு.

7. பண்பாட்டுச் சீரழிவு அல்லது பண்பாடு வியாபாரமயமாகிறது

அயல்நாட்டுப் பயணிகளால் பல நாடுகளின் பண்பாட்டுக் கோட்டை தகாக்கப்படுகின்றன. சுற்றுச்சூழலும் சமுதாய அமைப்பும் சீரழிந்து விடுகின்றன. அயல்நாட்டுப் பயணியரின் பண்பு நலன்களைக் காட்டிலும், அவர்களது அரைகுறை ஆடைகளே உள்நாட்டினரைப் பெரிதுமார்க்கின்றன. அமெரிக்க நாட்டுப் பெண்களின் அரை நிர்வாண

உடைகள் காலையரின் உள்ளங்களில் இன்பக் கிளுகிளுப்பை மூண்டுகின்றன. இதன் விளைவாக இளம் உள்ளங்கள் நஞ்சூட்டப்படுகின்றன. அமெரிக்க ஹிப்பிகளால்தான் இந்தியாவில் போதை மாத்திரைகள் பரப்பப்பட்டன. இதனால் மாணவ மாணவியர் காற்றிலேமிதக்கின்றனர். உடல்நலம் கெட்டுப் நடைப்பிணமாகத் திரிகின்றனர், இவர்களால் இந்தியாவில் பால் நோய்களும் எய்ட்ஸ் நோயும் பரவுகின்றன.

4.7 இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சியில் புவியியல் கூறுகளின் தாக்கம்

4.7.1 முன்னுரை

சுற்றுலா ஒரு பன்னாட்டு வாணிபப் பொருளாக ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டுள்ளது. சுற்றுலாத்தலங்கள் விற்பனைக் கூடங்களாக உள்ளன. சுற்றுலா மையங்களைத் தேர்வு செய்வதில் ஒரு நாட்டின் புவியியலும் இயற்கை வளங்களும் பெரும் பங்கு வகிக்கின்றன. சுற்றுலாப் பொருள் உற்பத்திக்கான கச்சாப் பொருட்கள் நாடு முழுவதும் சிதறிக்கிடக்கின்றன. கவர்ச்சி என்பது பயணிக்குப் பயணி வேறுபடும். ஒரு நாட்டில் ஏராளமான மலைப்பிரதேசங்கள், கடற்கரையோர விடுதிகள், ஸ்பாக்கள், நதியோர முகாமிடங்கள் உள்ளன. இவையனைத்தும் இயற்கை வழங்கும் செல்வங்கள். எனவே ஒரு நாட்டின் புவியியல் கூறுகள் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்குப் பெரிதும் உதவுகின்றன. இந்தியா எல்லாப் பருவங்களுக்கும் ஏற்றநாடு. இங்கு மிகுதியான வெப்பமும் உண்டு, மிகுதியான குளிரும் உண்டு. இயற்கையின் தாக்கம் இந்திய சுற்றுலாவியலில் அதிகம்.

4.7.2 கடற்கரை விடுதிகள்

இந்தியாவின் மிக நீண்ட கடற்கரைச் சமவெளியில் ஏராளமான விடுதிகள் உள்ளன. கேரளாவின் கடற்கரை விடுதிகள் மிக மிக அழகானவை. உள்நாட்டு, வெளிநாட்டுப் பயணிகள் பெரும்பாலும் நீர்

குறிப்பு

விளையாட்டுக்களைக் கண்டு களிக்கவும் அவற்றில் பங்கேற்கவும் வருகின்றனர். அந்தமான், நீகோபார் மற்றும் லட்சத்தீவுகள் ஏராளமான அந்திய நாட்டுப் பயணிகளைக் கவர்ந்திழுக்கின்றன. தெளிவான கடல் நீரும், சுத்தமான, இதமான கடற்காற்றும் அவர்களுக்கு மனமகிழ்ச்சியைத் தருகின்றன. ஏராளமான பயணிகள் மீன்பிடிப்பதில் ஆர்வம் காட்டுகின்றனர். மலபார் கடற்கரை, கோவா, மகாபலிபுரம், கன்னியாகுமரி ஆகிய இடங்கள் மிகச் சிறப்பான சுற்றுலா மையங்கள்.

கோவா

கோவாவின் நீண்ட கடற்கரை சூரிய வெளிச்சத்தால் பளபளக்கும் மணல் திட்டுகளைக் கொண்டது. உள்நாட்டு மற்றும் வெளிநாட்டுப் பயணிகளைக் கவர்ந்திழுக்கும் சிறப்பு வாய்ந்தது. கடல் உணவுப் பிரியர்களின் சொர்க்கபுரியாகும் கோவா. இங்குள்ள உணவு விடுதிகளில் போர்ச்சுகீசிய, தென்னிந்திய மற்றும் சீன உணவு வகைகள் கிடைக்கின்றன. கோவாவில் பனாஜி, மிராமர், பாகா, கன்டோலின், கால்வா போன்ற பல பெயர் பெற்ற கடற்கரைப் பகுதிகள் உள்ளன.

கோவாவில் ஆர்வத்தைத் தூண்டக்கூடிய பலவிதமான நீர் விளையாட்டுக்களைக் காணலாம். வாட்டர் ஸ்கூட்டர் ரைடு, விண்டு சர்ஃபிங் மற்றும் ஆழ்கடல் நீச்சல் போன்ற விளையாட்டுகள் முக்கியமானவை. இந்தியாவில் மற்ற இடங்களைக் காட்டிலும் கோவாவில் அந்திய நாட்டுப் பயணிகள் கூட்டம் அதிகம். இப்பகுதி மிக அமைதியான, இடையூறுகள் இல்லாத பகுதியாகும். அந்தியர்கள் விரும்பக்கூடிய சுதந்திரம் இங்கு உண்டு. இயற்கையழகு மிக்க கோவாவில் இந்திய மற்றும் அந்திய நாட்டுப் பயணிகளின் கூட்டம் இருந்து கொண்டேயிருக்கும்.

மும்பை

மும்பையில் புகழ்பெற்ற கடற்கரை சௌபதி மும்பையிலிருந்து 4 கிலோ மீட்டர் தூரத்திலுள்ளது. இது தவிர மற்ற முக்கியமான கடற்கரைகள் வெர்சோவா, மார்வே அக்சா, மற்றும் மாத் சில்வர் சான்ட்ஸ். மும்பை ஒரு சிறந்த வாணிப மையம் என்பதால் கடலோரப் பகுதிகள் நிரம்பி வழியும். தொழில் புரிவோர், தொழிலோடு

மகிழ்ச்சியையும், சுற்றுலாப் பயணிகள் மகிழ்ச்சியை மட்டும் மனதில் கொண்டு இங்கு வருகின்றனர்.

சுற்றுலா மேலாண்மை

கோவளம் (கேரளா)

கேரளாவில் மிக உன்னதமான கடற்கரைகள் உள்ளன. இங்கு நெருப்புக் கோளமாக சூரியன் அஸ்தமனத்தைப் பார்க்க முடிகிறது. கோவளம் பல விதமான நீர் விளையாட்டுக்களுக்குப் பெயர் போனது. உலகப் புகழ்பெற்ற 'சன்' விடுதி இங்குள்ளது. இது கடலோர விடுதியாக மட்டும் செயல்படாமல் யோகா பயிற்சிக்கும், உடல் ஆரோக்கியம் பேணும் இடமாகவும் விளங்குகிறது. சூரியக் குளியலுக்காகவும், கடல் நீரில் நீந்துவதற்காகவும் ஒவ்வொரு ஆண்டும் ஏராளமான வெளிநாட்டுப் பயணிகள் இங்கு வருகின்றனர். இதனால் குறிப்பிடத்தக்க அளவு சுற்றுலாத்துறைக்கு வருமானம் கிடைக்கிறது.

மகாபலிபுரம் (தமிழ்நாடு)

மகாபலிபுரம் ஒரு காலத்தில் பல்லவர்களின் துறைமுகமாக இருந்ததோடல்லாமல் தற்போது உலகமே வியக்கும் வகையில் பாறைக்கோயில்களும் நினைவுச் சின்னங்களையும் கொண்ட ஒரு தலை சிறந்த சுற்றுலாத்தலமாக விளங்குகிறது. தமிழ்நாட்டிலேயே கட்டிடக்கலை மற்றும் சிற்பக்கலைக்கு ஒரு சிறந்த மையமாக உள்ளது. எவ்வளவோ காலங்கள் ஓடிய பிறகும் இங்குள்ள சிற்பங்கள் அழியாமல் அப்படியே உள்ளன. இதன் பாதுகாப்பிற்கு அரசாங்கம் பல முயற்சிகளை மேற்கொண்டு வருகிறது. இவ்விடம் எல்லாப் பருவங்களுக்கும் ஏற்ற ஒரு சுற்றுலா மையம். பயணிகள் தங்குவதற்கேற்றவாறு பலரக விடுதிகள் இங்குள்ளன.

பூரி (ஒரிஸ்ஸா)

இது ஒரு கடற்கரையோரப் பகுதி. பெரும்பாலும் இங்குள்ள மக்களே அதிகமான கடற்கரைக்குச் செல்கின்றனர். இங்குள்ள ஜெகந்நாதர் ஆலயம் புகழ் பெற்றது. இந்துக்களின் புனிதத்தலமாதலால் சுற்றுலாப் பயணிகளும் புனிதப் பயணிகளும் வருகின்றனர். இங்கு நடைபெறும் தேர்த்திருவிழா இந்தியாவின் பல பகுதிகளிலிருந்தும்

குறிப்பு

இந்துக்களைக் கவர்ந்திழுக்கிறது. பூரி இயற்கையாக அமைந்துள்ள அழகிய கடற்கரைக்கும், கலாச்சாரப் பாரம்பரியத்திற்கும் பெயர் போனது.

குறிப்பு

கன்னியாகுமரி (தமிழ்நாடு)

வங்காள விரிகுடா, அரபிக்கடல் மற்றும் இந்துமகா சமுத்திரம் மூன்றும் சங்கமிக்கும் இடம் கன்னியாகுமரி. இச்சங்கமத்தில் குளிப்பது நல்லது என்று எண்ணுகின்றனர். இங்கு சூரிய உதயத்தையும், சூரிய அஸ்தமனத்தையும் பார்ப்பதற்காக இவ்விடம் நாடிச் செல்கின்றனர். இந்தியாவில் மிகச்சிறந்த சுற்றுலா மையங்களில் இதுவும் ஒன்று.

விசாகபட்டினம் (ஆந்திரப் பிரதேசம்)

வைசாக என்றழைக்கப்படும் விசாகபட்டினம் ஒரு சுறுசுறுப்பான துறைமுகம் மட்டுமல்லாது, கப்பல் கட்டும் இடமாகவும், கப்பற்படைத் தளமாகவும் விளங்குகிறது. இங்குள்ள கடற்கரை அதிசயிக்கத்தக்க வகையில் மக்கள் கூட்டத்தால் நிறைந்து காணப்படும். சினிமாப் படத்தயாரிப்பாளர்கள் படையெடுப்பது அடிக்கடி நிகழும் நிகழ்ச்சி.

மலை வாசஸ்தலம்

இந்தியாவின் வட எல்லையே இமயமலைப் பகுதி தான். இது தவிர நம் நாட்டில் பல சிறிய, பெரிய மலைகள் உள்ளன. கடலோர விடுதிகளைப் போல மலைப்பிரதேசங்களில் கோடைவாசஸ்தலங்கள் அமைந்துள்ளன. இந்தியா பொதுவாகவே ஒரு உஷ்ணப்பிரதேசம். எனவே மக்கள் கோடைக்காலத்தில் குளிப்பிரதேசங்களைத் தேடிச் செல்வதால் கோடை வாசஸ்தலங்கள் சுற்றுலாப்பயணிகளால் நிரம்பி வழிகின்றன.

இமாசலப்பிரதேசம்

இங்கு ஏக்கர் கணக்கில் புல்வெளிகளும், அழகிய தோட்டங்களும் உள்ளன. கோடை காலத்தில் உள்நாட்டு, வெளிநாட்டுப் பயணிகள் முக்கியமாக திருமணத்தம்பதிகள் அதிகம் செல்கின்றனர். இங்குள்ள விடுதிகளில் டல்ஹெளசி விடுதி மிகச்சிறப்பானது.

டார்ஜிலிங் (மேற்கு வங்காளம்)

டார்ஜிலிங் செல்லும் சுற்றுலாப் பயணிகள் தங்கள் அனுபவங்களையும், இனிய நினைவுகளையும் மறக்க இயலாது. மீண்டும்

மீண்டும் அங்கு செல்ல விரும்புவார். கிரிக்கெட், கால்.்ப், டென்னிஸ் மற்றும் பாட்மின்டன் விளையாட்டு மைதானங்கள் உள்ளன. விளையாட்டுகளில் ஆர்வம் கொண்டவர்கள் இங்கு கோடை காலங்களில் வருகை தருவார்கள்.

சிக்கிம்

மலையேறுபவர்கள், மலை மேல் வாகனம் ஓட்டுபவர்கள் மற்றும் வீர விளையாட்டுகளில் ஆர்வம் கொண்டவர்கள் இங்கு செல்வது வழக்கம். பல வகையான தாவரங்கள், வினோதமான பறவைகள் மற்றும் வண்ணத்துப்பூச்சிகள் நிறைந்து காணப்படுகின்றன. இவற்றில் ஆர்வம் கொண்டவர்கள் இங்கு விரைவது இயல்பு.

சரணாலயங்கள்

மலைப்பிரதேசங்களும், வனங்களும், விலங்குகளுக்கும், பறவைகளுக்கும் சரணாலயங்களாக அமைந்துள்ளன. விலங்குகள் மற்றும் பறவைகள் மீது ஆர்வம் கொண்டவர்கள் பயணிகளாக இங்கு செல்கின்றனர்.

ஆனைமலை சரணாலயம் (தமிழ்நாடு)

இச்சரணாலயத்தில் யானைகள், சிங்கவால்குரங்குகள், பறக்கும் அணில்கள், ராட்சஸ அணில்கள், மான்கள் போன்றவை அதிகம் காணப்படுகின்றன. இவைகள் வனத்துறையினால் பாதுகாக்கப்படுகின்றன. அவைகளுக்கு ஆபத்து ஏற்படாத வகையில் பார்த்து ரசிக்க சுற்றுலாப் பயணிகள் அனுமதிக்கப்படுகின்றனர்.

வேடந்தங்கல் (தமிழ்நாடு)

இங்கு மிகப்பெரிய ஏரி உள்ளது. இங்குள்ள அடர்ந்த புதர் போன்ற மரங்களில் விதவிதமான பறவைகள் தங்குகின்றன. மிகப்பழமையான பறவை சரணாலயம் வேடந்தங்கல். இந்திய மூர்ஹென், கரியநிற நாரைகள், இடம் பெயரும் வாத்துகள், சாம்பல் நிற பெலிகன் போன்ற பலவிதமான பறவைகளைப் பார்க்க முடிகிறது.

ராஜமலை சிகரம் (கேரளா)

தென்னிந்தியாவின் மிக உயரமான சிகரம் ஆனைமுடி இங்குள்ளது. காட்டு ஆடுகள் இங்கு ஏராளமாக உள்ளன. யானைகள், மான்கள், சிங்கவால் குரங்குகள் மற்றும் ராட்சஸ அணில்கள் போன்றவை அதிகம் காணப்படுகின்றன. சில சமயங்களில் புலி, சிறுத்தை விலங்குகளும் கண்ணில் படுவதுண்டு.

பந்திபூர் புலி சரணாலயம் (கர்நாடகா)

ஊட்டியிலிருந்து மைசூர் செல்லும் வழியில் உள்ளது. இங்கு புலிகள் தவிர யானைகள், மான்கள் போன்ற விலங்குகளும் பாதுகாக்கப்படுகின்றன. சில சந்தர்ப்பங்களில் கரடிகள் வெளியே வருவதுண்டு.

ஓரிஸ்ஸா

இங்கு விலங்கு மற்றும் பறவை சரணாலயங்கள் உள்ளன. புலி, சிறுத்தை, யானை மற்றும் பல வகைப் பறவைகள் பாதுகாக்கப்படுகின்றன.

கன்ஹா தேசியப்பூங்கா (மத்தியப் பிரதேசம்)

இப்பூங்காவில் ஏராளமான மான்களும், சதுப்பு நிலமான்களும் வாழ்கின்றன. எப்பொழுதும் ஆபத்து காத்திருக்கிறது என்பதை உணர்ந்து மிகக்கவனமாக புல் மேய்கின்றன. உயரமான மரக்கிளைகளில் அமர்ந்து கொண்டு ஆபத்து வருவதை உணர்த்துகின்றன குரங்குகள். அடர்ந்த காடுகளும் நீண்ட தூரம் வளர்ந்து கிடக்கும் யானைப் புற்களும் மேய்ச்சலுக்கு உதவுகின்றன.

கலிரங்கா தேசியப்பூங்கா (அஸ்ஸாம்)

இந்தியாவில் மிகப்பிரசித்தி பெற்ற விலங்குகள் சரணாலயம் கலிரங்காவில் உள்ள தேசியப்பூங்கா. இங்கு குறிப்பிட்டுக் கூறத்தக்க விலங்கினம் ஒற்றைக் கொம்பு காண்டாமிருகம். இது தவிர இங்கு பாதுகாக்கப்படும் மற்ற விலங்கினங்கள் நீர் எருமைகள், புலி, சிறுத்தைப்புலி, யானை மற்றும் சதுப்பு நிலமான் மற்றும் பலவிதமான பறவைகளும் இங்குள்ளன.

இந்தியாவின் கடலோரங்களும், மலைப்பிரதேசங்களும் அதன் இயற்கை வளங்கள். அங்குள்ள விடுதிகளும் மற்ற வசதிகளும் பயணிகளைக் கவர்கின்றன. சுற்றுலாப் பயணிகள் அங்கெல்லாம் சென்று தங்கள் பணத்தை செலவிடுகின்றனர். இவ்வியற்கை செல்வங்கள் சுற்றுலா வளர்ச்சியில் பெரும் பங்கு வகிக்கின்றன. எனவே ஒரு நாட்டின் புவியியல் கூறுகள் சுற்றுலா வளர்ச்சியின் அடிப்படை அம்சங்கள் என்பது உண்மை.

4.7.2 கடற்கரை விடுதிகள்

இந்திய விடுதலைக்கு முன்பாகவே சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான அஸ்திவாரம் வலுவாகப் போடப்பட்டுவிட்டது. சுதந்திரம் கிடைத்த அன்று இந்தியாவில், உள்நாட்டு மற்றும் வெளிநாட்டுப் பயணிகள் தங்குவதற்கேற்ற ஹோட்டல்களும், பயணம் செய்யக்கூடிய போக்குவரத்து வசதிகளும், தொலை தொடர்பு சாதனங்களும் தயாராக இருந்தன. ஆனால் நாடு முழுவதும் இருந்த சுற்றுலா நிறுவனங்களை ஒருங்கிணைத்து கட்டுக்குள் வைத்துக்கொள்ளக்கூடிய ஒரு மத்திய சுற்றுலா வளர்ச்சி நிறுவனம் இல்லாதது ஒரு பெருங்குறையாகும். எனவே 1949-ஆம் ஆண்டு சுற்றுலா போக்குவரத்துக்கிளை ஒன்று தொடங்கப்பட்டது. சுற்றுலா வளர்ச்சியில் தனி கவனம் செலுத்தப்பட்டது.

1955-56 ஆண்டுகளில் சுற்றுலாக் கழகத்தில் நான்கு கிளைகள் உருவாயின. அவை ஒவ்வொன்றும் ஒவ்வொரு விதமான அலுவலைச் செய்தது. அவை,

1. சுற்றுலா போக்குவரத்துப்பிரிவு
2. சுற்றுலா நிர்வாகப்பிரிவு
3. சுற்றுலா விளம்பரப்பிரிவு
4. சுற்றுலா விநியோகப்பிரிவு

1. சுற்றுலா போக்குவரத்துப்பிரிவு

இப்பிரிவு உள்நாட்டு, வெளிநாட்டு சுற்றுலாப் போக்குவரத்து, சுற்றுலா சம்பந்தப்பட்ட சட்டக்கூறுகள், ஐந்தாண்டுத்திட்டங்கள், பயண ஏற்பாட்டு நிறுவனங்கள், சுற்றுலா வசதிகள், பயணிகள் புள்ளிவிபரம்

குறிப்பு

மற்றும் மாத அறிக்கை சமர்ப்பித்தல் போன்ற அலுவல்களைச் செய்தது. ஐ. நா. சபையும் அதன் மற்ற கிளைகளும் நடத்துகின்ற சுற்றுலா சம்பந்தப்பட்ட மகாநாடுகளில் பங்கேற்றல், ரயில்வே நிறுவனங்களோடு இணைந்து செயல்படல் மற்றும் சுற்றுலா வழிகாட்டிகளுக்கு பயிற்சியளித்தல் போன்றவை பிற முக்கிய அலுவல்கள்.

2. சுற்றுலா நிர்வாகப்பிரிவு

இப்பிரிவு உள்நாட்டிலும், வெளிநாடுகளிலும் இருந்த சுற்றுலா அலுவலகங்களில் நிர்வாக செயல்பாடுகளைக் கவனித்து வந்தது. இந்தியாவிலும், பிறநாடுகளிலும் புதிய சுற்றுலா அலுவலகங்களை நிறுவும் திட்டத்தையும், அதற்கான முயற்சிகளையும் மேற்கொண்டது. நிதிப்பொறுப்பு முழுவதும் இப்பிரிவைச் சேர்ந்ததே.

3. சுற்றுலா விளம்பரப்பிரிவு

கையேடுகள், துண்டுப்பிரசுரங்கள், சுவரொட்டிகள், வழிகாட்டி நூல்கள் போன்ற சுற்றுலாவிளம்பரங்களை அச்சிட்டு வெளியிட்டது. திருவிழாக்களிலும், கண்காட்சிகளிலும் விளம்பரங்களை விநியோகிக்க ஏற்பாடு செய்தது. மக்கள் தொடர்பு சாதனங்கள், மற்றும் விளம்பரங்கள் மூலமாக சுற்றுலா பற்றிய செய்திகளை மக்களறியச் செய்வது இதன் முக்கிய அலுவல்.

4. சுற்றுலா விநியோகப்பிரிவு

சுற்றுலா மையங்கள் பற்றி மக்கள் அறிவதற்காகத் தயாரிக்கப்பட்ட விளம்பரங்கள் அனைத்தையும் உள்நாட்டிலும் வெளிநாடுகளிலும் விநியோகம் செய்வது இப்பிரிவின் முக்கிய அலுவலாகும். இந்நான்கு கிளைகளும் அமைந்த பிறகு சுற்றுலா வளர்ச்சியில் முன்னேற்றம் காணப்பட்டது. 1955-56 ஆண்டுகளில் சுற்றுலாத்துறையில் எல்லாவிதமான முக்கியமான பகுதிகளிலும் குறிப்பிடத்தக்க முன்னேற்றம் ஏற்பட்டது. இக்கிளைகள் அனைத்தும் ஒரு உதவி செயலரையும், இரண்டு அலுவலர்களையும் கொண்டு இயங்கி வந்தன.

3. சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான காரணங்கள் (CAUSES FOR THE GROWTH OF TOURISM)

ஒவ்வொரு மனிதனும் இன்பப் பொழுது போக்கிற்காகத் தனது விருப்பத்திற்கேற்ப பல இடங்களுக்குப் பயணம் மேற்கொள்கின்றான். இந்த நிலையில் அற்புதமான அதிசயமான பழமைச் சிறப்புகள் மையங்களையும் உள்ளத்தைக் கொள்ளை கொள்ளும் இயற்கைக் காட்சிகளையும், சமயத் தொடர்பான புனித ஸ்தலங்களையும் குளுமையான கோடை மலை வாசல்தலங்களையும் ஆடம்பரம்மிக்க, ஆரவாரமிக்க நகரங்களையும் கண்டுகளிக்க அவன் மனம் துடிக்கிறது. எனவேதான் மனதின் பொருட்செலவையும் பாராமல் சுற்றுலா செல்கிறான். இதனால்தான் அண்மைக் காலத்தில் சுற்றுலா பெரும் வளர்ச்சியடைந்து வருகிறது. ஒவ்வொரு நாட்டிலும் சுற்றுலாப்பயணிகளின் எண்ணிக்கை அதிகரித்து வருகிறது. சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான பல்வேறு காரணங்களை இனி காணலாம்.

1) அதிகமான ஓய்வு (Rest and Relacation)

தற்காலத்தில் ஒவ்வொரு நாட்டிலும் பணிபுரியும் மக்களுக்கு அதிகமாக ஓய்வு கிடைக்கிறது. இதற்கு முக்கிய காரணம் விடுமுறை நாட்கள் அதிகமாகக் கிடைத்தேயாகும். பத்தொன்பதாம் நூற்றாண்டில் பல நாடுகளில் வாரத்திற்கு ஏழுபது மணி நேரம் வேலை நேரமாக இருந்தது. ஆனால் அது படிப்படியாகக் குறைக்கப்பட்டு தற்போது வாரத்திற்கு நாற்பது மணி நேரமாகக் குறைக்கப் பட்டுள்ளது. மேலும் வார இறுதி நாட்களான சனி ஞாயிறு விடுமுறை விடப் படுகிறது.

இவ்வாறு விடுமுறை அதிகமாக கிடைப்பதால் ஓய்வு நேரமும் அதிகமாகக் கிடைக்கிறது. ஓய்வு நேரம் அதிகமாகக் கிடைப்பதால் மக்கள் சுற்றுலா செல்வதும் அதிகமாகிறது.

2) தொழில் வளர்ச்சி (Industrial Development)

தற்காலத்தில் ஒவ்வொரு நாட்டிலும் தொழில் வளர்ச்சி பெருகி வருகிறது. புதிய தொழிற்சாலைகள் அமைக்கப்பட்டு அதனால் நகரங்களும் வளர்ந்து வருகின்றன. இவ்விதம் தொழிற்சாலைகள் பெருகியதால் நகரங்களில் மாசு, ஒலி போன்றவை அதிகமாகிவிட்டன. மேலும் மக்கள்தொகை பெருக்கத்தினால் அசுத்தமும் சுகாதாரச் சீர்கேடுகளும் தோன்றிலாயின. மேலும் மக்கள் சிறிய அறைகளிலும், அடுக்கு மாடிக்கட்டிடங்களிலும் அடைபட்டுக் கிடக்கிறார்கள். எனவே

குறிப்பு

விடுமுறையின் போது சுத்தமான காற்று. சூரிய வெளிச்சம், அமைதியான சூழ்நிலை போன்றவற்றிற்காக மக்கள் சுற்றுலா செல்ல நினைப்பது இயற்கையே.

3) வருமான உயர்வு (Increase in Income):

தொழில் வளர்ச்சியின் விளைவாக தொழிற்சாலைகளில் வேலை செய்பவர்களின் எண்ணிக்கையும் உயர ஆரம்பித்தது. மேலும் வேலை தொழிற்சாலை மற்றும் அலுவலங்களில் வேலை செய்பவர்களின் வருமானமும் உயர்ந்தது. வருமானம் அதிகமாகும் போது மகிழ்ச்சிக்காகவும் மனநிம்மதிக்காகவும் அதில் ஒரு பகுதியை செலவு செய்ய தயார் ஆகிறார்கள். எனவே சுற்றுலாவுக்காக தங்கள் வருமானத்தில் ஒரு பகுதியை ஒதுக்க ஆரம்பிக்கும் போது சுற்றுலா வளர்ச்சியடைகிறது.

4) வாழ்க்கை முன்னேற்றம்; (Standard of Living)

வருமானம் அதிகரிக்கும் போது மக்களின் வாழ்க்கைத்தரமும் உயர்வடைகிறது. சொகுசான வாழ்க்கை வாழ ஆரம்பிக்கிறார்கள். தற்காலத்தில் தங்கள் வீட்டிலிருந்தபடியே பல இடங்களை தொலைக்காட்சி மூலம் பார்க்க முடிகிறது. உலகில் எழில் கொஞ்சம் இடங்களையும், மனங்கவரும் வரலாற்றுச் சிறப்புமிக்க இடங்களையும் காண ஒவ்வொருவரும் விரும்புகின்றனர். இதற்காகவே தங்கள் வருவாயில் ஒரு பகுதியை சுற்றுலாவிிற்காகச் சேமித்து வைக்கிறார்கள்.

5) கல்வி வளர்ச்சி (Development of Education)

கல்வி வளர்ச்சி சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கும் பெரிதும் காரணமாகிறது. கிராமங்களில் படித்து முடித்த மாணவர்கள் மேற்படிப்புக்காக துர் இடங்களிலுள்ள கல்வி நிலையங்களுக்கு பயணம் மேற்கொள்கின்றனர். கல்லூரிகளில் படிக்கும்போது கல்வி தொடர்பான சுற்றுலாக்கள் நடைபெறுகின்றன. விளையாட்டுகள் தொடர்பான பயணங்கள். போட்டிகள், பண்பாட்டு நிகழ்ச்சிகள் தொடர்பான பயணங்கள் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன. அது போலவே மாணவர்கள் அவை தொடர்பான பயணங்களை மேற்கொள்கிறனர். எனவே கல்வி வளர்ச்சியானது சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கும் பெரிதும் காரணமாகிறது.

6) அரசாங்கத்தின் ஆதரவு (Support of the Government):

அரசாங்கத்தின் ஆதரவினால் சுற்றுலா பெரிதும் வளர்ச்சியடைந்து வருகிறது. சுற்றுலாவின் முக்கியத்துவத்தை அறிந்த உலக நாடுகள் தங்கள் நாடுகளில் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்காக திட்டங்கள் தீட்டுகின்றன. சுற்றுலாவை மேம்படுத்தும் கொள்கைகள் வகுக்கப்படுகின்றன. வரவு செலவு திட்டத்தில் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான அதிகமான நிதி ஒதுக்கப்பட்டு வருகிறது.

7) சம்பளத்துடன் கூடிய விடுமுறை (Paid Holiday):

தொழிற்புரட்சியின் முக்கிய விளைவுகளில் தொழிற்சங்களின் தோற்றமும் ஒன்றாகும். தொழிலாளர்களின் பலவிதமான உரிமைகளுக்காகப் போராடிய இந்த தொழிலாளர் இயக்கங்கள் ஊதியத்துடன் கூடிய விடுமுறையையும் தொழிலாளர்களுக்கு வாங்கித் தந்தன. இதன் விளைவாக தொழிலாளர்களுக்கு பணமும், நேரமும் கிடைத்தது. இதனால் தொழிலாளர்கள் சுற்றுலா செல்ல வாய்ப்பு கிடைத்தது. இதனால் சுற்றுலாவும் வளர்ச்சியடைந்தது.

8) போக்குவரத்தின் வளர்ச்சி (Development of Transports)

தற்காலத்தில் நவீன அறிவியல் கண்டுபிடிப்புகளால் ஒரு பயணி ஒரு இடத்திலிருந்து மற்றொரு இடத்துக்கு விரைவாக செல்வது சுற்றுலாவில் சிறப்புடம் பெறுகின்றது. உலகின் எந்த மூலைக்கும் விமானம் மூலம் விரைவாகச் சென்றடையும் நிலை உள்ளது. சிலமணி நேரத்தில் ஆயிரக் கணக்கான மைல் தூரம் செல்ல முடிகிறது. குறிப்பிட்ட நேரங்களில் அட்டவணைப்படி செல்லும் விமானங்கள் சிறப்பு விமானங்கள் ஆகியவை சுற்றுலா வளர்ச்சியை அதிகப்படுத்தியுள்ளன. இது தவிர ரயில், கப்பல், சாலைப் போக்குவரத்துக்களின் வளர்ச்சியும் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு பெருந்துணை புரிந்தது.

9) அமைதியான அரசியல் சூழ்நிலை (Peaceful Political Condition):

நாட்டில் நிலவும் அமைதியான அரசியல் சூழ்நிலையும் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்குத்துணை புரிகிறது. அரசியல் சூழ்நிலை நிலையானதாகவும், அமைதியானதாகவும் இருக்க வேண்டும். அப்போழுதுதான் வெளிநாட்டு சுற்றுலாப் பயணிகள் பயமில்லாமல் வருவர். குழப்பமான அரசியல் நிலை இருக்கும் நாடுகளுக்கும், தீவிரவாதத்தன்மை காணப்படும் பகுதிகளுக்கும்

யாரும் செல்வதில்லை. இதற்கு உதாரணமாக இந்தியாவிலுள்ள காஷ்மீர் அழகு கொஞ்சம் இடமாக இருந்தும் அங்கு தீவிரவாதிகளின் நடமாட்டத்தால் காஷ்மீரில் சுற்றுலா பயணிகளின் வரவு வெகுவாகக் குறைந்தவிட்டது. எனவே அமைதியான அரசியல் சூழ்நிலை சுற்றுலாவை ஊக்குவிக்கிறது என்பதில் சந்தேகமில்லை.

10) பயணிகளைக் கவரும் திட்டங்கள் (Attractive plans)

தற்காலத்தில் சுற்றுலாவில் முக்கியத்துவத்தை எல்லா நாட்டு அரசாங்கங்களும் நன்றாகவே உணர்ந்துள்ளன. அது எந்த அளவிற்கு அந்திய செலவாணியை ஈட்டித் தருகிறது என்பதை உணர்ந்துள்ளன. எனவேதான் சுற்றுலாப் பயணிகளின் எண்ணிக்கையை அதிகரிக்க கவர்ச்சிகரமான திட்டங்களைத் தீட்டி செயல்படுத்தி வருகின்றன. நீண்டதுரம் பயணம் செய்பவர்களுக்கு பல வசதிகளையும் சலுகைகளையும் செய்து கொடுக்கின்றன.

11) விளம்பரங்கள் (Advertisements):

விளம்பரங்கள் மூலம் சுற்றுலா வளர்ச்சியடைகிறது. ஒவ்வொரு நாடும் தங்கள் நாட்டிற்கு வரும்படியாக விளம்பரங்கள் மூலம் சுற்றுலாப் பயணிகளுக்குத் தெரியப்படுத்துகின்றன. பிற நாடுகளில் சுற்றுலாத் தகவல் மையங்களைத் திறந்துள்ளன. தங்கள் நாடுகளில் உள்ள இயற்கை அழகு மிக்க இடங்கள், நீர் வீழ்ச்சிகள், கலாச்சார மையங்கள், வரலாற்று சிறப்பு மிக்க இடங்கள் பற்றிய தகவல்களை கையேடுகளில் பதிப்பித்து வெளியிடுகின்றன. சில நாடுகளில் உலகச் சுற்றுலா வல்லுநர்களிடம் ஆலோசனைகளைப் பெற்று தங்கள் நாடுகளைச் சுற்றுலாப் பயணிகளைக்கவரும் நாடுகளாக மாற்றி வருகின்றன.

12) ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட சுற்றுலாக்கள் (பேய்மயபந வழரசள)

சுற்றுலாக்கள் குழுவாக ஒழுங்கு செய்யப்படுவதால் தனிப்பட்ட நபருக்கு சுற்றுலா செல்வதற்கான ஏற்பாட மற்றும் தங்கும் வசதிகள் எளிமையாகக் கிடைக்கிறது. பயணச் செலவுகளும் குறைவாகவே உள்ளது. எனவே குழுச் சுற்றுலா சாதாரண மக்களையும் துர்ப்பயணம் மேற்கொள்ளத் துண்டுகின்றன.

பாரதத்தின் சுற்றுலாத் தொழிலை மேம்படுத்துவதற்காக, 109, அமைக்கப்பட்ட பாராளுமன்ற உறுப்பினர்களின் நிலைக்குழக் கீழ்க்காணும் பரிந்துரைகளை வெளியிட்டது.

1. இந்தியச் சுற்றுலா மையங்களைப் பற்றி அயல்நாடுகளில் செய்யப்படும் விளம்பரங்கள், பிரச்சாரங்கள், மிக்க பலனளிக்க சுற்றுலா அமைச்சகம் பதிய நெறிமுறைகளைக் கடைப்பிடிக்க வேண்டும்.

2. வெளிநாடுகளில் பிரச்சாரம் வலுப்பெற, வெளிநாடுகளில் உள்ள தூதரகங்கள், சுற்றுலாத் துறைக்கு உதவவேண்டும். நம் நாட்டிற்குக் குறைவாக வருகை புரிந்துள்ளப் பயணியரின் நாடுகளைக் கண்டறிந்து அறநாடுகளில் பிரச்சாரத்தை முடுக்கிவிட வேண்டும்.

3. சில தகலெ நிலையங்களிலும் பல சுற்றுலாத்தல பரதிய அனைத்து விடாங்களும் கிடைப்பது இல்லை. எனவே இவை சீர்செய்யப்ப்பு பெறல் வேண்டும்.

4. பிரச்சாரத் தகவல் குறிப்புகள், கையேடுகள் ஆங்கிலம், இந்தி, பிராந்திய மொழிகள் ஆகியவற்றில் வெளியிடப் பெற வேண்டும். சுற்றுலா அமைச்சகம் இதில் அதிக கவனம் செலுத்துவதுடன் உரிய நிதிலை மயும் வழங்கவேண்டும்.

5. அயல்நாட்டுச் சுற்றுலாப் பயணியர் சிலர் நமது மக்களால் தாக்கப்படுகின்றனர். அவர்களது உடைமைகள் களவாடப் படுகின்றன. இவற்றைத் தடுக்க அதிரடி நடவடிக்கைகள் எடுக்கவேண்டும்.

6. அயல்நாட்டுப் பயணியர் தாக்கப்படுவதும் ஏமாற்றப்படுவதும் தடுக்கப் பெற, சுற்றுலா அமைச்சகம் தனக்குத் தொடர்புடைய பிறதுறைகளுடனும் ஒருங்கிணைந்து நடவடிக்கைகள் எடுக்கவேண்டும். (அண்மையில் சென்னை ஓட்டலில் அயல்நாட்டுச் சுற்றுலாய்பயணி ஒருத்திக் கயவன் ஒருவனால் கற்பழிக்கப்பட்டுக் கொலை செய்யப்பட்ட செய்தி வெளிவந்தது. சில மாதங்கள் கழித்து அவன் கைது செய்யப்பட்டான்). இதுபோன்ற அசம்பாவிதங்கள் நடைபெறாமல் தடுக்கப்பெறல் வேண்டும்.

சுற்றுலா மேலாண்மை

குறிப்பு

குறிப்பு

பாராளுமன்ற உறுப்பினர்களின் பரிந்துரைகளும் அவர்கள் கூறியுள்ள செயல்திட்டங்களும் நிறைவேற்றப்பட அனைத்து முயற்சிகளும் மேற்கொள்ளப்பட்டு வருகின்றன. அத்துடன் கிழக்காணும் ஆலோசனைகளும் செயல்படுத்தப்பட வேண்டும். உலகச் சுற்றுலா வர்த்தகத்தில் நம் பாரதத்தின் பங்கு 0.4 சதவிகிதமாக உள்ளது. இதுவிரைவில் உயர்த்தப்பட வேண்டும்.

சுற்றுலா மையங்களில் பிச்சைக்காரர்களையும், பெரிய நோயாளிகளையும் அரசு அனுமதித்தல் கூடாது. நமது புதிய சாலைவசதிகள் செய்து தரப்பட வேண்டும். பாரதப்பிரதமர் மரியாதைக்குரிய வாஜ்பாய் அவர்கள் அண்மையில் 2500 கோடி ரூபாய் கிராமப்புறச் சாலைகளுக்காக ஒதுக்கியுள்ளமை. பாட்டத்தக்கது. இந்ந வடிக்கைகள் சுற்றுலாவை வணிக்கும் என்பது உறுதி.

உள்நாட்டு விமான சேவைகள் மேலும் அதிகரிக்கப்பட வேண்டும். நமது நாட்டில் பொழுது போக்கு வசதிகள் அதிகரிக்கப்பட வேண்டும். பெளிநாடுகளில் விளம்பரம் செய்வதில் புதிய உத்திகள் பின்பற்றப்பட வேண்டும்.

ஓட்டல்களில் உணவுப்பண்டங்களின் விலைகளும், விடுதிகளில் அறை வாடகையும் மிகவும் அதிகமாக உள்ளன. இவை பயண முகவர்கள், சுற்றுலா வளர்ச்சிக்காக உள்ள தரமான ஓட்டல்களை மட்டுமே பரிந்துரைக்க வேண்டும்.

இயந்திரத்தின் உதவியின்றி இறக்கை கட்டிப் பறத்தல், நீர் விளையாட்டுக்கள் முதலான துணிகர விளையாட்டுக்கள் விரிவுபடுத்தப்பட வேண்டும்.

சுற்றுலாத் தொழிலுக்கு ஏற்றுமதி அந்தஸ்து வழங்கப்பட்டுள்ளது. ஆனால் ஏற்றுமதிக்கென வழங்கப்படும் சலுகைகள் அனைத்தும் சுற்றுலா தொழிலுக்கு வழங்கப்படவில்லை. ஏற்றுமதி செய்யும் நிறுவனங்களுக்கு மற்றும் இதர வரிகளிலிருந்து விலக்கு அளிக்கப்படுகின்றன. சுற்றுலாத் தொழிலுக்கு இத்தகைய விலக்கு இல்லை. சுற்றுலாத் தொழில்களுக்கு விற்பனை வரி, சேவை வரி, வாகன வரி போன்ற வரிகளிலிருந்து விலக்கு அளிக்கப்பட வேண்டும். ஏற்றுமதி நிறுவனங்கள் பெறும் இலாபத்திற்கு முழுமையான வருமான வரிச்சலுகை உண்டு சுற்றுலாத் தொழிலின் மூலம் பெறப்படும் அன்னியச் செலாவணிலாபத்தில் 50

குறிப்பு

சதவிகிதத்திற்கு மட்டுமே வரிவிலக்கு உண்டு சுற்றுலாத தொழிலின் மூலம் வருவாயாக ஈட்டப்படும். அன்னியச் செலாவணிக்கு முழுமையான வரிவிலக்கு அளிக்க வேண்டும். சுற்றுலாத் தொடர்புடைய வரிகள், தென்கிழக்கு ஆசிய நாடுகளை ஒப்பிடும் போது இந்தியாவில் அதிகமாக உள்ளது. சுற்றுலாத் தொடர்புடைய வரிகள். தென்கிழக்கு ஆசிய நாடுகளில் 3 முதல் 6 சதவிகித அளவில் உள்ளது. இந்தியாவில் இதே வரிகள் 30 சதவிகித அளவில் இருக்கின்றது. சுற்றுலாத் தொடர்பான வரிகள் குறைக்கப்பட வேண்டும். மேலும் இவ்வகை வரிகள். ஒவ்வொரு மாநிலத்திலும் வெவ்வேறான விகிதத்தில் இருக்கின்றது. சுற்றுலாத் தொடர்பான வரிகள் இந்தியா முழுவதும் ஒரே அளவில் இருத்தல் அவசியம்.

ஓட்டல் தொழில்கள் தமக்குத் தேவையான தளவாடங்களை எவ்வித வரியும் இன்றி வெளிநாடுகளிலிருந்து இறக்குமதி செய்ய அனுமதி வழங்கப்பட்டுள்ளது. இத்தரு அனுமதியை டிராவல் ஏஜென்சிகளுக்கு வழங்குதல், டிராவல் ஏஜென்சிகளுக்கு முழுமையான வருமான வரிவிலக்கு அளித்தல், ரூ வரையில் சொகுசு பஸ்கள் மற்றும் கார்களை வரிபின்றி இறக்குமதி ஏஜென்சிகளுக்கு அனுமதி அளித்தல், உளநாட்டில் சொகுசு பஸ் மற்றும் கார்களை வாங்கும் போது ஏஜென்சிகளுக்கு எக்ஸைஸ் வரி விலக்கு அளித்தல் போன்ற சலுகைகள் மத்திய அரசின் பரிசீலனையில் இருக்கின்றன.

சுற்றுலாத் தொழில் வளாச்சிக்கான அடிப்படை வசதிகளை நாம் பெருக்க வேண்டும். மத்திய அரசின் சுற்றுலாத் துறையின பள்ளி விபரங்களின் படி, 5 மில்லியன் வெளிநாட்டுப் பயணிகள் இந்தியாவிற்கு வந்து, தங்கிச் செல்வதற்கு 125,000 அறைகள் தேவை, 60,000 அறைகள்தான தற்போது உள்ளன. 42,858 அறைகள் கட்டப்பட்டு வருகின்றன. மேலும், 22,142 அறைகள் தேவை, இந்த எண்ணிக்கையிலான அறைகள் வருகின்ற ஆண்டுகளில் கட்டப்பட வேண்டும். வெளிநாட்டுச் சுற்றுலாப் பயணிகள் தங்குவதற்கேற்ப அறைகளை அமைக்க ரூ25,000 கோடி முதலீடு தேவையாக உள்ளது. சுற்றுலாத் தொழிலில் வெளிநாட்டு மூலதனம் அதிக அளவில் ஊக்குவிக்கப்பட வேண்டும். தற்போதைய பொருளாதாரக் கொள்கையில் ஓட்டல் மற்றும் உணவு விடுதிகள் அமைக்கத் தேவைப்படும் மொத்த

முதலீட்டில் 51 சதவிகித அளவிலான முதலீட்டிற்கு இந்திய ரிசாவ் வங்கி ஆட்டோமேடிக் அப்ரூவல் வழங்குகின்றது. ஆட்டோமேடிக் அப்ரூவலுக்கான 51 சதவிகித முதலீட்டு அளவை, 74 சதவிகிதம் என உயர்த்தினால், ஓட்டல் மற்றும் உணவு விடுதிகள் அமைப்பதில் அதிக அளவில் வெளிநாட்டு மூலதனம் கிட்டும்.

இத்தொழிலை மத்திய - மாநில அரசுகளும், சுற்றுலாத் தொழில் நிறுவனங்களும் இணைந்து உயர்த்திட உதவ வேண்டும். வெளிநாட்டுச் சுற்றுலாத் தொழிலைப் போல உள்நாட்டுச் சுற்றுலாத் தொழிலும் மிக முக்கியமானது. 1998 ஆம் ஆண்டில், உள்நாட்டுச் சுற்றுலாத் தொழிலின் மூலம் அதிக வருவாய் பெறப்பட்டுள்ளது. எனவே வெளிநாட்டுச் சுற்றுலா வர்ச்சித் திட்டங்களைப் போலவே, உள்நாட்டுச் சுற்றுலா வளர்ச்சித் திட்டங்களுக்கும் முன்னுரிமை தரப்பட வேண்டும்

4.7.4 சுற்றுலா வழிகாட்டிகள்

முன்னுரை:

சுற்றுலா வழிகாட்டி சுற்றுலாவிற்கு முதுகெலும்பு போன்றவர். சுற்றுலார் பயணத்தின் வெற்றி முழுக்க முழுக்க சுற்றுலா வழிகாட்டியின் பொறு யில்தான் உள்ளது எனில் மிகையன்று. சுற்றுலாப் பயணிக்குச் சுற்றுலா மையத்தைப் பற்றியோ, அதன் சிறப்புப் பற்றியோ எங்கே தங்குவது? எங்கே உண்ணுவது? என்பது பற்றி எதுவுமே தெரியாது. இவை பற்றிய அனைத்து விபரங்களையும் பயணிகளுக்குத் தெரிவிப்பவர், சுற்றுலா வழிகாட்டியே. இவரே சுற்றுலாவின ஒளியூட்டி, உயிரூட்டி. சுற்றுலாமையத்தின் அருமை பெருமை பற்றியும் பழமைச் சிறப்புப் பற்றியும் சுற்றுலா நிகழ்ச்சி நிரல் பற்றியும் முழுமையான அளவில் தெரிந்திருத்தல் வேண்டும். இவர் சுற்றுலாத் துறையில் நல்ல அனுபவமும், அறிவும் தேர்ச்சியும் பெற்றவராக விளங்கினால்தான் சுற்றுலாவை வெற்றிகரமாக நடத்த முடியும். எல்லாவற்றிற்கும் மேலாக அவர் வழிகாட்டிக்கென அளிக்கப்படும் தனிப்பயிற்சியும் பெற்று, அங்கீகாரம் பெற்ற வழிகாட்டியாகத் (சுநஉழுபளைநன புரணைந) திகழ வேண்டும். வழிகாட்டிக் குரிய உரிமமும் (டுஉநஉந) அவர்

பெற்றிருக்க வேண்டும். அப்போதுதான் அவர் பயணியர்க்கு உண்மையான வழிகாட்டியாகத் திகழ இயலும்.

ஒரு நல்ல வழிகாட்டியாகத் திகழ அவர் சில தகுதிகளுடன் அன்னிய மொழிகள் சிலவற்றையும் அறிந்திருத்தல் வேண்டும். பன்மொழியறிந்தவராகத் திகழ்ந்தால்தான், அயல்நாட்டுப் பயணி களுக்கு அவர் நிலவழிகாட்டியாகத் திகழ முடியும். பயணியர் கேட்கும் கேள்விகட்கும் மூந்தேகாய்களுக்கும் விளக்கங்கள் கூற இயலும். பல்வேறு பயணிகளும் எளிதாகப் புரிந்து கொள்ளும் வகையில், இவர் தெளிவான மொழி நடையில் பேசவேண்டும். சுற்றுலா மையத்தின் பண்பாட்டுச் செழுமை, வரலாற்றுப் பெருமை ஆகியவை பற்றிய இவரது விளக்கங்கள் ஆணித்தரமாக அமைதல் வேண்டும். மலர்ந்த முகமும், இனிய பேச்சுத் திறனும், நகைச்சுவையும் சுற்றுலாவின் வெற்றியை விரைவுபடுத்தும். இவரது இனிய பண்புறலன்களும் நடவடிக்கை களும் அன்னியபயணியரைத்திருபதிப் படுத்திமகிழவிக்கும்.

ஒரு நல்ல வழிகாட்டி எத்தகைய பண்பு நலன்களைப் பெற்றிருக்க வேண்டும்? அவர் எப்படிப் பயணிகளிடம் நடந்துகொள்ள வேண்டும்? என்பன் பற்றி நாம் இங்கே விளக்கமாகக் காண்போம்.

1. சுற்றுலா மையங்களைப் பற்றிய பூரண அறிவு
2. இனியபேச்சு
3. நல்ல தோற்றம்
4. நல்ல குரல் வளம்
5. நினைவாற்றல்
6. நோமை மற்றும் நாணயம்
7. பன்மொழிப் புலமை
8. பல்துறை அறிவு
9. பிற பண்பாடறிந்து ஒழுக்கும் தன்மை
10. வரலாறு மற்றும் பண்பாடு பற்றிய முழு அறிவு

போன்ற நற்பண்பு நலன்களை அடையப்பெற்ற வழிகாட்டியே வெற்றிகரமான வழிகாட்டியாகத் திகழ முடியும்.

குறிப்பு

சுற்றுலா மையங்களைப் பற்றிய பூரணி அறிவு

சுற்றுலாப் பயணம் செல்ல இருக்கின்ற இடத்தைப் பற்றிய அனைத்து செய்திகளும், வழிகாட்டிக்கு அத்துபடியாக இருக்கவேண்டும். அவ்விடத்தை அடைய எத்தனை வழிகள் உள்ளன ? எந்த வழியாகச் சென்றால் விரைவாகச் செல்லலாம் ? வேறு வழியாகச் சென்றால் வேறு என்ன புதிய வரலாற்றுப் புகழ்மிக்க இடங்களைக் காணலாம்? அந்த இடத்தைப் பார்வையிட்ட பிறகு, அடுத்த சுற்றுலா மையத்திற்கு எப்படிச் செல்வது? எதனைத் தங்குமிடமாகக் கொள்ளலாம் ? எங்கு நல்லதரமான உணவு கிடைக்கும் ? எந்தக் காலத்தில் (மாதத்தில்) அந்த இடத்திற்குச் சென்றால் வசதியாக இருக்கும், எந்த வாகனத்தை அமர்த்த வேண்டும்? அந்த மையத்தில் என்ன என்ன அரிய பொருள்கள் மலிவு விலையில் கிடைக்கும்? அந்த இடத்தின் வரலாற்றுச் சிறப்பு யாது ? அங்கு நடைபெற்ற போர்கள் யாவை? யார் காலத்தில் கட்டப்பட்டது ? அதன் கட்டடக் கலைச் சிறப்பு, சிற்பச் சிறப்பு, தலபுராணம், அக்கட்டடக் கலையோடு ஒப்புமை கூறத்தக்க மற்ற கலைப் படைப்புகள் யாவை? போன்ற பல வினாக்களுக்கு விடையளிக்கக் கூடிய அறிவை வழிகாட்டி பெற்றிருக்க வேண்டும்.

எடுத்துக்காட்டாக வெளிநாட்டுப் பயணிகளை ஒரு வழிகாட்டி குற்றாலத்திற்கு அழைத்துச் செல்வதாக வைத்துக் கொள்வோம். ஜூன், ஜூலை, ஆகஸ்டு மாதங்களில் குற்றாலம் செல்வது உசிதமானது, ஊட்டி, கொடைக்கானல் செல்ல வேண்டியிருப்பின் ஏப்ரல், மே, ஜூன் மாதங்களில் செல்வதுதான் நல்லது என்பதனை வழிகாட்டி அறிந்திருத்தல் வேண்டும். எனவே ஒரு வழிகாட்டி சுற்றுலா இடத்தைப் பற்றிய முழு அறிவையும் பெற்றிருக்க வேண்டும் என்பது அத்தியாவசியம் ஆகும்.

இனிய பேச்சுத் திறன்

வழிகாட்டியின் முக்கிய தகுதிகளுள் ஒன்று பேச்சுத்திறன். பேச்சுத் தெளிவாகவும், இனிமையாகவும் இருத்தல் அவசியம். இன்முகம் காட்டி இன்சொல் பேசி, பயணிகளை மகிழ்விப்பது வழிகாட்டியின் கடன் ஆகும். சொல்ல வேண்டிய செய்தியை, சொல்ல வேண்டிய முறையில் சுருக்கமாகச் சொல்ல வேண்டும். முன்பின் முரணின்றி, ஆற்றொழுக்கான மொழி நடையில், கேட்டார் பிணிக்கும் வகையில் பேசுவது நல்லது.

நகைச் சுவையுடன் பேசினால் பயணிகள் மகிழ்வர். எந்த மொழியில் பேசினாலும் அதனை எளிதாகப் புரிந்து கொள்ளும் வகையில் ஆணித்தரமாகப் பேச வேண்டும். பயணிகளுக்கு வழங்கப்படும் அறிவிப்புகளும், அறிவுரைகளும் கூட இனிமையான வேண்டுகோள்களாக இருப்பது நலம் பயக்கும்.

நல்ல தோற்றம்

வழிகாட்டியின் தோற்றப்பொலிவு கவர்ச்சியாகவும், விரும்பத்தக்கதாகவும் இருப்பது நல்லது. அவர் நாகரிகமான உடைகளை அணிந்திருப்பது அவசியம். வெளிநாட்டுப் பயணிகளை அழைத்துச் செல்லும்போது, அவர்களால் விரும்பப்படும் உடைகளை அணிவதில் தவறில்லை. வழிகாட்டி பெண்ணாக இருப்பின் கவர்ச்சியாகத் தோற்றமளித்தல் விரும்பத் தக்கது. நிற்பது, அமாவது நடப்பது போன்ற நடவடிக்கைகளிலும் மற்றவர்களுடன் கலந்து பழகுவதிலும், ஒரு நளினம் இருக்கத்தான் வேண்டும். நல்ல உடை அணிந்து பொறுமையும், நகைச்சுவை உணர்வும் கொண்டு, பயணிகளை மகிழ்ச்சியுடன் வரவேற்றால் மயங்காதார் யார் ? எனவே ஒரு வழிகாட்டிக்கு நல்ல இனிய தோற்றமும் தேவைப்படுகிறது. சுவரை வைத்துத் தான் சித்திரம் எழுதவேண்டும்.

குரல் வளம்

சுற்றுலா வழிகாட்டி, குரல்வளமும் பெற்றிருக்க வேண்டுவது அவசியம். குரலிலே ஒரு இனிமையும் அதே நேரத்தில் தெளிவும் அழுத்தமும் இருக்க வேண்டும். குரலிலே மென்மை, வன்மை, இனிமை, தெளிவுகுழைவு கம்பீரம், நல்ல உச்சரிப்பு ஆகியன வழிகாட்டிக்கு இருக்க வேண்டியல் சொத்துக்கள் ஆகும். பேசும்போது அழுத்தம் கொடுக்க வேண்டிய இடத்தில் அழுத்தமும், தணிவு இருக்க வேண்டிய இடத்தில் தணிவும் இருத்தல் நல்லது. குரல்வளம் கொண்ட வழிகாட்டி வெற்றிகரமான வழிகாட்டியாகத் திகழ்வான் பயணிகளைக் காந்தம்போல் கவர்ந்திழுப்பான்.

நினைவாற்றல்

சுற்றுலா வழிகாட்டிக்கு இருக்க வேண்டிய பண்புகளுள் நினைவாற்றலும் ஒன்று. ஒரு வழிகாட்டி நாட்டிலுள்ள பல சுற்றுலா

குறிப்பு

மையங்களின் சிறப்புப் பற்றிப் பல நூல்களின் மூலம் கற்கிறார், அவற்றை சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு விளக்கிக் கூறுகிறார். மறதி மிகுதியான சுற்றுலா வழிகாட்டி, ஒரு கோயிலுக்குச் சொல்ல வேண்டியதை மற்றொரு கோயிலுக்குச் சொல்லி விடுவார். இதனால் குழப்பமே மிஞ்சும் ஜஹாங்கீருக்கும் ஷாஜகானுக்கும் வித்தியாசம் தெரியாத ஒரு வழிகாட்டி தருமபுரி அருகில் மேஜர் குளோவர் என்னும் வீரன தனது மனைவியின் பெயரில் எழுப்பியுள்ள நினைவுச் சின்னத்தை விளக்கிக் கூறும்போது. “ஜஹாங்கீர் தனது ஆசை மனைவியான மும்தாஜம்ஹாலுக்கு பளிங்குக்கல்லால் ஆன தாஜ்மஹாலைக் கட்டியது போன்று, மேலூர் குளோவர் எளிமையான முறையில் தனது ஆசை மனைவிக்கு இந்த நினைவுச் சின்னத்தை எழுப்பியுள்ளார் என்று கூறி விட்டாராம் ! இதுபே மறந்துபோய் தவறான செய்தியைக் கூறக்கூடாது. மற்றியின் காரணமாக ஜஹாங்கீரின் மருமகள், ஜஹாங்கிருக்கு மனைவியாக ஆக்கப்படுவது கொடுமையல்லவா? மறதியின் காரணமாகப் பல சிகால்கள் லணம் சமயங்களில் மற்தியினால், முன்னேற்பாடாகச் செய்ய வெணம் காரியங்களைச் செய்யாமல் விட்டுவிடலாம். அல்லதசில் வன எடுத்து வராமல் வீட்டிலேயே வைத்துவிட்டால் சுற்று நின்றுவிடலாம். எனவே சுற்றுலா வழிகாட்டி நினைவாற்றல்ரன் இருப்பதுறாலம்.

நேர்மை, நாணயம், நம்பிக்கை முதலான இனிய பண்புகள் வழிகாட்டியின் அணிகலன்களாகும். சில வழிகாட்டிகள் அயல்நாட்டுப் பயணிகளிடம் பணம் பறிப்பதையே குறியாகக் கொண்டு செயல்படுவர். இதனால் நம்நாட்டின் பெருமையும் மதிப்பும் வெளிநாட்டினரிடையே குறைந்துவிடும். ஓட்டல்களில் கமிஷன் பெற்றுக் கொண்டு, உணவுக் கட்டணம், அறைக்கட்டணம், பணமாற்றுக் கட்டணம் ஆகியவற்றை அதிக அளவில் ஏற்றிவிடும் வழிகாட்டிகளும் இருக்கத்தான் செய்கின்றனர். இதனால் அயல்நாட்டுப் பயணிகள், தாங்கள் ஏமாற்றப்பட்டதாகவும். கொள்ளையடிக்கப்பட்டதாகவும் அங்கலாய்க்கின்றனர். சில வழிகாட்டிகள் கோயில்களைச் சுற்றிக்காட்டும் போது பல புராணக்கதைகளையும், கட்டுக் கதைகளையும் உண்மை நிகழ்ச்சி போல் எடுத்துரைப்பர். திருவரங்கம் கோயிலை நான் பார்க்கச் சென்றபோது, அங்குள்ள வழிகாட்டி ரெங்கநாதரைப் பற்றிக் கற்பனைக் கதைகளைக் கூறியதைக் கேட்டு நான் வியந்தேன்.

மாமல்லபுரத்தில் பஞ்சபாண்டவாரதங்கள் எனப்படும் ஒற்றைக்கல் தேர்கள் உள்ளன. இங்கு வரும் பயணிகளிடம் அங்குள்ள வழிகாட்டிகள், “இங்கு தான் தருமர் தூங்கினார், இங்குதான் திரௌபதி குளித்தாள்” என்று புளுகு மூட்டைகளை அவிழ்த்து விடுவர். இதனைப் போன்ற புளுகர்கள் நம்நாட்டில் மட்டுமின்றி அயல்நாடுகளிலும் உள்ளனர். இதுபற்றி வெளிநாடுகளில் பயணம் செய்த மணியன் அவர்கள் சுவைட்ட எழுதியுள்ளார். மணியன், கெய்ரோ அருங்காட்சியகத்தைப் பார்வையிட்டபோது, அங்குள்ள ராஜா, ராணி சிலைபற்றி வழிகாட்டி சில கதைகளை அவிழ்த்துவிட்டாராம். இதுபற்றி மணியன் கீழ்க்கண்டவாறு எழுதுகிறார் ”எங்கெங்கு கலைக் காட்சிகள் இருக்கின்றனவோ அங்கெல்லாம், இப்படிச் சில கைடுகள் இருப்பார்கள், எங்கெல்லாம் அப்படிப்பட்ட கைடுகள் இருக்கிறார்களோ அங்கெல்லாம் இத்தகைய கட்டுக் கதைகளும் இருக்கும்“. எனவே வழிகாட்டிகள் உண்மைகளை, வரலாறுகளை, கல்வெட்டுச் செய்திகளைக் கூற வேண்டுமேயன்றி புராணங்களையும், புனைந்துரைகளையும் கூறி நம் நாட்டைப் பற்றி வெளிநாட்டினர் தவறாக எண்ண வழிகோலக் கூடாது. வழிகாட்டி பிறரது நம்பிக்கைக்கு உரியவராகவும் நடந்து கொள்ள வேண்டும். நம்பிக்கையும், நாணயமும், உண்மையே பேசுதலும் வழிகாட்டியின் பெருமையை உயர்த்தும் சுற்றுலாவையும் மேம்படுத்தும் நம் நாட்டின் பெருமையையும் பறைசாற்றும்.

பன்மொழிப் புலமை

சுற்றுலா வழிகாட்டி பல மொழிகளில் புலமை பெற்றிருப்பது அவசியம். வெளிநாட்டுப் பயணியா பலர் நம்நாட்டைப் பார்வையிட வருகின்றனர். இவர்களுள் பலருக்கு ஆங்கிலம் தெரியும். சிலருக்கு ஆங்கிலம் தெரியாது சிலராவிய மொழியையும் சிலர் ஜெர்மன் மொழியையும் சிலாரிரெஞ்சு மொழியையும் பேசுவர். எனவே நம் நாட்டிலுள்ள ஒரு வழிகாட்டி தமிழ், இந்தி, ஆங்கிலத்துடன் பிரெஞ்சு, ஜெர்மன், ஜப்பானிய மொழிகளையும் ஓளைவு கற்றிருத்தல் அவசியமாகிறது. எல்லா வழிகாட்டிகளும் பன்மொழிப் புலவர்களாக விளங்குதல் அரிது. இருப்பினும் வேறு அந்திய மொழிகளில் உரையாடவோ அல்லது “ஒரு சில சொற்களைத் தெரிந்திருப்பதோ

நல்லது. அயல்நாட்டினரிடம் அவர்களது மொழியில் பேசுவது அவர்களுக்கு நிச்சயமாக மகிழ்ச்சியை ஊட்டும்.

குறிப்பு

பல்துறை அறிவு

சுற்றுலா வழிகாட்டி, மொழித்திறன் மட்டும் பெற்றிருந்தால் போதாது. அவருக்கு இலக்கியம், வரலாறு, புவியியல், கட்டடக்கலை, சிற்பக்கலை, ஓவியக்கலை, உளவியல், அறிவியல், இசைக் கருவிகள், நாட்டுப்புறக் கலைகள் போன்ற துறைகளிலும் ஓரளவு புலமை பெற்றிருத்தல் நல்லது. கட்டடக்கலையும் சிற்பக் கலையும் தெரியாத ஒரு வழிகாட்டி, தமிழ்நாட்டும் கோயில்களைப் பற்றிச் சரியாக விளக்க முடியாது. மிருகக்காட்சி சாலை, பறவைகள் சரணாலயம், பூங்காக்கள் ஆகியவற்றையும் பயணிகளுக்குக் காண்பிக்க வேண்டியிருந்ததால், பறவைகள், விலங்குகள், தாவரங்கள் பற்றிய அறிவும் வழிகாட்டிக்கு ஓர்ளவாகிலும் இருத்தல் அவசியம். பல்துறை அறிவு நிரம்பப் பெற்ற ஒரு சுற்றுலா வழிகாட்டி, மிகச் சிறப்பாகத் தனது தொழிலைச் செய்வார்.

பிறர் பண்பாடறிந்து பழகுதல்

வழிகாட்டியானவன் பலவிதமான பயணிகளிடமும் பலநாட்டுப் பயணிகளிடமும் பழக வேண்டியவன். பிறரைப் பற்றி அறிந்து, உணர்ந்து அதற்கேற்ப நடக்க வேண்டியவன். அவர்களது சமய உணர்வு, உணவு முறைகள், பழக்க வழக்கம், பண்பாடு, நடை உடை பாவனைகள் ஆகியவற்றை உய்த்துணர்ந்து அவர்களிடம் பழக வேண்டும். பயணிகளின் விருப்பம் யாது? அவர்களது எதிர்பார்ப்புகள் யாவை? என்பதனை அறிந்து அதற்கேற்ப வழிகாட்டி நடந்து கொள்வதே சாலச் சிறந்தது. பயணிகளின் பாங்கறிந்து கூறப்படும் விளக்கங்களும் உரைகளும் அவர்களை மகிழ்விக்கின்றன. இதுவே பண்பாடு இதுவே நாகரிகம். பசி நேரத்தில் விளக்கவுரைகளைக் குறைத்துக் கொள்வது நல்லது. பொழுது போக்குகளையும் கேளிக்கை களையும் பயணியரின் விருப்பம் அறிந்து, ஏற்பாடு செய்தல் இன்றியமையாதது.

தம் நாட்டின் வரலாறு பண்பாட்டுப் பெருமையை அறிதல்

ஒரு நல்ல வழிகாட்டி தனது நாட்டின் வரலாற்றையும், பண்பாட்டுப் பெருமையையும் தெரிந்து கொள்ள வேண்டியது அவசியம். நம் நாட்டின் பெரும்பாலான சுற்றுலா மையங்கள் கோயில்களும் கோட்டைகளும்

குறிப்பு

நினைவுச் சின்னங்களுமேயாகும். எனவே நம்நாட்டு வரலாற்றையும் பண்பாட்டையும் கற்றிருக்க வேண்டியது வழிகாட்டிகளின் கடமையாகும். எடுத்துக்காட்டாக தஞ்சை நகருக்குப் பயணிகளை அழைத்துச் செல்லும் ஒரு வழிகாட்டி முத்தரையர், சோழர், பாண்டியர், இராமநாதபுரத்து சேதுபதிகள், புதுக்கோட்டை தொண்டைமான்கள், தஞ்சை நாயக்கர், தஞ்சை மராட்டியர், போர்த்துகீஸியர். ஆங்கிலக் கிழக்கிந்தியக் கம்பெனியார் போன்றோரின். வரலாறு பற்றி அறிந்திருக்க வேண்டும். தஞ்சைப் பெரிய கோயிலில் முத்தரையர், சோழர், தஞ்சை நாயக்கர், தஞ்சை மராட்டியர் ஆகியோரது கலைப் பணிகள் உள்ளன. இவைகளை விளக்கியும், வேறுபடுத்தியும் கூறுவது நல்லது.

கோயில் கட்டடக் கலையும், சிற்பக் கலையும் (நாட்டிய கரணங்கள்) ஓவியக் கலையும், நமது பண்பாட்டின் மறு பதிப்புகளே. எனவே சிறந்த வழிகாட்டியாகப் புகழ்பெற விரும்பும் ஒருவர், தமது வரலாற்றையும், பண்பாட்டையும் அறிந்தவராக விளங்க வேண்டுவது அவசியமாகிறது.

எனவே சுற்றுலா வழிகாட்டியான ஒருவர் பன்மொழியறிவு நன்னடத்தை, தெளிவாகப் பேசும் ஆற்றல், பத்துறை அறிவு, நல்ல தோற்றம், கற்பனைத் திறம், சிரித்தமுகம், இனிமை, சூழ்நிலைக்கேற்பச் செயல்படும் திறன், கலையார்வம், பயிற்சி, படிப்பு, சுற்றுலா மையம் பற்றிய பூரண ஞானம் முதலானவற்றில் மேம்பட்டவராக விளங்க வேண்டும் என்பது அறியப்படுகின்றது. சுற்றுலா வழிகாட்டி சுற்றுலா வளர்ச்சியின் கலங்கரைவிளக்கம். இவரே பயணிகளின் நண்பர், ஆசான் மற்றும் நெறியாளர் ஒரு நாடு சுற்றுலா மேம்பாட்டைய வழிகாட்டியே உயிர்நாடி சுற்றுலாவின் வளர்ச்சி அவரது கையில்தான் உள்ளது.

சுற்றுலா வழிகாட்டிகள் பெற்றிருக்க வேண்டிய பண்பு நலன்கள், தகுதிகள் பற்றி அறிந்து கொண்ட நாம் வழிகாட்டிகள் பற்றிய மற்றுமொரு செய்தி பற்றியும் இங்கே காணலாம்.

பெண் வழிகாட்டிகள்

சுற்றுலா வழிகாட்டிகளாகப் பணிபுரியப் பெண்கள், ஆண்கள் இருவருமே தகுதி படைத்தவர்கள். வெளிநாடுகளில் பெரும்பாலும் பெண்களே வழிகாட்டிகளாகப் பணிபுரிகின்றனர். நம் நாட்டிலோ பெரும்பாலோர் ஆண்களே இப்பணியைச் செய்கின்றனர். ஒரு சுற்றுலா குழுவிற்கு ஒருவர் அல்லது ஒன்றுக்கு மேற்பட்டோர் வழிகாட்டிகளாகப்

குறிப்பு

பணியாற்றலாம். வெளிநாடுகளில் பல பெரிய குடும்பத்துச் சீமாட்டிகளும், சமூக சேவை நிறுவனத்தைச் சேர்ந்த மகளிரும். அயல்நாட்டுப் பயணிகளுக்கு வழிகாட்டியாகப் பணிபுரிய மனமுவந்து முன்வருகின்றனர். மணியன் அவர்கள் தமது “பிரெஞ்சு பயணக்கதை” எனும் நூலில், பிரெஞ்சுப் பெண் வழிகாட்டி சோனியாவின் திறமையையும், நளினத்தையும், கடமையுணர்வையும், உற்சாகத்தையும் பலபடப் பாராட்டுகிறார். மற்றொரு நூலில் “காலை எட்டு மணிக்கு திருமதி தாம்சன் உங்களை ஹோட்டலில் சந்தித்து இந்த இடத்திற்கு அழைத்துச் செல்வார். ஒன்பது மணிக்கு குமாரி ஜோஸப் உங்களைச் சந்திப்பார். பதினொரு மணிக்கு திருமதி பார்பாரா என்று வரிசையாகச் சொல்லி விடுகிறார்கள்” என்று மணியன் கூறுகிறார். இதனால் வெளி நாடுகளில் ஒரே பயணத்தை முடிக்கப் பல பெண் வழிகாட்டிகள் பணி புரிகின்றனர் என்பதை அறியலாம்.

நம் நாட்டிலும் சுற்றுலாத்துறை பெருவளர்ச்சி பெறவேண்டுமெனில், பெண்களும் சுற்றுலா வழிகாட்டிகளாகப் பணிபுரிய முன்வர வேண்டும். இதனால் நம் நாட்டில் உண் வழிகாட்டிகளே இல்லை என்பது பொருளல்ல. இப்போது பெண் வழிகாட்டிகள் பலர் பண்புரிகின்றனர். திருமதி அஞ்சனா, திருமதி கிரிஜா துரைசாமி, திருமதி சுனிதா நாராயணன் போன்ற சிறந்த பெண் வழிகாட்டிகள் மூ உள்ளனர். பெண்கள் பெருமளவில் இத்துறையில் பணியாற்றுவது நல்லது. எனவே திறமை மிக்க பெண்கள் பிலா இந்தியாவில் சுற்றுலா வழிகாட்டிகளாகத் தொண்டு புரியமனமுவந்து முன்வர வேண்டும்.

வழிகாட்டிகளுக்குப் பயிற்சி வகுப்புகள்

சுற்றுலா வழிகாட்டி வெற்றிகரமாகத் திகழ பயிற்சி அவசியமாகும். குறிப்பாக அதிலும் சிறப்பாக அயல்நாட்டுப் பயணியர்க்கு வழிகாட்டும் வழிகாட்டிகள் தேர்ச்சி பெற்றவர்களாக இருத்தல் வேண்டும். 1974 இல் மதுரை மீனாட்சி அம்மன் திருக்கோயிலில் வழிகாட்டிகளுக்குப் பயிற்சியளிக்கப்பட்டது. 1983 ஆம் ஆண்டு தமிழக அரசாலும் வழிகாட்டிகளுக்குப் பயிற்சி வகுப்புகள் நடத்தப்பட்டன.

முடிவுரை

பயணியின் சுற்றுலா வெற்றியிலும், நாட்டின் சுற்றுலா வளர்ச்சியிலும் பெரும் பங்கு வகிப்பவர் சுற்றுலா வழிகாட்டி. நம் நாட்டின் சுற்றுலா வழிகாட்டிகளான ஆண்களும் பெண்களும் மேலும் உற்சாகத்துடனும் திறமையுடனும் செம்மையாகப் பணிபுரிந்தால், நாம் எதிர்பார்க்கும் அளவிற்கு மேல், அயல்நாட்டுப் பயணிகளின் மூலம் நமது அரசு அந்நியச் செலாவணியைப் பெறும்.

சுற்றுலா மேலாண்மை

குறிப்பு

அலகு 5

இந்தியாவில் பொருளாதாரச் சொல்லாக சுற்றுலா

இந்தியாவில் பொருளாதாரச் சொல்லாக சுற்றுலா என்பது இரண்டாவது ஐந்திற்குப் ஆண்டுத் திட்டம் (1956) பிறகுதான் உருவானது. ஆரம்பத்தில் ஒரு புனித யாத்திரை செல்வது அல்லது உங்கள் நண்பர்கள் மற்றும் உறவினர்களை சந்திப்பது இந்தியாவில் சுற்றுலா என்று பொருள் கொள்ளப்பட்டது. அது அக்டோபர் 1966க்குப் பிறகுதான் இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சி நிறுவனம் (ஐவுனுஊ) நிறுவப்பட்டது மற்றும் இந்தியா புனித யாத்திரை அல்லது நண்பர்களைப் பார்ப்பதற்கு மட்டுமல்ல சுற்றுலாத் தலமாக விளம்பரப்படுத்தப்பட்டது.

உறவினர்கள் ஆனால் விடுமுறை இடமாக. ஐவுனுஊ இன் முக்கிய நோக்கமாக இருந்தது சரியான ஆலோசனை சேவைகளை வழங்குதல் மற்றும் இந்தியாவில் சுற்றுலாவை மேம்படுத்துதல் வளர்ச்சி நோக்கம்.

5.1 சார்ஜண்ட் குழு (Sargeant Committee):

இரண்டாம் உலகப்போருக்குப் பின்பு தான் உலக நாடுகளில் சுற்றுலா வளர்ச்சியடைய ஆரம்பித்தது என்பதை வரலாறு

நமக்குப் புலப்படுத்துகிறது. சுற்றுலாவின் முக்கியத்துவத்தை உணர்ந்த அப்போதைய ஆங்கில அரசு சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான பணிகளை ஆராய முற்பட்டது. 1945-ம் ஆண்டில்தான் இந்தியாவில் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான ஆக்கப்பூர்வ நடவடிக்கைகள் மேற்கொள்ளப் பட்டன. அந்த ஆண்டில்தான் இந்திய அரசு இந்தியாவில் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான சாத்தியக்கூறுகள் உள்ளனவா என்று ஆராய சர்ஜான் சார்ஜண்ட் என்ற அரசின் கல்வி ஆலோசகர் தலைமையில் ஒரு குழு ஒன்றை அமைத்தது. அக்குழு 1946 அக்டோபரில் தனது அறிக்கையைச் சமர்ப்பித்தது. இதுதான் இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு எடுக்கப்பட்ட முதல் அரசாங்க நடவடிக்கையாகும்.

5.1.1 சார்ஜெண்ட் கமிட்டியின் முக்கிய சிறப்பில்புகள்

1. இந்தியாவில் சுற்றுலாப் போக்குவரத்தை மேம்படுத்துவதற்கான சாத்தியக்கூறுகளை ஆய்வு செய்வதாகும்.
2. அனைத்து வழிகளிலும் உள் மற்றும் வெளியில் சுற்றுலாப் பயணிகளை ஊக்குவித்து மேம்படுத்துவது இந்தியாவின் நலனுக்காக இருக்கும் என்று சார்ஜெண்ட் கமிட்டி கருத்து தெரிவித்தது.
3. சுற்றுலாத்துறையை மேம்படுத்துவதில் வெற்றிகரமான நடவடிக்கைகளை எடுக்க குழு விரும்புகிறது. இது இந்தியாவின் வருவாயில் நேரடியாகவும் மறைமுகமாகவும் கணிசமாக கூடுதலாக இருக்கும். அது ஒழுங்காக ஒழுங்கமைக்கப்பட்டால் வணிகத்தின் ஒவ்வொரு அம்சமும் பயனடையலாம். சுதந்திரத்தின் போது இந்தியாவில் சுற்றுலாவிற்கு போதுமான உள்கட்டமைப்புகள் இருந்தன.
4. வெளிநாட்டினர் மற்றும் இந்தியர்கள் இருவரையும் பூர்த்தி செய்யும் வகையில் பல்வேறு வகையான ஹோட்டல்கள் கிடைக்கின்றன. போக்குவரத்து மற்றும் தகவல் தொடர்பு அமைப்பு கூட நாடு முழுவதும் போதுமானதாக இருந்தது.
5. ஏறக்குறைய அனைத்து முக்கிய சுற்றுலாத் தலங்களையும் ரயில் அல்லது சாலை மூலமாகவும் சில விமானங்கள் மூலமாகவும் எளிதாக அணுகலாம்.

6. நாட்டில் உள்ள அனைத்து விமான நிலையங்களும் சர்வதேச சுற்றுலாப் பயணிகளைப் பெறும் நிலையில் இருந்தன. இருப்பினும் மத்திய சுற்றுலா அமைப்பு இல்லாததால் பல்வேறு சேவைகளுக்கு இடையே ஒருங்கிணைப்பு இல்லை. சார்ஜென்ட் கமிட்டியின் பரிந்துரையின் விளைவாக மத்திய சுற்றுலா அமைப்பு அமைக்கப்பட்ட பிறகுதான் இந்தியாவில் சுற்றுலா சரியாக வளர்ந்தது.

7. குழுவின் முக்கியமான பரிந்துரைகளில் ஒன்று பம்பாய் டெல்லி கல்கத்தா மற்றும் மெட்ராஸ் ஆகிய பெருநகரங்களில் பிராந்திய அலுவலகங்களுடன் ஒரு தனி சுற்றுலா அமைப்பை மையமாக அமைக்க வேண்டும்.

5.1.2 சார்ஜென்ட் குழுவின் நோக்கம்:

சார்ஜென்ட் குழு கீழ்க்கண்ட நோக்கங்களுக்காக அமைக்கப்பட்டது.

- a) சுற்றுலா வர்த்தகத்தை அதிகரித்து விரிவுபடுத்த வேண்டும்.
- b) சுற்றுலாவிற்கு ஏற்ற இடங்களை உருவாக்கி அல்லது தேர்ந்தெடுத்து உள்நாட்டு மற்றும் வெளிநாட்டுப் பயணிகளைக் கவர்ந்திழுக்கும் வண்ணம் செய்யவேண்டும். சீதோஷ்ண நிலைகளுக்கேற்ப ஸ்தலங்களை அழகுபடுத்த வேண்டும்.
- c) சுற்றுலா பயணிகளுக்குத் தேவையான சகலவசதிகளையும் போக்கு வரத்து வசதி, இருப்பிடவசதி, உணவு விடுதிகள். வழிகாட்டும் புத்தகங்கள். சுற்றுலா சம்பந்தப்பட்ட ஏடுகள். அங்கீகரிக்கப்பட்ட சுற்றுலாத் துறையின் வழிகாட்டிகள் போன்றவைகளை பயணிகளுக்கும் கிடைக்கும் வண்ணம் செய்ய வேண்டும்.
- ன) மாநில அரசுகளும், மத்திய அரசும் வரலாற்றுச் சிறப்பு மிக்க சுற்றுலா ஸ்தலங்களை மேம்படுத்துவதற்காகவும். அடிப்படை வசதிகள் செய்வதற்காகவும் பரிந்துரைகள் செய்யவேண்டும்.

மேற்கண்ட நோக்கங்களை நிறைவேற்றுவதற்கான பரிந்துரைகளை சர்ஜென்ட் குழு அக்டோபர் 1946-ல் அரசாங்கத்திடம் சமர்ப்பித்தது. இந்தக் குழுவின் இன்றியமையாத பரிந்துரை

என்னவென்றால் இந்தியாவில் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு முழுநேரக் கவனத்தைச் செலுத்த ஒரு தனி நிறுவனத்தை ஏற்படுத்துவது என்பதேயாகும்.

5.1.3 சார்ஜெண்ட் குழுவின் பரிந்துரைகள்:

- 1) சுற்றுலாவின் பொருளாதர சமுதாய முக்கியத்துவத்தை உணர்ந்து அதன் மேம்பாட்டிற்குத் தனி நிறுவனம் ஒன்று அமைக்கப்பட வேண்டும். அதன் கிளைகள் பம்பாய், டில்லி, சென்னை, கல்கத்தா ஆகிய பெருநகரங்களில் அமைக்கப்பட வேண்டும்.
- 2) சுற்றுலா நிறுவனமானது அதிகப்படியான பயணிகளைக் கவர்ந்திழுக்கும் வகையில் செயல்பட வேண்டும். சுற்றுலாப்பயணிகளின் அதிகமான வருவாயால் அதிகப்படியான வருவாயைப் பெற முடியும்.
- 3) நாட்டின் பாரம்பரியத்தைப் போற்றும் வகையிலும் வரலாற்று முக்கியத்துவத்தை எடுத்துரைக்கும் நோக்கத்தோடும் சுற்றுலாத்துறையின் வளர்ச்சிக்கான வழிகளை மேற்கொள்ள வேண்டும்.
- 4) சுற்றுலாத்துறை பிரத்யேக அலுவலர்களைக் கொண்டு தனி நிறுவனமாகச் செயல்படவேண்டும்.
- 5) இந்திய சுற்றுலா மையங்களின் சிறப்புகளை எடுத்துரைக்கும் விளம்பரப் பிரிவு உலகமெங்கும் நிறுவப்படவேண்டும்.
- 6) சுற்றுலாவுக்குப் பொருத்தமான வழிகாட்டி நூல்கள், சுவரொட்டிகள், துண்டு வெளியீடுகள், சிறுசிறு நூல்கள் போன்றவற்றை உருவாக்க வேண்டும்.
- 7) வெளிநாட்டுப் பயணிகள் இந்தியாவில் விடுமுறை நாட்களைச் செலவழிக்க வசதிகள் செய்துகொடுக்க வேண்டும். நல்ல தட்பவெப்பமுள்ள இடங்களைச் சுற்றுலா மையங்களாக்க வேண்டும். இயற்கைக் காட்சிகள் நிறைந்த இடத்தை அழகுபடுத்த வேண்டும். புனிதமான இடங்களை விரிவுபடுத்த வேண்டும். வரலாற்றுப் புகழ்பெற்ற இடங்களை வெளிக்கொணரவேண்டும். தொல்பொருள் இடங்களைச் சிறப்பிடங்கள் ஆக்குவது போன்ற திட்டங்களைத் தீட்ட வேண்டும்.

- 8) சுற்றுலாப் பயணிகளுக்குத் தேவையான போக்குவரத்து வசதிகள் தங்குமிட வசதிகள் செய்துகொடுக்க வேண்டும்.
- 9) வழிகாட்டிகளுக்குப் பயிற்சி தர ஆவன செய்யவேண்டும்.
- 10) சுற்றுலாப் பயணிகளுக்குப் பயன்படும் நிறுவனங்களுடன் இணைந்து செயல்பட வேண்டும்.
- 11) தரம் வாய்ந்த உயவு விடுதிகள் அமைக்கப்பட வேண்டும்.
- 12) மத்திய மாநில அரசுகள் சுற்றுலாத் துறையில் ஈடுபாடு கொள்ளச் செய்யவேண்டும்.

குறிப்பு

5.2 சுற்றுலா அலுவலகங்கள் (Tourism offices):

சுற்றுலாத்துறையின் பிராந்திய அலுவலகங்கள் டில்லி, பம்பாய், சென்னை, கல்கத்தா ஆகிய நகரங்களில் செயல்பட்டு வருகின்றன. இவைகளுடன் 17துணை அலுவலகங்கள் உள்ளன. ஆக்ரா, அவுரங்காபாத், கொச்சின், ஜெய்ப்பூர், காஜூராகோ, வாரணாசி, கௌகாத்தி, ஷில்லாங், இம்பால், இத்தாநகர் போன்ற வெளிநாடு நகரங்களிலும் அலுவலகங்கள் செயல்பட்டு வருகின்றன. இவ்வாறு மொத்தம் 21 சுற்றுலா அலுவலகங்கள் இந்தியாவிலும். 18 சுற்றுலா அலுவலகங்கள் வெளிநாட்டிலும் செயல்படுகின்றன.

நியூயார்க், லாஸ் ஏஞ்சல்ஸ், சிகாகோ, டொரான்டோ, லண்டன், ஜெனிவா, பாரிஸ், பிரான்பர்ட், புருசல்ஸ், வீயன்னா, மிலான், சிட்னி, மெல்போர்ன், பெர்த் போன்ற வெளிநாட்டு நகரங்களிலும் சுற்றுலா அலுவலகங்கள் செயல்பட்டு வருகின்றன. இந்த அலுவலகங்கள் இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சியில் பெரும்பங்காற்றி வருகின்றன.

5.2.1 தேசிய அளவில் சுற்றுலாத்தகவல் மையங்கள்

சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு தகவல் மையங்கள் இருப்பது மிக அவசியம். நாடு முழுவதிலும் பல இடங்களில் தகவல் மையங்கள் தொடங்கப்பட்டன. பயணிகள் நுழைகின்ற முக்கியமான இடங்களில் பிராந்திய அலுவலகங்கள் அமைக்க ஏற்பாடுகள் செய்யப்பட்டன.

டெல்லி, மும்பை, கொல்கத்தா, சென்னை ஆகிய இடங்களில் சுற்றுலா அலுவலகங்கள் ஏற்படுத்தப்பட்டன. 1955-ஆம் ஆண்டிற்குள் நாடு முழுவதிலும் ஒன்பது தகவல் மையங்கள் ஆரம்பிக்கப்பட்டன. இவற்றின் தலையாய கடமைகள், உலகெங்கிலும் இருந்து வருகின்ற பயணிகளுக்கு இந்திய சுற்றுலாத்தலங்கள் பற்றிய அனைத்து விபரங்களையும் அறிவித்தல், சுற்றுலா விற்பனையில் அடங்கியுள்ள எல்லாப் பிரிவுகளோடும் நெருங்கிய தொடர்பு வைத்துக் கொள்ளுதல், பயணத்தில் பின்பற்றப்படும் சில மரபொழுங்குகளில் பயணிகளுக்கு உதவுதல், சுற்றுலா பற்றிய நூல்களை விநியோகித்தல் மற்றும் அவ்வப்போது பயணிகளுக்குத் தேவையான வசதிகள் உள்ளனவா என்று சோதனை செய்தல் போன்றவை.

5.2.2 இந்திய பன்னாட்டுத்தகவல் மையங்கள்

1952-ல் இந்திய அரசு அமெரிக்க ஐக்கிய நாடுகளில் நியூயார்க் நகரில் இந்திய சுற்றுலா அலுவலகம் ஒன்றைத் தொடங்கியது. சுற்றுலா மேம்பாட்டிற்காக இந்தியாவின் பிரத்தியேக அதிகாரிகளை இந்தியாவிற்கான இலங்கை மற்றும் ஆஸ்திரேலியா நாடுகளில் உயர்கமிஷன் அலுவலகங்களில் நியமித்தது. 1955 ஜூலை மாதம் லண்டனில் இந்திய அலுவலகம் திறக்கப்பட்டது. 1956-ல் கொழும்பில் மற்றும் இரண்டு அலுவலகங்கள் திறக்கப்பட்டன. இதனால் ஏராளமான பௌத்தர்கள் இலங்கையிலிருந்து இந்தியா வருவதற்கு உதவியாக இருந்தது. வெளிநாடுகளில் அமைக்கப்பட்ட இந்திய அலுவலகங்கள் இந்தியா வரவிரும்பும் பயணிகளுக்குத் தேவையான விபரங்களைத் தருவதில் பேருதவி செய்கின்றன.

5.3 சுற்றுலா அமைச்சகம்

இந்திய அரசின் ஒரு கிளையான சுற்றுலா அமைச்சகம் இந்தியாவில் சுற்றுலா வளர்ச்சி மற்றும் மேம்பாடு தொடர்பான விதிகள் ஒழுங்குமுறைகள் மற்றும் சட்டங்களை உருவாக்குதல் மற்றும் நிர்வகிப்பதற்கான உச்ச அமைப்பாகும். இது இந்திய சுற்றுலாத்துறைக்கு உதவுகிறது. அமைச்சின் தலைவர் ஸ்ரீ ஜி. கிஷன்

ரெட்டியால் நடத்தப்பட்ட சுற்றுலாத் துறை அமைச்சர் (இந்தியா). நாட்டின் மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியை மறைமுகமாக மேம்படுத்துவதற்கும் அவர்களுடன் நட்புறவைப் பேணுவதற்கும் அமெரிக்கா ஆஸ்திரேலியா வியட்நாம் தாய்லாந்து உள்ளிட்ட 43 நாடுகளில் இருந்து வரும் சர்வதேச பார்வையாளர்கள் இந்தியாவிற்குள் நுழையவருவதற்கான வருகை நிலைவசதி குறித்த விசாவை இந்திய அரசு அதிகாரப்பூர்வமாக அறிவித்தது.

சுற்றுலா அமைச்சகத்தின் தோற்றம்:

சுற்றுலாத் துறைக்கான தனியான துறை ஒன்று 1956 மார்ச் 1-ம் தேதி உருவானது அது அப்போது தனியாக செயல்படாமல் போக்குவரத்து மற்றும் செய்தித் தொடர்பு அமைச்சகத்தின் கீழேயே செயல்பட ஆரம்பித்தது. இந்த புதிய சுற்றுலா துறை ஒரு தலைமை இயக்குநர் (Director General) தலைமையில் செயல்பட்டது. அவருக்குக் கீழ் ஒரு துணை நிர்வாக இயக்குநர்கள் முறையே நிர்வாகத்துறை, பிரசுரிமைத்துறை, பயணத் தொடர்புத்துறை, திட்டமேம்பாட்டுத் துறை போன்றவற்றை நிர்வகித்தனர். 1967 மார்ச் 14-ம் தேதி இந்த சுற்றுலாத் துறையானது ஜனாதிபதியின் ஆணையின்படி தனிப்பெரும் அமைச்சகமாக உருவாகிச் செயல்படத் தொடங்கியது.

1962-ம் ஆண்டு டி.மு. ஜா (தூய) என்பவரைத் தலைவராகக் கொண்டு குழு ஒன்று அமைக்கப்பட்டது. இந்தக் குழு இந்தியாவில் சுற்றுலாப் பயணிகளின் வரவை அதிகப்படுத்துவதற்கும். விடுதி மற்றும் போக்குவரத்து வசதிகளைக் கவனிப்பதற்கும் தனித்தனி கழகங்களை அமைக்க வேண்டும் என்றும் கூறி தனது பதினைந்து அம்ச திட்டத்தை வெளியிட்டது.

ஒரு கேபினட் அமைச்சரின் தலைமையில் சுற்றுலாவுக்கென்று ஒரு தனி அமைச்சகம் தோன்றிய பின்பு சுற்றுலாத்துறை பிரமிக்க வகையில் வளர்ச்சியடைந்தது. முக்கிய நகரங்களிலும், சுற்றுலாத் தகவல் அலுவலகங்கள் திறக்கப்பட்டன. வெளிநாடு 'குல்மார்க் " என்ற இடத்தில் பனிக்கால விளையாட்டுகளை மேம்படுத்துவ தற்கான செயல்திட்டம் (Project) ஒன்று உருவானது. அயல் நாடுகளில் இந்திய விமான நிறுவனத்துடன் (யுசை ஐனெயை) இணைந்து விளம்பரம் மற்றும்

செய்திபரப்பும் பணியையும் செய்து வருகிறது. இந்தப் பணிகளுக்குச் செயல்முறைத் திட்டம்(Operation Scheme) என்று பெயர்.

குறிப்பு

இத்திட்டத்தின்படி வெளிநாடுகளில் சுற்றுலா விற்பனையை மேம்படுத்தும் நோக்கம் தீவிர நடவடிக்கைகளை சுற்றுலாத்துறையும் இந்திய விமானக் கழகமும் இணைந்து செய்து வருகின்றன. இந்த செயல் முறைத் திட்டத்திற்கு ஆகும் செலவுகளை இந்திய சுற்றுலாத்துறையும், இந்திய விமான நிறுவனமும்(யுசை ஐனையை) கூட்டாக ஏற்றுக் கொள்கின்றன. அயல் நாட்டில் உள்ள சுற்றுலா அலுவலகங்கள் மற்றும் சுற்றுலாத் துறைக்கும். அயல் நாட்டுப் பயணப்பணி நிறுவனங்களுக்கும் நேரடி இணைப்பாக இருந்து இவை செயல்படுகின்றன.

மேற்கண்ட பல்வேறு திட்டங்களைத் தீட்டியும், உள்நாட்டிலும் வெளிநாட்டிலும் அலுவலகங்களைத் திறந்தும் செயல்பட்டதான் காரணமாக சுற்றுலாப் பயணிகளின் வருகை அதிகரித்தது.1960-ம் ஆண்டில்1,02,395 ஆக இருந்த அயல்நாட்டுப் பயணிகளின் எண்ணிக்கை 1981-ல் 5,53,148 ஆக உயர்ந்தது. இது 1960-ம் ஆண்டைக் காட்டிலும் ஏழு மடங்கு அதிகமாகும். அதனைத் தொடர்ந்து ஆண்டுதோறும் பயணிகளின் வருகை 15 சதவீதம் அதிகரித்து பின்னர் அது 20 சதவீதமாக உயர்ந்தது.1995-96ம் ஆண்டில் இந்தியாவிற்கு 21,84 லட்சம் பயணிகள் வருகை புரிந்தனர்.1997-ம் ஆண்டில் 23,74,094 பயணிகள் இந்தியாவுக்கு வந்தனர். இந்தியாவுக்கு சுற்றுலா மூலம் 1996-97ல் 10,418 கோடி அன்டீனிய செலவாணிகிடைத்தது. 1997-98ல் அது 11,264 கோடியாக அதிகரித்தது. 2000-ம் ஆண்டு 14,403,63 கோடியாக உயர்ந்தது.

5.3.1 சுற்றுலாத் துறையின் பணிகள்:

சுற்றுலா அமைச்சகம் தேசிய கொள்கைகள் மற்றும் திட்டங்களை உருவாக்குவதற்கும் பல்வேறு மத்திய அரசு நிறுவனங்கள் மாநில அரசுகள் ∴ யூனியன் பிரதேசங்கள் மற்றும் தனியார் துறையின் செயல்பாடுகளை ஒருங்கிணைப்பதற்கும் நாட்டின் சுற்றுலா வளர்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டிற்காகவும் முக்கிய நிறுவனமாக உள்ளது. இந்த

அமைச்சகம் மத்திய சுற்றுலாத்துறை அமைச்சர் மற்றும் மாநில அமைச்சர்களின் தலைமையில் உள்ளது.

சுற்றுலா மேலாண்மை

அமைச்சின் நிர்வாகத் தலைவர் செயலாளர் (சுற்றுலா) ஆவார். பல்வேறு கொள்கைகள் மற்றும் திட்டங்களை செயல்படுத்துவதற்கான நிர்வாக வழிகாட்டுதல்களை சுற்றுலா இயக்குநர் ஜெனரல் அலுவலகம் வழங்குகிறது. சுற்றுலா இயக்குநரகம் நாட்டிற்குள் 20 அலுவலகங்களைக் கொண்டுள்ளது மற்றும் வெளிநாட்டில் 8 அலுவலகங்கள் மற்றும் ஒரு துணை அலுவலகம். திட்டம் அதாவது இந்திய பனிச்சறுக்கு மற்றும் மலையேறுதல் நிறுவனம் (IISM) / குல்மார்க் குளிர்கால விளையாட்டுத் திட்டம் ஆகியவற்றைக் கொண்டுள்ளது. வெளிநாட்டு அலுவலகங்கள் அந்தந்த பகுதிகளில் சுற்றுலா மேம்பாடு மற்றும் சந்தைப்படுத்துதலுக்கு முதன்மையான பொறுப்பாகும் மேலும் இந்தியாவில் உள்ள கள அலுவலகங்கள் சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு தகவல் சேவையை வழங்குவதற்கும் களத் திட்டங்களின் முன்னேற்றத்தைக் கண்காணிப்பதற்கும் பொறுப்பாகும். ஐஐஎஐஆர்.புரூஸ் இன் செயல்பாடுகள் இப்போது புத்துயிர் பெற்றுள்ளன

குறிப்பு

சுற்றுலா அமைச்சகம் ஒரு பொதுத்துறை நிறுவனத்தையும் இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம் லிமிடெட் மற்றும் பின்வரும் தன்னாட்சி நிறுவனங்களையும் கொண்டுள்ளது:

- இந்திய சுற்றுலா மற்றும் பயண மேலாண்மை நிறுவனம் (IITM) மற்றும் தேசிய நீர் விளையாட்டு நிறுவனம் (ஐஐஎஐ)
- ஹோட்டல் மேலாண்மை மற்றும் கேட்டரிங் தொழில்நுட்பத்திற்கான தேசிய கவுன்சில் (ஹோட்டல் மற்றும் ஹோட்டல் மேலாண்மை நிறுவனங்கள்).

சுற்றுலா அமைச்சகம் நாட்டின் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான நோடல் ஏஜென்சியாக செயல்படுகிறது. மாநில: யூனியன் பிரதேச அரசாங்கங்களின் முயற்சிகளை ஒருங்கிணைத்து, துணைபுரிவதிலும், தனியார் முதலீட்டை ஊக்குவிப்பதிலும், ஊக்குவிப்பு மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் முயற்சிகளை வலுப்படுத்துவதிலும், பயிற்சி பெற்ற மனிதவள வளங்களை வழங்குவதிலும் இது முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது.

குறிப்பு

இந்தியா சுற்றுலாத் துறையில் சுற்றுலா மேம்பாடு மற்றும் அமைப்பு முறைகள் கீழ்க்கண்ட பல பிரிவுகள் மூலம் செயல்படத்தப்படுகின்றன. a) திட்டமிடுதல் b) விளம்பரம் செய்தல் கூட்டங்கள் நடத்துதல் c) வாகனவசதி செய்தல் வரவேற்று உபசரித்தல், d) தங்கும் வசதி செய்து தரல், e) வனவிலங்கு உள்ள இடங்களை கூடுதல் சுற்றுலா மையங்களாக்குதல், f) சந்தைப்படுத்துதல், g) நிர்வாகப்பிரிவு போன்ற ஏழு பிரிவுகளை உடையது.

சுற்றுலாத்துறையில் செயல்பாடுகள் பன்மடங்காகப் பெருகியுள்ளது.இதன் பணிகள் பின்வருமாறு.

a) இந்தியாவில் சுற்றுலா சம்பந்தப்பட்ட தகவல்களைச் சேகரித்து தொகுத்து இந்தியா மற்றும் வெளிநாடுகளுக்கு பகிர்ந்து கொடுக்கிறது. பன்னாட்டுச்சுற்றுலாப் பயணிகள், சுற்றுலா அமைப்பாளர்கள், விமானம், விடுதி, நீராவிக்கப்பல், போன்ற பயண நிறுவனங்கள் ஆகியோர்கள் கேட்கும் தகவல்களை அளித்து வருகிறது.

b) பன்னாட்டுப் பயண மற்றும் சுற்றுலா நிறுவனங்களுடன் அரசு மற்றும் அரசு சாராத ஒத்துழைப்பை ஏற்படுத்திக்கொண்டு செயல்படுகிறது.

c) வெளிநாட்டுப் பயணிகளுக்குப் பிடித்தமான சுற்றுலா வசதிகளைச் செய்து கொடுத்தல்

d) சுற்றுலாவின் முக்கியத்துவத்தைப் பற்றிய விழிப்புணர்வை இந்தியா மற்றும் வெளிநாடுகளில் விளம்பரம் செய்தல்.

e) வெளிநாட்டுச் சுற்றுலாப் பயணிகள் இந்தியாவில் பயணம் செய்வதற்கான சட்டதிட்டங்களை எளிமைப்படுத்துதல்.

f) தங்கும் விடுதிகள், இளைஞர் விடுதிகள், சுற்றுலா முகவர்கள் வனத் துறை வழிகாட்டிகள், உணவு விடுதிகள் சுற்றுலாப் பேருந்து அமைப்பாளர்கள் ஆகியோர்களுடன் தொடர்பு கொள்ளுதல்.

g) உள்நாட்டு வெளிநாட்டுச் சுற்றுலாப் பயணிகளைப் பற்றிய புள்ளி விபரங்களைச் சேகரித்தல் போன்றவை சுற்றுலாத் துறையின் முக்கியமான பணிகளாகும்.

மற்ற அமைச்சகங்களுடன் சீரான தொடர்பையும் ஒத்துழைப்பையும் ஏற்படுத்துவதற்காக, சுற்றுலா சம்பந்தப்பட்ட எல்லா நடவடிக்கைகளையும் ஒருங்கிணைப்பதற்காக சுற்றுலாத்துறை கீழ்க்கண்ட பல ஆலோசனைக் குழுக்களை அமைத்துக் கொண்டுள்ளது, அவை வருமாறு:

- a) நிலையான அடிப்படை வசதிகளை செய்வதற்கான நிர்வாக இயக்குநர் தலைமையிலான குழு.
- b) உள்நாட்டு சிவில் விமானப் போக்குவரத்து ஆலோசனைக்குழு.
- c) ஏற்றுமதி இறக்குமதி ஆலோசனை சபை.
- d) இந்திய வனவிலங்கு வாரியம்.
- e) மைய அளவிலான தொல்பொருள் ஆராய்ச்சி ஆலோசனை வாரியம்.
- f) சர்வதேச விமானப் போக்குவரத்துத் திட்டக்குழு.
- g) தொழிலாளர் அமைச்சகத்தைச் சார்ந்த விடுதித்தொழில் மேம்பாட்டுக்குழு.
- h) விடுதிகள் நிர்வாக மேம்பாட்டுக்குழு.
- i) நினைவுச் சின்னங்கள், வரலாற்று சிறப்புபெற்ற ஓவியங்கள், கட்டிடங்கள் போன்றவற்றைப் பாதுகாப்பதற்கான பிரத்யேகக் குழு.
- j) மைய அளவிலான தபால் தந்தி ஆலோசனைக் குழு.
- k) இந்தியா சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம் (ITDC)

5.4 இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம் (INDIA TOURISM DEVELOPMENT CORPORATION)

இந்தியாவில் சுற்றுலா 1960-ம் ஆண்டுக்குப்பிறகு வேகமாக வளர்ச்சியடைந்தது. எனவே சுற்றுலா மேம்பாட்டுக்கான ஆலோசனை கூறும்படி ஜா (தூய) என்பவர் தலைமையில் கமிட்டி ஒன்று அமைக்கப்பட்டது. இந்த 'ஜாக்' கமிட்டி 1963-ல் தனது பரிந்துரைகளைச் சமர்ப்பித்தது. மத்திய அரசு சுற்றுலாத் துறையில் மிகுதியான கவனம்

குறிப்பு

செலுத்த வேண்டும். இந்திய விடுதிக்கழகம். இந்திய சுற்றுலாத்துறைக் கழகம், இந்திய சுற்றுலாத்துறை போக்குவரத்துக் கழகம் என்ற மூன்று கழகங்களை உருவாக்க வேண்டும் என்று ஜா கமிட்டி பரிந்துரைத்தது. அதன்படி மேற்கண்ட மூன்று கழகங்களை 1965-ல் இந்திய அரசு 1953-ம் வருடக் கம்பனிச்சட்டத்தின் கீழ் அமைத்தது. சுற்றுலா விடுதிகளைக் கட்டி நிர்வகிப்பது. சுற்றுலாப் பயணிகளுக்குப் போக்குவரத்துச் சாதனங்களைக் கொடுத்து உதவுவது போன்ற பணிகளை இந்த மூன்று கழகங்களும் செய்தன.

ஆனால் பின்னர் இந்திய அரசு பொருளாதாரச் சிக்கனம். திறமையாகச் செயல்படல், ஒவ்வொன்றும் ஒருங்கிணைத்து செயல்படல், முறையாகத் திட்டங்கள் தீட்டல் போன்ற காரணங்களக்காக இந்த மூன்று கழகங்களையும் இணைக்க முடிவு செய்தது. அதன்படி 1966 அக்டோபர் 1-ம் தேதி இந்த மூன்று நிறுவனங்களும் இணைக்கப்பட்டு டெல்லியில் இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம் என்ற பெயருடன் சுற்றுலாத்துறையின் ஆதரவுடன் செயல்பட ஆரம்பித்தது. நிர்வாகச் சீர்திருத்தக் குழுவின் (Administrative Reforms commission) பரிந்துரையின்படி, அசோகா ஓட்டல்கள், ஜனபத் ஓட்டல்கள், லோடிஓட்டல்கள், ரஞ்சித் ஓட்டல்கள் ஆகியவை இந்தியா சுற்றுலாக் கழகத்துடன் 1970மார்ச் 28-ல் இணைக்கப்பட்டு செயல்படத் தொடங்கின. இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கழகம் ஒரு அரசு பொதுத்துறை நிறுவனம் ஆகும்.

5.4.1 இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகத்தின் நோக்கங்கள்:

(Objectives):

இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகத்தின் நோக்கங்களையும், பணிகளையும் கீழ்க்கண்டவாறு வரிசைப்படுத்தலாம்.

- 1) சுற்றுலாப் பயணிகளின் வசதிக்காக ஓட்டல்கள், மோட்டல்கள், சிற்றுண்டியகங்கள், விருந்தினர் மாளிகைகள், பயணியர் மாளிகைகள், கடற்கரை பொழுதுபோக்கு மையங்கள் ஆகியவற்றைப் பல்வேறு இடங்களில் நிறுவிப் பராமரித்தல்.

- 2) சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு வேண்டிய அனைத்து ரக போக்குவரத்து வசதிகளை அளித்தல்
- 3) சுற்றுலாப் பயணிகளின் இன்பப் பொழுது போக்கிற்காக இன்னிசை நிகழ்ச்சிகள், ஒலி ஒளி காட்சிகள், நாட்டிய நாடகங்கள் முதலானவற்றை நடத்துதல்.
- 4) அயல் நாடுகளில் உள்ள பயணிகளைக் கவர்ந்திழுப்பதற்காக நாட்டில் உள்ள பாரம்பரியம் மற்றும் கலாச்சார முக்கியத்துவத்தை விளம்பரம் மூலம் தெரியப்படுத்துதல்.
- 5) சுற்றுலா பயணிகளுக்குத் தேவையான எல்லாப் பொருட்களும் கிடைக்கக் கூடிய பல்பொருள் அங்காடிகளை ஏற்படுத்துதல்.
- 6) இந்தியாவிலும் வெளிநாட்டிலும் சுற்றுலா சம்பந்தப்பட்ட மேலாண்மை சேவை செய்து கொடுத்தல் ஆகியவையாகும்.

5.4.2 இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகத்தின் பணிகள்:

இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகமானது சிறப்பான பல பணிகளைச் செய்து வருகிறது. விடுதிகள், சிற்றுண்டி சாலைகள் மற்றும் சுற்றுலாவின் பிற துறைகளில் தேவைப்படும் மனித சக்தியை உருவாக்கும் நடவடிக்கைகளைச் செய்து வருகிறது. இதற்காக இந்த கழகம் நாட்டில் 21 விடுதி நிர்வாகம் மற்றும் விருந்துக்கும் தொழில் நுட்ப நிறுவனங்களையும் (ஐஎவ்வைரவந மூக ஈழவநட அயயெபநஅநவெ யனெ உயவநசபெ வநஉாமெடழபல) 15 சமயல்கலை பயிற்றுவிக்கும் நிறுவனங்களையும் (குழழன-உசயகவ ஐஎவ்வைரவந) அமைத்துள்ளது. இந்த நிறுவனங்கள் விடுதி நிர்வாகத்திலும், சமயல்கலையிலும் பட்டய வகுப்புகளை (ஹூனிடழஅய உழரசளநள) நடத்தி வருகின்றன. இந்த படிப்புகள் ஆறுமாதம் முதல் ஒருவருடம் வரையிலான கால அளவு கொண்டவை. இந்த வகுப்புகள் மூலம் சுற்றுலாத் துறைக்குத் தேவைப்படும் மனித சக்தி கிடைக்கிறது.

மேலும் இந்த கழகம் சாகசசுற்றுலாவை (யுனெநவெரசமூரள வுழரசளைஅ) மேம்படுத்தவும் சில நிறுவனங்களை நடத்தி வருகிறது.

குறிப்பு

கோவாவில் தேசிய நீர் விளையாட்டு நிறுவனமும் (யேவழையெட ஐளவவைரவந மூக நயவநச ளிழசவள) குல்மார்க்கில் இந்திய மலையேறுதல் மற்றும் வானபறக்கும் பயிற்சி நிறுவனமும் (ஐனெயெ ஐளவவைரவந மூக ளமடைபெ யனெ அழரவெயநெநசபெ- ஐஐளுஆ) செயல்பட்டு வருகின்றன. மேலும் இது சம்பந்தமாக ஆலி, பாட்னிடாப், குல்மார்க், குலு (யுரடஇ யீவவெவழிஇ புரடஅயசப முரடர) ஆகிய இடங்களில் வகுப்புகளையும் நடத்தி வருகிறது. இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கழகம்.

மேலும் இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம் நாட்டிலுள்ள நட்சத்திர விடுதிகளை தரவாரியாக(ஒன்று முதல் ஐந்து நட்சத்திரம்) வகைப்படுத்துகிறது. ஒவ்வொரு மூன்று வருடத்திற்கு ஒரு முறை இவ்வாறு வகைப்படுத்துகிறது. இதற்காகவே விடுதிகள் மற்றும் சிற்றுண்டிச்சாலை ஒப்புதல் மற்றும் வகைப்படுத்துதல் குழு“ (வாந ர்ழவநடள யனெ சுநளவயரசயவெள யீசமுளயட யனெ உடயளளகைகையவழெ உழஅஅவைவநந- ர்சயுஊஊ) ஒன்று அமைக்கப்பட்டுள்ளது. இந்த குழுவில் மத்திய சுற்றுலாத்துறை, மாநில அரசுகள், விடுதி மற்றும் சுற்றுலாத்துறை சங்கங்களின் பிரதிநிதிகள் இதில் உறுப்பினர்களாக உள்ளனர்.

2000-ம் வருட மார்ச் கணக்கெடுப்பின்படி இந்தியாவில் 1164 விடுதிகள் உள்ளன. அவைகளில் 72இ 156அறைகள் உள்ளன. இந்த விடுதிகள் அனைத்தும் சுற்றுலாத்துறையால் அங்கீகரிக்கப்பட்டவை ஆகும். தற்சமயம் 157 ஒரு நட்சத்திர விடுதிகள். 377 இரண்டு நட்சத்திர விடுதிகள், 356 மூன்று நட்சத்திர விடுதிகள், 94 நான்கு நட்சத்திர விடுதிகள், 62 ஐந்து நட்சத்திர விடுதிகள், 54 ஐந்து நட்சத்திர டீல்க்ஸ் விடுதிகள். 64 பாரம்பரியத் தன்மை கொண்ட விடுதிகள் இந்தியாவில் உள்ளன. இந்த விடுதிகள் சுற்றுலாவளர்ச்சிக்கு பெரும் சேவை செய்து வருகின்றன.

மேலே கூறப்பட்ட நோக்கங்களையும், பணிகளையும் நிறைவேற்றும் வகையில், இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கழகம், மைய அரசின் 'சுற்றுலா மற்றும் விமானப் போக்குவரத்து அமைச்சகத்தின் ஒத்துழைப்புடன் சுற்றுலாவை முன்னேற்றி வருகிறது.

5.4.3 சுற்றுலாச் சேவைகள்

மேற்கண்ட 5 நோக்கங்களை அடிப்படையாகக் கொண்டு இந்தியச் சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான பல இன்றியமையாச் சேவைகளைச் செய்து வருகிறது. தொடக்கத்தில் இக்கழகம் 129 அறைகளைக் கொண்ட ஓட்டலும், 50 சொகுசுக் கார்களும், பேருந்துகளுமே பெற்றிருந்தது. ஆனால் இப்போது இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம் அறுபதாயிரம் அறைகள் கொண்ட ஓட்டல்களையும், முந்நாறுக்கும் மேற்பட்ட நல்ல போக்குவரத்து வாகனங்களையும் கொண்ட பெரிய நிறுவனமாக வளர்ந்தோங்கிச் செயல்படுகிறது. தற்போது 2,12,858 அறைகள் கட்டப்பட்டு வருகின்றன. இதுவே இந்தியாவில் உள்ள பிற தங்குமிட நிறுவனங்களைக் காட்டிலும் மிகப் பெரிய தங்குமிட வசதிகள் கொண்ட நிறுவனமாகும். நல்ல தரமான உணடி, உறையுள் வசதிகளைக் கொடுத்தல், வரியில்லா அங்காடிகளை வானூர்தி நிலையங்களில் நடத்துதல், கேளிக்கை மிக்க ஒலி -ஒளி நிகழ்ச்சிகளை அமைத்தல், சிறந்த விளம்பரப் பொருட்களை உற்பத்தி செய்தல் போன்றவை அக்கழகத்தின் பிற சேவைகள் ஆகும். இந்திய சுற்றுலாக் கழகம் தொடர்பயணச் சுற்றுலாக்கள் பலவற்றையும், வட்டச் சுற்றுலாக் களையும் செம்மையாக நடத்துகிறது. விற்கிறது. மேலும் இந்தியச் சுற்றுலாப் பண்டத்தை மேம்படுத்துவதிலும் சுற்றுலாத் தொழில் வளர்ச்சியிலும் இந்தியச் சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம் முக்கியப் பங்கு வகிக்கின்றது.

5.4.4 மாநிலச் சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம்

இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம் நாட்டளவிலும் வெளிநாட்டளவிலும் ஆற்றும் பணிகளை, மாநில சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம் மாநில அளவில் ஆற்றுகின்றது. இது குறைந்த வருமானம் உடையோர் தங்குவதற்கேற்றவாறு ஓய்வு விடுதிகளைக் கட்டிச் செயல்படுத்துகிறது. (நிர்வகிக்கிறது) அத்துடன் சுற்றுலா மையங்களின் வசதிகளைப் பெருக்குதல் தொடர் பயணச் சுற்றுலாக்களை நடத்துதல் விற்றல், விளம்பரம் செய்தல் போன்றவையும் அதன் பணிகளாகும்.

குறிப்பு

இவ்வகையில் நோக்கும் போது தமிழ்நாடு சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம் ஆற்றி வரும் பணி, போற்றத் தக்கது எனலாம்.

குறிப்பு

5.4.5 சுற்றுலாவில் தனியார் பணி

தனியார் துறை, சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு நல்ல வசதிமிக்க நட்சத்திர உணவு விடுதிகளையும் தங்கும் விடுதிகளையும் அமைத்து சிறந்த விருந்தோம்பலைக் கடைப் பிடிக்கின்றது. தனியார் துறையிலேயே பெரும்பாலான பயணப் பணி நிறுவனங்கள் உள்ளன. அவை உள்நாட்டு. வெளிநாட்டுப் பயணங்களை உருவாக்கி இந்தியச் சுற்றுலா ஏற்றம் பெற பேருதவி புரிகின்றன. தனியார் துறை முயற்சிகளுக்கு அரசு நிதியுதவியும் மானியமும் வழங்கி வருகின்றது.

இந்தியச் சுற்றுலாவை வளர்க்கும் பொறுப்பு அரசு, பொதுத்துறை தனியார்துறை மற்றும் பொதுமக்கள் ஆகியோரின் கரங்களில் உள்ளது என்பதனை உணர்ந்து ஆக்க பூர்வமான செயலில் இறங்க வேண்டும்.

5.4.6 ஐந்தாண்டுத் திட்டங்களும் சுற்றுலாவும்

ஒரு நாட்டிற்கு அந்நியச் செலாவணியை ஈட்டித் தரும் தொழில்களுள், சுற்றுலாத் தொழில் முக்கிய இடம் பெறுகிறது. சுற்றுலா வருவாய் கண்ணுக்குத் தெரியாத வருவாயாகும். சுற்றுலாவினால் தேசிய வருவாய் கூடுகிறது. நாட்டின் முன்னேற்றத்திற்கு உறுதுணைபுரியும் சுற்றுலாத் தொழிலை மேம்படுத்துவதில் அனைத்து நாடுகளும் முனைப்புடன் செயல்படுகின்றன. எனவே அரசாங்கம் சுற்றுலாத் தொழிலின் வளர்ச்சிக்காக ஆண்டுதோறும் நிதி ஒதுக்கீடு செய்து அவற்றைச் செல்வ செய்து, சுற்றுலா மையங்களை அழகு படுத்துவதுடன், தேவையான போக்குவரத்து வசதிகளையும் தங்குமிட வசதிகளையும் பெருக்குகிறது. இதற்காகச் செலவு செய்யப்படும் பணம் வீணாவதில்லை மாறாகப் பன்மடங்கு வருவாயை ஈட்டித்தருகிறது. இதில் ஒரு ரூபாய் முதலீடு செய்தால் ஐம்பது ரூபாய்க்கு மேல் லாபம் கிடைக்கிறது. தேசிய ஒருமைப்பாட்டையும் பன்னாட்டு நல்லுறவையும் வளர்ப்பதுடன் பல்லாயிரக் கணக்கான மக்களுக்கு வேலைவாய்ப்பளிக்கும் சுற்றுலாத் தொழிலை முன்னேற்ற, நம் பாரத

அரசும் ஐந்தாண்டுத் திட்டங்களில் சுற்றுலா வணிகத்தை வளர்ச்சியடையச் செய்யத் திட்டங்கள் தீட்டியது பற்றிக் காண்டோம்.

சுற்றுலா மேலாண்மை

அ. முதலாவது ஐந்தாண்டுத் திட்டம் (1951-1956)

இத்திட்டக் காலத்தில் சுற்றுலாவின் முக்கியத்துவம் உணரப்படாததால் சுற்றுலாவின் மீது கவனம் செலுத்தப்படவில்லை. எனவே அதன் வளர்ச்சிக்காக நிதி ஒதுக்கப்படவில்லை. இருப்பினும் இத்திட்டக் காலத்தில்தான் நியூயார்க், லண்டன், பாரிஸ், கொழும்பு முதலான ஒன்பது இடங்களில் இந்தியச் சுற்றுலா அலுவலகங்கள் திறக்கப்பட்டன.

ஆ. இரண்டாவது ஐந்தாண்டுத் திட்டம் (1956-1961)

இக்காலக் கட்டத்தில் சுற்றுலாத் தொழிலின் முக்கியத்துவம் ஓரளவு உணரப்பட்டது எனவே பார்த அரசு 3.36 கோடி ரூபாய் நிதி ஒதுக்கியது. சுற்றுலாவிற்றுகென தனித்துறை உருவாக்கப்பட்டது (1958). சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான அடிப்படை வசதிகளைச் செய்வதில் இத்துறை ஆர்வம் காட்டியது.

இ. மூன்றாவது ஐந்தாண்டுத் திட்டம் (1961-1966)

இத்திட்ட காலத்தில் பாரத அரசு சுற்றுலாவை முன்னேற்றுவதில் பேரார்வும் காட்டியது. எனவே எட்டு கோடி ரூபாய் நிதி ஒதுக்கீடு செய்யப்பட்டது. புலனெசுவரம், கஜீராஹோ, கொனாரக், மாமல்லபுரம், தஞ்சாவூர்-முதலான மையங்கள், சிறப்பானதாகத் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டு, முன்னேற்றத்திற்கான செயல்வடிவங்கள் தீட்டப்பட்டன. எதிர்பாராத வகையில், பாகிஸ்தானின் ஆக்கிரமிப்பு இக்காலக் கட்டத்தில் நிகழ்ந்ததால், ஐந்தாண்டுத் திட்டம் கைவிடப்பட்டு, ஆண்டுத் திட்ட முறை அமுலுக்கு வந்தது. எனவே இத்திட்ட காலத்தில் இதன் (1866-69) சுற்றுலா மேம்பாட்டிற்காக ஏழு கோடி ரூபாய் மட்டுமே வளர்ச்சி இதுக்கப்பட்டது. தடைப்பட்டது. ஐந்தாண்டுத் திட்டம் கைவிடப்பட்டு,

ஈ.நான்காவது ஐந்தாண்டுத் திட்டம் (1969-1974)

சுற்றுலாத்துறையில் இத்திட்டகாலம் ஒரு மைல் கல் ஆகும். ஏனெனில் சுற்றுலாவிற்றுகுத் தொழில் துறை தகுதி வழங்கப்பட்டது. இக்காலத்தில் தான். பாரத அரசு சுற்றுலாவிற்றுகாக 36 கோடி ரூபாய்

குறிப்பு

ஒதுக்கியது. இதில் 11கோடி ரூபாய்மாநிலங்களின் சுற்றுலாத் திட்டங்களுக்கு வழங்கப்பட்டது. சுற்றுலா ஏற்பாடு செய்து வரும் தனியார் துறைகளுக்கு சொகுசு வாகனங்கள் வாங்கவும், சொகுசு விடுதிகள் கட்டவும் கடன் வழங்கப்பட்டன. மத்திய அரசு சுற்றுலாவை ஊக்குவிக்க வாகன வசதிகளையும் சாலை வசதிகளையும் பெருக்குவதில் ஆர்வம் காட்டியது.

உ. ஐந்தாவது ஐந்தாண்டுத் திட்டம் (1974-1979)

இத்திட்ட காலத்தில் சுற்றுலா மேம்பாட்டிற்காக 40.74 கோடி ரூபாய் ஒதுக்கப்பட்டது. இதில் இந்திய சுற்றுலாத் துறைக்கு (ஐவுனுஊ) 26.32 ரூபாய் ஒதுக்கப்பட்டு, வளர்ச்சிப் பணிகள் மேற்கொள்ளப்பட்டன. 17.12 கோடி ரூபாய் நிதி இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகத்திற்கும் ஒதுக்கப்பட்டது. இக்காலக் கட்டத்தில் ஒருங்கிணைந்த சுற்றுலா வளர்ச்சித் திட்டத்திற்கு முன்னுரிமை வழங்கப்பட்டு, கோவளம், கோவா, குல்மார்க் - முதலான நகரங்களை ஆழ்குபடுத்தும் பணி மேற்கொள்ளப்பட்டன. மேலும் இளையோர் விடுதிகள் (லுழரவா ர்ழளவநடள) சுற்றுலா சிங்கார மாளிகைகள், காட்டு விடுதிகள் ஆகியன் அமைக்கப் பெறவும் நிதி ஒதுக்கப்பட்டது.

ஆறாவது ஐந்தாண்டுத் திட்டம் (1980-1985)

பண்பாட்டுச் சுற்றுலா, கோடை வாழிடச் சுற்றுலா, வனவிலங்குப் புகலிடச்சுற்றுலா, சுற்றுலாப் பயிற்சித் திட்டங்கள் ஆகியவற்றை மேம்படுத்த இத்திட்ட காலத்தில் முக்கியத்துவம் அளிக்கப்பட்டது. நாடுகளிலிருந்து சுற்றுலாப் பயணிகளைப் பாரதத்திற்கு வரவழைப்பதற்கான செயல்திட்டங்கள் தீட்டப்பட்டன. சுற்றுலாத் துறையில் தனியார் பணக்கார். துறையினரின் முதலீடுகளை ஊக்குவிக்கவும் முடிவெடுக்கப்பட்டது. தங்குமிட வசதிகளைப் பெருக்கும் வகையில் 1985-ஆம் ஆண்டிற்குள் இந்தியச் சுற்றுலாக் கழகம் கட்டும் விடுதிகளின் எண்ணிக்கையை ஐந்தாயிரமாக அதிகரிக்கத் திட்டம் தீட்டப்பட்டது.

ஊ. ஏழாவது ஐந்தாண்டுத் திட்டம் (1985-1990)

இக்காலக் கட்டத்தில் சுற்றுலா அந்நியச் செலாவணியைச்

சம்பாதிக்கும் தொழிலாக மேன்மையுற்றது. இத்திட்ட காலத்தில் தான் சுற்றுலா ஏற்றுமதித் தொழிலாக ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டது. சுற்றுலா வளர்ச்சிக்காக ரூ.326.16 கோடி ரூபாய் நிதி ஒதுக்கீடு செய்யப்பட்டது. பண்பாட்டுச் சுற்றுலாவிற்கும் சமூகச் சுற்றுலாவிற்கும் முக்கியத்துவம் அளிக்கப்பட்டது. அயல்நாட்டுச் சுற்றுலாப் பயணி வருகையின சுற்றுலா வளர்ச்சியை விரிவுபடுத்தவும், கைவினைப் பொருள் உற்பத்தி மற்றும் கலைப்பொருள் உற்பத்தியை அதிகரிக்கவும் முடிவெடுக்கப் பட்டது. சுற்றுலாவில் பயிற்சியளிப்பதற்காகப் பல பயிற்சி நிறுவனங்கள் நிறுவப்பட்டன. இதன் விளைவாக 1989-1990 ஆம் ஆண்டு வருகை புரிந்த சுற்றுலாப் பயணியர் மூலம் அரசுக்கு 24560 மில்லியன் ரூபாய் அந்நியச் செலாவணி கிடைத்தது. இது சென்ற ஆண்டைக் காட்டிலும் 16.8 சதவிகிதம் அதிகமாகும். இக்காலக் கட்டத்தில் சொகுசுவிடுதிகளில் 15000 புதிய அறைகள் கட்டப்பட்டன.

எ) எட்டாவது ஐந்தாண்டுத் திட்டம் (1990 -95)

எட்டாவது ஐந்தாண்டுத்திட்ட காலத்தில் சுற்றுலா வளர்ச்சியில் மாபெரும் வளர்ச்சிக்கான திட்டங்கள் தீட்டப்பட்டன. 1991இந்தியா வருக ஆண்டாகக் கடைப்பிடிக்கப்பட்டதால், அயல்நாடுகளில் இந்தியச் சுற்றுலா விழாக்களும் கண்காட்சிகளும் நடத்தத் திட்டங்கள் தீட்டப்பட்டன. குறிப்பிடப்பட்ட சில சுற்றுலா மையங்களை நவீனப்படுத்தவும், விடுமுறைச் சுற்றுலாவை மேம்படுத்தவும், குளிர்கால விளையாட்டுக்கள், மலையேற்றம், நீர் விளையாட்டுகள் - போன்றவற்றை விரிவுபடுத்தவும் முயற்சிகள் மேம்படுத்தப்பட்டன. இத்திட்ட காலத்தில் 272 கோடி ரூபாய் நிதி ஒதுக்கப்பட்டது. அதே நேரத்தில் தனியார் துறைகளின் முதலீடுகளை க்குவிக்கப் பெருமுயற்சிகள் மேற்கொள்ளப்பட்டன. இதனால் சுற்றுலாவில் முதலீடு செய்யப்படும் தொகையில் ஐம்பது சதவிகிதத்திற்கு வருமானவரி விலக்களிக்கப்பட்டது. சுற்றுலா நிதிக்கழகம் தனியார் நிறுவனங்களுக்கு சொகுசு விடுதிகள், பொழுது போக்குப் பூங்காக்கள், ஓய்வில்லங்கள் ஆகியன அமைக்கக் கடன் வழங்கியது. சாலை வசதிகள் விரிவுபடுத்தப்பட்டது. இதன் விளைவாக 1991-இல் உள்நாட்டுப் பிரச்சனைகளின் காரணமாக நமது சுற்றுலா வருவாய் உயரவில்லை. ஆனால் 1995-1996 ஆம் ஆண்டுகளில் பரதம்

அதிக வருவாய் பெற்றது. உலகச் சுற்றுலா வருவாயில் இந்தியாவின் பங்கு 039மு ஆக உயர்ந்தது.

குறிப்பு

ஒன்பதாவது ஐந்தாண்டுத் திட்டம் (1997-2002)

இத்திட்ட காலத்தில் மெகா-சுற்றுலாவை மேம்படுத்தத் திட்டங்கள் திட்டப்பட்டன. 1997-98 இல் 4,728,99 லட்ச ரூபாய் சுற்றுலாவிிற்காகக் ஒதுக்கப்பட்டது. இதில் 11,60725 லட்சம் ரூபாய் மாநிலங்களில் சுற்றுலாவை மேம்படுத்த ஒதுக்கப்பட்டது. கைவினைத் தொழில் உற்பத்திக்கும், பண்பாட்டுச் சுற்றுலாவிிற்கும் இத்திட்ட காலத்தில் முக்கியத்துவம் அளிக்கப்பட்டது. அயல்நாடுகளில் சுற்றுலா அலுவலகங்கள் பலதிறக்கப்பட திட்டங்கள் தீட்டப்பட்டன. வானூர்தி வசதிகளைப் பெருக்க, வானூர்தி நிலையங்களை விரிவுபடுத்த, சாலைகள், சொகுசு விடுதிகள் அமைத்தல் - முதலானவற்றிற்கு முன்னேற்ற முயற்சிகள் மேற்கொள்ளப்பட்டன.

மக்கள் பணி

இந்திய மக்கள் விருந்தோம்பலில் தன்னிகரற்றவர்கள் ஊறித் திளைத்தவர்கள். என்றாலும், ஏனோ அயல்நாட்டுப்பயணிகளிடம் ஏமாற்றிய பணம் பறிக்க முயல்கின்றனர். ஒருசிலர் அவர்களது உடமையைக் கூடது திருடுகின்றனர். பல அயல்நாட்டுப் பெண்கள் தாக்குதலுக்கு உள்ளான நிகழ்வுகளும் உண்டு. இங்கு காணும் பிச்சைகாரர்கள், தொற்று நோயாளிகள்,, சுகாதாரக் குறைவான பழக்க வழக்கங்கள் அயல்நாட்டவர்களுக்கு அச்சத்தையும் அருவருப்பையும் ஏற்படுத்துகின்றன. எனவே மக்கள் இக்குறைகளைப்போக்கி, நாட்டின் நற்பெயருக்குக் களங்கம் ஏற்படாதுநடத்தி அயல்நாட்டுப்பயணிகளின் நல்லெண்ணத்தையும், நன்மதிப்படையும் பெறும் வகையில் அவர்களுடன் அன்போடும் பண்போடும் பழகுவதல் வேண்டும். “விருந்தினரை வரவேற்போம். நண்டர்களாய் அனுப்பி மகிழ்வோம்” என்னும் கூற்றின் இன்றியமையாமையை மக்கள் உணர்தல் வேண்டும்.

அயல்நாடுகளைப் போன்று நம் பாரதத்தில் ஈகோ டிரி (நுஉழ: வழரசளைஅ) பெரிதும் வளர்ச்சி பெறவில்லை என்பது உண்மையே அண்மைக் காலத்தில் பாரதத்திலும் சுற்றுச் சூழல் கெடாதவாறு

சுற்றுலாத தொழில் வளர ஆரம்பித்துள்ளது. இயற்கைச்சூழல் கெட்டால் புறவை விலங்கினங்கள் வழ முடியாது.

சுற்றுலா மேலாண்மை

குறிப்பு

5.5 இந்தியாவின் கலாச்சார சுற்றுலா மையங்கள்

5.5.1 முன்னுரை

ஒரு நாட்டின் புவியியல் கூறுகள் சுற்றுலாப் பொருள் உற்பத்திக்குக் கச்சாப்பொருளாகப் பயன்படுகின்றன. நிலவியல் அடிப்படையில் முக்கியத்துவம் வாய்ந்த பெரும்பாலான இடங்கள் சுற்றுலா மையங்களாகின்றன. அதே போல ஒரு நாட்டின் கலாச்சாரம் மனிதனால் உருவாக்கப்பட்ட கச்சாப் பொருள் ஆகும். பண்பாட்டு சுற்றுலா என்பது ஒரு நாட்டிற்குள் மற்றும் பல நாடுகளுக்கிடையே நல்லெண்ணத்தையும், நல்லுறவையும் வளர்க்கப் பயன்படுகிறது. அகழ்வாராய்ச்சி மற்றும் வரலாற்று நினைவுச்சின்னங்கள் ஆயிரக்கணக்கில் நாடொங்கிலும் பரவிக்கிடக்கின்றன. இந்தியாவின் மாறுபட்ட கலாச்சாரங்களைப் பற்றி அறிந்து கொள்ள இவை நமக்கு ஒரு சந்தர்ப்பத்தைக் கொடுக்கின்றன.

இந்தியாவில் பல மாநிலங்கள் உள்ளன. மனிதனின் பிறப்பிலிருந்து இறப்பு வரை நிகழ்கின்ற ஒவ்வொரு நிகழ்விலும் மாநிலங்கள் மாறுபட்டு நிற்கின்றன. விவசாய நடவடிக்கைகள், திருவிழாக்கள், தெய்வங்கள், திருமணச்சடங்குகள் போன்ற ஒவ்வொன்றிலும் ஒவ்வொரு மாநிலமும் தனித்தன்மையோடு விளங்குகிறது. இத்தகைய வேறுபட்ட பண்பாடு, பாரம்பரியம் ஆகியவை சுற்றுலா மூலமாக வெளிச்சத்திற்கு வருகின்றன. கலாச்சாரம் என்பது பொதுவாகவே மனிதர்களைக் கவரக்கூடிய சக்தியுடையது. எனவே கலாச்சார சிறப்புமிக்க இடங்கள் சுற்றுலா மையங்களாக உருவெடுக்கின்றன.

சமீப ஆண்டுகளில் சுற்றுலாப் பிரிவில் இந்தியாவின் விண்கல் உயர்வுக்குப் பின்னால் கலாச்சார சுற்றுலா இந்தியா முக்கிய காரணியாக உள்ளது, ஏனெனில் பழங்காலத்திலிருந்தே, இந்தியா

பண்டைய வரலாறு, பாரம்பரியம் மற்றும் கலாச்சாரத்தின் நிலமாகக் கருதப்படுகிறது.

குறிப்பு

இந்தியாவில் கலாச்சார சுற்றுலாவை மேம்படுத்துவதற்காக இந்திய அரசாங்கம் சுற்றுலா மற்றும் கலாச்சார அமைச்சகத்தை அமைத்துள்ளது. சமீபத்திய ஆண்டுகளில் அமைச்சகம் 'நம்பமுடியாத இந்தியா!' பிரச்சாரத்தைத் தொடங்கியுள்ளது, இது இந்தியாவில் கலாச்சார சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு வழிவகுத்தது.

இந்தியா பல நூற்றாண்டுகளாக பல ஆட்சியாளர்களைக் கொண்டிருந்தது, அவர்கள் அனைவரும் இந்தியாவின் கலாச்சாரத்தில் தாக்கத்தை ஏற்படுத்தியுள்ளனர். நடனம், இசை, விழாக்கள், கட்டிடக்கலை, பாரம்பரிய பழக்கவழக்கங்கள், உணவு மற்றும் மொழிகளில் பல்வேறு கலாச்சாரங்களின் தாக்கத்தை ஒருவர் காணலாம். இந்த பல்வேறு கலாச்சாரங்களின் செல்வாக்கு காரணமாகவே இந்தியாவின் பாரம்பரியம் மற்றும் கலாச்சாரம் முழுமையானதாகவும் துடிப்பாகவும் இருக்கிறது. கலாச்சாரத்தில் உள்ள இந்த செழுமை, இந்தியாவின் கலாச்சாரத்தில் சுற்றுலாவுக்கு ஊக்கமளிக்கும் இறுதி கலாச்சார சுற்றுலா தலமாக இந்தியாவை முன்னிறுத்துவதில் நீண்ட தூரம் செல்கிறது.

5.5.2 இந்தியாவில் கலாச்சார நடவடிக்கைகள்

இந்தியா வேற்றுமையில் ஒற்றுமை கண்ட நாடென்பதை உலகறியும். ஒவ்வொரு மாநிலமும் தனிப்பட்ட கலாச்சாரத்தைத் தன்னுள் கொண்டுள்ளது. இவ்வேறுபாடு மனிதர்களின் ஆர்வத்தைத் தூண்டுகிறது. நடனம் என்று நினைத்தால் நம் நாட்டின் பலவித நடனங்கள் நம் கண்முன்னே வருகின்றன. தமிழ்நாடு என்றால் பரதம், கேரளா என்றால் கதகளி என்று ஒவ்வொரு மாநிலத்திற்கும் ஒரு வகை நடனம் உண்டு. இசை, நடனம் இவ்விரண்டும் பிரிக்க முடியாதவை.

கலாச்சார சுற்றுலாவிற்கு இந்தியாவில் மிகவும் பிரபலமான மாநிலங்கள்:

ராஜஸ்தான்

தமிழ்நாடு

உத்தரப்பிரதேசம்

உத்தராஞ்சல்

இந்தியாவில் கலாச்சார சுற்றுலாவுக்கான பல்வேறு மாநிலங்களில், ராஜஸ்தான் மிகவும் பிரபலமானது. இதற்குக் காரணம், ராஜஸ்தான் அதன் செழுமையான கலாச்சார பாரம்பரியத்திற்கு பிரபலமானது. ராஜஸ்தானின் வளமான கலாச்சார பாரம்பரியத்தை வெளிப்படுத்தும் பல அற்புதமான அரண்மனைகள் மற்றும் கோட்டைகளுக்கு இந்த மாநிலம் புகழ்பெற்றது. பல்வேறு நாட்டுப்புற பாடல்கள் மற்றும் இசை ராஜஸ்தானின் கலாச்சார பாரம்பரியத்தை பிரதிபலிக்கிறது. ராஜஸ்தானில் ஒட்டகத் திருவிழா, மார்வார் திருவிழா, புஷ்கர் விழா என ஏராளமான திருவிழாக்கள் மற்றும் கண்காட்சிகள் நடத்தப்படுகின்றன. இவை அனைத்தும் ராஜஸ்தானின் வளமான கலாச்சாரத்தைக் காண பல சுற்றுலாப் பயணிகளை ஈர்க்கின்றன.

இந்தியாவிலேயே தமிழ்நாடு கலாச்சார சுற்றுலாவிிற்கும் பிரபலமானது, இது திராவிட பாரம்பரியம் மற்றும் கலாச்சாரத்தை காட்டுகிறது. இந்தியாவின் வளமான கலாச்சார பாரம்பரியத்தை பிரதிபலிக்கும் பல கோவில்கள் உள்ளன. உத்தரப்பிரதேசத்தில் ஏராளமான சுற்றுலாத் தலங்கள் உள்ளன, அவை நாட்டின் வளமான கலாச்சாரத்திற்கு சாட்சியமளிக்கின்றன. மிகவும் பிரபலமான நினைவுச்சின்னம் ஆக்ராவில் உள்ள தாஜ்மஹால் ஆகும். உத்தரப்பிரதேசத்தில் உள்ள வாரணாசி, அலகாபாத், பிருந்தாவனம் மற்றும் அயோத்தி போன்ற நகரங்களும் இந்தியாவின் அழகிய விக்னெட்களை உள்ளடக்கியதால் ஏராளமான சுற்றுலாப் பயணிகளை ஈர்க்கின்றன.

உத்தராஞ்சல் இந்தியாவின் கலாச்சார சுற்றுலாவிிற்கும் பிரபலமானது. இந்த மாநிலத்தில் கடவுள்களின் இருப்பிடம் என்று அழைக்கப்படும் இமயமலை மலைகள் உள்ளன. மாநிலத்தின் குமாவோன் மற்றும் கர்வால் பகுதிகளில் பல பழமையான கோவில்கள் காணப்படுகின்றன. பழங்காலத்திலிருந்தே இசையும், நடனமும் போட்டி

குறிப்பு

குறிப்பு

போட்டுக்கொண்டு வளர்ந்தன நம் நாட்டில். பழங்கால மதம் சார்ந்த மற்றும் மதம் சாராத கட்டிடங்களில் நடனக்காட்சிகள் பொறிக்கப்பட்டிருப்பதைக் காணலாம். காஞ்சியில் பொறிக்கப்பட்டுள்ள தேவமாதர் நடனக்காட்சி, அஜந்தா, எல்லோராவில் காணப்படும் ஓவியங்கள், சிதம்பரம் மற்றும் கஜூரஹோவில் காணப்படும் சிற்பங்கள் இந்தியாவின் நடனக்கலை வளர்ச்சிக்கு ஆதாரமாக உள்ளன. சிவபெருமான் கூட ஒரு நடனக்கலைஞராக சித்தரிக்கப்படுகிறார். பழங்காலத்திலிருந்தே இரண்டு வகையான நடனங்கள் -- கிராமிய நடனம், சாஸ்திரிய நடனம் ஒரே சமயத்தில் வளர்ந்தன. கிராமப்புற மக்கள் வளர்த்தது வில்லுப்பாட்டு, தெருக்கூத்து, தெம்மாங்கு மற்றும் கிராமிய நாடகங்கள், சாஸ்திரிய நடனம் என்ற வகையில் ஆரம்ப காலத்தில் தோன்றி வளர்ந்தவை பரதம், கதக்களி மற்றும் மணிப்புரி. பிற்பாடு குச்சிப்புடி, ஓடிசி, மோகினியாட்டம் போன்றவை சேர்ந்து கொண்டன. ஒவ்வொரு நடனமும் அதற்கேயுரிய பாணியில் ஒன்றுக்கொன்று தொடர்பு இல்லாத வகையில் வெவ்வேறு இசை, பாடல், தாளம், ராகம், உடையலங்காரம் ஆகியவற்றை பின்பற்றுகிறது.

இந்திய இசையில் கர்நாடக இசை, இந்துஸ்தானி இசை என இரண்டு வகைகள் உள்ளன. இவற்றோடு கிராமியப்பாடல்கள், பஜனைகள் போன்றவையும் வளர்ந்து வருகின்றன. கண்காட்சிகள், திருவிழாக்கள் போன்றவற்றிற்கு ஆதாரமாக உள்ளவை இசையும் நடனமும்.

இந்தியா முழுவதும் எல்லா மாநிலங்களிலும், எல்லா மாதங்களிலும் திருவிழாக்கள் நடைபெறுகின்றன. வெவ்வேறு பருவங்களில் வெவ்வேறு விதமான விழாக்கள் கொண்டாடப்படுகின்றன.

ஜனவரி

1. அகமதாபாத்தில் பன்னாட்டு வண்ணப்பட்டங்கள் பறக்கவிடும் விழா.
2. தமிழ்நாட்டில் வீர விளையாட்டுகளுடன் கூடிய பொங்கல் திருநாள்.
3. ஊட்டியில் தேநீர் மற்றும் சுற்றுலாத்திருவிழா.
4. மேற்கு வங்காளத்தில் அறுவடைத்திருவிழா.
5. அலகாபாத்தில் கும்பமேளா (கங்கைக்குளியல்).

6. தமிழ்நாட்டில் மாமல்லபுரத்தில் நடனத்திருவிழா.

சுற்றுலா மேலாண்மை

பிப்ரவரி

1. சாகரில் கங்கா சாகர் மேளா என்னும் கங்கை நதி கடலோடு கலக்கும் இடத்திருவிழா.
2. ராஜஸ்தானில் ஜெய்சல்மாரில் பாலைவனத்திருவிழா.
3. கஜூரஹோவில் நாட்டியத்திருவிழா.
4. சூரஜ்கண்டில் கைவினைப்பொருள் பண்டிகை.
5. மஹாராஷ்டிரத்தில் அஜந்தாவிலும், எல்லோராவிலும் நாட்டியத்திருவிழா.
6. எலிபெண்டாவில் சாஸ்திரிய இசைத்திருவிழா.

மார்ச்

1. சிவபெருமானுக்குரிய சிவன்ராத்திரி திருவிழா.
2. ஜெய்ப்பூரில் யானைகள் தினம்.
3. வடஇந்தியா முழுவதும் ஹோலிப்பண்டிகை.

ஏப்ரல்

2. ராஜஸ்தானில் உதயபூரில் மேவார் திருநாள்.
3. இந்தியா முழுவதும் ராமநவமி பண்டிகை.
4. மகாவீரர் ஜெயந்தி.
5. கொச்சியில் பன்னாட்டு வாசனைத்திரவிய விழா.
6. கேரளாவில் பன்னாட்டு யானைகள் தினவிழா.
7. மதுரையில் சித்திரைத்திருவிழா.

மே

2. ஊட்டி, கொடைக்கானல் மற்றும் பல மலைப்பிரதேசங்களில் மலர் கண்காட்சி.
3. ரம்ஜான் பண்டிகை.

ஜூன்

1. ராஜஸ்தான் அபுகுன்றில் கோடைத்திருவிழா.

குறிப்பு

குறிப்பு

2. ஒரிஸ்ஸா பூரியில் ரதயாத்திரைத்திருவிழா.
3. சேலத்தில் மாம்பழ விழா.

ஜீலை

1. சகரன்பூரில் மாம்பழத்திருவிழா.
2. தமிழ்நாடு குற்றாலத்தில் சாரல் திருவிழா.

ஆகஸ்ட்

1. இமாலயத்தில் அமர்நாத் குகை புனிதப்பயணம்.
2. நாகபஞ்சமித்திருவிழா.
3. இஸ்லாமியரின் மொகரம் பண்டிகை.
4. வடக்கு மற்றும் மேற்கு இந்தியப்பகுதிகளில் சகோதரத் துவத்திற்கான ரக்ஷா பந்தன் விழா.
5. பகவான் கிருஷ்ணனின் ஜன்மாஸ்டமி.
6. கேரளா அலப்பியில் நேரு படகுப்போட்டி.

செப்டம்பர்

1. இந்தியா முழுவதும் விநாயக சதுர்த்தி.
2. கேரளாவில் ஓணம் (அறுவடை) பண்டிகை.
3. ஆவணி மூலம் - இனிப்பு அரிசி மாவுத்திருவிழா.
4. உலகம் முழுவதும் உலக சுற்றுலா தினம்.

அக்டோபர்

1. இந்தியா முழுவதும் தூர்கா பூஜை.
2. இந்தியா முழுவதும் தீபாவளிப்பண்டிகை.
3. ராஜஸ்தான் ஜோத்பூரில் மார்வார் பண்டிகை.

நவம்பர்

1. ராஜஸ்தானில் ஜெய்ப்பூரில் அருகே புஷ்கர் கண்காட்சி.
2. ராஜஸ்தானில் பிகானெரில் பிகானெர் திருவிழா.
3. குருநானக் ஜெயந்தி.
4. தமிழ்நாட்டில் கார்த்திகை தீபம்

இந்தியா முழுவதும் கிறிஸ்துமஸ் திருவிழா

இசை, நடனம், கண்காட்சி மற்றும் திருவிழாக்கள் ஆகியவை இந்தியக் கலாச்சாரத்தின் சின்னங்களாகும். நம் பாரம்பரியப் பெருமையை அறிந்து கொள்ள விரும்புவர்களும், அரிய பண்பாட்டு பொக்கிஷங்களின் இருப்பிடங்களைப் பார்க்க விரும்புவர்களும் பயணிகளாக அவ்விடங்களுக்கு பயணிக்கின்றனர். பயணிகள் எண்ணிக்கை உயர்வதால் இந்திய சுற்றுலாவும் உயர்வடைகிறது.

இந்தியக்கலைகள்

மக்களின் வேலைத்திறமை மற்றும் பிரத்தியேகத்திறமை ஆகியவற்றை வெளிப்படுத்துவது கைவினைப் பொருட்கள். இந்தியாவில் வெவ்வேறு இடங்களில் வெவ்வேறு வகையான கலைப்பொருட்கள் செய்யப்படுகின்றன. ஒரு பொருளைப் பார்த்து அப்பொருள் எவ்விடத்தைச் சேர்ந்தது என்று கூறிவிடலாம். எடுத்துக்காட்டாக வாரணாசி, மூர்ஷிதாபாத் பகுதிகளில் ஜரிகை வேலைப்பாடுகள், ஜெய்ப்பூர் நகைகள், மைசூர் யானைத்தந்தப் பொருட்கள், .பிரோஸாபாத் கண்ணாடி சாமான்கள், காஷ்மீர் சால்வைகள் தனித்தன்மை வாய்ந்தவை.

நூல் நூற்பது, நெசவு மற்றும் வண்ணம் கொடுப்பது ஆகியவை இந்தியாவின் பாரம்பரிய கைத்தொழில்கள், பட்டாடைகளும் மஸ்லின் துணிகளும் வாங்காளத்திலிருந்து எகிப்துக்கு பழங்காலத்தில் ஏற்றுமதி செய்யப்பட்டன. இந்தியக் கலைப்பொருட்களைக் கீழ்க்கண்டவாறு பகுக்கலாம்.

1. ஆடைகள், விரிப்புகள் மற்றும் கம்பளிகள்.
2. மட்பாண்டங்கள், கண்ணாடி சாமான்கள் மற்றும் உலோகப் பொருட்கள்.
3. கல் மற்றும் மரத்தில் செதுக்கப்பட்டவை.
4. தந்தம் மற்றும் கெஸ்ஸோ வேலைப்பாடுகள்.
5. நகைகள்.
6. தோல் பொருட்கள், பாய்கள் மற்றும் கூடைகள்
7. சங்கு மற்றும் முத்து ஆபரணங்கள்

குறிப்பு

குறிப்பு

ஆடைகள்

இந்தியாவிலிருந்து மஸ்லின், பட்டு மற்றும் ஜரிகை ஆடைகள் ஆசிய, ஐரோப்பிய சந்தைகளுக்கு ஏற்றுமதியாகின்றன. இவ்வாடைகள் வாரநாசி, ஹைதராபாத், ஜெய்பூர், மைசூர், குவாலியர், ஆரணி, இந்தூர், மதுரை, தஞ்சாவூர் ஆகிய இடங்களில் தயாராகின்றன. காஷ்மீர் அழகிய சால்வைகளுக்கு பெயர் போன இடம். படுக்கை விரிப்புகள், தரை விரிப்புகள் மற்றும் சுவர் அலங்காரத்துணிகளில் கலிகோ அச்சு பயன்படுத்தப்படுகிறது. முகலாயர் காலத்திலேயே விரிப்புகள் நெய்வது முழுமையடைந்திருந்தது. அக்பர் பாரசீகத்திலிருந்து நெசவாளிகளை வரவழைத்து இங்கேயே தங்கும்படி செய்தார். அமிர்தசரஸ், காஷ்மீர், ஜெய்ப்பூர், ஆக்ரா, மிர்ஸாபூர், சென்னை, மகூலபட்டினம், பெங்களூர் ஆகிய இடங்கள் விரிப்புகள் தயாரிப்பதில் சிறந்தவை.

மட்பாண்டங்கள் மற்றும் கண்ணாடிப்பொருட்கள்

கஷிகர் பகுதியில் பளபளக்கும் பாணைகள் செய்யப்படுகின்றன. அலிகாரில் பாணைகள் அச்சில் வார்க்கப்படுகின்றன. அஸம்கார், ரத்னகிரி, மதுரை ஆகிய இடங்கள் கரும்பாணைகளுக்குப் பிரசித்தமானவை. லக்னோ, ஜலந்தர், சேலம் போன்ற இடங்களில் வண்ணம் பூசிய பாண்டங்கள் கண்ணைக் கவர்வை. காஷ்மீர் மற்றும் ஜெய்ப்பூரில் வண்ணப்பாணைகள் செய்யப்படுகின்றன. .பிரோஸாபாத் கண்ணாடிப் பொருட்களுக்குப் பெயர் பெற்றது.

உலோகப்பொருட்கள்

குதுப்பினார் அருகில் உள்ள துருப்பிடிக்காத இரும்புத்தூண் உலோகப்பொருள் உற்பத்திக்கு ஒரு அழியாத சான்று. தென்னிந்தியாவில் செம்பு மற்றும் வெண்கலப்பொருட்கள் மிக நேர்த்தியாக செய்யப்படுகின்றன. ஆண், பெண் தெய்வங்களின் திருஉருவங்கள் உலோகத்தால் சிலைகளாக வடிக்கப்படுகின்றன. தங்கம், வெள்ளி, செம்பு, அலுமினியம், தகரம் போன்றவற்றின் கூட்டுப் பொருளான பஞ்ச உலோகத்தால் தெய்வச்சிலைகள் உருவாக்கப்படுகின்றன. ஜெய்ப்பூர், குட்ச், டெல்லி, லக்னோ, வாரனாசி,

காஷ்மீர் போன்ற இடங்கள் பரிசுப்பொருட்கள் தயாரிப்பதில் புகழ் பெற்றவை. தஞ்சாவூரில் தயாராகும் வெள்ளி மற்றும் பித்தளைத் தட்டுகள் உலகப்புகழ் பெற்றவை.

கல் வேலைப்பாடுகள்

கல்லில் உருவங்களைச் செதுக்கும் கலை வரலாற்றுக்கு முந்திய காலத்திலேயே தோன்றிவிட்டது. அழகிய இந்துக்கோயில்கள், தாஜ்மஹால் உள்பட ஏராளமான மொகலாயர் கட்டிடங்கள், மசூதிகள் ஆகியவை இக்கலைக்கு உதாரணமாக உள்ளன. டெல்லி, ஆக்ரா, மிர்ஸாபூர், அஹமதாபாத் போன்ற இடங்கள் மொகலாயர் காலத்தில் மார்பிள் கற்களில் வடிவங்கள் செதுக்கும் மையங்களாக விளங்கின. தற்போது குறிப்பிடத்தக்க அளவு புகழ்வாய்ந்த மையங்கள் ராஜஸ்தான், டெல்லி, ஓரிஸ்ஸா, பீஹார், குஜராத், ஆந்திரப்பிரதேசம், கர்நாடகா, தமிழ்நாடு ஆகியவை.

மரவேலைப்பாடுகள்

மரத்தில் உருவங்களைச் செதுக்குவதும் பழையான கலையே. செல்வந்தர்கள் மட்டுமல்லாது சாதாரண மக்கள் கூடத்தங்கள் வீடுகளை அலங்கரிப்பதில் ஆர்வம் உள்ளவர்கள் தான். மரவேலைப்பாடுகள் உள்ள பொருட்கள் விலை குறைவாக இருப்பதால் அவர்களாலும் வாங்கி உபயோகிக்க முடிகிறது. காஷ்மீர், மைசூர், தமிழ்நாடு, திருவாங்கூர், ராஜஸ்தான், குஜராத் போன்ற இடங்கள் மிக அழகிய நேர்த்தியான வேலைப்பாடுகளுடன் கூடிய மரச்சாமான்களுக்குப் பெயர் பெற்றவை. பல இடங்களில் மாநில அரசுகளே கைவினைப் பொருட்களை விற்க விற்பனைக் கூடங்களை அமைத்துள்ளன.

தந்த வேலைப்பாடுகள்

தந்தத்தில் வேலைப்பாடுகள் செய்யும் கலை மைசூர், திருவாங்கூர், மூர்ஷிதாபாத், கட்டாக் ஆகிய பகுதிகளில் போற்றி வளர்க்கப்படுகிறது. தெய்வங்களின் உருவங்கள், புராணங்களில் வரும் கதாபாத்திரங்களின் உருவங்கள் மற்றும் இயற்கைக் காட்சிகள் தந்தத்தில் செதுக்கப்படுகின்றன. தந்தத்தைக் கொண்டு சீப்பு, வளையல், கழுத்தாபரணம் மற்றும் பொம்மைகளும் செய்யப்படுகின்றன.

குறிப்பு

சங்கு மற்றும் முத்து

இந்தியாவில் கடற்கரையோரப் பகுதிகள் அனைத்திலும் சிப்பிகளும், சங்குகளும் கிடைக்கின்றன. அங்கே வசிக்கும் கலைஞர்கள் அவற்றை அழகிய பொருட்களாக மாற்றுகின்றனர். அப்பகுதி பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு இது உதவியாக உள்ளது. மேற்கு வங்காளம், ஓரிஸ்ஸா, கேரளா, ஆந்திரப்பிரதேசம், தமிழ்நாடு ஆகிய மாநிலங்களில் சிப்பிகளாலும், சங்குகளாலும் நுண்ணிய வேலைப்பாடுடன் கூடிய அழகிய பொருட்கள் செய்யப்படுகின்றன. கடற்கரையோரங்கள் இவற்றுக்கான கச்சாப்பொருள் கிடைக்கிறது. அதைக்கொண்டு சிறு சிறு விலங்குகள், பறவைகள் உருவங்களும், சாவிக்கொத்துகள், கைப்பைகள் போன்றவை உருவாக்கப்படுகின்றன. இவை சுற்றுலாப் பயணிகளின் கவனத்தைக் கவர்கின்றன. சிலர் அவற்றை வாங்குவதற்காகவே அங்கு செல்கின்றனர்.

சில கடல் பகுதிகளில் ஆழ்கடல் முத்துக்கள் எடுக்கப்படுகின்றன. பலரக முத்துக்களைக் கொண்டு பலவிதமான ஆபரணங்கள் செய்கின்றனர். தமிழ்நாட்டில் தூத்துக்குடி இதற்கு பெயர் போனது.

எல்லா வகையான கைப்பொருட்களும், இயந்திரத்தினால் செய்த பொருட்களைக் காட்டிலும் நேர்த்தியாகவும், கவர்ச்சியாகவும் உள்ளன. இவற்றையே பெரும்பாலான மக்கள் விரும்புகின்றனர். மனிதனின் கைத்திறமைக்கு மதிப்புக் கொடுக்கின்றனர். அரசாங்கமும், தனியார் நிறுவனங்களும் ஆண்டு தோறும் கைவினைப் பொருள் கண்காட்சி நடத்துகின்றன. சுற்றுலாத்துறையும், மாநில மத்திய அரசுகளும் இக்கலையை வளர்க்கவும், பயணிகளிடையே ஆர்வத்தைத் தூண்டவும் நடவடிக்கைகள் மேற்கொள்கின்றன.

இந்தியக்கட்டிடக்கலை

இந்தியக்கட்டிடக்கலை இயற்கையாக வளர்ந்த கலை. இந்தியாவின் செல்வம் அந்நியப் படையெடுப்பாளர்களைக் கவர்ந்தது. பல்வேறு படையெடுப்புக்களினால் அந்நியர் இந்தியாவில் குடியேறினர். எனவே இந்தியக் கலாச்சாரத்தோடு மற்ற கலாச்சாரங்கள் கலந்தன. மற்ற கலாச்சாரக்கூறுகளைப் போல கட்டிடக்கலையும், பலவிதமான மாற்றங்களையடைந்தது. பழங்காலத்தில் நம் கட்டிடக்கலைஞர்களால் பல நூற்றாண்டுகளாக இந்தியா முழுவதும் வேறுபட்ட கட்டிட

அமைப்புகளால் நிரப்பப்பட்டது. முதன் முறையாக இந்தியாவிற்கு வரும் ஒரு பயணிக்கு, திராவிடக்கலை, ஆரியர் கலை, புத்தகக்கலை, சமணக்கலை, இஸ்லாமியர் கலை, கிறிஸ்துவர் கலை என்று பல விதமான கட்டிட அமைப்புகளைக் கண்டவுடன் அதிர்ச்சியும் ஆச்சரியமும் ஏற்படும்.

இந்தியாவின் மிகப்பழைய கட்டிடக்கலைக்கு உதாரணமாக இருப்பது மொகன்-சொ-தாரோ மற்றும் ஹராப்பா கட்டிடங்கள். இவை சிந்து சமவெளி நாகதிகத்தின் மையங்கள். ஆரியப் படையெடுப்பும் ஆரியமயமாக்குதலும் ஹராப்பா கலையில் மாற்றங்களைக் கொண்டுவந்தன. மிகப்பெரிய செங்கற் கட்டிடங்கள் கௌசாம்பி, வைசாலி, உஜ்ஜயினி போன்ற நகரங்களில் எழுப்பப்பட்டன. இவை மௌரியர் காலத்திற்கு முந்தியவை. அசோகரின் தலைநகர் பாடலிபுத்திரத்தின் எஞ்சியிருக்கும் பகுதி பாரசீகக்கலையின் தாக்கத்தை எடுத்துக் காட்டுகிறது. அகழ்வாராய்ச்சியின் மூலம் தோண்டியெடுக்கப்பட்ட ஏராளமான சிதைவுகள் மிக முன்னேறிய கட்டிடக்கலை இருந்தது என்பதைப் பறைசாற்றுகின்றன. ஓரிஸ்ஸா, உத்திரப்பிரதேசம், மத்தியப்பிரதேசம் ஆகிய பகுதிகளில் காணப்படும் புகழ்பெற்ற குகைகள், கோயில்கள், மடாலயங்கள் ஆகியவை கிறிஸ்துவர் வருகைக்கு முன் இந்தியாவின் கட்டிடக்கலைத் திறமைக்கு எடுத்துக்காட்டாகத் திகழ்கின்றன.

அகழ்வாராய்ச்சியின் போது தோண்டியெடுக்கப்பட்ட கோயில்களில் சிறந்தவை மத்தியப்பிரதேசத்தில் உதயகிரி கோவிலும், மகாராஷ்டிரத்தில் அஜந்தா, எல்லோரா குகைக்கோயில்களும், கோயில்களும் மிகப்பழமையான மதம் சார்ந்த கட்டிடக்கலைக்கும் ஓவியத்திற்கும் சிறந்த உதாரணங்கள். இக்குகைகள் மனிதனால் உருவாக்கப்பட்டவை. இவற்றை புத்த பிட்சுக்கள் கி. மு. இரண்டிலிருந்து கி.பி. இரண்டு வரையிலான காலகட்டத்தில் தோண்டியெடுத்தனர். எல்லோராவில் காணப்படும் முக்கியமான கோவில் கைலாசநாதர் ஆலயம். 3 அல்லது 4 நூற்றாண்டுகள் வரையிலான இந்திய மதம் சார்ந்த வரலாற்றை அறியும் வகையில் உதவுகின்ற ஆவணங்களாக கோயில்களும், சிற்பங்களும் உள்ளன.

மொகலாயர் காலத்தில் கட்டிடக்கலை வளர்ச்சி உச்சநிலையைடைந்தது எனலாம். தாஜ்மஹால், பதேபூர்சிக்கரி

போன்றவை கலை, கட்டிடக்கலை ஆகியவற்றில் இந்தியர் திறமையை பறைசாற்றுகின்ற வாழும் அதிசயங்களாக விளங்குகின்றன. பிரிட்டிஷ் ஆட்சிக்காலத்தில் வேறு வகை கட்டிடக்கலைத்திறமை வெளிப்படுத்தப்பட்டது. அழகிய, உயர்ந்த தேவாலயங்களும் வேறு பல கட்டிடங்களும் இந்தியக் கட்டிடக்கலை வளர்ச்சியில் ஒரு முக்கிய கட்டத்தை விளக்குகின்றன. இந்தியக்கலை மற்றும் கட்டிடக்கலை மதத்தையும், மதம் சாராதவற்றையும் வெளிப்படுத்துகின்றன. கலையார்வம் கொண்ட பயணிகள் பல்வேறு விதமான கட்டிடக்கலையைக் கண்டு வியப்பார்கள். கலையார்வம் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு ஒரு காரணியாகும்.

5.5.3 இந்தியாவில் கலாச்சார சுற்றுலாவின் முக்கியத்துவம்

மிகவும் வளர்ந்த நவீன நாடுகளை ஆராய்ந்து உலகம் முழுவதும் பயணம் செய்தால், அந்த நாடுகள் அடையும் தொழில்நுட்ப கண்டுபிடிப்புகளால் ஒருவர் நிச்சயமாக வியந்து போவார். அவர்களின் வளமான வரலாற்று கடந்தகாலமாக இருந்தாலும் சரி, அரசியல் உறுதியானதாக இருந்தாலும் சரி, சமூக-பொருளாதார முன்னேற்றமாக இருந்தாலும் சரி, ஆரோக்கியமான மனித நடத்தைக்கு ஏற்றதாகக் கருதும் பல காரணிகள் உள்ளன. தர்க்கரீதியாக போதுமானது, அத்தகைய நாடுகளில் பயணம் மற்றும் சுற்றுலாவின் வாய்ப்புகள் வளர்ந்து வருகின்றன, அவற்றின் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு குறிப்பிடத்தக்க பங்களிப்பை வழங்குகின்றன. இப்போது நமது விவாதத்தின் மையத்தில் இந்தியா இருப்பதால், இந்தியாவில் பாரம்பரிய சுற்றுலாவின் முக்கியத்துவம் உள்ளது.

இந்தியாவைப் பொறுத்தவரை, அதன் நீண்டகால பாரம்பரியத்தின் தத்துவம், மொழி, மதம் அல்லது கலை ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் பிராந்திய பன்முகத்தன்மையைக் கொண்ட அரிய நாடுகளில் ஒன்றாக இருப்பதால், நாட்டின் கலாச்சார பாரம்பரியத்தை ஆராயும் போது இந்தியா ஒரு சிக்கலான சுயபரிசோதனைக்கு அழைப்பு விடுக்கிறது மற்றும் அதை வளர்ப்பதற்கான சக்திவாய்ந்த கருவி உள்ளது.

இந்தியாவில் பாரம்பரிய சுற்றுலாவின் முக்கியத்துவத்தைப் புரிந்துகொள்வதன் மூலம் தேசிய கலாச்சாரம்.

சுற்றுலா மேலாண்மை

இன்றைய சூழலில் பலதரப்பட்ட கலாச்சாரங்களின் கூட்டமைப்பைப் புரிந்துகொள்ள, நாட்டின் தொலைதூர கடந்த காலத்தை ஒருவர் பார்க்க வேண்டும். உலகின் மிகப்பெரிய தொடர்ச்சியான நாகரிகம் மற்றும் இரண்டாவது பெரிய மக்கள்தொகை ஆகியவற்றால், இந்தியா உலகின் பல்வேறு பகுதிகளில் இருந்து தொடர்ச்சியான மக்கள் வருகைக்கு சாட்சியாக இருந்து வருகிறது.

சீக்கியம், பௌத்தம், ஜைனிசம், கிறிஸ்தவம், மற்றும் இஸ்லாம் ஆகியவற்றுடன் இந்து மதம் பழமையானது, இந்தியா முக்கிய உலக மதங்களுக்கு வீடாக உள்ளது. இந்தியா பல்வேறு கட்டிடக்கலை பாணிகளைக் கொண்ட எண்ணற்ற கோயில்களைக் கொண்டுள்ளது, ஒவ்வொன்றும் அதன் சொந்த முக்கியத்துவத்தைக் கொண்டுள்ளது. உத்தரபிரதேசத்தில் உள்ள வாரணாசி (காசி) அதன் ஆன்மீக முக்கியத்துவத்திற்காக இந்துக்களால் ஆழமாக மதிக்கப்படும் நகரம். "வாரணாசியில் மரணம் ஒருவரின் ஆன்மாவிற்கு விடுதலை அளிக்கிறது" என்ற பழமொழி, இந்தியாவில் நம்பமுடியாத அளவிற்கு பிரபலமானது, உலகளவில் இல்லாவிட்டாலும், நகரத்தில் பலர் கூடுவதற்கு ஒரு முக்கிய காரணியாக செயல்படுகிறது. வாரணாசிக்கு வருகை தந்த பயணிகள் அடிக்கடி நகரத்தின் அமைதி மற்றும் தெய்வீக சூழலைப் பற்றி பேசுகிறார்கள், இது அந்த இடத்திற்கு பெரும் கூட்டத்தை இழுக்க காரணமாகிறது.

நாட்டின் தெற்குப் பகுதியை இந்தியாவின் கலாச்சார-மத மையமாகக் குறிப்பிடுவது தவறாகாது. சோழ சாம்ராஜ்யத்தின் வளமான கட்டிடக்கலையை சித்தரிக்கும் கோவில்கள், மகாபலிபுரத்தில் உள்ள நேர்த்தியான பாறை வேலைப்பாடுகள், ஹம்பியில் உள்ள விஜயநகர சாம்ராஜ்யத்தின் இடிபாடுகள் அல்லது மைசூரில் உள்ள அரண்மனைகள் மற்றும் அருங்காட்சியகங்கள் என எதுவாக இருந்தாலும், பரந்த கலாச்சாரத்தை அறிந்து கொள்வது உண்மையில் மிகப்பெரிய பணியாகும். இந்தியாவின் தென் மாநிலங்களில் வேரூன்றிய பாரம்பரியம்.

குறிப்பு

குறிப்பு

ராயல்டியின் சுவைக்காக ஒருவர் தயங்கினால், ராஜஸ்தான் ஒருவருடைய எதிர்பார்ப்புகளை நிறைவேற்றுவது மட்டுமல்லாமல், அதன் சுத்த மகத்துவத்தாலும், ஒழுங்கமைப்பாலும் அவர்களை மூழ்கடிக்கும் என்று உறுதியாக நம்பலாம். ஜெய்சால்மர் மலைக்கோட்டை, சித்தோர்கர் கோட்டை மற்றும் அமீர் கோட்டை போன்ற பல்வேறு கோட்டைகள் மற்றும் அரண்மனைகள் அவற்றின் பிரம்மாண்டம் மற்றும் சிக்கலான நேர்த்தியான பளிங்கு கட்டிடக்கலை ஆகியவற்றின் மூலம் கலை கண்ணுக்கு இன்பமாக இருக்கும். மறுபுறம் டெல்லி மற்றும் லக்னோ முகலாய பேரரசின் ஆட்சியின் அடையாளமாக கோட்டைகள் மற்றும் கல்லறைகளுடன் செழித்து வளர்கின்றன. இந்தியாவில் உள்ள பாரம்பரிய தளங்களை பட்டியலிட்டு அமர்ந்தால், அவற்றில் பல இன்னும் பாரம்பரிய அங்கீகாரம் இல்லாமல் இருப்பதால், ஒருவர் மனதைக் கவரும் சாகசத்தில் ஆழ்ந்து விடுவார்.

முடிவுரை

ஒரு நாட்டின் கலாச்சார பாரம்பரியம் ஒரு புதுவகையான சுற்றுலாவிற்கு வழி வகுத்துள்ளது. இந்தியாவின் மேன்மையான கடந்த கால வரலாறும், கலாச்சாரமும் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்குப் பெரிதும் உதவுகின்றன. இந்தியாவின் பல விதமான சுற்றுலாக் கவர்ச்சிகளில் கலாச்சாரப் பாரம்பரியம் முதலிடம் வகிக்கிறது. வரலாற்று சின்னங்களும், அகழ்வாராய்ச்சி நினைவுச்சின்னங்களும் போற்றிப் பாதுகாக்கப்படுகின்றன. 1972-73-ல் நடத்தப்பட்ட புள்ளி விபரப்படி 34 மூ பயணிகள் இந்தியாவின் பழமையான கலைகளைக் காணவும், நாகரிகச் சின்னங்களைக் காணவும் வருகின்றனர் என்று கண்டுபிடிக்கப்பட்டுள்ளது.

5.5.4 இந்தியாவில் முக்கிய சுற்றுலாத்தலங்கள்

இந்தியா இயற்கையிலேயே அழகு மிக்க நாடு. அதன் புவியியல் கூறுகள் ஏராளமான சுற்றுலாக்கவர்ச்சிகளை அளித்துள்ளன. மனிதனால் உருவாக்கப்பட்ட வரலாற்று நினைவுச் சின்னங்கள், கலாச்சாரக்கூறுகள், கலை, கட்டிடக்கலை போன்ற பல்வேறு சிறப்பு அம்சங்களும் சுற்றுலாப்

பயணிகளைக் கவர்கின்றன. இந்தியாவின் ஒவ்வொரு மாநிலமும் சுற்றுலா சிறப்புடையது. அவற்றில் சிலவற்றைக் காண்போம்.

சுற்றுலா மேலாண்மை

ஆந்திரப்பிரதேசம் - கலாச்சாரப் பாரம்பரியத்தின் இருப்பிடம்

இந்தியாவின் ஐந்தாவது மிகப்பெரிய மாநிலம் ஆந்திரப்பிரதேசம். புண்ணிய மலைப்பிரதேசங்களும், பசுமையான காடுகளும், மிகப்பெரிய நெல்வயல்களும், புகழ்மிக்க வைர சுரங்கங்களும், ஹைடிரோ-எலக்ட்ரிக் திட்டங்களும் ஆந்திரப் பிரதேசத்திற்குப் புகழ் சேர்க்கின்றன. பழைமையும், புதுமையும் கலந்த பண்பாட்டுப் பிரதேசம். இங்குள்ள முக்கிய சுற்றுலா மையங்கள்:

1. சார்மினார்

1591-ஆம் ஆண்டு சுல்தான் முகம்மது குலி-குதுப்ஷா இந்நகரை நிர்மாணித்தார். அங்குள்ள ஒரு மசூதியின் உச்சியிலிருந்து பார்ப்பதற்கு இந்நகரம் பரவசமுட்டக் கூடியது. இந்நகரம் ஆட்கொல்லி தொற்றுநோயிலிருந்து காப்பாற்றுவதற்காகக் கட்டப்பட்டதென்று கதைகள் கூறுகின்றன.

2. சாலர்ஜங் அருங்காட்சியகம்

இரண்டாம் சாலர்ஜங் நவாபின் சொந்த சொத்தாகும். இங்கு அரிய ஓவியங்களும், ஆபரணங்களும், போர்க்கருவிகளும், விலையுயர்ந்த கற்களும் நிறைந்துள்ளன. அவற்றில் முக்கியமானது. ஒளரங்கசீப்பின் வைரம் பதித்த வாள்.

3. கோல்கொண்டா கோட்டை

ஒரு காலத்தில் கோல்கொண்டா வைரங்களுக்குப் பெயர் பெற்ற இடம். இரண்டு நூற்றாண்டுகளாக இந்நகரம் குதுப்ஷாகி அரசர்களின் தலைநகரமாக இருந்தது. பாதி பழுதடைந்த நிலையில் இருந்தாலும் அதன் வசீகரமும், ஆளுமையும் அப்படியே உள்ளன.

4. .பாலக்நுமா அரண்மனை

1870-ஆம் ஆண்டு மிக அழகிய அரண்மனை மலையுச்சியில் கட்டப்பட்டது. இதில் நூலகம் ஒன்றும், ஓவியக்கலைக்கூடம் ஒன்றும், மிகப்பெரிய வரவேற்பு அறையும் அதில் பெட்டி பெட்டியாக வைரங்கள் மற்றும் விலையுயர்ந்த கற்களும் உள்ளன.

குறிப்பு

5. உஸ்மானியா பல்கலைக்கழகம்

1918-ஆம் ஆண்டு உருவாக்கப்பட்டது. 1939-ல் ஹைதராபாத் நிஜாம் அழகிய கண்கவரும் கட்டிடங்களைக் கட்டினார். இதில் ஐந்து கல்லூரிகளும், பல கல்வி நிறுவனங்களும் உள்ளன.

6. கைலாசகோணா நிர்வீழ்ச்சி

நாகாரி பள்ளத்தாக்கில் உள்ள அருமையான நிர்வீழ்ச்சி இது. புண்ணிய அருவியாகக் கருதப்படும் இதில் மிக அதிகமாக நோய் குணப்படுத்தும் சக்தியுள்ளது.

7. புத்தூர்

எலும்பு முறிவு வைத்தியத்திற்கு பெயர் பெற்ற இடம்.

8. திருகாளகஸ்தி

ஸ்வர்ணமுகி ஆற்றங்கரையில் அமைந்துள்ள காளகஸ்தி கோவில். வாயுபகவானுக்காக கட்டப்பட்டுள்ள இக்கோயில் மிகவும் பிரசித்தி பெற்றது. நதியின் வடப்பக்கம் கோவிலின் அடிப்பாகத்தைத் தழுவி ஓடுகிறது.

9. திருப்பதி

இந்தியாவின் மிகப்பழமையான, செல்வம் கொழிக்கும் புண்ணியஸ்தலம் திருப்பதி. ஏழுமலைகளின் மேல் கட்டப்பட்டிருக்கும் இக்கோயில் பகவான் வெங்கடேஸ்வரருக்கு உரியது. திராவிடக்கட்டிடக்கலைக்கு சிறந்த எடுத்துக்காட்டாக விளங்குகிறது. ஒவ்வொரு ஆண்டும் செப்டம்பர் மாதம் ஆயிரக்கணக்கான பக்தர்கள் இங்கு கூடுகின்றனர். அண்டை மாநிலங்களோடு பஸ் மற்றும் இரயில் போக்குவரத்துகளால் இணைக்கப்பட்டுள்ளது. விமானப்போக்குவரத்து ஹைதராபாத், சென்னை மற்றும் விஜயவாடாவை இணைக்கிறது.

10. அமராவதி

இந்தியாவிலேயே மிகப்பெரிய புகழ்மிக்க பௌத்த ஸ்தூபி அமராவதியில் உள்ளது. கலை நுணுக்கத்தின் உயரிய அம்சங்களைக் கொண்டது. இங்கு சிவன் கோவில் ஒன்றும் உள்ளது.

11. கொண்டபள்ளி

கொண்டபள்ளி மரத்தினாலான பொம்மைகளுக்குப் பெயர் பெற்ற இடம். விருபாக்ஷா கோயில் இங்கு புகழ்பெற்றது.

12. விஜயவாடா

கிருஷ்ணாநதிக்கும் அதன் கிளை நதியான புதமேருவுக்கும் இடையே உள்ள நகரம் விஜயவாடா. இங்கு இந்தியாவிலேயே மிகப்பெரிய ரயில்வே சந்திப்பு உள்ளது. மொகல்ராஜபுரம் குகைகள், கனகதூர்கா கோயில், குணதளா தேவாலயம் மற்றும் காந்தி ஸ்தூபி ஆகிய இடங்கள் பயணிகள் பார்க்கக்கூடிய இடங்களில் சில. யுவான்-சுவான் இந்தியாவில் இருக்கையில் இங்கு தங்கியிருந்தார்.

13. ஸ்ரீசைலம்

ரிஷபகிரி மலையில் அமைந்திருக்கும் கோயில். இது மல்லிகார்ஜீனா கோயில் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. தென்னிந்தியாவில் மிகப்பழமையானதும், புனிதமானதுமான ஒரு இடம்.

14. நாகார்ஜீனா சாகர் அணை

கிருஷ்ணா நதியின் குறுக்கே 123 மீட்டர் உயரத்தில் கட்டப்பட்ட அணை.

15. ஸ்ரீஹரிகோட்டா

இது இந்தியாவின் விண்வெளி ஆராய்ச்சி மையத்தின் ராக்கெட் பறக்கவிடும் இடம் என்பது அனைவரும் அறிந்ததே.

16. உதயகிரி

அழியும் நிலையில் உள்ள இந்த வலுவான கோட்டை 14-ஆம் நூற்றாண்டில் விஜயநகர அரசர்களால் கட்டப்பட்டது. இக்கோட்டை சஞ்சீவி மலைக்கோட்டை என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. காரணம் இங்கு ஏராளமான பல வகை மூலிகைகள் வளர்கின்றன. இங்கு பல பழமையான பல்லவர் கோயில்களும், சோழர் கோயில்களும் உள்ளன.

17. விசாகப்பட்டினம்

வைசாக் என்று பெருமையாக அழைக்கப்படும் விசாகப்பட்டினம் எப்பொழுதுமே சுறுசுறுப்பாக உள்ள தொழிற்நகரமும் துறைமுகமுமாகும். இங்கு இந்தியாவிலேயே மிகப்பெரிய கப்பல் கட்டுமிடம், சக்தி வாய்ந்த

கலங்கரை விளக்கம் மற்றும் மிகப்பெரிய உலோகத்தினாலான கடற்கரை சாலை உள்ளது.

குறிப்பு

18. பாகல் ஏரி மற்றும் வனவிலங்கு சரணாலயம்

1213-ஆம் ஆண்டு இந்த ஏரி கட்டப்பட்டது. இங்குள்ள சரணாலயத்தில் புலி, சிறுத்தை, காட்டுநாய், மான் போன்ற வனவிலங்குகள் பாதுகாக்கப்படுகின்றன.

5.5.5 தமிழகத்தில் சுற்றுலா வளர்ச்சி

நமது நடுவண் அரசு சுற்றுலாத் துறைக்குச் சிறப்பு கொடுப்பதைப் போன்று தமிழக அரசும் இத்துறைச் சிறப்பு நிலை எய்தப் பலவிதமான செயல்பாடுகளை மேற்கொண்டு வருகின்றது. இதன் (தமிழக மண்ணிற்கு வருகை புரியும் வெவ்வேறு நாட்டுப் பயணிகளின் எண்ணிக்கை மிகுந்த அளவில் உயர்ந்து வருகின்றது. குறிப்பாகக் கூறின் 1986 ஆம் ஆண்டில் இந்திய மண்ணை நோக்கி 10 இலட்சத்திற்கு மேற்பட்ட அயலகப்பயணியர்களின் எண்ணிக்கை 2,98,290 ஆகும். மேலும், அண்மை நாடான ஸ்ரீலங்காவிற்குச் செல்லும் அயலகப் பயணியர்களுள் பெரும்பாலோர் தமிழகத்தில் சில நாட்கள் தங்கிச் செல்கின்றனர். இவ்வகையில் தமிழகத்திற்கு வருகை புரியும் பயணியரின் எண்ணிக்கை சிறப்பானதொரு நிலையில் காணப் படுகின்றது. எனவே, இந்திய அளவில் தமிழ்நாடு, அயல்நாட்டுப் பயணிகளைப் பெருமளவு கவர்ந்திழுக்கும் மாநிலங்களுள் ஒன்றாகத் திகழ்கின்றது. தமிழ்நாடு இந்தியாவில் சுற்றுலா வளர்ச்சியில் மூன்றாவது இடத்தை எட்டியுள்ளது.

தமிழக சுற்றுலா வளர்ச்சி நிலையில் இந்திய அரசின் பணி : இந்திய அரசு 1991 ஆம் ஆண்டை சுற்றுலா ஆண்டாக அறிவித்தது. இதனை "இந்தியாவிற்கு வருக" என்ற வாசக விளம்பரத்தின் வழிக் காணலாம். இந்தியாவில் குறிப்பாக பஞ்சாப், அஸ்ஸாம் முதலான மாநிலங்களில் பயங்கரவாதிகளும், தீவிரவாதிகளும் நாட்டின் சமூக அமைதிச் சூழல்களுக்கு மாசு ஏற்படுத்தினர். இதன் காரணமாக அயல்நாட்டுப் பயணியார் வட இந்தியாவிற்குச் செல்ல அஞ்சினா. இச்சூழலை உணர்ந்த மத்திய அரசு தன்னிந்தியாவில் குறிப்பாகத்

தமிழகத்தில் சுற்றுலாவை விரிவுபடுத்த முயன்றது. இதன் பொருட்டு சில புதிய சுற்றுலா வழித் தடங்களை அறிவித்தது. அவற்றை அயல்நாடுகளில் விளம்பரப்படுத்தியது.

குறிப்பு

தமிழகச் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்குத் தமிழக அரசின் செயல்பாடுகள்

சுற்றுலாவின் பயன்பாட்டையும் சிறப்பையும் ஆர்வத்தையும் உள்நாட்டு மக்களிடையே வளர்க்கும் பொருட்டு, தமிழக அரசு மாவட்டந்தோறும் இரண்டு சுற்றுலா மையங்களை உருவாக்க முடிவு செய்துள்ளது. இவ்வகையில் இவ்வரசு 40 இடங்களை மாவட்டச் சுற்றுலா மையங்களாகத் தேர்ந்தெடுத்துள்ளது. இம்மையங்களைப் புனரமைக்கப் புதியதோர் திட்டத்தையும் அரசு முனைப்புடன் செயல்படுத்தி உள்ளது. இதன் தொடர்பாக ஒவ்வொரு மாவட்டத்திலும் இயங்கி வரும் போக்குவரத்துக் கழகங்கள் தம்மிடம் உள்ள உபரிப் பணத்தை இச்சுற்றுலா மையங்கள் மேம்பாட்டையப்பயன்படுத்த வேண்டும் என்பதாகும். இதன் அடிப்படையில் இச்சுற்றுலா மையங்களுக்கு 1986 - 87 ஆம் ஆண்டில் ரூ. 8 இலட்சம் ஒதுக்கீடு செய்து செலவினப்படுத்தியுள்ளது. இத்தகையதோர் திட்டத்தை முதன் முதலாகச் செயற்படுத்திய சிறப்புத் தமிழகத்தையே சாரும்.

தமிழக அரசு சுற்றுலாவை மேன்மை பெறச் செய்யும் பொருட்டு இதற்குத் தொழில் மதிப்பை வழங்கி உள்ளது. இம்மதிப்பார்ந்த நிலையில் தொழில் துறைகளுக்கு வழங்கப் பெறும் அனைத்துச் சலுகைகளும், இத்துறைக்கும் தமிழக அரசால் வழங்கப் பெறுகின்றது. இத்தகைய சிறப்பு நிலையில் தமிழக அரசு சுற்றுலாவை விரிவாக்கும் பணியில் 1971ஆம் ஆண்டு "தமிழ்நாடு சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம்" எனும் அமைப்பை செயல்பாடுகள் நிறுவியது. இத்தகைய அமைப்பின் அடிப்படையான கீழ்க்குறித்தனவாக அமைகின்றன.

1. குறைந்த வருமானம் பெறுவோர் தங்குவதற்குரிய ஓய்வு விடுதிகளை நிர்மாணித்து நிர்வாகம் செய்தல்.
2. சுற்றுலா மையங்களை நவீன படுத்துதல்.
3. சுற்றுலா விளம்பரம் செய்தல்.
4. தொடர் பயண சுற்றுலாக்களை.

தமிழகச் சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகத்தின் சிறப்பு பணிகள்

இக்கழகம் முதன்முறையாக இதுகாறும் அரசின் பொறுப்பில் சுற்றுலா இல்லங்களைத் மேற்பார்வையின் கொண்டு வந்தது. சுற்றுலாப் பயணிகளுக்குக் குறைந்த செலவில் தங்கும் வசதிகளை இக்கழகம் ஏற்பாடு செய்கிறது. பயணிகளைப் பல்வேறு சுற்றுலா மையங்களுக்கு அழைத்துச் திட்டங்கள் தீட்டிச் செயல்படுத்துகிறது. சுற்றுலா மையங்களில் உண்ணும் விடுதிகளையும் தங்கும் விடுதிகளையும் கட்டிச் புரிகிறது.

இக்கழகத்தின் கட்டுப்பாட்டின் கீழ் இவற்றுள் நட்சத்திரத் பெற்ற ஓட்டல்கள் ஐந்து உள்ளன. இவை முறையே மதுரை, கோயம்புத்தூர், ஒக்கேனக்கல், ஏர்க்காடு ஆகியனவாகும். இந்நான்கு இடங்களில் உள்ளவை நட்சத்திர ஓட்டல்களாகும். மதுரையில் இரண்டு ஓட்டல் ஒன்று உள்ளது. இக்கழகம் திருநெல்வேலி, கன்னியாகுமரி, ராமேஸ்வரம், திருச்சி, தஞ்சை, சிதம்பரம், கொடைக்கானல், ஊட்டி இடங்களில் விடுதிகளையும், அமைத்து நிருவகித்து வருகிறது. மேலும் கிருஷ்ணகிரி, ராணிப்பேட்டை, உளுந்துர்ப்பேட்டை ஆகிய இடங்களிலும் தமிழ்நாடு வளர்ச்சிக் விடுதிகளை நிறுவியுள்ளது. கடற்கரை விடுதியையும் நடத்தி வருகிறது. மேற்கூறப்பட்ட நட்சத்திர ஓட்டல்கள், விடுதிகள் அன்றி அக்கழகம் தமிழ்நாடு முழுவதிலும் 10 இளைஞர் விடுதிகளையும் ஏற்படுத்தியுள்ளது. மண்டபம், இராமேஸ்வரம், கன்னியாகுமரி, கொடைக்கானல், பிச்சாவரம், ஊட்டி, முதுமலை, கோத்தகிரி, ஏலகிரி, ஏர்க்காடு முதலான இடங்களில் அமைந்துள்ளன.

கோடை வாழிடங்களையும் கோயில்களையும் விடுமுறை பொழுதுபோக்குமிடங்களையும் அயல்நாட்டுப் பயணிகள் காட்டுகின்றனர். ஆதலின் கொடைக்கானல், முட்டுக்காடு, பிச்சாவரம், அண்ணாநகர், (சென்னை) ஏர்க்காடு முதலான அழகுமிக்க இடங்களில் படகு வீடுகளைக் கட்டி. சுற்றுலாப் பயணிகளைக் கவர்ந்து வருகின்றது. முட்டுக்காட்டில் அயல்நாட்டுப் பயணிகளைக் கவரும் வகையில் பல புதிய நீர் விளையாட்டுக்கள் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டுள்ளன.

தமிழ்நாடு அரசு சுற்றுலா தகவல் நிலையங்கள் தமிழ்நாடு சுற்றுலாத்துறை சென்னை, மதுரை, திருச்சிராப்பள்ளி, தஞ்சாவூர்,

திருநெல்வேலி, கோயம்புத்தூர் ஆகிய இடங்களிலும் ஐதராபாத், திருவனந்தபுரம், பெங்களூர் முதலான இடங்களிலும் சுற்றுலாத் தகவல் நிலையங்களை நிறுவியுள்ளது. இந்நிறுவனம் தமிழ்நாட்டில் சென்னை, மாமல்லபுரம், தஞ்சாவூர், சேலம், மதுரை, உதகமண்டலம், கொடைக்கானல், தருமபுரி, சிதம்பரம், பூம்புகார், திருச்சிராப்பள்ளி, கன்னியாகுமரி, இராமேசுவரம், திருநெல்வேலி முதலான இடங்களிலும் பிற மாநிலங்களில் டெல்லி, மும்பை, கல்கத்தா, கோவா முதலான நகரங்களிலும் சுற்றுலா அலுவலங்களையும் திறந்துள்ளது.

5.5.6 தமிழ்நாடு சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கழகம்

- 1) சென்னை மாநகரைச்சுற்றிப் பார்க்க ஒரு நாள் சுற்றுலா.
- 2) திராவிடப் பண்பாட்டுச் சுற்றுலா (காஞ்சி, மாமல்லை. முத்துக்காடு)
- 3) பாண்டிச்சேரிச் சுற்றுலா.
- 4) தொண்டை நாட்டுத் திருத்தலச் சுற்றுலா, திருப்பதிச்சுற்றுலா (இரவுப்பயணம்) சத்திச்சுற்றுலா(தேவியரை வணங்கும் சுற்றுலா) திருமால் தரிசனச் சுற்றுலா (சென்னையைச் சுற்றியுள்ள 9 வைணவத்தலங்கள்) சுற்றுலாவை நடத்துகின்றது.

தமிழ்நாட்டிற்கு வெளியே

(அ) 7 நாள் மூகாம்பிகை சுற்றுலா (பெங்களூர் / பேலூர் / ஹைபிடு / ஹசன் / சிருங்கேரி / உடுப்பி / தர்மசாலா / மைசூர் / ஓகனேக்கல்)

(ஆ) 7 நாள் கோவா / மந்த்ராலயம் சுற்றுலா

(இ) 8 நாள் ஆந்திரச் சுற்றுலா(ஈ) 8 நாள் தமிழகச் சுற்றுலா (பாண்டி, பிச்சாவரம் / சிதம்பரம் / வைத்தீசுவரன் கோயில் / நாகூர் / வேளாங்கன்னி / தஞ்சை / இராமேசுவரம் / திருச்சிராப்பள்ளி)

(உ) 8 நாள் தென்னிந்தியச் சுற்றுலாமண்டபம்/ கன்னியாகுமரி / சுசிந்திரம் / மதுரை / கொடைக்கானல்

(ஊ) 12 நாள் மும்பை: அஜந்தா, எல்லோரா சுற்றுலா.

(எ) 14 நாள் பூரி-கயா-காசி- அலகாபாத் சுற்றுலா முதலான சுற்றுலாக்களை நடத்தி வருகின்றது.

குறிப்பு

புகழ் மிகு சுற்றுலாத்தலங்கள், கோடை வாழிடங்கள். எனும் தலைப்பில் உள்ள இடங்களையும் இத்தலையில் இணைத்துப் படிக்கலாம்.

தமிழ்நாடு சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கழகம் கீழ்க்காணும் தலங்களுக்கு 29 வகையான சுற்றுலாக்களையும் நடத்தி வருகிறது. 1 நாள் மாமல்லபுரம், 1 நாள் திருப்பதி, 1 நாள் திருவண்ணாமலை கிரிவலம், 1 நாள் சுருட்டப்பள்ளி, 1 நாள் வல்லக்கோட்டை - திருத்தணி, 1 நாள் கொளவாய் ஏரி - வண்டலூர் உயிரியல் பூங்கா கிஷ்கிந்தா, 1 நாள் தென்னங்கூர் - உத்திரமேரூர் - மதுராந்தகம், 1 நாள் திருத்தணி - காளஹஸ்தி - கல்லாத்தூர் - மாத்தூர், 3 நாள் பஞ்சபூதத்தலங்கள், 3 நாள் நவக்கிரகத்தலங்கள், 4 நாள் சோழநாட்டுத் திருப்பதிகள், 5 நாள் பாண்டிய நாட்டுத் திருப்பதிகள், 5 நாள் ஐதராபாத் விஜயவாடா, 8 நாள் கிழக்கு-மேற்கு கடற்கரைச் சுற்றுலா, 14 நாள் மும்பை அஜந்தா எல்லோரா 14 நாள் பூரி - கயா - காசி அலகாபாத் மற்றும் மாணவர்க்கான 16 வகையான சிறப்புச் சுற்றுலாக்கள்.

2003-2004 ஆம் ஆண்டில் (அ) சுகாதாரச் சுற்றுலா (ஆ) மலைத்தோட்டச் சுற்றுலா (இ) சாக்ச்ச் சுற்றுலா, (ஈ) சுற்றுச் சூழல் சுற்றுலா முதலானவற்றை மேம்படுத்தத் தமிழ்நாடு சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கழகம் திட்டமிட்டுள்ளது.

தமிழ்நாட்டிற்கு அயல்நாட்டுப் பயணியரைக் கவரும் நோக்குடன், மாநில சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கழகம் தனியாருடன் இணைந்தும், இதர மாநிலங்களுடன் ஒருங்கிணைந்தும் சில திட்டங்களைச் செயல்படுத்த உள்ளது. ஆந்திரம், கர்நாடகம், உத்திரப் பிரதேசம், உத்ராஞ்சல், இராஜஸ்தான் ஆகிய மாநிலங்களுடனும் புதுடில்லியுடனும், இந்திய அரசு சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகத்துடனும் இணைந்து செயல்பட ஒப்பந்தங்கள் கையெழுத்தாகியுள்ளன. தமிழகக் கடற்கரைகளில் தனியார் உதவியுடன் பொழுதுபோக்குப் பூங்காக்கள் அமைக்க நடவடிக்கைகள் எடுக்கப்பட்டன. தமிழ்நாடு சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம் தனியார் ஒத்துழைப்புடன்

மேற்கொள்ளவிருக்கும் கேளிக்கை பூங்காக்கள், கம்பிவழி பயண வசதி, கடல் பயணிகள் இறங்கும் தளங்கள் (ஊசரளைந வநசஅடையெடள) ஆகாய பூங்கா (யுசை யசம) ஒலி - ஒளிக்காட்சி முதலான பேரளவில் வருவாய் ஈட்டும் தமிழக அரசின் திட்டங்களுக்கு, மைய அரசு உரிய மானியம் அளித்து ஊக்குவிக்கின்றது.

சுற்றுலாத் தலங்களில் கட்டமைப்பு வசதிகள் விரிவாக்கம்

தமிழக சுற்றுலாத்துறை, பிற துறைகளுடன் இணைந்து சுற்றுலாத் தலங்களில் கட்டமைப்பு வசதிகளை முன்னேற்றி வருகிறது. கடந்த இரண்டாண்டுகளில் 15 மாவட்டங்களில் உள்ள சுற்றுலா மையங்களில் கட்டமைப்பு வசதிகளை மேம்படுத்த சுற்றுலாத்துறை மட்டும் ரூ. ஐந்து கோடி செலவிட்டுள்ளது. சுற்றுலாத் துறையின் கீழுள்ள 20 சுற்றுலா அலுவலங்கள், 21 சுற்றுலாத் தகவல் மையங்கள் ஆகியவற்றில் கணினிகள் நிறுவுதல், நிகரி (குயூஓ) வசதிகள் செய்தல், ஆகியவற்றை படிப்படியாகச் செய்து வருகின்றது. அனைத்து அலுவலகங்களிலும் இவ்வசதிகள் செய்து முடிக்கப்பட்ட பின்னர் சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகத்தின் பிரிவுகள் ஒன்றோடொன்று வான் இணைப்பு (றூயெ ஊழ்நெஉவளைவைல) மூலம் இணைக்கப்படும். சுற்றுலா பயணத் திட்டங்களில் இருக்கைகள் முன்பதிவு செய்ய, விடுதிகளில் முன்பதிவு செய்ய, சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு ஆன்லைன் (முடு டுரைநெ) வசதிகள் செய்து கொடுப்பது தான் மாநில சுற்றுலாக் கழகத்தின் இலக்காக உள்ளது. தகவல் தொழில் நுட்ப மேம்பாட்டால் தமிழகச் சுற்றுலா மேம்படும். தனியார் ஒத்துழைப்புடன் மாமல்லபுரம் அருகே பண்பாட்டுக் கிராமம் / அமைதிப் பூங்கா அமைத்தல், முட்டுக்காட்டில் அமைதிப் பூங்கா அமைத்தல் ஆகியன முடிவுறும் தருவாயில் உள்ளன.

மாமல்லபுரத்திற்கு வருகை தரும் சுற்றுலாப் பயணிகளை மகிழ்விக்க, மாமல்லபுரத்திலுள்ள தமிழ்நாடு சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழக வளாகத்தில் கடல் நீர் சாகச விளையாட்டுப் பூங்கா அமைக்கப் படவுள்ளது. இப்பூங்காவில் வாட்டர் சர்பிங், வாட்டர் ஸ்கூட்டர், மீன்பிடித்தல் போன்ற பொழுது போக்கு அம்சங்கள் இடம்பெறும். கன்னியாகுமரியில் ஸ்பா (ளூய) உலாத்தலம் அமைக்கத் திட்டம் தீட்டப்பட்டுள்ளது. உடல், உள்ளம், உணர்வு, ஆத்மா ஆகியவைகளுடன்

குறிப்பு

நல்லிணக்கமாகவுள்ள பஞ்ச மூலப் பொருட்களுடன் இணைந்துள்ள முறை மாற்று மருத்துவ முறை “ஸ்பா” ஆகும். இதனால் நாம் வெளிநாட்டுப் பயணியரைக் கவர ஏலும்.

மதுரை திருமலைநாயக்கர்மகாலில் உள்ளதைப் போன்று மாமல்லபுரம், காஞ்சி, தஞ்சை, கன்னியாகுமரி ஆகிய இடங்களில் இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகத் தொழில் நுட்ப வசதியுடன் நவீனமயமான ஒளி - ஒலிக்காட்சிகள் அமைக்கத் திட்டமிடப்பட்டுள்ளது.

மாநில, தேசிய அளவில் மட்டுமின்றிய பன்னாட்டளவிலும் பல மொழிகளில் தமிழகச் சுற்றுலா வளம் பற்றி நவீன முறையில் விளம்பரங்கள் செய்யவும் திட்டமிடப்பட்டுள்ளது.

நவம்பர் 2002-இல் லண்டனில் நடைபெற்ற உலகச் சுற்றுலாச் சந்தையிலும் (World Travel Mart) மார்ச் 2003 இல் பெர்லினில் நடைபெற்ற ஐஷி மாநாட்டிலும் பங்கேற்ற தமிழ் நாடு சுற்றாலா வளர்ச்சிக் கழகம், 2003 அக்டோபரில் ஸ்கால் அமைப்புடன் (SKAL) இணைந்து, ஸ்கால் மாநாட்டைச் சென்னையில் நடத்த உள்ளது. இதில் 1200க்கும் மேற்பட்ட பன்னாட்டுப் பிரதிநிதிகள் கலந்து கொள்வர். சுற்றுலாவுடன் தொடர்பு கொண்ட பல்வேறு நிறுவனங்களை ஒன்று சேர்க்கும் பன்னாட்டு அமைப்பே ஸ்கால் ஆகும். இம்மாநாட்டின் மூலம் தமிழ்நாட்டின் கலை, பண்பாடு, கைவினைப் பொருட்கள், பட்டாடைகள், பாரம்பரியப் பெருமை, வரலாறு அயல்நாட்டினரிடையே பரவி அயல்நாட்டுச் சுற்றுலாப் பயணியரைத் தமிழ்நாட்டிற்கு ஈர்க்க முடியும்.

சுற்றுலா அலுவலகங்கள், சுற்றுலா தகவல் மையங்கள் மற்றும் தமிழ்நாடு அயல்நாட்டுப் பயணியரை நம்நாட்டில் அதிக நாட்கள் தங்க வைக்க - சுற்றுலாத் தலங்களில் கேளிக்கை வசதிகள், பூங்காக்கள், கோல்ப் விளையாட்டுத் திடல், குதிரைப் பந்தயம், ஆகாய, கடல் சாகச விளையாட்டு, மலையேற்றம் முதலான வசதிகளைச் செய்து தரத் தமிழக அரசு திட்டமிட்டுள்ளது. முதற்கட்டமாக காஞ்சி, தஞ்சை, கன்னியாகுமரி, இராமேசுவரம், மதுரை ஆகிய இடங்களில் தனியார் பங்கேற்புடன் உலகத் தரம் வாய்ந்த கேளிக்கை வசதிகளைச் செய்து தரத் தமிழக அரசு முயற்சிகள் மேற்கொண்டு வருகின்றன. டிசம்பர் 2002-

இல் தமிழக அரசு சொகுசு வரிகளைக் குறைத்ததால் (5% முதல் 12.5% வரை) மாநிலத்தில் சுற்றுலா நன்கு வளர்ந்து வருகிறது.

சக்கரத்தில் பாரம்பரியம் (ந்சவையபந ழெ றூநநடள) எனும் திட்டத்தின் கீழ் தமிழ்நாட்டுடன் தென் மாநிலங்களில் உள்ள சுற்றுலா மையங்கள் இணைக்கப்படுகின்றன. 2002-2003இல் இந்திய இரயில்வே சுற்றுலாக் கழகத்துடன் (ஐனெயைடு சுயடைறயல ஊயவநசபெ யனெ வழரசளைஅ ஊழிசியசயவழெ டுவன) தமிழ்நாடு சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம் ஒப்பந்தம் ஒன்றைச் செய்து கொண்டது. இதன்படி மும்பை, கொல்கத்தா, டில்லி ஆகிய இடங்களிலிருந்து தமிழ்நாட்டிற்குச் சுற்றுலாப் பயணங்கள் நடத்தப்பட்டன. இதன் விளைவாக ரூ. 51 இலட்சம் வருவாய் கிடைத்தது. எனவே அகமதாபாத், லக்னோ ஆகிய இடங்களுக்கும் இத்திட்டம் விரிவுபடுத்தப்பட்டுள்ளது.. வாரணாசி, அலகாபாத், அயோத்தியா ஆகிய இடங்களுக்கும் இத்திட்டம் விரைவில் விரிவு படுத்தப்பட உள்ளது.தமிழ்நாட்டின் சுற்றுலா வளத்தை மேலும் சிறப்பாக விளம்பரப்படுத்தும் வகையில் 2001-02இல் ஜெய்ப்பூரிலும், ஆக்ராவிலும் சுற்றுலா அலுவலங்கள் திறக்கப்பட்டுள்ளன. ஊட்டி, கோடைக்கானல், பிச்சாவரம், முட்டுக்காடு, கொளவாய் ஏரி முதலான 11 இடங்களில் தமிழ்நாடு சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம் படகு இல்லங்களை நிறுவியுள்ளது. முட்டுக்காட்டுக்கு அருகில் இடைக்கழிநாட்டில் புதியதோர் படகு இல்லம் அமைக்கப்படத் திட்டமிடப்பட்டுள்ளது. தற்போது இக்கழகத்திடம் 54 ஓட்டல்கள் உள்ளன. ஆதாயம் இல்லாத ஓட்டல்கள் தனியாரிடம் விற்கப்பட்டு வருகின்றன.

தமிழக அரசின் சீரிய முயற்சிகளால் 2002-03 இல் இக்கழகம் ரூ. 93 லட்சம் இலாபம் ஈட்டியுள்ளது. தமிழ்நாட்டிற்கு வருகை புரிந்த பயணியரின் எண்ணிக்கையும் 254.66 இலட்சமாக அதிகரித்துள்ளது. 2003 2004 இல் தமிழக அரசு சுற்றுலாத்துறைக்கு ரூ. 26.79 கோடி நிதி ஒதுக்கீடு செய்துள்ளது. தமிழக அரசு மலைப்பகுதி மேம்பாட்டுத் திட்டத்திலும் பேரார்வம் கொண்டுள்ளது. சென்னையில் கலைவாணர் அரங்க வளாகத்தில் 2.50 கோடியில் சுற்றுலா வளாகம் ஒன்று மத்திய மாநில அரசுகளின் நிதியுதவியுடன் கட்டப்பட்டுள்ளது. பிற மாநில சுற்றுலா அலுவலங்களும் இதில் இடம் பெற்றுள்ளன. இவற்றால் தமிழக சுற்றுலா மேலும் வளர்கிறது.

குறிப்பு

குறிப்பு

மிக உயரமான பனைமரங்களும், அவற்றை விட உயரமான கோபுரங்களும், உலகம் முழுவதிலுமிருந்து சுற்றுலாப் பயணிகளைத் தமிழகத்திற்கு வரவழைக்கின்றன. தமிழகம் தென்னிந்தியாவின் ஆன்மாவாகும். பயணிகள் விரும்பக்கூடிய ஏராளமான உன்னதமான இடங்கள் உள்ளன.

1. சென்னை

ஒரு காலத்தில் மீன்பிடி கிராமமாக இருந்த சென்னை இன்று தமிழகத்தின் தலைநகரமாக உள்ளது. இம்மாநகரில் பார்க்கக்கூடிய இடங்கள் செயின்ட் ஜார்ஜ் கோட்டை, மெரினா பீச், அண்ணா, எம்.ஜி.ஆர். சமாதிகள், சாந்தோம் தேவாலயம், பரத நாட்டியம் போன்ற சாஸ்திரிய நடனங்கள் கற்றுக்கொடுக்கப்படும் கலாஷேத்திரா, தேசிய மாண்கள் பூங்கா, வள்ளுவர் கோட்டம், கபாலீஸ்வரர் கோயில், அருங்காட்சியகம் மற்றும் கலைக்கூடங்கள்.

2. காஞ்சிபுரம்

காஞ்சிபுரம் ஆயிரம் கோயில்களின் நகரம் என்றழைக்கப்படுகிறது. இந்தியாவின் ஒன்பது புண்ணியத்தலங்களில் இதுவும் ஒன்று. இங்கு பார்க்க வேண்டிய இடங்கள், ஏகாம்பரேஸ்வரர் கோயில், வரதராஜஸ்வாமி கோயில், வைகுண்டப் பெருமாள் ஆலயம், கைலாச நாதர் ஆலயம், காமாட்சியம்மன் கோயில் மற்றும் பட்டாடைகள் தயாரிக்கும் இல்லங்கள்.

3. மாமல்லபுரம்

பல்லவர் காலத்துத் துறைமுகமாக விளங்கிய மாமல்லபுரம் என்ற நினைவுச் சின்னம் தற்போது தென்னிந்தியாவின் மிகச்சிறந்த கடற்கரை சுற்றுலாத்தலமாக உள்ளது. கடற்கரைக்கோவில், பஞ்சபாண்டவர் ரதங்கள், அர்ச்சுனம் தவம், புலிக்குகை ஆகியவை பார்க்க வேண்டிய இடங்கள். மாமல்லபுரத்திலிருந்து 14 கி.மீ. தொலைவில் முதலைப்பண்ணை உள்ளது. மாமல்லபுரத்திற்கும், சென்னைக்குமிடையே முட்டுக்காடு என்னுமிடத்தில் படகில் உல்லாசமாகச் செல்ல வசதிகள் செய்யப்பட்டுள்ளன. கண்ணைக்கவரும் சிற்பங்களைக் கொண்ட மாமல்லபுரம் தமிழகத்தின் கலைக்களஞ்சியம் என்றழைக்கப்படுகிறது.

4. வேடந்தங்கல்

தமிழ்நாட்டிலேயே மிகப்பெரிய பறவை சரணாலயம். சென்னையிலிருந்து 83 கி.மீ. தொலைவில் உள்ளது அக்டோபர் முதல் மார்ச் வரை ஏராளமான உள்நாட்டு, வெளிநாட்டுப் பறவைகளைக் காணலாம்.

5. சிதம்பரம்

நடராஜப்பெருமானுக்கு எழுப்பப்பட்டுள்ள புகழ்பெற்ற கோவில் இங்குள்ளது. அண்ணாமலைப் பல்கலைக்கழகம் ஹாஸ்டல் வசதிகளுடன் கூடிய மிகப்பெரிய கல்வி நிறுவனம். இங்கிருந்து 16 கி. மீ. தொலைவில் பிச்சாவரம் உள்ளது அரிதான இயற்கை வனப்பும், அடர்ந்த புதர்களும் கொண்ட இவ்விடம் படகில் செல்வதற்கு ஏற்றது. இங்கு பயணிகள் தங்கும் விடுதிகள், காட்டேஜ் மற்றும் இளைஞர் விடுதிகள் உள்ளன.

6. திருச்சிராப்பள்ளி

திருச்சிராப்பள்ளி என்றாலே நம் நினைவுக்கு வருவது அங்குள்ள கோட்டையும், கோயிலும். இங்குள்ள ரங்கநாதசுவாமி கோவில், திருவாணைக்காவல் சிவன் கோவில், சமயபுரம் மாரியம்மன் கோவில் அவசியம் பார்க்க வேண்டிய இடங்கள். மற்ற கலைகளின் இருப்பிடங்கள் நார்த்தாமலை சித்தன்ன வாசல், குடுமியான்மலை, கொடும்பாளூர் நினைவுச்சின்னங்கள், சமணப்பள்ளிகளும் அவற்றில் காணப்படும் ஓவியங்கள் ஆகியவை. சோழன் கரிகாலனால் காவிரியின் குறுக்கே கட்டப்பட்ட கல்லணை பொறியியல் தொழில்நுட்பத்திற்கு ஒரு எடுத்துக்காட்டாக உள்ளது. தற்போது மிகச்சிறந்த சுற்றுலா மையமாக விளங்குகிறது. இங்கிருந்து 110 கி. மீ. தொலைவில் உள்ள ஆவுடையார் கோவில் ஆளுயர சிற்பங்களுக்குப் பெயர் போனது. முக்கொம்பு மற்றொரு சுற்றுலாத்தலம். விராலிமலையில் புகழ்பெற்ற முருகன் கோவிலும் மயில்கள் காப்பகமும் உள்ளன.

7. தஞ்சாவூர்

தஞ்சாவூர், கர்நாடக இசை, இசைக்கருவிகள், சாஸ்திரிய நடனம் மற்றும் அழகிய கைவினைப் பொருட்களின் இருப்பிடமாகும். புகழ்பெற்ற பிரகதீஸ்வரர் ஆலயம் இங்குள்ளது. ராஜராஜ சோழனால் கட்டப்பட்ட

குறிப்பு

இக்கோவில் கட்டிடக் கலைத்திறனுக்கு ஓர் எடுத்துக்காட்டாக உள்ளது. தஞ்சாவூர் தமிழகத்தின் நெற்களஞ்சியம் என்றழைக்கப்படுகிறது. சரஸ்வதி மஹால் நூலகம் மற்றும் கலைக்காட்சியகம் பார்க்க வேண்டிய இடங்கள். இங்கு வருகின்ற சுற்றுலாப்பயணிகள் அருகிலுள்ள திருவையாறு, கும்பகோணம், திருபுவனம் மற்றும் தாராசுரம் ஆகிய இடங்களுக்கும் செல்வார்கள். இவையனைத்துமே கோயில்களுக்கும், சிற்பங்களுக்கும் பெயர் பெற்றவை. கங்கைகொண்ட சோழபுரத்தில் சிவபெருமானுக்கு சிறந்த ஆலயம் உள்ளது. நாகூர் இஸ்லாமியர் புண்ணியத்தலமாகவும், வேளாங்கன்னி கிறிஸ்துவர்களின் புண்ணியத்தலமாகவும் உள்ளன.

8. ராமேஸ்வரம்

ராமேஸ்வரம் மிகப்பெரிய கோவிலுக்கும், பலவிதமான தீர்த்தங்களுக்கும், குளிக்கும் படித்துறைக்கும் இருப்பிடம். கந்தமாதன பர்வதம், கோதண்ட ராமன் ஆலயம் மற்றும் அண்மையில் உள்ள சிறு தீவுத்திடல்கள் பார்க்க வேண்டிய இடங்கள்.

9. கன்னியாகுமரி

இந்தியாவின் தெற்குமுனையில் அமைந்திருக்கும் ஒரு புண்ணியஸ்தலம் கன்னியாகுமரி. இது அரபிக்கடல், வங்கக்கடல் மற்றும் இந்து மகாசமுத்திரம் ஆகிய மூன்றும் சங்கமிக்கும் இடம். மூன்று கடல்களும் கலக்கும் இங்கு குளிப்பது விசேஷமாகவும், புண்ணியமாகவும் கருதப்படுகிறது. இங்கு பார்க்க வேண்டிய இடங்கள் குமரியம்மன் ஆலயம், காந்தி நினைவாலயம், கடற்கரை, விவேகானந்தர் பாறை மற்றும் மிகப்பெரிய திருவள்ளுவர் சிலை. இங்கிருந்து 13 கி.மீ. தொலைவில் சுசிந்திரம் உள்ளது. இங்கு மிக உயர்ந்த அனுமார் சிலையும், இசைத்தூண்களும் உள்ளன. 32 கி.மீ. தொலைவில் பத்மனாபாபுரத்தில் அரண்மனையும், அருங்காட்சியகமும் உள்ளன. 6 கி.மீ. தொலைவில் வட்டக்கோட்டையில் வட்ட வடிவமான கோட்டை, மற்றும் நாகர்கோவிலில் நாகராஜர் ஆலயமும் பார்க்க வேண்டிய சுற்றுலா மையங்கள்.

10. குற்றாலம்

குற்றாலம் தென்னிந்தியாவின் 'ஸ்பா' - (மூலிகை குளியல் இடம்) என்று அழைக்கப்படுகிறது. மேற்குத் தொடர்ச்சி மலையில் 167 மீட்டர் உயரத்தில் பல அருவிகளைக் கொண்ட குற்றாலம் உள்ளது. மிகப்புகழ் பெற்ற கோடை வாசஸ்தலமாகும். உடல் ஆரோக்கியம் பேண விரும்புகிறவர்களும், மனநிலை சரியில்லாதவர்களும் ஏராளமாகச் செல்கின்றனர். ஜீன் மாதம் முதல் செப்டம்பர் வரை உள்நாட்டு, வெளிநாட்டுப் பயணிகள் கூட்டம் அதிகமாக இருக்கும்.

11. கோடைக்கானல்

இங்கு கண்ணைக் கவரும் இயற்கை அழகும், பிரியண்ட் பார்க், பில்லர் ராக்ஸ், ஏரி, சில்வர் காஸ்கேட், கோக்கர்ஸ் வாக் மற்றும் குறிஞ்சி ஆண்டவர் கோயில் ஆகிய இடங்களும் பயணிகளைக் கவரும் சக்தி பெற்றவை.

12. . மதுரை

பழங்காலப் பாண்டியர்கள் தலைநகரமான மதுரை தமிழகத்தின் இரண்டாவது பெரிய நகரமாகும். இங்குள்ள மீனாட்சியம்மன் கோயிலின் நெடிதுயர்ந்த கோபுரங்களும், அழகிய சிற்பங்களும் கண்ணையும், கருத்தையும் கவரக்கூடியவை. திருமலை நாயக்கர் மஹால், மாரியம்மன் தெப்பக்குளம், கூடல் அழகர் கோவில், காந்தி அருங்காட்சியகம் போன்றவை பயணிகள் விரும்பிச் செல்கின்ற இடங்கள். மதுரைக்கு அருகேயுள்ள மற்ற சுற்றுலா மையங்கள் திருப்பரங்குன்றம் முருகன் கோவில், அழகர் மலையில் அழகர் கோவில், மற்றும் பழமுதிர்ச்சோலையில் முருகன் கோவில். இங்கிருந்து 68 கி.மீ. தொலைவில் வைகை அணை உள்ளது.

13. உதகமண்டலம்

ஊட்டி என்னும் உதகமண்டலம் 'மலையரசி' என்று அழைக்கப்படுகிறது. இங்குள்ள தாவரவியல் பூங்கா, உல்லாசப்படகு விடும் ஏரி, தொட்டபெட்டா, பைகாரா அணை மற்றும் தோயிலைத் தோட்டங்கள் ஆகியவற்றைக் காண ஆண்டு தோறும் ஏராளமான

சுற்றுலாப்பயணிகள் செல்கின்றனர். இங்கிருந்து 60 கி.மீ. தொலைவில் முதுமலை வனவிலங்கு சரணாலயம் உள்ளது.

குறிப்பு

14. முதுமலை

தமிழ்நாட்டில் மிகச்சிறந்த வனவிலங்கு சரணாலயம் முதுமலை. இங்கு பேருந்து வசதிகள் உள்ளன. ஊட்டி இதன் அருகாமையில் உள்ள ரயில் நிலையம். இங்கு யானை, கலைமான், புலி, சிறுத்தை, புள்ளிமான், கரடி போன்ற விலங்குகள் பாதுகாக்கப்படுகின்றன.

15. ஏற்காடு

சேலம் மாவட்டத்தில் சேர்வராயன் மலையில் ஏற்காடு உள்ளது. ஏற்காடு ஒரு மலை வாசஸ்தலம். ஆண்டு முழுவதும் பயணிகள் வந்து கொண்டேயிருப்பார்கள். இங்கு முக்கியமான சுற்றுலா பார்வையாளர் இடங்கள், ஏரி, அண்ணாபூங்கா, லேடிஸ்சீட், பகோடா பாயிண்ட், கரடிக்குகை, பழப்பண்ணை, மற்றும் சேர்வராயன் கோயில் ஆகியவை.

16. ஒஹேனக்கல்

ஒஹேனக்கல்லில் உடல் ஆரோக்கியம் தரக்கூடிய, நோய்கள் தீர்க்கக்கூடிய மூலிகை நிர்வீழ்ச்சி உள்ளது. அருவியாகக் கொட்டுகின்ற காவிரி ஆற்றில் பரிசலில் செல்வதை பயணிகள் பெரிதும் விரும்புகின்றனர்.

17. புதுக்கோட்டை

அகழ்வாராய்ச்சி சின்னங்கள் புதுக்கோட்டை மாவட்டம், கொடும்பாலூர், நார்தாமலை, குடுமியான் மலை, குன்னாண்டார் கோவில் மற்றும் சித்தன்ன வாசல் ஆகிய இடங்களில் காணக்கிடைப்பதால் வரலாற்று நிபுணர்கள், அகழ்வாராய்ச்சியாளர்கள் மற்றும் வரலாறு மற்றும் கலாச்சாரக் கூறுகளில் ஆர்வம் கொண்டோர் இப்பகுதிகளுக்கு ஏராளமாகச் செல்கின்றனர். திருமயம், ஆவுடையார் கோவில் போன்ற இடங்கள் மிக உன்னதமான வரலாற்று சிறப்பையும் கலாச்சாரச் சிறப்பையும் பறை சாற்றுகின்றன. சித்தன்ன வாசல் அகழ்வாராய்ச்சியில் கிடைத்த அரும் பொக்கிஷமாகக் கருதப்படுகிறது. இங்குள்ள குடைவறைக் கோயிலில் காணப்படும் ஓவியம் அஜந்தா ஓவியத்தின்

வண்ணத்தை ஒத்திருக்கிறது. சமணர் வாழ்ந்த குகையும், படுக்கைகளும் சுற்றுலா கவர்ச்சியிடங்கள்.

சுற்றுலா மேலாண்மை

18. திருச்சிராப்பள்ளி

காவிரிக்கரையில் அமைந்துள்ள இந்நகரம் வரலாற்றில் மிகப்பழமையானது. நகரின் மையத்தில் உள்ள கற்கோட்டை இந்நகருக்கு பெருமை சேர்க்கிறது. இக்கோட்டைக்குள் சிவபெருமானுக்கும், வினாயகருக்கும் கோயில்கள் எழுப்பப்பட்டுள்ளன. இங்கு இரண்டு பல்லவர்காலக் குகைகள் உள்ளன. இவை தவிர இங்கு பார்க்க வேண்டிய இடங்கள் ஸ்ரீரங்கம், திருவானைக்காவல், கல்லணை மற்றும் சமயபுரம்.

19. கோயம்புத்தூர்

தென்னிந்தியாவின் மான்செஸ்டர் என்று இந்நகரம் அழைக்கப்படுகிறது. சென்னை, மும்பை, பெங்களூர் பகுதிகளிலிருந்து தினமும் விமானப்போக்குவரத்து நடைபெறுகிறது. பேரூர் சிவபெருமான் கோவில், சோழன் கரிகாலனால் கட்டப்பட்டது. இதை மேல் சிதம்பரம் என்றழைப்பார்கள். இங்கு இந்துக்களின் புண்ணியத்தலமான மருதமலை முருகன் கோவில் உள்ளது.

கேரளா - கடவுளின் உறைவிடம்

கேரளா இந்தியாவின் மிகச்சிறிய மாநிலங்களில் ஒன்று. ஆனால் இங்கு ஏராளமான சுற்றுலாக்கவர்ச்சியிடங்கள் உள்ளன.

1. சித்திரக்கலைக்கூடம்

ரவிவர்மாவின் ஓவியங்களில் மிகச்சிறந்தவை இங்கு சேகரித்து வைக்கப்பட்டுள்ளன. ராஜபுத்திரர் மற்றும் மொகலாயர் கால ஓவியங்களும், அஜந்தா ஓவியங்களும் தஞ்சாவூர் ஓவியங்களும் இங்கு பார்வைக்கு வைக்கப்பட்டுள்ளன.

குறிப்பு

குறிப்பு

2. கோட்டை

இக்கோட்டைக்குள் முன்னாள் திருவாங்கூர் அரசர்களின் அரண்மனைகள் உள்ளன. இவையெல்லாம் கேரளக் கட்டிடக்கலையின் எடுத்துக்காட்டுகளாய்த் திகழ்கின்றன.

3. பத்மநாபசுவாமி ஆலயம்

மனதைக்கவரும் வகையில் கேரளாவின் உன்னதக்கலையின் இருப்பிடமாக உள்ளது. 16-ஆம் நூற்றாண்டில் கட்டப்பட்ட ஏழு அடுக்கு கோபுரமாகும் இக்கோவில். இது கோயில் கட்டிடக்கலைத்திறமைக்கு ஒரு சிறந்த எடுத்துக்காட்டு.

4. வேலி சுற்றுலா கிராமம்

வேலி திருவனந்தபுரம் விமானநிலையத்திற்கருகே உள்ளது வேலி சுற்றுலா கிராமம். சுற்றுலாப்பயணிகளைக் கவரும் வண்ணம் இங்கு மிக அழகிய தோட்டங்கள், கண்ணைக்கவரும் சிற்பங்கள், நீந்துவதற்கு உப்புநீர்க்குட்டைகள் போன்றவை உள்ளன. இங்கு படகு விடுவதற்கும் மற்ற நிர் விளையாட்டுகள் விளையாடுவதற்கும் வசதிகள் உள்ளன.

5. கோவளம்

இந்தியாவின் மிகச்சிறந்த கடற்கரைகளில் கோவளம் பீச் ஒன்று. மிக அழகிய, வளைந்து செல்கின்ற, குட்டைப்பனைகள் நிறைந்த தங்கம் போல் ஜொலிக்கும் மணற்பரப்பைக் கொண்டது. மிக உயரே எழும்பும் அலைகளால் இயற்கையாக உருவான ஒரு குடா. இங்கு நீர் விளையாட்டுகள் பயணிகளை மகிழ்விக்கின்றன. நடனம், மற்றும் நாடக அரங்குகளும், யோகா பயிற்சி மையமும், பாரம்பரிய முறைப்படி எண்ணெய் தேய்த்து உடம்பு நீவிவிடும் மையங்களும் உள்ளன.

6. நெய்யார் வனவிலங்கு சரணாலயம்

இச்சரணாலயத்தில் பலவிதமான தாவரங்களும், ஈரமான எப்பொழுதும் பசுமையாக இருக்கும் காடுகளும், புல்வெளிகளும், மனதைக் கொள்ளை கொள்ளும் வகையில் அமைந்துள்ளன. சிங்கவால்

குரங்குகள், மான்கள், கரடி, காட்டுப்பன்றிகள் போன்ற விலங்குகள் உள்ளன. சில சமயங்களில் புலியும் தலைகாட்டும்.

சுற்றுலா மேலாண்மை

7. ஆலப்புழை

ஆலப்புழை 'கீழை நாடுகளின் வெனிஸ்' என்று பெருமையாக அழைக்கப்படுகிறது. இதன் மிக நீளமான கடற்கரையோர பின்னல் போன்ற கால்வாய்களும், பின்புல நீர்க்கால்வாய்களும் இதற்கு விசேஷ அழகைத் தருகின்றன. ஒவ்வொரு ஆண்டும் ஆகஸ்ட் மாதம் நடைபெறும் நேரு கோப்பை படகுப்போட்டி மிகச்சிறப்பானது.

8. எர்ணாகுளம்

எர்ணாகுளம் மிக முக்கியமான வாணிப மையமாகவும், பலரக மக்கள் வாழும் பகுதியாகவும் உள்ளது. கேரளாவின் பாரம்பரிய நடனமான கதகளியைக் கண்டுக்களிக்க ஏராளமானோர் வருகின்றனர்.

9. பின்புல நீர்க்கால்வாய்கள்

பல நூற்றாண்டுகள் பழமையான பின்புலநீர்க் கால்வாய்கள் 1,900 கி.மீ. நீளமானவை. இவை நிலத்தைக் கடந்து கடல்நீரோடு கலக்கின்றன. இவை பொருட்களை ஏற்றிச்செல்லவும், பயணிகள் பிரயாணம் செய்யவும் பயன்படுகின்றன. இவற்றில் சுற்றுலாப் பயணிகள் இங்கேயே தயாராகும் தெப்பப்படகுகளில் மிதந்து மகிழ்கின்றனர்.

10. காலடி

பெரியாற்றங்கரையில் அமைந்துள்ளது இப்புண்ணியஸ்தலம். திரு. சங்கராச்சாரியார் இங்குதான் பிறந்தார். இங்கு ராமகிருஷ்ணா அத்வைதா ஆசிரமம் உள்ளது.

11. கொச்சி

உலகிலேயே மிகச்சிறந்த இயற்கைத்துறைமுகங்களில் கொச்சியும் ஒன்று. நீலநிறத்தில் சூரிய வெளிச்சத்தில் மின்னுகின்ற உப்புநீர்க் குட்டைகள், இயற்கையழகு மிளிரும் சிறு தீவுகள் மற்றும் பின்புல நீர்க்கால்வாய்கள் உள்ளன. இது எப்பொழுதுமே சுறுசுறுப்பாக இயங்கும் துறைமுகமாகவும், கப்பல்கட்டும் இடமாகவும் விளங்குகிறது.

குறிப்பு

குறிப்பு

இங்கு குறிப்பிடத்தக்க ஒரு அம்சம், இங்கு பெரும்பாலும் சீன மீன்பிடிவலைகள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. இவ்வகை வலைகள் இடைக்காலத்தில் சீனமன்னன் குப்ளாய்கான் காலத்திய வணிகர்களால் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது. சுற்றுலாப் பயணிகளைக் கவரும் பிற இடங்கள் செயின்ட் .:பிரான்சிஸ் தேவாலயம், சான்டா குரூஸ் ஆலயத்தின் மேற்கூரையில் உள்ள அழகிய ஓவியங்கள், பீச் மற்றும் கோட்டை.

12. வில்லிங்டன் தீவு

இது மனிதனால் உருவாக்கப்பட்ட செய்கைத்தீவு. இது ஒரு அழகான, அமைதியான ஆங்கிலேய கிராமத்தைப் போன்று காட்சியளிக்கிறது. இங்கு அழகிய பூங்கா உள்ளது. சிறிது தூரம் படகில் செல்லும் வசதியும் உண்டு. தீவைச் சுற்றிலும் உள்ள ஏரியில் படகுப்போக்குவரத்து நடைபெறுகிறது.

13. ஏராவிக்குளம் தேசியப்பூங்கா

ஆணைமலைத் தொடரின் மேற்குப்பகுதியில் அமைந்துள்ள பிரசித்தி பெற்றது இப்பூங்கா. இங்குள்ள பரந்த புல்வெளி, யானை, புலி, சிறுத்தை, சிங்கவால் குரங்கு, மற்றும் ராட்சஸ அணில்கள் போன்றவற்றிற்கு தங்குமிடமாக உள்ளது.

14. மூனாறு

மேற்கு மலைத்தொடரில் உள்ள மிக அழகிய பசுமையான மலைப்பிரதேசம். மலையிலிருந்து குதித்தோடுகின்ற மூன்று ஆறுகள் கலக்குமிடம். ஏரிகள், நீர்த்தேக்கங்கள், பசுமையான காடுகள் மற்றும் ஏராளமான தேயிலைத் தோட்டங்கள் அனைவரையும் கவரும் தன்மை பெற்றவை. விசேஷமான குளிர் காற்றுப்பிரதேசமாக இருப்பதால் கோடைக்காலத்தில் அளவுக்கு மீறிய பயணிகள் இங்கு வருகின்றனர்.

15. தேக்கடி

தேக்கடி தென்னிந்தியாவின் கீழ்ப்பகுதியில் உள்ள ஒரு புலிகள் காப்பிடம். இது பெரியார் விலங்குகள் சரணாலயம் என்றழைக்கப்படுகிறது. பெரியார் நீர்த்தேக்கத்தினால் உருவான ஒரு செயற்கை ஏரி இங்குள்ளது. ஏரியைச் சுற்றிலும் அமைந்துள்ள

வனப்பிரதேசம் வனவிலங்குகளான யானை, புலி, காட்டெருது, புள்ளிமான், கலைமான், கரடி போன்றவற்றிற்கு இயற்கையாக அமைந்துள்ள பாதுகாப்பிடம். மோட்டார் படகுகளில் அமர்ந்து கொண்டு ஏரியைச் சுற்றி வருகையில் இவ்விலங்குகளைப் பார்க்க முடிகிறது. இங்கு யானை சவாரி, டிரெக்கிங், டவர் உச்சியிலிருந்து விலங்குகளைப் பார்வையிடல் போன்ற மற்ற பொழுது போக்குகளும் உண்டு.

16. சபரிமலை

சபரிமலை அனைவருக்கும் தெரிந்த போற்றப்படுகின்ற ஒரு புனிதத்தலம். அடர்ந்த காட்டிற்குள் அமைந்துள்ளது ஐயப்பன் ஆலயம். பம்பா நதியிலிருந்து 5 கி.மீ. தொலைவில் உள்ளது. இவ்வாலயத்திற்கு அங்கிருந்து நடந்து தான் செல்ல முடியும்.

பரவசமூட்டும் ஓரிஸ்ஸா

இந்தியாவின் கிழக்கே வங்கக்கடற்கரையில் அமைந்துள்ளது ஓரிஸ்ஸா. உன்னதமான ஓரிஸ்ஸாவில் அழகிய கடற்கரைகள், ஆறுகள், அருவிகள், மலைகள், காடுகள், வனவிலங்குகள், காட்டுவாசிகள் கலாச்சாரம் பாரம்பரியக் கலைகள், நினைவுச்சின்னங்கள் போன்ற கவர்ச்சி அம்சங்கள் ஏராளமாக உள்ளன.

1. புவனேஸ்வர்

புவனேஸ்வர் இந்தியாவின் கோயில் நகரம் என்ற பெயர் பெற்ற புண்ணியத்தலம். இங்கு 600 கோயில்கள் உள்ளன. இவற்றில் பிரசித்திப் பெற்ற கோவில் 11-ஆம் நூற்றாண்டில் கட்டப்பட்ட சிவன் கோயில். பௌத்த மதத்தின் தாக்கம் இந்நகரம் முழுவதும் காணப்படுகிறது. ஹதிகும்பா கல்வெட்டு அரசன் காரவேலனின் சாதனைகளை எடுத்துக்கூறுகிறது. வரலாற்றுச் சின்னங்களும், அழியாத பிற நினைவுச் சின்னங்களும் மட்டுமல்லாமல் நந்தன்கானம் விலங்கியல் பூங்கா உள்ளது. இங்கு இயற்கையாக அமைந்துள்ள ஏரி உள்ளது. அரிதாகக் காணப்படும் வெள்ளைப்புலிகள் இங்குள்ளன.

2. பூரி

கடற்கரையோரத்தில் அமைந்துள்ள இந்நகரம் புனிதயாத்திரிகர்கள் விரும்பிச் செல்லும் புனிதத்தலம். ஆதி சங்கரர்

குறிப்பு

பீடம் ஒன்றை இங்கமைத்தார். இங்குள்ள பளபளக்கும் பீச் சுற்றுலாப் புகழ் பெற்றது. சுற்றுலாப் பயணிகள் கடலில் குளிப்பதிலும், நீர்ச்சறுக்கு விளையாட்டிலும் ஆர்வம் காட்டுகின்றனர். ஜெகந்நாதர் ஆலயம் இந்நகருக்கு பெருமை சேர்க்கிறது. ஒவ்வொரு ஆண்டும் இங்கு நடைபெறும் தேர்த்திருவிழா பிரசித்தி பெற்றது. படாடண்டா என்ற சாலையில் பலவிதமான பொருட்கள் விற்பனையாகும் கடைகள் நிரம்பியுள்ளன. சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு மனநிறைவைத் தரக்கூடிய வகையில் கடைகள் அமைந்துள்ளன. பூரி நகரத்தில் கைவினைப் பொருட்கள் புகழ்பெற்றவை.

3. கொனாரக்

ஓரிஸ்ஸா கட்டிடக்கலைக்கு சிறந்த எடுத்துக்காட்டு கொனாரக் கோயில். வங்கக்கடல் கரை மணலில் அமைந்துள்ள கோயில் சூரியக்கடவுளுக்கு எழுப்பப்பட்டது. 13-ஆம் நூற்றாண்டின் கட்டிடக்கலை அதிசயமாகும் இக்கோயில். ஒவ்வொரு ஆண்டும் கொனாரக் திருவிழா நடைபெறுகிறது. அகழ்வாராய்ச்சி ஆய்வியல் அருங்காட்சியகத்தில் இடிந்த கோயில்களின் பழம் பெறும் நினைவுச்சின்னங்களான சிற்பங்கள் சேகரித்து வைக்கப்பட்டுள்ளன.

4. ஜாஜ்பூர்

ஜாஜ்பூர் ஒரு வரலாற்று சிறப்பு மிக்க புனிதத்தலம். வைதாரணி என்ற ஆற்றின் கரையில் அமைந்துள்ளது. இங்கு பெண் தெய்வங்களான வீரஜா, ஸ்வேதா வராஹா, சப்த மாதூர்கா மற்றும் வேறு சில தெய்வச்சிலைகளும் இங்குள்ளன.

5. சிலிகா ஏரி

இந்தியாவின் மிகப்பெரிய ஏரி சிலிகா ஏரி. இது 1,100 சதுர கி. மீ. பரப்பளவுள்ளது. இங்கு ஏராளமான நீர்வாழ் உயிரினங்கள் உள்ளன. பறவைகள் ரசிகர்களுக்கு இது ஒரு சொர்க்கமாகும். சூரியன் எழுச்சியும், மறைவும் கண் கொள்ளாக் காட்சிகள். இந்த ஏரியில் படகு சவாரியும் மீன் பிடிப்பதும் சிறந்த பொழுதுபோக்குகள். சிலிகா ஏரியின் முகத்துவாரத்தில் சாட்பராவிநகருகில் டால்.பின்கள் துள்ளுவதைக் கண்டுகளிக்கலாம்.

6. சிமிலிபால் தேசியப்பூங்கா

இப்பூங்கா மயூர்பாணி மாவட்டத்தில் உள்ளது. இங்கு 95-க்கும் மேற்பட்ட சிங்கங்கள் உள்ளன. இவை தவிர வேறு வனவிலங்குகளும், பலவிதமான பறவைகளும் உள்ளன. இங்குள்ள வனம் குன்றுகளாலும் நீர்வீழ்ச்சிகளாலும் அழகு பெறுகிறது.

சுற்றுலா மேலாண்மை

குறிப்பு

