पर्यटन उत्पाद के मूर्त एवं अमूर्त तत्व

डॉ० के० रतनम्*

उत्पाद समस्त विपणन क्रियाओं का केन्द्र बिन्दु होता है। उत्पाद के बिना किसी भी वस्तु का विपणन नहीं किया जा सकता। विक्रय, विज्ञापन, विक्रय प्रवर्तन आदि सभी उत्पाद पर ही निर्भर होते है। विलियम जे.के. अनुसार, उत्पाद दृश्य एवं अदृश्य विशेषताओं का एक समिश्रण है, जिसमें पैकिंग रंग, मूल्य, निर्माता की ख्याति, फुटकर विक्रेता की ख्याति और निर्माता एवं फुटकर विक्रेता द्वारा दी जाने वाली सेवाएँ भी शामिल हैं; जिन्हें उपभोक्ता अपनी आवश्यकताओं की संतुष्टि करने के लिए स्वीकार कर सकता है। प्रो. थॉमस के अनुसार, उत्पाद में भौतिक एवं रासायनिक लक्षण ही नहीं बल्कि इनसे कहीं अधिक लक्षण शामिल है।

पर्यटन उत्पाद के बिना पर्यटन का अस्तित्व नहीं हो सकता और इसका विपणन करना भी संभव नहीं है। पर्यटन उत्पाद पर्यटकों की रूचि, आराम, प्रसन्नता और स्थल विशेष पर उपलब्ध सुविधाओं एवं उपयोगिताओं से निर्मित होता है।[1] एक पर्यटक की जरूरतों का संबंध यात्रा, आवास, भोजन आदि की सुविधाओं और खुशी तथा मनचाहे और आकर्षक स्थलों के भ्रमण से होता है। कहीं दूसरी जगह जाकर अपना मनोरंजन कर व्यापार की आवश्यकता या अवकाश के रूप में कुछ समय उसे मानसिक व शारीरिक संतुष्टि प्रदान करता है वहीं पर्यटन उत्पाद कहलाता है।[2] सामान्य शब्दों में उत्पाद एक दृश्य, एक वस्तु, एक स्थान, एक व्यक्ति एक घटना या ऐसी संस्था है, जो एक व्यक्ति की आवश्यकताओं को संतुष्ट कर सके। पर्यटन का नियम है उत्पाद प्रस्तुत करने वाले व उत्पाद प्राप्त करने वाले दोनों ही परस्पर संतुष्ट होने चाहिए।

पर्यटन उत्पाद

मुख्य सेवाएं	अन्य निजी सेवाऐं	अन्य जन सेवाऐं
याताया वायु, समुद्री रेल, टैक्सी	यात्रा बीमा विपणन–छपाई, विज्ञापन	सरकारी संगठन, क्षेत्रीय पर्यटक संगठन
आकर्षण पार्क, चिड़ियाघर, विरासत, केन्द्र, स्मारक, राजसी घर, भोतिक स्थल	यात्रा अभिकर्ता, साहित्य वितरक टूरे ऑपरेटर टेली टैक्स्ट, फुटकर एवं खेरिज विक्रेता	सूचना केन्द्र पर्यटन विभाग जनशिक्षा एवं प्रशिक्षण स्थापना, एयरपोर्ट, बीजा एवं पासपोर्ट
आवास होटल, मोटल, डाकघर अतिथि ग्रह, विला, कैम्प, तंबू	निजी शिक्षण एवं प्रशिक्षण केन्द्र, हवाई अड्डा समुद्री स्थल	कार्यालय, कस्टम एवं एक्साईज सर्विस
भोजन प्रबंधन रेस्त्रां, कैफे, भोजनालय, जन आवास	चैक मुद्रा दुकान	पोलिस, चिकित्सा, सफाई

स्रोतः पर्यटन उत्पाद : संशोधित, डी.सी. गिल्बर्ट, विपणन में पर्यटन के धारणित मुद्दे, प्र.7 एस.एम.झा : पर्य विपणन सेवा, प्र. 185, 1994

* प्राध्यापक (इतिहास) महारानी लक्ष्मीबाई शासकीय उत्कृष्ट महाविद्यालय, ग्वालियर (म.प्र.)

पर्यटन उत्पाद की कुछ सेवाऐं मूर्त उत्पादों के साथ जुड़ी होती है : जैसे– होटल और परिवहन कई प्रकार के मूर्त उत्पादों का इसतेमाल करते है। होटल में ठहरने की सुविधा और आराम एक ऐसा अनुभव है जो केवल फर्नीचर और साज–सामान की गुणवत्ता से ही नहीं बल्की उपकरण की गुक्ता एवं सेवा पर भी निर्भर करता है। उपकरण से होने वाले शोर और आराम करते वक्त बाहर होने वाली आवाजों का भ इस पर असर पड़ता है। कुछ लोग शोर–शराबे से काफी परेशान हो जाते हैं। इसके अलावा यह होटल के रख–रखाव और अन्य लोगों को व्यवहार से भी संबंधित होता है। यह शोर–शराबा फर्नीचर की गुणवत्ता से कहीं ज्यादा उत्पाद का हिस्सा है। यह अनुभव असल में अमूर्त होता है। इस प्रका रएक उत्पाद में अमूर्त और मूर्त दोनों प्रकार के तत्वों का समावेश होता है। इसमें सेवा अंश अमूर्त होता है तथा उपलब्ध कराये जाने वाले भोतिक साधन मूर्त होते हैं।[3]

पर्यटन उत्पाद का निर्माण उपभोग के समय होता है, जैसे–एक पर्यटक एक अच्छी और आरामदेह लग्जरी कार में यात्रा कर रहा होता है, परन्तु चालक अविवेकपूर्ण तरीके से बहुत तेज गाड़ी चलाता है, विनम्र नहीं होता, पर्यटकों का ध्यान नहीं रखता तो यह एक खराब सेवा का अनुभव होगा। विवेकशीलता, विनम्रता, विचारशीलता आदि का मूल्यांकन एक व्यक्ति दूसरे व्यक्ति के लिए करता है।[4]

पर्यटन में उत्पादों की काफी विविधता होती है। एक ट्रेवल एजेंट मुख्य उत्पाद के रूप में यात्रा–कार्यक्रम बना सकता है और हवाई जहाज का टिकट खरीद सकता है : लेकिन सहायक सेवा के रूप में पासपोर्ट और बीजा, विदेशी मुद्रा विनिमय, हवाई अड्डे पर अन्य प्रकार की सहायता कर सकता है।[5] इसी प्रकार किसी पर्यटन स्थल में आकर्षण में वृद्धि की जा सकती है। उदाहरण के लिए, बर्किघम पैलेस के अठारह कमरे मेहमानों आगन्तुकों के लिए खोले गए हैं इससे लन्दन का पर्यटन आकर्षण बढ़ा। इसी प्रकार ग्रीन रूम के अलावा ड्राइंगरूम और पिक्चर गैलरी, सोवनियर–शॉप से भी आकर्षण में वृद्धि होती है।

पर्यटन उत्पाद में सेवा उत्पाद भी शामिल होता है।[6] सेवा उत्पाद एक भौतिक वस्तु नहीं है। सेवा उत्पाद के निर्माण में अनेक तत्वों का योगदान होता है।[7] आधारभूत सेवा के रूप में उन तत्वों का चुनाव करना होगा जो उत्पाद बन सकेंगे :उदाहरण के लिए गाइड सेवा मसाज पार्लर सेवा, आदि।

इस प्रकार पर्यटन उत्पाद के निर्माण की प्रक्रिया में मूर्त एवं अमूर्त तत्वों का समावेश होता है।

सन्दर्भः

1. नेगी, डॉ. जगमोहन–पर्यटन एवं यात्रा के सिद्धान्त, तक्षशिला प्रकाशन, नई दिल्ली, 1992 पृ. 17
2. चौपड़ा, सुनिता–टुअरिज्म डवलपमेंट इन इण्डिया, नई दिल्ली, 1992, पृ. 31
3. भाटिया, ए.के.–टुअरिज्म डवलपमेंट प्रिंसिपल्स एण्ड प्रेक्टिसेंज, स्टर्लिंग पब्लिशिंग प्रा.लि., नई दिल्ली, 1986, पृ. 71
4. सेठ, प्रेमनाथ–सक्सेसफुट टुअरिज्म मैनेजमेंट, प्रथम संस्करण 1978, पृ. 39
5. आचार्य राम – वर्ल्ड टुअरिज्म, नेशनल पब्लिकेशन, नई दिल्ली, 1981, पृ. 7–8
6. अख्तर, जावेद–टुअरिज्म मैनेजमेंट इन इण्डिया, आशीष पब्लिकेशन हाउस, नई दिल्ली, 1990, पृ. 117
7. आनन्द, एम.एस.–टुअरिज्म एण्ड होटल इण्डस्ट्री इन इण्डिया, 1986, पृ. 52