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

இன்றைய உலகம் போட்டிகளும், பொறாமைகளும், சிக்கல்களும், கவலைகளும், தொல்லைகளும் நிறைந்தது. இவற்றில் இருந்து விடுபடுவதற்குச் சுற்றுலா துணை புரிகிறது. வேடிக்கைகள், விளையாட்டுகள், கேளிக்கைகள் மனதிற்கு மகிழ்வூட்டிக் கவலைகளைப் பறந்தோடச் செய்கின்றன. உழைத்துழைத்து மனதாலும், உடலாலும் சோர்ந்து போனவர்கள், சுற்றுலாவில் இன்பம் கண்டு, மறுமலர்ச்சி பெற்று புதிய தெம்புடன் தமது பணிகளைத் தொடர்கின்றனர். மனிதன் ஓய்வெடுத்துக் கொள்ளவும், விளையாட்டுப் போட்டிகளைக் காணவும், உடல்நலம் காக்கவும், புனிதத் தலங்களுக்குச் சென்று தரிசிக்கவும், மலர்க் கண்காட்சி, படகுப்போட்டிகளில் இன்பம் காணவும், தொன்மைச் சிறப்பு மிக்க கலைச் சின்னங்கள், அறிவியல் கண்காட்சிகள் ஆகியவற்றைக் கண்டு மகிழ்ச்சியும், மனநிறைவும் கொள்கிறான். எனவேதான் அண்மைக் காலத்தில் சுற்றுலா பெரிதும் செல்வாக்கு பெற்றுள்ளது. நாளுக்கு நாள் சுற்றுலாப் பயணியரின் எண்ணிக்கையும் பெருகுகிறது. சுற்றுலாவின் தூண்டல்கள் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்குக் காரணமாகின்றன என்பதனை நாம் முன்பே கண்டோம். இனி இதனை நாம் சற்று விரித்துக் காண்போம்.

உலக அளவில் சுற்றுலா அமோக வளர்ச்சியை எவ்வாறு பெற்றது? என்பதனை ஆய்ந்து பார்க்குங்கால், கீழ்க்காணும் மூன்று அம்சங்கள் காரணங்களாக அமைந்தன என்பதனை அறியலாம். அவை 1. பொருளாதாரக் காரணங்கள், 2. சமூகக் காரணங்கள், 3. தொழில் நுட்பக் காரணங்கள் என்பனவாகும்.

**பொருளாதாரக் காரணங்கள்:** உலகின் பல நாடுகளில் தனிநபர் வருவாய் அதிகரித்து வருகிறது; செல்வச் செழிப்பின காரணமாகப பலா சுற்றுலாவில் பங்கேறக முடிகிறது. பெரும்பாலான தொழிலாளர்களுக்கு சில குறிப்பிட்ட நாட்கள் விடுமுறைகளாக உள்ளன. தேவைப்பட்டால் மேலும் சில நாட்கள் விடுமுறை எடுத்துக் கொள்ளும் வசதியும் உள்ளது. குபேரர்களுக்கு கடற்கரையோர அடுக்கு மாளிகைகள், கிராமக் குடிலகள், விருந்தினா விடுதிகள், கடற்பயணச் சிங்காரப் படகுகள், கவாச்சி நடனங்கள் ஆகியன நடைபெறும். இரவு விடுதிகள் முதலான இனபப பொழுது போககு ஓயவிடங்கள - கால வண்ணத்தின் கோலமாகவும், பெருமையின் சின்னங்களாகவும் திகழ்கின்றன. இன்று நாளொரு மேனியும் பொழுதொரு வண்ணமுமாக புதுப்புது பொழுது போக்குகளும் பிரபலமடைந்து வருகின்றன. இவற்றுள் படகுப் பந்தயங்கள், நீாசசறுககு விளையாட்டுக்கள், வேட்டைப் பயணம், தொலபொருள் ஆய்வுக்களங்கள, கண்காட்சிகள், கலையரங்க உல்லாசங்கள் ஆகியவை செல்வந்தாகளைக காந்தம் போல கவாவனவாகும். அமெரிக்காவிலும் ஐரோப்பிய நாடுகளிலும் கிட்டத்தட்ட எல்லோரும் காாகளை வைத்திருப்பது சுற்றுலா வளாச்சிககு உறுதுணை புரிகிறது. அமெரிக்காவில் மட்டும் இன்று 30.25 மிலலியன காா்கள் உள்ளனவாம். அடுத்து 85% விடுமுறைப் பயணங்கள் காரிலதான நிகழ்கின்றன.

**சமூகக் காரணங்கள்:** சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான சமூகக காரணங்கள், பயணம், பொழுதுபோக்கு ஆகியவற்றில் ஏற்பட்டுள்ள அண்மைக்கால சித்தாந்தங்களை அடிப்படையாகக் கொண்டுள்ளன. அண்மைக் காலங்களில் பயணமும் பொழுது போக்கும் ஆடம்பரமானவை என்ற நிலை மாறி, வாழ்க்கை முறையின் இன்றியமையாப பகுதியாகிவிட்டது. இன்பப் பயணத்தின் நோக்கும் போக்கும் இன்று மாற்றம் பெற்றுவிட்டன. உலகப் போர்களுக்கு முன்பு அயல் நாட்டுச் சுற்றுலா எனபது பணம் படைத்தோருக்கு மட்டுமே உரியதாக இருந்தது. இயற்கைக் காட்சிகள், கலைக் கருவூலங்கள், கவர்ச்சிமிகு கலை நிகழ்ச்சிகள போன்றவற்றைக் கண்டு அனுபவிப்பதிலும் அவாகளே நாட்டம் கொண்டிருந்தனா். ஆனால் இன்றோ சுற்றுலாப் பயணிகளின எதிர்பார்ப்புகளும் கருது கோள்களும் வெவ்வேறாக உள்ளன. பணக்காரர்களான குபேரர்களுக்கு மட்டுமே உரியவை எனக் கருதப்பட்ட குதிரையேற்றம், படகுச்சவாரி, படகுப் போட்டி, நீர்ச்சறுக்கு, துப்பாக்கி சுடுதல், கடலடி நீச்சல், மலையேற்றம் மலை நடைப்பயணம் (Trekking) போன்ற விளையாட்டுக்களில் ஆர்வம் கொண்டுள்ள சாதாரண மக்களும் பங்குபெற வாய்ப்புள்ளது. நடுத்தர மக்களும் இன்று அயல் நாடுகளுக்குச்



சென்று வீரதீர விளையாட்டுக்களிலும் சிந்தைமகிழும் விந்தைமிகு பொழுது போககுகளிலும் ஈடுபட முடிகின்றது.

**தொழில் நுட்பக் காரணங்கள்:** போககுவரததுத் தொழில நுடப முனனேற்றம் அதிலும் சிறப்பாக விமானப் போககுவரதது சுற்றுலாவிறகு முழுக்க முழுக்கப் புதியதோா் ஆததததைத் தந்துள்ளது. மூலை முடுக்குகளில் எளிதில் போயசசேர முடியாது எனக் கருதப்பட்ட இடங்களுககெல்லாம், இபபோது செல்ல வசதிகள் உள்ளன. நெடுந்தொலைவு சுற்றுலாககளை மேறகொள்ளும் சுற்றுலாப் பயணியரின் எண்ணிக்கை கடந்த இருபது ஆண்டுகளில் அதிகரிததுள்ளது. ஆயிரக்கணக்கான கி.மீ தொலைவில் உள்ள இடங்களுக்கும் மிக விரைவில் சென்றுவர முடிகின்றது. வாடிக்கையான விமானப் பயணம், குறைந்த கட்டணத்தில விமானத்தை வாடகைக்கு அமாததிக் கொள்ளும் பயணம் என இரு வகையாகப் பிரித்திருப்பது விமானப் பயணததை மேறகொளவோரின் எண்ணிக்கையைப் பெருக்கியுள்ளது. ஒழுங்கமைககப பட்ட பயணம் (தொடா பயணம் அல்லது கட்டுமுறை பயணம் - Package Tours) சுற்றுலா வளாச்சியில் பெரும்பங்கு வகிக்கின்றன.

போககுவரதது, தங்கும் வசதி, சுற்றிப் பாாககும் வசதிகள், முதலான அனைத்து வசதிகளையும் செய்து கொடுதது, விடுமுறைப் பயணங்களைத் திட்டமிட்டுச் செயலபடுததி எணணிறந்த பயணிகளை அவற்றில ஈடுபடச செய்யும் போது, செலவுகள் கணிசமாகக் குறைகின்றன. இதுபோன்ற குழுச சுற்றுலா சிக்கனமானது. காரணம் தனிநபா் சுற்றுலாவில் ஒருவா ஏறகும் செலவை விட, குழுச சுற்றுலாவில் ஒரு நபரின செலவு குறைகிறது. இதன விளைவாக குறைந்த வருவாய் பெறுவோரும் சுற்றுலா செல்ல முடிகிறது. அடுத்து குறிப்பாக வளாந்து வரும் நாடுகள் புததம் புதிய சுற்றுலா மையங்களை உருவாககுகின்றன. புதிய மையங்களுக்குப் பயணிகளைக் கவருவதற்காக புதிதுபுதிதாக வசதிகளைச செய்து தருகின்றனா. தனியாா் சுற்றுலாப் பணி நிறுவனங்களும் சுற்றுலா வளாச்சிக்கு அளப்பரிய தொண்டு புரிந்துள்ளன. தொழில் வளமிக்க நாடுகளும் வளாச்சியுறற நாடுகளிலும் பெரும்பாலானோா் அதிக வருவாய் பெறுவதால அதில் ஒரு பகுதியைச சுற்றுலாவிற்காக ஒதுக்கி வைக்க முடிகிறது.

**விமானப் போக்குவரத்தின் அசுர வளர்ச்சி:** இன்று சுற்றுலாவின் விரைவான வளாச்சிக்கு விமானங்களே ஆணிவேராக, அடித்தளமாக அமைந்துள்ளன. ஜெட் ஏர்வேஸ, மலேஷியன் ஏர்லைன்ஸ், தாய் ஏர்வேஸ், பிரிட்டிஷ ஏர்வேஸ, லுபதானசா, சிங்கப்பூர் ஏர்லைன்ஸ, ஏர்

இந்தியா, கல்ப் ஏர் முதலான விமான கம்பெனிகள் இன்று சுற்றுலாப் பயணிகளின் தேவைக்கேற்ப சிறந்த சேவைகளைச் செய்து வருகின்றன.

நவீன கால சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு அதிநவீன விமானங்கள், சுற்றுலாக் கழகங்களின் தோற்றம், இன்றைய மனிதனின் புதிய சிந்தனைகள், அரியனவற்றைக் காணும் ஆசை, அரசின் ஆதரவு, பொருளியல், சமூக தொழில் நுட்ப முன்னேற்றங்கள் முதலான காரணங்கள் துணை புரிகின்றன. இருபதாம் நூற்றாண்டைக் காட்டிலும் இருபத்தோராம் நூற்றாண்டில் சுற்றுலா வளர்ச்சி வியக்கத்தக்க அளவில் இருக்கும் என நம்பலாம்.

## தொழிற் புரட்சி

தொழிற்புரட்சியும் அதன் விளைவாக சமுதாயம் தொழில்மயமாகவும், நகர்ப்புறமாகவும் மாறியமை சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கோர் காரணமாக அமைந்தது. நகர்ப்புறங்களில் அசுத்தமான காற்றும், மக்கள் நெருக்கமும், புழுக்கமும், பாதகமான சுற்றுச் சூழலும் மக்களைத் திறந்த வெளியை நோக்கி ஓடச் செய்தன.

சுகாதார வசதியற்ற ஆலைகளினின்றும் தொல்லைகளினின்றும் தற்காலிகமாக விடுபட அவனுக்கு மாமருந்தாகக் கிடைத்தது சுற்றுலா. அடுத்து மிகுதியான ஓய்வு, விடுமுறை, அதிக சம்பளம், தொழிற்சாலையின் பணஉதவி ஆகியவையும் சுற்றுலாச் செல்லக் காரணங்களாக அமைந்தன.

### லூயிஸ் எர்டி கூறும் காரணங்கள்

சுவிட்சர்லாந்து பேராசிரியர் லூயிஸ் எர்டி (Louis Erdy) என்பார் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான காரணங்களை ஆய்ந்து, அவற்றில் பன்னிரண்டைக் குறிப்பிட்டுள்ளார். அவற்றை இங்கே காண்போம்.

### 1. மிகுந்த செல்வமும், அதிக ஓய்வும் (Greater Affluence and More Leisure)

தொழிற்புரட்சியின் விளைவாகப் பேரளவைப் பொருள் உற்பத்தியும் வணிக வளர்ச்சியும் ஏற்பட்டன. என்வே முதலாளி மட்டுமின்றித் தொழிலாளியும் நல்ல வருவாய் பெற்றான். எனவே தொழிலாளியும் குறைவில்லா வசதியைப் பெற்றான். அன்றாட செலவு போக எஞ்சியதைச் சேமித்தான். போனஸ் கிடைத்தது. "ஊதியத்துடன் கூடிய விடுமுறை" அவனது வருவாயைப் பெருக்கியது. இந்நிலையில் எட்டுமணி நேர வேலையும், வார விடுமுறையும், ஆண்டு விடுமுறையும் அவனைச் சுற்றுலா செல்லத் தூண்டின. இதனால் வாரத்தின் இரண்டு நாட்களில் அவன்



ஆண்டு விடுமுறையில் அதிக தொலைவில் உள்ள சுற்றுலா மையங்களுக்குச் சென்று தங்கி மகிழ முடிந்தது. அடுத்து, தொழிற்சாலை நிர்வாகமும் இவர்களுக்கு உதவியது.

### 2. சுதந்திரமான இளைஞோரும் அதிகமான ஊதியமும் (Emancipation of the young and their wages)

இளைஞர்களுக்குக் குடும்பப் பொறுப்பு எனும் சுமை கிடையாது. கை நிறைய ஊதியம் கிடைக்கிறது. எனவே சுற்றுலா சென்று மகிழ்ந்திடத் தடையேதுமில்லை. அடுத்து அரியனவற்றைப் பெரியனவற்றைக் காண வேண்டுமென்ற துடிப்பும், சாதனை புரியவேண்டும் என்ற முனைப்பும் அவர்களுக்குச் சுற்றுலா செல்வதற்கான உந்து சக்தியாக விளங்கின. இவர்கள் வீரதீர விளையாட்டுக்களிலும், மலையேறும் பணியிலும், மலை நடைப்பயணம் (Trekking) செல்வதிலும் ஆர்வம் கொள்வர்.

### 3. போக்குவரத்து வசதிகள் (குறிப்பாக வானூர்தி) (Transport Facilities, Especially Air)

இரண்டாம் உலகப் போருக்குப் பின்னர் உலகெங்கிலும் சிற்றுந்து, பேருந்து, தொடர்வண்டி, கப்பல், வானூர்தி ஆகிய வாகனங்கள் பேரளவில் உற்பத்தி செய்யப்பட்டன. அகன்ற நீண்ட நெடுஞ்சாலைகளும், கண்டம் விட்டுக் கண்டம் செல்லும் இருப்புப் பாதைகளும், சொகுசு விரைவுப் பேருந்துகளும், அதிவேக ரயில்களும் சுற்றுலா வளர்ப் பெருந்துணை புரிந்தன.

வான ஊர்திகள், போக்குவரத்துத் துறையில் பெரும் புரட்சியைத் தோற்றுவித்து, அதிரடி மாற்றங்களைச் செய்துள்ளன. இதன் அசுர வளர்ச்சியால் பன்னாட்டுச் சுற்றுலா எளிதாயிற்று. ஆயிரக்கணக்கான மைல்களைச் சிலமணி நேரங்களில் கடந்து செல்ல முடிகின்றது. சென்னையில் உள்ள ஒருவன் காலைச் சிற்றுண்டி அருந்திவிட்டு, மதிய உணவை லண்டனிலும், இரவு உணவை நியூயார்க்கிலும் சாப்பிட முடிகின்றது. எடுத்துக்காட்டாக கரூரில் தொழிலதிபதியின் மனைவி ஒருத்தி காலையில் காரில் புறப்பட்டு, கோவை சென்று, கோவையிலிருந்து விமானத்தில் பயணித்து, மும்பைக் கடைத்தெருவில் சில பொருள்களை வாங்கிக் கொண்டு, மாலையில் கரூர் திரும்பி விட்டாள். இன்று பயணத்திற்கு இடையூறு விளைவித்த இயற்கை முட்டுக்கட்டைகளான காலமும் தூரமும் உடைத்தெறியப்பட்டன. உலகின் எப்பகுதியிலும் உள்ள சுற்றுலா

மையத்திற்கும் சென்று, சுற்றிப் பார்த்து மகிழ்ந்து சில நாட்களில் ஒருவ திரும்பும் வசதியுள்ளது. விமானப் பயணத்தால் உலகமே சுருங்கி விட்டது

**வானூர்தி (ஆகாய விமானம்) :** இன்று போயிங் 120, ஏர்பஸ் 300, ஜெட், சூப்பர்சானிக் ஜெட், கன்கார்ட் முதலான மின்னல் வேக வானூர்திக விமானத்தில் பகலிலும் இரவிலும் மின்னிப் பறப்பது ஏதோ வானவேடிக்கை நடப்பது போல் நம்மை வியப்பில் ஆழ்த்துகின்றன. கன்கார்டு ஏர்-பிரான விமானத்தில் பயணம் செய்வதற்கும் சூப்பர்சானிக் ஜெட் விமானங்களில் லண்டன் - சிகாகோ, பேரிஸ் - சிகாகோ, லண்டன் - நியூயார்க் செல்லும் வழித்தடங்களில் பயணம் செய்வதற்கும் நமக்கெல்லாம் வாய்ப்பு கிடைத்தால் வாழ்வின் பயனை அனுபவித்ததாக அர்த்தம்.

1998 ஆம் ஆண்டில் ஆகஸ்ட் மாதம் ஒரு நாளில் கல்ப் ஏ விமானம் (Gulf Air) 1800 பயணிகளை ஏற்றிக் கொண்டு சென்றதாக பெருமை பேசுகிறது. இன்று நாள்தோறும் 3 மில்லியன் பேர்கள் வானூர்தியில் பயணம் செய்கின்றனர். 153 நாடுகளைக் கொண்ட பன்னாட்டுப் படைசா வானூர்தி நிறுவனமும் (ICAO) பன்னாட்டு வானூர்தி நிறுவனமும் நாடுவிட்டு நாடு செல்லும் பயணியரின் பயணங்களை ஒருங்கிணைத்து நடத்துகின்றனர். இன்று விமானக் கம்பெனிகள் போட்டி போட்டுக் கொண்டு வானூர்திகளின் பயணக்கட்டணத்தில் சலுகை தருகின்றன எடுத்துக்காட்டாக சென்னையிலிருந்து சிங்கப்பூர் சென்று வ பயணக்கட்டணம் ரூ.17,820 ஆகிறது. இதில் முதற்கண் 9 சதவீதம் கழி தரப்படுகிறது. இக்கழிவுடன் மேலும் ஏறத்தாழ ரூ.2000 சலுகை வழங்குகின்றனர். இதனைப் போன்று பல கம்பெனிகள் பலவிதமா சலுகையைத் தந்து விமானப் பயணத்தை ஊக்குவிக்கின்றன இக்கட்டணக் குறைப்பும் அதிவிரைவான பயணமும் விமானப்பயணத்தை பன்மடங்கு பெருக்கின.

**இரயில் :** அண்மைக் காலத்தில் இரயிலின் வேக அதிகரித்துள்ளது. வசதிகளும் பெருகியுள்ளன. சதாப்தி, இராஜதா விரைவு வண்டிகள் அதிவேகத்தில் செல்கின்றன. மேலை நாடுகளிலு ஜப்பானிலும் மின்காந்த சக்தியால் மணிக்கு 400 கி.மீ வேகம் செல்லு மின்னல் வேக இரயில் வண்டிகள் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டுள்ள அமெரிக்காவின் தேசிய இரயில்வேக்களில் அயல்நாட்டினர் சலுகை கட்டணத்தில் பயணம் செய்ய அனுமதிக்கப்பட்டுள்ளனர். 1959-இ அமலாக்கப்பட்ட ஐரோப்பிய இரயில் பயணச்சீட்டுத் (Euro Rail Pa திட்டம், ஒரு நாட்டில் வாங்கப்பட்ட பயணச்சீட்டை வைத்துக் கொண



வேறு நாடுகளிலும் பயணம் செய்ய அனுமதிக்கின்றது. இந்நடவடிக்கைகளால் சுற்றுலாப் பயணியர்க்கு இரயில் பயணமும் எளிதாயிற்று. எனவே குறைந்த செலவில் அதிகம் பேர் அதிக இடங்களைச் சுற்றிப் பார்க்க முடிகிறது.

**சீருந்துகள்:** கண்டம் கடக்கும் நெடுஞ்சாலைகள் இன்று சீருந்துப் பயணத்தை எளிதாக்குகின்றன. அமெரிக்காவில் 99 சதவிகிதம் உள்நாட்டுச் சுற்றுலாக்கள் சீருந்துகளிலே நடைபெறுகின்றன. இங்கு ஏறத்தாழ எல்லோரும் சீருந்து வைத்திருக்கின்றனர். இன்று சீருந்துகளில் அனைத்து நவீன வசதிகளும் உள்ளன. 1980 ஆம் ஆண்டு கணக்குப்படி உலகில் 820 மில்லியன் சீருந்துகள் இருந்தன. எனவே பலநாடுகளில் உள்நாட்டுப் பயணங்கள் சீருந்திலேயே நடைபெறுவதனை அறியலாம்.

**கப்பல்கள்:** விமானங்களின் கண்டுபிடிப்பால், கப்பல் பயணம் இன்று செல்வாக்குப் பெறவில்லை. இருப்பினும் சிலர் இன்றும் இதில் சுற்றுலா மேற்கொள்கின்றனர். மிதக்கும் மாளிகைகள், என்று கூறத்தக்க அளவில் கப்பலில் சொகுசு வசதிகள் செய்யப்பட்டுள்ளன. S.S.குயின் மேரி 11, என்னும் ஆடம்பரக் கப்பல்களை இதற்கு எடுத்துக் காட்டாகக் கூறலாம்.

எனவே சொகுசு வாகனப் பெருக்கமும், கட்டணக் குறைப்பும் சுற்றுலாப் பயணங்களைப் பெரிதும் ஊக்குவிக்கின்றன.

### 4. பன்னாட்டுத் தொழில் வளர்ச்சி (Growth of International Business)

உலகின் பெருந்தொழில் நிறுவனங்கள் இன்று வெளிநாடுகளிலும் தமது கிளைகளைத் தொடங்கி தொழிலை விரிவுபடுத்துகின்றன. இதனால் பயணங்கள் பெருகுகின்றன. மூலப்பொருட்களை வாங்கவும், உற்பத்திப் பொருள்களை விற்கவும், நவீன தொழில் நுட்பங்களை அறியவும், தொழிலை மேம்படுத்தும் கருத்தரங்குகள், பணிப்பட்டறைகள் ஆகியவற்றில் கலந்து கொள்ளவும், தொழில் அதிபர்களும், தொழில்நுட்ப வல்லுநர்களும் அயல் நாடுகளுக்குப் பயணம் செய்கின்றனர். இவர்கள் தொழில் தொடர்பாகச் சென்றுள்ள போதிலும், தாங்கள் செல்லும் நாடுகளின் முக்கியமான புகழ்மிகு சுற்றுலா மையங்களைக் கண்டு மகிழ்கின்றனர். எனவே தொழில் முன்னேற்றம் சுற்றுலாவில் முடிவதைக் காண்கிறோம்.

1. தரமணி M.S. சுவாமிநாதன் ஆராய்ச்சி நிறுவனம் (தினமணி - 26.11.2000)
2. தினமணி 25.11.2000

**5. சுற்றுலாச் சலுகைத் திட்டங்கள் (Package Tours)**

இதனைக் கட்டுமுறைப் பயணத்திட்டம் எனவும் கூறுவர். இதில் தனிப்பட்ட முறையில் சுற்றுலா செல்ல முடியாதவர்கள், எளிதில் பயணம் செய்யும் வகையில் பல சலுகைத் திட்டங்கள் வகுக்கப்பட்டுள்ளன. அரசும் தனியாரும் இத்தகைய திட்டங்களை உருவாக்கியுள்ளன. இதில் வாகன ஏற்பாடு, கட்டணக் குறைப்பு, தங்குமிடம் ஆகியவை இவர்களுக்கு அளிக்கப்படுகின்றன. இத்தகைய பயணங்கள் ஊக்குவிக்கப்படுகின்றன.

தமிழ்நாட்டில் பணிபுரியும் இடைநிலை ஆசிரியர் சிலரை வட இந்தியாவிற்கு அரசு செலவில் தோல் பொம்மைக் கலையைக் கற்றுக் கொள்ள அனுப்புவதையும், உயர்நிலைப் பள்ளி ஆசிரியர்களை இந்தியப் பண்பாடு, கலைகள் பற்றி அறிந்து கொள்ள அரசு செலவில் தில்லிக்கு அனுப்புவதையும் சுற்றுலா ஊக்குவிப்பு எனக் கூறலாம்.

**6. தட்பவெப்ப நிலைக்கடுமையினின்றும் விடுபடுதல் (Relief from adverse climatic conditions)**

எல்லாப் பகுதிகளிலும் எப்போதும் ஒரே மாதிரியான தட்பவெப்பநிலை நிலவுவதில்லை. பருவநிலை மாறுகின்றது. கோடைகாலமும், குளிர்காலமும் மாறி மாறி வருகின்றன. நம் தமிழ்நாட்டில் மே, ஜூன் மாதங்களில் வெயில் அதிகம், சில சமயங்களில் அதனைத் தாங்க முடியாத நிலையும் ஏற்படுகிறது. எனவே அப்போது வசதி படைத்தோர் மலைவாழிடங்களுக்குச் செல்கின்றனர். குளிர்ப் பகுதியில் வாழும் ஐரோப்பியர், வெது வெதுப்பான மத்தியதரைக்கடல் பகுதிகளுக்கு பயணம் செய்கின்றனர். எனவே பாதகமான தட்பவெப்ப நிலையின் போது மக்கள் மற்ற இடங்களுக்குப் பயணிக்கின்றனர். கடற்கரைப் பகுதிகளில் குளிர்காலங்களில் கடலிலிருந்து வெப்பக்காற்றும், கோடைக் காலங்களில் குளிர்காற்றும் வீசும். எனவேதான் சிலர் கடற்கரை நகரங்களுக்குச் செல்கின்றனர்.

**7. தகுதிப் பெருமை (பயண கௌரவம்) (Status Symbol)**

சிலர் தமது அந்தஸ்தையும், கௌரவத்தையும், பெருமையைப் வெளிக்காட்ட வேண்டுமென்பதற்காகவே அயல்நாட்டுச் சுற்றுலாவை மேற்கொள்வர். இவர் தனது நண்பர்களிடமும் பிறரிடமும் தான் வெளிநாடு சென்று வந்ததைப் பற்றிப் பெருமையடித்துக் கொள்வர். பல பெரும்புள்ளிகளும், பல மன்றத்தினரும் இவரை விமான நிலையத்தில்



வழியனுப்புவர். திரும்பிவரும் போது வரவேற்பளிப்பர். பல மன்றங்களும் சமூக அமைப்புகளும் இவருக்குப் பாராட்டுக் கூட்டங்கள் நடத்திச் சிறப்பிப்பர். இவர்களது புகழும் பெருமையும் ஓங்கும். பத்திரிகைகளிலும் சுவரொட்டிகளிலும் இவரது பெயரும் படமும் இடம் பெறும். இவ்வாறு புகழ் பெறுவதற்குச் சுற்றுலாத் துணை புரிகிறது.

**8. மாநாடுகளும், தொழில் கருத்தரங்குகளும் (Conferences and Business Meetings)**

உலகின் பலபெரு நகரங்களில் தொழிலைப் பெருக்குவதற்கென்று பல கருத்தரங்குகள் நடைபெறுகின்றன. இவற்றில் பொருள் உற்பத்தி, விற்பனை, விளம்பரம் முதலானவற்றில் நவீன உத்திகள் குறித்து விவாதிக்கப்படுகின்றன. இதில் கலந்து கொள்ளத் தொழிலதிபர்களும், வல்லுநர்களும், அயல்நாடுகளுக்குப் பயணம் செய்கின்றனர். இதனால் தொழில் வளர்ச்சி ஏற்படுகிறது. இவ்வகையிலும் சுற்றுலா கைகொடுக்கிறது. கைத்தறித்துணி ஏற்றுமதியில் முன்னணியில் நிற்கும் கரூர்த் தொழிலதிபர் பலர், இம்மாநாடுகளுக்கு அடிக்கடி சென்று வருகின்றனர்.

**9. கல்வி முன்னேற்றம் பெற (For Better Education)**

இன்றைய நிலையில் கல்வி, தொழில் நுட்பக் கல்வி, சிறப்புக் கல்வி, படிப்பில் ஆராய்ச்சி ஆகியவற்றை நாடிப் பலர் அயல்நாடுகளுக்குச் செல்கின்றனர். மேல்படிப்பிற்காக அமெரிக்கா, லண்டன், ஜெர்மனி ஆகிய நாடுகளுக்குப் பலர் செல்வதால் கல்வித்தரம் உயர்கிறது. இன்று நம் பாரதத்தில் உள்ள கலைச் செல்வங்கள் பற்றி ஆய்வு செய்வதற்காகப் பல அயல் நாட்டினர் வருகை புரிகின்றனர். மலேசியாவிலிருந்தும், சிரீலங்காவிலிருந்தும் பலர் பாரதத்திற்கு வந்து மருத்துவக் கல்வி பயில்கின்றனர். இதனால் மேல்நிலைக் கல்வி, சுற்றுலாவைத் தூண்டுகிறது என்பது அறியப்படுகிறது.

**10. உலகக் கண்காட்சிகளும் தொழில் பொருட்காட்சிகளும் விழாக்களும் (World Exhibitions and Trade Fairs)**

உலக அளவில் முதன்முதலாகத் திட்டமிட்டச் சுற்றுலாவை நடத்திய தாமஸ்குக் லண்டனில் நடைபெற்ற உலகப்பொருட்காட்சியைக் கண்டுகளிக்க 1,50,000 பேர்களை அழைத்துச் சென்று சாதனை படைத்தார்.

ஜப்பானில் நடைபெற்ற அகிலஉலகத்தொழில் நுட்பப் பொருட்காட்சியைக் காண உலகமுழுவதிலிருந்தும் பல தொழிலதிபர்கள்

டோக்கியோ சென்றனர். இதுபோன்று ஆசிய அளவில் நடைபெற்ற தொழில் கண்காட்சிகளுக்கும் பலர் சென்றனர்.

இதுபோன்ற தொழில் விழாக்களும் (Trade Fairs) கண்காட்சிகளும் சுற்றுலா செல்லக் காரணங்களாக அமைந்துள்ளமை அறியப்படுகின்றது.

**11. விளம்பரம் (Publicity)**

தொழில் வளர்ச்சியின் உயிர்நாடி விளம்பரம். சுற்றுலாத் தொழிலுக்கும் விளம்பரமே உயிர்நாடி. ஒவ்வொரு நாடும் தனது நாட்டின் பெருமைமிகு சுற்றுலாத் தலங்கள் பற்றி விளம்பரங்கள் செய்து சுற்றுலாப் பயணியரை அழைக்கிறது. கவர்ச்சியான விளம்பரங்கள் சுற்றுலாப் பயணியரைக் கவர்கின்றன. சுவரொட்டிகள், செய்தித்தாள்கள், படக்காட்சிகள், தொலைக்காட்சிகள், இணையத்தளம் (இண்டர்நெட்) ஆகியவற்றின் மூலம் விளம்பரங்கள் செய்யப்படுகின்றன.

அமெரிக்க ரயில்வேக்கள் விளம்பரத்திற்கு மட்டுமே ஆண்டுதோறும் 25 மில்லியன் டாலர்களுக்கும் அதிகமாகச் செலவிடுகின்றன. காஷ்மீரின் பெருமையைச் சித்திரிக்க **காஷ்மீர் ஒரு குளிர்காலக் கனவுலகம்** எனும் தலைப்பில் திரைப்படம் ஒன்றைப் பாரத சுற்றுலாத்துறைத் தயாரித்து விளம்பரப்படுத்தியது. இதனைப்போன்று ஒவ்வொரு நாடும் தனது நாட்டிலுள்ள சுற்றுலா மையப் பெருமைகளைத் திரைப்படம் எடுத்து அயல்நாடுகளில் விளம்பரப்படுத்துகின்றன. நடனக் காட்சிகளைப் படமெடுத்தும் விளம்பரம் செய்யலாம். இதனால விளம்பரங்கள் சுற்றுலா மேம்பாட்டிற்குத் தோன்றாத்துணையாக விளங்குவது புலனாகும்.

**12. கோட்பாட்டுத் தன்மைக் குழுக்களின் அரசியல், அறிவியல், பண்பாட்டுத் தொடர்புடைய பேரவைகள் (Ideological Pressure Groups Political, Scientific, Cultural)**

அரசியல், அறிவியல், பண்பாடு முதலானவற்றின் தனித்தனிக் கொள்கைகளைக் கொண்ட இயக்கங்கள், நிறுவனங்கள், அமைப்புகள் ஆகியவை ஏற்பாடு செய்யும் மாநாடுகள் பல்லாயிரக் கணக்கான மக்களைக் கவர்கின்றன. மக்களின் அடிப்படைத் தேவையான உப்பை ஒரு பிரச்சனைப் பொருளாக எடுத்துக்கொண்டு, இந்தியாவின் அனைத்துத் தரப்பு மக்களையும் காந்தியடிகள் ஆங்கிலேயருக்கு எதிராகத் திரட்டினார். இதன் விளைவே காந்திஜியின் உப்பு சத்தியாக்கிரஹமும் தண்டி யாத்திரையுமாகும். இப்போராட்டம் ஆங்கிலேயர் ஆட்சியின் அடிப்படையையே ஆட்டம் காணச் செய்துவிட்டது. இதுபோன்ற மக்கள் எழுச்சியை இந்திய வரலாற்றில் காண இயலாது.



1922 ஆம் ஆண்டில் இத்தாலியில் பாசிஸ்டு கட்சித் தலைவர், தனது கட்சித் தொண்டர்களை உரோம் நகருக்கு அணியணியாக வரச்சொல்லி மாபெரும் பேரணியை நடத்தி வெற்றிகண்டு ஆட்சியைக் கைப்பிடித்த வரலாறு மறக்க முடியாதது. அடுத்து மாவீரன் நெப்போலியனின் நீண்ட பாரிஸ் பயணம் அவரது நூறு நாள் ஆட்சிக்கு அடிகோலியது. இந்திய நாட்டின் நிகரிலாத்தலைவர் நேதாஜி சுபாஷ் சந்திரபோஸ் டெல்லி சலோ எனும் கோஷத்துடன் மலேயாவிலிருந்து மாபெரும் தேசியப் படைவீரர்களுடன் (I.N.A ஆண்களும் பெண்களும்) டெல்லியை நோக்கி அணிவகுத்துச் சென்ற நிகழ்ச்சி, மலேசியத் தமிழர்களின் இதயங்களில் நீங்கா இடம்பெற்று விட்டதனை வரலாறு மறவாது.

இன்றும் தமிழகத்தில் அரசியல் கட்சித் தலைவர்கள் தமக்குள் போட்டி போட்டுக்கொண்டு மக்களுக்குக் கூலிகொடுத்து அவர்களை லாரிகளிலும், பஸ்களிலும் அழைத்துச் சென்றுக்கும்பல் காண்பித்து கோடிக்கணக்கான ரூபாய்களை வீணடிக்கின்றனர். இதனால் பெட்ரோலும், டீசலும், மின்சாரமும் வீணடிக்கப்படுகின்றன. இக்கட்சிகள் மக்களுக்குச் சேவை செய்ய வேண்டும் என்பதையே மறந்து விடுகின்றன. இன்று தமிழ்நாட்டின் நகரங்களில் சாதிக்கட்சிகள் பல மாநாடுகளைக் கூட்டிப் பேரணி நடத்துகின்றன. 1979-இல் புதுக்கோட்டை மாநகரில் சொல்லேர் உழவர் குழ.செல்லையா அவர்கள் முதல்வர் எம்.ஜி.ஆர் அவர்களைச் சிறப்பழைப்பாளராகக் கொண்டு நடத்திய முத்தரையர் மாநில மாநாட்டில் லட்சக் கணக்கானோர் கூடியிருந்ததைத் தமிழகம் மறக்காது. இவ்வாறு இவர்கள் பெரிய நகரங்களில் மாநாடுகள் நடத்துவதாலும் பயணங்கள் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன.

மேற்கூறப்பட்ட காரணங்களால் சுற்றுலா வளர்ச்சி பெற்று நாட்டின் பொருளாதார நிலை உயர்த்தப்படுகிறது.

## அ. சுற்றுலா வளர்ச்சிக்குத் தடைகள்

சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான அடிப்படைக் காரணங்களைக் கண்ட நாம் சுற்றுலாவின் வளர்ச்சிக்குத் தடைக்கற்களாக உள்ள காரணங்களையும் காண்போம்.

சுற்றுலாவில் அனைவராலும் ஈடுபட முடிவதில்லை. அதிலும் நெடுந்தூரம் சுற்றுலா செல்ல பல மக்களால் முடிவதில்லை. இதற்கான காரணங்களை உளவியல் ஆய்வாளர்கள் அலசிப் பார்த்தனர். இதன்

### ஜெட் விமானம் அறிமுகம் :

1958-ம் ஆண்டு ஜெட்விமானங்கள் (Jet flights) அறிமுகப்படுத்தப் பட்டது. இது சுற்றுலாப் பயணிகள் வசதியாகவும், சொகுசாகவும், அதிவேகமாக வும் பயணம் செய்ய உதவின. இதன் விளைவாக 1960-முதல் விமானப்பயணம் வேகமான வளர்ச்சி அடைந்தது. அகன்ற பெரிய அதிநவீன போயிங் 747, மெக்டனல் டக்ளஸ் D.C.10, ஏர்பஸ் A. 300, ஏர்பஸ் A. 320, லாக்ஹீட் ட்ரிஸ்டார் L.1011 ஆகிய விமானங்கள் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டதால் விமானப் போக்கு வரத்து பெரிதும் முன்னேற்றம் அடைந்தது. விமானக் கட்டுமானத்தில் ஏற்பட்ட தொழில் நுட்பத்திறன் வளர்ச்சியினால் கன்கார்ட், டுபுலாவ் 144 (Concorde, Tupplov, 144) ஆகிய சூப்பர் சோனிக் அதிவேக விமானங்கள் அறிமுகப்படுத்தப் பட்டன. இது சுற்றுலாப் பயணியர்களுக்கு மயிர்க்கூச்சரியும் புது பயண அனுபவங்களைக் கொடுத்தது. இவை சுற்றுலா வளர்ச்சியை அதிகரித்தது.

இவ்வாறு நவீன காலத்தில் பலகாரணங்களால் சுற்றுலா வேகமான வளர்ச்சியடைந்து வருகிறது. மொத்தத்தில் நவீன காலத்தில் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு பொருளாதார, சமுதாய, தொழில்நுட்ப காரணங்களே பிரதானமாக அமைந்துள் ளன. உலகின்பல நாடுகளில் மக்களின் வாங்கும் திறன் அதிகரித்துள்ளது. மேலும் முன்னேறிய நாடுகளில் வருடாந்தர விடுமுறை சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு ஊக்கம் அளிக்கிறது. நவீனகால சுற்றுலா வளர்ச்சியடைவதற்கு மக்கள் மனதிலே ஏற்பட்ட புதிய எண்ணங்களும் சமூக சிந்தனைகளுமே ஆகும். ஒரு காலத்தில் செல்வம் படைத்தவர்களே சுற்றுலா செல்ல முடியும் என்று இருந்த நிலை மாறி தற்போது எல்லாத்தரப்பு மக்களும் சுற்றுலா மேற்கொள்ள முடியும் என்ற நிலை ஏற்பட்டுள்ளது. இறுதியாகப் போக்குவரத்தில் ஏற்பட்ட வளர்ச்சியும், அரசாங்கத்தின் ஆதரவும், சுற்றுலாக்கழகங்களின் தோற்றமும் நவீனகால சுற்றுலா வளர்ச்சிக்குப் பெரிதும் உதவுகின்றன.

# 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 சிறப்புள்ள மையங்களையும் உள்ளத்தைக் கொள்ளை கொள்ளும் இயற்கைக் காட்சிகளையும், சமயத்



தொடர்பான புனித ஸ்தலங்களையும் குளுமையான கோடை மலை வாசஸ்தலங் களையும் ஆடம்பரம்மிக்க, ஆரவாரமிக்க நகரங்களையும் கண்டுகளிக்க அவன் மனம் துடிக்கிறது. எனவேதான் மனிதன் பொருட்செலவையும் பாராமல் சுற்றுலா செல்கிறான். இதனால்தான் அண்மைக் காலத்தில் சுற்றுலா பெரும் வளர்ச்சி யடைந்து வருகிறது. ஒவ்வொரு நாட்டிலும் சுற்றுலாப்பயணிகளின் எண்ணிக்கை அதிகரித்து வருகிறது. சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான பல்வேறு காரணங்களை இனி காணலாம்.

### 1) அதிகமான ஓய்வு (Rest and Relaxation) :

தற்காலத்தில் ஒவ்வொரு நாட்டிலும் பணிபுரியும் மக்களுக்கு அதிகமாக ஓய்வு கிடைக்கிறது. இதற்கு முக்கிய காரணம் விடுமுறை நாட்கள் அதிகமாகக் கிடைப்பதேயாகும். பத்தொன்பதாம் நூற்றாண்டில் பல நாடுகளில் வாரத்திற்கு எழுபது 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. ஜியோன் பிராஸ்டிக் என்பவர் இதுபற்றிக் குறிப்பிடும் போது வாரத்திற்கு முப்பது மணி நேரம் உழைத்தாலே போதும் என்கிறார். இது தவிர சமய விடுமுறையும், ஆண்டு விடுமுறையும் வழங்கப்படுகிறது. 1949-ல் உலகத் தொழிலாளர் நிறுவனம் மாதச் சம்பளத்துடன் கூடிய ஆறுவார விடுமுறை அளிக்கப்பட வேண்டும் என்று கூறியது.

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 பெருக்கத்தி னால் அசுத்தமும் சுகாதாரச் சீர்கேடுகளும் தோன்றலாயின. 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 அலுவலகங்களில் வேலை செய்பவர்களின் வருமானமும் உயர்ந்தது. வருமானம் அதிகமாகும் போது மகிழ்ச்சிக்காகவும் மனநிம்மதிக்காகவும் அதில் ஒரு பகுதியை செலவு செய்ய தயார் ஆகிறார்கள். எனவே சுற்றுலாவுக்காக் 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 கொஞ்சும் இடங்களையும், மனங்கவரும் வரலாற்றுச் சிறப்புமிக்க இடங்களையும் காண ஒவ்வொருவரும் விரும்புகின்றனர். இதற்காகவே தங்கள் வருவாயில் ஒரு பகுதியை சுற்றுலாவிற்காகச் சேமித்து வைக்கிறார்கள். அத்துடன் குடும்பத்தில் வருடத்திற்கு ஒரு முறை சுற்றுலா செல்வது முக்கியமான அம்சமாக மாறியுள்ளது. எனவே மக்களின் வாழ்க்கைத் தரம் உயர்வதால் சுற்றுலாவும் வளர்ச்சியடைகிறது.

## 5) கல்வி வளர்ச்சி (Development of Education) :

கல்விவளர்ச்சி சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு பெரிதும் காரணமாகிறது. கிராமங்களில் படித்து முடித்த மாணவர்கள் மேற்படிப்புக்காக தூர இடங்களிலுள்ள கல்வி நிலையங்களுக்கு பயணம் மேற்கொள்கின்றனர். கல்லூரிகளில் படிக்கும்போது கல்வி தொடர்பான சுற்றுலாக்கள் நடைபெறுகின்றன. விளையாட்டுகள் தொடர்பான பயணங்கள், போட்டிகள், பண்பாட்டு நிகழ்ச்சிகள் தொடர்பான பயணங்கள் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன. அது போலவே NSS மற்றும் NCC மாணவர்கள் அவை தொடர்பான பயணங்களை மேற்கொள்கின்றனர். எனவே கல்வி வளர்ச்சியானது சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு பெரிதும் காரணமாகிறது.

## 6) அரசாங்கத்தின் ஆதரவு (Support of the Government) :

அரசாங்கத்தின் ஆதரவினால் சுற்றுலா பெரிதும் வளர்ச்சியடைந்து வருகிறது. சுற்றுலாவின் முக்கியத்துவத்தை அறிந்த உலக நாடுகள் தங்கள் நாடுகளில் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான திட்டங்கள் தீட்டுகின்றன. சுற்றுலாவை மேம்படுத்தும் கொள்கைகள் வகுக்கப்படுகின்றன. வரவு செலவு திட்டத்தில் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான அதிகமான நிதி ஒதுக்கப்பட்டு வருகிறது. ஐக்கிய நாடுகள் சபையின் அங்கங்களான உலகத் தொழிலாளர் அமைப்பு, உலக சுற்றுலா மையம் ஆகியவை தங்கள் உறுப்பு நாடுகளுக்கு சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான பயிற்சி முகாம்கள் நடத்துவதுடன் அவற்றிற்கான உதவியும் செய்து வருகின்றன.



## 7) சம்பளத்துடன் கூடிய விடுமுறை (Paid Holiday) :

தொழிற்புரட்சியின் முக்கிய விளைவுகளில் தொழிற்சங்கங்களின் 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 சிறப்பிடம் 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 அதிகப் படுத்தியுள்ளன. 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. அப்பொழுதுதான் வெளிநாட்டு சுற்றுலாப் பயணிகள் பயமில்லாமல் வருவர். குழப்பமான அரசியல் நிலை இருக்கும் நாடுகளுக்கும், தீவிரவாதத்தன்மை காணப்படும் பகுதிகளுக்கும் யாரும் சுற்றுலா செல்வதில்லை. இதற்கு உதாரணமாக இந்தியாவிலுள்ள காஷ்மீர் அழகு கொஞ்சும் இடமாக இருந்தும் அங்கு தீவிரவாதிகளின் நடமாட்டத்தால் காஷ்மீரில் சுற்றுலா பயணிகளின் வரவு வெகுவாகக் குறைந்து விட்டது. எனவே, அமைதியான அரசியல் சூழ்நிலை சுற்றுலாவை ஊக்குவிக்கிறது என்பதில் சந்தேகமில்லை.

## 10) பயணிகளைக் கவரும் திட்டங்கள் (Attractive plans) :

தற்காலத்தில் சுற்றுலாவின் முக்கியத்துவத்தை எல்லா நாட்டு அரசாங்கங்களும் நன்றாகவே உணர்ந்துள்ளன. அது எந்த அளவிற்கு அந்நிய செலவாணியை ஈட்டித் தருகிறது என்பதை உணர்ந்துள்ளன. எனவேதான்

பயணிகளின் எண்ணிக்கையை அதிகரிக்க கவர்ச்சிகரமான திட்டங் சுற்றுலாப் பயணிகளின் எண்ணிக்கையை அதிகரிக்க கவர்ச்சிகரமான திட்டங்களைத் தீட்டி செயல்படுத்தி வருகின்றன. நீண்ட தூரம் பயணம் செய்பவர்களுக்கு பல வசதிகளையும் சலுகைகளையும் செய்து கொடுக்கின்றன. சலுகை கட்டணங்களை அளித்து பயணிகளை கவர்கின்றன. இவ்வாறு அரசாங்கமானது பயணிகளைக் கவருவதற்காகப் பல திட்டங்களைத் தீட்டி செயல்படுத்தி வருவதால் சுற்றுலா வளர்ச்சியடைகிறது.

## 11) விளம்பரங்கள் (Advertisements) :

விளம்பரங்கள் மூலம் சுற்றுலா வளர்ச்சியடைகிறது. ஒவ்வொரு நாடும் விளம்பரங்கள் மூலம் சுற்றுலாப் பயணிகளுக் தங்கள் நாட்டிற்கு வரும்படியாக விளம்பரங்கள் மூலம் சுற்றுலாப் பயணிகளுக் குத் 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 நாடுகள் உலகச் சுற்றுலா வல்லுநர்களிடம் ஆலோசனைகளைப் பெற்று தங்கள் நாடுகளைச் சுற்றுலாப் பயணிகளைக்கவரும் நாடுகளாக மாற்றி வருகின்றன. இன்னும் சில நாடுகள் உலக வங்கியில் கடன்பெற்று சுற்றுலாத் துறையை மேம்படுத்துகின்றன. சில நாடுகள் அமெரிக்காவிடமிருந்து பண உதவியும் ஆலோசனைகளும் பெறுகின்றன. விளம்பரத்திற்காகவே தனியாக குறிப்பிட்ட தொகை ஒதுக்கப் படுகிறது. ரஷ்யா, சீனா போன்ற நாடுகள் கூட சுற்றுலாவிற்கு முக்கியத்துவம் கொடுக்க ஆரம்பித்துவிட்டன. இவ்வாறு விளம்பரத்தினால் இன்று உலகப் பயணிகளின் எண்ணிக்கை பெருகியுள்ளது.

## 12) ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட சுற்றுலாக்கள்: (Package tours)

சுற்றுலாக்கள் குழுவாக ஒழுங்கு செய்யப்படுவதால் தனிப்பட்ட நபருக்கு சுற்றுலா செல்வதற்கான ஏற்பாடு மற்றும் தங்கும் வசதிகள் எளிமையாகக் கிடைக்கிறது. பயணச் செலவுகளும் குறைவாகவே உள்ளது. எனவே குழுச் சுற்றுலா சாதாரண மக்களையும் தூரப்பயணம் மேற்கொள்ளத் தூண்டுகின்றன. உதாரணமாக வடஇந்தியாவுக்கு காசி வரை சென்று பல புண்ணிய ஸ்தலங்களை தரிசித்துவிட்டு காசி வர தனி நபரால் பல் ஏற்பாடு செய்யப்படுகிறது. எல்லா ஏற்பாடுகளையும் அவரே பார்த்துக் கொள்கிறார். பயணம் செய்பவருக்கு எந்த சிரமமும் ஏற்படுவதில்லை. இந்த மாதிரி ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட சுற்றுலாக்கள் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்குக் காரணமாகிறது.

மேற்கண்ட சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான காரணங்களின் அடிப்படையில் 1970-ல் சுவிட்சர்லாந்து கூட்டாட்சி பல்கலைக்கழகத்தைச் சேர்ந்த லூயிஸ் எர்டி (Louis Erdy) என்பவர் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான காரணங்களை வரிசைப்படுத்துகிறார். அவை:



1) Greater affluence and more leisure
2) Emancipation of the young and higher wages
3) Transport facilities, especially air Transport.
4) Growth of international business
5) Package tours
6) Relief from adverse claimatic conditions
7) Status symbol
8) Conferences and business meetings
9) For Better Education
10) World exhibitions and trade fairs
11) Publicity
12) Ideological pressure groups (Political, scientific, cultural)

## சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு இருக்கும் தடைகள் :

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

### a) செலவு : (Expense)

அனேக மக்கள் சுற்றுலா செல்வதற்கு செலவழிக்க முடியாத சூழ்நில களில் உள்ளனர். இவர்களால் வெளிநாட்டுப் பயணங்களோ நீண்ட தூ பயணங்களோ மேற்கொள்ள முடியாது. மேலும் உணவு, உடை, போக்குவரத் தங்குமிடம் ஆகியவற்றின் விலைகள் அதிகமாக உயர்ந்துவிட்டன. என ஏழை எளிய மக்களாலும் சாதாரணத் தொழிலாளர்களாலும் சுற்றுலாவிற் செலவு செய்ய முடிவதில்லை. இந்தியாவில் 47 சதவீதத்துக்கு மேல் மக் வறுமைக் கோட்டிற்குக்கீழ் வாழ்கிறார்கள். இவர்கள் சுற்றுலா செல்ல முடிய நிலையில் உள்ளனர்.

### b) நேரமின்மை (Lack of time):

அனேக மக்களுக்கு சுற்றுலா செல்வதற்கு நேரமே கிடைப்பதில் தொழிற்துறையிலுள்ள நிர்வாகத்துறை அதிகாரிகள் தொழிலில் அதிக கவ செலுத்தும் காரணத்தினால் எங்கும் செல்ல இயலுவதில்லை. ஓய்வுே கிடைப்பதில்லை. மேலும் தொழில் அதிபர்களுக்கு நேரம் கிடைப்பதில் இவர்கள் தவிர மாத ஊதியத்தில் இருப்பவர்களுக்கும் சுற்றுலா செல்ல ே கிடைப்பதில்லை.

### 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. அறியாமை, பிற இடங்கள் மற்றும் மக்களைப் பற்றிய சரியான தகவல் இன்மை, பயம் போன்றவை சிலரிடம் ஆர்வமின்மையை ஏற்படுத்திவிடுகிறது. சிக்கனமாக வாழ விரும்புபவர்களும், கஞ்சத்தனமாக வாழ விரும்புபவர்களும், பொருள் மற்றும் பணத்தின் மீது ஆசை உள்ளவர்களும் சுற்றுலாவில் ஆர்வம் காட்டுவதில்லை.

### f) பயணக் கட்டுப்பாடுகள் (Travel restrictions):

சிலநாடுகளில் கடுமையான பயணக்கட்டுப்பாடுகள் உள்ளன. அப்படிப் பட்ட 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. சில்சமயங்களில் சுற்றுலாமையங்களில் காணப்படும் கட்டுப் பாடுகளும் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்குத் தடையாக உள்ளன.

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

அடிக்கடி நிகழும் போர்களும், கலவரங்களும் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்குத் தடையாக உள்ளன. இலங்கை போன்ற நாடுகளில் இனக் கலவரங்கள் நடந்து வருவதால் அங்கு சுற்றுலா வளர்ச்சி பெரிதும் தடைபட்டுள்ளது. லெபனான் இலங்கை ஆகிய நாடுகளில் ஓயாமல் போர்களும் கலவரங்களும் நடைபெறு வதால் 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.

### b) சுகாதாரமின்மையும், வசதியின்மையும் :(Poor facilities)

சுற்றுலா செல்வதே சுகம் தேடுவதற்காகத்தான் சுத்தமான இடங்களுக்கே வெளிநாட்டுப் பயணிகள் பயணம் செல்லவிரும்புகின்றனர். சிங்கப்பூர், ஹாங்காங், நியுயார்க், 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.

•✧•✧•✧•✧•✧

# 4. சுற்றுலாவின் அடிப்படைக் கூறுகள்

## (BASIC COMPONENTS OF TOURISM)

சுற்றுலா என்பது சுற்றுலா பயணிகள் மட்டுமே அடங்கியதல்ல. அது தனியாக இயங்குவது இல்லை. சுற்றுலா பல அடிப்படை உறுப்புகளைக் கொண்டுள்ளது. அந்த அடிப்படை உறுப்புகள் இல்லாமல் சுற்றுலா இல்லை. எனவே சுற்றுலா என்றால் என்ன? என்பதை நாம் அறியவேண்டுமானால் அதன் பல்வேறு உறுப்புகளைப் பற்றியும் நாம் அறிந்து கொள்வது அவசியம். சுற்றுலா பல உறுப்புகளைக் கொண்டிருந்தாலும் அவைகளில் மிகவும் முக்கியமானதும் அடிப்படையானதுமான உறுப்புகளை நாம் தெரிந்து கொள்ளலாம். அவை, போக்குவரத்து, சுற்றுலா மையம், தங்கும் வசதி ஆகிய மூன்று உறுப்புகள் ஆகும்.

உள்ளது. விடுதிகள் இல்லாமல் சுற்றுலா வளர்ச்சியடைய முடியாது.

## III) சுற்றுலா மையத்தின் கவர்ச்சி
## (LOCALITY (OR) TOURIST ATTRACTIONS)

சுற்றுலாவின் அடுத்த முக்கியமான உறுப்பு சுற்றுலா மையமாகும். போக்குவரத்திற்கு நல்ல வசதி செய்யப்பட்டிருந்தாலும், தங்குவதற்கும் நல்ல வசதி செய்யப்பட்டிருந்தாலும் மட்டும் போதாது. சுற்றுலா முழுமையடைய வேண்டுமானால், சுற்றுலா முக்கியத்துவம் பெறவேண்டுமானால் சுற்றுலா மையமானது ஏதேனும் ஒரு வகையில் சிறப்பிடம் வகிக்கவேண்டும். ஒன்று பயணிகளைக் கவரும் வரலாற்றுச் சின்னம் அங்கு இருக்கவேண்டும் அல்லது கவர்ச்சி மிக்க இயற்கை எழில் கொஞ்சும் இடமாக இருக்க வேண்டும் அல்லது வழிபடக்கூடிய புனிதத் தன்மை கொண்டதாக இருக்கவேண்டும். எனவே ஏதேனும் ஒருவகையில் சுற்றுலா மையம் சிறப்பிடம் வகிக்கவேண்டும். அப்போதுதான் சுற்றுலாப் பயணிகள் அங்கு செல்வர். கீழ்க்கண்டவைகள் சுற்றுலாவின் பிற கூறுகளாகக் (elements) கருதலாம்.

### a) கவின்மிகு இயற்கைக் காட்சிகள் (Scenic attractions) :

சுற்றுலாவின் கவின்மிகு இயற்கை காட்சிகள் முக்கிய இடம் வகிக்கின்றன. உயர்ந்த மலைகள், அழகான நீர்வீழ்ச்சிகள், ஓடி வரும் ஆறுகள், அழகு கொழிக்கும் காடுகள், பெரிய ஏரிகள், மனங்கமழும் பூங்காக்கள், பள்ளத் தாக்குகள், பனி மண்டலங்கள், கடற்கரைகள் ஆகியவை பயணிகளைக் கவரக் கூடியவை. மலைகளிலுள்ள அழகை ரசிப்பது, கடற்கரை காற்றை சுவாசிப்பது சுற்றுலா பயணிகளுக்கு மனமகிழ்ச்சியைக் கொடுக்கும். ஐரோப்பாவிலுள்ள ஆல்ப்ஸ்மலைகள், அமெரிக்காவிலுள்ள நயாகரா நீர்வீழ்ச்சி, ஐஸ்லாந்திலுள்ள வெப்பமிகு வெந்நீர் ஊற்றுகள், ஆப்பிரிக்கக் காடுகள், மியாமி, மெரினா, கோவா மற்றும் கோவளம் கடற்கரைப் பகுதிகள், பொங்கிவரும் கங்கை, அமேசான், மிசௌரி, மிசிசிப்பி நதிகள் ஆகியவை சுற்றுலாப் பயணிகளைக் கவர்ந்திழுக்கும் தன்மை கொண்டவை. இப்படிப்பட்ட இயற்கை அழகுதான் சுற்றுலாவை வளர்ச்சியடையச் செய்யும் சாதனங்களாக உள்ளன.

# 6. சுற்றுலாவின் சமுதாய முக்கியத்துவம்

## (SOCIAL SIGNIFICANCE OF TOURISM)

இன்றைய உலகில் சுற்றுலா ஒரு பயன்மிகு தொழிலாக விளங்குகிறது. ஒருநாட்டின் கண்ணுக்குத் தெரியாத ஏற்றுமதிப்பொருள்தான் சுற்றுலா. 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. சமுதாய வளர்ச்சிக்கு பெரும் பங்கேற்றுகிறது. சமுதாய அமைப்பு முறையிலும், வாழ்க்கையிலும் தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது. இங்கு சுற்றுலாவின் சமுதாய முக்கியத்துவத்தைப் (நன்மைகள்) பற்றி காண்போம்.

### 1) தேசிய ஒருமைப்பாடு வளர்கிறது

(Promts of National Integretion):

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. சுற்றுலா செல்லும் பயணி பிற மாநிலங்களில் வாழும் மக்களுடன் கூடிப்பேசி மகிழமுடிகிறது. வடமாநிலத்தவர் தென் மாநிலங்களுக்கும், தென் மாநில மக்கள் வடமாநிலங்களுக்கும் செல்லும் போது தேசிய ஒருமைப் பாட்டுணர்ச்சி ஏற்படுகிறது. இதனால் தேசிய ஒருமைப்பாடு வலுவடைகிறது.

### 2) மனிதனுக்கு மகிழ்ச்சி அளிக்கிறது:

**(Gives happiness to man):**

சுற்றுலா மனிதனுக்கு மகிழ்ச்சியையும் புத்துணர்ச்சியையும் அளிக்கிறது. அன்றாடம் உழைத்து, உழைத்து அலுத்துப் போன தொழிலாளிக்கு சுற்றுலா இன்பம் தருகிறது. தொழிற்சாலையிலுள்ள எந்திரங்களையே சந்தித்துக் கொண்டிருந்த தொழிலாளி சுற்றுலாவின் மூலம் புதிய சூழ்நிலையில் மகிழ்ச்சியடைகிறான். இயற்கையழகில் மனதைப் பறிகொடுக்கிறான். கவலைகளை மறந்து கடற்கரை மணலில் இன்பம் காண்கிறான். புத்துணர்ச்சி பெறுகிறான். இவ்வாறு மனிதரின் மனதுக்கு மன மகிழ்ச்சி தரும் சுற்றுலா மனிதனின் உடல்



நலத்தையும் பேணுகிறது. இதனால் சமுதாயம் நலன் பெறுகிறது. சமுதாயத்தில் ஏற்படும் பல தீய விளைவுகள் இதனால் தடுக்கப்படுகிறது.

### 3) மனிதநேயம் வளர்ச்சியடைகிறது : Develops humanism

மனித நேயம் 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. இதன்மூலம் 'உலகக் குடிமகன்' (Citizen of the world) என்ற தாராளப் பண்பு வளர்கிறது. பன்னாட்டுறவு வலுப்படுகிறது.

### 4) வாழ்க்கைத்தரம் உயர்கிறது (Standard of living improves):

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. உதாரணமாக மதுரையை எடுத்துக் கொண்டால் உள்நாட்டு மற்றும் வெளிநாட்டுச் சுற்றுலாப் பயணிகளின் வருகையால் ஆயிரக்கணக்கான மக்களுக்கு வருமானம் கிடைக்கிறது. சுற்றுலாப் பயணிகள் இல்லையென்றால் அவர்களுக்கு வருமானமும் இல்லை என்ற நிலை உள்ளது. எனவே சுற்றுலா மக்களின் வாழ்க்கைத் தரத்தை உயர்த்துவதில் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது.

### 5) தனி மனித அறிவு பெருகுகிறது :

(Development of peoples knowledge):

சுற்றுலாவினால் தனிமனித அறிவு பெருகுகிறது. 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 தான் தங்கள் அறிவை விருத்தி செய்து கொள்ள முடிந்தது. தனிப்பட்ட முறையாக நேரடியாகப் பார்த்து, கேட்டு தெரிந்து கொள்ளுவதால் அறிவு விருத்தியடைகிறது. இவ்வாறு சுற்றுலா மனிதர்களின் அறிவை விருத்தி செய்து கொள்வதற்கு பெரிதும் உதவுகிறது.

## 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 நிரந்தர 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, நட்பு ஆகியவையாகும். இது இரண்டாவது வழித்தடம் ஆகும். இந்த இரு வழித்தட ராஜாங்கக் கொள்கையை முறையாகக் கடைப்பிடித்தால் பல சமுதாய நற்பயன் களைப் பெறமுடியும். காழ்ப்புணர்ச்சியை போக்கி நிரந்தர நட்பு பாலத்தை ஏற்படுத்தி தருகிறது. இதற்கு சுற்றுலா பேருதவி செய்கிறது.

## 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. சுற்றுலாவினால் ஒரு நாட்டு நாகரிகம் இன்னொரு நாட்டில் பரவ வாய்ப்பு உள்ளது. அதே நேரம் அந்த நாட்டின் பழமை, பண்பாடு, நாகரிகம் போன்றவற்றை நிலை நிறுத்திக்கொள்ளவும் வழிவகை செய்கிறது.



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

சுற்றுலா கலை மற்றும் கிராமியக் கலைகளைப் பேணிக்காப்பதற்கு உதவுகிறது. சுற்றுலாத்துறையானது 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 இந்தக்கலைக்ள் புத்துயிர் பெறுகின்றன. அழியாமல் பாதுகாக்கப் படுகின்றன. எனவே சுற்றுலா கலை மற்றும் கிராமியக் கலைகளைப் பேணிப் பாதுகாக்கிறது.

## 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. நினைவுச்சின்னங்களைப் பார்க்கும்போது அதனை உற்றுநோக்கி அதோடு கலந்துவிடுகிறார்கள். இதில் அவர்களுக்கு நிம்மதியும், திருப்தியும், புதிய உற்சாகமும் ஏற்பட்டு நல்ல அனுபவங்களைப் பெற்றுத் திரும்பிச்செல்கின்றனர். எனவே ஒவ்வொரு அரசும் தங்கள் நாட்டில் உள்ள பழங்காலக் கலை மற்றும் நினைவுச் சின்னங்களைப் பாதுகாக்க வேண்டியது அத்தியாவசியமான ஒன்றாகக் கருதப்படுகிறது. இவ்வாறு சுற்றுலாவினால் வரலாற்று முக்கியத்துவம் வாய்ந்த இடங்கள் பேணிப் பாதுகாக்கப்படுகின்றன.

## 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 வளங்களைக் கண்டு ரசிப்பதிலும், பல அரிய தாவர இனங்களையும் விலங்குகளையும் கண்டு உற்சாகம் அடைகிறார்கள். எனவே பறவை சரணாலயங்கள், வனவிலங்கு சரணாலயங்

களை முறைப்படிப் பாதுகாப்பதிலும், இயற்கை எழில்களைப் பேணிப் பாதுகாப்பதிலும் கவனம் செலுத்தப்படுகிறது. முதுமலை விலங்குகள் சரணாலயமும், வேடந்தாங்கல் பறவைகள் சரணாலயமும், சிதம்பரத்திற் கருகிலுள்ள பிச்சாவரமும் பேணிப் பாதுகாக்கப்படுகின்றன. இது சுற்றுலாப் பயணிகளை அதிகமாகக் கவர்கின்றன. இவ்வாறு சுற்றுலாவினால் வனவிலங்குகள் மற்றும் தாவரங்கள் பேணிப்பாதுகாக்கப்ப்டுகின்றன.

## 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. எனவே சுற்றுலாவினால் மக்களின் அடிப்படை வசதிகள் மேம்பாடு அடைகின்றன.

## 13) இளைஞர்களை நல்வழிப்படுத்துகிறது:

(Moulds the character of youth)

சுற்றுலா இளைஞர்களை நல்வழிப்படுத்தி சரியான வழியில் அவர்களைச் செல்ல வைக்கிறது. இளைஞர்களின் சுற்றுலா, விளையாட்டு சுற்றுலா, துணிகர செயல் புரியும் சுற்றுலா ஆகியவை இளைஞர்களை ஒன்றாக பங்கேற்கச் செய்து அவர்களிடம் பொது நன்மைக்காக சேவை செய்யும் மனப்பான்மையை வளர்க்கிறது. தானாக முன்வந்து சேவை செய்தல், பங்கிட்டுக் கொள்ளுதல், வாழ்க்கையின் பல நிலைகளையும் ஏற்றுக்கொள்ளுதல், நாட்டின் சட்ட திட்டங்களுக்கும், நெறிமுறைகளுக்கும் மதிப்பளித்தல் போன்ற குண இயல்புகளை இளைஞர்களிடம் வளர்க்கிறது. இது நாட்டிற்கு பலத்தைக் கொடுக்கிறது. இவ்வாறு சுற்றுலாவானது இளைஞர்களை நல்வழிப்படுத்துகிறது.

இவ்வாறு சுற்றுலா சமுதாயத்திலுள்ள பல குறைகளைப் போக்கி சமுதாயத்தை மேம்பாடடையச்செய்கிறது. சுற்றுலா சமுதாயத்தில் நிலவும் மூடப் பழக்க வழக்கங்களை ஒழிக்கவும், சமுதாயக் குறைகளை நீக்கவும், புதிய நாகரிகத்தை உருவாக்கவும், உயர்ந்த நாகரிக வாழ்க்கை வாழவும் உதவுகிறது.

# 7. சுற்றுலாவின் பொருளாதார முக்கியத்துவம்

## (ECONOMIC SIGNIFICANCE OF TOURISM)

சுற்றுலா இன்று ஒரு பொருளாதாரச் செயல்பாடாக வளர்ந்துள்ளது. உல்லாசத்திற்கும் இன்பத்திற்கும் சுற்றுலா என்ற நிலைமாறி இன்று உபரி வருமானத்திற்காக சுற்றுலாவை ஊக்குவிக்கும் காலம் வந்துவிட்டது. சுற்றுலாத் 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 வேலைவாய்ப்புகளை உருவாக்குவதற்கும், பிராந்திய வளர்ச்சியைப் பெருக்குவதற்கும், அரசின் வருவாயைப் பெருக்குவதற்கும் ஒரு கருவியாக சுற்றுலா உள்ளது. சுருக்கமாகக் கூறினால் ஒரு நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சியைத் தூண்டும் ஒரு உந்துசக்தியாக சுற்றுலா விளங்குகிறது.

## 1) சுற்றுலாவும் வாணிகச் சமநிலையும்

(Tourism and Balance of Trade):

ஒரு நாடு ஒரு குறிப்பிட்ட கால அளவில் பிற நாடுகளுக்கு ஏற்றுமதி செய்யும் 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 (Favourable Balance of Trade) 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 பொருளாதாரநிலை பாதிக்கப்படும். இதற்கு மிகவும் கைகொடுப்பது கண்ணுக்கு புலனாக ஏற்றுமதிகள் (Invisible exports) ஆகும். கண்ணுக்குப் புலனாகாத ஏற்றுமதிகளில் சுற்றுலா முக்கியமான இடம் வகிக்கிறது. சுற்றுலாவின் மூலம் அந்நியநாட்டு பணவரும்படியைப் பெருக்கி பாதகமான செலுத்து

சமநிலையைக் குறைக்கலாம். முடிந்தால் ... வெளியில்
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 சுமையைக் குறைப்பதில் சுற்றுலா முக்கியமானதோர் இடம் வகிக்கிறது.

சுற்றுலாவின் மூலம் அந்நிய செலாவணியை ஈட்டுவதில் இந்தியா இரண்டாவது இடம் வகிக்கிறது. இந்த துறையில் நமது அரசு குறைந்த பட்சத் தொகையை மூலதனமாக வைத்து அதிக அளவு லாபம் அடைகிறது. 1990-ம் ஆண்டு இந்தியா அந்நிய செலவாணியாக 2.103 கோடி ரூபாய் பெற்றது. 1991-ல் 2440 கோடியும், 1992-ல் 3,300 கோடியும், 1993-ல் 3,900 கோடி ரூபாயும் பெற்றது. கி.பி.2000-ம் ஆண்டில் அந்நிய செலவாணியாக ரூ.14,408.63 கோடி பெற்றது.

## 3) சுற்றுலாவும் தேசிய வருமானமும்

**(Tourism and National Income):**

சுற்றுலா மூலம் ஒவ்வொரு நாடும் பல வழிகளில் வருமானம் பெறுகின்றன. பொருட்களை உற்பத்தி செய்து உள்நாட்டிலும் வெளிநாட்டிலும் விற்பதைக் காட்டிலும் அதிகமான வருமானத்தைச் சுற்றுலாத்துறை தருகிறது. சுற்றுலா ஆய்வறிஞர்களான விகோரிஷ், கெர்ஷா ஆகியோர் சுற்றுலா பற்றி கீழ்க்கண்டவாறு கூறுகிறார்கள். "சுற்றுலா முதலீடு ஏதும் தேவைப்படாத மிக எளிதான தொழில். ஒரு சமுதாயம் ஆண்டு முழுக்க ஒவ்வொரு நாளும் இரண்டு டஜன் சுற்றுலாப் பயணிகளைக் கவர்ந்திழுக்க முடியுமானால் அது பொருளியல் வளர்ச்சியில் ஆண்டுக்கு ஒரு லட்சம் டாலர்கள் ஊதியப்பட்டியல்களைக் கொண்ட ஒரு புதிய தொழிற்சாலையைப் பெற்றுள்ளதற்கு ஒப்பாகும்" என்று கூறுகின்றனர்.

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 பெறும் தொகை, d) நுழைவு வரி, e) சுங்கவரி, f) இறக்குமதி வரி, g) சொத்து பராமரிப்பு வரி, h) விமானத் தளங்களைப் பயன்படுத்துவதற்கான வரி போன்றவை ஆகும்.

உலகின் பல நாடுகளின் முதல்தர வருவாய் சுற்றுலா மூலமாகத்தான் கிடைக்கிறது. ஸ்பெயின், போர்ச்சுக்கல், இஸ்ரேல் ஆகிய நாடுகளின் வருவாயில் சுற்றுலா மூலம் வரும் வருவாயே முதல்நிலை வகிக்கிறது. இத்தாலி, எகிப்து, கிரீஸ் ஆகிய நாடுகளில் சுற்றுலா வருவாய் இரண்டாம் நிலை வகிக்கிறது. இங்கிலாந்து, பிரான்ஸ், சுவிட்சர்லாந்து, தென் ஆப்பிரிக்கா போன்ற நாடுகளில் சுற்றுலா மூலம் வரும் வருவாய் மூன்றாவது இடத்தைப் பிடிக்கிறது. சிங்கப்பூர் அரசு தனது வருவாயின் பெரும்பகுதியைச் சுற்றுலா மூலமே பெறுகிறது. அமெரிக்க வெர்ஜின் தீவின் வருவாயில் எழுபத்தைந்து சதவீதம் சுற்றுலா மூலம் கிடைக்கிறது. பர்படோஸ் நாட்டின் தேசிய வருமானத்தில் கால் பங்கு அந்த நாட்டின் சுற்றுலா வருவாயே உள்ளது என்பது வியப்பிற்குரியது. இவ்வாறு பெரும்பாலான நாடுகளின் தேசிய வருவாயில் சுற்றுலா மூலம் கிடைக்கின்ற வருவாய் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. இதன் விளைவாக தேசிய பொருளாதாரம் வளர்கிறது. 2001-ம் ஆண்டில் உலகில் சுற்றுலா மூலம் 476 பில்லியன் டாலர்கள் ஈட்டப்பட்டுள்ளது என்று கணக்கிடப்பட்டுள்ளது. கி.பி. 2000-ல் சுற்றுலா மூலம் அமெரிக்கா 76.9 பில்லியன் டாலர், ஸ்பெயின் 34.5 பில்லியன் டாலர், இத்தாலி 32.9 பில்லியன் டாலர், பிரான்ஸ் 31.5 பில்லியன் டாலர், இங்கிலாந்து 22.7 பில்லியன் டாலர் வருமானம் ஈட்டும் என்று எதிர்பார்க்கப்பட்டது.

## 4) பொருளாதார ஏற்றத்தாழ்வு குறைகிறது

**(Reduces economic inequality):**

சுற்றுலா நாடுகளுக்கிடையே நிலவும் பொருளாதார ஏற்றத்தாழ்வை ஓரளவு குறைக்கிறது. பெரும்பாலும் பணக்கார நாடுகளைச் சேர்ந்த பயணிகள் பொருளாதாரத் துறையில் பின்தங்கிய நாடுகளுக்குப் பயணம் செய்கிறபோது

அவர்களது பணம் பின்தங்கிய நாடுகளின் பொருளாதாரத்தை உயர்த்தப் பயன்படுகிறது. சுற்றுலாவை வளர்ச்சியடையச் செய்வதன் மூலம் ஒரு நாடு பெருந்தொகையை நேரிடைவரி மூலமும் மறைமுகவரி மூலமும் பெறுகிறது ஒரு நாடு எந்த அளவிற்கு அயல் நாட்டுப் பயணிகளைக் கவர்ந்திழுக்கிறதோ அந்த அளவிற்கு அந்த நாடு அந்நிய செலாவணியைப் பெறுகிறது. அந்த வெளிநாட்டுப் பயணிகள் எத்தனை நாள் தங்குகின்றனரோ; எவ்வளவு பொருட்கள் வாங்குகின்றனரோ அந்த அளவிற்கு நாட்டின் வருவாய் உயர்கிறது. இதன் மூலம் அந்நிய செலாவணியை அதிகம் பெற்று தேசிய பொருளாதரத்தை உயர்த்த முடியும். இதனால் உலக நாடுகளுக்கிடையே காணப்படும் பொருளாதர ஏற்றத்தாழ்வு ஓரளவு குறைகிறது.

## 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. சொல்லப்போனால் சுற்றுலா மற்றுமோர் வேலை வாய்ப்பு நிறுவனமே யாகும். 1999-2000-ம் வருட கணக்குப்படி 15.5 மில்லியன் மக்கள் இந்தியாவில் சுற்றுலாத்துறை மூலம் நேரடி வேலை வாய்ப்பு வசதி பெற்றார்கள். சுமார் 12.3 மில்லியன் மக்கள் மறைமுக வேலைவாய்ப்பு வசதிகளைப் பெற்றனர். உலக பயண மற்றும் சுற்றுலா கழகத்தின் (UNTTC) அறிக்கையின் படி 2010-ல் இந்தியாவில் 12.9 மில்லியன் மக்கள் நேரடி வேலை வாய்ப்பு பெருவார்கள்.

சுற்றுலாத் துறையில் முதலாளி முதல் பல வகையான தொழிலாளர் வரை எண்ணற்ற மக்கள் பணிபுரிகின்றனர். இவர்களில் நேரடித் தொழிலாளர்கள், மறைமுகத் தொழிலாளர்கள் என இருபிரிவுகள் உள்ளன. சுற்றுலா முகவர், வழிகாட்டி, ஓட்டுநர், விற்பனையாளர், வரவேற்பாளர், இசைக்கலைஞர் நடனமாதர், கணக்கர், எழுத்தர், உணவு தயாரிப்போர், பரிமாறுவோர், மேலாளர், தகவல் தருவோர் போன்றவர்கள் நேரடியாக சுற்றுலாத்துறையில் பணிபுரிகின்ற னர். இவர்களைத் தவிர ஆயிரத்துக்கும் மேற்பட்ட துணைச் சுற்றுலாத் துறைகளும் வளர்ச்சியடைந்துள்ளன. அவைகளில் வேலைபார்ப்போர் மறைமுகத் தொழிலாளர் ஆவர். நட்சத்திர ஹோட்டல்களின் கட்டுமானப் பொறியாளர்கள், தொழிலாளர்கள், பஸ், ரயில் விமானங்களில் பணிபுரியும் பல கைத் தொழிலாளர்கள், புகைப்படம் எடுப்போர், கைவினைப் பொருட்களை



உற்பத்தி செய்வோர், விற்பவர்கள், கச்சாப் பொருள் விற்போர் போன்ற அனைத்துத் தொழிலாளர்களும் மறைமுகமாக சுற்றுலாத் துறையில் வேலை வாய்ப்பினைப் பெறுகிறார்கள்.

இவ்வாறு சுற்றுலா மூலம் தொழில் திறமை உள்ளவர்களும் திறமை இல்லாதவர்களும் வேலை வாய்ப்பினை பெறுகிறார்கள். சுற்றுலாத் துறைக்குள் அடங்கும் ஒவ்வொரு துறையும் மக்களுக்கு வேலை வாய்ப்பினை அளிக்கிறது. இவ்வாறு சுற்றுலா வேலை வாய்ப்பினை அளித்து நாட்டில் நிலவும் வேலையில்லாத திண்டாட்டத்தைப் போக்குகிறது. கி.பி 2010-ல் சுற்றுலா தொழில் உலகம் முழுவதும் 10 கோடிப்பேருக்கு வேலைவாய்ப்பை உருவாக்கும் என்று கூறப்படுகிறது.

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

சுற்றுலாவினால் தொழில்களும் கைத்தொழில்களும் வளர்ச்சியடை கின்றன. உள்ளூர் கைவினைப் பொருட்கள் புத்துயிர் பெற துணை புரிகிறது. பொதுவாகச் சுற்றுலாப் பயணிகளே அரிய கலைப்பொருட்களையும், பொம்மைகள், பைகள் போன்றவற்றை நினைவுப் பொருட்களாக வாங்கிச் செல்கின்றனர். இந்தியாவில் சுற்றுலாத் துறையினால் கைவினைப் பொருட்கள் அதிக அளவில் விற்பனையாகின்றன என்பதில் சந்தேகமே இல்லை. தஞ்சை தலையாட்டிபொம்மைகள், தஞ்சை கலைத் தட்டுகள், 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 சிறப்புமிக்க இடங்கள் மற்றும் இயற்கை வாசஸ்தலங்களை சுற்றுலா மையங்களாக்கி, பயணிகளைக் கவரும் சுற்றுலா மையமாக்கினால் அந்த பிராந்தியமே பொருளாதார ரீதியாக வளர்ச்சியடைகிறது. இதற்கு ஒரு சிறந்த எடுத்துக்காட்டு 'கஜுராகோ' ஆகும்.

கஜுராகோ என்ற கலைச்செழுமை வாய்ந்த சுற்றுலா ஸ்தலம் மத்தியப் பிரதேசத்தில் பன்னா என்ற ஊரிலிருந்து முப்பது மைல் தூரத்தில் உள்ளது. இருபத்தைந்து ஆண்டுகளுக்கு முன்பு கஜுராஹோ உலகமக்களின் பார்வைக்கு தென்படாத போக்குவரத்து வசதியற்ற குக்கிராமமாகவே இருந்தது. ஆனால் சுவிட்சார்லாந்து நாட்டைச் சேர்ந்த ஆய்வாளர் ஒருவர் தான் எழுதிய 'புனித இந்தியா' என்ற நூலில் கஜுராஹோ கோவில்களைப்பற்றியும் அங்கு வடிவமைக் கப்பட்டுள்ள கண்ணைக்கவரும் சிற்பங்கள் பற்றியும் எழுதியிருந்தார். இதன் விளைவாக கஜுராஹோ உலக சுற்றுலாப் பயணிகளை கவர ஆரம்பித்தது. எனவே கஜுராஹோவிற்கு வரும் சுற்றுலாப் பயணிகள் எண்ணிக்கை அதிகமாயின.

எனவே இந்தியஅரசு கஜுராஹோ செல்ல நல்ல சாலைவசதி, ரயில் போக்குவரத்து, விமானப் போக்குவரத்து வசதி செய்துகொடுத்தது. தங்குவதற்கு விருந்தினர்மாளிகை, நட்சத்திர விடுதிகள், உணவகங்கள், தபால் தந்தி போக்குவரத்து, வங்கி வசதி, கலாச்சார மையங்கள் போன்றவைகளும் உருவாகி விட்டன. இதனால் அந்தப்பகுதியே வளர்ச்சியடைந்து விட்ட என்பதை நாம் நேரடியாகவே காண்கிறோம். எனவே சுற்றுலா பிராந்திய அளவிலான வளர்ச்சியடைய முக்கிய காரணமாகும்.

## 8) சுற்றுலாத் துறையின் பன்முக விளைவு

**(Multiple effects):**

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

இவ்வாறு சுற்றுலா ஒரு நாட்டின் தேசியப் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு உரிய பங்கைச்செலுத்துகிறது என்பதை அறியலாம். நாட்டின் பல துறைகளிலும் சீரான வளர்ச்சி ஏற்பட்டு தேசிய வருவாய் உயர்கிறது. சுற்றுலாத் தொடர்புடைய பல்வேறு துறைகள் வளர்ச்சியடைவதுடன் மனித சக்தியும் வளர்ச்சியடைகிறது. முன்னேற்றமடையாத நாடுகளின் பொருளாதாரம் வலுப்படுத்தப்பட்டு வளர்ச்சி யடைகிறது. அந்நிய செலாவணி அதிகமாகக் கிடைக்கிறது. எனவே சுற்றுலாத் துறையானது ஒவ்வொரு நாட்டிலும் அதிக பொருளாதர முக்கியத்துவம் பெற்று வேகமாக வளர்ச்சியடைந்து வருகிறது.

# 8. பயண முகவர்கள்

## (TRAVEL AGENTS)

சுற்றுலா வளர்ச்சியில் பயணப்பணி நிறுவனம் (Travel Agency) பெரும்பங்கு வகிக்கிறது. தனியார் நிறுவனங்களான இவை சுற்றுலாத்துறையை வணிக மயமாக்குவதுடன் சுற்றுலாத் துறையையும் வளர்க்கின்றன. இந்த நிறுவனங்கள் புதிய சுற்றுலா மையங்களை உருவாக்கி சுற்றுலாப்பயணிகளைக் கவருகின்றன. சுற்றுலா மையங்களின் மேன்மையை பயணிகளுக்கு எடுத்துக் கூறி சுற்றுலாவில் அவர்களை ஈடுபடுத்தி சுற்றுலா செம்மையாக நடைபெறப் பெருந்துணை புரியும் நிறுவனமே 'பயணப்பணி நிறுவனமாகும்'. இதுபோன்ற நிறுவனங்களில் பணிபுரியும் 'பயணமுகவர்கள்' சுற்றுலாவிற்கு அரும்பணி புரிகின்றனர். பயண முகவர்கள் சுற்றுலாவில் முக்கியப் பங்கு வகிக்கின்றனர். பயணப்பணி நிறுவனங்கள் பற்றியும், பயணமுகவர்களின் பணிகள் பற்றியும் இனி காணலாம்.

## I) பயண பணி நிறுவனம்

## (TRAVEL AGENCY)

### அ) தாமஸ்குக் பயண் பணி நிறுவனம்: (Thomas Cook & Son)

முதலாவது பயணப்பணி நிறுவனம் ஆரம்பித்த பெருமை இங்கிலாந்தைச் சேர்ந்த தாமஸ்குக் என்பவரையேசாரும். இவரே முதல் பயண முகவருமாகக் கருதப்படுகிறார். தாமஸ்குக் ஒரு புத்தக விற்பனையாளர். அதே நேரம் டெர்பிஷயர் என்ற ஊரில் போதகராகவும் இருந்தார். 1841-ஜூன் மாதம் 9-ம் தேதி லீசெஸ்டர் என்ற இடத்தில் நடைபெற்ற கூட்டம் ஒன்றிற்கு பதினைந்து நாட்கள் நடந்தே சென்றார். அப்போதுதான் அவருக்கு ஒரு ரயிலை வாடகைக்கு அமர்த்தி நண்பர்களையும் கூட்டி வந்திருக்கலாமே என்ற எண்ணம் ஏற்பட்டது. இந்த எண்ணத்தைச் செயல்படுத்தும் விதமாக புகைவண்டி அதிகாரிகளை அணுகி சுற்றுலாப் பயணிகளுக்குக் கட்டணச் சலுகை பெற்றார். முதன்முதலாக சில பயணிகளை இங்கிலாந்திலுள்ள லீசெஸ்டரிலிருந்து லாப்போர்க்குக்கு ரயில் மூலம் அழைத்துச் சென்றார். சிலவாரங்கள் கழித்து 570 பயணிகள் கொண்ட குழுவை 'மிட்லேண்ட் நாடுகள் ரயில்வே கம்பனியில்' (Midland countries Railway) சலுகைக் கட்டணம் பெற்று சுற்றுலாப் பயணம் அழைத்துச் சென்றார். இதுதான் முதன்முதலாக சுற்றுலாக்குழுவிற்கு மொத்தமாக ரயில் டிக்கட் வாங்கிய நிகழ்ச்சியாகும். அதன்பிறகு 1843-ல் மூவாயிரம் ப்ள்ளிக் குழந்தைகளை லீசெஸ்டரிலிருந்து டெர்பிக்கு உல்லாசப் பயணம் அழைத்துச் சென்றார்.

1854-ல் தனது பயணப்பணி நிறுவனத்தைத் தொடங்கினார் தாமஸ்குக். 1845-ல் லிவர்பூலிலிருந்து கார்நெரியான் (Caernaryon) என்ற இடத்திற்கு சுற்றுலாப்பயணம் செல்வதற்கான விளம்பரத்தை வெளியிட்டார். இது மக்களிடையே பெரும் வரவேற்பைப் பெற்றது. இந்த சுற்றுலாக் குழுவினை முதலில் ரயிலிலும் பின்னர் கப்பலிலும் அழைத்துச் சென்றார். இந்த பயண அனுபவத்தை 'லிவர்பூல் பயணக் கையேடு' என்ற நூலில் வெளியிட்டார். தாமஸ்குக் தனது பயணத்திட்டங்களை மிக கவனமாக வகுத்தார். பயணத் திட்டத்தைச் செயல்படுத்தும் முன்பு பயணவசதிகள், போக்குவரத்து தங்குமிடம் ஆகியவைகள் நன்றாக ஏற்பாடு செய்துகொண்டார். 1846, 1847-ம் ஆண்டுகளில் ஸ்விட்சர்லாந்திற்கு சுற்றுலாப் பயணிகளை அழைத்துச் சென்றார். 1848-க்கும் 1863-ம் ஆண்டிற்கும் இடையில் ஏறத்தாழ ஐயாயிரம் சுற்றுலாப் பயணிகளை அழைத்துச் சென்றது அவரது பயணப்பணி நிறுவனம்.

பத்தொன்பதாம் நூற்றாண்டின் மத்தியில் விடுமுறை நாட்களை வெளியிடங்களுக்குச் சென்று செலவிட வேண்டும் என்ற எண்ணம் இங்கிலாந்து மக்களிடையே காணப்பட்டது. 1851-ல் லண்டனில் நடைபெற்ற உலகப் பொருட் காட்சியைக் கண்டுகளிக்க, 1,65,000 பயணிகளை அழைத்துச் சென்றார். இவர் தங்கும் வசதி, பயணம் செய்யும் வாகனங்கள் போன்ற முன்னேற்பாடுகளுடன் பாரிசுக்குப் பயணிகளை அழைத்துச் சென்ற நிகழ்ச்சிதான் உண்மையான திட்டமிட்ட சுற்றுலா என்று அங்கீகரிக்கப்படுகிறது. அதன் பிறகு ஸ்விட்சர்லாந்து, இத்தாலியிலுள்ள ஜெனீவா, பிளாரன்ஸ், மிலான், டூரின் முதலான நகரங்களுக்கும் நேரில் சென்று சுற்றுலா வாய்ப்புகளை நேரில் ஆராய்ந்தார். அதன் பின்பு 1864-ல் ஒரு சுற்றுலாக் குழுவை இத்தாலிக்கு அழைத்துச் சென்றார்.

தாமஸ்குக்தான் முதன்முதலாக புகைவண்டி ஓட்டல் கூப்பன்களை பயணிகளிடம் அறிமுகப்படுத்தினார். அவரது விடுதிக் கூப்பன்களை ஆயிரத்துக்கும் மேற்பட்ட ஓட்டல் முதலாளிகளும்; ரயில் நிறுவனங்களும், கடைகளும், வங்கிகளும், ஒய்வகங்களும் இக்கூப்பன்களை பணத்தாள்கள் போன்று ஏற்றுக் கொண்டன.

1865-ம் ஆண்டு தாமஸ்குக் தனது மகன் ஜான்மேன் என்பவருடன் சேர்ந்து 'தாமஸ்குக் & சன்' (Thomas Cook & Son) என்ற பெயரில் சுற்றுலா அலுவலகம் ஒன்றை லண்டன் நகரில் திறந்தார். அதன்பிறகு பம்பாய், கல்கத்தா போன்ற உலகின் பல இடங்களிலும் தனது அலுவலகங்களைத் தொடங்கினார். 1887-ல் லண்டனில் நடைபெற்ற ராணி விக்டோரியாவின் ஐம்பதாவது ஆண்டு நிறைவு விழாவிற்கு இந்திய இளவரசர்களை தாமஸ்குக் நிறுவனம் அழைத்துச் சென்றது.



பத்தொன்பதாம் நூற்றாண்டின் இறுதியில் போக்குவரத்துத் துறையில் ஏற்பட்ட தொழில்நுட்ப வளர்ச்சியின் விளைவாக சுற்றுலாவில் ஒரு புரட்சியையே ஏற்படுத்தியது இந்த தாமஸ்குக் நிறுவனம். சுற்றுலா ஒரு வணிகச் சந்தையாக மாறியது. இளவரசர்களாலும் பணக்காரர்களாலும் தான் சுற்றுலா செல்ல முடியும் என்ற நிலைமாறி நடுத்தரமக்களும் சுற்றுலா செல்லலாம் என்ற நிலை ஏற்பட்டது. குறைந்த கட்டணமே இந்த நிறுவனம் வசூலித்தது. இந்த நிறுவனத்தின் முயற்சியால் இங்கிலாந்து பயணிகள் பெருமளவில் எகிப்திய பிரமிடுகளையும், இந்தியாவின் தாஜ்மகாலையும் காஷ்மீரையும் கண்டுகளித் தனர். தாமஸ்குக்கால் நிறுவப்பட்ட இந்த நிறுவனம் இன்று உலகில் 145 நாடுகளில் சுமார் எழுநூறு கிளைகளைக் கொண்டு இயங்கி வருகிறது.

## b) அமெரிக்கன் எக்ஸ்பிரஸ் நிறுவனம் :

**(American Express Company - AMEXO) :**

'தாமஸ்குக் & சன்' நிறுவனத்திற்குப்பிறகு இரண்டாவது பெரிய பயண நிறுவனம் அமெரிக்கன் எக்ஸ்பிரஸ் நிறுவனம் ஆகும். இந்த நிறுவனம் 1841-ல் தோன்றியது. ஹென்றி வால்ஸ் (Henry Walls) என்பவர் இக்கம்பனியை ஆரம்பித்தார். ஆரம்பத்தில் கப்பல் மூலமும் பிறகு விமானத்தின் மூலமும் பயணிகளை அழைத்துச் சென்றார். முதலில் இந்த நிறுவனம் 'வால்ஸ் பர்கோ' (Walls Fargo) என்றும் பின்னர் அமெக்சோ' (AMEXO) என்றும் அழைக்கப்பட்டது. இந்த நிறுவனம் சுற்றுலாவை நடத்துவதுடன் 'பயணிகளின் காசோலை' (Travellers Cheques)யையும் அளித்தது.

அமெரிக்கன் எக்ஸ்பிரஸ் கம்பனி பன்னாட்டு நாணயப் பரிமாற்றத்தில் முக்கிய பங்கு வகித்துள்ளது. அதிக அளவு வெளிநாட்டு கரன்சிகளை வாங்கவும் விற்கவும் செய்கிறது. இந்தக் கம்பனி பல வெளிநாட்டு வங்கிகளில் கணக்கு வைத்துள்ளது. இந்த நிறுவனம் அளித்த அட்டைகளுக்கு 'அமெரிக்கன் எக்ஸ்பிரஸ் கிரடிட்கார்டுகள்' (American express credit cards) என்று பெயர். உலகிலுள்ள பல விடுதிகளும் விமானக் கம்பனிகளும் அந்த அட்டைகளை பணத்திற்குச் சமமாக ஏற்றுக் கொண்டுள்ளன. மேலும் இந்த நிறுவனம் ஆயுள் காப்பீட்டையும், பொருள் காப்பீட்டையும் மேற்கொண்டது.

1969-ம் ஆண்டிலிருந்து அமெரிக்கன் எக்ஸ்பிரஸ் கம்பனி கம்ப்யூட்டர் மூலம் முன்பதிவு செய்யும் முறையை அறிமுகப்படுத்தியது. இதன் மூலம் உலகில் உள்ள விடுதிகளில் மிக எளியதாகவும், வேகமாகவும் முன் பதிவு செய்து கொள்ள முடிந்தது.

இந்த நிறுவனங்களைப்போன்று அமெரிக்காவின் லாஸ்ஏஞ்சல்ஸ் நகரில் 1928-ல் 'எக்ஸ் பிரின்டர் பயணசேவை' நிறுவனம் ஒன்று தோன்றி

சுற்றுலா சேவை புரிய ஆரம்பித்தது. இந்தியாவிலும் பல பயணப்பணி நிறுவனங்கள் செயல்பட்டு வருகின்றன. அவற்றில் சீட்டா (SITA) என்ற பயண நிறுவனமே முதன்மை வாய்ந்தது. மேலும் TCI, SOTC, COX & KINGS போன்ற பயண நிறுவனங்கள் சிறப்பாக செயல்பட்டு வருகின்றன.

மேற்கண்ட பயண நிறுவனங்களும், அதன் பணிகளும் வேகமாக வளர்ச்சியடைய ஆரம்பித்தன. இதற்கு முக்கிய காரணம் விமானங்களில் குறைந்த கட்டண வகுப்பு (Economy class) அறிமுகப்படுத்தப்பட்டதேயாகும். இதன் மூலம் இந்த வகுப்பில் பயணம் செய்பவர்களிடம் குறைந்த அளவே விமானக் கட்டணம் வசூலிக்கப்பட்டது. மேலும் அறிமுகப்படுத்தப்பட்ட ஜெட் விமானப் பயணம் பயண நிறுவனங்களின் நிர்வாக மற்றும் சேவை எல்லைகளை அதிகமாக்கியது. இதனால் சுற்றுலாப் பயணம் செய்பவர்களின் எண்ணிக்கை அதிகமாகியது. பயண நிறுவனங்களின் வளர்ச்சியில் சாமனியர்களும் எந்த நாட்டிற்கும் சுற்றுலா செல்ல முடியும் என்ற நிலை ஏற்பட்டுள்ளது. அத்துடன் மக்களிடம் பயணம் செல்ல வேண்டும் என்ற ஆசை அதிகரித்து வருவதனால் பயண நிறுவனங்களின் பணிகளும் அதிகரித்துக் கொண்டு வருகிறது.

## பயணப்பணி நிறுவனத்தின் துறைகள்
### (Department of Travel Agency)

தற்காலத்தில் சுற்றுலாத்துறை மிகவும் செல்வாக்குப்பெற்ற ஒரு துறையாக விளங்குகிறது. இப்படி சுற்றுலாத் துறையானது ஓங்கி வளர்ந்து தனித் தொழிலாக வளர்ச்சியடைய உறுதுணை புரிவது பயணப்பணி நிறுவனங்களேயாகும். சுற்றுலாப் பயணிகள் நாடு விட்டு நாடு, கண்டம் விட்டு கண்டம் பயணம் செய்வது மிகவும் எளிதாகப் போய்விட்டது. சுற்றுலாப் பயணிகள் தங்கள் பயணம் தொடர்பான அனைத்து ஏற்பாடுகளையும் பயணப்பணி நிறுவனத்திடம் ஒப்படைத்துவிட்டு நிம்மதியாகப் பயணம் செய்கின்றனர். பயணப்பணி நிறுவனங்களும் சுற்றுலாவைத் திட்டமிடுதலில் தொடங்கி, பாஸ்போர்ட் வாங்கிக் கொடுத்தல், விசா வாங்குதல், விமான டிக்கட்டுகள் முன்பதிவு செய்தல், தங்கும் இடம் வசதி செய்து கொடுத்தல், உணவுக்கு ஏற்பாடு செய்தல், சொகுசுக்கார் ஏற்பாடு செய்தல் போன்ற அனைத்து ஏற்பாடுகளையும் தாங்களே ஏற்று நடத்துகின்றன.

இவ்வாறு சுற்றுலா தொடர்பான எல்லாப் பணிகளையும் மேற்கொள்ள பயணப்பணி நிறுவனமானது பல அலுவலர்களையும் பணியாளர்களையும் அமர்த்திக்கொள்கிறது. பல நிறுவனங்களுடன் தொடர்புகொள்ள பல துறைகளைக் கொண்டுள்ளது. பயணப்பணி நிறுவனத்தின் முக்கியமான துறைகள் யாவை? அவை என்னென்ன பணிகளைச் செய்கின்றன என்று காணலாம்.



பொதுவாக ஒரு பெரிய பயணப்பணி நிறுவனத்தில் கீழ்க்கண்ட ஐந்து துறைகள் சிறப்பாகச் செயல்பட்டு சுற்றுலா வெற்றிபெறத் துணை புரிகின்றன. அவை வருமாறு :

### 1) விளம்பரம் மற்றும் மக்கள் தொடர்புதுறை
### (Advertisment and mass Communication):

மக்களிடையே சுற்றுலா உணர்வை ஊட்டுவதும் வளர்ப்பதும் பயணப் பணி நிறுவனங்களின் தலையாய கடமையாகும். இதற்காக உருவாக்கப்பட்டது தான் விளம்பரம் மற்றும் மக்கள் தொடர்புதுறை. சுற்றுலாவைச் சந்தைப்படுத்த வும், பங்கீடு செய்யவும் விளம்பரம் துணை செய்கிறது. பகட்டும், ஆடம்பரமும், ஆரவாரமும் உள்ள இந்த உலகில் விளம்பரம் இல்லாமல் எதையும் சாதிக்க முடியாது. இந்த விளம்பரத் துறை சரியாகச் செயல்பட்டால்தான் அந்த நிறுவனத்தின் பயணத் திட்டங்களும் சேவைகளும் மக்கள் மத்தியில் செல்வாக்கு பெறும். விளம்பரத்துறை தினசரிப் பத்திரிகைகளில் விளம்பரம் செய்வது சுற்றுலா மையங்களைப் பற்றிய துண்டுப் பிரசுரங்களை வெளியிடுவது, மடிப்ட சுற்றறிக்கைகளை வெளியிடுவது ஆகிய வேலைகளைச் செய்கிறது.

ஒவ்வொரு பயணப்பணி நிறுவனமும் தங்கள் வருமானத்தில் பதினைந்து சதவீதத்தை விளம்பரத்திற்காகச் செலவு செய்கின்றன. இந்த விளம்பரம் மற்றும் மக்கள் தொடர்புத் துறைதான் போக்குவரத்துக் கழகங்களு டனும் உணவகங்களுடனும், பத்திரிக்கைகளுடனும் நேரடியாகவும், கடிதம் தொலைபேசி, தந்தி மூலமாகவும் தொடர்பு கொள்ளுகிறது. இந்த துறைதான் சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு ஏற்படும் சந்தேகங்கள் அல்லது சிக்கல்களை நீக்குகிறது. மக்களிடமிருந்து சுற்றுலா பற்றிய விபரம் கேட்டுக்கடிதம் வந்தால் பதில் எழுதுவது இந்த துறையே ஆகும்.

### 2) ஆய்வு மற்றும் திட்டத்துறை: (Research and Planning)

சுற்றுலாப்பயணிகளின் ஆர்வம் என்ன? அவர்கள் எந்த இடத்திற்கு பயணம் செய்ய விரும்புகின்றனர்? இன்றைய சுற்றுலா சந்தையின் நிலவரம் என்ன? போன்ற கேள்விகளுக்கு விடையறிந்து அவற்றிற்கேற்றபடி கவர்ச்சிமிக் புதுப்புது பயணத்திட்டங்களை அறிமுகப்படுத்தி சேவை புரிவதே ஆய்வு மற்று திட்டதுறையின் பணிகளாகும். இந்த துறையின் ஆய்வின் சேவையின் விளைவாகவே சுற்றுலா மையங்களைக் கண்டு மகிழ முடிகிறது. எனவே இந் துறையின் ஆய்வு முடிவு சரியாக இருந்தால் பல சுற்றுலாக்களைத் திட்டமிட்( நடத்தி அதிக வருவாய் பெற முடியும்.

### 3) நிதி மற்றும் கணக்குத்துறை

**(Finance and Accounts):**

சுற்றுலாப் பயணத்திற்கான வரவு செலவு கணக்கு, பணப்பட்டுவாடா, பயணங்களின் சேவைகளுக்கு ஆகக்கூடும் செலவுகள், செலவுகளுக்கான ரசீதுகள், கைப்பற்றுசீட்டுகள் (Vouchers) ஆகியவற்றைப் பத்திரமாக ஒழுங்கு படுத்தி வைத்தல் போன்றவை நிதி மற்றும் கணக்குத்துறையின் கடமையாகும். பயணிகளிடம் பெற்றுக்கொண்ட முன்பணத்தை கணக்கில் வைத்து ரசீது வழங்கல் பயணிகளின் பயணத்துக்காக ஒப்பந்தம் செய்யப்பட்ட வாகனங் களுக்காக வழங்கப்பட்ட முன்பணம், பாக்கி தரவேண்டிய தொகை, பூர்வாங்கச் செலவுகள், டெலிபோன்பில்கள், மற்ற செலவுகளுக்கான பில்கள் அனைத்தையும் தயார் செய்து கணக்கு வைத்திருக்கும் பொறுப்பு இத்துறையையே சாரும்.

### 4) பயண இலக்கு மற்றும் சேவைத்துறை: (Services)

பயண இலக்கு மற்றும் சேவைத்துறைதான் களத்தில் குதித்து பணியாற்ற வேண்டிய அதிகப்படியான பொறுப்புகளைக் கவனிக்கிறது. திட்டமிட்டுள்ள இடங்களுக்குப் பயணிகளை அழைத்துச்செல்ல வாகனங்களை அமர்த்துவது சுற்றுலா மையங்களில் அல்லது அதன் அருகில் தங்க, உண்ண வசதிகளுடன் முன்னேற்பாடு செய்தல் ஆகியவை இத்துறையின் முக்கியப் பணியாகும். எந்த நிறுவனமாக இருப்பினும் சேவைப்பிரிவு சிறப்பாகச் செயல்பட்டால்தான் பயணிகள் திருப்தி யடைவார்கள். அவர்களின் பாராட்டைப் பெறமுடியும். எனவே சேவையே இன்றைய தேவை ஆகும்!

இவ்வாறு பலதரப்பட்ட துறைகளும் ஒருங்கிணைந்து முனைப்புடன் செயல்பட்டால்தான் சுற்றுலாப் பயண நிறுவனம் சிறப்பாகச் செயல்பட முடியும். இந்த துறைகளின் செயல்பாடுகள் சுற்றுலா வெற்றியடைய துணைபுரிகின்றன.

## II) பயண முகவர்கள்
## (TRAVEL AGENTS)

பயணப்பணி நிறுவனங்களில் பணி புரிபவர்களே 'பயண முகவர்கள்' ஆவார். பயண முகவர்கள் தனியார் துறையைச் சார்ந்தவர்கள் ஆவர். அவர்கள் சுற்றுலாவில் முக்கியப்பங்கு பெறுவதுடன் சுற்றுலாத்துறையையும் வளர்க்கின்ற னர். பயண முகவர்கள் சுற்றுலா மையங்களின் மேன்மையை மக்களிடம் பரப்பி மக்களைச் சுற்றுலா செல்லத் தூண்டுகின்றனர். மேலும் பயணத்திற்கான அனைத்து ஏற்பாடுகளையும் செய்து வழிகாட்டுபவர் பயண முகவர்களேயாவர். பயண வசதிகளை மற்றவர்களுக்கு செய்து தருபவரே பயண முகவர் என்று கூறலாம். நல்ல பயிற்சியும் அனுபவமும் பெற்றிருக்கும் இந்த பயண முகவர்கள்



வசதியாகப் பயணம் செய்வதற்கு அறிவுரை கூறுகின்றனர். பயணம் பற்றிய விபரங்களைத் தருவதும், பயணம் சம்பந்தப்பட்ட தேவைகளை நிறைவேற்றித் தருபவரும் பயண முகவரே. அவரது பணிகளை விரிவாக ஆராயலாம்.

### பயண முகவர்களின் பணிகள் : (Functions of Travel Agents)

பயண முகவர்களின் பணிகள் இடத்திற்கு இடம் வேறுபடுகிறது. மேலும் அவர்கள் எந்த வகை தொழில்களில் ஈடுபடுகின்றனர் என்பதைப் பொருத்தும் அவர்களது பணிகள் அமைகின்றன. சுற்றுலா முகவர்களின் அலுவலகம் பெரியதாக இருந்தால் அவர்களது பணிகளும் அதிகமாக இருக்கும். எனவே அவர்கள் சுற்றுலாவைப்பற்றி நன்றாகத் தெரிந்து வைத்திருக்க வேண்டும். சுற்றுலாவோடு தொடர்புடைய பிற துறைகள் எவ்வாறு செயல்படுகின்றன என்பதையும் முகவர்கள் அறிந்திருக்க வேண்டும். சுற்றுலா முகவர்களின் பணிகளைக் கீழ்க்கண்டவாறு வகைப்படுத்தலாம்.

### 1) பயணத்தைப் பற்றிய செய்திகளைத் தெரிவித்தல்:

**(Provision of Travel information)**

ஒரு சுற்றுலாப் பயணியின் கருத்துப்படி ஒரு பயண முகவரின் முக்கியமான பணி என்னவென்றால் பயணங்களைப் பற்றிய தேவையான தகவல்களைப் பயணிகளுக்கு அளிக்க வேண்டும். தான் பயணம் செய்யப் போகும் இடங்களைப்பற்றிய பயணியின் விசாரணைகளுக்கு தக்க பதில் அளிக்க வேண்டும். எனவே பயணத்தைப் பற்றியும், சுற்றுலா மையத்தைப் பற்றியும் தெளிவான அறிவு இருந்தால் தான் பயணிகளின் சந்தேகங்களைத் தீர்க்கமுடியும். பயண முகவர் என்பவர் பயணம் செய்பவர்களுக்கு ஒரு வழிகாட்டியாக விளங்கக் கூடியவர். எனவே சுற்றுலாப் பயணிகளின் தேவைகளை உணர்ந்து அதற்கேற்ப நடக்க வேண்டும். அதேநேரம் சுற்றுலாவின் நுணுக்கங்களையும் அறிந்திருக்க வேண்டும். இவற்றிற்கு சுற்றுலா முகவர்கள் நல்ல நடையில் திறமையாக பேசக்கூடிய ஆற்றலைப் பெற்றிருக்க வேண்டும். மேலும் பயண முகவர்கள் இரண்டு அல்லது மூன்று மொழிகள் பேசத் தெரிந்திருக்க வேண்டும்.

### 2) பயணத்திற்கான திட்டங்களைத் தீட்டுதல்:

**(Preparation of Itineraries)**

திட்டங்களைத் தீட்டி அதன் அடிப்படையில் நடைபெறும் சுற்றுலாக்களே வெற்றியடைகின்றன. ஒரு சுற்றுலாவைத் திட்டமிட்டால்தான் அதற்காகும் செலவைக் கணக்கிட முடியும். திட்டமிடல் என்பது சற்று கடினமான வேலையாகும். இதற்கு ஆர்வமும் அனுபவமும், விடாமுயற்சியும் தேவை. பயணிகளின் விருப்பத்திற்கேற்ப திட்டமிட வேண்டும். எந்த வழித்தடத்தில்

செல்லவேண்டும். எந்த வாகனத்தில் செல்ல வேண்டும், எங்கே தங்குவது, எங்கே உண்பது, எங்கே பயணிகளுக்கு பொழுதுபோக்கு கிடைக்கிறது போன்ற பல அம்சங்களையும் அலசி ஆராய்ந்து முன்கூட்டியே திட்டமிட்டு பயணிகளுக்கு உதவுவதே பயண முகவர்கள் பணியாகும்.

## 3) பயணத்திற்கான முன்னேற்பாடு செய்தல் (Pre-planning):

சுற்றுலாப் பயணம் சிறப்படைய சுற்றுலா முகவர்கள் சில முன்னேற்பாடு களைச் செய்தாக வேண்டும். முதலாவதாக பருவகாலங்களுக்கு ஏற்ற வகையில் சுற்றுலா மையங்களைத் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும், பயணம் செய்ய இருக்கும் ஒவ்வொரு இடம் பற்றிய செய்திகளை முகவர் தெரிந்து வைத்திருக்க வேண்டும். பயணத்திட்டத்தில் இடம் பெற்றுள்ள மையங்களுக்கு முதலில் சென்று பார்வையிட்டு அங்குள்ள வசதிகளைப் பற்றித் தெரிந்துகொள்ள வேண்டும். போக்குவரத்து கம்பனிகள், ஒட்டல் சொந்தக்காரர்கள், கார் சொந்தக்காரர்கள் போன்ற நிறுவனங்களுடன் ஒப்பந்தங்களும் ஏற்பாடுகளும் செய்துகொள்ளுதல் அவசியம். இதற்குப்பிறகே பயணத்திற்கான முன்னேற்பாடுகளையும் செலவு களையும் செய்ய வேண்டும். குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு ஏற்றபடி திட்டமிட்டுச் சுற்றுலாக் குழுவை அழைத்துச் செல்ல வேண்டும்.

பயண முகவர்கள் எவ்வளவுதான் திட்டமிட்டுச் சுற்றுலாவுக்கு ஏற்பாடு செய்தாலும் விளம்பரம் இல்லாமல் பயணிகள் சுற்றுலாவுக்கு வரமாட்டார்கள். எனவே மக்களுக்கு சுற்றுலாவை அறிவிக்க விளம்பரம் செய்ய வேண்டியுள்ளது. பெரிய சுற்றுலா முகவர்கள் தங்கள் நிறுவனங்களில் விளம்பரத்துக்காக தனியாக துறையைத் தொடங்கி இருக்கிறார்கள்.

## 4) பயணச் சீட்டுகளை வாங்கித் தருதல் (Ticketing) :

பயணிகளுக்கு பயணம் செய்வதற்கான டிக்கெட்டுகளை வாங்கித் தருதல் பயண முகவர்களின் பணிகளில் ஒன்றாகும். விமானம், கப்பல், ரயில், பேருந்து போன்றவற்றில் முன்பதிவு செய்து டிக்கட்டுகளை வ்ாங்கிக் கொடுக்க வேண்டும். ஆனால் இப்படி பயணச் சீட்டுகளை வாங்கிக் கொடுக்கும் முகவர்களுக்கு பல்வேறு வகையான வாகனங்களைப் பற்றிய நுண்ணறிவு தேவைப்படுகிறது. விமானம், கப்பல், ரயில், பேருந்துகளின் கால அட்டவணை, கட்டண விபரம், பயணத்திற்காக எடுத்துக்கொள்ளும் நேரம், செல்லும் தடம் ஆகியவற்றையும் பயண முகவர் தெரிந்து வைத்திருக்க வேண்டும். அவ்வப் போது இவைகளில் ஏற்படும் மாற்றங்களையும் தெரிந்து வைத்திருக்க வேண்டும்.

விமானக் கட்டணம் கம்பனிக்கு கம்பனி மாறுபடுகின்றது. மேலும் நாட்டுக்கு நாடு பணத்தின் மதிப்பும் மாறுகிறது. சில விமானக் கம்பனிகள் திடீரென பயண நேரத்தை மாற்றிவிடும், ரத்து செய்யும், புதிய வழித்தடங்களை அறிவிக்கும். பயண முகவர்கள் இது போன்ற மாற்றங்களை உடனுக்குடன் தெரிந்து வைத்துக்கொள்ளுதல் அவசியம். ரயில் பயணங்களிலும் பல சிக்கல் களை முகவர்கள் சந்திக்க வேண்டியுள்ளது. இந்தியாவில் விரைவு வண்டிகளுக் கும் சாதாரண ரயில் வண்டிகளுக்குமிடையே கட்டணத்தில் வேறுபாடுகள் உள்ளன. அடிக்கடி கட்டணங்களும் கூட்டப்படுகின்றன. மேலும் முதல்வகுப்பு, இரண்டாம் வகுப்பு, குளுகுளு வகுப்பு போன்றவற்றிற்கும் கட்டணங்கள் மாறுபடுகின்றன. எனவே பயணமுகவர் இதனையெல்லாம் கவனமாக தெரிந்து கொள்ள வேண்டும். பேருந்துகளிலும் இதே நிலைதான். எனவேதான் சுற்றுலா முகவர்கள் விமானம், ரயில், பேருந்து கட்டண மாற்றங்கள், கால அட்டவணை மாற்றங்கள் ஆகியவைகளை அவ்வப்போது அறிந்துகொண்டு மிக எச்சரிக்கையாகச் செயல்பட வேண்டும்.

## 5) வெளிநாட்டு நாணய மாற்று செய்து கொடுத்தல்: (Foreign exchange)

பயணிகளுக்குத் தேவையான வெளிநாட்டு நாணய மாற்றம் செய்து கொடுத்தல், பயணக்காசோலைகள் ஆகியவற்றை வழங்குவதும் சுற்றுலா முகவரின் பணிகளாகும். இதனால் பய ணிகள் சிரமமில்லாமலும், காலவிரயம் இல்லாமலும் சுற்றுலாவை மேற்கொள்ளமுடிகிறது. இதனால் நாணய மாற்றுக் கட்டுப்பாடு விதிமுறைகள், ஒரு நாட்டு நாணயத்திற்கும் மற்றொரு நாட்டு நாணயத்திற்கும் மதிப்பிலுள்ள வேறுபாடுகள் போன்ற விபரங்களை அறிந்திருக்க வேண்டியது பயண முகவரின் பணியாகும். இதனால் வெளிநாட்டுப் பணம் பெறுவதற்காக பயணி களுக்கு ஏற்படும் கஷ்டங்கள் வெகுவாகக் குறைகிறது.

## 6) ஆயுள் காப்பீடு செய்து தருதல்: (Life Insurance)

சுற்றுலாப் பயணிகளின் உயிருக்கு ஆயுள் பாதுகாப்பு பாலிசிகளையும், அவர்களது விலை உயர்ந்த உடமைகளைப் பாதுகாக்க பொது பாதுகாப்பு பாலிசிகளை எடுத்துத் தருவது பயணமுகவர்களின் கடமையாகும். விமானப் பயணத்தின் போது விபத்து ஏற்பட்டால் விமானக் கம்பனியே நஷ்டஈடு தருகிறது. இவ்வாறு பாலிசிகளை எடுத்துக் கொடுப்பதால் பயணிகளின் பாதுகாப்பிற்கு உத்திரவாதம் கிடைக்கிறது.

சுருக்கமாக சுற்றுலா முகவரின் பணிகளைக் கீழ்க்கண்டவாறு கூறலாம்.

1) தனிநபருக்கேற்ற பயணத்திற்குத் திட்டமிடல், பாதுகாப்பாக பயணி களை அழைத்துச் செல்லுதல், குழுச் சுற்றுலாவிற்கு ஏற்பாடு செய்து அழைத்துச் செல்லல். 2) விடுதிகளில் தங்குவதற்கு அறைகளை முன்பதிவு செய்தல், உணவு

7. அங்கீகாரம் பெற்ற பயண முகவர்கள் ஒவ்வொரு ஆண்டு ஆண்டறிக்கை ஒன்றை அரசுக்கு சமர்ப்பிக்க வேண்டும். அதில் அந்த ஆண்டு அழைத்துச் செல்லப்பட்ட பயணிகளின் எண்ணிக்கை சென்ற இடங்கள், அதற்காக வசூலிக்கப்பட்ட தொகை முதலியன இடம் பெற்றிருக்க வேண்டும்.

8. பயண முகவர்கட்கு அங்கீகாரம் கொடுக்கப்பட்டதை ரத்து செய்வதற்கு அரசுக்கு அதிகாரம் உண்டு.

9. அங்கீகாரம் பெற்ற பயண முகவர்கள் நேரடியாக ரயில் அல்லது பேருந்து பயணச்சீட்டை விற்க முடியாது. அந்தந்த போக்குவரத்து போர்டுகளின் வழியாகவேதான் விற்கமுடியும்.

10. பயணமுகவர்கள் ரிசர்வ் வங்கியின் உரிமமும், பன்னாட்டு விமானப் போக்குவரவு கழகத்தின் (IATA) அங்கீகாரமும் பெற்றிருக்க வேண்டும். மேலும் வணிகர் சட்டத்தின் படி பதிவு செய்திருக்க வேண்டும்.

11. அங்கீகாரம் பெற விரும்பும் முகவர்கள் குறைந்த பட்சமாக ஒரு லட்ச ரூபாய் முதலீடு செய்திருக்க வேண்டும்.

12. அங்கீகாரம் பெற விரும்பும் முகவர்கள் அங்கீகாரம் பெற இயக்குநர், சுற்றுலாத்துறை அமைச்சகம், புதுடில்லி என்ற முகவரிக்கு விண்ணப்பித்து உரிய வழியில் பதிவு செய்துகொள்ளுதல் வேண்டும்.

சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கும், மேம்பாட்டிற்கும் சுற்றுலா முகவர்கள் செய்து வரும் பணி எல்லோராலும் பாராட்டப்பட்டு வருகிறது. இந்தியாவில் மட்டுமல்லாது, வெளிநாடுகளிலும் அரசாங்கங்கள் சுற்றுலா முகவர்களுடன் நெருங்கிய தொடர்புகொண்டே செயல்பட்டு வருகிறது. வெளிநாடுகளில் சுற்றுலா முகவர்களின் அலுவலகங்கள் திறப்பதற்கும் உதவி செய்கின்றன. உலகம் முழுவதிலும் உள்ள சுற்றுலா முகவர்களின் நலன்களைப் பாதுகாக்க பயணமுகவர் கழகங்களின் உலக கூட்டமைப்பு ஒன்றும் அமைக்கப்பட்டு செயலாற்றி வருவது குறிப்பிடத்தக்கது.

# 9. சுற்றுலா வழிகாட்டிகள்

## (TOURIST GUIDES)

சுற்றுலா செல்லும் பயணிகளுக்கு வழிகாட்டியாக செல்பவரே சுற்றுலா வழிகாட்டி ஆவார். சுற்றுலாவின் வெற்றியும், பயணிகளின் திருப்தியும் முழுக்க முழுக்க வழிகாட்டியின் பொறுப்பில்தான் உள்ளது. பொதுவாக சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு தாங்கள் செல்லும் சுற்றுலா மையங்களின் சிறப்பைப் பற்றியோ அதன் வரலாறு பற்றியோ எதுவும் தெரியாது. எங்கே தங்குவது, எப்படிச் செல்வது, எங்கே பொருட்களை வாங்குவது என்பது பற்றி எதுவுமே தெரியாது. எனவே சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு அவர்கள் செல்லும் சுற்றுலா மையங்களின் சிறப்பைப்பற்றி அவர்களது மொழியில் அவர்களுக்குப் புரியும் படியாக எடுத்துரைப்பவரே சுற்றுலா வழிகாட்டியாவார். இந்த சுற்றுலா வழிகாட்டிகள் எல்லா அனுபவமும், திறமையும் பெற்றவராக இருக்க வேண்டும். உள்நாட்டு சூழ்நிலை வெளிநாட்டுச் சூழ்நிலைகளைப் பற்றி தெரிந்திருக்க வேண்டும். இந்த சுற்றுலா வழிகாட்டிகளை உள்நாட்டுப் பயணிகளுக்கான வழிகாட்டிகள், வெளிநாட்டுப் பயணிகளுக்கான வழிகாட்டிகள் என்று இரு பிரிவாகப் பிரிக்கப் படுகின்றனர்..

இந்தியாவில் சுற்றுலா வழிகாட்டிகள் தங்களுக்கென்று தனிசங்கம் ஒன்று வைத்துள்ளார்கள். இதில் இந்திய சுற்றுலாத்துறையின் அனுமதிபெற்ற 1500 வழிகாட்டிகள் உறுப்பினராக உள்ளனர். இவர்கள் தங்கள் தாய்மொழி, ஆங்கிலம் மற்றும் ஏதாவது ஒரு அன்னிய மொழியைத் தெரிந்து வைத்திருக்கிறார்கள். தமிழ்நாட்டில் சென்னையில் மட்டும் 82 வழிகாட்டிகள் உள்ளார்கள். இவர்களில் 16 பேருக்கு ஜெர்மன் மொழி, 9 பேருக்கு பிரெஞ்சுமொழி, 5பேருக்கு ஜப்பான் மொழி 4 பேருக்கு இத்தாலியமொழி, இரண்டு பேருக்கு ரஷ்யன், இரண்டு பேருக்கு ஸ்பானிஷ், ஒருவருக்கு அராபிக் மொழி பேசத் தெரியும்.

## சுற்றுலா வழிகாட்டிகளுக்குத் தேவையான பண்புகள் :

சுற்றுலா வழிகாட்டிகள் அவர்களுக்கென்று அளிக்கப்படும் தனிப் பயிற்சி பெற்று அரசின் அங்கீகாரம் பெற்ற வழிகாட்டியாக இருக்க வேண்டும். வழிகாட்டிக்குரிய உரிமமும் (License) பெற்றிருக்கவேண்டும். அப்போதுதான் அவர் பயணிகளுக்கு உண்மையான வழிகாட்டியாக செயல்பட முடியும். ஒரு

## 1. சுற்றுலா மையங்களைப் பற்றி பூரண அறிவு :

**(Knowledge of Tourist centers)**

வழிகாட்டிகளுக்கு சுற்றுலா மையங்களைப்பற்றிய எல்லா தகவல்களும் தெரிந்திருக்க வேண்டும். பயணம் செல்ல இருக்கின்ற சுற்றுலா மையத்தின் வரலாறு, சிறப்பு அம்சங்கள், பார்க்க வேண்டிய இடங்கள், வாகன வசதிகள், தங்கும் வசதிகள் ஆகியவை பற்றிய அறிவு வழிகாட்டிக்கு இருக்க வேண்டும். சுற்றுலா மையத்தின் உள்ளூர் கலாச்சாரம், மக்களின் பழக்கவழக்கங்கள், அந்த மையத்தின் சமுதாய அமைப்பு, பொருளாதார நடவடிக்கைகள், பயணிகள், எளிதாக வாங்குவதற்கான பொருட்கள் கிடைக்கும் இடங்கள் ஆகியவைகளைத் தெரிந்து வைத்திருக்க வேண்டும். உதாரணமாக மைசூரிலுள்ள திப்புசுல்தான் அரண்மனைக்கு சுற்றுலாப் பயணிகளை அழைத்துச் சென்றால், பயணிகளுக்கு திப்புசுல்தானின் வரலாறு, அரண்மனை கட்டப்பட்டகாலம், திப்பு சுல்தானுக்கும் ஆங்கிலேயர்களுக்கும் இடையே நடைபெற்ற போர்கள், திப்புசுல்தான் கொல்லப்பட்டது போன்ற அனைத்து விபரங்களையும் தெரிந்து வைத்திருக்க வேண்டும். அப்போதுதான் பயணிகளுக்கு விபரங்களைத் தெரிவிக்க முடியும். பயணிகள் தாங்கள் செல்லும் இடங்களின் முக்கியத்துவத்தைக் கேட்டு மகிழ்ச்சியடைவர்.

## 2) இனிய பேச்சுத்திறன் (Attractive speech):

சுற்றுலா வழிகாட்டிகளுக்கு இருக்க வேண்டிய அடுத்த முக்கியமான பண்பு இனிய பேச்சுத்திறன் ஆகும். பயணிகளுக்கு தான் சொல்ல நினைப்பதை இனிமையாகவும், தெளிவாகவும் பேசக்கூடிய திறன் பெற்றிருக்கவேண்டும். இன்முகத்துடன் பேசவேண்டும். சொல்லவேண்டிய செய்திகளைச் சுருக்கமாக சொல்லவேண்டும். முன்னுக்குப்பின் முரணாகப் பேசக் கூடாது. பயணிகளின் மனநிலை அறிந்து பேசவேண்டும். வேகமாக பேசாமல் நிதானமாகப் பேசவேண்டும். கோவில்களைப் பற்றியும், சிற்பங்கள், ஓவியங்களைப் பற்றியும் பேசும் போது உயர்வான நல்லமொழி நடையில் பேசவேண்டும். உணர்ச்சிவசப் பட்டு பேசக்கூடாது. பயணிகளுக்கு சொல்லப்படும் அறிவிப்புகளும் அறிவுரை களும் கூட இனிமையான வேண்டுகோளாக இருக்க வேண்டும். மேலும் நகைச்சுவையுடன் பேசினால் பயணிகள் சந்தோஷமடைவர்.

## 3) நல்ல தோற்றம் (Good appearence):

வழிகாட்டி நல்ல தோற்றப் பொலிவுடன் இருக்க வேண்டும். வழிகாட்டி முதலாவதாக நல்ல உடல் நலம் உள்ளவராக இருக்க வேண்டும். அப்போதுதான் களைப்படையாமல் பயணிகளை நீண்டதூரம் கூட்டிச்செல்ல முடியும். கிடைக்கின்ற இடங்களில் தண்ணீர் மற்றும் உணவுகளை ஏற்றுக் கொள்ளக்கூடிய



திடகாத்திரமான உடல் நலம் தேவை. அடுத்து வழிகாட்டி நல்ல தரமான, சுத்தமான உடைகளை அணிந்திருக்கவேண்டும். வெளிநாட்டுப் பயணிகளை அழைத்துச் செல்லும்போது அவர்கள் விரும்பும் உடைகளை அணிந்து கொண்டால் அந்த பயணிகளுக்கு மகிழ்ச்சியைக் கொடுக்கும். வழிகாட்டி பெண்ணாக இருந்தால் கவர்ச்சியாக உடை அணியலாம். ஆனால் ஆபாசமாக உடை அணிதல் கூடாது. அதேநேரம் நமது பண்பாட்டை வெளிப்படுத்தும் விதமாக உடையணியவேண்டும்.

அடுத்து, வழிகாட்டி நல்ல தோற்றப் பொலிவுடன் அழகாக இருக்க வேண்டும். நல்ல நிறமாக இருந்தால் மேலும் நல்லது. நல்ல உயரமாகவும் முகலட்சணமாகவும் இருக்க வேண்டும். ஏனெனில் வழிகாட்டிகள் பேசும்போது பயணிகள் வழிகாட்டிகளையே பார்க்கின்றனர். எனவே வழிகாட்டிகள் தோற்றப் பொலிவுடனும் கவர்ச்சியான கண்களைகொண்டும் இருக்க வேண்டும். இது தவிர வழிகாட்டிகள் சிரித்த முகத்துடன், சுறுசுறுப்புடனும் இருக்க வேண்டும். வழிகாட்டியின் பழக்கவழக்கங்கள், நாகரிகம், உடை, நடவடிக்கைகள், மற்றவர் களுடன் கலந்து பழகும் முறை ஆகியவைகள் பயணிகளை கவரும் தன்மை யுடையதாக இருக்க வேண்டும். சுற்றுலா வழிகாட்டியின் இனிய பண்பும், நல்ல நடவடிக்கைகளும் வெளிநாட்டுப் பயணியரை மகிழ்விக்கும் என்பதில் சந்தேகமில்லை.

## 4) குரல் வளம் (Good voice):

சுற்றுலா வழிகாட்டிகள் குரல்வளம் பெற்றிருக்க வேண்டும். குரல் கரகரவென்றி இல்லாமல் இனிமையாக இருக்க வேண்டும். மென்மை, வலிமை குழைவு, அன்பு, தெளிவு போன்றவை வழிகாட்டியின் குரலில் ஏற்றம் இறக்கம் தகுந்த இடங்களில் கொடுக்க வேண்டும். சொற்களின் இடமறிந்து கருத்தறிந்து பயணிகளின் பண்பறிந்து அழுத்தமாகவும் மென்மையாகவும் பேசவேண்டும். குரல்வளம் கொண்ட வழிகாட்டிகள் வெற்றிகரமான வழிகாட்டிகளாகத் திகழ்வர்.

## 5) நினைவாற்றல் : (Memory power):

சுற்றுலா வழிகாட்டிக்கு நல்ல நினைவாற்றல் இருக்க வேண்டும். ஒரு இடத்தைப் பற்றிய செய்தியை இன்னொரு இடத்தில் போய் சொல்லக்கூடாது உதாரணமாக பல கோவில்களைப் பற்றியும் அக்கோவில்களின் வரலாற்று முக்கியத்துவம், மற்றும் சிறப்புத்தன்மை ஆகியவை பற்றி தெரிந்து வைத்திருப்பர் வழிகாட்டி. ஆனால் மறதியின் காரணமாக ஒரு கோவிலைப் பற்றிய தகவல்களைச் சொல்லிக் கொண்டிருக்கும்போது மற்றொரு கோவிலைப் பற்றிய தகவலை சேர்த்து சொல்லிவிடக் கூடாது. மேலும் ஒரு இடத்தைப் பற்றி விளக்கிக் கூறும்போது அதோடு தொடர்புடைய பல இடங்களையும் ஞாபகமாக

கூறினால் பயணிகள் மனமகிழ்ச்சியடைவர். இது வழிகாட்டியைப் பற்றிய நல்லெண்ணத்தைப் பயணிகளிடத்தில் ஏற்படுத்தும். சொல்லக்கூடியவைகளை முறையாகவும், தெளிவாகவும், சுருக்கமாகவும், ஒரு சில செய்திகளை விட்டுவிடாமலும் சொல்ல வேண்டும். அதே நேரம் ஒன்றுக்கொன்று தொடர்பில்லாத செய்திகளைச் சொல்லிவிடக் கூடாது. எனவே சுற்றுலா வழிகாட்டி நல்ல நினைவாற்றல் கொண்டவராக இருக்கவேண்டும்.

## 6) பன்மொழிப் புலமை : (Knowledge of Several languages):

சுற்றுலா வழிகாட்டிகள் பலமொழிகளில் புலமை பெற்றிருக்க வேண்டும். இந்தியாவில் பலமொழிகள் பேசும் மக்கள் உள்ளனர். எனவே வழிகாட்டி ஒரு மொழி மட்டும் தெரிந்திருந்தால் போதாது. உதாரணமாக சென்னையிலுள்ள ஒரு வழிகாட்டி குறைந்தபட்சம் மலையாளம், கன்னடம், தெலுங்கு, ஆங்கிலம் போன்ற மொழிகளை அறிந்திருக்கவேண்டும். அப்போது தான் சுற்றுலா பயணிகளின் விருப்பங்களையும், தேவைகளையும் நிறைவேற்ற முடியும். மேலும் பிற வெளிநாட்டு மொழிகளான பிரெஞ்சு, ஜெர்மன், ரஷ்யன் மற்றும் ஜப்பானிய மொழிகளையும் தெரிந்து வைத்திருத்தல் நல்லது. பிறநாட்டு மொழிகளில் சரளமாக பேசத் தெரிந்தவராக இல்லாவிட்டாலும், அந்த மொழிகளில் உரையாட மட்டுமாவது அல்லது முக்கியமான சொற்களுக்கு அர்த்தம் தெரிந்து வைத்திருந்தாலாவது போதும். அயல் நாட்டினருக்கு அவர்களது மொழியில் பேசுவது நிச்சயமாக சந்தோஷத்தை அளிக்கும்.

## 7) பல்துறை அறிவு :(Knowledge of other fields):

சுற்றுலா வழிகாட்டிக்கு நல்ல தோற்றமும், குரல் வளமும், மொழித் திறனும் மட்டும் இருந்தால் போதாது. இலக்கியம், வரலாறு, புவியியல், கட்டடக் கலை, சிற்பக்கலை, ஓவியக்கலை, உளவியல், அறிவியல், நாட்டுப்புறக் கலைகள் போன்றவற்றிலும் ஓரளவு புலமை இருக்கவேண்டும். கட்டடக்கலையும், சிற்பக் கலை வளர்ச்சியும் பற்றித் தெரியாத ஒரு வழிகாட்டி தமிழ்நாட்டுக் கோவில்களைப் பற்றி பயணிகளுக்கு விளக்கிக் கூறமுடியாது. மிருகக்காட்சி சாலை, பறவைகள் சரணாலயம், பூங்காக்கள் ஆகியவற்றையும் பயணிகளுக்குக் காண்பிக்க வேண்டியதிருப்பதால் பறவைகள், விலங்குகள், தாவரங்கள் பற்றிய அறிவும் வழிகாட்டிக்கு அவசியம் தேவை. மேலும் நாட்டின் அரசியல் நிலை, பொருளாதார நிலை, மக்களின் பண்பாடு, பழக்கவழக்கங்கள் ஆகியவை பற்றிய அறிவையும் சுற்றுலா வழிகாட்டி பெற்றிருக்க வேண்டும். இவ்வாறு எல்லாத் தகவல்களையும் வழிகாட்டி பயணிகளிடம் கூறும்போது பயணிகள் சந்தோஷமடைவதுடன் தேவையான தகவல்களையும் பெற்றுக் கொள்கின்றனர்.



## 8) பிறர் பண்பாடு அறிந்து பழகுதல் :

சுற்றுலா வழிகாட்டி பலதரப்பட்ட பயணிகளிடம் பழகவேண்டியுள்ளது. பயணிகள் பல குணங்களைக் கொண்டவர்களாக இருப்பர். சிலர் கர்வமுடையவர்களாகவும், சிலர் துடுக்குத்தனமானவர்களாகவும், சிலர் பொறுப்பற்றவர்களாகவும், சிலர் நாணமுள்ளவர்களாகவும், பொறுமை மிக்கவர்களாகவும், சிலர் வெளிப்படையான அடையவர்களாகவும் இருப்பர். பல்வேறு இடங்களைச் சேர்ந்தவர்களாகவும், பல்வேறு பழக்க வழக்கங்கள் உடையவர்களாகவும் இருப்பர். எனவே பயணிகளின் நடை, உடை, பாவனைகள், சுவை உணர்வுகள், பழக்க வழக்கம் பண்பாடு ஆகியவற்றை உணர்ந்து அதற்கேற்ப நடக்க வேண்டும். பயணிகளின் எதிர்பார்ப்புகளை நன்றாகப் புரிந்துகொள்ள வேண்டும். பயணிகளின் பரவசித்து கூறப்படும் விளக்கங்களும் பயணிகளை மகிழ்விக்கின்றன. பசிநேரத்தில் யாரும் நீண்ட உரைகளைக் கேட்க முடியாது. எனவே அப்போது எதுவும் பேசாமலிருத்தல் நலம். பொழுதுபோக்குகளையும், கேளிக்கைகளையும் பயணிகள் விருப்பம் அறிந்து ஏற்பாடு செய்தால் பயணிகள் மகிழ்ச்சியடைவர்.

இவ்வாறு சுற்றுலா வழிகாட்டிகள் பொது அறிவு, பன்மொழி அறிவு, நன்னடத்தை, தெளிவாகப் பேசும் ஆற்றல், நல்லதோற்றம், சிரித்தமுகம், சூழ்நிலைக்கேற்ப செயல்படும் திறன், கலையார்வம், பயிற்சி, படிப்பு, சுற்றுலா மையத்தைப் பற்றிய பூரண அறிவு ஆகிய எல்லாப் பண்புகளையும் ஒருங்கே பெற்றிருக்கவேண்டும்.

ஆனால் சில நாடுகளில் வழிகாட்டிகள் கல்வியறிவு இல்லாதவர்களாகவும், பயிற்சி பெறாதவர்களாகவும் பொறுப்பற்றவர்களாகவும் இருப்பது மிகவும் கவலை அளிக்கும் விஷயமாகும். இதனால் தான் வழிகாட்டிகளுக்கான பயிற்சியும், அரசின் அங்கீகாரமும் அவசியம் என்று கூறப்படுகிறது. அரசின் உரிமம் பெற்றவர்களே சுற்றுலா வழிகாட்டிகளாக நியமனம் செய்யப்பட வேண்டும். சில இடங்களில் சுற்றுலா வழிகாட்டிகள் தங்களது பொறுப்புகளை மறந்து பொறுப்பில்லாமல் நடந்து கொள்கின்றனர். வியாபார நோக்குடன் செயல் படுகின்றனர். தனக்கு கமிஷன் அதிகமாக கிடைக்கும் உணவகங்களுக்கும், தங்கும் விடுதிகளுக்குமே பயணிகளை அழைத்துச் செல்கின்றனர். பயணிகளின் விருப்பு வெறுப்புகளுக்கு மதிப்புக் கொடுப்பதில்லை. இவ்வாறு சுயநலனுக்காகவே வழிகாட்டி செயல்கின்றனர்.

எனவே சுற்றுலா வழிகாட்டிகள் தங்களது பொறுப்பை உணர்ந்து செயல் படவேண்டும். சுயநலம் இல்லாமல் பயணிகளின் மகிழ்ச்சிக்காகவே செயல்பட வேண்டும். சுற்றுலாவை ஏற்பாடு செய்து கொடுப்பவர் கொடுக்கும் ஊதியத்தை யும், பயணிகள் மகிழ்ச்சியாக கொடுக்கும் பணத்தை மட்டுமே பெற்றுக் கொள்ள வேண்டும். சுற்றுலாவின் வளர்ச்சியும் மேம்பாடும் தன் கையில்தான் உள்ள

என்பதை உணர வேண்டும். பயணிகளுக்கும் [illegible] கொடுப்பவர்களுக்கும் இடையே ஓர் பாலமாகச் செயல்படவேண்டும். பயணிகளின் விருப்பங்களையும் எதிர்பார்ப்புகளையும் நிறைவேற்றும் வண்ணமாக சுற்றுலா வழிகாட்டிகள் செயல்படவேண்டும். பண்பாட்டுப் பரிமாற்றங்களில் தான் முக்கியப்பங்கு வகிக்கும் பொறுப்பை உணர்ந்து செயல்படவேண்டும்.

# 10. பயண ஆவணங்கள்

**(TRAVEL DOCUMENTS)**

பண்டைய காலங்களில் மனிதர்கள் நாடு விட்டு நாடு எந்தவிதக் கட்டுப்பாடும் இல்லாமல் பயணம் செய்து வந்தார்கள். அப்படிச் செல்வது எல்லா நாடுகளாலும் அங்கீகரிக்கப்பட்டதாக இருந்தது. வரலாற்றில் புகழ்பெற்ற பயணிகளான யுவான் சுவாங், பாஹியான், மார்க்கோபோலோ, வாஸ்கோடகாமா, மெகல்லன் போன்றவர்கள் தாங்கள் சுதந்திரமாக உலக நாடுகளில் பயணம் சென்று வந்ததைக் குறிப்பிட்டுள்ளார்கள். காலம் செல்லச் செல்ல நாடுவிட்டு நாடு செல்வது அதிகமானது. பிற நாடுகளையும் இடங்களையும் பார்க்க வேண்டுமென்ற ஆசை ஏற்பட்டது.

இங்கிலாந்து நாட்டில் மக்களுக்கு உரிமை வழங்கிய சாசனமான மாக்னாகார்ட்டாவை கி.பி 1215-ல் மன்னர் ஜான் வெளியிட்டார். அந்த மாக்னாகார்ட்டாவின் 42-வது பிரிவு இங்கிலாந்துக் குடிமகன் ஒவ்வொருவருக்கும் நாட்டை விட்டு வெளியே செல்லவும், திரும்பி வரவும் உரிமையளித்தது. நவீன காலத்தின் ஆரம்பத்தில் கண்டுபிடிக்கப்பட்ட புதிய நாடுகளும் கடல் வழிகளும் மனிதர்கள் நாடு விட்டு நாடு பயணம் செய்வதை அதிகரித்தது. முக்கியமாக வாணிக நோக்குடன் மேலைநாட்டு மக்கள் கீழை நாடுகளுக்கும், கீழை நாட்டு மக்கள் மேலை நாடுகளுக்கும் எவ்விதக் கட்டுப்பாடுகளும் இல்லாமல் சென்றனர். 1791-ம் ஆண்டு பிரான்ஸ் நாடு தனது குடிமக்களுக்குப் பயண சுதந்திரம் அளித்தது. 1868-ம் ஆண்டு அமெரிக்காவும் தனது குடிமக்களுக்கு பிற நாடுகளுக்கு உல்லாசப் பயணம் செல்ல உரிமை அளித்தது.

ஆனால் இருபதாம் நூற்றாண்டின் ஆரம்பத்தில் ஒவ்வொருநாடும் மக்களின் இனம், மொழி, மதம், அரசியல் ஆகிய காரணங்களைக் காட்டி பிற நாட்டைச் சேர்ந்தவர்கள் தங்கள் நாட்டிற்குள் நுழையத் தடைவிதிக்க ஆரம்பித்தன. பல கட்டுப்பாடுகளை விதித்தன. எனவே பயணம் செய்வதில்

[illegible] சங்கம் இது பற்றி விவாதித்தது. நாடுகளுக்கிடையே பயணம் செய்வதில் ஏற்படும் பிரச்சனைகளைப் பற்றி விவாதித்தது. அதன் விளைவாக நாட்டைவிட்டு செல்பவர்களுக்கு எந்தவிதக் கட்டுப்பாடும் வேண்டாம் என்று வெளிநாட்டிலிருந்து நாட்டிற்குள் வரும் பயணிகளுக்கு மட்டும் நுழைவு அனுமதி அளிப்பது என்று தீர்மானிக்கப்பட்டது.

ஆனால் இரண்டாம் உலகப் போருக்குப்பிறகு சுற்றுலா அமைப்பில் பல மாற்றங்கள் ஏற்பட்டன. எனவே பல நாடுகள் வெளிநாட்டுப் பயணிகளை மேற்பார்வையிடவும் அவர்களது வருகைக்குக் கட்டுப்பாடுகளை விதிக்கவும் கண்காணிப்பாளர்களை நியமிக்கவும் ஆரம்பித்தன. ஐக்கிய நாடுகள் சபை 1948 டிசம்பர் 10-ம் தேதி வெளியிட்ட மனித உரிமைகள் குறித்த பிரகடனத்தின் 13-ம் பிரிவு பன்னாட்டுப் பயணங்களைப் பற்றிய முக்கிய முடிவு எடுத்தது. இந்த ஷரத்தின்படி உள்நாட்டில் தடையின்றி எந்த பகுதிக்கும் செல்லவும், தான் வாழும் நாட்டை விட்டு வெளியே சென்று திரும்பி வரவும் ஒவ்வொரு குடிமகனுக்கும் உரிமையளித்தது. அதன் பிறகு 1963-ல் கூடிய ஐக்கிய நாடுகள் சபையானது ஒரு நாட்டிலிருந்து மற்றொரு நாட்டிற்குச் செல்வதற்கு இருக்கும் தடைகளை நீக்குவது பற்றி விவாதித்தது. இந்த விவாதத்தின் அடிப்படையில் ஒவ்வொரு நாடும் பயண விதிமுறைகளை எளிமைப்படுத்தின. கீழ்க்கண்ட பயண ஆவணங்கள் ஒரு நாட்டிலிருந்து மற்றொரு நாட்டிற்குச் செல்வதற்கு மிகவும் அவசியம் தேவைப்படுகிறது.

## 1. பாஸ்போர்ட் அல்லது பயண இசைவு சீட்டு (Pass port

ஆரம்ப காலத்தில் ஒரு கப்பல் ஒரு துறைமுகத்தை விட்டு வெளியேறிச் செல்வதற்காக வழங்கப்பட்ட அனுமதிச் சீட்டே பாஸ்போர்ட் என்று அழைக்கப் பட்டது. இச்சொல்லே பிற்காலத்தில் அயல்நாடுகளுக்குச் செல்லும்போது பயணிகளுக்கு வழங்கப்படும் அனுமதிச் சீட்டிற்கும் வழங்கப்பட்டது.

பாஸ்போர்ட் என்பது ஒரு அரசாங்கம் பயணம் செய்பவரை அவர் எந் நாட்டு பிரஜை என்பதைச் சுட்டிக்காட்டும் ஆவணம் ஆகும். இந்த பாஸ்போர் ஒருவர் தன் நாட்டிலிருந்து வெளியேறவும் திரும்பவும் நாட்டிற்கு வரவு உரிமை அளிக்கிறது.

## பாஸ்போர்ட் எடுக்கும் முறை:

தமிழகத்தில் சென்னை மற்றும் திருச்சியில் மட்டுமே பாஸ்போ அலுவலகங்கள் உள்ளன. அங்கே பாஸ்போர்ட் விண்ணப்பப் படிவ கிடைக்கும். தற்போது சென்னை, சேலம், ஈரோடு, கோவை, திருச்சி, மது ஆகிய இடங்களில் இந்த விண்ணப்பப் படிவங்களை விற்க சில ஏஜெண்டுக

## IV ) தொழிற்புரட்சியும் சுற்றுலா வளர்ச்சியும்

பதினெட்டாம் நூற்றாண்டில் தோன்றிய தொழிற்புரட்சி தொழிற் றையில் மட்டுமின்றி மனித வாழ்வின் பல்வேறு அம்சங்களிலும் பெரியதோர் ாற்றத்தை ஏற்படுத்தின. முதலில் இங்கிலாந்திலும், பின்னர் ஐரோப்பா மற்றும் அமெரிக்காவிலும் தொழில்நுட்பத் துறையில் ஏற்பட்ட வளர்ச்சி சுற்றுலா றையை புரட்சிகரமாக ஆக்கியது. இந்த தொழில்நுட்ப வளர்ச்சியின் விளைவாக போக்குவரத்தில் பெரும் முன்னேற்றம் கண்டது. பத்தொன்பதாம் ாற்றாண்டில் தோன்றிய ரயில்வே வண்டிகள் சுற்றுலாவில் புரட்சிகரமான ாறுதல்களை ஏற்படுத்தின.

## தொழிற்புரட்சியும் சுற்றுலா வளர்ச்சியும் :

தற்கால சுற்றுலா இயக்கம் மேற்கு ஐரோப்பாவிலும், வடஅமெரிக்காவி லும் ஏற்பட்ட தொழில் பெருக்கத்தால் தோன்றியதாகும். கி.பி.1855-ல் பிறகு இந்த சுற்றுலா இயக்கம் வேர்விட்டு வளரத் தொடங்கியது. தொழிற்புரட்சி முதலில் இங்கிலாந்தில் தோன்றி பிறகு ஐரோப்பிய நாடுகளுக்குப் பரவியது. தொழிற்புரட்சிக்கு முன் அறிவை வளர்க்கவும், வாணிகம் செய்யவும், புனிதப் பயணம் மேற்கொள்ளவுமே மக்கள் வெளிநாடுகளுக்குப் பயணம் சென்றனர். அதன்பின் பணக்காரர்களும் ஓய்வு கிடைத்தவர்களும் இன்பச் சுற்றுலா மேற்கொண்டனர்.

தொழிற்புரட்சி சமூகப் பொருளாதார மாற்றங்களுக்கு வித்திட்டது. நீண்ட நேர உழைப்பு, மோசமான வசதியற்ற வாழ்க்கை போன்றவை தொழிலாளர் களைச் சிந்திக்க வைத்தன. அசுத்தமான நகரங்கள் தோன்றின. மக்கள் பெருக்கத் தால் நகர வாழ்க்கை சீர்குலைந்தது. பொருட்களின் விலையும் ஏறிவிட்டது. தொழிற்புரட்சியின் விளைவாக தொழிலாளர் வர்க்கம் என்ற புதிய சமுதாயப் பிரிவு தோன்றியது. சுகாதாரமற்ற தொழிற்சாலைகளில் மணிக்கணக்காக உழைத்து அலுத்துப்போன தொழிலாளர்கள் ஓய்வை நாடினர். தாங்கள் இருந்து வரும் சூழலிலிருந்து விடுதலை பெற்று இயற்கைசூழல் நிறைந்த மாற்று இடத்திற்குச் சென்றுவருவது தொழிலாளர் வாழ்வில் அத்தியாவசியமாயிற்று. அத்துடன் தொழிற்புரட்சியின் விளைவாக தொழிலாளர் உரிமைகளுக்காகப் போராட தொழிற்சங்கங்கள் உருவாயின. இந்த தொழிற்சங்கங்கள் தொழிலாளர் களின் உரிமைகளுக்காகப் போராடின. அதன் விளைவாகவே

தொழிலாளர்களுக்கு ஊதியத்துடன் கூடிய விடுமுறை கிடைத்தது. இதன் விளைவாக தொழிலாளர்கள் சுற்றுலா செல்ல வாய்ப்பு ஏற்பட்டது. இதனாலும் சுற்றுலா வளர்ச்சியடைய ஆரம்பித்தது. எல்லாவற்றையும்விட தொழிற்புரட்சியின் விளைவாக போக்குவரத்து துறையில் மிகப்பெரிய புரட்சி ஏற்பட்டது. போக்குவரத்து சாதனங்களும், தகவல் தொடர்பு சாதனங்களும் பெருகின. இவை சுற்றுலா வளர்ச்சியடையப் பெரிதும் துணைபுரிந்தன.

## 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, 'அழகான விடுமுறை நாட்கள்' என்றும் பெயர் பெற்றன.

பத்தொன்பதாம் நூற்றாண்டின் தொடக்கத்தில் கோடைகால விடுமுறை அளிக்கப்பட்டது. உள்ளூர் விழாக்கள், உள்ளூர் பொருட்காட்சிகள், கண்காட்சிகள் ஆகியவைகள் இடம்பெற்றன. பிராட்போர்டில் ஆகஸ்ட் மாதத்தின் இரண்டாவது மூன்றாவது வாரங்கள் ஆண்டு விடுமுறை நாட்களாக அறிவிக்கப்பட்டன. அதனால் அந்த விடுமுறை நாட்களின்போது தொழிற்சாலைகள் மூடப்பட்டன. சிலர் குறிப்பிட்ட நாட்களுக்கு மேலும் அதிகமாக விடுமுறை எடுத்துக் கொண்டனர். இவ்வாறு ஆண்டு விடுமுறையின் காரணமாக சுற்றுலா செல்வதற்கு வாய்ப்புகள் கிடைத்தன. அந்த வாய்ப்பினை மக்கள் பயன்படுத்திக் கொண்டனர். இவ்வாறு தொழிற்சாலைப் பெருக்கமும், சமூக எழுச்சியும், புதிய நாகரிக வளர்ச்சியும், தகவல் தொடர்பு சாதனங்களின் வளர்ச்சியும் ஆண்டு விடுமுறையைக் கொண்டு வந்தன. இந்த ஆண்டு விடுமுறை சுற்றுலாவைத் தூண்டியது, ஊக்கப்படுத்தியது.

## தொழிற்புரட்சியும் போக்குவரத்தில் ஏற்பட்ட வளர்ச்சியும் :

தொழிற்புரட்சியின் முக்கிய அம்சமாகக் கருதப்படுவது போக்குவரத்துத் துறையில் ஏற்பட்ட மிகப்பெரிய வளர்ச்சியாகும். இந்த வளர்ச்சி



ஏற்பட்டதற்கு முக்கிய காரணம் நீராவி இயந்திரம் நீர்வழி, நிலவழி மார்க்கமாக போக்குவரத்திற்குப் பெரிதும் பயன்படுத்தப்பட ஆரம்பிக்கப்பட்டதேயாகும். புதிதாகக் கண்டுபிடிக்கப்பட்ட இந்த போக்குவரத்துச் சாதனங்கள் சுற்றுலாவில் மிகப்பெரிய தாக்கத்தை ஏற்படுத்தின. சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு அடிப்படைக் காரணங்களாயின.

### a) கப்பல் போக்குவரத்து :

பத்தொன்பதாம் நூற்றாண்டின் ஆரம்பத்தில் போக்குவரத்திற்கு நீராவி சக்தி பயன்படுத்தப்பட்டது. முக்கியமாக போக்குவரத்துத் துறையில் நீராவி சக்தி பயன்படுத்தப்பட்டது. நீராவி இயந்திரத்தை 1769-ல் ஜேம்ஸ்வாட் என்பவர் உருவாக்கினார். இதன் அடிப்படையில் 1783-ல் மார்க்கஸ் ஜாப்ரே என்பவர் சிறிய அளவிலான நீராவிப்படகினை உருவாக்கினார். ஆனால் வணிக முறையிலான நீராவிக் கப்பல் போக்குவரத்திற்கு வித்திட்டவர் அமெரிக்காவைச் சேர்ந்த ராபர்ட்புல்டன் என்பவராவார். இவர் 'நீராவிக் கப்பல் போக்குவரத்தின் தந்தை' என்று அழைக்கப்படுகிறார்.

இங்கிலாந்து நாட்டைச் சேர்ந்த சாம்பர்ட் கிங்டம் புருநெல் என்ற இன்ஜினியர் நீராவிக்கப்பலை உருவாக்கி சாதனை படைத்தார். இவர்தான் முதன் முதலாக ஒரு கண்டத்திலிருந்து மற்றொரு கண்டத்திற்குச் செல்லும் சக்தி வாய்ந்த 'The great western' என்ற கப்பலை செலுத்தினார். இவ்வாறு நீராவிக் கப்பல் போக்குவரத்தில் ஒரு புது அத்தியாயத்தைத் தொடங்கி வைத்தார் புருநெல். அதன்பிறகு கப்பல் போக்குவரத்து வேகமாக வளர்ந்தது. ஆகாய விமானங்கள் கண்டுபிடிக்கப்படும் நாள்வரை சுற்றுலாப் பயணிகள் கப்பலில் தான் அதிகமாக பயணம் செய்தனர். விமானம் கண்டுபிடிக்கப்பட்ட பின்னரும் கப்பல் பயணம் சிக்கனமாக இருந்ததால் பயணிகள் இதனையே விரும்பினர். ஆடம்பரமும் வசதிகளும் மிக்க மிதக்கும் நகரங்கள் கட்டப்பட்டன. பனாமா கால்வாய், சூயஸ் கால்வாய் ஆகியவை கப்பல் பயணங்களை ஊக்குவித்தன.

### b) ரயில் போக்குவரத்து :

தொழிற்புரட்சிக்குப் பின் இருப்புப் பாதைப் போக்குவரத்து பெரிதும் வளர்ச்சியடைந்தது. அமெரிக்காவில் பிறந்த ஜான்ஸ்டீவன்சன் என்பவர் 1825-ல் ஒரு சிறிய நீராவி இயந்திரத்தைச்செய்து அதன்மூலம் ரயில் வண்டியை ஓட்டிக் காண்பித்தார். ஸ்டாக்டன்-டார்லிங்டன் ரயில் பாதையில் 'ஆக்டிவ்' என்ற ரயில் வண்டியை ஓடச்செய்தார். அதிலிருந்து தான் புகைவண்டி சகாப்தம் தொடங்கியது. 1830-ல் வருடம் உலகின் முதல் ரயில் பாதையான லிவர்பூல் மான்செஸ்டர் பாதை திறந்து வைக்கப்பட்டது. இந்த ரயில் பாதைதான் சுற்றுலா வளர்ச்சியில் பெரிய சகாப்தத்தையே தொடங்கி வைத்தது.

இதன் பிறகு முக்கியமான தொழிற்துறை ... இணைக்கும் இருப்புப் பாதைகள் இங்கிலாந்தில் அமைக்கப்பட்டன. 1845-ம் ஆண்டிற்குள் இங்கிலாந்தில் இரண்டாயிரத்து நூறு மைல் தூரம் இருப்புப்பாதை போடப் பட்டது. அந்த நூற்றாண்டின் இறுதிக்குள் மேலும் ஏழாயிரம் மைல் தூரம் இருப்புப்பாதை போடப்பட்டது. முதலில் பொருட்களை மட்டுமே ஏற்றிச் சென்ற ரயில் வண்டிகள் பின்னர் பயணிகளையும் ஏற்றிச்சென்றன. இதன்மூலம் முதன் முதலாக மக்கள் தாங்கள் இது வரை சென்றடைய முடியாத இடங்களுக்கெல்லாம் சுற்றுலா செல்லமுடிந்தது. இங்கிலாந்திலும் மற்ற ஐரோப்பிய நாடுகளிலும் இருப்புப்பாதை அமைப்பது வேகமாக வளர்ச்சியடைந்ததால் மக்கள் சுற்றுலாப் பயணங்களை மேற்கொண்டனர்.

## சுற்றுலா அமைப்பின் ஆரம்பம்:

**Beginning of Travel organisation**

1814-லிருந்து தான் ஒழுங்குப்படுத்தப்பட்ட ரயில்வே பயணம் ஆரம்பமானது. இங்கிலாந்திலுள்ள டெர்பிஷையரைச் சேர்ந்த (Derbyshire) ஒரு பாப்டிஸ்ட் கிறிஸ்துவ போதகர் லீசெஸ்டர் (Leicester) என்ற ஊரில் Temberance Society-யின் சார்பில் நடைபெறும் ஒரு ஜெபக்கூட்டத்திற்கு லாபரோ (Lough-borough) என்ற ஊரிலிருந்து தனது நண்பர்களைக் கூட்டிச் செல்லும் திட்டத்தைச் செயல்படுத்தினார். இந்த திட்ட ஆலோசனையைக் கூறியவர் பின்னர் புகழ் பெற்ற தாமஸ்குக் என்பவராவார். இந்த திட்டத்தின்படி சில வாரங்களுக்குள் 570 பயணிகளை சேர்த்தார் அந்த போதகர். Midland Countries railway-என்ற கம்பெனியின் ரயில் வண்டியில் ஒரு பயணிக்கு ஒரு ஷில்லிங் என்ற வீதம் சலுகைக் கட்டணமாகப் பெற்றார். அதன் படி பயணிகளை ரயில் வண்டியில் அழைத்துச் சென்றார். இது உலகில் முதன் முதலாக விளம்பரப்படுத்தப்பட்ட சுற்றுலாவாகும்.

தனது ஆலோசனையின்படி செயல்படுத்தப்பட்ட இந்த சுற்றுலாத் திட்டம் வெற்றியடைந்ததால் தாமஸ்குக் (Thomas cook) தனியாக பல சுற்றுலா பயணங்களை ஏற்பாடு செய்ய முற்பட்டார். எனவே 1843-ல் சுமார் மூவாயிரம் சுற்றுலாப் பயணிகளை லீசெஸ்டரிலிருந்து டெர்பிஷையர் (Derbyshire) என்ற நகருக்கு சுற்றுலா அழைத்துச் சென்றார். 1848-லிருந்து 1863 வரை ஒவ்வொரு ஆண்டும் குறைந்தது ஐயாயிரம் பயணிகளை சுற்றுலாவிற்கு அழைத்துச் சென்றார் தாமஸ்குக். 1865-ம் வருடவாக்கில் தாமஸ்குக் தனது சுற்றுலா அமைப்பை பிற நாடுகளுக்கும் விரிவாக்கினார். அந்த வருடம் பாரிச நகரில் நடந்த பொருட்காட்சிக்கு பயணிகளை அழைத்துச் சென்றார். இவ்வாறு செய்த தாமஸ்குக் உலகிலேயே முதலாவது பயண முகவராகக் கருதப்படுகிறார்.

இங்கிலாந்தில் வெற்றிகரமாக அமைக்கப்பட்ட இருப்புப்பாதை பிற ஐரோப்பிய நாடுகளுக்குப் பரவியது. பிரான்ஸ், ஆஸ்திரியா, ஸ்விட்சர்லாந்து



ஆகிய நாடுகளில் இருப்புப்பாதை போடப்பட்டது. அமெரிக்காவிலும் இருப்புப் பாதை வளர்ச்சியடைந்தது.

1870-ல் அமெரிக்காவில் G.M. புல்மேன் (G.M. Pullman) என்பவரால் முதல்தர ரயில்வே பிரயாணம் செயல்படுத்தப்பட்டது. அவர் ஆடம்பரமிக்க ரயில் கோச்சு வண்டிகளைத் தயாரித்தார். அதற்கு 'புல்மேன் கோச்சுகள்' என்று பெயர். இதன் மூலம் நீண்டதூரப் பயணங்கள் வசதியாகச் செல்வதற்கு முடிந்தது. இந்த புல்மேன் கோச்வண்டிகள் இங்கிலாந்து போன்ற நாடுகளுக்கு ஏற்றுமதியும் செய்யப்பட்டன. இந்தியாவிலும் ஆங்கிலேயர்கள் ரயில் பாதைகளை அமைத்தனர். 1853 ஏப்ரல் 16-ம் தேதி முதல் ரயில் பம்பாயிலுள்ள போரிபந்தர் (Bori Bunder) என்ற இடத்திலிருந்து 33கிலோமீட்டர் தூரமுள்ள தானே (Thane) நகருக்குப் புறப்பட்டது; அதில் 400 பயணிகள் இருந்தனர். இதுதான் இந்தியாவில் ரயில் போக்குவரத்தின் ஆரம்பமாகும்.

இவ்வாறு அமைக்கப்பட்ட ரயில்பாதைகள் உலகம் முழுவதிலும் சுற்றுலா வளர்ச்சியை மேம்படுத்தியது.

## c) சாலைப் போக்குவரத்து :

கார்களின் கண்டுபிடிப்பு சுற்றுலாவில் மாபெரும் புரட்சியை உருவாக்கியது. 1860-ல் பிரான்ஸ் நாட்டைச் சேர்ந்த ஜீன் லெனாயிர் என்பவர் வாயு மூலம் இயங்கும் காரைக் கண்டுபிடித்தார். 1865-ல் ஆஸ்திரியாவைச் சேர்ந்த சீகிரட் மார்க்கஸ் என்பவர் பெட்ரோலை எரிபொருளாகக் கொண்டு இயங்கும் காரைக் கண்டுபிடித்தார். 1873-ல் அவர் தான் உலகின் முதல் பெட்ரோல் இன்ஜின் பொருத்தப்பட்ட காரைக் கண்டுபிடித்தார். அதன்பிறகு நிக்கோலஸ் ஆட்டோ, கார்ல்பென்ஸ் ஆகியோர் மோட்டார் காரில் பல முன்னேற்றங்களைச் செய்து புதிய மாடலில் கார்களை அறிமுகப்படுத்தினர்.

குறைந்த செலவில் மிகுதியான இடங்களுக்குச் செல்ல இந்த மோட்டார் கார் பயன்பட்டது. ஆனால் மோட்டார் கார்கள் கண்டுபிடிக்கப்பட்டாலும் முதல் உலகப் போர் வரை குறைந்த அளவு கார்களே உற்பத்தி செய்யப்பட்டன. மேலும் சுற்றுலாப் பயணிகளும் இருபதாம் நூற்றாண்டின் தொடக்கம் வரை ரயில் வண்டியையும், கப்பலையும் அதிகமாகப் பயன்படுத்தினர்.

இவ்வாறு தொழிற்புரட்சிக்குப் பிறகு ஏற்பட்ட தொழில் நுட்ப வளர்ச்சியின் காரணமாக கப்பல் போக்குவரத்து, ரயில்போக்குவரத்து, சாலைப் போக்குவரத்துகளில் பிரமாண்டமான வளர்ச்சி ஏற்பட்டது. இந்த வளர்ச்சியினால் சுற்றுலாவும் பெருவளர்ச்சியடைந்தது.