DJT3E - சுற்றுலாவியல்

அலகு – 1 சுற்றுலா விளக்கம் - உலக நாடுகளில் - பாரதத்தில் - தமிழ்நாட்டில் சுற்றுலா வளர்ச்சி

அலகு – 2 சுற்றுலாவின் சமூக, பொருளாதார விளைவுகள் - சுற்றுலாவைத் திட்டமிடுதலும்மேம்படுத்துதலும் - சுற்றுலா விடுதிகள் - சுற்றுலாக் கழகங்கள்

அலகு – 3 சுற்றுலாப் பயண முகவர்கள் - சுற்றுலாவின் வணிகச் சந்தைகள் - சுற்றுலாவின் வழிகாட்டிகள்

அலகு – 4 பன்னாட்டுப் பல வகைப் பயணிகள் - சுற்றுலாப் பயணிகள் பற்றிய புள்ளி விவரங்கள் - சுற்றுலாப் பயணிகளின் பல்வேறு போக்குவரத்துகள்

அலகு – 5 தமிழிலக்கியத்தில் பயண நூல்கள் - பயண கட்டுரைகள்

பாடநூல்கள்

1. சுற்றுலா வளர்ச்சி – வெ. கிருஷ்ணசாமி, மணிவாசகர் பதிப்பகம், சென்னை – 108.
2. பிரயாணக் கட்டுரைகள் - ஏ.கே. செட்டியா.

குறிப்பு: வினாத்தாளில் பகுதி 1க்கான வினாக்கள், சுற்றுலா வளர்ச்சி என்ற நூலில் இருந்து மட்டுமே கேட்கப்படும்.

பார்வை நூற்கள்

1. ஊலகம் சுற்றினேன் நான் கண்ட நாடுகள் - சி. சுப்பிரமணியம்
2. யான் கண்ட இலங்கை - டாக்டர். மு.வ.
3. பாலஸ்தீனப் பயணம் - சுவாமி. ஆ.ஜோ. அடைக்கலம்
4. புனித ஹஜ் பயண நினைவுகள் - அப்துல் ரஹீம் கலைமான்
5. திருக்கேதார யாத்திரை - அவிநாசிலிங்கம் செட்டியா
6. புனிதப் பயணம் - பரணீதரன்
7. புதிய ஜெர்மனி - நெ.து. சுந்தரவடிவேலு
8. அந்தமானைப் பாருங்கள் - தமிழ்க்குடிமகன்

அலகு–1

சுற்றுலாவியல்

சுற்றுலா

இன்று உலகத்தில் எல்லோராலும் அறிந்து பேசப்படும் சொல்லான சுற்றுலா மக்களின் தேவைகளின் ஒன்றாக மாறிவிட்டது. அதிசயமானவை, ஆர்வமூட்டக்கூடியவை, மனதைக் கவர்பவை, இயற்கைக் காட்சிகள் போன்றவைகளைக் காண மக்ள விரும்புகின்றனர். தாங்கள் வசிக்கும் இடங்களிலிருந்து சென்று பிற இடங்களைக் காணும் ஆர்வமே சுற்றுலா தோன்றுவதற்கு அடிப்படைக் காரணமாகும். ஒவ்வொரு மனிதனும் மன மகிழ்ச்சசிக்காகவும், ஓய்வு நேரத்தை இன்பமாகச் செலவிடவும் சுற்றுலாவை விரும்புகிறான். ஆதிகமாக கிடைக்கும் ஓய்வு, சம்பளத்துடன் கூடிய விடுப்பு, மக்களின் வாழ்க்கைத்தரம். போக்குவரத்து முன்னேற்றம், விரைவான செய்தித் தொடர்பு வசதி, மக்களின் செலவழிக்கும் திறன் போன்றவை சுற்றாலாவை ஒரு முக்கியமான தொழிற்துறையாகவே மாற்றியுள்ளன.

தனிமனிதனின் மனநிறைவில் தான் சுற்றுலா அடங்கியுள்ளது. இன்பமாக பொழுது போக்கவேண்டும் என்பது மனிதனின் விருப்பமாகும். இந்த உணர்வானது உலகம் தழுவிய ஒன்றாகும். சுற்றுலா பற்றிய அனைத்து அம்சங்களையும் நாம் படிப்பதற்கு முன்பாக 'சுற்றுலா' என்ற வார்த்தை எப்படி வந்நது என்றும் அதன் பொருள் விளக்கத்தையும் காணலாம்.

TOURISM என்ற ஆங்கில வார்த்தையின் தமிழாக்கமே சுற்றுலா ஆகும். பல இடங்களைச் சுற்றி வருவதற்கு பயணம் என்று பெயர். பயணம் என்பதில் ஆங்கில வார்த்தை TOUR ஆகும். இதிலிருந்து உருவான வார்த்தையே TOURISM.

TOUR என்ற ஆங்கில சொல்லானது TORNOS என்ற இலத்தீன் சொல்லிருந்து பிறந்தது ஆகும். டோர்னஸ் என்ற லத்தீன் வார்த்தை சக்கரத்தினைக குறிக்கிறது. அதாவது சுற்றிவருவதைக் குறிக்கிறது. இவ்வாறு லத்தீன் மொழியிலிருந்து பிறந்தTOURஎன்ற சொல்லானது 'கி.பி.1292-ல் ஆங்கில மொழியில் இணைந்தது. எனவே பல இடங்களுக்குச் சென்று பார்த்து விட்டு மீண்டும் தனது இருப்பிடம் வந்து சேர்வதைத்தான் இந்த TOUR என்ற வார்த்தை குறிக்கிறது.

மேலும் TOUR என்ற வார்த்தையானதுTORAH என்ற ஹீப்ரு வார்த்தையிலிருந்தும் பெறப்பட்டதாக சொல்லப்படுகிறது. TORAH என்றால் யூத சட்டத்தை படித்து

ஆராய்வதைக் குறிக்கிறது. சுற்றுலா என்பதும் பயணி ஒருவர் தான் செல்லும் இடங்களைப் பற்றி அறிந்து கொள்வதும் ஆகும்.

விளக்கம்

ஓரிடத்தில் வசிப்போர் தமது ஓய்வு நேரத்தில் மற்றொரு இடத்திற்கு சுற்றுப் பயணம் செய்து மன நிறைவு கொள்வதை சுற்றுலா எனக் கூறலாம். சுற்றுலா பற்றி அறிஞர்கள் பலர் பின்வருமாறு விளக்கம் கொடுத்துள்ளனர்.

1. ‘‘பல்வேறு வகையான நடவடிக்கைகளின் மொத்தத் தொகையே சுற்றுலா ஆகும். அது குறிப்பாக ஒரு நாடு, ஒரு நகரம், ஒரு பகுதி போன்றவற்றில் வெளிநாட்டவரால் செய்யப்படுகின்ற புகுதல், தங்குதல், வெளியேறுதல் போன்ற தன்மைகளின் அடிப்படையில் செயல்படுகின்ற பொருளாதார நடவடிக்கைகள் பற்றிய தன்மைகள் கொண்டதாகும்” என்று கி.பி.1910-ல் ஆஸ்திரேலியப் பொருளியல் அறிஞர் ஹெர்மன் வி. சுவில்லார்டு என்பவர் கூறியுள்ளார். இந்த விளக்கம் பொருளாதார அடிப்படையை மட்டும் குறிக்கிறது. ஆனால் சமூகவியல், உளவியல், பண்பாட்டியல், புவியியல் அமைப்பு போன்றவற்றை உள்ளடக்கிக் கூறவில்லை. இவ்விளக்கம் உள்நாட்டுச் சுற்றுலாவைப் பற்றிக் கூறவில்லை.
2. “பயணிகளின் பல்வேறு நடவடிக்கைகளின் கூட்டுத் தொகையே சுற்றுலா ஆகும். பொருள் தேடும் அடிப்படையிலோ, ஓரிடம் சென்று நிலையாகத் தங்கி வாழ வேண்டும் என்னும் எண்ணத்திலோ அல்லாமல் அந்நியர்களால் மேற்கொள்ளப் பெறுகின்ற பயணம், தங்குதல் போன்றவற்றின் மொத்த உருவே சுற்றுலா எனப்படும்” என்று 1942-ல் குனிகர் மற்றும் கிராப் என்னும் அறிஞர்கள் விளக்கியுள்ளனர். இவ்விளக்கத்தில் பிற நாட்டைச் சார்ந்தவருடைய பயணம், தங்குதல், வருமானமின்மை என்னும் மூன்று காரணிகள் குறிப்பிடப் பெற்றுள்ளன. இவ்விளக்கம் சுற்றுலாச் சந்தையைப் பற்றி எதுவும் கூறவில்லை. இவ்விளக்கம் 1971 வரை ஏ.ஐ.இ.எஸ்.டி நிறுவனத்தால் எற்றுக் கொள்ளப் பெற்றது.
3. ஓரிடத்திலிருந்து இன்னோர் இடத்திற்குச் செல்லல், அவ்விடத்தைச் சாராத மக்கள் அவ்விடத்தில் தற்காலிகமாகத் தங்குதல், ஓரிடத்தில் நிலையாகத் தங்கியிருக்காமை, பொருளீட்டாமை போன்றவற்றுடன் தொடர்புடைய செயல்களின் கூட்டுத் தொகையே சுற்றுலா ஆகும், என்று அரசாங்க சுற்றுலா வெளியீடு கூறுகின்றது.

4. “ஓரிடத்தினர் இன்னோர் இடம், நாடு, நகரம் பகுதி போன்றவற்றில் தற்காலிகமாகத் தங்குதல், பயணிகளின் குறிக்கோளை நிறைவு செய்தல், பொருள்களின் குறிக்கோளை நிறைவு செய்தல், பொருள் ஈட்டாமை, ஓரிடத்தில் நிலையாகத் தங்காமை, பணம் செலவழித்தல் போன்றவற்றின் கூட்டுத்தொகையே சுற்றுலா ஆகும்” என்று ஒருவிளக்கம் காணப்பெறுகிறது.
5. “விளையாட்டுப் போட்டிகளைக் காணச் செல்லல், விளையாட்டுப் போட்டிகளில் பங்கெடுத்தல், ஊர்களைச் சுற்றிப்பார்த்தல், சைக்கிள்களில் பயணம் செய்தல்,குறிப்பிட்ட இடத்தில் தங்குதல், உல்லாசப் படகில் பயணம் செய்தல், படகுப் பந்தயம் காணச் செல்லல், மன மகிழ்ச்சிக்காகப் பிற இடங்களுக்குச் செல்லல் போன்றவற்றிற்குச் செல்லும் நிகழ்ச்சிகளைச் சுற்றுலா என்று அழைத்தனர்” என்று ஜோசி இக்னாசியோ தெ. அரில்லாகா குறிப்பிட்டுள்ளார்.

எனவே சுற்றுலா என்பது ஒருவர் தாம் வாழும் இடத்திலிருந்து இன்னோர் இடத்திற்குப் பொருள் தேடும் எண்ணம் இல்லாமல், நிலையாகத் தங்கி வாழ வேண்டும் என்னும் கொள்கையில்லாமல் பல்வேறு காரணங்களுக்காகப் பணம் செலவு செய்து பயணம் செய்வதாகும். அப்பயணம் அவருக்கு மனநிறைவை அளிக்கும்.

உலக நாடுகளில் சுற்றுலா வளர்ச்சி

பழங்காலத்தில் இருந்தே சுற்றுலாச் செல்வது ஒரு வழக்கமாகவும், மோகமாகவும் இருந்துள்ளது. பண்டைக்காலத்தில் சென்று வந்துள்ளான். முதலில், மனிதனின் குறிக்கோள் இல்லாமல் எளிய காரியங்களுக்காக வெளியிடங்களுக்குச் சென்று வந்தான். சுற்றுலாவில் இன்று இருக்கும் சிக்கல்கள் பழங்காலத்தில் இருந்தனவல்ல. சுற்றுலாவிற்குரிய விதிமுறைகள் அன்று தோன்றவில்லை. பண்டைக் காலத்தில் இன்பத்திற்காகவும், மனமகிழ்ச்சிக்காகவும் மக்கள் பிற இடங்களுக்குச் செல்லவில்லை. பிற இடங்களைக் காணவும். வாணிகம் செய்யவும், கோயில் குளங்களைக் காணவும், பழங்கலைகளை அறியவும். கல்வி கற்கவும் வெளியிடங்களுக்குச் சென்றனர். சிலர் போர் செய்யவும் வெளிநாடுகளுக்குச் சென்றனர். அன்று பெரும்பாலும் பொருள் தேடவே வெளியிடங்களுக்குச் சென்றனர். ஹிராட்டஸ் என்பாரின் பயணம் என்னும் நூல் அவரது பயண அனுபவத்தைக் கூறுவதாகும். பயணிகளில் பலர் தங்கள் வாழ்க்கையைச் சத்திரங்களிலும் படகுகளிலும் கழித்ததாகப் புளூடார்க் என்பவர் எழுதியுள்ளார். பயணிகளில் பலர் தங்கள் அறிவைப் பெருக்கிக் கொள்ள உலகம் சுற்றினர் என்று டேனியல் கூறுகிறார்.

பண்டைக் காலத்தில் மனிதன் ஒரு குறிப்பிட்ட சூழ்நிலையிலேயே வாழ விரும்பினான். அங்கு அவர்களுக்குத் தேவையான உணவுப் பொருள்கள் கிடைக்காத

பொழுது வேறிடங்களுக்குச் செல்லலாயினர். வீரர்கள் பிற இடங்களைச் சுற்றிப் பார்த்து அங்குள்ள தட்பவெப்பநிலை. தங்கும் வசதி. உணவு வசதி போன்ற அடிப்படைத் தேவைகளை நிறைவு செய்யும் இடங்களைத் தேர்ந்து எடுத்து மக்களுக்கு அறிவித்தனர். மக்கள் அங்குக் குடியெரலாயினர். பருவகால மாறுபாட்டினாலும், உணவுத் தட்டுப்பாட்டினாலும், ஆரியர்கள் மத்திய ஆசியாவை விட்டு வேறிடங்களுக்குச் செல்லலாயினர்.

புதிய பாதைகள்

நாளடைவில் வெளியிடங்களுக்குச் செல்லப் புதிய பாதைகள் கண்டுபிடிக்கப்பட்ட காரணத்தால் தூரப் பயணங்கள் மேற்கொள்ளப்பட்டன. இதனால் பலர் கூட்டமாகச் சென்று வெளிநாடுகளில் வாணிகம் செய்யலாயினர். வாணிகம் செய்யச் சென்ற இடங்களில் மக்கள் பல இனத்தவர்களுடன். பல நாட்டு மக்களுடனும் கலந்து பழகினர். அதனால் வாணிகம் பெருகியது. வாணிகத் தொடர்பு மக்களின் நாகரிகம். பண்பாடு போன்றவற்றை வளர்த்ததுடன் மக்கள் சுமுகமாக வாழவும் வழி வகுத்துத் தந்தது. பினீசியர்கள் முதன் முதலில் தற்கால முறையில் சுற்றுப்பயணத்தை மேற்கொண்டதுடன் வாணிகமும் செய்து வந்தனர்.

ஐயாயிரம் ஆண்டுகளுக்கு முன்பு சுமேரியர்கள் வண்டிகளையும், பணத்தையும் கண்டுபிடித்தால், வாணிகம் பெருகலாயிற்று. பல வணிகர்கள் வண்டிச் செலவிற்கும், தங்கும் இடத்திற்கு வாடகை தருவதற்கும், உணவிற்கும் பணத்தையோ, பண்டங்களையோ மாற்றாகத் தந்தனர். ஆரம்பத்தில் பண்டமாற்று முறையே வழக்கில் இருந்தது. அதனால் பல இடையூறுகளும் சிக்கல்களும் ஏற்பட்டன. ஒரு பொருளின் மதிப்பிற்கு ஏற்ற முறையில் மற்றொரு பொருளைக் கொடுக்க முடியாத காரணத்தால் பணப்புழக்கம் ஏற்பட்டது. அதே காலத்தில் இந்தியாவிலும் வாகனங்களும், பணமும் கண்டு பிடிக்கப்பட்டதால், இந்தியாவிலும் மிகுதியான சுற்றுப்பயணம் இருந்தது. அதனை மொகஞ்சதாரோ, ஹரப்பா நாகரிகம் காட்டும். உலகப் பயண வரலாற்றில் இந்தியாவும் முக்கியப் பங்கு வகிக்கிறது. வாணிகமும், புனித இடங்களுக்குச் செல்வதுமே அவர்களது நோக்கமாக இருந்தது. பண்டைக்காலத்தில் முனிவர்கள் இமயமலையின் அடிவாரத்திலும், தென்னிந்தியக் காடுகளிலும் வாழ்ந்து வந்தனர். அவர்கள் அங்குக் குருகுல முறையை உருவாக்கி மாணவர்களுக்குக் கல்வி கற்பித்தனர்.

கி.மு. மூன்றாம் நூற்றாண்டில் எகிப்திற்குச் சென்று வருவதை மக்கள் பெருமையாகக் கருதினர். நாலாயிரம் ஆண்டுகளுக்கு முன்பு கல்கி என்ற பாபிலோனிய அரசர் சாலைகளை அமைத்தும், பூஞ்சோலைகளை உருவாக்கியும், மரியாதைக்குரிய

பயணிகளுக்கு ஓய்வு இல்லங்களைக் கட்டியும் பயணத்தை ஆதரித்தார். அக்காலத்தில் பயணிகள் அவ்விடங்களில் பாதுகாப்பாகத் தங்கிச் சென்றனர். பலர் பல நாடுகளுக்குச் சென்று தங்கள் அறிவை வளர்த்துக் கொண்டனர் என்று விவிலியம் கூறுகிறது.

உரோம நாட்டு மக்கள் தற்காலச் சுற்றுலா போல மன மகிழ்ச்சிக்காகவும், இன்பத்திற்காகவும் பயணம் செய்தனர். ஏசு பிறக்கும்பொழுது சுற்றுப்பயணம் சொகுசான ஒன்றாக மாறியது. அக்காலத்தில் மன மகிழ்ச்சிக்காகப் பயணம் செய்யும்முறை சீனாவிலும் இந்தியாவிலும் சப்பானிலும் பரவியது. உரோமப் பேரரசில் எளிதான செய்தித் தொடர்பு சாதனங்களும், பயணிகளுக்குப் பாதுகாப்பும் இருந்தமையால் மக்கள் இன்பப்பயணத்தை விரும்பினர். அரசும் மிகுதியான பயணத்தை ஊக்குவித்தது. உரோம நாட்டுச் சாலைகளும் நாகரீக முறையில் அமைந்திருந்தன. அவர்கள் பழைய சாலைகளைப் புதுப்பித்தனர்: புதிய சாலைகளை அமைத்தனர். சாலைகளை நன்றாகப் பராமரித்தனர். அப்பொழுது பயண நூல்களும் தோன்றின. அவற்றில் வழித்தடங்களும், பெரிய சாலைகளின் பெயர்களும், ஓரிடத்திற்கும் இன்னோர் இடத்திற்கும் உள்ள தூரமும், அவ்விடங்களுக்கு வண்டிகள் செல்லும் நேரமும், அவ்விடங்களுக்குச் செல்ல ஆகும் நேரமும், இடம் பெற்றிருந்தன. அஞ்சல் முறையில் குதிரைகளைப் பயன்படுத்தி உரோமர்கள் ஒரு நாளில் நூற்றுக்கணக்கான மைல்கள் பயணம் செய்தனர். அவர்கள் சாலைகளில் ஐந்து ஆறு மைல்களுக்கு ஒரு தங்குமிடத்தைக் கட்டியிருந்தனர். அவர்கள் ஆரம்பத்தில் மத்தியதரைக் கடல் பகுதிகளில் இருந்த கோயில்களையும், நினைவுச் சின்னங்களையும், எகிப்தில் இருந்த பிரமிடுகளையும் காணச் சென்றனர். உரோமர்கள் அடிக்கடி கிரீசுக்கு சென்று வந்தனர். ஒலிம்பிக் விளையாட்டைக் காணச் சென்றனர். ஓய்வு நேரத்தில் இன்பச் சுற்றுலா மேற்கொண்டனர். ஆற்றங்கரைகளில் மக்கள் கூடுவதற்கு ஏற்ற வகையில் சுற்றுலா மையங்களை அமைத்து இன்பப் பயணத்திற்கு ஆக்கம் தந்தனர். அவர்கள் மருத்துவக் குளியலுக்காகக் கடற்கரைப் பகுதிகளுக்குச் சென்றனர். மூலிகை நிறைந்த நீரில் குளிப்பதற்கும், நீரைக் குடிப்பதற்கும் அருவிகளை நாடிச் சென்றனர். நோயாளிகள் நோயைக் குணப்படுத்த ஆற்றங்கரைகளுக்கும், தாதுக்கள் உள்ள நீர்த்தடங்களுக்கும் சென்று வந்தனர். ஸ்பாசு என்று சொல்லப்படும் இடங்கள் உரோமர்களுக்கு இன்பத்தையும் மகிழ்ச்சியையும் நல்கியதோடு, விருந்து அளிக்கும் இடங்களாகவும் இருந்தன. அவை நோய்களைக் குணப்படுத்தும் மருத்துவனைகளாகயும் பயன்களைக் குணப்படுத்தும் மருத்துவமனைகளாகவும் பயன்பட்டன. அவ்விடங்களில், விளையாட்டுப் போட்டிகள், திருவிழாக்கள், பொழுதுபோக்கு நிகழ்ச்சிகள் போன்றவை நடைபெற்றன. அவை மக்களிடத்தில் செல்வாக்குப் பெற்றிருந்தன. அதன் பயனாக அவர்கள் வெளிநாடுகளுக்குப் பயணம்

செய்தனர். இங்கிலாந்து, பிரான்சு, மத்திய ஐரோப்பா போன்ற இடங்களில் 1865-ல் கடற்கரைகளில் பல சுற்றுலா மையங்கள் ஏற்பட்டன. அதனால் விடுமுறை நாட்களில் அவ்விடங்களுக்கு இலட்சக்கணக்கான மக்கள் சென்று வந்தனர். ஸ்பாசும், கடற்கரைகளில் அமைந்த சுற்றுலா மையங்களும் தற்காலச் சுற்றுலாவிற்கு வழியமைத்துத் தந்தன.

சமயப் பயணம்

இடைக்காலத்தில் மதங்களை அறியச் சிலர் நாடுகளைச் சுற்றினர். கோயில் குளங்களை நாடி மக்கள் சென்றனர். இடைக்காலத்தில் இறுதியில் ஐரோப்பாவில் உள்ள புனித இடங்களுக்கு மக்கள் சென்றனர். இன்றும் புனித இடங்களுக்குச் செல்லும் பயணமே மிகுதியாக உள்ளது. அப்பொழுது இன்பத்திற்காக மிகக் குறைந்த பயணங்களே மேற்கொள்ளப் பெற்றன. கிறிஸ்தவ மதம் பரவியதால் பலர் பெத்தலகேம் சென்று வந்தனர். சமயச் சடங்குகள் தொடர்பான பயணங்கள் மேற்கொள்வது என்னும் எண்ணம் மக்களிடம் பரவியபின், சுற்றுலா சூடு பிடிக்க ஆரம்பித்தது. சமயம் மக்களை ஒன்று சேர்க்கும் கருவியாகப் பயன்பட்டது. புனிதப் பயணம் சமயத்தைப் பலப்படுத்தியது. வேளாண்மை செய்தவர்களும் நாடு நகரங்களைக் கடந்து புனிதப் பயணம் மேற்கொணடனர்.

நீண்ட பயணங்கள்

இத்தாலியர்கள் மறுமலர்ச்சிக்குப் பின் நீண்ட பயணங்களை மேற்கொண்டனர். அவர்கள் பெரிய சாலைகளை அமைத்தனர். 15-ம் நூற்றாண்டின் இறுதிக்குள் இத்தாலி உலகத்தின் கவனத்தை ஈர்த்தது. அக்காலத்தில் இத்தாலி ஐரோப்பிய நாடுகளுக்கு நாகரிக வழிகாட்டியாக விளங்கியது. 16-ம் நூற்றாண்டில் ஆங்கிலேயர்கள் இத்தாலிக்குச் சென்று வந்தனர். கி.பி.1776-ல் சாமுவேல் ஜான்சன் என்பவர் இத்தாலியில் சுற்றுப்பயணம் செய்தார். இத்தாலிக்குச் சென்று வராதவர்கள் தாழ்வாகக் கருதப்பட்டனர். மதம், சட்டம், கலைகள் போன்றவற்றை அறிவதற்காகவும் மக்கள் பிற நாடுகளுக்குச் சென்று வந்தனர். கி.பி.1785-ல் 40,000 ஆங்கிலேயர்கள் ஐரோப்பாவில் சுற்றுப்பயணம் செய்துள்ளனர். அவர்கள் பொருட் காட்சிகளையும், கண் காட்சிகளையும், கலைக் கூடங்களையும் கண்டு வந்தனர். கி.பி.1763 முதல் கி.பி.1793 வரை ஏறத்தாழ 30 ஆண்டுகள் நீண்ட சுற்றுலாக்களின் பொற்காலம் எனலாம்.

இங்கிலாந்து

இங்கிலாந்தில் கல்வி முற்றுப் பெறுவிப்பதற்கான வெளிநாட்டுச் சுற்றுலா கி.பி.1670-ல் நடந்தது. ரோசஸ் சண்டைகள் முடிந்தபின் மக்கள் பல இடங்களுக்குச்

செல்லலாயினர். டுடோர் என்னும் அரசன் படித்த நாகரிகமானவர்களையும், கூலிக்காக வேலை செய்கின்றவர்களையும் ஐரோப்பாவிற்கு அனுப்பி வைத்தான். அச்சு இயந்திரக் கண்டு பிடிப்பும், இத்தாலியின் மறுமலர்ச்சி இயக்கமும் மாணவர்கள் பலரைச் சுற்றுலாச் செல்லத் தூண்டியது. அந்த முடியாட்சியானது பணக்காரர்களையும், அரசியல்வாதிகளையும் அரசியல் விரகர்களாக அயல்நாடுகளுக்கு அனுப்பியது. அரசியல் விரகர்கள், வணிகர்கள், அறிஞர்கள்,ஐரோப்பாவில் சுற்றுப்பயணம் செய்தனர். இளைஞர்களில் சிலர் வெளிநாட்டுத் தூதுவர்கள் ஆகவேண்டியும்,அரசியல் விரகராக வேண்டியும் வேறிடங்களுக்குச் செல்லலாயினர். சிலர் வெளிநாடுகளில் சுற்றுப்பயணம் செய்வதற்காகக் கூறிக் களிமகனாக மாறினர். அதைப் பெரியவர்கள் வெறுத்தனர். அப்பயணங்களினால் தீய விளைவுகள் ஏற்பட்டதை உணர்ந்தனர். கி.பி.1678-ல் ஜான் கெயில்கார்டு எனபவர் பிறநாடுகளுக்கு வழி கூறும் வழிகாட்டி நூலொன்று எழுதினார்.

18-ம் நூற்றாண்டில் இங்கிலாந்திற்குள் நுழைவதற்குச் சுங்கச் கட்டுப்பாடு இருந்தது. சுங்க அதிகாரிகள் பயணிகளின் பொருள்களைச் சோதனை செய்து கள்ள வணிகச் சரக்குகளைக் கைப்பற்றினர். எனவே அக்காலத்தில் வெளிநாட்டினர் இங்கிலாந்தில் சுற்றுப்பயணம் செய்வதில் ஆர்வம் காட்டவில்லை. 19-ம் நூற்றாண்டில் ஆரம்பத்தில் ஜான்லூடன் மேக் ஆடமும், தாமசு டெல்போர்டும் வசதியான சாலையின் மேற்பரப்பைக் கண்டுபிடித்தனர். அதனால் மாசு நிறைந்த சாலைகள் புதுப்பிக்கப் பெற்றன. அழகான, அமைப்பான மேற்பரப்பையுடைய முன்னேறிய சாலை வசதிகளினால் கோச் வண்டிப் பயணங்கள் மிகுதியாயின. சார்லஸ் டிக்கன்ஸ் என்னும் எழுத்தாளர் கோச் வண்டியில் இத்தாலிக்குப் பயணம் செய்ததை விவரித்து எழுதியுள்ளார்.

பாரதத்தில் சுற்றுலா வளர்ச்சி

இந்தியாவின் இயற்கை அழகு காஷ்மீர் முதல் கன்னியாகுமரி வரை பரந்து கிடக்கிறது. பழங்கால நினைவுச் சின்னங்கள் மனதைக் கொள்ளை கொள்ளும் கடற்கரை பகுதிகள், திராவிடப் பாரம்பரியத்தைப் போற்றும் தென்னகக் கோவில்கள் மற்றும் தேவாலயங்கள், மசூதிகள் போன்றவைகள் காணப்படுகின்றன. இவ்வாறு இயற்கை சொத்துகளைத் தன்னகத்தே கொண்ட இந்தியா சுற்றுலாத் துறைக்குத் தேவையன அம்சங்கள் அனைத்தும் கொண்டுள்ளது. மேலும் இருபதாம் நூற்றாண்டின் பிற்பகுதியில் ஒவ்வொரு நாடும்சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான நடவடிக்கைகளை மேற்கொண்டன. இந்திய அரசும் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான பல நடவடிக்கைகளை மேற்கொண்டது. இந்தியாவில் சுற்றுலா படிப்படியாக வளர்ச்சியடைந்த விதம் பற்றிக் காணலாம்.

சார்ஜண்ட் குழு

இரண்டாம் உலகப்போருக்கு பின்பு தான் உலக நாடுகளில் சுற்றுலா வளர்ச்சியடைய ஆரம்பித்தது என்பதை வரலாறு நமக்குப் புலப்படுத்துகிறது. சுற்றுலாவின் முக்கியத்துவத்தை உணர்ந்த அப்போதைய ஆங்கில அரசு சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான பணிகளை ஆராய முற்பட்டது. 1945-ம் ஆண்டில்தான் இந்தியாவில் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான ஆக்கப்பூர்வ நடவடிக்கைகள் மேற்கொள்ளப்பட்டன. அந்த ஆண்டில்தான் இந்திய அரசு இந்தியாவில் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான சாத்தியக்கூறுகள் உள்ளனவா என்று ஆராய சர்ஜாண் சார்ஜன்ட் என்ற அரசின் கல்வி ஆலோசகர் தலைமையில் ஒரு குழு ஒன்றை அமைத்தது. அக்குழு 1945 அக்டோபரில் தனது அறிக்கையைச் சமர்பித்தது. இது தான் இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு எடுக்கப்பட்ட முதல் அரசாங்க நடவடிக்கையாகும்.

சார்ஜண்ட் குழுவின் நோக்கம்

சார்ஜண்ட் குழு கீழ்க்கண்ட நோக்கங்களுக்காக அமைக்கப்பட்டது.

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

மேற்கண்ட நோக்கங்களை நிறைவேற்றுவதற்கான பரிந்துரைகளை சர்ஜெண்ட் குழு அக்டோபர் 1946-ல் அரசாங்கத்திடம் சமர்பித்தது. இந்தக் குழுவின் இன்றியமையாத பரிந்துரை என்னவென்றால் இந்தியாவில் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு முழுநேரக் கவனத்தைச் செலுத்த ஒரு தனி நிறுவனத்தை ஏற்படுத்துவது என்பதேயாகும்.

வசார்ஜெண்ட் குழுவின் பரிந்துரைகள்

1. சுற்றுலாவின் பொருளாதார சமுதாய முக்கியத்துவத்தை உணர்ந்து அதன் மேம்பாட்டிற்குத் தனி நிறுவனம் ஒன்று அமைக்கப்பட வேண்டும். அதன் கிளைகள் பம்பாய், டில்லி, சென்னை, கல்கத்தா ஆகிய பெருநகரங்களில் அமைக்கப்பட்ட வேண்டும்.
2. சுற்றுலா நிறுவனமானது அதிகப்படியான பயணிகளைக் கவர்ந்திழுக்கும் வகையில் செயலபட வேண்டும். சுற்றுலாப்பயணிகளின் அதிகமான வருவாயால் அதிகப்படியான வருவாயைப் பெற முடியும்.
3. நாட்டின் பாரம்பரியத்தைப் போற்றும் வகையிலும் வரலாற்று முக்கியத்துவத்தை எடுத்துரைக்கும் நோக்கத்தோடும் சுற்றுலாத் துறையின் வளர்ச்சிக்கான வழிகளை மேற்கொள்ள வேண்டும்.
4. சுற்றுலாத்துறை பிரத்யேக அலுவலர்களைக் கொண்டு தனி நிறுவனமாகச் செயல்படவேண்டும்.
5. இந்திய சுற்றுலா மையங்களின் சிறப்புகளை எடுத்துரைக்கும் விளம்பரப் பிரிவு உலகமெங்கும் நிறுவப்பட வேண்டும்.
6. சுற்றுலாவுக்குப் பொருத்தமான வழிகாட்டி நூல்கள், சுவரொட்டிகள், துண்டுவெளியீடுகள், சிறுசிறு நூல்கள் போன்றவற்றை உருவாக்க வேண்டும்.
7. வெளிநாட்டுப் பயணிகள் இந்தியாவில் விடுமுறை நாள்களைச் செலவழிக்க வசதிகள் செய்துகொடுக்க வேண்டும். நல்ல தட்பவெப்பமுள்ள இடங்களைச் சுற்றுலா மையங்களாக்க வேண்டும். இயற்கைக் காட்சிகள் நிறைந்த இடத்தை அழகுபடுத்த வேண்டும். புனிதமான இடங்களை விரிவுபடுத்த வேண்டும். வரலாற்றுப் புகழ்பெற்ற இடங்களை வெளிக்கொணரவேண்டும். தொல்பொருள் இடங்களைச் சிறப்பிடங்கள் ஆக்குவது போன்ற திட்டங்களைத் தீட்டவேண்டும்.
8. சுற்றுலாப் பயணிகளுக்குத் தேவையான போக்குவரத்து வசதிகள் தங்குமிட வசதிகள் செய்துகொடுக்க வேண்டும்.
9. வழிகாட்டிகளுக்குப் பயிற்சி தர ஆவன செய்யவேண்டும்.
10. சுற்றுலாப் பயணிகளுக்குப் பயன்படும் நிறுவனங்களுடன் இணைந்து செயல்பட வேண்டும்.
11. தரம் வாய்ந்த உணவு விடுதிகள் அமைக்கப்பட வேண்டும்.
12. மத்திய மாநில அரசுகள் சுற்றுலாத் துறையில் ஈடுபாடு கொள்ளச் செய்யவேண்டும்.
13. அயல்நாட்டுப் பயணிகளின் வசதிக்கேற்ப பன்னாட்டுத் தரம் வாய்ந்த சொகுசான விடுதிகளை அமைக்க வேண்டும்.

14. வெளிநாடுகளிலுள்ள பயணிகளைக் கவர்ந்திழுப்பதற்காக லண்டன் மற்றும் நியூயார்க் நகரங்களில் இந்திய சுற்றுலா மையங்களின் சிறப்புக்களை எடுத்துரைப்பதற்காக தகவல் மையங்களைத் தொடங்க வேண்டும்.
15. சுற்றுலா பயணிக்ள இடற்பாடில்லாமல் பயணம் செய்வதற்காக வானூர்தி, ரயில் வண்டி நிறுவனங்களுடன் இணைந்து செயல்பட வேண்டும்.
16. சுற்றுலாப் பயணிகளைப் பற்றிய புள்ளிவிபரம் சேகரிக்க வேண்டும்.
17. அடிப்படை வசதிகளை உள்நாட்டு மற்றும் வெளிநாட்டுப் பயணிகளுக்கு செய்துகொடுத்து சுற்றுலாத் துறையின் முக்கிய அம்சத்தை விளம்பரப்படுத்த வேண்டும்.

சார்ஜண்ட் குழுவால் செய்யப்பட்ட மேற்கண்ட பரிந்துரைகள் அனைத்தும் இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக்குத் தொடக்கமாகவும், திருப்புமுனையாகவும் அமைந்ததோடல்லாமல் நாடு விடுதலை பெற்றதும் இந்தியாவில் உருவான நிறுவனத்திற்கு வழிகாட்டும் கோட்பாடுகளாக அமைந்தன.

சுதந்திரத்திற்குப்பின் இந்திய சுற்றுலாத்துறையின் வளர்ச்சி

சார்ஜெண்ட் குழு அறிக்கையானது எப்படியெல்லாம் சுற்றுலாத்துறையை மேம்படுத்த வேண்டுமென்ற பல ஆலோசனைகளை வழங்கியது. இந்தியா சுதந்திரம் அடைந்தபோது சுற்றுலாத்துறைக்கு ஏற்ற அனைத்து தேவையான வசதிகளை நம்நாடு பெற்றிருந்தது. சுற்றுலாப் பயணிகளை ஒரு இடத்திலிருந்து மற்றொரு இடத்திற்குக் கொண்டுசெல்ல தரைப் போக்குவரத்து, ரயில் போக்குவரத்து வசதிகளையும், பயணிகள் வேகமாக சுற்றுலா ஸ்தலங்களை சென்றடைய விமானப் போக்குவரத்து வசதியும் இருந்தது. மிகப்பெரிய பன்னாட்டு விமானங்களும் இந்தியா வந்து செல்லும் அளவிற்கு விமான நிலையங்களும் அமைந்திருந்தன.

ஆனால் மைய அளவில் சுற்றுலா அமைப்பொன்று அமைக்கப்படாத காரணத்தினால் இவற்றையெல்லாம் ஒருங்கிணைந்து செயல்பாட்டிற்குக் கொண்டுவர இயலவில்லை. செயல்படுத்த முடியவில்லை. எனவேதான் சார்ஜெண்ட குழு மத்திய அளவில் ஒரு சுற்றுலாக் கழகம் அமைக்க பரிந்துரை செய்தது. அதன் அடிப்படையில் 1949-ம் ஆண்டு போக்குவரத்து அமைச்சகத்தின் கீழ் 'சுற்றுலா போக்குவரத்து பிரிவு' ஒன்று ஆரம்பிக்கப்பட்டது. இதைத் தொடர்ந்து டெல்லி, கல்கத்தா, பம்பாய், சென்னை போன்ற நகரங்களில் வட்டார சுற்றுலா அலுவலகங்கள் திறக்கப்பட்டன. மேலும் ஸ்ரீநகர், ஆக்ரா, பனாரஸ், ஜெய்ப்பூர், அவுரங்காபாத், பெங்களுர், டார்ஜிலிங், சிம்லா மற்றும் ஊட்டி ஆகிய சுற்றுலா மையங்களில் 'சுற்றுலா மையங்களில் தகவல் அலுவலகங்கள்' திறக்கப்பட்டன.

தமிழ் நாட்டில் சுற்றுலா வளர்ச்சி

இந்திய சுற்றுலாத்துறையில் மூன்றாவது இடம் வகிக்கும் மாநிலம் தமிழ்நாடு ஆகும். இங்கே சுற்றுலாப் பயணிகளைக் கவர்ந்திழுக்கும் அம்சங்கள் அனைத்தும் காண்பபடுகிறது. குளுமையான மலைவாசஸ்தலங்கள், நீர் வீழ்ச்சிகள், வரலாற்று முக்கியத்துவம் வாய்ந்த பழங்கால கோவில்கள், குகைகள் போன்ற பல சுற்றுலா இடங்கள் தமிழ்நாட்டில் உள்ளன. மேலும் பக்கத்து நாடான இலங்கைக்குச் செல்லும் வெளிநாட்டுப் பயணிகள் பலர் தமிழகத்தில் சில நாட்கள் தங்கிவிட்டுச் செல்கின்றனர்.

எனவே தமிழ்நாட்டில் சுற்றுலா ஒரு சிறப்பிடம் பெற்றுள்ளது. தமிழக அரசும் சுற்றுலாவை மேம்படுத்த இந்த துறைக்கு 'தொழில் மதிப்பை' வழங்கி உள்ளது. அதாவது தொழிற்துறைக்குக் கொடுக்கப்படும் அனைத்துச் சலுகைகளும் சுற்றுலாத்துறைக்கும் வழங்கி உள்ளது. இதன்விளைவாக 1998-ம் ஆண்டில் மட்டும் தமிழகத்திற்கு உள்நாட்டு சுற்றுலாப்பயணிகள் இரண்டு கோடி பேரும் 6 லட்சம் வெளிநாட்டுப் பயணிகளும் வந்தனர். 2000-ம் ஆண்டில் 2,29,81,882 உள்நாட்டு சுற்றுலா பயணியரும்,7,86,165 வெளிநாட்டு சுற்றுலா பயணியரும் வந்தனர்.

தமிழ்நாடு சுற்றுலா வளர்ச்சி-ஒரு சிறப்பு பார்வை

தமிழ்நாட்டில் சுற்றுலாப் பயணிகளின் எண்ணிக்கை குறைந்து வருவதாகவும், தமிழ்நாடு சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கழகம் நஷ்டத்தில் இயங்கி வருவதாகவும் சொல்லப்படுகிறது. இப்படி சுற்றுலாப் பயணிகளின் எண்ணிக்கை குறைந்து வருவதற்கான காரணங்களை ஆராய்ந்து நடவடிக்கைகள் எடுப்பதற்காக தமிழக எம்.எல்.ஏக்கள், எம்.பிக்கள் கொண்ட ஆலோசனைக் குழு ஒன்று அமைக்கப்பட்டுள்ளது.

தமிழக அரசு சுற்றுலா வளர்ச்சிக்காக பல நடவடிக்கைகளை மேற்கொண்டு வருகிறது. ஊட்டியில் சுற்றுலாப் பயணிகளைக் கவரும் பொருட்டு எட்டு கோடி ரூபாய் செலவில் கேபிள்கார் அமைக்கும் பணி நடைபெற்று வருகிறது. நஷ்டத்தில் இயங்கிவந்த ஸ்ரீபெரும்புதூர் மண்டபம், மேட்டுப்பாளையம், விருதுநகர் ஆகிய இடங்களில் உள்ள மோட்டல்கள் ஒப்பந்த அடிப்படையில் தனியாருக்கு விடப்பட்டுள்ளது. மகாபலிபுரம்,கன்னியாகுமரி, மதுரை, கொடைக்கானல், ஊட்டி, மற்றும் ராமேஸ்வரம் ஆகிய இடங்களிலுள்ள தமிழ்நாடு ஓட்டல்களில் நவீன வசதியை மேம்படுத்த ஒரு கோடி ரூபாய் நிதி ஒதுக்கீடு செய்யப்பட்டுள்ளது.

தமிழகத்தில் உள்ள சுற்றுலா இடங்களைப்பற்றி இன்டர்நெட் மூலம் வெளிநாடுகளில் பிரச்சாரம் செய்யப்படுகிறது. இதற்கான ஏற்பாடுகளை தமிழ்நாடு

சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம் செய்துள்ளது. அறநிலையத்துறையின் 15 ஆலயங்களைப் பற்றியும் இன்டர்நெட்டில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளது.

ராமேஸ்வரம் மண்டபம் அருகே கடலில் 22 தீவுகள் மன்னார்வளைகுடாவில் உள்ளன. கடல்பசு, டால்பின், கடல்குதிரை, பவளப்பாறைகள் மற்றும் அரிய கடல்வாழ் உயிரினங்கள் வாழ்கின்றன. ராமேஸ்வரத்திற்கு வரும் வெளிநாட்டு, வெளிமாநில சுற்றுலாப்பயணிகள் இவற்றைக் காணவிரும்புகின்றனர். இதில் மண்டபத்திலிருந்து 8 கி.மீ தூரத்திலுள்ள 'குருசடை பவளப்பாறைத்' தீவை சுற்றுலாப் பயணிகள் கண்டுகளிக்கும் வகையில் 27 லட்சம் ரூபாய் செலவில் திட்டம் தயாரிக்கப்பட்டுள்ளது.

இந்த 'குருசடைதீவு' 150 ஏக்கர் பரப்பளவு கொண்டது. இத்தீவைப் பார்ப்பதற்கு வசதியாக நான்கு நவீனபடகுகள் வாங்கப்பட்டுள்ளது. இந்தப்படகின் கீழ்பகுதி முழுவதும் கண்ணாடிப் பேரிழைகளால் ஆனது. இதன் மூலம் படகில் சவாரி செய்தபடியே கடல்வாழ் உயிரினங்களை கண்டுகளிக்கலாம். மேலும் இங்குள்ள பவளப்பாறைகளை கடலில் மூழ்கிக் காண்பதற்கும் பாதுகாப்பு கவசங்கள் வழங்கப்படும். இவ்வாறு சுற்றுலா மையங்கள் பயணிகளை கவரும் விதமாக மேம்படுத்தப்பட்டு வருகின்றன.

வெளிநாட்டுப் பயணிகளும் உள்நாட்டுப் பயணிகளும் அதிக எண்ணிக்கையில் வரும் கன்னியாகுமரியில், சுற்றுலா வசதிகளை மேம்படுத்த அரசு நடவடிக்கை எடுத்து வருகிறது. 'உலக சுற்றுலா ஸ்தலமாக' அறிவிக்கப்பட்டுள்ள கன்னியாகுமரியில் மத்திய அரசு அறிவித்தபடி 'இந்திய வருகை ஆண்டு' கடைப்பிடிக்கப்படுகிறது. இதன்படி 'உல்லாச படகு சேவை' துவக்கப்படுகிறது. கன்னியாகுமரி, பூம்புகார் படகுத்துறையில் இருந்துபுறப்பட்டு சின்னமுட்டம் மீன்பிடித் துறைமுகம், விவேகானந்தர்பாறை, திருவள்ளுவர் சிலை, முக்கடல் சங்கமிக்கும் திரிவேணி சங்கமம் ஆகிய இடங்களுக்குச் சென்று திரும்பும் இந்த 3 கி.மீ தூரம் நிமிடத்தில் முடிவடையும். இதன் மூலம் சுற்றுலாப் பயணிகளின் எண்ணிக்கை அதிகரிக்கும்.

இது தவிர தமிழக சுற்றுலாத்துறையும் தெற்கு ரயில்வேயும் சேர்ந்து ஒரு புதிய சுற்றுலாத்திட்டத்தை அறிமுகப்படுத்தியுள்ளது. இதன்படி கொடைக்காலை சுற்றிப் பார்க்கும் வகையில் ரயில்நிலையம் அருகே ஒரு பேருந்தும், ஊட்டியைக் காணவரும் பயணிகளுக்கு மேட்டுப்பாளையம் ரயில் நிலையம் அருகே ஒரு பேருந்தும், அருகே ஒரு பேருந்தும், ஏற்காடு மலையைக் காணவரும் சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு சேலம் ரயில் நிலையத்தில் ஒரு சுற்றுலா பேருந்தும் நிறுத்தப்படும். இந்த ரயில் நிலையங்களுக்கு வரும் சுற்றுலாப் பயணிகள் இந்த பஸ்கள் மூலம் அந்தந்த இடங்களை இரண்டு நாட்களுக்கு சுற்றிப்பார்க்க முடியும்.

முதியோர், ஊனமுற்றோர், தியாகிகள் மற்றும் போரில் உயிர்நீத்த ராணுவ வீரர்களின் வாரிசுகளுக்கு 25 சதவீத கட்டணச் சலுகையை தமிழ்நாடு சுற்றுலாத்துறை அறிவித்துள்ளது. தமிழ்நாடு சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கழகம் நடத்தும் ஓட்டல்களிலும், சுற்றுலாக்களிலும் இச்சலுகை வழங்கப்படும். தமிழ்நாடு சுற்றுலா வளர்ச்சி பற்றி மேலும் விபரம் பெற தமிழ்நாடு சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கழகம், விற்பனைப்பிரிவு 4,ஈ.வே.ரா. சாலை, சென்னை-3. என்ற முகவரியில் தொடர்பு கொள்ளலாம். தொலைபேசி எண்: 5384356, 5360294, 5361385.

இவ்வாறு பல திட்டங்கள் தீட்டப்பட்டு செயல்படுத்தப்படுவதன் மூலம் தமிழக சுற்றுலாத்துறை பெருமளவில் லாபம் சம்பாதித்து வருகிறது. ஆனால் பல குறைபாடுகள் உடனடியாக நீக்கப்படவேண்டியதுள்ளது. முக்கியமாக தமிழக ஓட்டல்களில் இரட்டை வரிவிதிப்பு முறை உள்ளது. இது பிற மாநிலங்களில் இல்லை. மேலும் சொகுசுவரி 25 சதவீதமாக உள்ளது. ஆந்திரம் கேரளம் உள்ளிட்ட பல மாநிலங்களில் இந்தவரி 5 முதல் 15 சதவீதம்தான். எனவே தமிழகத்தில் இந்தவரி குறைக்கப்பட்டால் சுற்றுலா மேலும் வளர்ச்சியடையும். அதேபோல சூப்பர் டீலக்ஸ் பஸ்சிற்க மூன்று மாத காலத்திற்கு தமிழ்நாட்டில் மேலும் தமிழ்நாட்டில் குறைந்த செலவில் தங்கும் நட்சத்திர ஓட்டல்கள் இல்லை. இங்குள்ள நட்சத்திர ஓட்டல்களில் ஒர இரவுக்கு எட்டாயிரம் ரூபாய் வரை வசூலிக்கப்படுகிறது. இவையெல்லாம் மாற வேண்டும்.

மேலும் தமிழ்நாட்டிலிருக்கும் சுற்றுலா மையங்களில் வசதிகள் மேம்படுத்தப்பட வேண்டும். முக்கியமான ஊட்டி ஏரியில் படர்ந்துள்ள ஆகாய தாமரைகளை உடனடியாக நீக்கியாக வேண்டும். இதுபோல பிற மையங்களிலும் சுற்றுலாப் பயணிகளை ஈர்க்கும் விதமாக நவீன வசதிகள் செய்து கொடுக்கப்பட்ட வேண்டும். மேலும் சுற்றுலாத்துறைக்காக தனி போலீஸ் அமைத்தல் அவசியம். அப்படி அமைத்தால் சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு முக்கியமாக வெளிநாட்டுப் பயணிகளுக்கு ஏற்படும் பிரச்சனைகளை எளிதில் தீர்க்க வசதியாக இருக்கும். இறுதியாக தமிழக சுற்றுலாத்துறைக்கு நல்ல கொள்கையை வகுக்க வேண்டும். இதற்காக சட்டம் ஒன்று இயற்றப்பட்டு தமிழக சுற்றுலாவை மேம்படுத்த முடியும்.

அலகு-2

சுற்றுலாவின் சமூக, பொருளாதார விளைவுகள்

இன்றைய உலகில் சுற்றுலா ஒரு பயன்மிகு தொழிலாக விளங்குகிறது. ஒரு நாட்டின் கண்ணுக்குத் தெரியாத ஏற்று மதிப்பொருள்தான் சுற்றுலா. சுற்றுலா மூலம் ஒரு நாடு பல்வேறு வழிகளில் பயன்பெறுகிறது. சுற்றுலா மூலம் நாட்டின் தேசிய வருவாய் அதிகரிக்கிறது. இதனால் நாடு பொருளாதார வளர்ச்சியடைந்து பல துறைகளின் முனனேறுகிறது. நாடு மட்டுமல்லாது தனிநபரும் பயன் அடைகிறான். சுற்றுலா பொருளாதார முக்கியத்துவம் வாய்ந்த துறையாக இருப்பதுடன் சமுதாய முக்கியத்துவம் பெற்றுள்ளது. சமுதாயத்தில் பல மாற்றங்களை ஏற்படுத்துகின்றது. சமுதாய வளர்ச்சிக்கு பெரும் பங்கேற்கிறது. சமுதாய அமைப்பு முறையிலும், வாழ்க்கையிலும் தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது. இங்கு சுற்றுலாவின் சமுதாய முக்கியத்துவத்தைப் பற்றி காண்போம்.

சுற்றுலாவினால் ஏற்படும் சமூக விளைவுகள்

தேசிய ஒருமைப்பாடு

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 ஒருமைப்பாட்டுணர்ச்சி ஏற்படுகிறது. இதனால் தேசிய ஒருமைப்பாடு வலுவடைகிறது.

மகிழ்ச்சி அளிக்கிறது

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.

வாழ்க்கைத்தரம் உயர்கிறது

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.

தனி மனித அறிவு பெருகுகிறது

சுற்றுலாவினால் தனிமனித அறிவு பெருகுகிறது. பிறநாடுகளுக்கும், தனது நாட்டின் பிற பகுதிகளுக்கும் செல்வதால் சுற்றுலாப் பயணியின் பொது அறிவு வளர்ச்சியடைகிறது. பிற நாடுகளின் வரலாறு, பண்பாடு மற்றும் பொருளாதார நிலை பற்றி 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.

உலக அமைதி மற்றும் பன்னாட்டு ஒற்றுமை உணர்வு

சுற்றுலா பன்னாட்டு ஒற்றுமை உணர்வை வளர்க்கிறது. நமது நாட்டுக்கு வரும் வெளிநாட்டுச் சுற்றுலாப் பயணிகளை 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.

பண்பாட்டு பரிமாற்றம்

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.

கலை மற்றும் கிராமியக்கலை பேணிகாக்கப்படுகிறது

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 நடனக்கலைகள், நாட்டியக்கலைகள், கிராமியக்கலைகள் இடம் பெறுகின்றது. இதனால் சுற்றுலாப் பயணிகள் பெரிதும் மகிழ்ச்சியடைகின்றனர். இதனால் இந்தக்கலைகள் புத்துயிர் பெறுகின்றன. அழியாமல் பாதுகாக்கப்படுகின்றன. எனவே சுற்றுலா கலை மற்றும் கிராமியக் கலைகளைப் பேணிப் பாதுகாக்கிறது.

வரலாற்று முக்கியத்துவம் வாய்ந்த நினைவுச் சின்னங்கள் பேணிப் பாதுகாக்கப்படுகின்றன

பொதுவாகச் சுற்றுலாப் பயணிகள் ஒரு நாட்டின் நாகரிகம், பண்பாடு, சலை ஆகியவற்றை வெளிப்படுத்தும் பழங்காலச் சின்னங்களைப் பார்க்க வேண்டும் என்பதிலேயே ஆவல் கொள்ளுகின்றனர். நினைவுச் சின்னங்களைப் பார்க்கும்போது அதனை உற்றுநோக்கி அதோடு கலந்துவிடுகிறார்கள். இதில் அவர்களுக்கு நிம்மதியும், திருப்தியும், புதிய உற்சாகமும் ஏற்பட்டு நல்ல அனுபவங்களைப் பெற்றுத் திரும்பிச் செல்கின்றனர். எனவே ஒவ்வொரு அரசும் தங்கள் நர்ட்டில் உள்ள பழங்காலக் கலை மற்றும் நினைவுச் சின்னங்களைப் பாதுகாக்க வேண்டியது அத்தியாவசியமான ஒன்றாகக் கருதப்படுகிறது. இவ்வாறு சுற்றுலாவினால் வரலாற்று முக்கியத்துவம் வாய்ந்த இடங்கள் பேணிப் பாதுகாக்கப்படுகின்றன.

விலங்குகள் மற்றும் தாவர வகைகள் பேணிப் பாதுகாக்கப்படுகின்றன

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 சரணாலங்கள், வனவிலங்கு சரணாலயங்களை முறைப்படிப் பாதுகாப்பதிலும், இயற்கை எழில்களைப் பேணிப் பாதுகாப்பதிலும் கவனம் செலுத்தப்படுகிறது. முதுமலை விலங்குகள் சரணாலயமும், வேடந்தாங்கல் பறவைகள் சரணாலயமும், சிதம்பரத்திற்கு அருகிலுள்ள பிச்சாவரமும் பேணிப் பாதுகாக்கப்படுகின்றன. இது சுற்றுலாப் பயணிகளை அதகமாகக் கவர்கின்றன. இவ்வாறு சுற்றுலாவினால் வனவிலங்குகள் மற்றும் தாவரங்கள் பேணிப் பாதுகாக்கப்படுகின்றன.

இளைஞர்களை நல்வழிப்படுத்துகிறது

சுற்றுலா இளைஞத்களை 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 மேம்பாட்டையச் செய்கிறது. சுற்றுலா சமுதாயத்தில் நிலவும் மூடப்பழக்க வழக்கங்களை ஒழிக்கவும், சமுதாயக் குறைகளை நீக்கவும், புதிய நாகரிகத்தை உருவாக்கவும், உயர்ந்த நாகரிக வாழ்க்கை வாழவும் உதவுகிறது.

சுற்றுலாவினால் ஏற்படும் பொருளாதார விளைவுகள்

சுற்றுலாவும் வாணிகச் சமநிலையும்

ஒரு நாடு ஒரு குறிப்பிட்ட கால அளவில் பிற நாடுகளுக்கு ஏற்றமதி செய்யும் பொருட்களின் மொத்த மதிப்பும், பிறநாடுகளிலிருந்து இறக்குமதி செய்யும் பொருட்களின் மொத்த மதிப்பும் சம அளவில் இருந்தால் அதனை நாம் பன்னாட்டு வாணிகச் சமநிலை என்கிறோம். அதேசமயம் ஏற்றமதிப் பொருட்களின் மொத்த மதிப்பு

இறக்குமதிப் பொருட்களின் மதிப்பைக் காட்டிலும் அதிகமாக இருந்தால் அதனை நாம் சாதகமான வாணிகச் சமநிலை என்கிறோம். அதற்கு மாறாக ஏற்றுமதிப் பொருட்களின் மதிப்பைக் காட்டிலும் இறக்குமதிப் பொருட்களின் மொத்தமதிப்பு கூடுதலாக இருப்பின் அதனை பாதகமாக 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 ஆகும். கண்ணுக்குப் புலனாகாத ஏற்றுமதிகளில் சுற்றுலா முக்கியமான இடம் வகிக்கிறது. சுற்றுலாவின் மூலம் அந்நியநாட்டு பணவரும்படியைப் பெருக்கி பாதகமான செலுத்து சமநிலையைக் குறைக்கலாம். முடிந்தால் போக்கவும் செய்யலாம். ஏனெனில் சுற்றுலாவினால் வரும் வருவாய் ஏற்றுமதித் தொகையுடன் சேரும்.

சுற்றுலாவும் அன்னியச் செலவாணியும்

ஒரு நாட்டிற்கும் மற்றொரு நாட்டிற்கும் இடையில் நிலவும் அனைத்து தொடர்புகள் பற்றிய பதிவேடே ‘அயல்நாட்டு செலுத்து சமநிலை’ ஆகும். ஒரு நாட்டின் வாணிகச் சமநிலையுமன் 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 செலவாணியாகக் கிடைக்கிறது. இந்த அன்னியச் செலவாணி மூலம் பாதகமான வாணிகச் சமநிலையையும், பாதகமான செலுத்து சமநிலையையும் சமாளிக்க முடிகிறது. இந்த வகையில் சுற்றுலா மூலம் கிடைக்கும் வருவாய் ஒரு நாட்டிற்கு வரப்பிரசாதமாகவே உள்ளது. குறிப்பாக பாதகமான செலுத்துசமநிலையைக் கொண்டிருக்கும் பின் தங்கிய நாட்டின் சுமையைக் குறைப்பதில் சுற்றுலா முக்கியமானதோர் இடம் வகிக்கிறது.

சுற்றுலாவின் மூலம் அந்நிய செலவாணியை 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 3900 கோடி ரூபாயும் பெற்றது. கி.பி 2000-ம் ஆண்டில் அந்நிய செலவாணியாக ரூபாய் 14,408.63 கோடி பெற்றது.

சுற்றுலாவும் தேசிய வருமானமும்

சுற்றுலா மூலம் ஒவ்வொரு நாடும் பல வழிகளில் வருமானம் பெறுகின்றன. பொருட்களை உற்பத்தி செய்து உள்நாட்டிலும் வெளிநாட்டிலும் விற்பதைக் காட்டிலும் அதிகமான வருமானத்தைச் சுற்றுலாத்துறை தருகிறது. சுற்றுலா ஆய்வறிஞர்களான லிகோரிஷ், 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 பெரும் தொகை,d)நுழைவு வரி,e)சுங்கவரி,f)இறக்குமதி வரி,g)சொத்து பராமரிப்பு வரி,h)விமானத் தளங்களைப் பயன்படுத்துவதற்கான வரி போன்றவை ஆகும்.

பொருளாதார ஏற்றத்தாழ்வு குறைகிறது

சுற்றலா 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 செலவாணியைப் பெறுகிறது. அந்த வெளிநாட்டுப் பயணிகள் எத்தனை நாள் தங்குகின்றனரோ, எவ்வளவு பொருட்கள் வாங்குகின்றனரோ அந்த அளவிற்கு பெற்று

தேசிய பொருளாதாரத்தை உயர்த்த முடியும். இதனால் உலகநாடுகளுக்கிடையே காணப்படும் பொருளாதார ஏற்றத்தாழ்வு ஓரளவு குறைகிறது.

வேலை வாய்ப்பு அதிகரிக்கிறது

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 நிறுவனமேயாகும். 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 அறிக்கையின்படி 2010-ல் இந்தியாவில் 12.9 மில்லியன் மக்கள் நேரடி வேலை வாய்ப்பு பெருவார்கள்.

சுற்றுலாத்துறையில் 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 பணிபுரிகின்றனர். இவர்களைத் தவிர ஆயிரத்துக்கும் மேற்பட்ட துணைச் சுற்றுலாத்துறைகளும் வளர்ச்சியடைந்துள்ளன. அவைகளில் வேலைபார்ப்போர் மறைமுகத் தொழிலாளர் ஆவர். நட்சத்திர ஹோட்டல்களின் கட்டுமானப் பொறியாளர்கள், தொழிலாளர்கள், பஸ், ரயில் விமானங்களில் பணிபுரியும் பல வகைத் 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 தொழில் உலகம் முழுவதும் 10 கோடிபேருக்கு வேலைவாய்ப்பை உருவாக்கும் என்று கூறப்படுகிறது.

கைத்தொழில் வளர்ச்சி

சுற்றுலாவினால் தொழில்களும் கைத்தொழில்களும் வளர்ச்சியடைகின்றன. 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 தலையாட்டி பொம்மைகள், 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.

சுற்றுலாத் துறையின் பன்முக விளைவு

சுற்றுலாவிற்கு பயணிகளின் வருகையால் பல்வேறு துறைகள் வளர்ச்சியடைந்து வருமானம் கிடைக்கிறது. இதனாலும் பொருளாதார வளர்ச்சி மேம்படுகிறது. அடிப்படை வசதிகளான சாலைப்போக்குவரத்து ரயில் போக்குவரத்து, விமானப்போக்குவரத்து, மின்சாரவசதி, தண்ணீர்வசதி, தரமான உணவு வசதி, கட்டிடப்பணிகள், அருங்காட்சியங்கள், 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 பங்கைச் செலுத்துகிறது என்பதை அறியலாம். நாட்டின் பல துறைகளிலும் சீரான வளர்ச்சி ஏற்பட்டு தேசிய வருவாய் உயர்கிறது. சுற்றுலாத் தொடர்புடைய பல்வேறு துறைகள் வளர்ச்சியடைவதுடன் மனித சக்தியும் வளர்ச்சியடைகிறது. முன்னேற்றமடையாத நாடுகளின் பொருளாதாரம் வலுப்படுத்துப்பட்டு வளர்ச்சியடைகிறது. அந்நிய செலவாணி அதிகமாகக் கிடைக்கிறது. எனவே சுற்றுலாத் துறையானது ஒவ்வொரு நாட்டிலும் அதிக பொருளாதார முக்கியத்துவம் பெற்று வேகமாக வளர்ச்சியடைந்து வருகிறது.

சுற்றுலாவைத் திட்டமிடுதலும் மேம்படுத்தலும்

திட்டமிட்டுச் செய்யும் காரியங்கள் வெற்றி பெறும் வள்ளுவரும் ‘எண்ணித்துணிக கருமம்’ என்று கூறியுள்ளார் சுற்றுலாத் துறையைப் பொறுத்துவரை எக்காரியத்தையும் திட்டமிட்டுச் செயல்பட வேண்டும். திட்டமிடாமல் செய்யும் காரியங்கள் தோல்வியடையும் வளர்ந்து வரும் நாடுகள் சுற்றுலாவின் மேன்மையை அறிந்து, சுற்றுலாத் துறையை வளர்க்க முனைந்துள்ளன.

உலகச் சுற்றுலா மாநாடு

1963-ம் ஆண்டு உரோமம் நகரில் ஐ.நா சபையின் உலகச் சுற்றுலா மாநாடு நடைபெற்றது. அம்மாநாட்டில் பல்வேறு தீர்மாங்கள் நிறைவேற்றப்பட்டன: 1.வளர்ந்துவரும் நாடுகள் சுற்றுலாத்துறைக்கு அதிகமான முக்கியத்துவம் கொடுத்துச் சுற்றுலாத் துறையை வளர்க்க வேண்டும். 2.வளர்ந்து வரும் நாடுகள் ஐ.நா சபையின் சிறப்பு நிதியிலிருந்து நீண்டகாலத் தவணையிலும், குறுகியகாலத் திட்டத்திற்கும், குறுகியகாலத் திட்டத்திற்கும் கடன் பெறலாம். 3.உலகம் முழுவதும் சுற்றுலாச் செல்வோரின் எண்ணிக்கை பெருகிக் கொண்டு வருகிறது. மக்கள் புதிய சுற்றுலா மையங்களுக்குச் செல்ல ஆர்வம் கொண்டுள்ளனர். எனவே ஒவ்வொரு நாடும் புதிய சுற்றுலா மையங்களை உருவாக்க வேண்டும் என்று அறிவுரை கூறியது. மலையேறுதல், குளிர்கால விளையாட்டுகள், மீன்பிடித்தல், வேட்டையாடுதல், கடற்கரைகள், மருத்துவக் குணமுள்ள நீறுற்றுகள், தேசியப் பூங்காக்கள், விளையாட்டுகள், பறவை விலங்குகளின் சரணாலயங்கள், தேசிய நினைவுச் சின்னங்கள், அந்நாட்டு மக்களின் பழக்கவழக்கங்கள், நாகரிகம், பண்பாட்டுச் சின்னங்கள், புனிதப் பயணம் மேற்கொள்ளல், திருவிழாக்கள், போட்டி விளையாட்டுகள் போன்றவற்றை மிகுதிப்படுத்தவேண்டும்.

வெற்றிபெறும் வழிகள்

முன்னேற்பாடுகளுடன் செய்யப்படும் திட்டங்கள் வெற்றி பெறுகின்றன. அறிவியல் ஆராய்ச்சியின் அடிப்படையில் திட்டமிட்டுச் சுற்றுலாத் துறையில் மேம்பாடு அடைந்துவரும் நாடுகளும், மேம்பாடு அடைந்த நாடுகளும் சில முன்னெச்சரிக்கைகளை மேற்கொள்ள வேண்டும். 1.வளர்ந்து வரும் நாடுகள் பணவருவாயைத் தராததும், மக்களுக்கு மகிழ்ச்சியை அளிக்காததுமான சுற்றுலா மையங்களை உருவாக்கக் கூடாது. 2.ஒரு நாடு குழுச் சுற்றுலாவை வேகமாக ஊக்கப்படுத்தலாமா? என்பதைத் தீர்மானித்துச் செயல்படவேண்டும். 3.வட்டார, மாவட்ட, மாநில அளவில் சுற்றுலாவைப் பெருக்கினால் அது அந்நாட்டுப் பொருளாதார

மேம்பாட்டுடன் ஒத்து வருகிறதா? என்பதை அலசி ஆராய வேண்டும். 4.சுற்றுலாவின் வளர்ச்சிக்காக அரசிடம் கொடுக்கப்பட்ட பொறுப்புகளையும்,தனியாரிடம் கொடுக்கப்பட்ட பொறுப்புகளையும் சீர்தூக்கிப் பார்க்க வேண்டும். 5.சுற்றுலாவிற்காகச் செலவு செய்யப் பெற்ற உள்நாட்டுப் பணத்தையும், வெளிநாட்டுப் பணத்தையும் கணக்கிட வேண்டும். 6.உள்நாட்டுப் பணம் போதவில்லை என்றால் அயல்நாடுகளிலிருந்து கடன் வாங்கிக் கொள்ளலாமா? என்பதையும் தீர்மானிக்க வேண்டும். 7.சுற்றுலாத்துறை பிற துறைகளுக்குச் சமமாகப் பாவிக்கப் படுகிறதா? அல்லது சிறப்பு நிலை கொடுக்கப்பட வேண்டுமா? என்பதை நினைவில் கொள்ள வேண்டும். 8.சுற்றுலாத் துறையை நீண்டகால முறையில் மேம்படுத்துவதா? அல்லது பொருளாதாரக் குறையை நிறைவு செய்யக் குறுகிய கால முறையில் மேம்படுத்துவதா? என்பதையும் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

ஒருங்கிணைந்த திட்டம்

சுற்றுலாத்துறை ஒரு நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு நேரடியாகவோ, மறைமுகமாகவோ உதவுகிறது. எனவே சுற்றுலாத் துறையைப் பிற துறைகளுடன் ஒருங்கிணைந்து அமைக்க வேண்டும். சுற்றுலா வளர்ச்சிக்காகத் திட்டமிடுவதும், ஒரு நாட்டின் வளர்ச்சிக்காகத் திட்டமிடுவதும் ஒருங்கிணைந்து ஒத்துச் செல்ல வேண்டும். அனைத்துத் துறைகளும் ஒன்று சேர்ந்து சுற்றுலாவை வளர்க்க வேண்டும்.

முன்னேறும் நாடுகளில் சுற்றுலா

அண்மைக் காலம் வரை சுற்றுலா முன்னேறிய நாடுகளுக்குரியது என வரையறுக்கப்பட்டது. முன்னேறும் நாடுகளும் சுற்றுலாவின் சிறப்பை அறிந்து சுற்றுலாவை விரிவுபடுத்த விரும்பின. சில நாடுகள் சுற்றுலாவின் தொழில் நுணுக்கம் அறியாமல் அத்துறையில் இறங்கிவிட்டன. சூரிய வெளிச்சமும் கடற்கரையுமே சுற்றுலாப் பயணிகளை ஈர்க்கும் என நினைத்து ஏமாந்தன. அச்சமயத்தில் பொருளாதார வளம் குன்றிய நாடுகளுக்கு உதவ முன்வந்தன. சில நாடுகள் சுற்றுலா வசதிகளைப் பெற்றிருந்தும், அவற்றை மேம்படுத்த முடியாத நிலையில் இருந்தன. பணக்கார நாடுகளுக்குத் தொலைவில் உள்ள நாடுகளும், இயற்கைக் காட்சிகள் அற்ற நாடுகளும்,இயற்கைக் காட்சிகள் அற்ற நாடுகளும், நல்ல தட்பவெப்பம் இல்லாத நாடுகளும் சுற்றுலாவை வளர்க்க முடியாது. உலகில் மெக்சிகோவும், துனிசியாவும் சுற்றுலாவினால் பல நன்மைகளைப் பெற்றுள்ளன. அந்நாடுகள் முன்னேற்பாட்டுடன் திட்டமிட்டுச் செயலாற்றியதால், சுற்றுலாத்துறையில் வெற்றி அடைந்தன.

மாநில அரசின் ஒத்துழைப்பு

திட்டமிடுதல் என்பது கொடுக்ககூடிய பொருள்களையும், மூலங்களையும் மதிப்பீடு செய்து அவற்றின்மீது ஏற்படும் தேவையை அறிதலாகும். சுற்றுலாத் துறையில் பல்வேறு நிறுவனங்கள் ஈடுபடுவதால், அவற்றை ஒருங்கிணைத்துச் செயல்படுத்த வேண்டும். ஒவ்வொரு நாடும் தங்கள் நாட்டிலுள்ள தேசிய சுற்றுலாக் கழகத்தின் வழியாகச் சுற்றுலாவை மேம்படுத்துகின்றது. தங்கள் நாட்டின் புவியியல் நிலைக்கேற்பவும், தங்கள் நாட்டின் வரவு செலவுத் திட்டத்திற்கேற்பவும், தங்கள் நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கேற்பவும் திட்டமிட வேண்டும். பிரான்சு நாடு லாங்கோடிக்-ரவுசிலியன் திட்டத்தில் அம்முறையைக் கையாண்டு வெற்றி பெற்றுள்ளது. ஓரிடத்தை மேம்படுத்த அம்மாநில அரசின் ஒத்துழைப்பு, முதலீடு, புதியன புனையும் திறன் போன்றவை தேவை. வளர்ந்து வரும் நாடுகளில் மாநில அரசின் ஒத்துழைப்பே சுற்றுலா வெற்றி பெறுவதற்கு முக்கியக் காரணியாக அமையும்.

சுற்றுலாப் பயணியின் தேவை வழங்கலின் மதிப்பீடு

ஒரு சுற்றுலா மையத்தைப் பற்றிய அனைத்துச் செய்திகளையும் சேகரிக்க வேண்டும். மேலும் அச்சுற்றுலா மையத்தின் வளர்ச்சிக்குரிய வழிவகைகளை ஆராயவேண்டும். சுற்றுலாத்துறை பின்தங்கியிருப்பதற்கான காரணம், அதைப் பற்றிய முழுமையான செய்திகள் கிடைக்காமையே ஆகும். செய்திகளைச் சேகரிப்பதும், புள்ளி விவரங்களைக் கணக்கிடுவதும் முக்கியமான வேலையாகும். ஒவ்வொரு நாளும் சேகரிக்கும் புள்ளி விவரங்கள் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்குப் பயனுள்ளதாக இருக்க வேண்டும். தேவை, வழங்கல், திட்டமிடுவதற்கு முன்னோடியாக இருக்கும். சுற்றுலாப் பயணிகளைக் கவருவதற்கு ஒரு நாடு மேற்கொண்டுள்ள அனைத்து முயற்சிகளையும் விளம்பரப்படுத்தவேண்டும். சுற்றுலாத் துறையை விரிவாக்க முடியாது.

பீட்டரின் விதிமுறைகள்

சுற்றுலாத்துறையை மதிப்பீடு செய்து வளர்ப்பதற்கு பீட்டர் என்பவர் சில விதிமுறைகளை வகுத்துத் தந்துள்ளார். 1.நாடு முழுவதும் சுற்றுலாப் பயணிகளைக் கவரும்படி திட்டம் தீட்டவேண்டும். எனவே சுற்றுலா மையங்கள் நாடு முழுவதும் பெறவேண்டும். சுற்றுலாவினால் ஏற்படும் நன்மைகளை நாடு முழுவதும் பெற வேண்டும். 2.சில குறிப்பிட்ட மையங்களை நீண்ட காலத்திற்கு ஏற்ற முறையில் சிறப்பாக மேம்படுத்த வேண்டும். குறிப்பிட்ட பருவத்திற்கு மட்டும் ஏற்ற முறையில் அமைக்காமல் ஆண்டு முழுவதும் பயணிகளைக் கவரும்படி அமைக்க வேண்டும். எளிதாகவும், விரைவாகவும்,சிறப்பாகவும் மேம்படுத்தக் கூடிய இடங்களை முதலில் விரிவுபடுத்திச் சுற்றுலா மையங்களாக்க வேண்டும். ஏற்கனவே இருக்கின்ற கருவிகளைக் கொண்டும்.

மிகக் குறைந்த முதலீடு செய்தும் அவ்விடங்களை மேம்படுத்த வேண்டும். ஒரே மாதிரியான சுற்றுலா மையங்களை நாடு முழுவதும் ஏற்படுத்தாமல், வெவ்வேறு வகையான சுற்றுலா மையங்களை உருவாக்க வேண்டும். ஒரே நேரத்தில் எல்லாச் சுற்றுலா மையங்களையும் மேம்படுத்த முடியாது. சுற்றுலா மையங்கள் பயணிகளுக்கு இன்பமளிக்கும் முறையில் அமைய வேண்டுமேயல்லாமல், திட்டமிடுபவர்களுக்காகச் சுற்றலா மையங்களை உருவாக்கப்பட்டது. திட்டமிடுபவர்கள் மன நிறைவுக்காக ஒரு சுற்றுலா மையத்தை உருவாக்கினால், அது தோல்வி அடையக்கூடும். ஒரு சுற்றுலா மையத்தின் சிறப்புகளைப் பயணிகளே அனுபவித்துத் தீர்ப்பளிக்க வேண்டும். சுற்றுலாப் பயணிகள் புதிய காட்சிகளைக் காண விரும்புகின்றனர்: புதிய அனுபவங்களைப் பெற விரும்புகின்றனர்: வீர சாகசங்களைச் செய்ய விரும்புகின்றனர். சுற்றுலாப் பயணிகளின் விருப்பத்தை அறிந்து, அவர்களது தேவையை நிறைவு செய்தால் மிகுதியான சுற்றுலாப் பயணிகளைக் கவரலாம்.

உள்நாட்டுப் பயணிகளையும், வெளிநாட்டுப் பயணிகளையும் கவரும்படி சுற்றுலா மையங்கள் அமைய வேண்டும். உள்நாட்டுப் பயணிகளையும், வெளிநாட்டுப் பயணிகளையும் தடுக்கும் தடைக் கற்களை நீக்கவேண்டும்.

குறிக்கோளை வரையறுத்தல்

1.குறிக்கோளை வரையறுத்தல், 2.இடங்களைத் தேர்ந்தெடுத்தல், 3.தேவையான வசதிகள், 4.துணை ஈர்ப்புச் சக்திகள், 5.இடத்தின் தனமையும் கட்டுப்பாடும், 6.வரவு-செலவு திட்டம், 7.தேவையான சட்டத் திட்டங்கள் போன்றவற்றை மதிப்பீடு செய்து நோக்கங்களை வரையறுக்க வேண்டுமை. அதன்பின் விரிவான திட்டமிடும் பொழுதும் முழுமையாக முடிக்க முடியாத பொழுதும் பகுதி பகுதியாக முடிக்கலாம். சுற்றுலா இடங்களை மேம்படுத்துதல், அவ்விடத்திற்குச் செல்கின்ற சாலை வசதினளை மேமபடுத்துதல், மக்கள் வசதியாகத் தங்குவதற்குரிய கட்டிடங்களைக் கட்டுதல் போன்றவற்றில் மிகுதியான கவனம் செலுத்தவேண்டும்.

ஒரு நாட்டின் பல்வேறு முனைகளிலும் சுற்றுலா மையங்களை உருவாக்குவது நல்லது. நாட்டின் பொருளாதார வளம் கெடாமல் பார்த்துக் கொள்ள வேண்டும். அதே நேரத்தில் நாட்டின் பண்பாடு, நாகரிகம் போன்றவை வளரும்படி பார்த்துக் கொள்ளவேண்டும். சுற்றுலா மையங்களில் பெரும் தொழிற்சாலைகளை இல்லாமல் இருத்தல் நலம் பயக்கும். மிகுதியான மக்கள் வாழும் இடங்களையும் சுற்றுலா மையங்களாக்காமல் இருத்தல் நலம்.

பணம் செலவழித்தல்

ஒரு சுற்றுலா மையத்தை மேம்படுத்துவதற்கும், நன்முறையில் செயல்படுத்துவதற்கும், சுற்றுலாவின் அகத்துறைக்கும், புறத்துறைக்கும் பணம் செலவழிக்க வேண்டும். ஒரு திட்டத்தினால் ஏற்படும் நன்மைகளை மனத்திற்கொண்டு, அதற்கு ஆகும் செலவுகளை மதிப்பீடு செய்ய வேண்டும். இடமும், செயலாக்கப் பயன்படுத்தும் உத்திகளும் மனித சக்திக்கு உட்பட்டதாக இருக்க வேண்டும். எவ்வகை மூலக்கூறுகளுக்கு முதலிடம் தர வேண்டும்? எவ்வளவு பணம் செலவழிக்க வேண்டும்? செலவழிக்கும் திறன் போன்றவற்றை மனத்திற் கொண்டு திட்டமிட வேண்டும். சுற்றுலாத்துறையில் வளர்ந்த நாடுகள் சுற்றுலாவிற்காக மேலும் பணம் செலவழிப்பது எளிது. ஆனால் வளர்நது வரும் நாடுகளில் சுற்றுலாவிற்காக மிகுதியான பணம் செலவழிப்பது கடினம். ருஷ்யா, போலந்து, யுகோசு லேவியா, பிரான்சு, இத்தாலி போன்ற நாடுகளில் அரசும் தனியார் நிறுவனங்களும் சுற்றுலாவின் வளர்ச்சிக்கு முதலீடு செய்துள்ளன. பொதுவுடைமை நாடுகளைத் தவிரப் பிற நாடுகளில் அரசு முதலில் முதலீடு செய்யும். அதன் பின் தனியார் நிறுவனங்கள் துணை முதலீடு செய்ய விரும்பும்.

ஒரு நாடு தனியார் நிறுவனங்களைச் சுற்றுலாத் துறையில் முதலீடு செய்யத் தூண்ட வேண்டுமானால் 1.குறைந்த விலையில் கச்சாப் பொருள்களை வழங்குதல், 2.வரிச் சலுகை அளித்தல், 3.வட்டிச் சலுகை வழங்குதல் 4.நிலங்களை வாங்குவதற்குச் சிறப்புரிமை அளித்தல் போன்ற சலுகைகளை வழங்கவேண்டும். சில சமயங்களில் வெளிநாட்டு நிறுவனங்களும் சுற்றுலாத் துறையில் முதலீடு செய்யவிரும்பும். அதற்கு ஏற்றாற் போல் சட்டதிட்டங்களைத் திருத்தவேண்டும். பொதுவாக வளர்ந்து வரும் நாடுகளே வெளிநாட்டுப் பணத்தை விரும்பும்.

மனித சக்தியைப் பயன்படுத்துதல்

சுற்றுலாத்துறை வெற்றிபெறத் தொழில் நுணுக்கமும் திறமையும் வாய்ந்த அலுவலர்கள் தேவை. ஆரம்ப காலத்தில் சுற்றுலாத்துறையில் பயிற்சி பெற்ற நிபுணர்கள் இருக்கவேண்டும். சுற்றுலாத் துறையில பல்வேறு வகையான தொழில்கள் உள்ளன. அந்தந்தத் துறையில் சிறப்புப் பயிற்சி பெற்றவர்களையே அந்தந்தப் பணிகளில் அமர்த்த வேண்டும். சுற்றுலாத்துறை வளரும்பொழுது அதற்கு ஏற்றாற்போல் பயிற்சி பெற்ற நிபுணர்களும் மிகுதியாக இருக்கவேண்டும்.

யார் யாருக்கு எவ்வகைப் பயிற்சி அளிக்கவேண்டுமோ,அவர்களுக்கு அவ்வகைப் பயிற்சியை அளிக்கவேண்டும். பயிறிசியாளருக்குச் சுற்றுலாத் துறையில் மிகுதியான பற்ற ஏற்படும்படியாகப் பயிற்சி அமையவேண்டும். தொழிலில் ஆர்வமும், தொழில்

நுணுக்கத்தில் ஆழ்ந்த புலமையும் பெற்றிருக்க வேண்டும். பெருமை, நெகிழும் தன்மை, மற்றவர்களுடன் ஒத்துப்போதல், எதையும் நடுநிலையில் இருந்து ஆராய்தல் போனறவை சுற்றுலா ஆர்வத்தினால் உண்டாகக் கூடியவையாகும். ஒரு துறையை நடத்துதல்,நிருவகித்தல், நிதி நிலையைச் சமாளித்தல், உணவு, பானங்கள் போன்றவற்றை உற்பத்தி செய்தல், பகிர்ந்தளித்தல், பணியாளாகளை மேற்பாவையிடல், பொது நிருவாகம், திட்டமிடல், புள்ளி விவரங்களை ஆராய்தல் போன்றவை தொழிற்திறமையின் பாற்படும்.

சுற்றுலாத் துறைக்கு எத்தனை பேர் தேவை? என்பதை முதலில் புள்ளி விவரம் சேகரிக்க வேண்டும். அதற்கு முதலில் எனனென்ன வேலைகள் உள்ளன? அவ்வேலைகளைச் செய்வதற்குரிய பணியாட்களின் தகுதி என்ன? ஒவ்வொருவரையும் ஒரு குறிப்பிட்ட பணியில் மட்டும் ஈடுபடுத்த வேண்டுமா? பிற பணிகளிலும் ஈடுபடுத்தலாமா? என்பன போன்ற திட்டங்கள் தீட்ட வேண்டும். சான்றாகச் சமையற்காரரை உணவு பரிமாறச் சொல்லலாமா? ஊர்தி ஓட்டுநரைத் தோட்டவேலை செய்யச் சொல்லலாமா? என்பன போன்றவற்றைத் தீர்மானிக்க வேண்டும். எதிர் காலத்தில் என்னென்ன பணிகளுக்கெல்லாம் ஆட்கள் தேவைப்படும்? என்பதற்கும் திட்டம் போடவேண்டும். பணிகளைச் சிறப்புறச் செய்வதற்குப் பணியாளாகளுக்குத் தேவையான கல்வியும், பயிற்சியும் அளிக்கவேண்டும். அப்பயிற்சியை உள்நாட்டிலோ, வெளிநாட்டிலோ அளிக்கலாம். பணியாளர்களுக்கு எளிய பயிற்சியை உள்நாட்டிலும், சிறப்புப் பயிற்சிகளைத் திறமைமிகு வெளிநாடுகளிலும் பயிற்சியையும் தீர்மானிக்க வேண்டியது அத்துறை வல்லுநர்கள் ஆவர். வெளிநாட்டு வல்லுநர்களையும் ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு இந்தியாவில் பணியாற்றச் சொல்லலாம்.

நிருவாக அமைப்பு

ஒரு துறை முன்னேற அதன் நிருவாக அமைப்பு திறமையாகச் செயல்பட வேண்டும். சுற்றுலாத் துறை வளர்வதற்கு அதன் நிருவாக அமைப்புகள் செம்மையாகச் செயல்பட வேண்டும். நிருவாகம் பல்வேறு பணிகளையும் திட்டமிட்டுச் செய்யவேண்டும். பலநாடுகளில் சுற்றுலாத் துறையை நிருவாகம் செய்யத் தனி அலுவலகங்கள் உள்ளன. ஒரு நாட்டின் சமூகப் பொருளாதார அரசியல் அமைப்பிற்கேற்பச் சுற்றுலாத்துறை அரசிடம் இருக்கலாம் அல்லது தனிக் கழகமாகச் செயல்படலாம். அரசின் அனுமதியுடனும், ஆதரவுடனும், பண உதவியுடனும் தனியார் நிறுவனங்களும் அதனை நடத்தலாம். சுற்றுலாத்துறை பற்றிய விதிமுறைகளைத் தீர்மானிக்கச் சட்டத்துறையின் உதவியும் தேவைப்படும. சுற்றுலாத் துறையில் திட்டமிடல், வணிகச்

சந்தை, ஆராய்ச்சி, பயிற்சியளித்தல், சட்டம், பொதுநிருவாகம் போன்ற பல துறைகள் உள்ளன.

மாற்றியமைக்க வழிகள்

எதையும் திட்டமிட்டுச் செய்வது நல்லது. போட்ட திட்டத்தை முறையாகச் செயல்படுத்தவேண்டும். அத்திட்டத்தில் குறைகள் இருப்பின் மறுபரிசீலனை செய்ய வேண்டும். அறிவியல் வளர்ச்சிக்கேற்பத் திட்டங்களை மாற்றி அமைக்கவேண்டும். சில திட்டங்களைப் புதுப்பிக்க வேண்டும். திட்டங்கள் நிலையாக இல்லாமல் மாற்றக் கூடியதாக இருக்கவேண்டும். சமுதாயத்தின் மாற்றத்திற்கேற்பவும், சூழ்நிலைக் கேற்பவும் திட்டங்கள் மாறக் கூடியதாக இருக்க வேண்டும்.

திட்டமிடும் முறை

திட்டமிடல் என்பது நிகழ்காலத்தை மதிப்பீடு செய்து எதிர்காலத்தில் என்ன செய்யவேண்டும் என்பதைத் தீர்மானிப்பதாகும். பெரிய நிறுவனங்கள் தங்கள் முதலீட்டிற்கு ஏற்பத் திட்டமிடும். அதனுடைய நோக்கம் நிகழ்காலத்தில் செல்வாக்குப் பெற்று எதிர்காலத்திற்குத் தன்னைத் தயார் செய்து கொள்வதாகும். நிகழ்காலத்தில் ஏற்படும் தடங்கல்களையும் தாண்டி எதிர் காலத்திற்குத் திட்டமிடும். திட்டமிடும் பொழுது கீழ்க்காணும் விதிகளைக் கடைப்பிடிக்க வேண்டும்.

1.தான் செய்யம் முயற்சிக்கும்,வழிமுறைகளுக்கும், உத்திகளுக்கும் தொடர்பு இருக்க வேண்டும். 2.நிகழ்காலச் சூழ்நிலைகளை மதிப்பீடு செய்து, எதிர்கால வளர்ச்சிக்குத் திட்டமிட வேண்டும். எதிர்காலத் திட்டமும் மதிப்பீடு செய்யப்பட்டுச் செயல்படுத்தக் கூடியதாக இருக்க வேண்டும்.3.திட்டமிடல் நிறுவனத்துடனும், நிருவாகத்துடனும், செயல் நடவடிக்கைகளுடனும் ஒன்றியது. 4.திட்டமிடல் எதிர்காலத்தோடு சேர்ந்தது. எனவே சில விசயங்களை முன் ஆய்வு செய்து, வருவது உரைத்துச் செயல்பட வேண்டும்.எதிர்பாராத நிகழ்ச்சிகள் நடந்தாலும் தாங்கிக் கொள்ளக் கூடிய சக்தியிருக்கவேண்டும். திட்டமிடல் மிக முக்கியமானது. எதிர்காலத்தில் நடக்கக் கூடியதைத் திட்டவட்டமாக முன் விபத்துகளையும் இடர்களையும் தவிர்ப்பதாகும் அல்லது குறைப்பதாகும் இடர்கள் வருமாயின் திட்டத்தைப் புதிய சூழ்நிலைக்கேற்ப மாற்றிக் கொள்ளவேண்டும்.

சந்தையின் நடப்பை அறிந்து அதற்கேற்பக் குறிக்கோளை வரையறுத்துத் திட்டமிட வேண்டும். சந்தை, நுகர்வோர்குழு, வணிக இடைத்தரகர்கள் போன்றவற்றின் மீது மிகுதியான கவனம் செலுத்த வேண்டும். குறிப்பிட்ட விளம்பரம், விற்பனையின் பக்க வலிமை, மக்கள் தொடர்பு போன்றவற்றை மேற்கொள்ள வேண்டும்.

மேம்படுத்துவதற்கான வரவு செலவுத் திட்டங்கள், செயல்களின் வகைகள், நோக்கத்தை நிறைவேற்றும் குழுக்கள் ஆகியவற்றில் கவனம் செலுத்த வேண்டும். திட்டங்களைக் கட்டுப்படுத்தக் கூடியதும், மதிப்பீடு செய்யக் கூடியதுமான வழிமுறைகளை அறிந்திருக்க வேண்டும். திட்டமானது நிறுவனத்தின் குறிக்கோளை நிறைவேற்றுவதாக இருக்கவேண்டும்; மற்ற வணிகச் செயல்களுடன் ஒத்துப்போகக் கூடியதாக இருக்க வேண்டும். கிடைக்கும் மூலங்களைத் திறமையாகப் பயன்படுத்தி மேம்படுத்த வேண்டும். மிகுதியான இலாபத்தைத் தரும் செயலைச் செய்ய வேண்டும்.

மேம்பாட்டுத் திட்டத்தில் ஒவ்வொன்றிற்கும் மாற்றுத் திட்டம் இருக்கவேண்டும். பல மாற்றுத் திட்டங்கள் இருக்குமாயின் சரியானதைத் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும்.மேம்பாட்டுத்திட்டத்தின் அனைத்து விளம்பர வகைகளையும் ஒன்றாக இணைத்துச் செயல்பட வைக்க வேண்டும்.

சுற்றுலாச் சந்தையைத் திறமையாக மாற்றக்கூடிய வழி எது? நுகர்வோருக்குத் தேவையான செய்திகள் யாவை?, மேம்பாட்டுத் திட்டத்திற்குத் தேவையான பொதுவிதிகள், கொள்கைகள் என்ன?, மேம்பாட்டுத் திட்டத்தில் பல வகைகள் இருப்பினும் நம்பகமானது, சிக்கனமானது, எளிதில் காரியத்தை முடிக்கக் கூடியது எது? என்னும் வினாக்களுக்கு விடை கண்டுபிடித்து அத்திட்டத்தை மேற்கொள்ளவேண்டும்.

நால்வகைத் திட்டங்கள்

1.அனுபவத்தால் அறிந்த திட்டம், 2.நலம் சார்ந்த திட்டம், 3.தாமே கண்டுணரும் திட்டம், 4.அமைப்புமுறைத் திட்டம் என நான்கு வகைத் திட்டங்கள் உள்ளன.

1. அனுபவத்தால் அறிந்த திட்டம்

அனுபவத்தால் அறிந்ததையும், அனுபவத்தையே முழுமையமாக நம்புகின்றதையும் அனுபவத்தால் அறிந்த திட்டம் என்பர். அக எண்ணங்களின் தீர்ப்பையும், மரபு வகையையும், சந்தை ஆராய்ச்சியில் கிடைத்த புள்ளி விவரங்களையும் அத்திட்டத்தில் பயன்படுத்துவர். அத்திட்டத்தை எளிதாகவும், விரைவாகவும் செயல்படுத்தலாம். அத்திட்டம் மக்களிடம் செல்வாக்குப் பெற்றுள்ளதால், இன்று பலராலும் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

2. நலம் சார்ந்த திட்டம்

ஒரு திட்டம் தீட்டும் பொழுது அதற்கு மாற்றுத் திட்டத்தையும், அத்திட்டத்தினால் ஏற்படும் எதிர்விளைவுகளையும் மனத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

உற்பத்தி, தேவை, தேவையான காலம், மேம்பாட்டினால் ஏற்படும் பயன்கள் போன்றவற்றை மனத்தில் கொண்டு திட்டம் தீட்டவேண்டும். அறிவுப் பூர்வமான, பகட்டான அத்திட்டத்தில் சில தொய்வுகள் உள. 1.அத்திட்டம் தீட்டுவதற்கு மிகுதியான செய்திகள் தேவை. அத்திட்டத்தைச் செயல்படுத்த மிகுதியான செலவாகும். எனவே செலவே அத்திட்டத்தை நடைபெறாமல் தடுத்துவிடும். 2.அத்திட்டத்தினால் விளையும் பயன்கள் தரமான மூலங்களினால் விளைவன அல்ல. எனவே அனைத்து மூலங்களும் தேவையில்லாமல் போகும். அத்திட்டம் பற்றி டி.தும்மல் என்பவர் பின்வரும் முடிவுகளைக கூறுகிறார்: 1.அத்திட்டம் நடத்தை மாறுபாடுகளினாலும், வெளித் தூண்டுதல்களாலும் அமைகின்றது. 2.அவை விளக்கவுரைகளை நல்கிப் பின் செயலமுறையில இறங்குகின்றன. 3.ஒருவர் நன்றாகத் திட்டம் தீட்டினாலும், சில திட்டங்கள் சிக்கல் நிறைந்தனவாகவும், உண்மைக்குப் புறம்பானதாகவும் உள்ளன.

3. தாமே கண்டுணரும் திட்டம்

அத்திட்டம் முறையானதாகும். அதில் படிப்படியான முன்னேற்றங்கள் காணப்பெறும். அது பொதுத்திட்டத்திலிருந்து சிறப்புத் திட்டத்திற்கும், தந்திரத்திலிருந்து நடைமுறைக்கும், மேலான கொள்கைகளிலிருந்து சிறப்பு நடவடிக்கைக்கும் இழுத்துச் சென்று சிக்கனமான முறையில செயல்படுவதற்கு வழிவகுக்கும். அத்திட்டத்தில் செயல்கள் முறையாக, படிப்படியாக நடைபெறும். ஒவ்வொரு தடவையும் மேற்கொள்ளும் முடிவுகள் பொருளடக்கம், காலம், விலை, செயல்படுத்துதல் போன்றவற்றை அடிப்படையாகக் கொண்டிருக்கும். குறிக்கோள்----->பொதுக்கொள்கை-----> விரிவான திட்டம்-----> புதிய தந்திர உத்தி-----> மேம்பாட்டுத் திட்டத்திற்குரிய மூலங்கள்-----> செயலாக்கத் திட்டம்-----> முடிவுகளை மதிப்பீடு செய்தல் போன்றவை படிக்கட்டுப்போல் அமைந்திருக்கும். அம்முறையிலும் சில குறைகள் உள: 1.திட்டத்தில் அவ்வப்பொழுது கிடைக்கும் முடிவுகள் முறையானதாகவும் பின்பற்றக் கூடியதாகவும் இல்லாவிட்டால் நன்மை பயக்காது. 2.தந்திர உத்தி முடிவுகளையும், செயல் திட்ட முடிவுகளையும் அறிந்திராவிட்டால் இடர்ப்பாடுகள் ஏற்படும்.

4. அமைப்பு முறைத் திட்டம்

ஒரு நிறுவனம் என்பது பல துறைகளைக் கொண்ட ஓர் அமைப்பாகும். ஒவ்வொரு துறையும் ஏதேனும் ஒரு குறிப்பிட்ட பணியைச் செய்யும். உற்பத்தி, சந்தைப்படுத்துதல், நிதி, நிருவாகம் போன்றவற்றைத் தனித்துறைகளாகக் கருதுவர்.

ஒவ்வொரு துறையும் பிற துறைகளுடன் ஒத்துழைத்து அந்நிறுவனம் மேம்பாடு அடையப் பாடுபடும்.

சந்தையைத் தேர்தெடுத்தல்

ஒரு நாட்டின் எல்லா இடங்களையும் சுற்றுலாவிற்காக மேம்படுத்த முடியாது. சரியான சந்தையைத் தேர்ந்தெடுக்காவிட்டால் திறமையாகச் செயல்பட முடியாது. அமெரிக்க நாட்டுச் சுற்றுலாக் கழகம் ஏறத்தாழ நாற்பது நாடுகளில் சுற்றுலா அலுவலகங்களைத் திறந்து அமெரிக்க நாட்டுச சுற்றுலாவின் சிறப்பை வலியுறுத்தியது. அதனால் கனடா, மெக்சிகோ, இங்கிலாந்து, ஜெர்மனி, ஜப்பான் ஆகிய நாடுகளிலிருந்து 87% பயணிகள் அமெரிக்காவிற்கு வந்தனர். அவர்களிடமிருந்து 74% அந்நியச் செலவாணி கிடைத்தது. எனவே சந்தையைத் தேர்ந்தெடுத்தல் எனபது ஒரு முக்கியமான செலவாகும். உலகின் எந்தப் பகுதியிலிருந்து மிகுதியான பயணிகள் வருகின்றனர். எந்த இடைத்தரகர்கள் மிகுதியான நோக்க வேண்டும். எனவே 1.சுற்றுலா சந்தையாகும் இடம், 2.நுகர்வோரின் நிலை, 3.இடைத்தரகர்கள் போன்றவற்றை மனத்தில் கொண்டு சந்தையைத் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும்.

இவ்வளவு காலத்திற்குள் இவ்வளவு விற்க வேண்டும் என்று திட்டமிட்டும், புதிய மாற்றங்களை மக்களிடம் அறிவித்தும், புதுப் பொருள்களை அல்லது இடங்களை மக்களிடம் தெரிவித்தும், மேம்பாட்டுக் குறிக்கோளை அடைய வேண்டும். நிதி, மனித சக்தி போன்றவை மேம்பாட்டுத் திட்டத்திற்குப் பயன்படும் வகையைத் தீர்மானிக்க வேண்டும். உள்ளமைப்புக்கும் நடைமுறைக்கும் உறவு இருக்கவேண்டும். நுகர்வோரையும் இடைத்தரகர்களையும் மேம்பாட்டுத் திட்டத்திற்குள் அடக்கவேண்டும்.

சில நிறுவனங்கள் மரபுவழியில் சென்று திட்டமிடுகின்றன. அவை புதிய முறைகளைப் புகுத்துவதும் இல்லை. புதிய முறைகளை நாடுவதும் இல்லை. நுகர்வோரின் மன நிலையைப் புரிந்து புதுமை செய்வதும் இல்லை. நிறுவனத்தின் மேம்பாட்டுத் திட்டம் அதன் குறிக்கோளை நிறைவேற்றுவதாக இருக்கவேண்டும். ஒரு நிறுவனம் தான் பிடித்து வைத்துள்ள சந்தையைப் பாழ்படுத்தி விடக்கூடாது. நுகர்வோரின் நல்லெண்ணத்தை இழந்துவிடக்கூடாது. திட்டமான நெகிழும் தன்மையை உடையதாகவும், புதிய சந்தர்ப்பங்களைப் பயன்படுத்திக் கொள்ளக் கூடியதாகவும் இருக்க வேண்டும். மேலதிகாரிகள், நிருவாகிகள் போன்றோரின் ஒத்துழைப்பு கையாளாத திட்டம், நிலையற்ற சந்தை, சந்தையில் ஏற்படும் திடீர் மாற்றங்கள், அண்மையில் சந்தையில் ஏற்பட்ட மாற்றத்தை அறியாமை, அறிய விரும்பாமை, மற்றவர்களின் அறிவுரையைக் கேளாமை, திட்டம் வெற்றிபெறுவதற்குரிய காலம் தாராமை, திட்டமிடுவதில் அனுபவம் இன்மை, திட்டமிடுபவர்களுக்கும், திட்டத்தைச்

செயல்படுத்துவர்களுக்கும் இடையே ஒற்றுமையின்மை போன்றவை மேம்பாட்டுத் திட்டத்தைக் கெடுக்ககும்.

சுற்றுலாவின் தேவையை அங்கு வந்துள்ள பயணிகளின் எண்ணிக்கையைக் கொண்டு அறியலாம். சுற்றுலா மையத்தை விரிவுபடுத்தி, நுகர்வோரின் நல்லெண்ணத்தைப் பெறவேண்டும். சான்றாக இந்தியச் சுற்றுலாக் கழகம் இந்தியச் சுற்றுலா மையங்களைப் பற்றி நல்லெண்ணம் கொண்ட நாடுகளிடையே விளம்பரம் செய்கிறது. சுற்றுலாத் துறையில் பயணமுகவர்கள், சுற்றுலா நடத்துநர்கள் போன்றோரின் ஒத்துழைப்புடன சந்தையை அடைய வேண்டும். விலை, எதிர்பார்க்கும் இலாபம், போட்டியின் அளவு, சந்தைத் திருப்பங்கள் போன்றவற்றைக் கவனித்துச் சந்தையைப் பிடிக்க வேண்டும். மிகுதியான நுகர்வோரைக் கவர்தல், பங்குத் தொகையைக் கூட்டுதல், பயணிகளை நீண்ட நாட்கள் தங்கும்படி செய்தல், கடனில் சுற்றுலாச் செல்ல அனுமதித்தல், வாழக்கையாளருக்குச் சலுகைகள் போன்றவை சந்தையை விரிவுபடுத்த உதவும்.

பருவகால வேறுபாட்டிற்கேற்ற தேவைகளை நிறைவு செய்தல், குறிப்பிட்ட நுகர்வோரைக் கவனித்தல், பெரும் பணக்காரர்களையும், நீண்ட காலம் தங்குபவர்களையும், மாநாடு, கூட்டம் நடத்துநர்களையும் சுற்றுலாச் செல்லத் தூண்டுதல், குடும்பத்துடன் சுற்றுலாச் செல்லத் தூண்டுதல், விலைச் சலுகை, குழுப்பயணத்தை ஊக்குவித்தல், ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்ட முன்பதிவு முறையைப் பின்பற்றுதல் போன்றவை விற்பனையின் திறமையை மிகுதிப்படுத்தும்.

மேம்பாட்டுத் திட்டத்தில் சந்தை ஆராய்ச்சியின் பங்கு

சுற்றுலா மேம்பாட்டுத் திட்டத்திற்கு அன்றைய நாள்வரை தேவைப்படும் செய்திகள் வருமாறு: 1.தேவைக்கேற்பச் சுற்றுலா மையத்தில் கிடைக்கும் வசதிகளின் பண்புகள், அளவுகள், கருவிகள், சேவைகள்,ஈர்ப்புகள், ஏற்றுக்கொள்ளும் தன்மை அல்லது இயலாமை 2.பயணம் செய்யக்கூடிய பயணிகளின் எண்ணிக்கை, நுகர்வோரின் பண்புகள், அவர்களின் தேவை, அவர்களின் முதன்மை விருப்பம், சேவை பற்றிய கருத்தேற்றம், சுற்றுலா மையத்தைப் பற்றிய எண்ணம். 3.வெளி நிகழ்ச்சிகளின் தாக்கம், பொருளாதாரம், அந்நியச் செலவாணி மாற்றம், அரசியல் நிலை போன்றவை சுற்றுலாவை விரிவடையச் செய்யும் அல்லது பாதிக்கவும் செய்யும். 4.போட்டியிடும் சுற்றுலா மையங்கள், சேவைகள், அவற்றின் நன்மை தீமைகள், வகைகள், வழிகாட்டி,இடைத்தரகர்களின் சுற்றுலா நடத்தும் திறன், சுற்றுலாச் செல்ல விரும்புவோரிடம் இடைத்தரகர்கள் உருவாக்கும் எண்ணங்கள் போன்றவை சுற்றுலாவை வளர்க்கும்.

5.விடுமுறைக்காலப் பயணத்தை ஊக்குவித்தல். 6.விளம்பரம், விற்பனை, பக்கவலிமை, மக்கள் தொடர்பு போன்ற பல்வேறு மூலக்கூறுகள் ஒன்று சேர்ந்து செயல்பட வேண்டும். 7.ஒவ்வொரு நாடும் தங்கள் நாட்டிற்கேற்ற கொள்கைகளைப் பின்பற்ற வேண்டும். மேற்கு ஜெர்மனி பின்பற்றும் கொள்கையை பிரிட்டன் பின்பற்றினால் தோல்வி அடையக்கூடும். எனவே ஒவ்வொரு நாடும் வெவ்வேறான உத்திகளைக் கையாண்டு சுற்றுலாவை மேம்படுத்த வேண்டும். விளம்பர உத்திகளும் வேறுபட வேண்டும். சான்றாக இந்தியா, இங்கிலாந்து நாட்டுக்கு ஓர் உத்தியையும், பிரான்சு நாட்டுக்கு இன்னொரு உத்தியையும், அமெரிக்க நாட்டிற்கு மற்றொரு உத்தியையும் பின்பற்றி விளம்பரம் செய்யவேண்டும்.

வெளிநாட்டுப் பயணிகள் இந்தியாவிற்குள் வரும்பொழுது, அவர்கள் வந்திறங்கும் இடங்களில் அவர்களை வரவேற்கின்ற வாசகங்கள் இடம்பெற வேண்டும். சுற்றுலாப் பயணிகளுக்குச் சுற்றுலா பற்றிய அமைத்துத் தகவல்களும் கிடைக்கும்படிச் செய்யவேண்டும். தேசியச் சுற்றுலாக் கழகங்கள், மாநில மத்திய சுற்றுலாக் கழகங்கள் போன்றவை செய்திகளை வழங்கவேண்டும். தேசியச் சுற்றுலாக் கழகத்தின் வழியாகச் சுற்றுலாத்துறை மேம்பட்டு வருவதைப் பயணிகளுக்கு உணர்த்த வேண்டும், புகார்கள், விமர்சனங்கள், ஆலோசனைகள் வராமல் பார்த்துக் கொள்ள வேண்டும். வெளிநாட்டுப் பயணிகளின் மனம் நோகாமல் பார்த்துக்கொள்ள வேண்டும். கவனம்-----> அக்கறை-----> ஆர்வம் -----> செயல்படுத்துதல் என்ற முறையில் செயல்கள் நடைபெற வேண்டும்.

தேசியச் சுற்றுலா அலுவலகங்கள், வட்டாரச் சுற்றுலா அலுவலகங்கள் ½அல்லது ¾பங்கு பணத்தை மேம்பாட்டுத் திட்டத்திற்காகச் செலவழிக்கின்றன. அந்தந்த இடங்களில் உள்ள சுற்றுலா அலுவலகங்கள் பயணிகளிடம் வரி வசூலித்து, அவற்றில் 40% பணத்தை மேம்பாட்டிற்காகச் செலவழிக்கின்றன என்று ஒரு புள்ளி விவரம் கூறுகிறது.

வரவு செலவுத் திட்டம் பற்றி நைலின் என்பவர் சில கருத்துகளைக் கூறியுள்ளார்: 1.வரவு செலவுத் திட்டத்திற்கும், கிடைக்கும் மூலப்பொருள்களுக்கும் இடையே உள்ள உறவுகளை அறியவேண்டும். செலவைத் தாங்கிக்கொள்ள வேண்டிய சக்தி அரசுக்கும் இருக்கவேண்டும். 2.மேம்பாட்டு முயற்சிகளிலும் மாற்றங்களிலும் ஏற்படும் போட்டிகளைக் கூர்ந்து கவனிக்க வேண்டும். சந்தை இலக்குக் குழுக்கள், பயண வசதிகள் போன்றவற்றை ஆராய வேண்டும். 3.சந்தையில் ஏற்படும் மாற்றங்களுக்கேற்ப வரவு செலவுத்திட்டம் நெகிழும் தன்மையுடையதாக இருக்கவேண்டும். விற்பனை, இலாபம் போன்றவற்றில் பிறவற்றின் செல்வாக்குக் கூடுமாயின் அதற்கு எதிரிடையாகச் செயல்படக் கூடியதாக இருக்கவேண்டும்.

ஆண்டுக்கொரு முறையே மேம்பாட்டுத் திட்டங்கள் போடுவர். புதிய சந்தையை அறிவதற்கும், புதிய சுற்றுலாத் திட்டங்கள் வழங்குவதற்கும், பழைய இடங்களைப் புதுப்பிப்பதற்கும் ஓராண்டுக்காலம் ஆகும். சில நிறுவனங்கள் பல நிறுவனங்கள் நீண்டகாலத் திட்டங்கள், குறுகியகாலத் திட்டங்கள் என இருவகைத் திட்டங்களை வைத்துள்ளன.

சுற்றுலா மேம்பாடு

சுற்றுலாத் துறையில் சந்தை இயலின் முக்கியமான பணி என்ன வென்றால் சந்தைப் பகுதிகளில் உள்ள நுகர்வோர்களின் மனதில் பொருளைப் பற்றிய விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்துவது ஆகும். இதனை மேம்பாட்டின் மூலமே செய்ய முடியும். சுற்றுலா மேம்பாடு எனபது சந்தை இயல் கலவையின் முக்கியமான கூறும், சந்தைப்படுத்துதலில் முக்கியமான கருவியுமாகும். மேம்பாட்டின் அடிப்படை நோக்கம் என்னவென்றால் செய்தி தொடர்பின் மூலம் நுகர்வோரையும், இடைத்தரகர்களையும் ஒரு குறிப்பிட்ட வகையில் நினைக்கவும், செயல்படவும் தகவல் தெரிவித்தல் அல்லது ஊக்கப்படுத்துதல் ஆகும்.

மற்ற துறைகளைப் போலவே சுற்றுலாவில் வெற்றிகரமான சந்தைப்படுத்துதல் என்பது சரியான பொருள், சந்தை தொடர்புடைய விலைக்கொள்கை, திறமையான, நம்பிக்கையான பகிர்வு செயல்பாட்டு முறை ஆகியவற்றால் மட்டும் அமைவதில்லை. வாடிக்கையாளர்களுடனும், இடைத்தரகர்களுடனும் முறையான தொடர்பு கொண்டு அதன் மூலம் உற்பத்தியாளர்களுக்கும் நுகர்வோர்களுக்கும் உள்ள இடைவெளியைக் குறைப்பதும் மிகவும் அவசியமாகும். எனவே சுற்றுலா மேம்பாட்டின் அடிப்படை பணி என்னவென்றால் நுகர்வோருடன் சக்திவாய்ந்த தொடர்பை ஏற்படுத்திக்கொள்ளுதலே ஆகும்.

வாடிக்கையாளர்களுக்குத் தகவல் தெரிவிக்கும் மூன்று சந்தை இயல் கருவிகள் பின்வருமாறு: 1)விளம்பரம் 2)விற்பனை ஆதரவு 3)பொதுஜன தொடர்பு ஆகியவை ஆகும்.

விளம்பரம்

“சந்தைப் படுத்தப்பட்ட பொருள்கள் சேவைகள் ஆகியவற்றின் விற்பனை மேம்பாட்டைக் கருத்தில் கொண்டு செய்திகளைப் பரப்பும் நடவடிக்கைகளுக்கு விளம்பரம் என்று பெயர்”.

இன்று உலகில் எந்தப்பொருளை விற்க வேண்டுமென்றாலும் விளம்பரம் தேவைப்படுகிறது. விளம்பரம் இல்லாமல் விற்பனையும் இல்லை என்ற நிலை உள்ளது.

எனவே சுற்றுலா பொருளையும் விற்பதற்கு விளம்பரம் அவசியம் தேவைப்படுகிறது. பொதுவாக விளம்பரம் என்பதற்கு ஒரு பொருளை அல்லது சேவையை மக்களுக்குத் தெரியப்படுத்துதல் என்று பெயர். இன்று விளம்பரமானது மனித சமுதாய வாழ்வில் ஒரு அங்கமாகவே இடம் பெற்றுள்ளது. விளம்பரம் என்பதற்கான மேலும் ஒரு விளக்கத்தைக் காணலாம்.

“ஒரு குறிப்பிட்ட அரசோ, உற்பத்தியாளர்களோ, விற்பனையாளர்களோ பணம் செலவிட்டு தங்களது நோக்கத்தை நிறைவேற்றிக்கொள்ள கையாளப்படும் முறைதான் விளம்பரம் ஆகும்”.

சுற்றுலாவில் விளம்பரப்படுத்தவேண்டிய பொருள் சுற்றுலாப் பயணி செல்லும் இடத்தையே குறிக்கிறது. எனவே சுற்றுலாவில் சுற்றுலா இடங்களைப் பற்றிய செய்திகளை மக்களிடையே பரப்புகின்ற முறைக்குத்தான் விளம்பரம் என்று பெயர் ஆகிறது.

விளம்பரத்தின் நன்மைகள்

விளம்பரம் என்பது பொருள்களின் விற்பனையை அதிகரிக்க உதவும் முக்கியமான சாதனமாகும். பொருள்களை உற்பத்தி செய்வோர் தங்கள் பொருள்களை விற்பதற்கு விளம்பரத்தைப் பயன்படுத்துகின்றனர். விளம்பரம் பொருள்களை வாங்கத் தூண்டுவதால் வாணிகம் பெருகுகிறது. மக்கள் மிகுதியான பண்டங்களை வாங்குவதால் அவர்களின் வாழ்க்கைத்தரம் உயர்கிறது. விளம்பரத்தின் நன்மைகளை கீழ்க்கண்டவாறு வகைப்படுத்திக் கூறலாம்.

- ✓ சுற்றுலா மையங்களைப் பற்றி விளம்பரம் செய்வதால் அது மிகுதியான மக்களிடம் சென்றடைகிறது. இது ஒரு விற்பனையாளரால் செய்யமுடியாத காரியமாகும்.
- ✓ விளம்பரத்தை திரும்ப திரும்ப இடம்பெறச் செய்யலாம் என்பது அதன் அடுத்த முக்கியமான பணியாகும். விற்பனையாளர் இவ்வாறு அடிக்கடி சொல்லமுடியாது.
- ✓ விளம்பரங்கள் விற்பனையாளர்கள் செய்யமுடியாத நுணுக்கத்தைப் பின்பற்றுவதன் மூலமாக பொருள்களை வாங்கக்கூடிய வாடிக்கையாளர்களை எளிதில் சென்றடைகிறது.
- ✓ விளம்பரம் செய்வதற்கான செலவு மிகக்குறைவு என்பது விளம்பரத்தின் அடுத்த முக்கியமான நன்மையாகும். செய்திகளைப் பரப்ப பின்பற்றப்படும் எல்லா நுட்பமான முறைகளிலும் செலவு குறைவானது விளம்பரமேயாகும்.

விளம்பரத்திற்குத் திட்டமிடுதல்

சுற்றுலா மையங்களைப் பற்றிய விளம்பரம் எவ்வாறு அமைய வேண்டும் என்பதை முதலில் திட்டமிடவேண்டும். விளம்பரத்தில் காணப்படும் தலைப்பு, சொற்றொடர்கள், வாசகங்கள், வண்ணங்கள், அளவு, அமைப்பு, அச்சிடும் முறை போன்றவற்றை தனிக் கவனத்துடன் திட்டமிட வேண்டும். பயணிணின் மனதைக் கவரும்படியாகவும், ஆர்வத்தைத் தூண்டும் படியாகவும் விளம்பரத்தினை அமைக்கவேண்டும். மேலும் எந்த அளவில் எவ்வளவு காலம் விளம்பரம் செய்யவேண்டும் என்பதையும் தீர்மானிக்க வேண்டும். ஒருபக்க விளம்பரம் என்றால் மாதம் ஒருமுறையும் அரைப்பக்க விளம்பரம் என்றால் மாதத்திற்கு இரண்டு முறையும் வெளியிடலாம். மேலும் அடிக்கடி விளம்பரம் செய்யவேண்டியுள்ளதால் சுற்றுலா மையத்தைப் பற்றிய செய்திகளை முதலில் அடிக்கடியும் பின்னர் நீண்ட இடைவெளி கொடுத்தும் விளம்பரப்படுத்தலாம். இவ்வாறு விளம்பரம் திட்டமிட்டு செய்யப்பட வேண்டும்.

விளம்பர சாதனங்களைத் தேர்ந்தெடுத்தல்

விளம்பரம் செய்சினறவர் விளம்பர சாதனங்களை தேர்ந்தெடுப்பதில் அதிக கவனம் செலுத்த வேண்டும். அந்த தேர்வானது விளம்பரம் எவ்வளவு இடங்களைச் சென்றடைகிறது. எந்த வகையான மக்களைச் சென்றடைகிறது,எப்படியான வேண்டுகோளை உபயோகிப்பது ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் அமைய வேண்டும். விளம்பர சாதனங்களைத் தேர்ந்தெடுப்பது கீழ்க்கண்ட காரணிகளால் அமைகிறது.

- ➢ மக்களின் விளம்பர சாதன பழக்கங்கள்
- ➢ பொருள்களின் தன்மைகள்
- ➢ விளம்பர சாதனத்தின் செலவினம்

மேற்கண்ட மூன்று கருத்துக்களையும் மனதில் கொண்டு விளம்பர சாதனங்களைத் தேர்ந்தெடுத்தால் அது விளம்பரப்படுத்துதலை வெற்றிகரமாக்கும் என்பதில் ஐயமில்லை.

செய்தி தேர்வு

தேர்ந்தெடுக்கப்படும் செய்திகள் மக்கள் மனதில் நல்லெண்ணத்தை எழுப்பி அந்த இடங்களுக்கு சுற்றுலா செல்ல முடிவெடுப்பதற்குத் தேவையான அளவு செய்திகள் இடம்பெற வேண்டும். விளம்பரச் செய்திகள் மக்கள் கவனத்தை ஈர்ப்பதாகவும்,செய்திகள் மிகைப்படுத்தக் கூடியதாகவும் இருக்கவேண்டும். சொல்லப்படும் செய்தியானது கீழ்க்கண்ட அம்சங்களைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்.

1. தகவல்கள் தெளிவானதாகவும், அவை ஒரு முடிவை எடுப்பதற்குத் தேவையானதாகவும் இருக்கவேண்டும்.
2. வாடிக்கையாளர்கள் மத்தியில் ஆர்வத்தைத் தூண்டும் வகையில் இருக்கவேண்டும்.
3. சொல்லப்படும் செய்தியானது நம்பகத் தன்மை கொண்டதாக இருக்கவேண்டும்.
4. சுற்றுலா செல்வதற்கான எண்ணத்தை அவர்களின் எண்ணங்களிலிருந்து வெளிவரச் செய்தலாக இருக்க வேண்டும்.
5. விளம்பரப்படுத்தப்படும் செய்திகள் மக்கள் மனதில் நிலைத்து நிற்கும் அளவில் இருக்க வேண்டும்.

விளம்பர செலவுகள்

சுற்றுலா விளம்பரத்திற்கு செய்யப்படும் செலவுகள் பற்றி வரவு செலவுத் திட்டம் தயாரிக்க வேண்டும். விளம்பரம் செய்ய தேவையான அளவு பணவசதி உள்ளதா என்றும் அந்த பணவசதியை பொருள்களைவிற்பனையின் மூலம் பெற முடியமா என்பதையும் கண்டறிதல் அவசியம். ஒரு விளம்பரத்திற்கு எவ்வளவு செலவு செய்ய முடியும் என்பதையம் தீர்மானிப்பது அவசியம். இப்படிப்பட்ட முடிவுகள் எடுப்பதற்கு கீழ்க்கண்ட வழிமுறைகள் கையாளப்படுகின்றன.

1. விளம்பர நிறுவத்தின் கொடுக்கும் சக்தியின் அடிப்படையில் விளம்பர வரவு செலவு திட்டமிடப்பட வேண்டும்.
2. பொருள்களின் விற்பனையில் ஒரு குறிப்பிட்ட சதவீதம் என்ற முறையிலும் விளம்பரத்திற்கு செலவு செய்யலாம்.
3. தனக்கு எதிராகப் போட்டியிடும் கம்பெனிகளுக்கு இணையாக செலவிடலாம்.
4. கடைசியாக கம்பெனியின் விளம்பர நோக்கத்தின் அடிப்படையிலும் வளம்பரத்திற்கு செலவு செய்யப்படலாம்.

விளம்பரம் செய்யப்படும் சாதனங்களும் வழிகளும்

செய்திகளை விளம்பரம் செய்வதற்காக கீழ்க்கண்ட சாதனங்களைப் பயன்படுத்தலாம். 1) பொதுவான வினம்பர சாதனங்கள் இதில் பத்திரிக்கை, வானொலி, தொலைக்காட்சி, திரைப்படம் ஆகியவை இடம் பெறுகிறது. 2) வெளி விளம்பரங்கள், இதில் சுவரொட்டிகள் இடம் பெறுகிறது. 3) நேரடியாக 'கேட்டலாக்' அனுப்புவதும் அஞ்சல்வழி விளம்பரம் ஆகும். 4) திரைப்படம் 5) சிறப்புப் பரிசுகள், நினைவுப் பொருள்கள் வழங்குதல் 6) வணிகத்துடன் இணைந்து மேம்படுத்துதல் 7)

விற்பனையாகும் இடத்தில் விளம்பரம் செய்தல் 8) சுற்றுலா பொருட்காட்சி, கண்காட்சி போன்றவற்றில் பங்கெடுத்தல் ஆகியவை விளம்பர சாதனங்களாக கருதப்படுகிறது.

விளம்பரத்தின் விளைவுகளைத் தீர்மானம் செய்யும் முறை

தற்காலத்தில் பல விளம்பர சாதங்கள் மூலம் விளம்பரம் செய்வதற்கு அதிக பொருட்செலவு ஏற்படுகிறது. எனவே அதிக செலவு செய்யப்பட்ட விளம்பரத்தின் மூலம் பொருள்களின் விற்பனை அதிகரித்துள்ளதா என்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்வது நிறுவத்தின் முக்கிய காரியமாக உள்ளது. இதனை விளம்பரத்தின் வினைவுகளை பரிசோதித்துப் பார்ப்பதன் மூலம் செய்ய முடிகிறது. இப்படி விளம்பரத்தின் பயன்களை அதிகரித்துக்கொள்ள முடிகிறது. கீழ்க்கண்ட பரிசோதனைகளைச் செய்து விளம்பரத்தின் விளைவுகளைத் தீர்மானிக்கலாம்.

1. விசாரித்து அறிதல் என்ற முறையின் மூலம் விளம்பரத்தின் விளைவுகளை அறியலாம்.
2. நினைவுபடுத்தும் பரிசோதனை இந்த முறையில் ஏதேனும் ஒரு விளம்பரப்படத்தில் மட்டும் பிரசுரம் செய்து அது எந்த கட்டுரையில் வந்துள்ளது என்று ஞாபகத்தைப் பரிசோதிப்பதாகும்.
3. சில விளம்பரங்களை காட்டி அதனை படித்துள்ளார்களா என்பதை கேட்டு அறிந்து கொள்ளுதல் ஆகும்.
4. விற்பனை பரிசோதனை மூலமும் அறியலாம். அதாவது இம்முறையின் கீழ் விளம்பரம் செய்த பிறகு நடைபெறும். விற்பனையையும், அதற்கு முன்பு நடைபெற்ற விற்பனையையும் கணக்கிட்டு விளம்பரத்தில் விளைவுகளை அறிதல் ஆகும்.

விளம்பரத்தை திட்டமிடுதலின் பல்வேறு நிலைகள்

ஒரு விளம்பரமானது திட்டமிடப்பட்டு செயல்படுத்தப்பட வேண்டும். அப்படி திட்டமிடுதலில் கீழ்க்கண்ட பல்வேறு நிலைகள் உள்ளன.

a) விளம்பரப் பொருளைப் பற்றிய விளக்கம்

முதலாவதாக விளம்பரம் செய்யப்படும் பொருள் அதனை நுகர்வோருக்கு என்ன பயனைக் கொடுக்கிறது என்பதைத் தெரியப்படுத்த வேண்டும். இது மிகவும் முக்கியமான காரியமாகும். உதாரணமாக ஒரு சோப்பை பற்றி விளம்பரம் செய்யும்போது அது எத்தகைய மூலப்பொருள்களினால் செய்யப்பட்டது என்று சொல்ல வேண்டியதில்லை. அந்த சோப் எவ்வாறு 'சருமத்தின் அழகைப் பாதுகாத்து இளமையைக் கொடுக்கிறது' என்று விளம்பரம் செய்யவேண்டும். அதுபோலவே

கார்டயர் தன்னம்பிக்கையைக் கொடுக்கிறது என்றும், அழகு சாதனப்பொருள்கள் எழிலைக் கொடுக்கிறது என்றும் சிகரெட்டுகள் சமுதாய அந்தஸ்து மற்றும் தன்னம்பிக்கையை கொடுக்கிறது என்றும் சுற்றுலா பயணம் மனதிற்கு நிம்மதியைக் கொடுக்கிறது என்றும் விளம்பரம் செய்தால் அது மக்கள் மத்தியில் பிரபலமாகி அந்த பொருள்களின் உபயோகத்தைப் பற்றி நன்கு அறிந்து கொள்கின்றனர்.

b) சந்தைப் பிரிவுகளை வரையறை செய்து கொள்ளுதல்

இப்போது விளம்பரம் செய்யப்படுவதற்கு பொருள் இருக்கிறது. அந்த பொருளிலிருந்து மக்கள் என்ன எதிர்பார்க்கிறார்கள் எதை விரும்புகிறார்கள் என்றும் தெரிகிறது. ஆனால் முக்கியமானது என்னவென்றால் அந்த பொருளை எவ்வளவு பேர் உபயோகிக்கிறார்கள். அவர்கள் எங்கெல்லாம் வசிக்கிறார்கள் என்பதைத் தெரிந்துகொள்ள வேண்டும்.

வாடிக்கையாளர்களில் ஆண் பெண் எவ்வளவு பேர், அவர்களின் சமுதாய பொருளாதார அந்தஸ்து, நகரங்களில் அல்லது கிராமங்களில் வசிக்கிறார்களா என்ற செய்தி அவர்கள் வசிக்கும் இடங்களின் தன்மை, ஒரு வாடிக்கையாளர் சராசரியாக எவ்வளவு பொருள்களை வாங்குகிறார், அவர்கள் வாங்கும் திறன் சராசரியானதோ திடீர் என்று உயர்ந்திருக்கிறதா போன்றவை பற்றிய உண்மைகளை தெரிந்துகொண்டு விளம்பரத்தை அதற்கேற்ப திட்டமிடல் வேண்டும்.

c) சந்தைக் குறிக்கோளின் விளக்கத்தைத் தெரிந்து கொள்ளுதல்

விளம்பரங்கள் எந்த சூழ்நிலைகளில் செய்ய வேண்டும் என்று தெரிந்து கொண்ட பிறகு உற்பத்தியாளர்களின் சந்தைபடுத்தும் திட்டங்களை தெரிந்துகொள்ள வேண்டும். ஏனென்றால் சந்தைத் திட்டத்தில் ஒரு உற்பத்தியாளர் தனது பொருளைப்பற்றிய ஒரு வருடத்திற்கோ அல்லது ஒரு சில வருடங்களுக்கோ திட்டங்களை தீட்டி வைத்திருப்பார். அதை வைத்துக் கொண்டு நீண்டகால அல்லது குறுகிய கால விளம்பரம் செய்யலாம்.

d) விளம்பரச் செயல்பாடுகளை திட்டமிடல்

இப்போது, என்ன பொருளை விற்பது, யாருக்கு விற்பது, நுகர்வோர்கள் எங்கெல்லாம் இருக்கிறார்கள், அவர்களுக்கு அந்த பொருளை எப்படி கொண்டு சேர்ப்பது என்பதைத் தெரிந்துகொண்ட பின்பு, வாடிக்கையாளர்கள் பொருளை கேட்டு வாங்குவதற்காக அவர்களுக்கு செயலூக்கம் அளிக்கும் விதமாக விளம்பரச் செயல்பாடுகளைத் திட்டமிடல் வேண்டும். விளம்பரத் திட்டத்தில் இரண்டு முறைகள்

உள்ளன. முதலாவது முறை என்பது நல்ல கருத்துக்களை சுயமான சிந்தனை அடிப்படையில் மக்களுக்கு பறைசாற்றுவதாகும். இவ்வாறு பறைசாற்றும்போது மக்களைச் சென்றடைவதற்காக பத்திரிக்கை சாதனம் மற்றும் வான்வெளி சாதனம், தொலைக்காட்சி, பிரசுரங்கள் ஆகியவற்றைப் பயன்படுத்த வேண்டும். இவைகளில் இரண்டு பிரிவுகள் காணப்படுகின்றன.

விளம்பர சாதனங்கள் மூலம் மக்கள் பார்த்து கேட்டு விஷயங்களைத் தெரிந்துகொள்ளுதல் முதல் பிரிவு ஆகும். செய்தித்தாள்கள், பிரசுரம், வானொலி அறிக்கைகள், டெலிவிஷன் செய்திகள் ஆகியவைகள் இவற்றில் அடங்கும். இரண்டாவதாக, துண்டு பிரசுரங்கள் சுவரொட்டிகள் வாகனங்கள் மீது ஒட்டப்படும் அறிக்கைகள் போன்றவை மக்களுக்கு செய்திகளின் தன்மைகளை அடிக்கடி நினைவுக்குக் கொண்டு வருகின்றன. இவ்வாறு செய்திகளை மக்கள் மத்தியில் விளம்பரம் செய்த பிறகு விளம்பர நடவடிக்கைகளை முடிவுக்குக் கொண்டு வருதல் அவசியமாகும்.

மேற்கண்ட முறைகளில் விளம்பரம் செய்யப்பட்டவைகள் என்ன பலனை அளித்துள்ளது என்பது குறித்து பரிசீலனை செய்வது அவசியமாகும். முதலாவதாக நுகாவோர் விளம்பரம் செய்யப்பட்ட ஒரு பொருளை பற்றி முழுமையாக அறிந்திருக்கின்றனரா என்று தெரிந்துகொள்ள வேண்டும். இவ்வாறு பொருளைப்பற்றி அறிந்துகொண்டபின் அதன்மீது நாட்டம் கொள்ளும் நடவடிக்கையினை மேற்கொண்டுள்ளார்களா என்றும் தெரிந்து கொள்ளவேண்டும். இப்படி நாட்டம் கொண்ட பொருளை எத்தனைபேர் வாங்கினார்கள் என்பதையும், ஒருமுறை வாங்கிய நபர் அப்பொருளின் பயன்பாட்டில் திருப்தியடைந்து மீண்டும் மீண்டும் அப்பொருளை வாங்குகின்றார்கள் என்பதையும் பரிசோதித்தல் அவசியமாகிறது.

சுற்றுலா விடுதிகள்

சுற்றுலாவின் அடிப்படைத் தேவைகளில் தங்குமிடமும் ஒன்றாகும். தங்கும் இடத்தின் அமைப்பு, தன்மைகள் செய்யப்பட்டுள்ள வசதிகள் போன்றவை சுற்றுலாவை வளர்க்கும் காரணிகளாகும். வசதியுள்ள விடுதிகளைப் பெற்றுள்ள காரணத்தால், சில சுற்றுலா மையங்களுக்கு பயணிகள் செல்கின்றனர். சுவிட்சர்லாந்து, ஹாலந்து, ஆஸ்திரியா, நெதர்லாந்து போன்ற நாடுகளில் வசதியும், நல்ல உணவும், துப்புரவும் சுகாதாரத்துடன் கூடிய விடுதிகள் உள்ள இடங்களில் வருகின்ற பயணிகளின் எண்ணிக்கைக்கு ஏற்றாறர்போல் தங்குமிட வசதியையும் பெற்றிருக்க வேண்டும். மிகுதியான அறைகள் வீண் செலவை உண்டாக்கும். தங்குமிடம் பலவகைக்

கட்டணங்களில் கிடைக்க வேண்டும். சுற்றுலா மையம் மேம்பாடு அடையும்பொழுது தங்குமிட வசதியும் பெருக வேண்டும்.

தங்கும் இடம் ஒரு நாட்டின் மதிப்பைப்பெருக்கும். ஒரு நாட்டின் பெருமையை அயல்நாட்டுப் பயணிகளிடம் காட்டுவது தங்குமிடமாகும். தங்குமிடத்தில சுற்றுலாப் பயணிகளுக்குத் தேவையான வசதிகள் செய்யப்பட்டிருக்க வேண்டும். சுற்றுலா செல்பவர்கள் வெளியிடங்களில் தங்கள் வீட்டில் இருப்பதைப் போன்று தங்கியிருக்க விரும்புபவர், அவர்கள் வீட்டில் இருக்கும் அனைத்து வசதிகளையும் எதிர்பார்ப்பர். நல்ல வசதிகள் செய்யப்பட்ட அறைகளால் பொருளாதார வளம் பெருகும். சமூகக் குழுச் சேர்க்கைகள் அதிகமாகும். விடுதி வணிகமும் பெருகும். தங்குமிடம் சுற்றுலாவின் உள்ளமைப்பை வளர்க்கும். தங்குமிடத்திலிருந்து சுற்றுலா உருவாகிறது எனலாம். வளரும் சுற்றுலாத் துறையை மேலும் வளர்ப்பது தங்கும் விடுதிகளாகும்.

விடுதி விளக்கம்

விடுதி என்பதற்கு உணவு, உறையுள், சேவை போன்றவற்றை வழங்கும் ஒரு கட்டிடம் அல்லது நிறுவனம் என்று வெப்ஸ்டர் அகராதி விளக்கம் கொடுத்துள்ளது. விடுதி என்பதற்கு உணவு, இருப்பிடம் வழங்கும் இடம் என்றும், பயணிகள் மகிழ்ச்சியாகப் பொழுதுபோக்கும் இடம் என்றும், பொது இடம் என்று அகராதிகள் விளக்கம் அளித்துள்ளன. விடுதி என்பது பல அறைகளைக் கொண்ட ஒரு கட்டிடமாகும். அது குறிப்பிட்ட விலையில் உணவும் தங்குவதற்கு இடமும் நல்கும். அங்கு உள்நாட்டுப் பயணிகளும், வெளிநாட்டுப் பயணிகளும் தற்காலிகமாகத் தங்குவர். அது அரசாலும் தனியாராலும் நடத்தப்படும் அரங்குகள், கடைகள் போன்ற பிற வசதிகளும் இருக்கும். விடுதி என்பது ஒரு விருந்தினரை வரவேற்பது போலவும், பயணியின் சொந்த வீட்டில் இருப்பது போன்ற உணர்வினையும் ஏற்படுத்தக் கூடியதாக இருக்க வேண்டும். அவ்விடுதிகளில் அறைகளை முன்பதிவு செய்யும் வசதியாக இருக்க வேண்டும்.

விடுதிகளின் வரலாறு

சுற்றுலாப் பயணம் செய்பவர்களுக்கு இரவில் பாதுகாப்பாகத் தங்குவதற்கு இடவசதி வேண்டும். கன்னியாகுமரியில் உள்ள ஒருவர் கொல்கத்தாவிற்குச் சுற்றுப் பயணம் செல்கிறார் என்று வைத்துக் கொள்வோம். அவர் ஒரே நாளில் கொல்கத்தாவிற்குச் சென்று அனைத்து இடங்களையும் சுற்றிப் பார்த்து விட்டு வரமுடியாது. அந்த மாதிரி சந்தர்ப்பங்களில் இரவிலும் பகலிலும் தங்குவதற்கு இடம் வேண்டும். எந்தப் பயணிக்கும் குறிப்பிட்ட ஓரிடத்தில் ஒரு நாளைக்கு மேல்

தங்குவதற்கும் ஒய்வெடுப்பதற்கும் வசதியான இடம் வேண்டும். குடும்பத்துடன் சுற்றுலாச் செல்பவர்களுக்கு இரவில் தங்குவதற்கு அறைகள் வேண்டும்.

சத்திரங்கள்

ஆரம்பத்தில் சத்திரங்கள் சுற்றுலாப் பயணிகளின் தேவைகளை நிறைவு செய்தன. உரோமர்களின் ஆட்சிக் காலத்தில் சத்திரங்களும், அருந்தகங்களும் இருந்தன. அவை உணவு, பானங்கள், கேளிக்கைகள் போன்றவற்றைப் பயணிகளுக்கு அளித்தன. உரோமப் பேரரசு வீழ்ந்தபின் சத்திரங்கள் தங்கள் மதிப்பை இழந்தன. பல ஆண்டுகள் வரை சத்திரத் தொழில் வளராமல் இருந்தது. உரோமப் பேரரசு வீழ்ந்தபின் சுற்றுப் பயணிகளின் எண்ணிக்கையும் குறைந்தது. அடிக்கடி பயணம் செல்லும் பயணிகள் இல்லாமல் போயினர். எனவே சத்திரத்தின் தேவையும் இல்லாமல் போய்விட்டது. சத்திரங்கள் நடத்துவது பழமையான தொழிலாகும்.

கிறித்தவக் கோயில்கள்

அதன்பின் கிறித்துவக் கோயில்கள் சுற்றுலாப் பயணிகளுக்குப் புகலிடம் அளித்தன. அதனால் சமயத் தொடர்பான சுற்றுலாக்கள் பெருக ஆரம்பித்தன. ஆயிரக்கணக்கான மக்கள் சமயத் தொடர்புள்ள இடங்களுக்குச் சுற்றுலாச் சென்று வந்தனர். துறவியர் மடங்களும், மாவட்டத் தலைமைக் கிறித்துவக் கோயில்களும் பயணிகளை வரவேற்று, அவர்கள் தங்குவதற்கு வசதிகள் செய்து தந்தன. பயணிகள் இலவசமாகத் தங்கித் சென்றனர். பணக்காரர்கள் மடத்துத் தலைவர் அறையில் தங்கினர். ஏழைகள் சாதாரண இடங்களில் தங்கினர். இந்தியாவிலும் கொடையாளிகள், அரசர்கள் போன்றோரால் கட்டப்பட்ட கோயில்கள், மண்டபங்கள், தருமசத்திரங்கள், வணிகர் கூட்டம் தங்கும் வழிமனைகள் போன்றவற்றில் பயணிகள் தங்கியிருந்தனர்.

அமெரிக்க அருந்தகம்

கி.பி.1634-ல் சாடுவேல் கோல்ஸ் என்பவர் அமெரிக்காவில் முதன்முதலில் ஒரு அருந்தகத்தை ஏற்படுத்தினார். அவர் கி.பி.1630-ல் அமெரிக்காவிற்கு வந்தார். கி.பி.1780-ல் அவை பொதுமக்கள் கூடும் புகழ்பெற்ற இடங்களாக மாறின. உணவு உண்ணவும், மது அருந்தவும், கேளிக்கைகளைக் கண்டு களிக்கவும் மக்கள் அங்குக் கூடலாயினர். அங்குச் சிறப்பு நிகழ்ச்சிகளும் நடைப்பெற்றன. கி.பி.1783-ல் தளபதி ஜார்ஜ் வாஷிங்டன் அவர்கள் நியூயார்க்கில் உள்ள பிருன்கிஸ் என்ற விடுதியில உயர் இராணுவ அதிகாரிகளுக்கு விருந்தளித்தார். கிரீன்டிராகன் என்னும் சத்திரத்தில் புகழ்பெற்ற பாஸ்டன் தேநீர் விருந்து நடைபெற்றது. அவ்விடங்களில் கூடிய மக்களே அமெரிக்கப் புரட்சியை உருவாக்கினர்.

இந்தியா

இந்தியாவில் பயணிகள் தங்குவதற்கு விஹாரங்களும், தர்மச் சத்திரங்களும் இருந்தன. அவ்விடங்களில் பயணம் செய்பவர்கள், அறிஞர்கள், நாடுகளைக் கண்டுபிடிக்கும் வீரர்கள், வணிகர்கள் போன்றோர் தங்கினர். அவர்கள் அளித்த கட்டணத்தில் அவ்விடுதிகள் நடந்தன.

பண்டைக் காலப் புத்தபிக்குகள் பயணிகள் தங்குவதற்கென முதன்முதலில் பாதுகாப்பான இடங்களைக் கட்டினர். இந்தியாவின் பல பகுதிகளில் உள்ள குடவரைக் கோயில்கள், வழிபடும் இடங்களாகவும், புத்தபிக்குகள் தங்கும் இடமாகவும் இருந்தன. புத்தபிக்குகள் அமைதியான இடங்களில் மடங்கள் கட்டி வாழ்ந்தனர். அவர்கள் இறைவழிபாட்டில் ஈடுபட்டிருந்தனர். அவர்கள் தங்களிடம் வந்து தங்கிய பயணிகளுக்குத் தங்க இடமும், உண்ண உணவும் அளித்தனர். அம்மடங்கள் முக்கியமான சாலைகளில் அமைந்திருந்தன. சில வணிகர்கள் அம்மடங்களின் நிர்வாகச் செலவை ஏற்றுக் கொண்டதாகக் கல்வெட்டுக்களால் அறியமுடிகிறது. அம்மடங்கள் வணிகர்கள் தங்கும் விடுதிகளாகப் பயன்பட்டன. வணிகர்களின் பணத்தைப் பாதுகாக்கும் இல்லங்களாகத் திகழ்ந்தன.

சமயத் தொடர்பான புனித இடங்களில் உணவுச் சாலைகளும் இருந்தன. அவ்வுணவுச் சாலைகளில் சமையற்காரர்கள் இருந்தனர். செர்சாசூரி என்னும் ஆப்கானியப் பேரரசர் நெடுஞ்சாலைகளை அமைத்தார். அச்சாலையில் குறிப்பிட்ட இடைவெளிக்குப் பின் உணவுச் சாலைகளை அமைத்து வணிகத்தையும், பயணத்தையும் பாதுகாத்தார். அதேபோல் முகம்மதியர்களும் தங்கள் நாடு முழுவதும் அவ்வகை உணவு விடுதிகளைக் கட்டினர். பிற்காலத்தில் அரசர்களும், நவாபுகளும், பெரும் வணிகர்களும், கொடையாளர்களும் உணவு விடுதிகளைக் கட்டிப் பயணத்தை எளிதாக்கினர். வாணிகம் பெருகிய காரணத்தால் பாதுகாப்பான தங்கும் இடங்களும், உணவு விடுதிகளும் பெருகின. அவ்வுணவுச் சாலைகள் பயணிகளுக்கு உணவும் பாதுகாப்பும் அளித்துடன், அவர்களது குதிரைகளுக்குத் தீவனமும் அளித்தன.

விடுதிகளின் தோற்றம்

சத்திரங்கள் பயணிகளின் தேவைக்கேற்பவும், பயணிகளைத் திருப்திபடுத்தும் நோக்குடனும் தற்கால விடுதிகளாக மாறின. அது மக்களின் வாழ்க்கைத் தரம், வாழ்க்கை முறை போன்றவற்றிற்கு ஏற்ப நடைபெற்றன. கி.பி.1744-ல் லண்டனில் டேவிட் லோ என்பவர் முதல் “குடும்ப விடுதியை” லார்டு ஆச்சரின் முன்னாள் வீடான “கோவன்ட் கார்டனில்” தொடங்கினார். அதன்பின் லண்டன், பிரைட்டன், பாஸ்டன்

என்னும் இடங்களில் புதிய விடுதிகள் தோன்றலாயின. கி.பி.1820-ல் சுவிச்சர்லாந்தில் முதல் சுற்றுலா விடுதி கட்டப்பட்டது. புகைவண்டிப் பயணம் பெருகியதற்கு ஏற்பத் தங்கும் விடுதிகளும் பெருகலாயின. நகர்ப்புறங்களில் வேலைவாய்ப்புப் பெருகப் பெருக தங்கும் விடுதிகளும் பெருகின. நகரங்களில் நடைபெற்ற களியாட்டங்களைக் காண செல்லும் மக்களுக்கும் தங்கும் இடங்கள் தேவைப்பட்டன. எனவே பணக்காரர்கள் பலவகை விடுதிகளைக் கட்டினர்.

விடுதிகளின் வெளிப்பாடு

அமெரிக்க அருந்தகத்திலிருந்து விடுதிகள் தோன்றின. பிரான்சில் பணக்காரர்களும், புகழ்பெற்றவர்களும் தங்கும் இடமாக விடுதிகள் விளங்கின. நகர் மன்றங்களும், அருந்தக சாலைகளும் விடுதிகள் என்று வழங்கப்பட்டன. கி.பி.1800-ல் அருந்தகம், ஓட்டல்கள், விடுதிகள் காபிகவுசஸ் போன்ற சொற்கள் ஒரே பொருளில் பயன்படுத்தப்பட்டன. கி.பி.1820-ல் ஓட்டல் என்றும் சொல் ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டது. மக்கள் அவ்விடங்களில் உணவும், இரவில் உறையுளும் பெற்றனர். அமெரிக்க விடுதிகள் வணிகர்கள் ஒன்று கூடும் இடங்களாகத் திகழ்ந்தன. அக்காலத்தில் ஓட்டல்களை தரம் பிரிக்கவில்லை. 19-ம் நூற்றாண்டில் விடுதிகள் கூட்டங்களும், மாநாடுகளும் நடத்தும் இடங்களாக விளங்கின. கி.பி.1830-ல் ஹென்றி கிலோ என்பவர் பால்டிமோர் விடுதியின் தலைவராக நியமிக்கப்பட்டார். அவ்விடுதியில் 200 தனி அறைகள் இருந்தன. இன்று அமெரிக்க விடுதிகளின் மொத்த வருமானத்தில் 1/3 பாகம் கூட்டங்கள், மாநாடுகள் போன்றவை நடத்தப்படுவதால் கிடைக்கின்றன.

சுற்றுலாத் துறை வளர்ச்சியில் விடுதிகள் மிகுந்த பங்கு வகிக்கின்றன. விடுதிகள் இல்லாமல் சுற்றுலா மையத்தை மேம்படுத்துவது மிகவும் கடினம். இந்தியாவில் முக்கியமான சுற்றுலா மையங்களின் மத்திய அரசும், மாநில அரசும் மற்றும் தனியார் துறைகளும் விதவிதமான விடுதிகளை அமைத்து சுற்றுலாப் பயணிகளின் இன்பப் பொழுதை இதமாக கழிப்பதற்கு உதவுகின்றது.

இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம்

இந்தியாவில சுற்றுலா 1960-ம் ஆண்டுக்குப்பிறகு வேகமாக வளர்ச்சியடைந்தது. எனவே சுற்றுலா மேம்பாட்டுக்கான ஆலோசனை கூறும்படி ஜா என்பவர் தலைமையில் கமிட்டி ஒன்று அமைக்கப்பட்டது. இந்த 'ஜாக்' கமிட்டி 1963-ல் தனது பரிந்துரைகளைத் சமர்பித்தது. மத்திய அரசு சுற்றுலாத் துறையில் மிகுதியான கவனம் செலுத்த வேண்டும். இந்திய விடுதிக்கழகம், இந்திய சுற்றுலாத்துறைக் கழகம், இந்திய சுற்றுலாத்துறை போக்குவரத்துக் கழகம் என்ற மூன்று கழகங்களை உருவாக்க

வேண்டும் என்று ஜா கமிட்டி பரிந்துரைத்தது. அதன்படி மேற்கண்ட மூன்று கழகங்களை 1965-ல் இந்திய அரசு 1953-ம் வருடக் கம்பெனிச்சட்டத்தின் கீழ் அமைத்தது. சுற்றுலா விடுதிகளைக் கட்டி நிர்வாகிப்பது. சுற்றுலாப் பயணிகளுக்குப் போக்குவரத்துச் சாதனங்களைக் கொடுத்து உதவுவது போன்ற முக்கியப் பணிகளை இந்த மூன்று கழகங்களும் செய்தன.

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

இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகத்தின் நோக்கங்கள்

இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகத்தின் நோக்கங்களையும், பணிகளையும் கீழ்க்கண்டவாறு வரிசைப்படுத்தலாம்.

1. சுற்றுலாப் பயணிகளின் வசதிக்காக ஓட்டல்கள், மோட்டல்கள், சிற்றுண்டியகங்கள், விருந்தினர் மாளிகைகள், பயணியர் மாளிகைகள், கடற்கரை பொழுதுபோக்கு மையங்கள் ஆகியவற்றைப் பல்வேறு இடங்களில் நிறுவிப் பராமரித்தல்.
2. சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு வேண்டிய அனைத்துரக போக்குவரத்து வசதிகளை அளித்தல்.
3. சுற்றுலாப் பயணிகளின் இன்பப் பொழுது போக்கிற்காக இன்னிசை நிகழ்ச்சிகள், ஒலி ஒளி காட்சிகள், நாட்டிய நாடகங்கள் முதலானவற்றை நடத்துதல்.
4. அயல் நாடுகளில் உள்ள பயணிகளைக் கவர்ந்திழுப்பதற்காக நாட்டில் உள்ள பாரம்பரியம் மற்றும் கலாச்சார முக்கியத்துவத்தை விளம்பரம் மூலம் தெரியப்படுத்துதல்.
5. சுற்றுலா பயணிகளுக்குத் தேவையான எல்லாப் பொருட்களும் கிடைக்கக்கூடிய பல்பொருள் அங்காடிகளை ஏற்படுத்துதல்.

6. இந்தியாவிலும் வெளிநாட்டிலும் சுற்றுலா சம்பந்தப்பட்ட மேலாண்மை சேவை செய்து கொடுத்தல் ஆகியவையாகும்.

இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகத்தின் பணிகள்

இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகமானது சிறப்பான பல பணிகளைச் செய்து வருகிறது. விடுதிகள், சிற்றுண்டி சாலைகள் மற்றும் சுற்றுலாவின் பிற துறைகளில் தேவைப்படும் மனித சக்தியை உருவாக்கும் நடவடிக்கைகளைச் செய்து வருகிறது. இதற்காக இந்த கழகம் நாட்டில் 21 விடுதி நிர்வாகம் மற்றும் விருந்துபசரிக்கும் தொழில் நுட்ப நிறுவனங்களையும் 15 சமையல்கலை பயிற்றுவிக்கும் நிறுவனங்களையும் அமைத்துள்ளது. இந்த நிறுவனங்கள் விடுதி நிர்வாகத்திலும், சமையல்கலையிலும் பட்டய வகுப்புகளை நடத்தி வருகின்றன. இந்த படிப்புகள் ஆறுமாதம் முதல் ஒருவருடம் வரையிலான கால அளவு கொண்டவை. இந்த வகுப்புகள் மூலம் சுற்றுலாத் துறைக்குத் தேவைப்படும் மனித சக்தி கிடைக்கிறது.

மேலும் இந்த கழகம் சாகசசுற்றுலாவை மேம்படுத்தவும் சில நிறுவனங்களை நடத்தி வருகிறது. கோவாவில் தேசிய நீர் விளையாட்டு நிறுவனமும் குல்மார்க்கில் இந்திய மலையேறுதல் மற்றும் வானபறக்கும் பயிற்சி நிறுவனமும் செயல்பட்டு வருகின்றன. மேலும் இது சம்பந்தமாக ஆலி, பாட்னிடாப், குல்மார்க், குலு ஆகிய இடங்களில் வகுப்புகளையும் நடத்தி வருகிறது. இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கழகம்.

மேலும் இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம் நாட்டிலுள்ள நட்சத்திர விடுதிகளை தரவாரியாக (ஒன்று முதல் ஐந்து நட்சத்திரம்) வகைப்படுத்துகிறது. ஒவ்வொரு மூன்று வருடத்திற்கு ஒரு முறை இவ்வாறு வகைப்படுத்துகிறது. இதற்காகவே விடுதிகள் மற்றும் சிற்றுண்டிச்சாலை ஒப்புதல் மற்றும் ஒன்று அமைக்கப்பட்டுள்ளது. இந்த குழுவில மத்திய சுற்றுலாத்துறை, மாநில அரசுகள், விடுதி மற்றும் சுற்றுலாத்துறை சங்கங்களின் பிரதிநிதிகள் இதில் உறுப்பினர்களாக உள்ளனர்.

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

மேலே கூறப்பட்ட நோக்கங்களையும், பணிகளையும் நிறைவேற்றும் வகையில், இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கழகம், மைய அரசின் 'சுற்றுலா மற்றும் விமானப் போக்குவரத்து' அமைச்சகத்தின் ஒத்துழைப்புடன் சுற்றுலாவை முன்னேற்றி வருகிறது. 1969-ம் ஆண்டு 129 அறைகளையும் ஐம்பது பேரூந்துகளை மட்டுமே கொண்டிருந்த இக்கழகம் இன்று மூவாயிரத்துக்கும் மேற்பட்ட விடுதி அறைகளையும், முந்நூறுக்கும் மேற்பட்ட பேருந்துகளையும் கொண்டு திறமையாகச் செயல்பட்டுவருகிறது. எனவே புதுத்தெம்புடன் வளர்ந்துவருகிறது. இந்தியாவில் சுற்றுலா ஒரு தனித்துறையாக அங்கீகரிக்கப்பட்ட பிறகு இந்த கழகத்தின் செயல்பாடு பன்மடங்கு அதிகரித்துள்ளது.

இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சி கழகம் புது டெல்லியில் உள்ள தனது தலைமைக் கழகத்தில் விற்பனைப் பிரிவு ஒன்றையும் துவங்கி சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு சேவை செய்து வருகிறது. சுற்றுலாவை வணிகமயமாக்கும் நோக்கத்துடன் செயல்பட்டு வருகிறது. இந்த இந்திய சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகத்தில் உள்ள பல்வேறு நிபுணர் குழுக்களும், ஆலோசனைக் குழுக்களும் நல்ல முறையில் செயல்பட்டு சுற்றுலாத்துறை வளர்வதற்குப் பாடுபட்டு வருகின்றன.

தமிழக சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கழகம்

சுற்றுலாத் துறையின் மூலம் கிடைத்த வருமானத்தைக் கணக்கில் கொண்டு, அந்த துறையை மேம்படுத்த தமிழக அரசு சிறப்புக் கவனம் செலுத்தியது. இதன் விளைவாக அமைக்கப்பட்டதுதான் தமிழக சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம் ஆகும்.

1. அமைப்பு

1971 ஜுலை 1-ம் தேதி தமிழ்நாடு சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கழகம் தமிழக அரசால் அமைக்கப்பட்டது. இந்தக் கழகம் கீழ்க்கண்ட முக்கிய நோக்கங்களை அடிப்படையாகக் கொண்டு செயல்பட்டு வருகிறது. தமிழக சுற்றுலா மையங்களை மேம்படுத்துதல், குறைந்த வருமானம் பெறுவோர் தங்குவதற்குரிய ஓய்வு விடுதிகளை நிர்மானித்து நிர்வாகம் செய்தல், சுற்றுலா பற்றிய விளம்பரம் செய்தல், தொடர் பயண சுற்றுலாக்களை நடத்துதல் போன்ற அடிப்படை நோக்கங்களைக் கொண்டுள்ளது. இந்த சுற்றுலாத்துறை ஐம்பது லட்சம் மூலதனத்துடன் ஆரம்பிக்கப்பட்டது. தமிழ்நாடு சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகத்தின் சினன்ம் 'குடை' ஆகும். இக்கழகத்தின் தலைமை இடம் சுற்றுலாத்துறை வளாகம் ஓமந்தூரர் அரசினர் தோட்டம், சென்னை-2 ல் செயல்பட்டு வருகிறது.

தமிழ்நாடு சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகத்தின் சார்பில் தங்கும் விடுதிகள் படகு இல்லங்கள், பேருந்துகள் போன்றவை இயக்கப்பட்டு வருகின்றன. தமிழகத்தில் இவை

ஐந்து மண்டலங்களாகப் பிரிக்கப்பட்டுள்ளன. சென்னை மண்டலத்தில் மாமல்லபுரம், முட்டக்காடு, காஞ்சிப்புரம், வண்டலூர் போன்ற பகுதிகளும், மதுரை மண்டலத்தில் கொடைக்கானல், பழனி, ராமேஸ்வரம் போன்ற பகுதிகளும், திருச்சி மண்டலத்தில் கன்னியாகுமரி, குற்றாலம், திருச்செந்தூர் ஆகிய பகுதிகளும், கோவை மண்டலத்தில் உதகை, முதுமலை, ஏற்காடு, ஒகேனக்கல் போன்ற பகுதிகளும் இடம் பெற்றுள்ளன. இவைகளில் கோவை மண்டலத்திலிருந்தே கழகத்திற்கு அதிக வருவாய் கிடைத்து வருகிறது. 1998-ம் வருடம் மட்டும் 533 லட்சம் ரூபாய் வருவாய் ஈட்டப்பட்டது. 2000-ம் ஆண்டில் வெளிநாட்டு சுற்றுலாப் பயணிகள் மூலம் தமிழ்நாட்டில் 666.95 கோடி ரூபாய் அந்நிய செலவாணி கிடைத்துள்ளது.

2. சிறப்புப் பணிகள்

தமழ்நாடு சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கழகம் 115 தகவல் நிலையங்கள், 42 பயணியர் அலுவலகங்கள், 50 செய்தி நிறுவனங்கள் ஆகியவற்றைக் கொண்டுள்ளன. புதுடில்லி, சென்னை, ராமேஸ்வரம் முதலான நகரங்களில் இதன் அலுவலகங்கள் செயல்பட்டு வருகின்றன. சுற்றுலாப் பயணிகள் தமிழகத்தைப் பற்றிய முழுமையான தகவல்களைத் தெரிந்துகொள்ளும் பொருட்டு சென்னையில் ரூ.2 கோடி செலவில் சுற்றுலா தகவல் மையம் அமைக்கப்பட்டு வருகிறது.

தமிழ்நாடு சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகம் சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு குறைந்த செலவில் தங்கும் வசதிகளைச் செய்து வருகிறது. பயணிகளைப் பல்வேறு சுற்றுலா மையங்களுக்கு அழைத்துச் செல்ல திட்டங்கள் திட்டி செயல்படுத்துகிறது. 26 வகையான சுற்றுலாக்களை நடத்தி வருகிறது. 'தமிழ்நாடு உணவு விடுதி' என்ற பெயரில் புகழ்பெற்ற சுற்றுலா மையங்களில் உண்ணும் விடுதிகளையும் தங்கும் விடுதிகளையும் கட்டி சேவை செய்து வருகிறது. இக்கழகத்தின் கட்டுப்பாட்டின் கீழ் சுமார் 36 தங்கும் விடுதிகள் உள்ளன. இவற்றுள் நட்சத்திர தகுதபெற்ற ஓட்டல்கள் ஐந்து உள்ளன. இவை முறையே மதுரை, கோயம்புத்தூர், ஒனேக்கல், ஏற்காடு ஆகிய இடங்களில் உள்ளன.

இக்கழகம் சென்னை, சிதம்பரம், கோயம்புத்தூர், குன்னூர், குற்றாலம், ஒகனேக்கல், ஓசூர், காஞ்சிபுரம், கன்னியாகுமரி, கிருஷ்ணகிரி, கும்பகோணம், கொடைக்கானல், மதுரை, மாமல்லபுரம், மேல்மருவத்தூர், முதுமலை, நாகப்பட்டினம், பழனி,பிச்சாவரம், ராமேஸ்வரம், ராணிப்பேட்டை, சேலம், சாத்தூர், தஞ்சாவூர், திருச்சி,திருச்செந்தூர், திருநெல்வேலி, திருத்தணி, உழுந்தூர் பேட்டை, உதகமண்டலம், ஏர்க்காடு ஆகிய இடங்களில் விடுதிகளை அமைத்து நிர்வகித்து

வருகிறது. மேலும் கடற்கரை விடுதியையும் நடத்தி வருகிறது. இது தவிர தமிழ்நாடு முழுவதிலும் மொத்தம் பத்து இளைஞர் விடுதிகளையும் ஏற்படுத்தி உள்ளது.

கோவை, மதுரை, திருச்சி முதலிய நகரங்களிலிருந்து அவற்றைச் சுற்றியுள்ள சுற்றுலா மையங்களைச் சுற்றிப்பார்க்க தக்க ஏற்பாடுகள் செய்யப்பட்டுள்ளன. சென்னையிலிருந்து கீழ்க்கண்ட பல சுற்றுலாக்களை நடத்தி வருகிறது. ஒரு நாள் சென்னை நகர சுற்றுலா, மாமல்லபுரம் சுற்றுலா, ஒரு நாள் பாண்டிச்சேரி சுற்றுலா, திருப்பதி சுற்றுலா, ஒரு நாள் தேசியர் தரிசன சுற்றுலா(மாங்காடு), ஒரு நாள் திருமலா தரிசன சுற்றுலா, ஒரு நாள் தொண்டை நாட்டு திருப்பதிகள் சுற்றுலா, ஒரு நாள் வேளாங்கண்ணி சுற்றுலா, திருவண்ணாமலை கிரிவலம் சுற்றுலா, தென்னன்கூர் சுற்றுலா, ஒரு நாள் வல்லக்கோட்டை திருத்தலை சுற்றுலா ஆகியவையாகும்.

ஒரு நாள் சுருட்டப்பள்ளி சுற்றுலா, நான்கு நாள் சோழ நாட்டு திருப்பதியின் சுற்றுலா, ஐந்து நாள் பாண்டிய நாட்டு திருப்பதிகள் சுற்றுலா,ஆறு நாள் தென்னிந்திய சுற்றுலா, ஒரு நாள் முகாம்பிகை சுற்றுலா, ஏழு நாள் கோவா மந்திராலய சுற்றுலா, எட்டு நாள் முகாம்பிகை சுற்றுலா, எட்டு நாள் கிழக்கு மேற்கு கடற்கரை சுற்றுலா, எட்டு நாள் தமிழ்நாடு சுற்றுலா, எட்டு நாள் ஆந்திரா சுற்றுலா, பதினான்கு நாள் மும்பை அஜந்தா எல்லோரா சுற்றுலா, பதினான்கு நாள் தென்னிந்திய சுற்றுலா, பதினான்கு நாள் பூரி, கயா, காசி, அலகாபாத் சுற்றுலா மற்றும் மாணவர்களுக்கு பேக்கேஜ் சுற்றுலா ஆகியவைகளை சிறப்புடன் நடத்தி வருகிறது.

கோடை வாசஸ்தலங்களையும், கோவில்களையும், விடுமுறை பொழுது போக்கிடங்களையும் பார்வையிடுவதில் அயல்நாட்டுப் பயணிகள் அதிக ஆர்வம் காட்டுகின்றனர். எனவே இக்கழகம் கொடைக்கானல், முட்டக்காடு பிச்சாவரம், ஊட்டி, ஏற்காடு ஆகிய இயற்கை அழகுமிக்க இடங்களில் படகு வீடுகளைக்கட்டி சுற்றுலாப் பயணிகளைக் கவர்ந்து வருகிறது. முட்டக்காட்டில் அயல்நாட்டுப் பயணிகளைக் கவரும் வகையில் பல புதிய நீர் விளையாட்டுகள் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டுள்ளன.

தமிழ்நாடு சுற்றுலா வளர்ச்சிக கழகத்தின் தகவல் மையம் மற்றும் விற்பனைக்கூடம் சென்னை அண்ணாசாலையில் உள்ள தேவநேயப் பாவாணர் மைய நூலகத்தில் செயல்பட்டு வருகிறது. வெளிநாட்டு மற்றும் உள்நாட்டுப் பயணிகளின் நலன்களைக் கருத்தில் கொண்டு இந்த மையம் தொடங்கப்பட்டது. சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கான தகவல்கள் இங்கு கிடைக்கலாம். சுற்றுலா கையேடுகள் பிரதிகள், வரைபடங்களும் கிடைக்கும். சுற்றுலாவுக்கான பயணச்சீட்டுகள் முன்பதிவு வசதியும் இங்கு உண்டு.

இவ்வாறு தமிழ்நாடு சுற்றுலா வளர்ச்சிக் கழகத்தின் அரிய முயற்சியாலும், தமிழக அரசின் ஆதரவாலும் சுற்றுலாத்துறை தமிழகத்தில் சிறப்பான வளர்ச்சியடைந்துள்ளது. மேலும் தமிழக சுற்றுலாத்துறை அயல்நாட்டு மக்களால் ஈர்க்கப்படுவதால் இந்திய அரசு அதிக அளவில் அன்னிய செலவாணியை ஈட்டி வருவதுடன் தேசியப் பொருளாதாரத்தையும் உயர்த்தி வரகிறது. 1995-96-ம் வருட மதிப்பீட்டின் படி சுற்றுலா மூலம் தமிழகத்தில் 9,76,680 பேர் வேலை வாய்ப்பும் 12,22,587 பேர் மறைமுக வேலைவாய்ப்பு பெற்றனர்.

அலகு-3

சுற்றுலாவின் பயண முகவர்கள்

பயணப்பணி நிறுவனங்களில் பணி புரிபவர்களே ‘பயண முகவர்கள்’ ஆவார். பயண முகவர்கள் தனியார் துறையைச் சார்ந்தவர்கள் ஆவர். அவர்கள் சுற்றுலாவில் முக்கியப்பங்கு பெறுவதுடன் சுற்றுலாத்துறையையும் வளர்க்கின்றனர். பயண முகவர்கள் சுற்றுலா மையங்களின் மேன்மையை மக்களிடம் பரப்பி மக்களைச் சுற்றுலா செல்லத் தூண்டுகின்றனர். மேலும் பயணத்திற்கான அனைத்து ஏற்பாடுகளையும் செய்து வழிகாட்டுபவர் பயண முகவர்களேயாவர். பயண வசதிகளை மற்றவர்களுக்கு செய்து தருபவரை 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

பயண முகவர்களின் பணிகள் இடத்திற்கு இடம் வேறுபடுகிறது. மேலும் அவர்கள் எந்த வகை தொழில்களில் ஈடுபடுகின்றனர் என்பதைப் பொருந்தும் அவர்களது பணிகள் அமைகின்றன. சுற்றுலா முகவர்களின் அலுவலகம் 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

ஒரு சுற்றுலாப் பயணியின் கருத்துப்படி ஒரு பயண முகவரின் முக்கியமான பணி என்னவென்றால் பயணங்களைப் பற்றிய தேவையான தகவல்களைப் பயணிகளுக்கு அளிக்க வேண்டும். தான் பயணம் செய்யப் போகும் இடங்களைப் பற்றிய 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

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

சுற்றுலாப் பயணம் சிறப்படைய சுற்றுலா முகவர்கள் சில முன்னேற்பாடுகளைச் செய்தாக வேண்டும். முதலாவதாக பருவங்காலங்களுக்கு 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, ஓட்டல் சொந்தக்காரர்கள், கார் சொந்தக்காரர்கள் போன்ற நிறுவனங்களுடன் ஒப்பந்தங்களும் ஏற்பாடுகளும் செய்துகொள்ளுதல் அவசியம். இதற்குப் பிறகே பயணத்திற்கான முன்னேற்பாடுகளையும் செலவுகளையும் 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

பயணிகளுக்கு பயணம் செய்வதற்கான டிக்கெட்டுகளை வாங்கித் தருதல் பயண முகவர்களின் பணிகளில் ஒன்றாகும். விமானம், கப்பல், ரயில், பேருந்து

போன்றவற்றில் முன்பதிவு செய்து டிக்கட்டுகளை வாங்கிக் 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 வைத்திருக்கவேண்டும். அவ்வப்போது 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 சிக்கல்களை முகவர்கள் சந்திக்க வேண்டியுள்ளது. இந்தியாவில் விரைவு வண்டிகளுக்கும் 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

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

6) ஆயுள் காப்பீடு செய்து தருதல்

சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு 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 பயணிகளை அழைத்துச் செல்லுதல், குழுச் சுற்றுலாவிற்கு ஏற்பாடு செய்து அழைத்துச் செல்லல்.
2. விடுதிகளில் தங்குவதற்கு அறைகளை முன்பதிவு செய்தல், உணவு வசதிகளைச் செய்துதருதல், வாகனங்களை ஏற்பாடு செய்து தருதல், வாகனங்களிலிருந்து விடுதிகளுக்குப் பயணிகளின் உடைமைகளைப் பத்திரமாக எடுத்துச் செல்லுதல், இசைக்கச்சேரி, திரைப்படம், நாடகம் போன்றவற்றிற்கு அனுமதிச் சீட்டு முன்பதிவு செய்தல்.
3. சுற்றுலாவை விளம்பரப்படுத்துதல், பயணிகளின் உடமைகளை காப்பீடு செய்தல், மொழி நூல்களைக் கொடுத்தல் பயணக்காசோலைகள் மற்றும் வெளிநாட்டுப் பணத்தை மாற்றுதல், விசா, பாஸ்போர்ட், சுகாதாரச் சான்றிதழ்களை பெற்றுத் தருதல்.
4. விமானம், ரயில், கப்பல் பேருந்து போன்றவை செல்லும் நேரங்களை அறிந்திருத்தல், விடுதிகளின் கட்டணம் அவைகளின் தரம் மற்றும் அறைகளின் அமைப்பு போன்றவற்றைத் தெரிந்திருத்தல்.

வணிகச் சுற்றுலா, சமயச் சுற்றுலா, விளையாட்டுப் போட்டிகள், கூட்டங்கள், மாநாடுகள் போன்றவற்றிற்கு பயண ஏற்பாடுகளைச் செய்து தருதல் ஆகியவை பயண முகவர்கள் பணியாகக் கருதப்படுகிறது.

சுற்றுலா முகவர்களுக்கு கிடைக்கும் வருவாய்

பயணத் திட்ட விபரங்களை மக்களுக்குத் தெரிவித்து அவர்களது ஐயங்களைப் போக்கி அவர்களைச் சுற்றுலாவிற்கு அழைத்துச் சென்று தக்க ஏற்பாடுகளையெல்லாம் செய்து கொடுக்கும் சுற்றுலா முகவர்களுக்கு கீழ்க்கண்ட பல வழிகளில் வருவாய் கிடைக்கிறது.

1. விமானம், கப்பல், ரயில், பேருந்து, கார், ஹோட்டல் முதலானவைகளின் சேவைகளை பயணிகளுக்கு வாங்கி கொடுப்பதால் இந்த நிறுவனங்கள் சுற்றுலா

முகவர்களுக்கு சேவை ஊழியம் கொடுக்கின்றன. இதன் மூலம் முகவர்கள் வருவாய் கிடைக்கிறது.

2. அன்னியநாட்டு பணமாற்றம், காப்பீடு செய்து கொடுப்பது மூலமாகவும், பயணிகளின் காசோலையை மாற்றிக் கொடுப்பதன் வழியாகவும் முகவர்களுக்கு பணம் கிடைக்கிறது.
3. பயணிகள் முன்கூட்டியே செலுத்தும் பயணக் கட்டணம், வைப்புத்தொகைகள் முதலானவற்றின் மூலம் கிடைக்கும் குறுகியதால் வட்டித்தொகை.
4. சுற்றுலா அமைப்பாளராக பணிபுரிவதால் சுற்றுலா விற்பனையில் கிடைக்கும் ஆதாயம்.
5. சுற்றுலாவை வெற்றிகரமாக நடத்தி முடித்தபின் பயணிகள் மனமுவந்து அளிக்கும் அன்பளிப்புத்தொகை மூலமாகவும் முகவர்களுக்குப் பணம் கிடைக்கிறது.

இவ்வாறு சுற்றுலாவை நடத்திக்கொடுக்கும் பயண முகவர்கள் பல்வேறு வழிகளில் வருமானம் பெறுகின்றனர்.

இந்தியாவில் சுற்றுலா முகவர்கள்

இந்திய சுதந்திரம் அடைந்த பின்னர் இந்தியாவுக்கு வரும் சுற்றுலாப் பயணிகளின் எண்ணிக்கை அதிகரித்துக் கொண்டே வந்தது. எனவே சுற்றுலாவை மேம்படுத்த இந்திய அரசு பல நடவடிக்கைகளை மேற்கொண்டது. அதன் பிறகுதான் முறையான பயண முகவர்கள் நியமனம் செய்யப்பட்டனர் 1949-ல் ஆறு பயணமுகவர்கள் ஒன்று சேர்ந்து ஜே.காட்கரா என்பவரின் தலைமையில் ‘இந்தியா பயண முகவர்கள் சங்கம்’ ஒன்று அமைக்கப்பட்டது. இதன் முக்கிய நோக்கம் பயண முகவர்களின் நலன்களைப் பாதுகாப்பதேயாகும். அதன் பிறகு இந்த சங்கமானது முறையாகவும், திட்டமிட்டபடியும் செயல்படத் தொடங்கியது. இது மிகவும் பரந்த நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்கிறது. சுமார் 300 உறுப்பினர்கள் கொண்ட பயண முகவர்களின் சங்கம் சென்னை, பம்பாய், கல்கத்தா, டில்லி ஆகிய நகரங்களில் செயல்பட்டு வருகிறது. 2001 ஆம் ஆண்டு ஏப்ரல்மாத புள்ளிவிபரப்படி இந்தியாவில் 388 சுற்றுலா நடத்துனர்களும், 290 பயண முகவர்களும், 258 போக்குவரத்து அமைப்பாளர்களும் அங்கீகரிக்கப்பட்டுள்ளனர்.

இந்திய அரசாங்கம் பயண முகவர்களின் முக்கியத்துவம் கருதி பல நிபந்தனைகளை விதித்து சுற்றுலா முகவர்களுக்கு அங்கீகாரம் வழங்கியது. நிபந்தனைகளை நிறைவேற்றும் பயணமுகவர்களுக்கு இந்திய அரசின் சுற்றுலா

இயக்குநர் அங்கீகாரம் வழங்குவார். பயண முகவர்களின் அங்கீகாரத்திற்காக அரசு கீழ்க்கண்ட விதிமுறைகளைக் கொண்டு வந்தது. அதன்படி,

1. பயண முகவர்கள் ஓராண்டு முன் அனுபவம் உடையவர்களாக இருக்கவேண்டும்.
2. அங்கீகரிக்கப்பட்ட பயணமுகவர்கள் அவ்வப்போது அரசு வெளியிடும் ஆணைகளையும் சட்டங்களையும் மதித்து நடக்க வேண்டும்.
3. .பயண முகவர்களுக்குத் தனி அலுவலகங்களும், நேரடி பணியாளர்களும் இருக்கவேண்டும். இந்த முழுநேர ஊழியர் நாணயம் மாற்று, நடப்பு செய்திகள் முன்பதிவு செய்தல் போன்ற விபரங்களை அறிந்திருக்க வேண்டும்.
4. மேலும் பயணமுகவர் ஆங்கிலம், இந்தி, ஜெர்மன், பிரெஞ்சு மற்றும் வட்டார மொழிகளை அறிந்திருக்கவேண்டும்.
5. பயண முகவர்களுக்கு நாடு முழுவதற்கும் அல்லது ஒரு குறிப்பிட்ட மாநிலத்திற்கு மட்டுமே அங்கீகாரம் வழங்கப்படும்.
6. இத்தகைய அங்கீகாரம் பெற்ற பயண முகவர்கள் அரசாங்கத்தால் அங்கீகாரம் பெற்ற சுற்றுலா வழிகாட்டிகளையே பணியில் சேர்த்துக்கொள்ள வேண்டும்.
7. அங்கீகாரம் பெற்ற பயண முகவர்கள் ஒவ்வொரு ஆண்டும் ஆண்டறிக்கை ஒன்றை அரசுக்கு சமர்பிக்க வேண்டும். அதில் அந்த ஆண்டு சென்ற இடங்கள், அழைத்துச் செல்லப்பட்ட பயணிகளின் எண்ணிக்கை 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. அந்த போக்குவரத்து போர்டுகளின் வழியாகவேதான் விற்க முடியும்.
10. .பயணமுகவர்கள் ரிசர்வ் வங்கியின் உரிமமும், பன்னாட்டு விமானப் போக்குவரவு கழகத்தின் அங்கீகாரமும் பெற்றிருக்க வேண்டும். மேலும் வணிகர் சட்டத்தின் படி பதிவு செய்திருக்க வேண்டும்.
11. அங்கீகாரம் பெற விரும்பும் முகவர்கள் குறைந்த பட்சமாக ஒரு லட்சரூபாய் 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.

சுற்றுலாவின் வணிகச் சந்தைகள்

இன்று சுற்றுலா ஒரு வளர்ந்துவரும் தொழிலாக உள்ளது. இதன் முக்கியத்துவத்தை உணர்ந்த எல்லா நாடுகளுமே சுற்றுலா வளர்ச்சிக்காக பல திட்டங்களை தீட்டிச் செயல்படுத்தி வருகின்றன. பல புதிய சுற்றுலா மையங்களை உருவாக்கியும், ஏற்கனவே உள்ள சுற்றுலா மையங்களை மேம்படுத்தியும் வருகின்றன. இந்த சுற்றுலா தொழிலில் நுகர்வோர்களான சுற்றுலாப் பயணிகளைக் கவர்வதற்காகப் பல திட்டங்கள் தீட்டப்படுகின்றன. இவ்வாறு சுற்றுலாவானது பெரிய தொழிலாக மாறி பரந்து விரிந்து வருகிறது.

பொதுவாக உலகில் உள்ள ஒவ்வொரு தொழிலுக்கும் ஒரு ‘சந்தை’ உண்டு. பொருட்களை வாங்குகின்றவர்களும் விற்கின்றவர்களும் கூடும் ஓர் இடத்தைத்தான் வழக்கமாக சந்தை என்று நாம் கூறுகிறோம். பொருளாதாரத்தில் வாங்குகின்றவர்களும், விற்கின்றவர்களும் நேரடியாகவோ மறைமுகமாகவோ தொடர்பு கொள்கின்ற பரப்பளவை முழுமையாக குறிக்கின்ற வகையில் விரிந்த பொருளில் சந்தை என்ற சொல்லைப் பயன்படுத்துகிறோம். ஒவ்வொரு பொருளுக்கும் ஒரு சந்தை உண்டு. பருத்தி சந்தை,பண சந்தை, சணல் சந்தை, பொன் வெள்ளி சந்தை, எண்ணெய் சந்தை என பல சந்தைகள் உள்ளன. தற்போது வாணிகமாக்கப்பட்டுவிட்ட சுற்றுலாவிற்கும் சந்தை உள்ளது. அதைப்பற்றி இங்கே விரிவாக காணலாம்.

பேரளவு உற்பத்தியும் சந்தைகளும்

தொழிற்புரட்சி காலத்திற்குப் பிறகு இயந்திரங்கள் மூலம் பேரளவு உற்பத்தி செய்யப்பட்டதால் பல மாற்றங்கள் ஏற்பட்டன. மக்களின் வாங்கும் திறன் அதிகரித்து. நுகர்வோர்களுக்கு நல்ல தரமான, பலவகைப்பட்ட பொருட்களை உற்பத்தியாளர்கள் உற்பத்தி செய்து வழங்கினர். மக்களின் தேவைக்கு அதிகமாகவே அளிப்பு இருந்தது. பலர் ஒரே பொருளை அதிகமாக உற்பத்தி செய்ததால் மக்கள் தரமான

பொருட்களையே நாடிச் சென்றனர். எனவே உற்பத்தியாளர்களும் நுகர்வோரின் தேவையை அறிந்தே உற்பத்தி செய்ய ஆரம்பித்தனர்.

தொழில் வளர்ச்சியின் விளைவாக செய்தி தொடர்பு வளர்ச்சியடைந்தது. மேலும் ரயில் போக்குவரத்து மற்றும் சாலைப்போக்குவரத்தும் மேம்பாடு அடைந்தது. இதனால் பொருட்கள் ஓரிடத்திலிருந்து மற்றொரு இடத்திற்கு எளிதாக எடுத்துச் செல்லப்பட்டன. எனவே எல்லா இடங்களுக்கும் பொருட்கள் சென்றடைந்தன. இவ்வாறு செய்தித் தொடர்பும், போக்குவரத்து வசதியும் உற்பத்தியாளர்கள் தங்கள் பொருட்களை பங்கீடு செய்ய உதவி செய்தன. இவைகளே சந்தை இயல் என்ற பொருளாதார முறை தோன்றக் காரணமாயின.

சந்தை இயல் பற்றிய விளக்கம்

சந்தை இயல் பற்றி பல அறிஞர்கள் பல கருத்துக்களைக் கூறியுள்ளனர். "பரிமாற்றங்கள் மூலம் மக்களின் தேவைகளையும் விருப்பங்களையும் நிறைவேற்றிக்கொள்ளும் மனித நடவடிக்கைகளே சந்தை இயல்" ஆகும்.

"நெருங்கிய வாணிகத் தொடர்புகொண்டு ஒரே தன்மையான பொருட்களை வாங்குதல் விற்றலில் ஈடுபட்டுள்ள வாங்குவோர் விற்போர் அடங்கியுள்ள கூட்டமே சந்தையாகும்".

"வாடிக்கையாளர்களை மனநிறைவு செய்வது, நிறுவனத்தின் நோக்கங்களை நிறைவு செய்து போன்ற குறிக்கோள்களின் அடிப்படையில் உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து நுகர்வோருக்கு பொருள்களையும் பணிகளையும் கொண்டு செல்லும் வாணிக நடவடிக்கைகள் சந்தை எனப்படும்".

"உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து பொருட்களை நுகர்வோரைச் சென்றடைவதற்கு மேற்கொள்ளப்படும் செயல்கள் அனைத்தும் சந்தை இயல்" என்று பெயர்.

மேற்கண்ட பல விளக்கங்கள் சந்தை இயல் பற்றிய கருத்துக்களை தெரிவிக்கின்றன. இவைகளை வைத்து நமக்கு தெரிவது என்னவென்றால் 'நுகர்வோருக்குத் தேவையான பொருள்களை உற்பத்தி செய்து அப்பொருள்கள் நுகர்வோரைச் சென்றடைய மேற்கொள்ளும் வழிவகைகள் அனைத்தும் சந்தை' என்று பெயர்.

"வாடிக்கையாளர் தேவையை அறிந்து செயல்படுதல், ஒருங்கிணைந்த சந்தைஇயல், வாடிக்கையாளர் திருப்தி" ஆகிய மூன்றும் சந்தை இயலின் மூன்று தூண்கள் என்று பிரபல பொருளாதார நிபுணர் பிலிப் கோட்லர் என்பவர் கூறுகிறார்.

சுற்றுலாவில் சந்தை இயல்

மேலே நாம் படித்த சந்தை இயல் பற்றிய கருத்துக்கள் சுற்றுலாவில் எந்த அளவு பொருந்துகிறது என்பதை இனி நாம் காணலாம். ஒவ்வொரு மனிதனின் மனதிலும் புதிய இடங்களைப் பார்ப்பதற்கும், அதற்காகப் பயணம் செயவதற்கான விருப்பமும் எப்பொழுதும் இருந்து வரும் ஒன்றாகும். நாளுக்கு நாள் அந்த விருப்பம் மக்களிடம் வளர்ச்சியடைந்தும் வரும். எனவே சுற்றுலா செல்லக்கூடிய விருப்பம் மக்களிடம் இருப்பதால் சுற்றுலாத் துறையில் சந்தையியலின் ஒரு தூண் என்று கருதப்படும் 'நுகர்வோரின் விருப்பம்' என்பது இருப்பதாக நாம் கருதிக் கொள்ளலாம். சந்தையில் இருக்கின்ற உற்பத்தியாளர்களின் பொருட்களை ஒரு மனிதர் விரும்பலாம் அல்லது விரும்பாமலும் இருக்கலாம். ஆனால் சுற்றுலாவிலோ, சுற்றுலா செல்லும் விருப்பமானது எல்லா மனிதர்களிடத்திலும் எப்பொழுதும் இருந்து வருவதாகும். எனவேதான் சுற்றுலாவை சந்தையாக்குவதற்கும், பிற பொருள்களை சந்தையாக்குவதற்கும் பல வேறுபாடுகள் உள்ளன.

சுற்றுலாத் துறைக்கும் பிற துறைகளுக்கும் உள்ள வேறுபாடுகள்

சுற்றுலாத் துறைக்கும் பிற துறைகளுக்கும் கீழ்க்கண்ட வேறுபாடுகள் காணப்படுகின்றன.

1. சுற்றுலாத்துறையில் 'நுகர்வோர்களான' பயணிகள் 'பொருள்களான' சுற்றுலா மையங்களைத் தேடிச் செல்கின்றனர். அதாவது நுகர்வோர்களே இடம் பெயர்வர், பொருள்கள் இடம் பெயராது. ஆனால் பிற துறைகளில் பொருள்கள் நுகர்வோரைச் சென்றடைகின்றன.
2. சுற்றுலாத்துறையில் பொருள்கள் நீண்டகால விற்பனைப் பொருளாகவே உள்ளன. ஆனால் பிற துறைகளில் குறுகியகால விற்பனைப்பொருள், நீண்டகால விற்பனைப்பொருள் என்று இரண்டாக வகைப்படுத்தப்பட்டுள்ளது.
3. சுற்றுலாத்துறையில் பொருள் விற்பனையில் பயணமுகவர்கள், பயண நிறுவனங்கள், வழிகாட்டிகள் போன்றோர் இருக்கின்றனர். ஆனால் மற்ற துறைகளிலோ மொத்த விற்பனையாளர்கள், இடைத்தரகர்கள் சில்லரை விற்பனையாளர்கள் போன்றோர் இருக்கின்றனர்.
4. சுற்றுலாத்துறையில் சுற்றுலா செல்லும்போது புதிய இடங்களைக் கண்டுகளிக்கலாம். இயற்கையான சூழ்நிலைகளை அனுபவிக்கலாம். மனங்கவரும் சுற்றுப்புறச் சூழ்நிலைகளால் திருப்தியடையலாம். ஒரு சில நூல்கள், போட்டோக்கள் போன்றவைகளையே நேரில் காட்டலாம். சுற்றுலா

துறையில் விற்பனையாகும் அனைத்துமே ‘மனநிறைவுதான்’, இதை கண்ணால் காணலாம். சிலபொருட்களை திரும்பவும் விற்கமுடியும்.

5. சுற்றுலாத்துறையில் பயணியே ‘நுகர்வோர்’ ஆவார். அவருக்கு பணத்துடன் நேரம், உடல்நலம் ஆகியவையும் தேவை. ஆனால் பிறதுறைகளில் பணமே முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. வாங்குவோரே நுகர்வோராக இருக்கவேண்டிய அவசியமில்லை.
6. சுற்றுலாவில் வாகனங்களில் பயணம் செய்வதும், அதற்காகச் செலவு செய்வதும் முக்கியப் பங்கு வகிக்கிறது. எனவே சுற்றுலா செல்வது என்பது எல்லோருக்கும் கட்டாயம் அல்ல. ஆனால் பிற துறைகளில் உள்ள பொருட்கள் நம்வாழ்க்கைக்குத் தேவைப்படுகிறது. அந்தப் பொருள்களை கட்டாயம் நாம் வாங்கியாக வேண்டும்.

இவ்வாறு சுற்றுலாவானது பிறதுறைகளை விட பலவிதத்தில் வேறுபட்டுள்ளது. எனவே சுற்றுலாவைச் சந்தைப்படுத்துதல் சிறிது கடினமான காரியமாகும். நுகர்வோரின் தேவை, மனநிலை, விரும்பு வெறுப்பு ஆகியவையே சுற்றுலாவை சந்தைப்படுத்த பயன்படுகின்றன. சுற்றுலா சந்தை இயல் பற்றிய விளக்கம் பின்வருமாறு.

“குழு அல்லது தனிப்பட்ட சுற்றுலாப் பயணிகளின் திருப்தி உத்தமநிலை அடைவதற்கு பன்னாட்டு, தேசிய மற்றும் பிராந்திய சுற்றுலா நிறுவனங்களால் தொடர்ச்சியான சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு மேற்கொள்ளப்படும் முறையான ஒருங்கினணந்த முயற்சிகளே சுற்றுலா சந்தை இயல் ஆகும்”.

சுற்றுலா பொருள்

பொருள் என்பது விற்பனையாளர் விற்க வைத்திருப்தையும், வாங்குகின்றவர் வாங்கக் கூடியதையும் குறிக்கிறது. வாங்குகிறவர்களின் உடலுக்கும் உள்ளத்திற்கும் திருப்தியளிக்கும் மொத்த தன்மையே ‘பொருள்’ எனப்படும்.

சுற்றுலாப்பொருளின் அடிப்படை மூலப்பொருள்களாக உள்ளவை ஒரு நாட்டின் இயற்கை அழகு, தட்பவெப்பநிலை, வரலாறு, பண்பாடு மற்றும் மக்கள் ஆகியவைகளாகும். மேலும், சுகமான வாழ்க்கைக்குரிய மின்சாரம், தண்ணீர் வசதி, போக்குவரத்து, செய்தித் தொடர்பு, பொழுதுபோக்கு மற்றும் தங்கும் வசதிகள் ஆகியவையும் சுற்றுலா பொருளில் அடங்கும். இவ்வாறு சுற்றுலாவுடன் தொடர்புடைய பிற வசதிகளும் சிறப்பாக இருந்தால் மட்டுமே சுற்றுலாவை சந்தைப்படுத்த முடியும். சுற்றுலா மையமும், சுற்றுலா சேவையும் சேர்ந்து செயல்பட்டால் மட்டுமே சுற்றுலாவை வளர்க்க முடியும்.

“நுகர்வோருக்குத் திருப்தியளிக்கக்கூடிய ஒரு நாட்டின் சுற்றுலா இடக்கவர்ச்சி, போக்குவரத்து, தங்குமிடம், மகிழ்ச்சியளித்தல் ஆகியவற்றின் மொத்த தொகுப்பே சுற்றுலா பொருள் ஆகும்.”

எனவே இடக்கவர்ச்சி, சுற்றுலா மையத்தில் காணப்படும் வசதிகள் எளிதாக அந்த இடத்திற்குச் சென்றடையும் தன்மை ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் தான் சுற்றுலா பொருளை நாம் ஆய்வு செய்ய முடியும்.

சுற்றுலா சந்தைகள்

சந்தை இயலைப் பின்பற்றும் எந்த ஒரு நிறுவனமும் தனது பொருளுக்கான சந்தையைக் கண்டறிவது மிகமுக்கியமான ஒன்றாகக் கருதப்படுகிறது. இதுவே முதல் நடவடிக்கையுமாகும். சுற்றுலா சந்தையானது சுற்றுலா பொருள்களின் தொடர்புடனே கண்டறியப்படலாம். உதாரணமாக பூகோளரீதியாக கண்டறியலாம். வாடிக்கையாளரை கவரக்கூடிய ஒரு நாடு, வட்டாரம் அல்லது நகரத்தின் சேவை மற்றும் மையங்களை சந்தையாகக் கருதலாம்.

சந்தைப்பிரிவு

சந்தைப்பிரிவு என்பது பலதரப்பட்ட தன்மைகளைக் கொண்ட முழுச்சந்தையை வெவ்வேறு வாங்கும் விருப்பம் அல்லது தேவைகளின் அடிப்படையில் ஒரே தன்மையுடைய சிறுசந்தைகளாக அல்லது பிரிவுகளாகப் பிரிப்பது ஆகும். இப்படிப் பிரிப்பதால் சந்தையின் தேவைக்கு ஏற்ப பொருட்களையும் மேம்பாட்டு முறைகயையும் சரி செய்ய வழி ஏற்படுகிறது. சந்தைத் திட்டங்களைத் தீட்டி செயல்படுத்த முடிகிறது.

பொதுவாக சந்தை பிரிவானது பூகோள ரீதியாகவும், மக்கள் சார்ந்த பிரிவாகவும், உளவியல் ரீதியான பிரிவாகவும் பிரிக்கப்படுகிறது.

சுற்றுலாவில் சந்தைப் பிரிவானது மிகவும் முக்கியமானதாகும். எனவே நல்ல குண இயல்புகளின் அடிப்படையில் நடைமுறையிலுள்ள சாத்தியமான சந்தையை பிரித்து அதன்பிறகே அந்த சந்தைகளின் மேம்பாட்டிலும் அளிப்பிலும், சேவைகளுக்கான விலையை நிர்ணயம் செய்தலிலும் கவனம் செலுத்துவது சுற்றுலாவைச் சந்தைப்படுத்துவதில் மிகமுக்கியமான ஆரம்பகட்ட நடவடிக்கையாகக் கருதப்படுகிறது. சுற்றுலா சந்தை இயலில் சுற்றுலா சந்தையானது கீழ்க்கண்ட நான்கு பெரிய பிரிவுகளாகப் பிரிக்கப்பட்டுள்ளது. அவை 1. மக்கள் தொகை அடிப்படையிலான சந்தை பிரிவு 2. பூகோள அமைப்பு ரீதியிலான சந்தை பிரிவு 3. உளவியல் ரீதியான சந்தை பிரிவு 4. சமுதாய மற்றும் பொருளாதார அடிப்படையிலான சந்தை பிரிவு ஆகியவையாகும்.

மேற்கண்ட இந்த நான்கு பெரிய பிரிவுகள் தவிர விடுமுறை, சுற்றுலா பயணி, வணிக சுற்றுலா பயணி, பொதுநல சுற்றுலா பயணி என்ற மேலும் மூன்று பிரிவுகளாகப் பிரிக்கலாம். எல்லா இடங்களிலும் காணப்படும் விடுமுறை சுற்றுலா பயணியர் விலையில் ஏற்படும் மாற்றங்களாலும், திறமையாக மேற்கொள்ளப்படும் சந்தைப்படுத்துதல் முயற்சிகளாலும் எளிதில் பாதிக்கப்படும் தன்மை கொண்டவர்கள். எனவே விடுமுறை சுற்றுலா சந்தையானது நிரந்தரமற்றது. மாறும் தன்மை கொண்டது. வாணிக சுற்றுலா பயணியின் எண்ணிக்கை தற்காலத்தில் அதிகரித்துள்ளது. அவரது வேலை அல்லது வாணிபத்தின் அடிப்படையில்தான் அவர் தேர்தெடுக்கும் சுற்றுலா மையம் அமைகிறது. எனவே வாணிகச் சுற்றுலா சந்தையானது விலை நெகிழ்ச்சியற்ற தன்மை கொண்டது. நகரங்களையே மையமாகக் கொண்டது. மாநாடுகள், கூட்டங்கள், பொருட்காட்சிகள் ஆகியவையே இம்மாதிரியான வணிக சுற்றுலாவைக் கவரும் நிகழ்ச்சிகளாகும். உறவினர் வீடுகளுக்கும் நண்பர்களின் வீடுகளுக்கும் செல்லும் பயணிகளே பொதுநலச் சுற்றுலாப் பயணிகளின் பிரிவில் சேர்வர். இவர்கள் அதிகநாள் தங்கினாலும் ஹோட்டல் போன்ற விடுதிகளில் தங்குவதில்லை. நண்பர்களின் வீடுகளிலேயே தங்குவர்.இவ்வாறு சுற்றுலா சந்தையானது பல பிரிவுகளாக பிரிக்கப்பட்டுள்ளது.

சுற்றுலா சந்தை இயலின் சிறப்புத்தன்மைகள்

இருபதாம் நூற்றாண்டின் ஆரம்பத்தில் ஜெட் விமானங்கள் கண்டுபிடிப்பதற்குப் பிறகு சுற்றுலா வேகமாக வளர்ச்சியடைய ஆரம்பித்தது. அதுவும் இருபதாம் நூற்றாண்டின் பிற்பகுதியில்தான் சுற்றுலா பொருளை விற்பதற்கான சந்தைமுறை மூலமே வாடிக்கையாளர்களின் தேவையைக் கண்டறிந்து பின் அந்த தேவைகளை திருப்தி செய்வதன் மூலம் புதிய வாடிக்கையாளர்களை உருவாக்க முடிகிறது. எனவே சுற்றுலாவில் சந்தைப்படுத்துதலின் முக்கிய நோக்கம் வாடிக்கையாளர்களை ஒரு சுற்றுலா மையத்தின்பால் கவர்தலும், வரத்தூண்டுதலுமே ஆகும். எனவேதான் வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளை மதிப்பிட்டு அந்த தேவைகளின் அடிப்படையில் அவர்களுக்கான வசதிகளையும், சேவைகளையும் அதிகரித்துக் கொள்வதிலிருந்துதான் சுற்றுலா சந்தை இயலே தொடங்குகிறது.

சுற்றுலா சந்தை இயலின் சிறப்புக் கூறுகள்

1. சுற்றுலா என்பது ஒரு வடிவமற்ற பொருளாகும். அதனை ஒருவரிடமிருந்து மற்றவருக்கு மாற்றிக் கொடுக்க முடியாது.
2. சுற்றுலா சேவையின் உற்பத்தியும் நுகர்வும் ஒன்றோடொன்று தொடர்புடையது. வாடிக்கையாளர் இருந்தால்தான் உற்பத்தியே நடைமுறைக்கு வருகிறது.

3. சுற்றுலா பொருளானது பல உற்பத்தியாளர்களால் ஒன்று சேர்க்கப்படுவதேயாகும். அதாவது சுற்றுலா பொருளானது ஒரு விமானத்திலுள்ள இருக்கையோ, விடுதியிலுள்ள தங்கும் அறையோ, ரயில் இருக்கையோ, சுற்றுலா மையமோ அல்ல. இவை அனைத்தும் சேர்ந்ததே சுற்றுலா பொருளாகும்.
4. சுற்றுலா பொருளுக்கான தேவையானது நிலையற்றது. காலநிலை, பொருளாதாரம், அரசியல் நிலை ஆகியவை சுற்றுலாவுக்கான தேவைகளைப் பாதிக்கும் காரணிகளாகும். நிலையற்ற அரசியல் நிலை பொருளாதார சீர்கேடு தேவையை வெகுவாகப் பாதிக்கின்றன.
5. சுற்றுலா பொருளில் இடைத்தரக்களின் பங்கு மேலோங்கியுள்ளது. பயண ஏற்பாடு செய்பவர்கள், முன்பதிவு செய்து கொடுப்பவர்கள், பயண முகவர்கள், வழிகாட்டிகள் ஆகியோர்கள் சுற்றுலா சந்தையில் முக்கிய இடம் வகிக்கிறார்கள். சுற்றுலா மேம்பாட்டுக்கான திட்டங்கள் தீட்டுவதிலும், கொள்கைகள் வகுப்பதிலும், சேவை முறைகளை நிர்ணயிப்பதிலும் இந்த இடைத்தரகர்கள் மிக முக்கிய பங்காற்றுகிறார்கள்.
6. சுற்றுலா பொருளை நுகர்வதற்கு பல வகைப்பட்ட செயலூக்கங்கள் செயல்படுகின்றன.

சுற்றுலா வழிகாட்டிகள்

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

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, 5 பேருக்கு ஜப்பான் மொழி, 4 பேருக்கு இத்தாலியமொழி, இரண்டு பேருக்கு ரஷ்யன், இரண்டு பேருக்கு ஸ்பானிஷ், ஒருவருக்கு அராபிக் மொழி பேசத் தெரியும்.

சுற்றுலா வழிகாட்டிகளுக்குத் தேவையான பண்புகள்

சுற்றுலா வழிகாட்டிகள் அவர்களுக்கென்று அளிக்கப்படும் தனிப்பயிற்சி பெற்று அரசின் அங்கீகாரம் பெற்ற வழிகாட்டியாக இருக்க வேண்டும். வழிக்காட்டிக்குரிய உரிமமும் பெற்றிருக்கவேண்டும். அப்போதுதான் அவர் பயணிகளுக்கு உண்மையான வழிகாட்டியாக செயல்பட முடியும். ஒரு நல்ல வழிகாட்டியாக திகழ ஒருவர் கீழ்க்கண்ட பண்புகளைப் பெற்றிருக்கவேண்டும்.

1) சுற்றுலா மையங்களைப் பற்றி பூரண அறிவு

வழிகாட்டிகளுக்கு சுற்றுலா மையங்களைப்பற்றிய எல்லா தகவல்களும் தெரிந்திருக்க வேண்டும். பயணம் செல்ல இருக்கின்ற சுற்றுலா மையத்தில் 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, அரண்மனைக்கட்டப்பட்டகாலம், திப்புசுல்தானுக்கும் ஆங்கிலேயர்களுக்கும் இடையே நடைபெற்ற போர்கள், திப்புசுல்தான் கொல்லப்பட்டது போன்ற அனைத்து விபரங்களையும் தெரிவிக்க முடியும். பயணிகள் தாங்கள் செல்லும் இடங்களின் முக்கியத்துவத்தைக் கேட்டு மகிழ்ச்சியடைவர்.

2) இனிய பேச்சுத்திறன்

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 பேசக்கூடாது. பயணிகளின் மனநிலை அறிந்து பேசவேண்டும். வேகமாக பேசாமல் நிதானமாகப் பேசவேண்டும். கோவில்களைப் பற்றியும், சிற்பங்கள், ஓவியங்களைப் பற்றியும் பேசும் போது உயர்வான நல்லமொழி நடையில் பேசவேண்டும். உணர்ச்சிவசப்பட்டு பேசக்கூடாது. பயணிகளுக்கு சொல்லப்படும் அறிவிப்புகளும் அறிவுரைகளும் கூட இனிமையான வேண்டுகோளாக இருக்க வேண்டும். மேலும் நகைச்சுவையுடன் பேசினால் பயணிகள் சந்தோஷமடைவர்.

3) நல்ல தோற்றம்

வழிகாட்டி நல்ல தோற்றப் பொலிவுடன் இருக்க வேண்டும். வழிகாட்டி முதலாவதாக நல்ல உடல் நலம் உள்ளவராக இருக்கவேண்டும். அப்போதுதான் களைப்படையாமல் பயணிகளை நீண்டதூரம் கூட்டிச்செல்ல முடியும். கிடைக்கிற 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 இருந்தார் கவர்ச்சியாக உடை அணியலாம். ஆனால் ஆபாசமாக உடை அணிதல் கூடாது. அதேநேரம் நமது பண்பாட்டை வெளிப்படுத்தும் விதமாக உடையணியவேண்டும்.

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

4) குரல்வளம்

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

5) நினைவாற்றல்

சுற்றுலா வழிகாட்டிக்கு நல்ல நினைவாற்றல் இருக்கவேண்டும். 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 சொல்லிவிடக்கூடாது. மேலும் ஒரு இடத்தைப் பற்றி விளக்கிக் கூறும்போது அதோடு தொடர்புடைய பல இடங்களையும் ஞாபகமாக கூறினால் பயணிகள் மனமகிழ்ச்சியடைவர். இது வழிகாட்டிகளைப் பற்றிய நல்லெண்ணத்தைப் பயணிகளிடத்தில் ஏற்படுத்தும். சொல்லக்கூடியவைகளை முறையாகவும், தெளிவாகவும், வரிசைக்கிரமாகவும், ஒரு சிறு செய்தியைக்கூட விட்டுவிடாமலும் சொல்ல வேண்டும். அதே நேரம் ஒன்றுக்கென்று தொடர்பில்லாத செய்திகளைச சொல்லிவிடக் கூடாது. எனவே சுற்றுலா வழிகாட்டி நல்ல நினைவாற்றல் கொண்டவராக இருக்கவேண்டும்.

6) பன்மொழிப் புலமை

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. அப்போதுதான் சுற்றலா பயணிகளின் விருப்பங்களையும், தேவைகளையும் நிறைவேற்ற முடியும். மேலும் பிற வெளிநாட்டு மொழிகளான பிரெஞ்சு, ஜெர்மன், ரஷ்யன் மற்றும் ஜப்பானிய மொழிகளையும் தெரிந்தவராக இல்லாவிட்டாலும், அந்த மொழிகளில் உரையாட மட்டுமாவது அல்லது முக்கியமான சொற்களுக்கு அர்த்தம் தெரிந்து வைத்திருந்தாலாவது போதும். அயல் நாட்டினருக்கு அவர்களது மொழியில் பேசுவது நிச்சயமாக சந்தோஷத்தை அளிக்கும்.

7) பல்துறை அறிவு

சுற்றுலா வழிகாட்டிற்கு நல்ல தோற்றமும், குரல் வளமும், மொழித் திறனும் மட்டும் இருந்தால் போதாது. இலக்கியம், வரலாறு, புவியியல், கட்டிடக்கலை, சிற்பக்கலை, ஓவியக்கலை, உளவியல், அறிவியல், நாட்டுப்புறக்கலைகள் போன்றவற்றிலும் ஓரளவு புலமை இருக்கவேண்டும். கட்டிடக்கலையும், சிற்பக்கலை வளர்ச்சியும் பற்றித் தெரியாத ஒரு வழிகாட்டி தமிழ்நாட்டுக் கோவில்களைப் பற்றி பயணிகளுக்கு விளக்கிக் கூறமுடியாது. மிருக்காட்சி 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 பெற்றுக்கொள்கின்றனர்.

அலகு-4

பன்னாட்டுப் பலவகைப் பயணிகள்

கிறித்து பிறப்பதற்கு முன்பே தமிழர் சுமேரியா, கீரிசு, உரோமம், எகிப்து, சீனம், பாலத்தீனம், மெசபொடேமியா, பாபிலோனியா போன்ற நாடுகளுடன் வாணிகத் தொடர்பு கொண்டுள்ளனர். யூதர்களின் தலைவர் மோசசு, தாம் நடத்திய வழிபாட்டில் தமிழகத்து ஏலக்காயைப் பயன்படுத்தியுள்ளார். அக்காலம் கி.மு. 1490 என்பவர். சுமோரியாவிலுள்ள சந்திரன் கோயில் சிதைவுகளில் சேர நாட்டுத் தேக்கு மரத்துண்டுகள் காணப்பெறுகின்றன. "அரேபிய, கிரேக்கக் கப்பல்கள் முசிறியில் நிறைந்திருந்ததாகப் பெரிப்புளுக கூறுகின்றது.

பண்டைத் தமிழர் சமயத்தின் பொருட்டும் பயணம் செய்துள்ளனர். குடமலை நாட்டிலுள்ள மாங்காட்டு மறையோன் திருவரங்கம், திருவேங்கடம் ஆகிய இடங்களில் உள்ள திருமாலை வணங்குவதற்காகச் சென்றான்.

"இந்திர கோடணை விழாவணி விரும்பி

வந்து நாண்குறூஉ மணிமேகலா தெய்வம்

பதியகத் துறையுமோர் பைந்தொடி யாகி"

இந்திர விழாவைக் காண விரும்பிய மணிமேகலா தெய்வம் பூம்புகாரில் இருக்கின்ற ஒரு பெண் வடிவத்துடன் வந்தது என்று சீத்தலைச் சாத்தனார் கூறுகிறார்.

"மாருத வேகனென் பானோர் விஞ்சையன்

திருவிழை மூதூர் தேவர்கோற் கெடுத்த

பெருவிழாக் காணும் பெற்றியன் வருவோன்

தாரன் மாலையன் ரமனியப் பூணினன்

பாரோர் காணாப் பலர்தொழு படிமையன்."

மாருதவேகன் என்னும் ஒரு வித்தியாதரன் திருமகளும் விரும்பும் காவிரிப்பூம்பட்டினம் இந்திரனுக்குச் செய்யலுற்ற பெரிய விழாவினைக் காணும் நினைவுடன் வருகின்றவனாகிய பூமாலையை யுடையவனும், மணிமாலையை யுடையவனும், பொற்பூணினை யுடையவனும், பூமியிலுள்ளோர் காணலாகாத பலரும் தொழும் தெய்வ வடிவினை யுடையவன் என்றும் சீத்தலைச் சாத்தனார் பகருகின்றார். சங்ககால மக்கள் இவ்விரு காரணங்களுக்காக வெளியிடங்களுக்குச் சென்று

வந்துள்ளனர். சங்க காலப் பயணிகள் எழுதி வைத்த குறிப்புகள் கிடைக்கவில்லை. இனி உலகப் பயணிகளைப் பற்றிக் காணலாம்.

தாலமி

தாலமி யவன நாட்டைச் சார்ந்தவர். அவர் கி.பி. 2-ம் நூற்றாண்டில் எகிப்தில் பிறந்தார். எகிப்தில் துறைமுகப்பட்டினமாக உள்ள அலெக்சாந்திரியாவில் நெடுங்காலம் வாழ்ந்தவர். எட்டுத் தொகுதிகளை உடைய உலக நூலையும், நிலவியலுக்கு வழிகாட்டி என்னும் நூலையும் எழுதியுள்ளார். அவர் ஒரு வான நூலறிஞர். பூம்புகாரைத் தாலமி கபேரிஸ் என்று வழங்குகிறார். தமது நூலில் காவிரிப் பூம்பட்டினத்தையும், காவிரியாற்றையும் குறிப்பிட்டு உள்ளார்.

பிளினி

பிளினி இத்தாலி நாட்டிலே வெரோன் நகரிலே கி.பி. 23-ல் பிறந்தார். திபேர் ஆட்சிக் காலத்தில் வாழ்ந்தவர். ஸ்பெயினில் அரசிறைக் காவலராகப் பணியாற்றியவர். மிசோன் மேட்டு முனையின் கப்பல் பகுதித் தலைவராய் இருந்து கடல் பயணத்தில் அனுபவம் உள்ளவர். வெசூவியஸ் எரிமலைக்காட்சியை நேரில் பார்க்கச் சென்றவர் எரிமலையின் நச்சுப்புகையைச் சுவாதித்து இறந்தார். அப்பொது அவருக்கு வயது 56. பிளினி ஏறத்தாழ கி.பி. 75-ம் ஆண்டில் ‘இயற்கை வரலாறு (17 தொகுதிகள்)’ என்னும் நூலை இயற்றினார்.

தமக்கு முன் வாழ்ந்த ஆசிரியர்களது நூல்களின் வாயிலாக அவர் இந்தியாவைப் பற்றிய செய்திகளைத் பற்றியும், அதன் விளைவாக மிகுதியான தங்கம் உரோமிலிருந்துப் பற்றியும், அதன் விளைவாக மிகுதியான தங்கம் உரோமிலிருந்து வெளியேறியதைப் பற்றியும், அவர் எழுதிவைத்துள்ள குறிப்புகள், அவர் இயற்கை வரலாற்றை எழுதிய காலத்தில் உரோமில் தான் நேரில் கண்ட நிலைமையைக் குறிப்பதாகக் கொள்ளலாம் என்று பேராசிரியர் கே.ஏ.நீலகண்ட சாஸ்திரியார் குறிப்பிட்டுள்ளார்.

மார்க்கோ போலோ

மார்க்கோ போலோ இத்தாலி நாட்டிலே வெனிஸ் நகரிலே கி.பி. 1254 இல் பிறந்தார். தந்தையின் பெயர் நிக்கோலோ போலோ. சிற்றப்பன் பெயர் மாப்பிலோ போலோ. அவருடைய அன்னை இறந்து விட்டதால் அவரும் அவருடைய தந்தையும் 1271-ல் வழிப்பயணம் மேற்கொண்டனர். அவர்கள் வெனீசியக் குடும்பத்தைச் சார்ந்த வணிகர்கள். அவர்கள் இருவரும் மங்கோலியாவிலும், சீனத்திலும் பல ஆண்டுகள் தங்கியிருந்தனர். சீனாவில் 17 ஆண்டுகள் தங்கியிருக்கும் பொழுது குப்ளாய்கானின்

பேரவையில் 1277-ல் அரசியல் அலுவலராக நியமிக்கப்பெற்றார். பின்னர் ஒரு பெரும் நகரத்திற்கு ஆளுநராக நியமிக்கப்பெற்றார்.

அவர் எழுதிய நூலின் பெயர்‘பயணங்கள்’(வழிச்செலவு) என்பதாகும். அந்நூலில் அவரது பயணத்தைப் பற்றிய முறையான வருணனையைக் காண முடியவில்லை. அவர்கள் செல்லும் வழியில் நிகழ்ந்த சுவையான பகுதிகளைப் பற்றிய குறிப்புகள் காணப்பெறுகின்றன. அவர் தமது வீரச் செயலை விளக்க அந்நூலை எழுதவில்லை. அவர் காலத்தில் வாழ்ந்த ஐரோப்பியர்கள் அறியாத, அறியவேண்டிய செய்திகளைத் தேர்ந்தெடுத்து எழுதினார். அது பூகோள நோக்கில் அமைந்துள்ளது. மார்க்கோ போலோவைப் புகழ்வதுபோல அமையவில்லை. மக்களுக்கு மகிழ்ச்சியூட்டுவதைக் காட்டிலும் அறிவூட்டுவதே அவருடைய குறிக்கோளாக இருந்தது இருப்பினும் அவர் சுவையுடன் கூறுவதால் மகிழ்ச்சியூட்டுகிறார்.

மெகஸ்தனிஸ்

யவன நாட்டவரான மெகஸ்தனில் ‘வரலாற்று நூல்’,‘உலகநூல்’ என்னும் இரண்டு நூல்களை எழுதியுள்ளார். சிரியா நாட்டுப் புரவலரான செலுக்கஸ் நிகாடோர் என்பவர் சார்பாகக் கி.மு. 311-ம் ஆண்டு அயல்நாட்டு அரசியல் தூதுவராக இந்தியா வந்து சில ஆண்டுகள் தங்கினார்.

மெகஸ்தனிஸ் எழுதிய குறிப்பே தென்னிந்தியாவைப் பற்றிய குறிப்புகளுள் முதலில் எழுதப்பட்ட குறிப்பாகும். அவர் பாண்டி நாட்டைப் பற்றி எழுதிய குறிப்பு கவர்ச்சியுடையது. அந்தக் குறிப்பில் உண்மையும் அப்பொழுது நிலவிய கட்டுக்கதைகளும் கலந்து காணப்பெறுகின்றன. “இந்திய மக்கள் மரத்தால் ஆன வீடுகளில் கிராமங்களில் வாழ்கிறார்கள். சில வீடுகள் நாணல், புல் முதலியவற்றாலும் கட்டப்பெற்றுள்ளன. கடலில் வாழும் ஆமை ஓடுகளை வீட்டுக் கூரைகளாகப் பயன்படுத்துகின்றனர். ஒவ்வொரு ஓடும் 15 முழ நீளமுள்ளது. இங்குள்ள தென்னந்தோப்புகளில் தென்னை மரங்கள் வரிசையாகவும் ஒழுங்காகவும் வளர்க்கப் பெற்றுள்ளன. இங்குள்ள யானைகளைப் பிடித்துக் கலிங்க நாட்டு மன்னனுக்கு விற்கின்றனர். கடற்கரையில் வாழும் பரதவர் மீன் பிடிப்பதிலும் விலங்குகளை வேட்டையாடுவதிலும் வல்லவர். இங்குள்ள மீன்கள் சிலவற்றிற்குச் சிங்கத் தலையும், சிறுத்தைத் தலையும், ஆட்டுக்கிடாய்த் தலையும் இருக்கின்றன. சில மீன்கள் சாட்டிரின் (குதிரைக்காது வால், மனித வடிவு) உருவைப் பெற்றுள்ளன. சில மீன்கள் பெண்களைப்போல இருக்கின்றன. ஆனால் அவற்றிற்குத் தலைமயிர் இல்லை. அதற்குப் பதிலாகப் பொடிமுன் கற்றைகள் இருக்கின்றன. கடலில் திமிங்கிலங்களும், கடற் பன்றிகளும் காணப்பெற்றன என்று குறிப்பிட்டுள்ளார்.

ஸ்ட்ராபோ

ஸ்ட்ராபோ சற்றேறக்குறைய 2000 ஆண்டுகட்கு முன்னர்ச் சிற்றாசியாவிலே ஆர்மேனிய நாட்டுக்கு அண்மையில் பிறந்தார். பழைய பெருநிலப் பிரிவுகளைச் சுற்றிப் பார்த்து 17 தொகுதிகளாலான 'உலக நூல்' ஒன்றை வெளியிட்டுள்ளார்.

தம்முடைய காலத்தில் வாழ்ந்த உரோமனியர்கள் இந்தியாவைப் பற்றித் தங்களுடைய முன்னோர்களைக் காட்டிலும் மிகுதியான செய்திகளை அறிந்திருந்தார்கள் என்று ஸ்ட்ராபோ எழுதி வைத்துள்ளார். இந்திய வாணிகத்தில் ஈடுபட்ட உரோமனியர்கள் ஏடன் செங்கடல் வழியையே மிகவும் விரும்பினார்கள். ஆனால் அந்த வழியை ரோமானியப் பேரரசின் அதிகாரத்திற்குள் கொண்டு வருவதற்காகக் காலிஸ் என்னும் தளபதியின் தலைமையில் கி.மு. 25 ஆம் ஆண்டில் அகஸ்டஸ் ஒரு கடற்படையை அனுப்பினார். அந்தப் படையெடுப்பு வெற்றி பெற்றது. இந்தச் செய்தியையும் ஸ்ட்ராபோ எழுதி வைத்துள்ளார்.

பெரிப்ளூஸ்

பிளினியின் இயற்கை வரலாறு வெளிவந்த சில ஆண்டுகளுக்கு முன்னரோ பின்னரோ பெரிப்ளூஸ் என்னும் நூல் எழுதப் பெற்றிருக்கலாம். இந்தியாவின் மேற்குக் கடற்கரையில் இருந்த வாணிக மையங்களைப் பற்றியும் இந்தியாவைப் பற்றியும் எழுதப்பட்டுள்ள குறிப்புகள் திருத்தமாக உள்ளன.

"இந்தியாவில் பல ஆறுகள் இருக்கின்றன. வட இந்தியாவில் ஒயின், செம்பு, வெள்ளீயம்,ஈயம், பவளம், புட்பராகம், துணி, கச்சை, குங்குலியம், சக்கிமுக்கிக்கல், கண்ணாடி, அஞ்சனக்கல், நறுமணப்புயல், பொன், வெள்ளி நாணயங்கள் ஆகியவை இறக்குமதியாகின்றன. இங்கிருந்து எலுமிச்சை, யானைத் தந்தம், மணிக்கற்கள், பருத்தித் துணிகள், பட்டுத்துணி, நூல், மிளகு போன்றவை ஏற்றுமதியாகின்றன. தக்காணத்தில் சிறுத்தை, புலி, யானை, பெரும்பாம்பு, கழுதைப்புலி, பெருங்குரங்கு போன்ற மிருகங்கள் காணப்பெறுகின்றன" என்று குறிப்பிடப்பட்டுள்ளது.

பாகியான்

கி.பி. 5-ம் நூற்றாண்டைச் சார்ந்த பாகியான் இரண்டாம் சந்தரகுப்தர் காலத்தல் இந்தியாவிற்கு வந்துள்ளார். பாகியான் சீனநாட்டைச் சார்ந்தவர். பாகியான் புத்த புண்ணிய இடங்களை வழபடவும், புத்த நூல்களைத் திரட்டவும், புத்த சமயத்தைப் பற்றி அறிந்துகொள்ளவும் இந்தியாவிற்கு வந்தார் (கி.பி. 399 – 414). பாகியான் இரண்டாம் சந்தரகுப்தரின் அரசியல் திறமையைப் புகழ்ந்துள்ளார்.

பாகியான் தென்னிந்தியாவிற்கு வரவில்லை. அவர் தென்னிந்தியாவைப் பற்றியும், புறாமடாலயத்தைப் பற்றியும் (புத்த மடம்) எழுதி வைத்துள்ள குறிப்பு ‘ஓர் உயர்தர வம்பளைப்பு’ என்று கே.ஏ. நீலகண்ட சாஸ்திரி கூறுகிறார். இலங்கையில் தான் கண்ட அபயகிரி விகாரம், புனித மரம்(போதி மரம்), கருவூலம், சமயப்பிரச்சாரம், துறவிகளின் உணவு, திருப்பல் விழா, ஆருகதர் ஒருவரின் ஈமக்கடன் ஆகியவற்றைக் குறித்துள்ளார்.

யுவான் கவாங்

இந்தியாவுக்கு வந்த சீனப் பயணிகளுள் யுவான் சுவாங்கே (கி.பி. 625 – 645) முக்கியமானவர். பிற சீனப் பயணிகளைக் காட்டிலும் அவர் இந்தியாவில் அதிகமான இடங்களுக்குச் சென்றார். அவர் பிற துறவிகளைப் போல ஒதுங்கி வாழவில்லை. மற்றவர்களைப் போலவே அவரும் புத்தமத நூல்களைத் திரட்டி ஆராய்வதிலும், புகழ் பெற்ற புத்த விஹாரங்களைக் காண்பதையும் தம்முடைய அடிப்படை நோக்கமாகக் கொண்டிருந்தார்.

“அவருடைய சமயக்கோட்பாடு பரந்த மனப்பான்மையை அடிப்படையாய்க் கொண்டது. இயல்பாகவே அவர் சமரச நோக்குடையவர். அவருடைய பக்தி கடுநோன்பின் தன்மையைப் பெறவில்லை. அவரிடத்தில் போதுமான உற்று நோக்கும் ஆற்றல் இல்லை. பார்த்தவற்றை விழிப்புடன் அலசி ஆராயும் பயிற்சியும் இல்லை. தெரிந்து கொண்ட செய்திகளை உளநிறைவு தரும் முறையில் எழுதி வைக்கும் திறனும் இல்லை. அதனால் சொல்ல வேண்டிய செய்திகள் பலவற்றை அவர் சொல்லாமல் விட்டு விட்டார்” என்று வாட்டர்ஸ் கூறுகிறார்.

சங்கவர்மி

பாகியானுக்குப் பின்னர், தொடர்ந்து பல பௌத்தர்கள் தென்னிந்தியாவற்கும் சீனாவிற்கும் இடையில் பயணஞ் செய்வதற்குக் கடல் வழியையே தேர்ந்தெடுத்தனர். சங்கவர்மி என்னும் இலங்கைத் துறவி சீனாவுக்குக் கி.பி. 402-ம் ஆண்டில் போய்ச் சேர்ந்தார். அங்கு அவர் மகிசாசகவிநயம் என்னும் நூலைச் சீன மொழியில் பெயர்த்தெழுதினார்.

குணவர்மர்

குணவர்மர் சங்கவர்மியைக் காட்டிலும் புகழ் பெற்றவர். அவர் சாவாவில் புத்த சமயம் பரவுவதற்குப் பெரிதும் காரணராய் இருந்தார். சீனாவில் பௌத்தப் பெண் துறவிகளின் அமைப்பு ஒன்றை நிறுவினர். அந்த அமைப்பை நிறுவுவதற்கு அவர் இலங்கையிலிருந்து பெண் துறவிகள் சிலரைச் அவர் இலங்கையிலிருந்து பெண்

துறவிகள் சிலரைச் சீனாவுக்கு வரவழைத்தார். அவர்பல பௌத்த நூல்களைச் சீனமொழியில் பெயர்த்து எழுதினார். அவர் இலங்கை நாட்டினர். சங்கவர்மிக்குப் பின் சீனா சென்றவர்.

தருமகுப்தர்

அவர் குசராத்திலிருந்த லாட்டா நகரைச் சேர்ந்தவர். பௌத்த சமயத்தைச் சார்ந்தவர். அவர் கி.பி. 6 ஆம் நூற்றாண்டில் புத்த சமயத்தின் வளர்ச்சிக்குத் துணை புரிவதற்காகச் சீனா சென்றார். தருமகுப்தர் தம்முடைய சொந்த ஊரைவிட்டு வெளியேறி, முதலில் மைய இந்தியாவுக்குச் சென்று, பின்னர் சிறிது சிறிதாக நடந்து, கபிசர், படக்ஷன், காஷ்கார், டர்பான் முதலிய ஊர்களின் வழியாக ஏறத்தாழ கி.பி. 590 ஆண்டில் சீனத் தலைநகரையடைந்து அங்கேயே தங்கிவிட்டார். அங்கு அவர் இந்திய நூல்களைச் சீனமொழியில் பெயர்த்தெழுவதிலும், மேற்கு நாடுகளைப் பற்றிய குறிப்புகளை எழுவதிலும் தம் வாழ்நாளைச் செலவிட்டார்.

வச்சிரபோதி

வச்சிரபோதி தென்னிந்தியாவில் கி.பி. 661 ஆம் ஆண்டில் பிறந்தார். அவர் நாலந்தாவில் தமது 26 ஆம் வயது வரையில் கல்வி கற்றார். கி.பி. 689 இல் கபிலவாஸ்துக்குப் புனிதப் பயணஞ் செய்தார். அதன்பின் அவர் தென்னிந்தியாவிற்குத் திரும்பினார். அப்பொழுது அலோகிதேச்வரச் சமயக் கோட்பாட்டு முறைக்குத் தென்னிந்தியா மையமாய் இருந்தது.

பான்கூ

அவர் கி.பி. முதல் நூற்றாண்டில் வாழ்ந்தவர். அவர் ஒரு சீன எழுத்தாளர். அவர் எழுதிய நூலின் பெயர்'இட்சியன் ஹான்சூ' என்பதாகும். அவர் இந்தோசீனா, காஞ்சி போன்ற இடங்களுக்கும் சென்றுள்ளார். கி.மு. முதல் நூற்றாண்டிலிருந்தே தென்னிந்தியப் பண்டங்கள் கடல் வழியாகச் சீனாவிற்குச் சென்றன என்று கூறியுள்ளார்.

புதிய நாடுகளைக் கண்டுபிடித்தல்

உலகில் மத்திய கிழக்கு நாடுகளில் இசுலாமிய நாகரிகம் பரவியது. சீனாவில் கன்பூஷிய புத்தசமய நாகரிகம் இருந்தது. இந்தியா இந்து நாகரிகத்தின் தாயகமாக விளங்கியது. தென் அமெரிக்காவிலும் வட அமெரிக்காவிலும் மாயன் நாகரிகம் பரவியிருந்தது. ஆப்பிரிக்காவில் நீக்ரோ மக்களும், மத்திய ஆசியாவில் மங்கோல்யர்களும், பசிபிக் கடலின் தீவுக்கூட்டங்களில் பழங்குடி மக்களும் வாழ்ந்து வந்தனர்.

வாஸ்கோடகாமா

வாஸ்கோடகாமா போர்த்துக்கீசிய நாட்டைச் சேர்ந்தவர். அவர் இந்தியாவிற்குக் கடல் வழியைக் கண்டு பிடித்தவர் ஆவார். அவர் போர்த்துக்கல்லில் உள்ள துறைமுகப் பட்டினமான சைன்சிஸ் பிறந்தார். இந்தியாவின் செல்வத்தைப் பெற மேற்கு நாடுகளுக்கிடையே கடும் போட்டி நிலவியது. நன்னம்பிக்கை முனையைச் சுற்றிக் கொண்டு ஆப்பிரிக்காக் கிழக்குக் கடற்கரையிலிருந்து கிழக்கு முகமாகச் சென்று இந்தியாவின் மேற்குக் கடற்கரையில் உள்ள கள்ளிக்கோட்டைக்கு வந்து சேர்ந்தார். அவர் ஐரோப்பாவிலிருந்து தூரக் கிழக்கு நாடான இந்தியாவிற்குப் புதிய கடல்வழி கண்டுபிடித்ததன் நினைவாகச் சலவைக் கற்றூண் ஒன்றை அங்கு நாட்டினார்.

அப்பொழுது கள்ளிக்கோட்டையில் ஜாமரின் மன்னர் ஆண்டு வந்தார். ஜாமனின் மன்னர் கடற்படை பலம் பெற்றவர். வாஸ்கோடகாமா அவரிடம் வாணிகம் செய்ய அனுமதி வேண்டினார். மன்னர் அதற்கு இசைந்தார். வாஸ்கோடகாமா வாணிகத்திற்குச் சுங்கவரி செலுத்த மறுத்தார். அதனால் பல இடையூறுகளுக்கு ஆளானார். மூர்கள் வாணிகத் துறையில் பெற்றிருந்த செல்வாக்கும் அதிகாரமும் வாஸ்கோடகாமாவுக்குப் பொறாமையைக் கிளறிவிட்டன. மூர்களை எதிரிகளாகக் கருதினார்.

கொலம்பசு

கொலம்பசு கி.பி. 1451 ஆம் ஆண்டில் இத்தாலியில் உள்ள ஜெனோவா நகரில் வணிகர் ஒருவரின் மகனாகப் பிறந்தார். அவருடைய பெற்றோர்கள் கம்பள நெசவுத் தொழிலில் ஈடுபட்டிருந்தனர். பணக்காரர்களின் தெய்வமான கிறிஸ்தோபரின் பெயர் அவருக்கு இடப்பெற்றது. கொலம்பசு இளமையில் இலத்தீன் மொழியையும் புவியியலையும் படித்தார். சிறு கப்பல்களை ஓட்டிப் பழகினார். பாவியாப் பல்கலைக்கழகத்தில் கணிதம் பயின்றார். அறிவியல், புவியியல், நீர்வழிச்செலவு போன்றவற்றில் அதிகமான ஈடுபாடு கொண்டார். உலகம் உருண்டையானது என்னும் எண்ணம் கொண்ட கொலம்பஸ் கீழ்த்திசை நாடுகளை மேற்றிசை வழியாகச் சென்றடையலாம் என எண்ணினார்.

கி.பி. 1485-ல் கொலம்பஸ் ஸ்பெயினுக்குச் சென்று பெர்டினாண்ட் அரசனிடமும் அரசி இசபெல்லாவிடமும் உதவி கேட்டார். அச்சமயத்தில் அரசன் மூர்களையும் முஸ்லிம்களையும் அடக்கும் பணியில் ஈடுபட்டிருந்தார். எனவே அவரால் உதவி செய்ய முடியவில்லை. இறுதியில் அரசி இசபெல்லா தம் விலையுயர்ந்த நகைகளை விற்றுக் கொலம்பசுக்கு உதவ முன்வந்தார். கி.பி. 1492-ம் ஆண்டு ஏப்ரல் திங்களில் ஓர் ஒப்பந்தத்தில் கையொப்பமிட்டார்.

பெர்டினாண்ட் மெகல்லன்

போர்த்துக்கீசிய மாலுமியான மெகல்லன் உலகைச் சுற்றி வந்த முதல் பயணி ஆவார். இந்தியாவிலும் ஆப்பரிக்காவிலும் முகம்மதியர்களின் ஆதிக்கத்தை ஒழிக்கப் பாடுபட்டார். பசிபிக்கடல் அமைதியாக இருந்ததால் அக்கடலை 'அமைதிக்கடல்' என அழைத்தார்.

அவருடைய கப்பல்களில் ஒன்றான விக்டோரியா, மொலுக்கஸ், போர்னியா தீவுகள் வழியாக இந்துமாக் கடலை அடைந்து, பிறகு ஆப்பிரிக்காவைச் சுற்றிக்கொண்டு இறுதியாகச் செப்டம்பர் 1522-ல் செர்விலை அடைந்தது. அதுவே உலகைச் சுற்றிய முதல் கடல் பயணமாகும். கடல் பயண வரலாற்றில் அப்பயணம் சிறப்பு வாய்ந்ததாகும். ஸ்பெயின் நாட்டினர் மேற்குத்திசை வழியாக இந்தியாவுக்குப் புதிய வழி கண்டுபிடித்தனர்.

இபன் பதூதா

இபன் பதூதா முகம்மதிய மதத்தைச் சேர்ந்த மூர் இனத்தவர் ஆவார். ஓய்வின்றி ஆய்வுப் பயணங்களை மேற்கொண்டவர். அவர் கி.பி. 1300-ல் டாஞ்சியரில் பிறந்தார். அவர் தம்முடைய 22 ஆம் வயதில் சொந்த ஊரை விட்டுப் புறப்பட்டு அடுத்து 30 ஆண்டுக் காலம் ஓயாது பயணம் செய்து கொண்டே இருந்தார்.

இபன் பதூதா இந்தியாவில் நீண்டகாலம் தங்கியிருந்தார். இந்திய நாட்டின் இயற்கை வளங்கள், பயிர்த் தொழில், மக்களின் பழக்கவழக்கங்கள், ஆப்கானிய ஆட்சியில் அவர்களுடைய அரசியல், சமுதாய அமைப்புகள், வரலாறு போன்ற செய்திகளை எழுதி வைத்துள்ளார். இபன் பதூதா இந்தியாவில் இருந்த காலத்தில் முகம்மது துக்ளக் டில்லி சுல்தானாக இருந்தார். கி.பி. 1342-ல் முகம்மது துக்ளக் சீனாவுக்கு அனுப்பிய தூதுக்குழுவுடன் அவரும் சென்றார்.

பார்த்தலோமியோ டயசு

அவர் ஒரு போர்த்துக்கீசியக் கப்பல் தலைவர் ஆவார். அவர் நன்னம்பிக்கை முனையைக் கண்டு பிடித்தார். அவர் போர்த்துக்கீசிய அரசர் இரண்டாம் ஜானின் உதவியுடன் பயணத்தை மேற்கொண்டார். அவர் கி.பி. 1478-ல் இலிசுபன் துறைமுகத்திலிருந்து இரண்டு கப்பல்களுடன் புறப்பட்டார். ஆப்பிரிக்கக் கடற்கரைகளைக் காண்பதும் இநதியாவிற்குப் புதுவழி காண்பதும் அவருடைய பயண நோக்கமாகும். அவர் 3-2-1488 இல் மோசல் வளைகுடாவை அடைந்தார். பின் நன்னம்பிக்கை முனையை அடைந்து அங்கொரு தூணை நிறுவி அதில் 'புயல்முனை' என்று எழுதினார். பின்னர் அது 'நன்னம்பிக்கை முனை' என்று இரண்டாம் ஜானினால்

வழங்கப் பெற்றது. அவர் பிரேசில் கடற்கரையிலிருந்து திரும்பும்பொழுது சூறைக்காற்றில் அகப்பட்டு, கி.பி. 1500 இல் மாண்டார்.

சுற்றுலா பயணிகள் பற்றிய புள்ளி விவரங்கள்

இந்தியாவிற்கு வரும் சுற்றுலாப் பயணிகளின் எண்ணிக்கை ஆண்டுக்கு ஆண்டு அதிகரித்து வருகிறது. வெளிநாட்டுப் பயணிகள் இந்தியாவிற்கு வருவதால் இந்திய நாட்டிற்கு மிகுதியான வருமானம் கிடைக்கிறது. 1988ஆம் ஆண்டில் இந்தியாவிற்கு 11,39,992 வெளிநாட்டுச் சுற்றுலாப் பயணிகள் வந்துள்ளார். வங்காளதேசம், பாகிஸ்தான் நாட்டுப் பயணிகள் இவ்வெண்ணிக்கைக்குள் அடங்கமாட்டார்கள். 1989 ஆம் ஆண்டில் 13,35,392 சுற்றுலாப் பயணிகள் இந்தியாவிற்கு வந்துள்ளனர். 1987-1988 ஆம் ஆண்டில் 1890 கோடி ரூபாயும், 1988-1989 ஆம் ஆண்டில் 2100 கோடி ரூபாயும் வருமானம் கிடைத்துள்ளது. 1990-1991 ஆம் ஆண்டில் 2400 கோடி ரூபாய் வருமானம் கிடைக்கும் என எதிர்பார்க்கப்படுகிறது.

இன்று சுற்றுலா மக்களின் தேவைகளில் ஒன்றாக மாறிவிட்டது. மிகுதியான ஓய்வு, மக்களின் வாழ்க்கைத் தரம், போக்குவரவு, விரைவான செய்தித் தொடர்புக் கருவிகள், மக்களின் செலவழிக்கும் திறன் போன்றவை சுற்றுலாவை மிகுதிப்படுத்தியுள்ள. உளவியல், சமுதாயவியல், பொருளியல் போன்றவற்றின் அடிப்படையில் சுற்றலா செல்லும் நிலை இன்று உலகில் ஏற்பட்டு உள்ளது. சுற்றுலாவினால் பொருளாதார ஊதியம் கிடைக்கிறது. இன்று ஐரோப்பாவிற்கும், வடஅமெரிக்காவிற்கும் மிகுதியான பயணிகள் செல்கின்றனர். அதனால் அவ்விரு நாடுகளும் மிகுதியான ஊதியம் பெறுகின்றன. வளர்ந்து வரும் நாடுகளும் சுற்றுலாத் துறையில் மிகுதியான ஆர்வம் காட்டுவதால் அவையும் இலாபம் பெறுகின்றன. தொடக்கத்தில் பணக்காரர்களே சுற்றுலாச் சென்றனர். தொழிலாளர் சட்டத்திற்குப் பின் ஒவ்வோர் ஆண்டும் 300 மில்லியன் தொழிலாளர்கள் உலகச் சுற்றுப்பயணம் மேற்கொள்கின்றனர். எனவே உலகச் சுற்றுலாப் பயணிகளைப் பற்றிப் புள்ளி விவரம் சேகரிப்பது மிகவும் தேவையான ஒன்றாகும். பொருளாதார, சமூகத் துறைகளுடன் சுற்றுலாத் துறை கொண்டுள்ள உறவை அறிந்து கொள்ளவும், ஆண்டுக்கு ஆண்டு எண்ணிக்கையில் வேறுபடும் சுற்றுலாப் பயணிகளை ஒப்பிட்டுப் பார்க்கவும் புள்ளி விவரங்கள் உதவும்.

சுற்றுலாவை அளத்தல்

சுற்றுலாவை முறையாக அளக்கின்ற முறை அண்மையில் ஏற்பட்டதாகும். இருபதாம் நூற்றாண்டின் தொடக்கத்தில் கணிசமான சுற்றுலாப் பயணிகள் சுற்றுப் பயணம் மேற்கொண்டதால், சுற்றுலாவை அளக்கின்ற தேவை ஏற்பட்டது. சுற்றுலாப்

பயணிகளை அளப்பதற்கு மெக்வின் என்பவர் மூன்று வழிகளைக் கூறியுள்ளார்: 1.பயணிகள் ஒரு நாட்டின் எல்லையைக் கடக்கும்பொழுது, 2.பணம் மாற்றும்பொழுது, 3.ஏதேனும் ஓரிடத்தில் தங்கும்பொழுது என்னும் மூன்று வகைகளில் வெளிநாட்டுப் பயணிகளைக் கணக்கெடுக்கலாம் என்று கூறியுள்ளார்.

இந்த மூன்று முறைகளும் தெளிவானவை அல்ல, ஒவ்வொன்றிலும் நிறைகுறைகள் உள்ளன. சுற்றுலாப் பற்றிய புள்ளி விவரங்களைச் சேகரிப்பவர்கள் சுற்றுலாப் பயணிகளின் வருகையைக் கணக்கெடுக்கின்றனர். ஒருவரே ஓர் ஆண்டில் ஒரு நாட்டிற்கு ஆறு தடைவ வந்திருந்தால் ஆறு பயணிகள் வந்ததாகக் கணக்கெடுக்கின்றனர். சில சமயங்களில் ஒரே பயணியை இருவராகக் கணக்கெடுக்கும் சூழ்நிலை ஏற்பட்டுள்ளது. பிரெஞ்சுக்காரர் ஒருவர் தம் ஊர்தியில் போர்த்துக்கல்லுக்கு ஸ்பெயின் வழியாகப் பயணம் செய்கிறார் என்று வைத்துக் கொள்வோம். அவர் போர்த்துக்கல்லுக்குப் போகும்பொழுது ஒரு தடவையும், பிரான்சுக்குத் திரும்பும் பொழுது ஒரு தடவையும் என இரண்டுமுறை எண்ணப்படுகிறார். அதாவது அவர் ஸ்பெயின் நாட்டுக்கு இருமுறை வந்ததாகக் கணக்கெடுக்கப்படுகிறார்.

பயணிகள் நாட்டைக் கடக்கும்பொழுது எடுக்கும் எண்ணிக்கைக்கும் விடுதியில் தங்கியிருப்பவர் எண்ணிக்கைக்கும் மிகுந்த வேறுபாடுகள் உள்ளன. சான்றாக, கி.பி. 1971-ல் 19,62,600 பேர் போர்த்துக்கல் நாட்டின் எல்லையைக் கடந்து சென்றுள்ளனர். அந்த ஆண்டில் 12,87,600 பேர் விடுதியில் தங்கியுள்ளனர். பகல் சுற்றுலாப் பயணிகளும், கப்பல் பயணிகளும் அவ்வேறுபாட்டிற்குக் காரணம் ஆவர். விடுதியில் தங்கியவர்களைக் கணக்கெடுக்கும் பொழுது ஒருவரே இரண்டு விடுதிகளில் தங்கியிருக்கலாம். அச்சமயங்களில் சரியான புள்ளி விவரங்கள் கிடைக்காமல் போகும். சில சமயங்களில் சுற்றுலாப் பயணிக்கும் வணிகருக்கும் உள்ள வேறுபாடு தெரியாமல் போகும் ஓர் அயல்நாட்டுச் சுற்றுலாப் பயணியுடன் உள்நாட்டுக்காரரும வந்திருக்கலாம். அவை எல்லாம் சுற்றுலாவை அளப்பதற்குத் தடைக் கற்களாக உள்ளன.

அளக்கும் முறைகள்

பயணிகள் ஒரு நாட்டிற்குள் நுழைவதைக் கடவுச்சீட்டு, தங்கும் உரிமை, கப்பலிலிருந்து தரையில் இறங்குதல் போன்ற முறைகளினாலோ, விடுதியில் முன்பதிவு செய்வதைக் கொண்டோ, பயணிகள் காசோலையை மாற்றும் பொழுதோ உள்ள எண்ணிக்கையைக் கொண்டு கணிக்கலாம். அவை நிருவாகத்தின் துணைப்பயனால் ஏற்படுவதாகும். அப்புள்ளி விவரம் சரியானதாக இருக்கும். அப்புள்ளி விவரத்தினால் பயணிகளைப் பற்றிய சமூகப் பொருளாதார நிலையைத் தெரிந்து கொள்ளமுடியாது.

இரண்டாவது முறை மாதிரி அளவாய்வு முறையாகும். சுற்றுலாப் பயணி நாட்டிற்குள் வரும்பொழுதும் நாட்டை விட்டுப்புறப்படும் பொழுதும் வினா வரிசை கொடுத்து நிரப்பித் தரச் சொல்லலாம். அம்முறையினால் சுற்றுலாப் பயணிகளை நேரில் சந்திக்க முடிகிறது. அவர்களைப் பற்றிய முழுமையான செய்திகளை அறிந்துகொள்ள முடிகிறது.

இங்கிலாந்தில் வணிக வாரியம் உலகப் பயணிகளின் அளவாய்வை மேற்கொண்டது. பயணிகளுள் சிலரை வானூர்தி நிலையங்களில் அல்லது துறைமுகங்களில் பேட்டி கண்டு செய்திகள் சேகரித்தது. ஆண்டு முழுவதும் அளவாய்வு மேற்கொண்டு பயணிகளிடமிருந்து மிகுதியான செய்திகளைச் சேகரித்தது. 1951-ல் இங்கிலாந்து தேசிய சுற்றுலா அளவாய்வகம் சுற்றுலா முடித்து வீட்டிற்குச் சென்ற பயணிகளுக்கு வினாப் பட்டியலை அனுப்பிச் செய்திகளைச் சேகரித்தது. அவ்வகையில் சேகரிக்கப்பட்ட செய்திகள் சுற்றுலாத்துறை பற்றிய சில உண்மைகளை வெளிக்கொணர்ந்தன. பிரிட்டிஷ் சுற்றுலாக் கழகமும் தனிப்பட்ட முறையில் அளவாய்வு நடத்தியது.

ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்தில் ஒரு குறிப்பிட்ட சுற்றுலா மையத்திற்கு எத்தனை சுற்றுலாப் பயணிகள் வந்துள்ளனர்? என்ற கணக்கெடுப்பும் மேற்கொள்ளப்பட்டது. ஒரு குறிப்பிட்ட காலம் என்பது ஒரு மாதம், ஆறு மாதங்கள் அல்லது ஓராண்டாகவும் இருக்கலாம். சில நாடுகள் ஓர் ஆண்டைக் குறிப்பிட்ட காலமாக வைத்துள்ளன. ஒரு குறிப்பிட்ட இடத்திற்கு எத்தனை சுற்றுலாப் பயணிகள் வந்தனர்? என்று கணக்கெடுக்காமல், எத்தனை சுற்றுலாப் குழுக்கள் வந்தன? என்ற கணக்கெடுப்பும் மேற்கொள்ளப்பட்டது. தனி நபர் கணக்கில் ஒருவரே ஒரே ஆண்டில் பல தடவைகள் அவ்விடத்திற்கு வந்திருக்ககூடும். எனவே கண்கெடுப்பில் சிக்கல்கள் ஏற்படும்.

தங்கும் நாட்களைக் கொண்டும் கணக்கெடுப்பு நடைபெறுவதுண்டு. ஒரு சுற்றுலாப் பயணி ஒரு குறிப்பிட்ட சுற்றுலா மையத்தில் எத்தனை நாட்கள் தங்கியிருந்தார் என்றும் கணக்கெடுப்பது உண்டு. அவர் தங்கிய நாட்களின் சராசரியைக் கணக்கில் கொள்வர். 1979-ல் இந்தியாவில் வெளிநாட்டுப் பயணிகள் 25.6 நாட்கள் தங்கியுள்ளனர். வெளிநாட்டுக்காரர்கள் தங்கியிருந்த நாட்களையும், அந்த வட்டாரத்து மக்கள் தங்கியிருந்த நாட்களையும் தனித்தனியாகக் கணக்கெடுப்பதும் உண்டு. 1979-ல் இந்தியாவில் தென்கிழக்கு ஆசியாவைச் சார்ந்தவர்கள் 41.5 நாட்களும், மேற்கு ஐரோப்பாவைச் சேர்ந்த மக்கள் 25 நாட்களும் தங்கியுள்ளனர். அம்முறையானது சரியான தகவலைச் தராது. மேலும் செய்திகளைச் சேகரிப்பதற்கு மிகுதியான நாட்கள் ஆகும். செலவும் அதிகமாகும். விடுதிகளிலிருந்து கிடைக்கும்

புள்ளி விவரங்களிலிருந்து அவர் எத்தனை நாட்கள் அந்த விடுதியில் தங்கினார்? எவ்வகை அறைகளில் தங்கினார்? எவ்வெவ்விடங்களைச் சுற்றிப் பார்த்தார்? அவர் எந்த நாட்டைச் சார்ந்தவர்? போன்ற செய்திகளை அறிந்து கொள்ளலாம். அச்செய்திகளைத் தனியார் விடுதிகளில் இருந்து சேகரிப்பது சற்றுக் கடினமாகும். ஒரே இடத்தில் பணவசதி காரணமாகவும், பிற வசதிகள் காரணமாகவும் ஒரு பயணி இரண்டு விடுதிகளில் தங்கியிருக்கலாம். அம்மாதிரியான சமயங்களில் முன்னெச்சரிக்கையாகச் செயல்பட வேண்டும்.

ஒரு நாட்டிற்குள் வரும் ஒவ்வொரு வெளிநாட்டுப் பயணியிடமும் ஓர் அட்டையைக் கொடுத்து நிரப்பித்தரச் சொல்ல வேண்டும். அதனை நுழைவு என்பர். அந்த நுழைவு தரை வழியாகவும், கப்பல் வழியாகவும், விமானம் வழியாகவும் நடைபெறலாம். அவர்களைப் பற்றிய செய்திகளைச் சேகரித்துப் பின் தனித்தனியாகப் பிரிப்பர். அவர் எந்த நாட்டிலிருந்து வந்தார்? எப்பருவத்தில் வந்தார்? எவ்வகை வாகனத்தில் வந்தார்? அவருடைய வயது? ஆணா? பெண்ணா? அவர் எவ்வளவு காலம் தங்கியிருந்தார்? போன்ற செய்திகள் பிரித்தெடுத்து ஆராய்ப்படும். மூன்று வயதிற்குக் குறைந்த குழந்தைகளைக் கணக்கில் சேர்த்துக் கொள்வதில்லை.

சுற்றுலாவை வணிகமாக்குவதற்கும், சுற்றுலாவை விரிவுபடுத்துவதற்கும் தனிச்சிறப்பு வாய்ந்த புள்ளி விபதம் பயன்படும். சுற்றுலாவைப்பயணியின் வயது, பால், தொழில், வருமானம், ஒரு சுற்றுலாப் பயணி ஒரு சுற்றுலா மையத்தில் தங்கிய நாட்கள், பயன்படுத்திய வாகனங்கள், தங்கியிருந்த விடுதிகளின் பிரிவு, தனியாகச் சென்றாரா? குழுவாகச் சென்றாரா? ஒரு சுற்றுலா மையத்தில் தஙகியிருக்கும் பொழுது அவரது நடத்தை, பயணி படித்த செய்தித்தாள் அல்லது பத்திரிகையின் தரம், அவர் சிறப்பு வாய்ந்த சுற்றுலா மையத்திற்குச் செலலாததன் காரணம் போன்றவை தனிச் சிறப்பு வாய்ந்த புள்ளி விவரத்திற்குள் அடங்கும். அவை சுற்றுலாவை வணிகமாக்கவும், மையத்தைத் திட்டமிட்டு விரிவுபடுத்தவும் பயன்படும்.

செலவழிக்கப்பட்ட தொகை பற்றிய புள்ளி விவரம்

செலவழிக்கப்பட்ட தொசை பற்றிய புள்ளி விவரங்களை 1.பயணத்திங்காகச் செலவிடப்பட்ட தொகை, 2.ஒரு குறிப்பிட்ட சுற்றுலா மையத்தில் தங்குவதற்காகச் செலவிடப்பட்ட தொகை என இரண்டு வகையாகப் பிரிக்கலாம். பொருளாதார அடிப்படையில் சுற்றுலாவை அளப்பதற்கு அத்தொகை மிகவும் பயன்படும். ஒரு சுற்றுலா மையத்தில் ஒரு செலாவணியைக் கணக்கிடலாம். அதே நேரத்தில் ஒரு வெளிநாட்டுப் பயணி செலவழிக்கும் அனைத்துத் தொகையும் அந்நியச் செலாவணியை

ஈட்டித் தரும். பொதுவாகச் செலவழிக்கப்பட்ட தொகை பற்றிய புள்ளி விவரங்களை எடுத்துக் கொள்ளுவதில்லை.

ஒரு சுற்றுலா மையத்தில் செலவிடப்பட்ட மொத்தத் தொகையை மொத்தச் சுற்றுலாக் குழுவால் வகுத்துக் கிடைக்கும் விகிதம் ஒரு நாளைக்குச் செலவு செய்த தொகையாகும். அத்தொகை சுற்றுலாவினால் ஏற்படும் பொருளாதாரச் சிறப்பைக் குறிக்கும். மேலும் அது எவ்வகைச் சுற்றுலாப் பயணிகள் அங்கு வந்துள்ளனர் என்பதையும் காட்டும். 1976-ல் 220 உலகச் சுற்றுப்பயணிகள் 43,000 மில்லியன் அமெரிக்க டாலர் பணத்தைச் செலவழித்துள்ளனர். 1979-ல் இந்தியாவிற்குள் 7,64,781 வெளிநாட்டுப் பயணிகள் வந்துள்ளனர். அவர்கள் இந்தியாவில் 3,380 மில்லியன் ரூபாய் செலவழித்துள்ளனர். ஒவ்வொரு வெளிநாட்டுப் பயணியும் இந்தியாவில் செலவிட்ட தொகையைக் கொண்டு அந்நியச் செலாவணி கணக்கிடப்படுகிறது.

அளத்தலின் சிறப்பு

1.ஒவ்வொரு ஆண்டும் எத்தனை வெளிநாட்டுப் பயணிகள் வந்தனர்? 2.அவ்வாண்டில் அதற்கு முந்திய ஆண்டைவிட மிகுதியான பயணிகள் வந்தனரா? அல்லது எண்ணிக்கையில் குறைந்துள்ளனரா? 3.அதற்கான காரணங்கள் யாவை? 4.பயணிகள் எவ்வகை வாகனங்களில் பயணம் செய்தனர்? 5.எத்தனை நாட்கள் தங்கியிருந்தனர்? 6.எவ்வகை விடுதிகளில் தங்கியிருந்தனர்? 7.அவர்கள் எவ்வகை வசதிகளை எதிர் பார்த்தனர்? 8.அவர்கள் எவ்வளவு பணம் செலவழித்தனர்? போன்ற செய்திகளைத் தெரிந்து கொள்ளலாம். அவ்விவரங்கள் எதிர்காலத் திட்டத்திற்குப் பயன்படும். ஒரு பயணி விடுதியில் எத்தனை நாட்கள் தங்கினார்? அவர் எந்த வகையான வசதிகளை எதிர்பார்த்தார்? என்பதைக் கொண்டு எதிர்காலத்தில் எவ்வகை விடுதிகளைக் கட்டவேண்டும் என்ற திட்டம் உருவாகும் சுற்றுலாப் பயணியின் செலவிடும் திறனையும் கவனிக்க வேண்டும். அமெரிக்கர்களும், மேற்கு செருமானியர்களும் மிகுதியான பணத்தைச் செலவழிக்கின்றனர். அவர்களது தேவையை உணர்ந்து, அவர்களைக் கவர்ந்து சுற்றுலாவை விரிவடையச் செய்யவேண்டும். அதனால் நாட்டின் வருமானம் பெருகும். இசுபானியா நாட்டில் ஏழை பணக்காரன் என்ற வேறுபாடின்றித் திட்டமிட்ட குழச் சுற்றுலாக்கள் மேற்கொள்ளப்பெறுகின்றன. போர்த்துக்கல்லில் உயர் வருவாயும் நடுத்தர வருவாயும் உள்ள குடும்பத்தினர் சுற்றுலா செல்கின்றனர். எனவே ஒவ்வொரு நாடும் தங்கள் நாட்டின் சூழ்நிலைக்கேற்பச் சுற்றுலாத் திட்டங்களை மாற்றி அமைத்துக் கொள்ள வேண்டும்.

1960-ல் ஐ.நா. சபை வளர்நது வரும் நாடுகளின் சுற்றுலா மையங்களின் மீது மிகுதியான கவனம் செலுத்தியது. அந்நாடுகளில் சுற்றுலாத் துறையில் ஏற்பட்ட சிக்கல்களுக்குத் தீர்வு கூறியது. சுற்றுலா வல்லுநர்களை அனுப்பி அந்நாடுகளில் சுற்றுலாவை மேம்படுத்த ஆலோசனைகள் வழங்கியது. ஐ.நா. சபை உலகச் சுற்றுப் பயணத்திற்கே முக்கியத்துவம் கொடுத்தது. உலகச் சுற்றுப் பயணத்தை ஆராய்ந்தது. அக்காலத்தில் உள்நாட்டுச் சுற்றுப்பயணத்தைப் பற்றிக் கணக்கெடுக்க வேண்டும் என்னும் ஆர்வமும் ஏற்பட்டது. ஒவ்வொரு நாடும் சுற்றுலாவின் சிறப்பை அறிந்து சுற்றுலாத் துறையை மேம்படுத்தியது. அதனால் உலகச் சுற்றுப் பயணமும், உள்நாட்டுச் சுற்றுப் பயணமும், உள்நாட்டுச் சுற்றுப் பயணமும், வட்டாரச் சுற்றுப் பயணமும் மிகுதியான சில நாடுகள் உள்நாட்டுச் சுற்றுப் பயணிகளின் எண்ணிக்கையும் கணக்கிட்டன.

சுற்றுலா வணிகச் சந்தை அடிப்படையில் புள்ளி விவரங்களைச் சேகரிப்பதுடன், சுற்றுலாப் பயணிகளின் செலவுக் கணக்கையும் சேகரிக்கத் தொடங்கினர். உடலியல், உளவியல், சமுதாயவியல், போன்றவற்றின் காரணமாக ஒரு சுற்றுலாப்பயணி ஒரு சுற்றுலா மையத்தைத் தேர்ந்தெடுக்கிறார் என்னும் விவரமும் கிடைத்தது. அவை அங்கீகாரம், புதியன கற்றல், மதிப்பு, ஓய்வெடுத்தல், வணிகம் செய்தல், பயணிகளின் விருப்பு வெறுப்பு போன்றவற்றின் ஏதேனும் ஒன்றினால் மாறுபட்டது ஆகும். எனவே ஒரு நாடு சுற்றுலாப் பயணிகளின் எண்ணிக்கையும், அவர்களது ஆர்வத்தையும், விருப்பத்தையும் தெரிந்து வைத்திருக்கவேண்டும். சுற்றுலாப் பயணிகளின் குணங்களையும், அவர்களது நடத்தை முறைகளையும் அறிந்திருக்க வேண்டும். எனவே சுற்றுலாச் சந்தையில் வெற்றி காணச் சுற்றுலாப் பயணிகளின் குணங்களை அறிந்திருப்பது மிகமிக முக்கியமாகும்.

கீழ்க்கண்ட வகைகளில் சுற்றுலாத் துறையைக் கணக்கீடு செய்யலாம். 1.ஒரு குறிப்பிட்ட சுற்றுலா மையத்தின் சிறப்பினை மதிப்பீடு செய்தல், அவ்விடம் தேசிய அளவிலோ, வட்டார அளவிலோ, மாவட்ட அளவிலோ இருக்கலாம். சுற்றுலாப் பற்றிய புள்ளி விவரங்கள் அந்நாட்டின் பொருளாதாரத்தை உயர்த்தும் என்பதையும் ஆராயலாம். 2.ஒரு சுற்றுலா மையத்தின் புற அமைப்புகளையும், உள்ளமைப்புகளையும் திட்டமிட்டு வளர்க்கலாம். சுற்றுலாப் பயணிகளின் எண்ணிக்கை, பயண வகைகள், தங்குமிட வசதிகள்,பயணிகள் விரும்பும் வசதிகள், பயணிகளின் தங்கும் காலம், பயணிகள் செலவிடும் தொகை, பயணிகளின் வாங்கும் திறன் போன்றவை சுற்றுலாவைத் திட்டமிடுவதற்குப் பயன்படும். 3.சுற்றுலாவை மேம்படுத்துவதற்கும், சுற்றுலாவைச் சந்தைப் படுத்துவதற்கும் சுற்றுலாச் சென்ற பயணிகள் கணக்கும், சுற்றுலாச் செல்ல விரும்பும் பயணிகள் பற்றிய கணக்கும் தேவைப்படும். பயணிகளின்

தேவையை அறிந்து சுற்றுலா மையங்களை விரிவுபடுத்த முடியும். 4.சுற்றுலாப் பயணிகளின் விருப்பு வெறுப்புகளை அறியலாம்.

சந்தைப் பகுப்பு

பீற்றர் என்பவர் சுற்றுலாப் பயணிகளை 1.இன்பப் பொழுதுபோக்குப் பயணிகள் 2.வணிகப் பயணிகள் 3.அவை இரண்டும் இல்லாத பிறநோக்கங்களைக் கொண்ட பயணிகள் என மூன்று வகைளாகப் பிரிக்கிறார்.

இன்பப் பொழுதுபோக்குப் பயணிகள்

சுற்றுலாப் பயணிகளில் அவ்வகையினரே மிகுதியாகக் காணப்படுகின்றனர். உலகப் பயணிகளில் 2/3 பங்கு அவ்வகையினரே ஆவர். சுற்றுலா மையத்தைத் தேர்ந்தெடுப்பது பயணிகளின் கையில் உள்ளது. அரசியல் தடைகள், பணமாற்றுத் தடைகள், கிடைக்கும் ஓய்வு நேரம் போன்ற தடைகள் இருப்பினும் ஒரு குறிப்பிட்ட இன்பப் பொழுது போக்கிற்காக அவ்வகை இடங்களைத் தேர்ந்தெடுக்கின்றனர். அங்குச் செல்லும் செலவை அப்பயணியோ, பெற்றோர்களோ, நண்பர்களோ ஏற்றுக் கொள்கின்றனர். அவர் செலவழிக்கும் பணம், செலவிடும் நேரம், சம்பளத்துடன் கூடிய விடுமுறை, அவரது சமூகப் பொருளாதாரக் கல்விப் பின்னணி, தற்காலச் சுற்றுலாவின் போக்கு, ஒரு நாட்டின் கட்டுப்பாடுகள் போன்றவை நாட்டையும் இடத்தையும் தேர்ந்தெடுக்க உதவும். பயணச்சலுகை அல்லது தள்ளுப்படிப் பயணச்சீட்டு போன்றவை சுற்றுலாவைத் தூண்டும். இன்பப் பொழுதுபோக்குச் சுற்றுலாப் பயணத்தை மையமாக வைத்து இயங்கும்.

வணிகப் பயணம்

வணிகப் பயணம் இன்பப் பொழுதுபோக்குப் பயணத்தை விட மூன்று வழிகளில் வேறுபடுகிறது. 1.பயணி செல்லும் இடம் திட்டவட்டமாக வரையறுக்கப்படுகிறது. அதனை மற்றவர்களால் மாற்றமுடியாது. 2.அப்பயணத்திற்கு ஆகும் செலவை அந்நிறுவனம் அல்லது கம்பெனி ஏற்றுக் கொள்கிறது. 3. பயணச் செலவு கூடினாலும் குறைந்தாலும் பயணம் தடைப்படப் போவதில்லை. வணிகப் பயணம் செலவில் நெகிழும் தன்மையுடையது. பயணச் சலுகை அல்லது தள்ளுபடிப் பயணச்சீட்டு போன்றவை சுற்றுலாவைத் தூண்டப் போவதில்லை. வணிகப் பெருக்கிற்கேற்ப வணிகச் சுற்றுலாவும் பெருகும் விடுமுறை நாட்களும் சுற்றுலாவை எவ்வகையிலும் பாதிக்கப் போவதில்லை. வணிகப் பயணி எளிதாகவும், விரைவாகவும் பயணம் செய்யவும், செயல்களைச் செய்யவும் விரும்புவார். வணிகப் பயணம் இன்று உலகில் பெருகியுள்ளது.

மூன்றாம் வகையினர்

நண்பர்கள், உறவினர்கள் போன்றோரைக் காணச் செல்லல், உடல் நலம், கல்வி, தேசிய மாநாடுகளில் கலந்து கொள்ளச் செல்லல் போன்ற பயணங்கள் மூன்றாம் வகையினதாகும். சிலர் விடுமுறைச் சுற்றுலாவில் நண்பர்களைக் காணச் செல்வர். வணிகப் பயணிகள் தங்கள் பணி முடிந்தவுடன் நண்பர்களையும், உறவினர்களையும் பார்த்து விட்டுவரலாம். எனவே மூன்றாம் வகையினரைத் திட்டவட்டமாக வரையறுத்துக் கூறமுடியாது.

பருவ காலச் சிக்கல்கள்

பருவ காலத்தினால் ஒருபுறம் சுற்றுலா வளர்ந்தாலும், இன்னொரு புறம் தளர்ச்சியடைகிறது. பருவகாலப் பயணம் என்பது ஆண்டின் ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்தில் மட்டும் நடைபெறுவதாகும். அது சிக்கனமானது என்று கூறமுடியாது. சான்றாகக் குற்றாலத்திற்கு ஆண்டிற்கு நான்கு மாதங்களே பயணிகள் வருகின்றனர். மற்ற எட்டு மாதங்களில் அங்குச் செய்யப்பட்டுள்ள வசதிகளினால் வருமானம் இல்லாமல் போகிறது. அப்பொழுது வேலையில்லாத் திண்டாட்டமும் ஏற்படுகிறது. சில மலைப்பகுதிகள் கோடைக்காலம், குளிர்காலம் என இருவகைப் பருவ காலங்களைக் கொண்டுள்ளன. பருவ காலத்தினால் பயணிகளுக்கு ஏற்றவாறு ஊர்தி வசதிகளையும் செய்துவர முடிவதில்லை. பருவ காலச் சுற்றுலா மையங்களில் மிகுதியான பணத்தைச் செலவழித்து மேம்படுத்தவும் செய்துதர முடிவதில்லை. பருவ காலச் சுற்றுலா மையங்களுக்கு இன்பப் பொழுது போக்கினரே மிகுதியாக வருகின்றனர். வணிகப் பயணிகள் அவ்வளவாக வருவதில்லை. விடுதிகள் நடத்துநர்கள் பருவகாலச் சுற்றுலாவை மென்மையாக நடத்த விரும்புகின்றனர். அவர்கள் மற்றக் காலங்களில் குறைந்த கட்டணம் வசூலிக்கின்றனர். மாநில அரசும், மத்திய அரசும் அவ்விடங்களில் கலை, இசை, நாடகம் போன்றவற்றைப் பெருக்கினால் பருவமல்லாத காலத்திலும் அங்குப் பயணிகள் வருவர். பல மேம்பாட்டுத் திட்டங்களை உருவாக்கி, வாகன வசதிகளைப் பெருக்கியும் பருவமல்லாத காலத்திலும் பயணிகள் வந்து செல்லுமாறு செய்யவேண்டும். விழாக்கள், சிறப்புக் கொண்டாட்டங்கள், சிறப்புச் சுற்றுலாக்கள், குறைந்த விலை, பொழுதுபோக்கு நடவடிக்கைகள் போன்றவை ஆண்டு முழுவதும் பயணிகளை வரவழைக்கும்.

உலகச் சுற்றுலாவின் அளவு

உள்நாட்டுச் சுற்றுலாவைவிட உலகச் சுற்றுலா மக்களைக் கவரக்கூடியது. ஆனால் மிகுதியான பயணிகள் உள்நாட்டுச் சுற்றுலாவையே மேற்கொள்கின்றனர். 1967-ம் ஆண்டில் அமெரிக்காவில் 124.6 மில்லியன் மக்கள் (86%) உள்நாட்டுப்

பயணம் செய்துள்ளனர். 20 மில்லியன் மக்கள் (14%) வெளிநாட்டுப் பயணம் செய்துள்ளனர். 1972 ஆம் ஆண்டில் மேற்கொண்டுள்ளனர். 8.5 மில்லியன் மக்கள் வெளிநாட்டுப் பயணம் மேற்கொண்டுள்ளனர். எனவே உள்நாட்டுப் பயணமும் மிக முக்கியமானதாகும். சிறப்பாகச் சுற்றுலாப் பயணிகளை உண்டாக்கும் நாடுகள், உலகச் சுற்றுலாப் பயணிகளின் எண்ணிக்கை. போன்றவை முன்னேர பட்டிய விட்டுக் காட்டப்பட்டுள்ளன.

உலகச் சுற்றுலாக் கழகம் 1975-ம் ஆண்டில் மிகுதியான சுற்றுலாப் பயணிகள் சென்ற நாடுகளைப் பற்றிய புள்ளி விவரங்களைத் தந்துள்ளது.

1973 முதல் 1978 வரை உலகில் சுற்றுலாப் பயணிகள் தங்கியுள்ள நாட்களின் சராசரி எண்ணிக்கையை உலகச் சுற்றுலாக் கழகம் தந்துள்ளது.

நாடுகள்	**1973 நாட்கள்**	**1974 நாட்கள்**	**1975 நாட்கள்**	**1976 நாட்கள்**
இந்தியா	27.20	25.30	27.10	25.2
நியூசிலாந்து	18.80	20.59	21.95	-
பிலிப்பைன்ஸ்	7.81	7.81	7.81	-
கொரியக்குடியரசு	4.20	3.70	3.80	4.2
சிங்கப்பூர்	5.10	5.10	5.30	3.6

இந்தியாவில் அதிகமான சராசரி நாட்களும், கொரியக் குடியரசில் குறைந்த சராசரி நாட்களும் பயணிகள் தங்கியுள்ளனர்.

நாடுகள்	**மொத்தப் பயணிகள் (ஆயிரத்தில்)**	**உலகம் சுற்றியவர்கள் (ஆயிரத்தில்)**	**வட்டாரம் (ஆயிரத்தில்)**
ஆஸ்திரியா	55,374	1,262	54,112
பெல்ஜியம்	5,906	156	5,750
கனடா	12,345	2,030	10,315
பிரான்சு	23,178	1,480	21,698
ஜெர்மனி, எப்.ஆர்	55,374	1,262	54,112
இத்தாலி	7,321	507	6,814
சப்பான்	3,629	2,476	1,153
நெதர்லாந்து	9,863	342	9,521
சுவீடன்	3,178	134	3,044
சுவிட்சர்லாந்து	3,771	321	3,450

இங்கிலாந்து	13,909	1,810	12,099
அமெரிக்கா	28,415	11,403	17,012
மொத்தம்	**2,22,263**	**23,183**	**1,99,080**

அவ்வட்டவணைப்படி ஜெர்மனி, ஆஸ்திரியா ஆகிய இரு நாடுகளுக்கும் மிகுதியான பயணிகள் சென்றுள்ளனர்.

அமெரிக்கா, மேற்கு ஜெர்மனி, இங்கிலாந்து, பிரான்ஸ், கனடா, பெல்ஜியம், நெதர்லாந்து, இத்தாலி, சுவிட்சர்லாந்து, சுவீடன், டென்மார்க்கு, ஆஸ்திரியா ஆகிய பன்னிரு நாடுகளுக்கு மிகுதியான பயணிகள் செல்கின்றனர்.

எதிர்காலப்போக்கு

மேலே கூறிய நாடுகளுக்கு மிகுதியான பயணிகள் சென்றதால் சமூகவியலாளர்கள் அதன் காரணங்களை ஆராயத் தொடங்கினர். ஒரே சுற்றுலா மையத்திற்கு மிகுதியான பயணிகள் சென்றதால் கணக்கெடுப்பு வேலையும் தொடங்கிற்று. முதல் உலகப் போருக்கு முன் சுவிட்சர்லாந்து புகழ்பெற்ற சுற்றுலா மையமாக விளங்கியது. 1929-ல் ஆஸ்திரியாவுக்கு 2 மில்லியன் வெளிநாட்டுப் பயணிகளும், சுவிட்சர்லாந்துக்கு 11/2 மில்லியன் வெளிநாட்டுப் பயணிகளும், இத்தாலிக்கு 11/4 மில்லியன் வெளிநாட்டுப் பயணிகளும் சென்றுள்ளனர். அப்புள்ளி விவரங்கள் தொடக்கத்தில் காவல்துறையினருக்கும், சுகாதாரத்துறையினருக்கும் தேவைப்பட்டன. அதன்பின் அவை அவர்களுக்குப் பாதுகாப்புத் தருவதற்கும், வரி விதிப்பதற்கும் பயன்பட்டன. போக்குவரத்துச் சாதனங்களில் எத்தனைபேர் பயணம் செய்தனர்? என்ற புள்ளி விவரமானது போக்குவரத்தை மேம்படுத்த உதவியது மேலும் எவ்வெவ்வழிகளில் மிகுதியான பயணிகள் சென்றனர் என்று அறியவும் உதவியது.

இரண்டாம் உலகப் போருக்குப் பின் சுற்றுலா பொருளாதாரச் சிறப்பைப் பெற்றது. ஐரோப்பிய நாடுகளில் 1920 முதல் 1930-க்குள் பொருளாதார அடிப்படையில் சுற்றுலா சிறப்படைந்தது. இரண்டாம் உலகப்போர் தற்காலிகமாக சுற்றுலாப் பயணிகளை நிறுத்தி வைத்தது. இரண்டாம் உலகப்போரின் காரணமாகப் பல ஐரோப்பிய நாடுகள் அந்நியச் செலாவணியை இழந்தன. இரண்டாம் உலகப் போருக்குப் பின் அவ்விழிப்பை அந்நாடுகள் ஈடு செய்தன.

எதிர்காலத்தில் உள்நாட்டுச் சுற்றுலா மேலும் பெருகும். நீண்ட விடுமுறை நாட்கள், ஓய்வு, வாழ்க்கைத்தரம் உயர்தல், மிகுதியான வருமானம், கல்வி, விலையில் மாற்றம், பழக்கவழக்கங்கள், நாகரிகப் போக்குகள், அரசியல் கொள்கைகள்,

எரிபொருள் பெருக்கம், போக்குவரத்துகளின் மிகுதி, மக்கள் தொகைப் பெருக்கம் போன்றவை சுற்றுலாவை மேலும் பெருக்கமடையச் செய்யும்.

சுற்றுலாப் பயணிகள் பல்வேறு போக்குவரத்துகள்

சுற்றுலாவில் போக்குவரத்து என்பது அதன் பிரிக்கப்பட முடியாத ஒரு அங்கமாகும். போக்குவரத்து வசதி இருந்தால் தான் சுற்றுலா பயணி சுற்றுலா மையத்தைச் சென்றடைய முடியும். போக்குவரத்தில் பலவகை வாகனங்கள் இடம் பெற்றுள்ளன. மோட்டார்கள், ரயில், கப்பல், ஆகாய விமானம் போன்றவை சுற்றுலா போக்குவரத்துக்குப் பயன்படும் வாகனங்களாகும். சுற்றுலா மையங்களுக்கு ஏதேனும் ஒரு வகை வாகனப் போக்குவரத்து வசதி செய்து தரப்பட வேண்டும்.

ஒரு சுற்றுலா பயணி தனது சுற்றுலா செலவில் நாற்பது சதவீதம் போக்குவரத்திற்கு செலவு செய்கிறார். ஏனெனில் அதிக நேரம் பயணத்தில் செலவிடுவதேயாகும். எனவே தான் போக்குவரத்து வசதி சுற்றுலாவில் முக்கியத்துவம் பெறுகிறது. நல்ல வசதியான, திறமையான போக்குவரத்து வசதி செய்யப்படாம விருந்தால் சுற்றுலா செல்வதற்கான கஷ்டங்கள் தெரியவரும். போக்குவரத்து வசதிகள் சாதாரணப் பயணிகளுக்கும், சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கும் மிகவும் வேறுப்பட்டு இருக்கிறது. சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு நம்பிக்கையான, பாதுகாப்பான, வசதியான, சந்தோஷமான, சிக்கனமான போக்குவரத்து வசதி அவசியம் தேவைப்படுகிறது.

ஒரு நாட்டிலிருந்து மற்றொரு நாட்டிற்கு சுற்றுலா செல்வதற்கு வான்வழிப் போக்குவரத்து பயன்படுகிறது. ஒரு சில நேரம் ஒரு சுற்றலா மையத்திலிருந்து மற்றொரு சுற்றுலா மையத்திற்கும் வான்வழிப் போக்குவரத்து உபயோகிக்கப்படுகிறது. பணம் அதிகம் செலவு செய்யத் தயாராக இருப்பவர்களுக்கு இந்த விமானப் போக்குவரத்து ஒரு வரப்பிரசாதம் ஆகும்.

ஆனால் சுற்றுலா மையங்களுக்கிடையே பயணம் செய்வதற்கு ரயில் சாலை மற்றும் நீர் மார்க்கம் வழியாக செல்வது அதிக சந்தோஷத்தை அளிக்கிறது. இயற்கை காட்சிகள் நிறைந்த இடங்கள் வழியாக செல்லும்போது உண்மையான சந்தோஷம் கிடைக்கிறது. ரயில் வண்டி மூலம் செல்லும் பயணமே மிகச்சிறப்பானதாக இருக்கும் என்று பயணிகள் கூறுவதை உணரலாம்.

ரயில் போக்குவரத்து

இந்தியாவைப் பொருத்த அளவில் போக்குவரத்து வசதிகளை மேலும் அதிகப்படுத்த வேண்டியதுள்ளது. போக்குவரத்தின் தரம் மேலும் உயர்த்தப்பட வேண்டும். ஏர் இந்தியா நிறுவனமும், இந்தியன் ஏர்லைன்ஸ் நிறுவனமும்,

பயணிகளுக்கான சேவைகளை நல்ல முறையில் ஒழுங்குபடுத்த வேண்டும். பயணசீட்டுகளை முன்பதிவு செய்தல், உறுதிப்படுத்துதல், ரத்து செய்தல் ஆகியவற்றில் பன்னாட்டுத்தரத்தை எட்டவேண்டும். வாயுதூத் சேவைகள் மேலும் நீட்டிக்கப்பட வேண்டும். ரயில்வே போக்குவரத்தில் வேகத்தை தவிர மற்றவை பரவாயில்லை என்று கூறலாம்.

வேகத்தில் பிறநாட்டு ரயில் போக்குவரத்தில் அதிக முன்னேற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது. 1989 இல் பிரான்ஸ் மணிக்கு 300 கிலோமீட்டர் வேகம் செல்லும் ரயிலை அறிமுகப்படுத்தியது. ஜெர்மனியில் 1901-லிருந்து எல்லா ரயில்களுமே சராசரி 250 கி.மீ. வேகத்தில் செல்கின்றன. ஸ்பெயின் 1992-ல் மணிக்கு 450 கி.மீ. வேகம் செல்லும் ரயிலை அறிமுகப்படுத்தியது. இந்தியாவில் சமீப காலம் வரை ராஜதானி மற்றும் தாஜ் ‘அதிவேக ரயில்கள்’ மணிக்கு 110 கி.மீ. வேகத்தில் தான் செல்கின்றன. தற்போது சாதப்தி எக்ஸ்பிரஸ் ரயில் மணிக்கு140 கி.மீ. செல்கிறது. வெளிநாட்டு பயணிகளுக்காக 7 நாட்களிலிருந்து 90 நாட்கள் வரை சலுகை கட்டணத்தின் மூலம் ரயில்வே பாஸ் வழங்கப்படுகிறது. இந்த பாஸ் வைத்திருப்பவர் எந்த சுற்றுலா மையங்களுக்கும் எத்தனை தடைவ வேண்டுமானாலும் சென்று வரலாம்.

வெளிநாட்டுப் பயணிகளுக்கு இந்திய ரயில்வே நிர்வாகம் ஜெய்ப்பூருக்கும் டெல்லிக்கும் இடையே விட்டுள்ள ‘Palace on wheels’ என்ற சிறப்புரயில் பயணிகளை மிகவும் கவர்வதாக உள்ளது. மேலும் கல்கத்தா-கயா-வாரனாசி-கோரக்பூர் பகுதிகளுக்கிடையே விடப்பட்டுள்ளன. ‘Hotel on wheels’ என்ற ரயில் புத்த சுற்றுலா பயணிகளை மிகவும் கவர்ந்துள்ளது. குஜரத்தில் ‘Orient express’ என்ற ரயில் சுற்றுலா பயணிகளை வெகுவாகக் கவர்ந்துள்ளது.

சாலைவழிப் போக்குவரத்து

சுற்றலாப் பயணிகளுக்கான போக்குவரத்தில் சாலை வழிப் போக்குவரத்தே சிறப்பிடம் வகிக்கிறது. சுற்றுலா பயணிகளை விமான நிலையங்களுக்கு கொண்டு போய் விடுவதற்கும், அங்கிருந்து கூட்டிவருவதற்கும், அதே போல ரயில் நிலையங்களிலிருந்து அழைத்து வரவும் சாலை வழியே பிரதானமாக போக்குவரத்துக்குப் பயன்படுகிறது. சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு சாலை வழிப் போக்குவரத்தே முக்கியமான இடம் வகிக்கிறது என்பதில் ஐயமில்லை.

சுற்றுலாப் பயணிகளின் போக்குவரத்து பற்றிய ஓர் ஆய்வை மேற்கொண்டபோது 80 சதவீத உள்நாட்டுப் பயணிகளும் 50 சதவீத வெளிநாட்டுப் பயணிகளும் சலைவழி போக்குவரத்தையே அதிகமாக விரும்புவதாகத் தெரிய வந்துள்ளது. அதில் பேருந்து

மற்றும் சிறப்பு பேருந்துகளையே விரும்புகின்றனர். இதற்கு முக்கியக் காரணம் பேருந்துகள் அதிக அளவிலும் அடிக்கடி கிடைப்பதும், அதன் கட்டணம் குறைவாக இருப்பதும், போகும் வழிகளில் இயற்கை காட்சிகளை மெதுவாக ரசித்துச் செல்வதற்கு வசதியிருப்பதுமேயாகும். சொகுசுப் பேருந்துகள், குளிரூட்டப்பட்ட கார்கள் மற்றும் வேன்கள் சுற்றுலாப் பயணிகளின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்கின்றன.

இந்திய அரசு சுற்றுலா பயணிகளின் போக்குவரத்தில் அதிக கவனம் செலுத்தியுள்ளது. ‘இந்திய அரசு சுற்றுலா வளர்ச்சி நிறுவனம்’ பல சொகுசுப் பேருந்துகளை இயக்கி வருவது குறிப்பிடத்தக்கது. தமிழ்நாட்டிலும், கர்நாடகத்திலும் இவ்வித பேருந்துகள் சுற்றுலா பயணிகளை வெகுவாகக் கவர்ந்துள்ளன. இவை தவிர இந்தியாவில் மூன்று இடங்களில் ‘ஒரு கார் வாடகைக்கு எடுத்துக் கொள்ளுங்கள்’என்ற மையங்கள் அமைக்கப்பட்டுள்ளன. அவை 1990 அக்டோபர் மாதம் வரை 15 நகரங்களில் சுமார் 1000 கார்களைக் கொண்டு செயல்பட்டு வருகின்றன.

நீர்வழிப் போக்குவரத்து

சுற்றுலாவைப் பொறுத்த அளவில் நீர்வழிப் போக்குவரத்தானது இன்னும் வளர்ச்சிடையாத நிலையிலேயே இருந்து வருகிறது. இந்தியாவைப் பொருத்த அளவில் இந்தியாவிற்கும் வளைகுடா நாடுகளுக்குமிடையே மற்றும் பம்பாய்க்கும் கோவாவிற்குமிடையே கடல்வழிப் போக்குவரத்து உள்ளது. தரை வழிமார்க்கமாக சென்று போரடித்துப்போன சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு ஒரு மாற்றத்திற்காக நீர்வழிப்போக்குவரத்து சுற்றுலாப் பயணிகளால் அதிகமாக விரும்பப்படுகிறது. இதற்காகவே பல சொகுசுக் கப்பல்கள் கட்டப்பட்டுள்ளன.

சுற்றுலாவில் இந்த போக்குவரத்து தான் முக்கியமான அடிப்படைக் கூறாகக் கருதப்படுகிறது. ஏனென்றால் ஒரு சுற்றுலாப் பயணி தனது சுற்றுலா பயணத்தின் அதிகமான நேரத்தை போக்குவரத்திலேயே செலவிடுகிறார். எனவே இதில் மனித உறவுகள் முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றது. பேருந்து மற்றும் வாடகைக் கார்கள் ஓட்டுநர்கள் தங்கள் வாகனங்களில் பயணம் செய்யும் பயணிகளிடம் அன்பாகவும் நல்ல முறையிலும் நடந்து கொள்ள வேண்டும். பொதுவாக சுற்றுலா பயணிகளுக்கு தாங்கள் செல்லும் இடங்கள், மொழி ஆகியவை முற்றிலும் புதியனவாக இருப்பதால் அவர்களை ஏமாற்றுவதற்கு வழிஉண்டு. ஆனால் நாட்டின் பெருமை கருதியும், முக்கியமாக சுற்றுலாவின் வளர்ச்சி கருதியும் சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு எவ்வித அசம்பாவித சம்பவங்களும் ஏற்பட்டுவிடாதபடி பாதுகாப்பது அவசியமாகிறது.

விமானப் போக்குவரத்து

இரண்டாம் உலகப் போருக்குப் பிறகு சிவில் விமானப் போக்குவரத்துக்கள் வளர்ச்சியடைந்தன. அயல்நாட்டுப் பயணிகளும் உள்நாட்டுப் பயணிகளும் தங்கள் பயணத்தூரத்தை விரைவாக அடைய விமானங்களையே நாடுகின்றனர். பயணிகளுக்குத் தேவையான வேகம் மற்றும் பாதுகாப்பு வசதிகள் ஆகியவை விமானங்களில் அதிகரித்தன. 1950-ம் ஆண்டுக்கு பிறகு புதிய சிவில் விமானங்கள் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டன. டக்லஸ்D.C.6, டக்லஸ்D.C.7,மாடல் விமானபஸ்கள் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டன. இவை பயணத்தினை வளர்ச்சியடைய உதவின. அதிகஇருக்கைகள் கொண்ட விமானங்கள் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டபோது விமானக் கட்டணங்கள் குறைய ஆரம்பித்தன. விமானக்கட்டணங்கள் குறையவே அட்லாண்டிக்கடல் வழியே விமானப்போக்குவரத்து அதிகரித்தது. விமானம் மூலம் ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட விடுமுறை சுற்றுலா வளர்ச்சியடைந்தது.

ஜெட் விமானம் அறிமுகம்

1958-ம் ஆண்டு ஜெட்விமானங்கள் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது. இது சுற்றுலாப் பயணிகள் வசதியாகவும், சொகுசாகவும், அதிவேகமாகவும் பயணம் செய்ய உதவின. இதன் விளைவாக 1960 முதல் விமானப்பயணம் வேகமாக வளர்ச்சி அடைந்தது. அகன்ற பெரிய அதிநவீன போயிங் 747, மெக்டனல் டக்னஸ்D.C.10, ஏர்பஸ்A.300,ஏர்பஸ் A.320,லாக்ஹீட் ட்ரிஸ்டாL.1011 ஆகிய விமானங்கள் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டதால் விமானப் போக்குவரத்து பெரிதும் முன்னேற்றம் அடைந்தது. விமானக் கட்டுமானத்தில் ஏற்பட்ட தொழில் நுட்பத்திறன் வளர்ச்சியினால் கன்கார்ட், டுபுலாவ் 144 ஆகிய சூப்பர் சோனிக் அதிவேக விமானங்கள் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டன. இது சுற்றுலாப் பயணியர்களுக்கு மயிர்க்கூச்சரியும் புது பயண அனுபவங்களைக் கொடுத்தது. இவை சுற்றுலா வளர்ச்சியை அதிகரித்தது.

இவ்வாறு நவீன காலத்தில் பலகாரணங்களால் சுற்றுலா வேகமாக வளர்ச்சியடைந்து வருகிறது. மொத்தத்தில் நவீன காலத்தில் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு பொருளாதார, சமுதாய, தொழில்நுட்ப காரணங்களே பிரதானமாக அமைந்துள்ளன. உலகில் பல 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.

அலகு–5

தமிழ் இலக்கியத்தில் பயண நூல்கள்

முன்னுரை

பயணம் மனித வாழ்வில் தவிர்க்க வியலாததொரு கூறு ஆகும். மனித வாழ்க்கை தொடங்கிய நாள் முதல் பயணம் செல்லுதலும் தொடங்கி விட்டது. “ஓரிடத்தில் இருந்து கிளம்பித் தாங்கள் சென்ற இடங்களில் தங்களின் அனுபவங்களைச் சுவைபட எடுத்தியம்புதல்” பயண இலக்கியங்கள் எனப்படும்.“தாம் சென்று கண்ட இடங்களையும் அங்கு தமக்கு ஏற்பட்ட அனுபவங்களையும் உரிய சித்திரம் முதலியவற்றால் ஒருவர் விளக்கி விரித்துரைப்பதே பயண இலக்கியங்கள் ஆகும்” என்று ஆக்ஸ்போர்டு பேரகராதி கூறுகிறது. பயண இலக்கியங்கள் பயணிகளின் அனுபவங்களைக் கூறுகின்றன. “பிறரது வாழ்க்கை அனுபவங்களை நாம் நம் வாழ்க்கைக்கு எடுத்துப் பயன்படுத்திக் கொள்ளவேண்டும் அனுபவம் என்பது ஓர் அருமையான பள்ளிக்கூடம்” என்று எம்.எஸ். உதயமூர்த்தி கூறுகிறார். பயண இலக்கியங்கள் வெறும் தகவல்களை மட்டும் வழக்காமல் பிற இடங்களும், பிற கலைகளும், மக்களின் பழக்கவழக்கங்களும் தம்முள்ளத்தை எப்படித் தொட்டன என்பதைக் கூறுகின்றன. வெளிநாடுகளுக்குச் செல்பவர்கள் அங்குள்ள மக்களுடன் கலந்து உறவாடித் திரும்ப வேண்டும். “வெளிநாடுகளுக்குச் செல்லுகின்றவர்கள் அங்கு இருக்கும் தங்கள் நாட்டு மக்களோடு மட்டும் அறிவு கொண்டு விட்டுத் திரும்பினால் அவர்களின் உடல்கள் தாம் பயணம் செய்துவிட்டுத் திரும்பினால் அவர்களின் உடல்கள் தாம் பயணம் செய்துவிட்டு வந்தனவாகக் கருத முடியுமே ஒழிய அவர்கள் உள்ளங்களும் சென்று திரும்பின எனக்கருதுதல் இயலாது” என்று‘அலைகடலுக்கு அப்பால்’ என்னும் நூலில் அணிந்துரை கூறுகிறது.

பயண இலக்கியத்தின் பயன்கள்

“தாங்கள் மேற்கொண்ட பயணத்தில் கிளம்புதல் முதல் திரும்பி வருவது வரையில் தங்களின் அனுபவங்களைப் பிறர் உணர்ந்துகொள்ளும்படி எழுதுதல் பயண இலக்கியத்தின் முதன்மையான நோக்கமாகும்”. பயணம் மேற்கொண்டவரின் அனுபவங்கள் பிறருக்குப் பாடமாக அமைந்து அவர்களின் சிறந்த எண்ணங்களைப் புரிந்துகொண்டு உணர்ந்து மகிழ்ந்து படிப்போரும். அத்தகைய பயணங்களை மேற்கொள்ளத் தூண்டுதல் பயண இலக்கியத்தின் மற்றொரு நோக்கமாகும். பிறருக்குப் பயன்படும் வகையில் தன் பயண நினைவுகளைச் சொல்லுதல், எதிர் காலத்தில் பயணம் மேற்கொள்ளும் பயணிகளுக்கு வழிகாட்டியாக விளங்குதல், சமுதாயக்

கல்விக்குத் துணைநிற்றல், மற்றவர்களின் வாழ்க்கை முறையை விளக்குதல், படிப்பவரின் பொது அறிவை வளர்த்தல், பிற நாடுகளின் பலவகை முன்னேற்றத்திற்குரிய அடிப்படைக் காரணிகளை விளக்குதல், பல்வகை எண்ணங்களுக்கு விளம்பரம் கொடுத்தல் போன்றவை பயன்களாகும்.

கருத்தலகுகள்

பயண இலக்கியங்களில் பயண இலக்கியக் கூறுகள், பயணக் கருத்துகள், பயண அறிவுரைகள், பயண அனுபவங்கள் போன்ற கூறுகளைக் காணமுடிகிறது. ஊர்களுக்குச் செல்லும் முறை, எவ்வாறு சென்றார்கள்? என்னவெல்லாம் கண்டு களித்தார்கள்? பயணம் செய்யும்பொழுது ஏற்பட்ட இடையூறுகள், அந்நாட்டு மக்களிடம் கண்ட புதுமைகள், அன்றாட வாழ்க்கை, பழக்கவழக்கங்கள், பழைய பயண அனுபவங்கள், நகைச் சுவையான பயண நிகழ்ச்சிகள், மக்களின் பண்பாடு, பண்பாட்டு மாற்றங்கள், போக்குவரத்துச் சாதனங்கள் பற்றிய கருத்துகள், இடங்களுக்குச் செல்லும் பாதைகள், பயணத் தொடர்பான அறிவுரைகள், பிற நாட்டு மக்களின் வளர்ச்சிக்கான அடிப்படைகள், புதிய அனுபவங்கள் பெறல், உடல் நலத்திற்கு உகந்தது போன்றவை பயண நூல்களில் இடம்பெற்றுள்ளன.

சான்றாக திரு.நெ.து. சுந்தர வடிவேலு அவர்களின் 'நான் கண்ட சோவியத்து ஒன்றியம்' என்னும் நூலில் கூறியுள்ள செய்திகளைக் காணலாம். "சோவியத் ஒன்றியம் இது பெரும் நாடு. சம தர்ம நாடு. பாட்டாளிகள் பொதுச் சொத்து: தொழிலாளர்களின் பொது உடைமை" என்று சோவியத் நாட்டின் தன்மையைக் கூறுகிறார். "எல்லோரும் வாழ்வோம், நன்றாக வாழ்வோம், ஒன்றாக வாழ்வோம் என்னும் நிலையை உருவாக்கியது சோவியத் ஒன்றியம். ஆமைகளாக இருந்த பாட்டாளிகளை ஆண்மையாளர்களாக நிமிர வைத்து, அவர்களுக்கு வேலையும், உணவும், உடையும், உறையுளும் தந்ததோடு பாட்டாளிகளையும் படிப்பாளிகளாகப் பெரும் பட்டதாரிகளாக ஆக்கி வாழும் நன்னாடு சோவியத் ஒன்றியம்" என்று மக்களின் வாழ்க்கையை விளக்குகிறார். "சோவியத் நாடு நமக்கு நட்புநாடு. இந்தியாவின் வளத்திலும் வாழ்விலும் அக்கறையுடைய நாடு. நமக்கு இடுக்கண் நேரும்போதெல்லாம், நெருக்கடி ஏற்படும் போதெல்லாம் விரைந்து கைகொடுக்கும் நட்புறவு நாடு" என்று இந்திய நாட்டிற்கும் சோவியத் நாட்டிற்கும் உள்ள உறவை விளக்குகிறார். கல்வி நிலையங்கள், நூல் நிலையங்கள், கூட்டுப்பண்ணை, பாதாள இரயில்வே (மெட்ரோ) போன்ற இடங்களைக் கண்டதாகக் கூறுகிறார். "1961 ஆம் ஆண்டு செப்டம்பர்த் திங்கள் பதினைந்தாம் நாள் நான் (திரு.நெ.து. சுந்தர வடிவேலு) டாஸ்கண்ட் என்னும் நகருக்குப் போய்ச் சேர்ந்தேன். டாஸ்கண்டில் அதே பெயருடைய ஓட்டலில்

தங்கியிருந்தேன்" என்று தான் போய்ச் சேர்ந்த நாளையும், தங்கிய இடத்தையும் குறிப்பிட்டுள்ளார். "விமானத்திற்குச் செல்லும்முன் சுங்கச் சோதனை நடந்தது. செல்கைச் சீட்டுச் சரியாக இருக்கிறதா? என்று தணிக்கை செய்யப் பெற்றது. இச்சோதனைக் கூடங்களைக் கடந்த பின் பயணிகள் தங்குமிடத்தில் காத்திருந்தோம்" என்று விமான நிலையச் சோதனையைப் பற்றிக் கூறுகிறார். "விமானத்தில் ஏறி இருக்கையில் அமர்ந்தவுடன் பெல்டினால் கட்டினார்கள். பணிப்பெண்கள் நன்றாக உபசரித்தனர். உணவும் பானங்களும் அளித்தனர்" என்று விமானத்தில் சென்ற வகையைக் கூறுகிறார். "விமானத்தில் பயணிகள் வகுப்பு, முதல் வகுப்பு என்ற இருவகை வகுப்புகள் இருந்தன. பயணிகள் வகுப்பில் உட்காரும் நாற்காலியை ஓரளவு பின்னால் சாய்த்துக் கொண்டு பயணஞ் செய்ய வேண்டும். முதல் வகுப்பில் சாய்வு நாற்காலி போலப் பின்னால் சாய்ந்து கொள்வதோடு கால்களைக் கீழே தொங்கவிடாமல் உயர்த்தி நீட்டிக் கொள்ளவும் இடமுண்டு. முதல் வகுப்பிற்குக் கட்டணம் அதிகம்" என்று விமானத்தில் இருந்த இருவகை வகுப்புகளைப் பற்றிக் கூறியுள்ளார். பயண நூல்களில் ஒவ்வொருவரும் தாம் கண்டவற்றையும், தம் அனுபவத்தையும் குறிப்பிட்டுள்ளனர்.

அறிவுரைகள்

சில நூல்களில் பயணிகளுக்குத் தேவையான அறிவுரைகள் காணப்படுகின்றன. 1.வடநாட்டில் குளிர்காலத்தில் குளிர் அதிகம். எனவே மார்ச்சு அல்லது செப்டம்பர் மாதத்தில் அங்கு பயணம் செய்ய வேண்டும். 2.நோயாளிகள் பயணம் மேற்கொள்ளக் கூடாது. 3.பயணம் செய்வோர் மிகமிகக் குறைந்த அளவுள்ள பொருள்களை எடுத்துச் செல்லவேண்டும். 4.தன் உடலுக்குத் தேவையான மருந்துகளை உடன் எடுத்துச் செல்லவேண்டும். 5.நூறு ரூபாய் நோட்டுகளுடன் சில்லறையும் கொண்டு செய்வது நல்லது. 6.புனித இடங்களில் உள்ள பூசாரிகள் பயணிகளை ஏமாற்றுவார். 7.திருடர்களிடமிருந்து பொருள்களைப் பத்திரமாகப் பாதுகாத்துக்கொள்ள வேண்டும். 8.பயணத்தின் போது பழைய உணவுப் பண்டங்களையும், கெட்டுப்போன உணவுப் பண்டங்களையும் உண்ணக்கூடாது. 9.வடநாட்டுச் சிப்பந்திகள், வண்டிக்காரர்கள் போன்றோரிடம் நயமாகவும், மரியாதையாகவும் பேசவேண்டும். 10.புதிய இடங்களில் வழிகாட்டியின் சேவையைப் பயன்படுத்திக் கொள்ளலாம். 11. வடநாட்டில் வறட்சியுண்டு. அதற்காகத் தென்னாட்டவர்கள் பால், தயிர், தண்ணீர் போன்றவற்றை அதிகம் உட்கொள்ள வேண்டும். 12.ஒவ்வொரு புனித இடத்திற்கும் இறங்க வேண்டிய புகைவண்டி நிலையத்தைக் குறிப்பிட்டுள்ளனர். ஒரு கோயிலுக்கும் இன்னொரு கோயிலுக்கும் இடையே உள்ள தூரத்தைக் குறிப்பிட்டுள்ளனர். 13.நதிகள்

உற்பத்தியாகும் இடங்களையும், சுங்கவரி வசூலிக்கும் இடங்களையும் சுட்டியுள்ளனர். 14.ஒவ்வோர் இடத்திலும் தங்கும் இடங்கள், கிடைக்கும் உணவு வகைகள், குளிக்கும் இடங்கள், கிடைக்கும் வாகன வசதிகள், பயணத்தில் ஏற்படும் இடையூறுகள், தரகர் தரும் தொல்லைகள், குரங்குகள் தரும் தொல்லைகள், சென்றுவரக் கட்டணம் போன்றவற்றைத் தெளிவாக விளக்கியுள்ளனர். 15.பயணத்தை வெவ்வேறு இடங்களில் வைத்திருக்கவேண்டும். நம்மிடத்திலுள்ள பணமிவ்வளவு என்ற உண்மையை யாரிடமும் வெளியிக்கூடாது.

இலக்கிய வகைகள்

பயண இலக்கியங்களை ஐந்து வகைகளாகப் பிரிக்கலாம். டாக்டர் நவநீத கிருட்டிணனும் இப்பகுப்பை மேற்கொண்டுள்ளார்.

அரசியல் தொடர்பான பயணம்

திரு. சி. சுப்பிரமணியம் அரசியல் தொடர்பாக இங்கிலாந்து, சுவீடன் போன்ற நாடுகளுக்குச் சென்று, அந்த நாடுகளில் கண்டதை இந்தியாவில் எதிர்கால வளர்ச்சிக்கு உதவும் வகையில் ஒப்பிட்டு விளக்கியுள்ளார். ‘உலகம் சுற்றினேன்’,‘நான் கண்ட நாடுகள்’ என்னும் நூல்களை இயற்றியுள்ளார்.

கலை, பண்பாடு, மக்கள் இனித் தொடர்பான பயணம்

பிறநாட்டு மக்களின் வாழ்க்கை முறை, பண்பாடு, கலை, பொழுதுபோக்கு நிகழ்ச்சிகள் போன்றவற்றை அறிய மேற்கொள்ளும் பயணம் அவ்வகைக்குள் அடங்கும் தாம் பெற்ற அனுபவத்தைப் பிறரும் வேண்டும் என்னும் நல்லெண்ணத்துடன் அவ்வகை நூல்களை எழுதியுள்ளனர். திரு.ஏ.கே. செட்டியாரின் ‘பிரயாணக் கட்டுரைகள்’, டாக்டர் மு. வரதராசனாரின் ‘யான் கண்ட இலங்கை’ போன்றவற்றைச் சான்று கூறலாம்.

தெய்வத் தொடர்பான நூல்கள்

தெய்வத் தொடர்பான நூல்களில் முதலில் தோன்றியது திருமுருகாற்றுப் படையாகும். கோயில் குளங்களுக்குச் சென்று வந்தவர்கள் தாம் பெற்ற அனுபவத்தையும் அருள் செல்வத்தையும் மற்றவருக்கும் வெளிப்படுத்தும் பெருநோக்கோடு பல நூல்களை எழுதியுள்ளனர். சுவாமி ஆ.ஜோ. அடைக்கலம் எழுதிய ‘பாலஸ்தீனப் பயணம்’, திரு. அப்துற்றஹீம் கலைமான் இயற்றிய ‘புனித ஹஜ் பயண நினைவுகள்’, திரு. அவிநாசிலிங்கம் செட்டியாரின் ‘திருக்கேதார யாத்திரை’ போன்ற நூல்களைச் சான்றாகக் கூறலாம்.

பெருந்தலைவர் யாரையேனும் காணும் நோக்கமுடைய பயணம்

பெருந்தலைவர்களையும், சமயச் சான்றோர்களையும், பண்பாளர்களையும் கண்டு வந்தமை பற்றி எழுதியுள்ளனர். பரணீதரனின் 'புனித பயணம்' அவ்வகைக்குள் அடங்கும் நூலாகும்.

கல்வி, தொழில் நுட்பம் தொடர்பான பயணம்

கல்வி, தொழில் நுட்பம் தொடர்பாகப் பயணம் மேற்கொண்டு பெற்ற அனுபவத்தை உரைக்கும் நூல்கள் அவ்வகைக்குள் அடங்கும் திரு. நெ.து. சுந்தர வடிவேலுவின் 'புதிய ஜெர்மனியில்' என்னும் நூலைச் சான்றாகக் கூறலாம்.

ஆற்றுப்படை நூல்கள்

ஆற்றுப்படை என்னும் சொல்லிற்கு 'வழிகாட்டி' என்பது பொருளாகும். முல்லைப்பாட்டில் வரும் 'ஆற்றுப்படுத்த' என்னும் சொல்லிற்கு 'வழியில் செலுத்துதல்' என்பது பொருளாகும். தான் கடந்து வந்த வழிப்பயண அனுபவத்தை உரைப்பது ஆற்றுப்படையாகும்.

ஆற்றுப்படையின் இலக்கணம் தொல்காப்பியம்

"கூத்தரும் பாணரும் பொருநரும் விறலியும்

ஆற்றிடைக் காட்சி யுறழத் தோன்றிப்

பெற்ற பெருவளம் பெறா அர்க் கறிவுறீஇச்

சென்று பயனெதிரச் சொன்ன பக்கமும்."(தொல். புறம்.30)

"கூத்தராயினும் பாணராயினும் பொருநராயினும் விறலியராயினும் நெறியிடைக் காட்சிக் கண்ணே எதிர்த்தோர் உறழ்ச்சியால் தாம் பெற்ற பெருவளம் நுமக்கும் பெறலாகும் எனவும், சொன்ன பக்கமும்" என்று இளம்பூரணர் உரை எழுதியுள்ளார். "ஆடன் மாந்தரும், பாடற் பாணரும், கருவிப் பொருநரும் இவருட் பெண்பாலாகிய விறலியும் என்னும் நாற்பாலாரும் தாம் பெற்ற பெருஞ்செல்வத்தை எதிர் வந்த வறியோருக்கு அறிவுறுத்தி அவரும் ஆண்டுச் சென்று பெற்றவையெல்லாம் பெறுமாறு கூறிய கூறுபாடு" என்று நச்சினார்க்கினியர் விளக்கம் தருகிறார்.

ஓதல், தூது, பகை, பொருள் போன்ற பிரிவுகளைத் தொல்காப்பியம் இயம்புகிறது. சங்க இலக்கியங்களில் பொருள் வயிற் பயணமே மிகுதியாகக் காணப் பெறுகிறது. அன்றைய சமுதாயத்தில் பொருள் தேடுவது ஆடவனின் கடமையாகக்

கருதப்பெற்றது. பொருள் தேடுவதற்கு உள்நாட்டிலும், வெளிநாட்டிலும் ஆண்கள் பயணம் செய்தனர். 'முந்நீர் வழக்கம் மகடூ வோடில்லை' என்று தொல்காப்பியம் பகருகிறது. வினையே உயிராகக் கருதிய ஆடவர் திரைகடல் கடந்து பொருள் தேடச் செல்லும்பொழுது மகளிரை உடன் அழைத்துச் செல்லவில்லை. அதற்கு வழித்துன்பத்தைக் காரணமாகக் கூறலாம். அன்றைய நிலையில் கப்பலில் செல்லும்பொழுது பெண்களுக்குத் தேவையான வசதிகளைச் செய்து தருவது கடினமாக இருந்தது. கப்பல் கவிழும்பொழுது அவர்களைக் காப்பாற்றுவது சிரமமாக இருந்தது. பிற ஆடவரின் எதிரில் இருப்பதற்குப் பெண்கள் விரும்பவில்லை. வெளிநாடுகளில் பெண்களைப் பாதுகாப்பாக வைத்திருப்பது சிரமமாக இருந்தது. நீண்ட தூரப் பயணத்தை ஏற்கும் நிலையில் பெண்களின் உடலமைப்பு அமையவில்லை எனலாம். உள்நாட்டுத் தரைப்பயணத்தில் இல்லறப் பெண்கள் இன்றியமையாத சில வேளைகளில் கணவனுடன் பயணம் மேற்கொண்டுள்ளனர். கோவலனும் கண்ணகியும் பூம்புகாரிலிருந்து மதுரைக்கு வந்துள்ளனர். கவுந்தியடிகள் போன்றோர் தம் சமயத்தைப் பரப்ப வெளியிடங்களுக்குச் சென்றுள்ளனர். ஓரிடத்தில் நிலையாகத் தங்காமல் ஊர் சுற்றிவந்த பாணனுடன் பாடினியும் உடன் சென்றுள்ளான். இன்று பெண்கள் ஆடவருடன் சேர்ந்து உலகம் முழுவதும் சுற்றி வருகின்றனர். ஏன், சந்திர மண்டலத்திற்கும், வட துருவத்திற்கும் கூடச் சென்று வந்துள்ளனர்.

புறப்பொருள் வெண்பாமாலை

ஐயனாரிதனார் இயற்றிய புறப்பொருள் வெண்பாமாலை பாணாற்றுப்படை, கூத்தராற்றுப்படை, பொருநராற்றுப்படை, விறலியாற்றுப்படை, புலவராற்றுப்படை என்னும் ஐந்தனுக்கும் விளக்கம் கொடுத்துள்ளது. 1."சேணோங்கிய வரையதரிற்பாணமை ஆற்றுப்படுத்தன்று" என்பது கொளு. பரிசில் பெற்று வருகின்ற பாணன் மலையிடத்தே தன் எதிர்வரும் பாணனைப் பரிசில் பெறும் வழியிலே செலுத்தியது பாணாற்றுப்படை எனப்படும். 2."ஏத்திச்சென்று இரவலன் கூத்தரை ஆற்றுப்படுத்தன்று" என்பது கொளு. ஒரு வல்லல்பால் பரிசில் பெற்றுச் செல்வானொரு கூத்தன், தன்னெதிர் வந்த கூத்தரை அவ்வள்ளல்பால் செல்ல வழிப்படுத்துவது கூத்தராற்றுப்படை எனப்படும். 3."பெருநல்லான் உழையீரா கெனப் பொருளை ஆற்றுப்படுத்தன்று" என்பது கொளு. ஒரு பொருநன் மற்றொரு பொருநனை இன்ன வள்ளல்பால் செல்க என ஆற்றுப்படுத்துவது பொருநராற்றுப்படை என்னும் துறையாகும். 4."திறல் வேந்தன் புகழ்பாடு விறலியை ஆற்றுப்படுத்தன்று" விறலியாற்றுப்படையாகும். 5."இருங்கண் வானத் திமையோருழைப் பெரும்புலவனை ஆற்றுப்படுத்தன்று" என்பது கொளு. இறையருள் பெற்ற ஒரு புலவன், அது பெறுந்தகுதியுடைய மற்றொரு புலவனை

இறைவன்பால் செல்ல வழிப்படுத்து புலவர்ஆற்றுப்படை என்னும் துறையாகும். அக்கொளுக்களில் இருந்து 1.கலைஞர்கள் சென்ற வழியின் தன்மை, 2.ஆற்றுப்படுத்தும் தன்மை, 3.மன்னனின் புகழ்,4.மன்னனின் கொடைச் சிறப்பு, 5.கொடைப் பொருள் போன்ற செய்திகளை அறிய முடிகிறது.

பன்னிரு பாட்டியல்

புரவலன் பரிசில் கொண்டு மீண்ட

இரவலன் வெயில் தொறும் இருங்கா னத்திடை

வறுமையுடன் வரூஉம் புலவர் பாணர்

பொருநர் விறலியர் கூத்தர்க் கண்டுஅப்

புரவலன் நாடுஊர் பெயர்கொடை பராஅய்

ஆங்குநீர் செல்கென விடுப்பது ஆற்றுப்படை (நூ.320)

"வறுமையில் வாடும் புலவர், பாணர், பொருநர், விறலியர், கூத்தர் போன்றோர் வெயில் காலத்தில் கானகத்திடை செல்கின்றனர். அப்பொழுது பரிசில் பெற்று மீண்ட இரவலன் அவர்களைக் கானகத்திடை சந்தித்துப் புரவலனுடைய நாடு, கொடை, ஊர் முதலியவற்றைப் புகழ்ந்து, அக்கலைஞர்களையும் அவனிடத்தில் செல்லுமாறு வழி கூறி ஆற்றுப்படுத்துகிறான்."

வெண்பாப் பாட்டியல் என்னும் வச்சணந்தி மாலை

"ஒன்றாம் அகவலா ஒண்புலவர் யாழ்ப்பாணர்

குன்றாத சீர்ப்பொருநர் கூத்தரே – என்றிவரை

ஆங்கொருவன் ஆற்றுப்படுத்த பரிசறைந்தால்

பாங்காய ஆற்றுப்படை" (செய்.30)

ஆசிரியப் பாவாற் புலவரையானும், பாணரையானும், பொருநரையானும் கூத்தரையானும் தம்முள் ஒருவன் ஆற்றுப்படுத்துவது; கூத்தர் முதலியவர்களுள் ஒருவன் கொடையாளியான ஒருவனிடத்துத் தாம் பெற்ற செல்வத்தை எதிர் வந்த இரப்போர்க்கு உணர்த்தி, அவரும் அந்தக் கொடையாளியினிடம் தாம் பெற்றுது போலவே பொருளைப் பெறுமாறு வழிப்படுத்துவது ஆற்றுப்படை எனப்படும்.

நவநீதப் பாட்டியல்

> **"...புலவர்கள் வாழ்ந்துநலம்**
>
> **நிரைந்த பொருநரைப் பாணரைக் கூத்தரும் நீள்நிதியம்**
>
> **பெறும்படி ஆற்றுப்படுப்பன ஆசிரியம் பெறுமே"** (நூ.53)

கூத்தரையும், பொருநரையும், பாணரையும் ஆற்றுப்படுத்துவது ஆற்றுப்படையாகும்.

பிரபந்த தீபம்

> **"ஆற்றுப் படையே அகவல் பாவால்**
>
> **விறலி பாணர் கூத்தரில் ஒருவர்**
>
> **பரிசுக்குச் சென்ற பாவலர் புகழும்**
>
> **கொடையும் கொற்றமும் வழியிடைக் கூறலே"** (நூ.7)

விறலி, பாணர், கூத்தர் இவர்களுள் ஒருவர் அகவல் பாவினால், தான் பரிசில் பெறச் சென்ற தலைவனின் பெருமையினையும், கொடைச் சிறப்பினையும், ஆட்சித்திறனையும் தன் வழியில் எதிர்ப்பட்டோரிடம் நவிலுதல் ஆற்றுப்படையாகும்.

சிதம்பரப் பாட்டியல்

> **"புகழகவ லாற்புலவர் பாணர் கூத்தர்**
>
> **பொருநர்முத லவரையாற் றெதிர்ப்பா டாகப்**
>
> **பகரும் தாற்றுப் படையாம்."** (மரபியல் நூ.8)

பிரபந்த மரபியல்

> **"வாணர்யாழ்ப் பாணர் நடர்பொருந மாரேனும்**
>
> **சேணாற்றி லுற்றதன்மை செப்பகவல் - கோணாத**
>
> **ஆற்றுப்படை"** (பா.25)

பிரபந்தத் திரட்டிலும் (நூ.26) இந்நூற்பா காணப்படுகிறது. முத்துவீரியமும் ஆற்றுப்படைக்கு இலக்கணம் கூறியுள்ளது.

இலக்கண விளக்கப் பாட்டியல்

> **"கூத்தரும் பாணரும் பொருநரும் விறலியும்**

ஆற்றிடைக் காட்சி யுறழத் தோன்றிப்

பெற்ற பெருவளம் பெறாஅர்க் கறிவுறீஇச்

சென்றெதிரத் தெரிந்த ஆற்றுப்படையும்." (நூ.501)

நூ.855-ம் ஆற்றுப்படையை விளக்குகிறது. இந்நூற்பா தொல்காப்பிய நூற்பாவை ஒட்டி அமைந்துள்ளது.

தொன்னூல் விளக்கம்

"ஆற்றுப் படையென்ப வாற்றெதிர்ப் படுத்திய

புலவர் பாணர் பொருநர் கூத்தர்

பலபுக ழுகவற் பாவொடு பாடலே." (266)

இவ்வாறு பாட்டியல் நூல்கள் ஆற்றுப்படைக்கு இலக்கணம் கூறியுள்ளன.

பெயர் பெறும் முறை

ஆற்றுப்படைகள் ஆற்றுப்படுத்தப் படுபவர்களது பெயரோடு சார்த்தி வழங்கப்படுகின்றன. திருமுருகாற்றுப்படை பாட்டுடைத் தலைவனின் பெயரோடு சார்த்தி வழங்கப்படுகிறது.

இசைக் கருவிகள்

1.ஆகுளி, 2.இசையோடு கூடிய மத்தளம், 3.கடிகை, 4.குழல், 5.கொம்பு, 6.சல்லி, 7.தூம்பு, 8.நெடுவங்கியம், 9.பாண்டில், 10.மாக்கிணை, 11.யாழ் என்னும் 11 இசைக்கருவிகளின் பெயர்கள் குறிக்கப்பெற்றுள்ளன.

கருத்தலகுகள்

பத்துப்பாட்டில் உள்ள ஆற்றுப்படைகளில் மொத்தம் 45 கருத்தலகுகள் காணப்படுகின்றன. டாக்டர் நவநீத கிருட்டிணன் அவர்கள் அவற்றைக் குறிப்பிட்டுள்ளார். 1.நவநீததல், 2.ஆற்றெதிர்ப்படுதல், 3.கேட்பாயாக, 4.யாழ் வருணனையும் பண்ணிசைக்கும் முறையும், 5.இசைக் கருவிகள், 6.பாடினி வருணனை, 7. வந்த வழியின் இயல்பு, 8.சுற்றத்தின் வறுமை, 9.உன்னைப் போலவே நானும் இருந்தேன், 10.மன்னவனைக் காணும் முன்னும் கண்ட பின்னரும் இருந்த நிலை, 11.பெற்றவளம், 12.ஆற்றுப்படுத்தல், 13.மன்னர் ஊர் அருகிலுள்ளது, 14.முல்லை வழி, 15.முல்லை நில மக்களின் விருந்தோம்பல், 16.மருத நில வருணனை, 17.உழவர் விருந்தோம்பல், 18.நெய்தல் வழி, 19.நெய்தல் நில மக்களின் விருந்தோம்பல், 20.பாலை வழி,

21.எயினர் விருந்தோம்பல், 22.வழியில் தங்கிச் செல்லுங்கள், வழி எச்சரிக்கை முதலியன கூறி ஆற்றுப்படுத்துதல், 24.தெய்வத்தை வணங்குங்கள், 25.மன்னன் வாயிற் சிறப்பு, 26.நாளோலக்கம், 27.தலைவன் தோற்றம், 28.பிற மன்னர் கையுறை, 29.மன்னனைத் தொழவேண்டிய முறை, 30.மன்னன் உம்மை வரவேற்கும் முறை, 31. உடை நல்குவான், 32.கள் தருவான், 33.விருந்தோம்புவான், 34.மன்னனின் பரிசில் நீட்டியாப் பண்புடைமை, 35.பெறும் பரிசில், 36.மன்னனை நீவீர் வாழ்த்தவேண்டிய வகை, 37.மன்னன் பெருமை, 38.குடி நிலை, 39.மன்னன் பண்பு நலன், 40.வீரம், 41.கொடைச் சிறப்பு, 42.செங்கோல் சிறப்பு, 43.தலைநகர்ச் சிறப்பு, மலைச் சிறப்பு, 45.நதி வருணனை.

பத்துப்பாட்டில் ஆற்றுப்படை நூல்கள்

திருமுருகாற்றுப்படை (புலவராற்றுப்படை), பொருநராற்றுப்படை, சிறுபாணாற்றுப்படை, பெரும்பாணாற்றுப்படை, மலைபடுகடாம் (கூத்தராற்றுப்படை) என்னும் ஐந்தும் ஆற்றுப்படை நூல்களாகும்.

1. திருமுருகாற்றுப்படை

திருமுருகாற்றுப்படை பத்துப்பாட்டிற்குக் கடவுள் வாழ்த்துப்போல் முதலில் அமைந்துள்ளது. அது 317 அடிகளை உடைய ஆசிரியப்பாவால் அமைந்த நூலாகும். அதனை இயற்றியவர் நக்கீரர் ஆவார். சைவர்கள் முருகன் திருவருளை வேண்டிய நாள்தோறும் பாராயணம் செய்யும் நூலாகும். அப்பாடல் அருளைப் பெற அவாவும் புலவன் ஒருவனை அப்பெருமான்பால் ஆற்றுப்படுத்தும் முறையில் அமைந்துள்ளது. அழியக்கூடிய பொருள்களைப் பரிசில்களாக வழங்கும் முடி மன்னர்கள், குறுநில மன்னர்களைப் பாடாது என்றும் அழியாப் பேரின்ப வீடுபேற்றைத் தரும் முருகளைப் பாடுவதாக அந்நூல் அமைந்துள்ளது.

2. பொருநராற்றுப்படை

இப்பாட்டு, பரிசில் பெற்ற பொருநன், பரிசில் பெறாத பொருநனைக் கரிகாற்சோழனிடம் ஆற்றுப்படுத்துவதாக அமைந்துள்ளது. இந்நூலைப் பாடியவர் முடத்தாமக் கண்ணியார் ஆவார். இந்நூல் 248 அடிகளை உடையது. இப்பாட்டில் வரும் பொருநன் போர்க்களம் பாடுபவன் ஆவான். அவன் கையில் தடாரி என்னும் பறை உள்ளது. வறிய பொருநனது யாழின் சிறப்பு, கரிகாலன் சிறப்பு, அவனுடன் சென்ற பாடினியின் வருணனை, கரிகாலன் ஆண்ட சோழநாட்டு வளம் முதலியன இதன்கண் பேசப்பட்டுள்ளன.

3. சிறுபாணாற்றுப்படை

இது சிறிய யாழ்ப்பாணன் ஒருவன் மற்றொரு யாழ்ப்பாணனை ஆற்றுப்படுத்துவதாக வருவதால் சிறுபாணாற்றுப்படை என்னும் பெயர் பெற்றது. அடி அளவு பற்றியும் சிறுபாணாற்றுப்படை என்பர். யாழ்வகை ஐந்தனுள் சிறிய யாழாகிய செங்கோட்டியாழை உடைய காரணத்தால சிறுபாணாற்றுப்படை என்னும் பெயரைப் பெற்றது என்று கூறுவானரும் உளர். சிறிய யாழ் உடையவர் என்பதாலும், சில பண்களே அறிந்தவர் என்பதாலும் அவர்கள் சிறுபாணர்கள் என்று அழைக்கப் பெற்றனர். ஓய்மா நாட்டை ஆண்டு வந்த நல்லியக்கோடன் என்பவனிடம் பரிசில் பெற்று மீண்டு வந்த சிறுபாணன் ஒருவன், வறிய சிறுபாணனை வழியில் கண்டு, அவனை அவ்வள்ளல்பால் ஆற்றுப்படுத்துவதாகப் பாடப்பட்டுள்ளது. இந்நூலை இடைக்கழி நாட்டு நல்லூர் நத்தத்தனார் என்னும் புலவர் பாடியுள்ளார். அது 269 அடிகளை உடையது.

4. பெரும்பாணாற்றுப்படை

பரிசில் பெற்ற பெரும்பாணன் ஒருவன், பரிசில் பெறாத மற்றொரு பாணனை வழிப்படுத்துவதாக வருவதால் அப்பெயர் பெற்றது. இப்பாட்டு பரிசில் பெற்ற பெரும்பாணன் ஒருவன் தன் வழியில் எதிர்பட்ட மற்றோர் இரவலனான பாணனைக் காஞ்சி மாநகரைக் கோநகராகக் கொண்டு செங்கோலாச்சிய இளந்திரையனிடம் ஆற்றுப்படுத்தியதாக அமைந்துள்ளது. இதைக் கடியலூர் உருத்திரங் கண்ணனார் பாடினார். இந்நூல் 500 அடிகளை உடையது. யாழின் வருணனை, இளந்திரையன் ஆட்சிச் சிறப்பு, உப்பு வணிகர் இயல்பு, நாட்டு வழிகளைக் காப்பவர் தன்மை, எயிற்றியர் செயல், கானவர் செயல், வீரக்குடி மக்கள் இயல்பு, முல்லை நில மக்களின் இயல்பு, உழவர் செயல்கள், பாலை நிலத்தார் இயல்புகள், அந்தணர் ஒழுக்கமுறை, காஞ்சி, மாமல்லையின் சிறப்பு, இளந்திரையனுடைய வீரம், கொடை முதலிய பண்புகள், பாணரும் விறலியரும் மன்னனிடம் சிறப்புப் பெறுதல் போன்றவை நூல் நுவலும் செய்திகளாகும்.

5. மலைபடுகடாம்

மலையை யானைகளாகவும், அதனிடத்து உண்டாகும் ஓசையை யானையிடத்துத் தோன்றும் முழக்கமாகவும் உருவகித்தால் இப்பாட்டு மலைபடுகடாம் என்னும் பெயர் பெற்றது.

“அலகைத் தவிர்த்த வெண்ணருந் திறத்த

மலைபடு கடாஅ மாதிரத் தியம்ப.” (347 – 348)

என்னும் வரிகள் இப்பாட்டின் பெயர்க் காரணத்தைப் புலப்படுத்துகின்றன. இப்பாடல் பரிசில் பெற்ற கூந்தன் ஒருவன் பரிசில் பெறாத கூந்தன் ஒருவனைச் செங்கண் மாத்துவேள் நன்னன் சேய் நன்னனிடம் ஆற்றுப்படுத்தும் முறையில் அமைந்துள்ளது. இதைப் பாடியவர் பெருங்குன்றூர் பெருங்கௌசிகனார் ஆவார். இந்நூல் 583 அடிகளை உடையது. மலைவளம், மலையடிவார ஊர்கள், அவர்கள் விருந்தோம்பும் முறை, நன்னனது கொடைத்திறன், சேயாற்றின் பெருமை போன்ற செய்திகள் காணப்படுகின்றன.

ஆற்றுப்படையும் பயண நூல்களும்

1.ஆற்றுப்படை நூல்களும், பயண நூல்களும் பழைய அநுபவத்தைக் கூறுகின்றன. 2.செல்லும் இடங்களுக்கு வழி கூறுதல் அவ்விரண்டு நூல்களில் காணப்பெறுகின்றன. 3.குழுவாகச் செல்லுதல் இரண்டிற்கும் பொதுவான செய்திகளாகும். சில சமயங்களில் பயண நூல்களில் பயணி தனியாகச் சென்ற அநுபவத்தையும் கூறுவதுண்டு. 4.இரண்டு நூல்களிலும் பெற்ற அநுபவங்கள் பேசப்படுகின்றன. ஆற்றுப்படை நூல்களில் பயணமும், அநுபவமும் பேசப்படுகின்றன. பயண நூல்களில் அநுபவச் செல்வம் பேசப்பெறுகின்றது. 5.”ஆற்றுப்படையில் எதிர்ப்படும் கலைஞர்களின் பெயர்கள் கட்டப்பெறுவதில்லை. பயண நூல்களில், காணப்பெறும் மக்கள் சமுதாயத்தை விளக்குவதுடன் குறிப்பிட்ட மனிதர்கள் அல்லது தலைவர்களின் பெயர்கள் சுட்டப்பெறும்.” 6.இரண்டு நூல்களிலும் கிடைக்கும் உணவு, தங்கும் இடங்கள் பேசப்பெறுகின்றன. உணவு விடுதி, சிற்றுண்டி வசதி போன்றவை இருபதாம் நூற்றாண்டில் காணப்பெறும் வசதிகளாகும். 7.ஆற்றுப்படை நூல்களில் கலைஞர்கள் கால்நடையாகவேசென்றனர். செல்வம் படைத்தவர்கள் தேர், குதிரை, பாண்டில், யானை, சிவிகை, கோவேறு கழுதை போன்றவற்றைப் பயன்படுத்தினர். இருபதாம் நூற்றாண்டில் மோட்டார் கார், புகைவண்டி, வானூர்தி, கப்பல் போன்ற புதிய போக்குவரத்துச் சாதனங்கள் பயன்படுத்தப் பெறுகின்றன. 8.ஆற்றுப்படை நூல்களில் வறண்ட மலைப்பகுதிகள், பரற்கற்கள் நிரம்பிய பாலைவழிகள் காணப்பெறுகின்றன. பயண நூல்களில் வழித்துன்பங்கள் மிகுதியாகக் காணப் பெறவில்லை. 9.ஆற்றுப்படை நூல்கள் செய்யுள் வடிவில் காணப்பெறுகின்றன. பயண நூல்கள் உரை நடையில் அமைந்துள்ளன. இவ்வேறுபாடு கால வேறுபாட்டினால் ஏற்பட்டதாகும். 10.ஆற்றுப்படை நூல்களில் பயணம் உள்நாட்டில் நடைபெறுகிறது. பயண நூல்களில் பயணம் உள்நாட்டிலும், வெளிநாட்டிலும் நடைபெறுகிறது. இது போக்குவரத்துச் சாதனங்கள் பெருகியதால் ஏற்பட்ட மாற்றமாகும். டாக்டர் நவநீத கிருட்டிணனும் இக்கருத்துகளைக் கொண்டுள்ளார்.

ஆற்றுப்படையும் வழிநடைச் சிந்தும்

ஆற்றுப்படை ஒரு பயண நூலாகும். வழிநடைச் சிந்து பயணப் பாடலாகும். நடந்து பயணம் செல்பவர் களைப்புத் தோன்றாமல் இருப்பதற்காகப் பாடிச் செல்வது வழிநடைச் சிந்து ஆகும்.

காப்பியங்களில் ஆற்றுப்படை

காப்பியங்களில் வழிகளும் கூறுகளும், நாடு நகரங்களைக் கடந்து செல்லும் செயல்களும் காணப்பெறுகின்றன. கோவலன், கண்ணகி, கவுந்தியடிகள் ஆகிய மூவரும் மதுரைக்குச் செல்லும் பொழுது மாங்காட்டு மறையோன் அவர்களுக்கு மதுரைக்குச் செல்லும் மூன்று வழிகளைக் கூறுவதைச் சிலப்பதிகாரத்தில் காணலாம். சீவகசிந்தாமணியில் சீவகன் சுதஞ்சனிடம் நாடு காணும் ஆவலைக் கூறுகிறான். சில இடங்களில் வழிப்பயணம் பேசப்பெறுகிறது. பெருங்கதையில் உதயணன் வாசவ தத்தைக் கவர்ந்து சென்ற வழிப்பயணம் கூறப்பட்டுள்ளது. அந்நூலில் நாடு, நகர், நிலம் போன்றவற்றின் வருணனையைக் காணமுடிகிறது. கம்பராமாயணத்தில் தசரதனும், அவனுடைய தேவிமார்களும், படைகளும் மிதிலைக்குச் சென்ற முறை விளக்கப்பெற்றுள்ளது. இராமன் காட்டிற்குச் சென்ற வழியையும் கம்பர் கூறியுள்ளார். கிட்கிந்தா காண்டத்தில் சீதையைத் தேட வழிகூறும் பகுதி காணப்பெறுகிறது. பெரிய புராணத்தில் நாயன்மார் சென்ற வழித்தடங்களைச் சேக்கிழார் குறிப்பிட்டுள்ளார். அரிச்சந்திர புராணத்தில் சந்திரமதியின் சுயம்வரத்திற்கு அரிச்சந்திரன் செல்லும் பயணக் காட்சி, அவன் நாடுநகர் இழந்து காசி செல்லும் பயணம், அயோத்தி மீளும் பயணம் போன்ற பயணங்கள் காணப்பெறுகின்றன. இவ்வாறு காப்பியங்களில் ஆற்றுப்படை, வழிப்பயணம் போன்றவை காணப்பெறுகின்றன.

கையேடுகள்

சுற்றுலாச் செல்வோர் தாங்கள் செல்லும் நாடுகளிலே என்னென்ன இடங்களைப் பார்க்கலாம்? எங்கு தங்கலாம்? எவ்வகை உணவுகள் உண்பதற்குக் கிடைக்கும்? என்பன பற்றி விளக்கிக்கூறும் நூல்கள் கையேடுகள் எனப்பெறும். அக்கையேடுகள் 1.ஓரிடத்தைப் பற்றிய கையேடுகள், 2.பல இடங்களைப் பற்றிய கையேடுகள் என இரண்டு வகைப்படும். ஓரிடம் பற்றிய கையேட்டில் ஓரிடத்தின் தொடக்கம் முதல் இன்றுவரையுள்ள வளர்ச்சி பேசப்பெறும். 'மாமல்லை', 'மதுரை', 'பூம்புகார்', 'சென்னைப்பட்டினம்' போன்ற நூல்கள் அவ்வகைக்குள் அடங்கும்.

ஒரே கையேட்டில் பல இடங்களைப் பற்றிய புள்ளி விவரங்கள் காணப்பெறும். 'தமிழகச் சுற்றுலாக் கையேடு','இந்திய சுற்றுலாக் கையேடு' போன்ற நூல்களைச்

சான்றாகக் கூறலாம். இந்நூல்கள் ஆங்கிலத்தில் மிகுதியாகக் காணப் பெறுகின்றன. ஆங்கில நூல்கள் வேற்று மொழியினருக்கு உறுதுணையாக இருக்கும். ஆங்கில நூல்களே மிகுதியாக விற்பனையாகின்றன.

கருத்தலகுகள்

1.பொதுவான முன்னுரை, 2.வரைபடம், 3.தட்பவெப்பநிலை, 4.அந்த இடத்தைப் பற்றிய அறிமுகம், 5.மாநில, மையச் சுற்றுலாச் செய்தித் தொடர்பு நிலையங்கள், 6.பாதுகாக்கப் பெற்ற அல்லது தடை செய்யப்பெற்ற இடங்கள், 7.வாகன வசதி, 8.வெளிநாட்டுக் கார் கிடைக்கும் இடங்கள், 9.காரின் உதிரிப்பாகங்கள் கிடைக்கும் இடங்கள், 10.கார் பழுது பார்க்கும் இடங்கள், 11.சுற்றுலா நடத்துநர்களின் முகவரி, 12.பயண முகவர்களின் முகவரி, 13.வாங்கக் கூடாத பழம் பொருள்கள், 14.கடைவீதி, 15.மதுவிலக்கு, மதுபானக்கடைகள், 16.விழாக்கள், 17.பார்க்க வேண்டிய சுற்றுலா மையங்கள், அவற்றின் வரலாறு, தூரம், அங்குள்ள உணவகங்கள், 18.மருத்துவ மனைகள், 19.மருத்துவர்கள், 20.மருந்துக்கடைகள், 21.வங்கிகள், 22.வழிகாட்டிகள், 23.அங்குள்ள கலைகள், 24.கைவினைத் தொழில்கள், 25.கைவினைப் பொருள்கள், 26.கல்வி நிலையங்கள், 27.பண்பாட்டு நிலையங்கள், 28.திரைப்பட கொட்டகைகள், 29.விடுதிகள், 30.உணவகங்கள், 31.புத்தகக் கடைகள், 32.நூல் நிலையங்கள், 33.பொழுதுபோக்குக் கூறுகள் போன்ற செய்திகள் கையேடுகளில் இடம் பெற்றுள்ளன.

பயண நூல்களும் கையேடுகளும் விளம்பரங்களாகப் பயன்படுகின்றன; மக்களைப் பயணம் செய்யத் தூண்டுகின்றன; பயணம் செய்பவர்களுக்குத் துணை புரிகின்றன; பயணிகளுக்குத் தெரியாத செய்திகளைத் தெரிவிக்கின்றன.

ஆக்கம்:-

முனைவர். சு. அந்தோணி செல்வகுமார், எம்.ஏ., எம்.பில்., பிஎச்.டி.,
தமிழ்த்துறைத் தலைவர்,
நாசரேத் மர்காஷிஸ் கல்லூரி பிள்ளையன்மனை,
நாசரேத் - 628 617.