Review Of Research
Volume-2, Issue- 4 , Jan. 2013
ISSN : 2249-894X
Available online at www. lbp.world

कृषी पर्यटन विकासासाठी परिणामकारक विपणनाची आवश्यकता

प्रा.बी. बी. शितोळे
सहयोगी प्राध्यापक, कला व वाणिज्य महाविद्यालय, माढा, जि. सोलापूर.

ABSTRACT

भारतीय ग्रामीण समाजाचा जीवनमार्ग म्हणून आपण कृषीक्षेत्राकडे पाहतो. स्वातंत्र्यानंतर ६५ वर्षे उलटली असली तरी जवळपास ७० % लोक प्रत्यक्ष व अप्रत्यक्षपणे शेतीवर अवलंबून आहेत. भारतीय अर्थव्यवस्थेमध्ये शेती क्षेत्रास अनन्यसाधारण महत्व असून राष्ट्रीय उत्पन्नामध्ये एकटया शेतीक्षेत्राचा १८% वाटा आहे. स्वातंत्र्योतर काळात हरितक्रांती, शासनाच्या विविध योजना, कार्यक्रम आणि उपक्रम यामुळे शेतीक्षेत्रात भरीव प्रगती झाली असून आज आपण अन्नधान्यांमध्ये स्वयंपूर्ण आहोत. गेल्या दोन दशकामध्ये फळे,फुले आणि पालेभाज्या या क्षेत्रात उच्चांकी उत्पादनासह निर्यातीमध्येही भरीव प्रगती झाल्याचे दिसते. तरीही देशाचा अन्नदाता 'शेतकरी राजा' आजही आपली फारशी आर्थिक प्रगती करू शकला नाही. तसेच ग्रामिण दारिद्रय कमी करण्यामध्येही अपेक्षित यश मिळू शकले नाही. अशावेळी ग्रामीण भागात रोजगाराच्या संधी उपलब्ध करून देणारे, ग्रामिण लोकांची जीवनशैली बदलण्यास उपयुक्त ठरणारे एक नवे दालन म्हणून कृषी पर्यटनाकडे पाहिले पाहिजे.

देशातील सांस्कृतिक विविधता, नैसर्गिक सौदर्य, ऐतिहासिक व धार्मिक स्थळे, रानमेव्यांचे विभिन्न प्रकार यामुळे देशांतर्गत व विदेशी या दोन्ही पर्यटकांच्या दृष्टीने कृषी पर्यटनाच्या विकासास उत्तम संधी उपलब्ध आहेत. त्याचदिशेने महाराष्ट्रामध्ये १ मे २००४ पासून कृषी पर्यटन या संकल्पनेचा प्रारंभ झाला. आज ही सेवा महाराष्ट्रामध्ये कोकणासह पश्चिम महाराष्ट्र आणि देशाच्या विभिन्न भागात आकार घेत आहे. शहरीकरण, बदलती जीवनशैली, कुटुंब वत्सलतेचा अभाव, इत्यादी कारणांमुळे कृषी पर्यटन व्यवसायाच्या विकासास पोषक असे वातावरण आहे. या क्षेत्राचा शाश्वत विकास होण्याच्या दृष्टीने मात्र परीणामकारक अशा विपणन प्रक्रियेची गरज आहे. कृषी पर्यटन या सेवेचे विपणन इतर सेवांप्रमाणे केवळ व्यापारी दृष्टीकोन समोर ठेवून न करता या सेवेद्वारे उपभोक्त्यास 'मायेची उब' आणि समाधान मिळाले पाहिजे. उत्पादक (शेतकरी) आणि उपभोक्ता या दोन्हींच्या दृष्टीने आधुनिक विपणन व्यूहरचना निश्चितपणे शाश्वत विकासासाठी फलदायी ठरेल.

प्रस्तावना –

भारतीय ग्रामीण समाजाचा जीवनमार्ग म्हणून आपण कृषीक्षेत्राकडे पाहतो. स्वातंत्र्यानंतर ६५ वर्षे उलटली असली तरी जवळपास ७० % लोक प्रत्यक्ष व अप्रत्यक्षपणे शेतीवर अवलंबून आहेत. भारतीय अर्थव्यवस्थेमध्ये शेती क्षेत्रास अनन्यसाधारण महत्व असून राष्ट्रीय उत्पन्नामध्ये एकटया शेतीक्षेत्राचा १८% वाटा आहे. स्वातंत्र्योतर काळात हरितक्रांती, शासनाच्या विविध योजना, कार्यक्रम आणि उपक्रम यामुळे शेतीक्षेत्रात भरीव प्रगती झाली असून आज आपण अन्नधान्यांमध्ये स्वयंपूर्ण आहोत. गेल्या दोन दशकामध्ये फळे,फुले आणि पालेभाज्या या क्षेत्रात उच्चांकी उत्पादनासह निर्यातीमध्येही भरीव प्रगती झाल्याचे दिसते. तरीही देशाचा अन्नदाता 'शेतकरी राजा' आजही आपली

फारशी आर्थिक प्रगती करू शकला नाही. तसेच ग्रामिण दारिद्रय कमी करण्यामध्येही अपेक्षित यश मिळू शकले नाही. अशावेळी ग्रामीण भागात रोजगाराच्या संधी उपलब्ध करून देणारे, ग्रामिण लोकांची जीवनशैली बदलण्यास उपयुक्त ठरणारे एक नवे दालन म्हणून कृषी पर्यटनाकडे पाहिले पाहिजे.
देशातील सांस्कृतिक विविधता, नैसर्गिक सौदर्य, ऐतिहासिक व धार्मिक स्थळे, रानमेव्यांचे विभिन्न प्रकार यामुळे देशांतर्गत व विदेशी या दोन्ही पर्यटकांच्या दृष्टीने कृषी पर्यटनाच्या विकासास उत्तम संधी उपलब्ध आहेत. त्याचदिशेने महाराष्ट्रामध्ये १ मे २००४ पासून कृषी पर्यटन या संकल्पनेचा प्रारंभ झाला. कृषी पर्यटन म्हणजे शेतकऱ्यांनी स्वत: आपल्याच शेतावर पर्यटकांना नैसर्गिक रित्या आनंद व ज्ञान देणारी व्यवहार्य अशी कृती करणे होय.

अभ्यासाची उद्दिष्टे :

प्रस्तुत अभ्यास विषयाची उद्दिष्टे खालील प्रमाणे होत:

१. कृषी पर्यटन व्यवसायाच्या संधीविषयी माहिती घेणे.
२. कृषी पर्यटन या सेवा विपणनाचा अभ्यास करणे.
३. कृषी पर्यटन विकासासाठी परिणामकारक विपणनाच्या दृष्टीने आवश्यक त्या शिफारशी करणे.

संशोधन पध्दती :

प्रस्तुत शोध निबंध मुखत्वे दुय्यम माहिती संकलनावर अधिरित असून काही प्रमाणात कृषी पर्यटक, कृषी पर्यटन केंद्रांचे संचालक, कृषी पर्यटन तज्ञ आणि या क्षेत्रात येवू इच्छिणाऱ्या उपक्रमशील व्यक्ती यांच्याशी अनौपचारिक संवाद साधून माहितीचे संकलन करण्यात आले आहे. प्रस्तुत शोध निबंधात प्रामुख्याने पश्चिम महाराष्ट्रातील कृषी पर्यटन व्यवसायाच्या संधी आणि त्यांचा गतीने विकास करण्याच्या दृष्टीने निरीक्षण करण्यात आलेले आहे. निरीक्षण आणि संवाद यावर आधारित परिणामकारक विपणनाच्या दृष्टीने आवश्यक त्या महत्वपूर्ण शिफारशी करण्याचा प्रयत्न संशोधकाने केला आहे.

कृषी पर्यटनाची उपयुक्तता आणि महत्व :

कृषी क्षेत्रातील रोजगार वाढीच्या संधीमुळे अर्थव्यवस्थेला गती देणारे एक नाविन्यपूर्ण क्षेत्र म्हणून कृषी पर्यटन व्यवसायाकडे पाहिले पाहिजे. आज स्वित्झर्लंड, जपान, इस्त्राईल, ऑस्ट्रोलिया या व इतर अनेक विकसीत देशातही कृषी पर्यटन व्यवसाय जोमाने सुरू आहे. जपानमध्ये या व्यवसायाची सुरूवात प्रामुख्याने युवा वर्ग शेतीव्यवसायाकडे आकर्षित व्हावा या उद्देशाने झाली. इ.स. १९९३ मध्ये मध्यम लोक वस्तीच्या एका गावात भात रोपांच्या विविध रंगी जाती वापरून 'माऊंट इवाका' या चित्राद्वारे जपानमध्ये कृषी पर्याटनाचा प्रारंभ झाला. त्यामुळे भात शेतीच्या हंगामामध्ये लाखो लोक पर्यटक म्हणून भेटी देवू लागले परिणामी कृषीक्षेत्र आणि कृषी पर्यटन या क्षेत्रात अनेक तरूण आज कार्यरत आहेत. देशाच्या विकासाबरोबरच तरूण पिढीस एक आनंददायी रोजगारचा मार्ग यामुळे उपलब्ध झाला आहे.

भारतास भरभक्कम अशी नैसर्गिक देणगी असून अनेक आकर्षक आणि प्रेक्षणिय स्थळे, ऐतिहासिक व धार्मिक स्थळे आहेत, त्यामुळे अशा परिसराबरोबरच मोठ्या शहरांच्या आसपास कृषी पर्यटन व्यवसायाच्या विकासास चांगला वाव आहे. जोतिबा, जेजुरी, नृसिंहवाडी, औदुंबर, पंढरपूर, तुळजापूर, अक्कलकोट, शिर्डी, नाशिक अशा स्थळांना सतत लाखो लोक भेटी देतात. अनेक किल्ले आणि ऐतिहासिक स्थळे सातत्याने हजारो पर्यटकांनी गजबजलेली

असतात. अनेक ठिकाणी आज वॉटर पार्कस् विकसित करण्यात आले आहेत. या ठिकाणी थांबावे असे प्रत्येक पर्यटकास वाटते परंतु गर्दी, महागाई, कृत्रीमता यामुळे हे लोक इच्छा असूनही थांबू शकत नाहीत. त्याचप्रमाणे शहरीकरणामुळे वाढलेला ताणतणाव, धावपळ यामुळे मुक्ती मिळविण्यासाठी अनेक शहरवासियांना कुटुंबासमवेत आनंददायी आणि मुक्त ठिकाणी रहावेसे वाटते. यामुळेच अशा परीसरात छोटी –छोटी कृषी पर्यटन केंद्रे विकसित झाल्यास ग्रामिण भागातील उपक्रमशील तरूणास सन्मानाची रोजगार संधी उपलब्ध होईल. शेतकरी कुटुंबातील बिनकामाच्या हातांना काम मिळेल. परिणामी उत्पन्नात वाढ होवून ग्रामिण भारताचे जीवनमान उंचावेल.

भारतीय स्वातंत्र्याच्या ६५ वर्षानंतरही आपली शेती निर्सगाच्या लहरीपणावर अवलंबून आहे. गुणवत्तेचे उत्पादन काढूनही कृषी विपणन प्रक्रियेतील उणिवांमुळे शेतकऱ्यास ग्राहकाच्या रूपयातील फार कमी हिस्सा मिळतो. त्यामुळेच आपण शेती क्षेत्राद्वारे दारिद्रय निर्मुलन करण्यात अपयशी ठरलो आहेत. अशा वेळी शाश्वत शेतीच्या दृष्टीने कृषी पर्यटन उपयुक्त ठरणार आहे. या सेवेमुळे ग्रामीण भागात मोठया प्रमाणात रोजगाराच्या संधी उपलब्ध होतीलच शिवाय परिसरातील इतर शेतकऱ्यांच्या कृषी मालास चांगली बाजारपेठ निर्माण होईल. चांगली पोषणमूल्य असलेली ताजी फळे, पालेभाज्या विभिन्न प्रकारचा रानमेवा, रानभाज्या, नैसर्गिक अन्नधान्ये, कृषी पर्यटकास उपलब्ध होईल, परीणामी कृषी प्रधान देशाचे संपूर्ण संतूलन राखण्याच्या दृष्टीने कृषी पर्यटन उपयुक्त ठरणार आहेत.

कृषी पर्यटन विपणनातील महत्वपूर्ण घटक :

कृषी पर्यटन ही मिश्र स्वरूपाची सेवा असून यामध्ये खाद्यान्न सेवा, निवास सेवा, विविध प्रकारच्या कृषी उत्पादनांची विक्री आणि मनोरंजन सेवा इत्यादी सेवा अभिप्रेत आहेत. त्यामुळे कृषी पर्यटन सेवेचे विपणन अत्यंत काळजीपूर्वक आणि प्रमाणिकपणे करणे आवश्यक आहे. विपणन प्रक्रिया परीणामकारक व्हावी या हेतूने खालील महत्वपूर्ण मुद्दे विचारात घेतले पाहिजेत.

१) **गुणवत्तेस प्राधान्य :** खाद्यान्न, कृषी माल, रानमेवा याबाबतीत गुणवत्तेस प्राधान्य देणे आवश्यक असून खाद्यान्न हे स्थानिक संस्कृती आणि विशेषत्व दर्शविणारे असल्यास पर्यटक अधिक समाधानी राहतील. आपल्या कृषी पर्यटन केंद्राची चांगली प्रतिमा पर्यटकांच्या मनात तयार होण्यास मदत होईल. ज्वारीचा हुरडा, गव्हाचा हुरडा, मक्याचे कणीस, हरभरा इ. बाबतीत, तसेच डोंगरातील करवंदे, काळी मैना या रानमेव्याच्या बाबतीतही गुणवत्तेस प्राधान्य दिले पाहिजे एकूणच परिणामकारक विपणनाचा पाया गुणवत्तेवरच अवलंबून असतो.

२) **निसर्गरम्य, धार्मिक व ऐतिहासिक स्थळांचा समावेश :** कृषी पर्यटन हे एक निसर्ग पर्यटन असल्यामुळे या सेवेमध्ये निसर्गरम्य परिसर निर्मितीवर भर असावा. शेती क्षेत्रातील विविध क्रिया दर्शविणारी साधने पर्यटकांना अनुभवता यावीत. तसेच कृषी पर्यटन सेवेमध्ये धार्मिक स्थळे, ऐतिहासिक स्थळे या ठिकाणी सफर घडविण्याचा समावेश असावा. अशा प्रकारच्या विपणन प्रक्रियेमुळे कृषी पर्यटन सेवा सर्व प्रकारच्या व सर्व वयोगटातील पर्यटकांना आनंद देणारी ठरेल.

३) **स्थानिक खेळ व मनोरंजन सेवेचा समावेश :** कृषी पर्यटन सेवेमध्ये स्थानिक संस्कृती दर्शक खेळ उदा. झिम्मा–फुगडी, कबड्डी, आटयापटया, विटी–दांडू या खेळांचा समावेश असला पाहिजे तसेच लोकगीते, ओव्या, भजन, भारूड, गवळण इत्यादी प्रकारे मनोरंजन सेवेच्या सुविधाही कृषी पर्यटनामध्ये अभिप्रेत आहेत. या बाजू प्रभावीपणे विचारात घेतल्यास विपणन प्रक्रिया अधिक परीणामकारक होईल.

४) **आवडीची पॅकेज :** कृषी पर्यटन सेवा विविध पॅकेजमध्ये असावी, पर्यटकास आपल्या आवडीचे स्वातंत्र्य असावे. संपूर्ण पॅकेज घेण्याची सक्ती असू नये. पर्यटकाची आर्थिक क्षमता आणि आवडीनुसार त्यांना खाद्यान्न, खेळ,

मनोरंजन याची निवड करता यावी. पॅकेज तयार करताना नैसर्गिकपणा आणि संस्कृती दर्शन हे गाभाभूत घटक असावेत.

५) **इतर कृषी उत्पादकांशी सबंध :** कृषी पर्यटकांना पर्यटनाबरोबरच कृषी उत्पादनाची खरेदी करणे आवडते. अशा वेळी विविध प्रकारची फळे, पालेभाज्या, रानभाज्या, रानमेव्यांचे विविध प्रकार सहजपणे उपलब्ध व्हावेत या उद्देशाने कृषी पर्यटन केंद्राशी इतर कृषी उत्पादकांचे संबंध जोडणे उपयुक्त ठरते. यामुळे कृषी पर्यटन केंद्र आणि कृषी उत्पादक या दोन्ही घटकांना लाभ होतात.

६) **बचत गटांना सामावून घेणे :** कृषी पर्यटन केंद्रामध्ये बचत गटांना समावून घेतल्यास त्यांनी उत्पादित केलेली घरगुती उत्पादने,प्रक्रिया केलेली कृषी उत्पादने पर्यटकांसाठी उपलब्ध होतील. बचत गटांचा समावेश कृषी पर्यटन विपणनाच्या दृष्टीने निश्चितपणे सहाय्यभूत ठरेल.

निष्कर्ष :

कृषी पर्यटन व्यवसाय हा भारतीय कृषी पर्यटन चालकांच्या दृष्टीने सर्वअर्थाने नवीन उपक्रम असून तो सुरू करण्यापासून प्रत्यक्ष विपणनापर्यंत त्यांना पुरेशी माहिती नसते. परिणामी विविध समस्यांना सामोरे जावे लागते. तसेच कृषी पर्यटन सेवेचे विपणन इतर उपभोग्य सेवांपेक्षा भिन्न असून या सेवेद्वारे आनंद, ज्ञान, मनोरंजन आणि समाधान देणे अभिप्रेत आहे. कृषी पर्यटन सेवेच्या विपणनामध्ये भावनेच्या स्पर्शाद्वारे उपभोक्त्यांना समाधानी ठेवत असतानाच एक व्यवसाय म्हणून तो अखंडीतपणे चालावा, आर्थिकदृष्ट्या सक्षम व्हावा याकडे लक्ष केंद्रीत करावे. आज अनेक ठिकाणी कृषी पर्यटन केंद्रे सुरू आहेत. नैसर्गिक विविधता, सभोवतालची परीस्थिती आणि कृषी पर्यटन चालकांचे कौशल्य यावरच विपणन अवलंबून असून प्रभावी विपणन प्रक्रियेमुळे काही कृषी पर्यटन केंद्राचा प्रचार आणि प्रसार सर्वत्र होत आहे. मात्र अनेक वेळा पर्यटकांचा प्रतिसाद वाढण्यास वेळ लागतो, परिणामी सुरूवातीचा काही काळ गुंतवणूकीवर पुरेसा मोबदला मिळत नाही. ग्रामिण भागामध्ये साक्षरतेचे प्रमाण चांगले असले तरी कृषी पर्यटन सेवकवर्ग विपणन प्रक्रियेत कमी पडतो. प्रामुख्याने संभाषण कौशल्य, माहितीची मांडणी, शिष्टाचार याबाबतीत सेवक वर्ग कमी पडतो. परिणामी विपणन कार्य प्रभावीपणे होत नाही. त्याचप्रमाणे कृषी पर्यटन केंद्राची उभारणी करताना त्याचे आकारमान, पायाभूत सुविधा, उपभोक्त्यांच्या अपेक्षा याबाबत कृषी पर्यटन केंद्र प्रवर्तकांस पुरेशी माहिती नसते.

महत्वाच्या शिफारशी :

परिणामकारक कृषी पर्यटन विपणनाच्या दृष्टीने केलेली पाहणी आणि मूल्यमापन या आधारे खालील महत्वपूर्ण शिफारशी करण्यात येत आहेत.

१. कृषी पर्यटन प्रकल्पाचा संभाव्य उपभोक्ता कोणत्या प्रकारचा आहे आणि किती प्रमाणात असेल यावर आधारीत प्रकल्प उभारणी होण्याच्या दृष्टीने कार्यशाळांचे आयोजन करण्यात यावे. परिणामी प्रकल्पाबाबत शेतीक्षेत्र व निवास आकारमान, पायाभूत सुविधा आणि संभाव्य उपभोक्त्यांच्या अपेक्षा याबाबत मार्गदर्शन होईल. अशा प्रकारच्या कार्यशाळांचे आयोजन शासनाचा कृषी विभाग आणि पर्यटन विभाग यांच्या पुढाकाराने व्हावे.

२. परिणामकारक कृषी पर्यटन विपणनाच्या दृष्टीने पर्यटन केंद्राचा परवाना देताना शेतकरी समूह व कृषी सहकारी संस्था यांना प्राधान्य देण्यात यावे परिणामी प्रामाणिक मनुष्यबळ मिळेल. सहकारी संस्था किंवा शेतकरी समुह यामध्ये सदस्यांचे स्वत:चे हितसंबंध गुंतलेले असल्यामुळे कृषी पर्यटकांमध्ये प्रामाणिकपणे आणि विश्वासर्हतेने

सुविधा पुरविल्या जातील, परिणामी पर्यटकांच्या भेटीत सातत्य राहील अणि कृषी पर्यटन विपणनाचे उद्दिष्ट साध्य होईल.

३. कृषी पर्यटनाच्या शाश्वत विकासाच्या दृष्टीने संचालकापासून सेवकापर्यंत सर्वांनाच प्रशिक्षण देण्यात यावे. प्रामुख्याने ग्रामिण भागातील तरूण वर्ग सुशिक्षित असला तरी आपली संस्कृती, परीसरातील विभिन्न स्थळे याबाबत नेमकी आणि अचूक माहिती नसते. संभाषण कौशल्याचेही कमतरता असते. अशा वेळी परिणामकारक विपणनाच्या दृष्टीने प्रशिक्षण उपयुक्त ठरेल.

४. कृषी पर्यटन सेवेचा प्रचार,प्रसार आणि जाणिवा याबाबतप्रभावी जाहीरात कार्यक्रम हाती घेण्यात यावा. प्रचार, प्रसार आणि जाहीरात यातील आर्थिक बोजासह सर्व बाबी सुरूवातीचा काही काळ शासनाने सहन करावा.

५. कृषी पर्यटन केंद्रापर्यंतची वाहतूक व्यवस्था सक्षम असावी तसेच रस्ते चांगल्या दर्जाचे असावेत याबाबत कृषी पर्यटन केंद्र चालक आणि शासन या दोन्ही घटकांनी लक्ष घालावे.

REFERENCES

1. Planning Commission-Govt. of India (2007) Maharashtra Development Report, Academic foundation New Delhi.
2. Memoria C.B.& Tripathi (2003) Agricultural Problems in India, Kitabmahal, Alhabad
3. Tourism Policy of Maharashtra (2006)
4. Taware Pandurang, Director, Marketing A.T.D.C., Pune, Agri.-: Tourism Innovative Supplimentry Income Generating Activity For Enterprising Farmers.
5. Maharashtra Krishi Paryatan Vistar Yogana 2008, A.T.D.C.,Pune.
6. www.agritourism.in
7. www.agritourismworld.com
8. www.agritourismaustralia.com
9. www.conservationdevelopment.net