भारत सरकार

पर्यटन मंत्रालय

लोक सभा

मौखिक प्रश्न सं. †*10

सोमवार, 20 जुलाई, 2026/29 आषाढ़, 1948 (शक)

को दिया जाने वाला उत्तर

अतुल्य भारत 2.0 पहल

†*10. डॉ. प्रशांत यादवराव पडोले:

क्या **पर्यटन** मंत्री यह बताने की कृपा करेंगे कि:

(क) अतुल्य भारत 2.0 पहल के महत्वपूर्ण लक्षित क्षेत्रों का ब्यौरा क्या है;

(ख) हाल के महीनों में वैश्विक कार्यक्रमों, भागीदारियों और डिजिटल अभियानों सहित किस प्रकार के संवर्धनात्मक प्रयास किए गए हैं;

(ग) भारत में पर्यटन के स्वरूप को सुदृढ़ करने और विदेशी पर्यटकों में रुचि पैदा करने के संबंध में इन प्रयासों का क्या प्रभाव पड़ा है;

(घ) क्या सरकार ने अतुल्य भारत 2.0 की प्रभावकारिता को मापने के लिए कोई मूल्यांकन तंत्र स्थापित किया है; और

(ङ) यदि हां, तो तत्संबंधी ब्यौरा क्या है?

उत्तर

पर्यटन मंत्री **(श्री गजेन्द्र सिंह शेखावत)**

(क) से (ङ): एक विवरण सभा पटल पर रख दिया गया है।

*****

डॉ. प्रशांत यादवराव पडोले द्वारा अतुल्य भारत 2.0 पहल के संबंध में दिनांक 20.07.2026 को पूछे जाने वाले लोक सभा के मौखिक प्रश्न संख्या †*10 के भाग (क) से (ङ) के उत्तर में **विवरण**

(क) से (ङ): पर्यटन मंत्रालय अतुल्य भारत ब्रांड के तहत विदेशी बाजारों में भारत को एक समग्र पर्यटन गंतव्य के रूप में बढ़ावा देता है। केंद्रीय बजट 2017-18 के अंतर्गत शुरू की गई अतुल्य भारत 2.0 पहल के तहत, सामान्य संवर्धन के स्थान पर बाजार-विशिष्ट, थीम आधारित और डिजिटल संवर्धन पर ध्यान दिया गया। यह पहल भारत की विविध पर्यटन पेशकशों, जैसे संस्कृति, विरासत, आध्यात्मिकता, निरोगता, योग, एडवेंचर, वन्यजीव, व्यंजन, लक्ज़री और विभिन्न अंतर्राष्ट्रीय बाजारों की रूचि पर आधारित अन्य विशिष्ट पर्यटन उत्पादों पर प्रकाश डालती है।

पर्यटन मंत्रालय डिजिटल और सोशल मीडिया एवं अतुल्य भारत पोर्टल के उपयोग के माध्यम से, प्रमुख अंतर्राष्ट्रीय यात्रा मेलों और प्रदर्शनियों में भागीदारी, रोड शो, गंतव्य संबंधी प्रस्तुतियों, परिचय यात्राओं, यात्रा व्यापार जगत के साथ जुड़ाव और प्रौद्योगिकीय मंचों, उद्योग जगत के हितधारकों तथा कन्टेंट तैयार करने वालों के साथ साझेदारी द्वारा विभिन्न प्रचार संबंधी कार्यकलाप करता है। इनमें से कुछ प्रचार संबंधी कार्यकलापों को विदेशों में स्थित भारतीय मिशनों के साथ समन्वय से लागू किया जाता है, जो गंतव्य के प्रचार, स्थानीय यात्रा व्यापार, मीडिया और अन्य हितधारकों के साथ जुड़ने और अपने-अपने देशों में अतुल्य भारत प्रचार सामग्री के प्रसार की सुविधा प्रदान करते हैं।

ये पहलें भारत के पर्यटन संबंधी अनुभवों को बेहतर बनाने और प्रमुख अंतर्राष्ट्रीय बाजारों में भारतीय गंतव्यों की उपस्थिति बढ़ाने के लिए डिजिटल प्लेटफार्मों और रचनात्मक सामग्रियों का उपयोग करती हैं।

पर्यटन मंत्रालय हितधारक की प्रतिक्रिया, कार्यक्रमों में भागीदारी और अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक आगमन (आईटीए) जैसे पर्यटन संकेतकों के माध्यम से इन प्रचार संबंधी कार्यकलापों की नियमित रूप से समीक्षा करता है। प्रचार संबंधी रणनीतियों को बदलते यात्रा रुझानों के अनुरूप समय-समय पर अद्यतन किया जाता है, ताकि पहुंच को बेहतर बनाने के साथ-साथ एक पसंदीदा वैश्विक पर्यटन गंतव्य के रूप में भारत की स्थिति को मजबूत किया जा सके।

*****