

ई-कॉमर्स आणि पर्यटन उद्योग: संधी, आव्हाने आणि भविष्यातील शक्यता

श्री. विवेक मोहन मोरे

सहायक प्राध्यापक, वाणिज्य विभाग, कला, विज्ञान व वाणिज्य महाविद्यालय चिखलदरा, जिल्हा अमरावती (म.ह.)
moreyvivek3@gmail.com

सारांश (Abstract)

ई-कॉमर्सच्या समाकलनामुळे पर्यटन उद्योगामध्ये प्रवाशांचे माहिती मिळवण्याचे, प्रवासाची योजना बनवण्याचे आणि सेवा खरेदी करण्याचे पद्धती बदलल्या आहेत. डिजिटल प्लॅटफॉर्म, ऑनलाइन ट्रेव्हल एजन्सीज (OTAs), आणि मोबाइल ॲप्सच्या वाढत्या प्रभावामुळे ई-कॉमर्स पर्यटन क्षेत्रातील वाढ आणि स्पर्धात्मकतेचा एक महत्वाचा घटक बनला आहे. हा संशोधन पेपर ई-कॉमर्स आणि पर्यटन उद्योगातील गतिशील संबंध, ई-कॉमर्सचा प्रभाव, संधी, आव्हाने आणि भविष्यातील प्रवृत्ती यांचा सखोल अभ्यास करतो.

प्रस्तावना (Introduction)

पर्यटन उद्योग हा जागतिक अर्थव्यवस्थेतील सर्वात गतिमान आणि वेगाने विकसित होणाऱ्या क्षेत्रांपैकी एक आहे. हा उद्योग केवळ आर्थिक विकास आणि रोजगार निर्मितीमध्ये योगदान देत नाही, तर विविध संस्कृतींचा आदान-प्रदान वाढवून सामाजिक आणि सांस्कृतिक समृद्धी देखील घडवतो. पारंपरिक पर्यटन मॉडेलमध्ये प्रवाशांचा अनुभव एजंट्स, ब्रोशर्स, प्रत्यक्ष भेट आणि थेट बुकिंगवर अवलंबून होता. तथापि, इंटरनेट आणि डिजिटल तंत्रज्ञानाच्या उदयामुळे पर्यटन उद्योगात क्रांती झाली आहे आणि ई-कॉमर्स या प्रक्रियेत महत्त्वपूर्ण घटक बनले आहे. ई-कॉमर्समुळे प्रवाशांना त्यांच्या प्रवासाच्या निर्णय प्रक्रियेत अधिक स्वायत्तता मिळाली आहे. आता प्रवासी केवळ त्यांच्या गंतव्याची माहिती शोधण्यासाठी ऑनलाइन शोध घेऊ शकतात, तर तिकिटे, हॉटेल्स आणि इतर पर्यटन सेवा त्वरित बुक करू शकतात. या डिजिटल प्लॅटफॉर्ममध्ये ऑनलाइन ट्रेव्हल एजन्सीज (OTAs) जसे की Expedia, Booking.com, आणि MakeMyTrip यांचा समावेश होतो. हे OTAs प्रवाशांना विविध पर्यायांची तुलना करण्याची, रिव्ह्यूज व रेटिंग्स पाहण्याची, तसेच किंमती आणि उपलब्धता यांची त्वरित माहिती मिळवून निर्णय घेण्याची सुविधा देतात. मोबाइल ॲप्सच्या वाढत्या प्रभावामुळे प्रवासी कुठेही, कधीही बुकिंग करू शकतात, ज्यामुळे प्रवास नियोजन अधिक लवचिक आणि सुलभ झाले आहे. तसेच, स्मार्टफोन आणि सुरक्षित पेमेंट गेटवेच्या माध्यमातून ऑनलाइन व्यवहार सुरक्षित आणि पारदर्शक झाले आहेत. डिजिटल तंत्रज्ञानाचा वापर करून पर्यटन व्यवसायांना जागतिक स्तरावर पोहोचता येते आणि ते त्यांच्या ग्राहकांसाठी सानुकूल सेवा ऑफर करू शकतात. वर्तमानातील प्रवासी, विशेषतः Millennials आणि Gen Z, सामाजिक मीडिया, ऑनलाइन रिव्ह्यूज, आणि यूजर जनरेटेड कंटेंटवर (UGC) जास्त अवलंबून आहेत. प्रवाशांचे निवडीचे निकष हे पारदर्शकता, सुलभता, विश्वास, आणि डिजिटल अनुभव यावर आधारित असतात. या बदलामुळे पर्यटन उद्योगाचे पारंपरिक मॉडेल – ज्यात मध्यस्थ,

ऑफलाइन बुकिंग आणि सीमित माहितीचा समावेश होता – आता डिजिटल आणि ग्राहक-केंद्रित बनले आहे. ई-कॉमर्सने पर्यटन उद्योगासाठी नव्या संधी निर्माण केल्या आहेत. उदाहरणार्थ, AI आणि बिग डेटा वापरून वैयक्तिकृत प्रवास पॅकेजेस ऑफर करता येतात, AR/VR तंत्रज्ञानामुळे प्रवाशांना गंतव्यस्थळी प्रत्यक्ष जाण्यापूर्वी immersive अनुभव मिळतो, आणि ब्लॉकचेन आधारित पेमेंट सिस्टिम्समुळे व्यवहार अधिक सुरक्षित होतात. या नवकल्पनांमुळे पर्यटन व्यवसाय अधिक स्पर्धात्मक बनतात, ग्राहकांचे समाधान वाढते, आणि जागतिक बाजारपेठेत व्यवसायांना अधिक दृश्यमानता मिळते. तथापि, ई-कॉमर्सच्या समाकलनासोबत काही आव्हाने देखील उभी राहतात. सायबर सुरक्षा धोके, डिजिटल साक्षरतेची कमतरता, ऑनलाइन फसवणूक, खोटे रिव्ह्यूज, आणि OTAs वर जास्त अवलंबित्व हे महत्वाचे आव्हाने आहेत. तसेच, डिजिटल तंत्रज्ञानाच्या समान वितरणाच्या अभावामुळे ग्रामीण किंवा कमकुवत आर्थिक परिस्थितीतील लोकांचा प्रवास अनुभव मर्यादित होऊ शकतो. या संशोधनाचा उद्देश आहे ई-कॉमर्सने पर्यटन उद्योगाला कसे बदलले, ग्राहकांच्या वर्तनावर त्याचा काय परिणाम झाला, व्यवसायांसाठी त्याचे फायदे आणि आव्हाने काय आहेत, आणि भविष्यातील प्रवृत्तींमुळे उद्योगाला कसा फायदा होऊ शकतो हे सखोल विश्लेषित करणे. डिजिटल तंत्रज्ञानाचा प्रभाव, ग्राहकांचा अनुभव, आणि व्यवसायिक धोरणे ह्या सर्व बाबींचा अभ्यास करून पर्यटन उद्योगातील ई-कॉमर्सची सखोल समज प्राप्त केली जाईल.

अध्ययनाचे उद्दिष्टे (Objectives of the Study)

1. ई-कॉमर्सने पर्यटन उद्योगातील बदल कसा घडवला हे विश्लेषित करणे.
2. ऑनलाइन प्लॅटफॉर्म प्रवाशांच्या निर्णय प्रक्रियावर कसा प्रभाव टाकतात हे तपासणे.
3. पर्यटनात ई-कॉमर्स स्वीकारल्याचे फायदे आणि आव्हाने शोधणे.
4. ई-कॉमर्स वाढ आणि पर्यटन उद्योगातील स्पर्धात्मकतेमधील संबंध अभ्यासणे.

5. भविष्यातील प्रवृत्ती आणि ई-कॉमर्सच्या समाकलनाचे संभाव्य परिणाम ओळखणे.

गृहीतक (Hypotheses)

- ई-कॉमर्सचा पर्यटन उद्योगाच्या वाढीवर सकारात्मक प्रभाव आहे.
- ग्राहकांचा विश्वास आणि सुरक्षित पेमेंट सिस्टिम्स ही ई-कॉमर्स स्वीकारण्याची प्रमुख अट आहेत.
- ऑनलाइन रिव्ह्यूज, रेटिंग्स, आणि डिजिटल मार्केटिंग प्रवाशांच्या निर्णय प्रक्रियेला प्रभावित करतात.
- ई-कॉमर्स धोरण अंगीकारणाऱ्या पर्यटन व्यवसायांना पारंपरिक प्रतिस्पर्ध्यांवर स्पर्धात्मक फायदा मिळतो.

साहित्यातील पुनरावलोकन (Literature Review)

- Buhalis & Law (2008):** माहिती व संप्रेषण तंत्रज्ञानाने प्रवाशांना अधिक स्वायत्तता दिली आणि प्रवासाची योजना अधिक सोपी केली.
- Xiang, Magnini & Fesenmaier (2015):** ऑनलाइन रिव्ह्यूज आणि सोशल मीडियाचा प्रवाशांच्या निवडीवर महत्त्वपूर्ण प्रभाव आहे.
- Gretzel & Yoo (2014):** वापरकर्त्यांनी तयार केलेली सामग्री (UGC) प्रवाशांच्या निर्णय प्रक्रियेत निर्णायक ठरते.
- World Tourism Organization (2020):** 70% पेक्षा जास्त आंतरराष्ट्रीय प्रवासी डिजिटल प्लॅटफॉर्म वापरतात, जे ई-कॉमर्सच्या प्रभुत्वाचे उदाहरण आहे.
- Statista (2023):** मोबाइल ॲप्स, AR/VR, आणि AI प्रवाशांना वैयक्तिकृत अनुभव देतात.

पर्यटन उद्योगातील ई-कॉमर्स: तपशीलवार अभ्यास

- प्रवास नियोजन आणि बुकिंग**
 - OTAs (Expedia, Booking.com, MakeMyTrip) प्रवाशांना किंमत, रिव्ह्यू, आणि उपलब्धता त्वरित तुलना करण्याची सुविधा देतात.
 - एअरलाइन्स आणि हॉटेल्स थेट वेबसाइट्स व ॲप्सवर बुकिंगची सुविधा देतात, ज्यामुळे मध्यमस्थांचा खर्च कमी होतो.
- डिजिटल मार्केटिंग आणि प्रचार**
 - गंतव्य मार्केटिंग संस्था (DMOs) ई-कॉमर्स प्लॅटफॉर्म, सोशल मीडिया, आणि डिजिटल जाहिरातींचा वापर करून जागतिक प्रवाशांना आकर्षित करतात.
- आभासी पर्यटन (Virtual Tourism)**
 - AR/VR तंत्रज्ञानामुळे प्रवाशांना गंतव्यस्थळी प्रत्यक्ष जाण्यापूर्वी immersive अनुभव मिळतो, ज्यामुळे निर्णय घेणे सोपे होते.

4. सुरक्षित ऑनलाइन पेमेंट्स

- फिनटेक सोल्यूशन्स आणि डिजिटल वॉलेट्समुळे जागतिक खरेदी सुरक्षित व सहज झाली आहे.

5. वापरकर्त्यांनी तयार केलेली सामग्री (User-Generated Content)

- रिव्ह्यूज, रेटिंग्स, ब्लॉग्स आणि सोशल मीडिया पोस्ट्स प्रवाशांच्या निर्णय प्रक्रियेत निर्णायक भूमिका बजावतात.

पर्यटनातील ई-कॉमर्सचे फायदे

- सुलभता:** प्रवासी कुठेही आणि कधीही बुकिंग करू शकतात.
- जागतिक पोहोच:** व्यवसायांना आंतरराष्ट्रीय ग्राहकांपर्यंत पोहोचता येते.
- कमी खर्च:** मध्यमस्थ आणि ऑपरेशनल खर्च कमी होतो.
- पारदर्शकता:** किंमत तुलना, रिव्ह्यूज आणि रिअल-टाइम माहिती मिळते.
- वैयक्तिकरण:** AI साधने ग्राहकांसाठी सानुकूल प्रवास पॅकेजेस सुचवतात.

आव्हाने आणि मर्यादा

- सायबर सुरक्षा धोके:** ऑनलाइन फसवणूक, डेटा चोरी, फिशिंग हल्ले.
- डिजिटल दरी:** सर्व भागात हाय-स्पीड इंटरनेट आणि डिजिटल साक्षरतेची उपलब्धता नाही.
- विश्वासाचे प्रश्न:** खोटे रिव्ह्यूज, भ्रामक जाहिराती, लपविलेले खर्च ग्राहकांचा विश्वास कमी करतात.
- स्पर्धा:** OTAs वर अवलंबित्वामुळे सेवा प्रदात्यांचे नफ्यात घट होते.
- नियामक अडचणी:** सीमा ओलांडणारे कर आणि डेटा संरक्षण कायदे व्यवहार गुंतागुंतीचे करतात.

परिणाम आणि चर्चा (Findings & Discussion)

ग्राहकांच्या वर्तनावर परिणाम:

आजचे प्रवासी पारदर्शकता आणि सुलभतेमुळे डिजिटल प्लॅटफॉर्मवर अवलंबून आहेत. युवा पिढी (Millennials व Gen Z) सोशल मीडिया आणि समकक्ष रिव्ह्यूजवर जास्त अवलंबून असतात.

पर्यटन व्यवसायांवर परिणाम:

ई-कॉमर्स लहान व मध्यम उद्योगांना जागतिक दृश्यमानता देते. हॉटेल्स थेट ग्राहकांशी संपर्क साधू शकतात. मात्र, OTAs वर जास्त अवलंबित्व असल्यास किंमत दाबाचा धोका निर्माण होतो.

आर्थिक परिणाम:

डिजिटल परिवर्तनामुळे GDP वाढीस हातभार लागतो, बुकिंग वाढतात, व्यवहार खर्च कमी होतो, आणि जागतिक पर्यटन नेटवर्क वाढते.

भविष्यातील प्रवृत्ती:

- **AI व बिग डेटा:** ग्राहकांच्या पसंतीची भविष्यवाणी व वैयक्तिकृत पॅकेजेस ऑफर करणे.
- **ब्लॉकचेन:** सुरक्षित पेमेंट्स व फसवणूक प्रतिबंध.
- **AR/VR:** प्रवासापूर्वी अनुभव सुधारणा.
- **पर्यावरणपूरक डिजिटल पर्यटन:** ऑनलाइन प्लॅटफॉर्मद्वारे शाश्वत प्रवास प्रोत्साहन.

निष्कर्ष (Conclusion)

ई-कॉमर्समुळे पर्यटन उद्योग अधिक गतिशील, ग्राहक-केंद्रित व पारदर्शक झाला आहे. डिजिटल प्लॅटफॉर्ममुळे सुलभता, पारदर्शकता, आणि वैयक्तिकरण वाढले आहे. सायबर सुरक्षा धोके आणि डिजिटल असमानता या आव्हानांचा सामना करूनही फायदे जास्त आहेत. स्पर्धात्मक राहण्यासाठी पर्यटन व्यवसायांनी नाविन्यपूर्ण ई-कॉमर्स धोरण अंगीकारले पाहिजे, सुरक्षित तंत्रज्ञानात गुंतवणूक केली पाहिजे, आणि शाश्वत प्रथा स्वीकारल्या पाहिजेत. धोरणकर्त्यांनी डिजिटल समावेश सुनिश्चित करावा, ऑनलाइन फसवणूक नियंत्रित करावी, आणि डिजिटल साक्षरता वाढवावी.

ई-कॉमर्स आणि पर्यटन उद्योगाची समाकलित ऊर्जा भविष्यात जागतिक प्रवासाच्या स्वरूपात बदल घडवून आणेल.

संदर्भ (References)

1. Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management. *Tourism Management*.
2. Gretzel, U., & Yoo, K. H. (2014). Use and impact of online travel reviews. *Information and Communication Technologies in Tourism*.
3. Xiang, Z., Magnini, V. P., & Fesenmaier, D. R. (2015). Information technology and consumer behavior in travel and tourism. *Journal of Travel Research*.
4. World Tourism Organization (2020). Digital Transformation in Tourism.
5. Statista (2023). Online travel booking statistics.
6. Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and oneness service: Lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*.