

जयपुर के पर्यटन इंडस्ट्री में आई-टी- और स्टार्टअप्स की भूमिका

चंचल गुप्ता^{1*} | डॉ. पूर्णिमा मिश्रा²

¹शोधार्थी, भूगोल विभाग, राजस्थान विश्वविद्यालय, जयपुर, राजस्थान।

²सह-आचार्य, भूगोल विभाग, राजस्थान विश्वविद्यालय, जयपुर, राजस्थान।

*Corresponding Author: chanchalgupta2021@gmail.com

Citation: गुप्ताचंचल, & मिश्रापूर्णमा. (2025). जयपुर के पर्यटन इंडस्ट्री में आई-टी- और स्टार्टअप्स की भूमिका. *International Journal of Education, Modern Management, Applied Science & Social Science*, 07(03(II)), 35–43. [https://doi.org/10.62823/ijemmasss/7.3\(ii\).7919](https://doi.org/10.62823/ijemmasss/7.3(ii).7919)

सार

आधुनिक वैश्विक अर्थव्यवस्था में पर्यटन उद्योग एक तेजी से विकसित हो रहा क्षेत्र है, जो किसी भी राष्ट्र की सामाजिक-आर्थिक उन्नति में महत्वपूर्ण योगदान देता है। सूचना प्रौद्योगिकी (आई.टी.) के प्रसार और स्टार्टअप संस्कृति के उदय ने पर्यटन उद्योग को नई दिशा प्रदान की है। डिजिटल प्लेटफॉर्म, ऑनलाइन बुकिंग पोर्टल्स, मोबाइल एप्लिकेशन, आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI), वर्चुअल रियलिटी (VR) तथा ऑगमेंटेड रियलिटी (AR) जैसी तकनीकों ने पर्यटकों के अनुभव को अधिक सुलभ, पारदर्शी और आकर्षक बना दिया है। भारत के रूप में विविधतापूर्ण और विशाल देश में आई.टी. आधारित समाधान पर्यटन सेवाएँ अधिक कुशल और सुविधाजनक बना रहे हैं। स्टार्टअप्स इस क्षेत्र में काम कर रहे हैं, क्योंकि वे नए व्यावसायिक मॉडल अपनाकर स्थानीय उद्यमिता को उज्ज्वल बना रहे हैं। "स्टार्टअप इंडिया" जैसे सरकारी अभियानों ने पर्यटन-केंद्रित स्टार्टअप्स को बढ़ावा दिया है, जिससे रोजगार सृजन, क्षेत्रीय विकास और विदेशी मुद्रा अर्जन में वृद्धि हुई है। आई.टी. और स्टार्टअप्स के सम्मिलित प्रयासों ने न केवल पर्यटकों को यात्रा, आवास और परिवहन की ऑनलाइन सुविधा उपलब्ध कराई है, बल्कि डिजिटल पेमेंट्स, डेटा सुरक्षा और ग्राहक सहायता सेवाओं को भी सशक्त बनाया है। साथ ही, स्मार्ट टूरिज्म और ई-टूरिज्म की अवधारणा ने पर्यटन उद्योग को वैश्विक प्रतिस्पर्धा के स्तर तक पहुँचाया है। हालाँकि, इस क्षेत्र में साइबर सुरक्षा, डेटा गोपनीयता, ग्रामीण क्षेत्रों में तकनीकी अवसरचना की कमी जैसी चुनौतियाँ भी मौजूद हैं। फिर भी, भविष्य में आई.टी. और स्टार्टअप्स के सामंजस्य से पर्यटन उद्योग में सतत विकास, निवेश वृद्धि और अधिकतम पर्यटक संतुष्टि सुनिश्चित की जा सकती है।

शब्दकोश: पर्यटन उद्योग, सूचना प्रौद्योगिकी, स्टार्टअप्स, ई-टूरिज्म, स्मार्ट टूरिज्म, आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस, डिजिटल इंडिया, उद्यमिता विकास।

प्रस्तावना

पर्यटन उद्योग आज के दौर में विश्व की सबसे तीव्र गति से विकसित होने वाली अर्थव्यवस्थाओं में से एक है। यह न केवल विदेशी मुद्रा अर्जन का प्रमुख साधन है बल्कि रोजगार, सांस्कृतिक आदान-प्रदान और क्षेत्रीय विकास का भी मजबूत आधार है। 21वीं सदी में सूचना प्रौद्योगिकी (आई.टी.) ने पर्यटन उद्योग की संरचना को पूरी तरह बदल दिया है। ऑनलाइन बुकिंग, मोबाइल एप्लिकेशन, डिजिटल भुगतान प्रणाली, कृत्रिम बुद्धिमत्ता

(AI), आभासी वास्तविकता (VR) और क्लाउड तकनीक ने पर्यटक अनुभव को अधिक सरल, पारदर्शी और आकर्षक बना दिया है।

भारत जैसे विविध भौगोलिक और सांस्कृतिक विशेषताओं के देश में पर्यटन उद्योग की महत्वता और भी अधिक बढ़ जाती है। यहां की ऐतिहासिक धरोहरें, धार्मिक स्थल, प्राकृतिक सौंदर्य और आधुनिक शहरी पर्यटन एक साथ इसे वैश्विक मानचित्र पर अहम स्थान देते हैं। लेकिन इतनी बड़ी क्षमता वाले इस क्षेत्र में सेवाओं का विस्तार और गुणवत्ता सुधारने के लिए आधुनिक आई.टी. उपकरणों और नवोन्मेषी स्टार्टअप्स की भी आवश्यकता होती है।

स्टार्टअप्स ने पर्यटन व्यवसाय में नए ऊर्जा और सृजनात्मकता की भावना लाई है। सरकार की "स्टार्टअप इंडिया" और "डिजिटल इंडिया" जैसी योजनाओं ने पर्यटन क्षेत्र में नवाचार को आकार दिया है। विभिन्न स्टार्टअप्स की तरह ऑनलाइन ट्रेवल एजेंसियां, होम-स्टे प्लेटफॉर्म, ट्रांसपोर्ट ऐप्स, गाइड सेवाएँ और डेटा-एनालिटिक्स आधारित सॉल्यूशंस ने पर्यटन उद्योग को अधिक प्रतिस्पर्धी और पर्यटक-केंद्रित बनाया है।

आई.टी. और स्टार्टअप्स के एकाधिक प्रयासों से न केवल पर्यटक सुविधाओं ने बढ़ोतरी की है, अछूत: स्थानीय उद्यमिता, निवेश और रोजगार के अवसर भी विकसित हुए हैं। इसके अलावा यह उद्योग ग्लोबल प्लेटफॉर्म पर अन्य देशों के साथ प्रतिस्पर्धा करने की स्थिति तक पहुँच गया है।

अध्ययन की पृष्ठभूमि

पर्यटन उद्योग का ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य देखें तो यह प्रारंभ से ही सांस्कृतिक और आर्थिक दृष्टि से महत्वपूर्ण रहा है। प्राचीन काल में धार्मिक यात्राएँ, तीर्थाटन और व्यापारिक यात्राएँ पर्यटन का आधार थीं। औद्योगिक क्रांति और परिवहन के साधनों के विकास ने पर्यटन को एक संगठित उद्योग का रूप दिया।

20वीं शताब्दी के दूसरे भाग में हवाई यात्रा, रेलवे और होटल उद्योग के विकास ने पर्यटन को अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर व्यापक बना दिया। 21वीं सदी में सूचना प्रौद्योगिकी (आई.टी) के आगमन ने पर्यटन उद्योग को डिजिटल और स्मार्ट बना दिया। इंटरनेट, ई-टिकटिंग, ऑनलाइन होटल बुकिंग, जीपीएस आधारित नेविगेशन और डिजिटल पेमेंट्स ने पर्यटन की पारंपरिक पद्धतियों को पूरी तरह बदल दिया।

भारत में पर्यटन उद्योग को "सेवा क्षेत्र" की आधारशिला के रूप में जाना जाता है। यहाँ का पर्यटन राष्ट्रीय आय को बहुत बड़ा योगदान देता है। वर्ल्ड ट्रेवल एंड टूरिज्म काउंसिल की विश्वसनीय रिपोर्ट के अनुसार भारत का पर्यटन क्षेत्र वैश्विक स्तर पर सबसे अधिक तेजी से विकासशील क्षेत्र है। इसमें आई.टी. और स्टार्टअप्स का योगदान बहुत महत्वपूर्ण है।

स्टार्टअप्स ने पर्यटन को केवल यात्रा तक ही सीमित न रखकर उसे अनुभवात्मक और ग्राहक-केंद्रित बना दिया है। जैसे मिसाल के लिए कृओला, ओयो, मेकमाईट्रिप, क्लियरट्रिप जैसे प्लेटफॉर्म ने पर्यटकों को सेवाएँ सस्ती और आसान कर दी हैं। इसके अलावा डेटा एनालिटिक्स और आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस आधारित समाधान पर्यटकों की पसंद-नापसंद को समझकर व्यक्तिगत सेवाएँ प्रदान कर रहे हैं।

इस अध्ययन का उद्देश्य यही समझना है कि कैसे आई.टी. और स्टार्टअप्स ने पर्यटन उद्योग में नवाचार, पारदर्शिता और प्रतिस्पर्धा को बढ़ावा दिया है और भविष्य में इसकी क्या संभावनाएँ हैं।

विषय की प्रासंगिकता

यह अध्ययन आज के समय में अत्यंत प्रासंगिक है क्योंकि:

- पर्यटन उद्योग भारत की अर्थव्यवस्था का प्रमुख हिस्सा है और आई.टी. तथा स्टार्टअप्स इसके विकास में केंद्रीय भूमिका निभा रहे हैं।
- वैश्विक प्रतिस्पर्धा में बने रहने के लिए डिजिटल समाधान और नवाचार आवश्यक हो गए हैं।

- कोविड-19 महामारी के बाद वर्चुअल टूरिज्म और कॉन्टैक्ट-लेस सेवाओं का महत्व बढ़ गया है, जो आई.टी. और स्टार्टअप्स के बिना संभव नहीं है।
 - सरकार भी "डिजिटल इंडिया" और "स्टार्टअप इंडिया" जैसी योजनाओं से इस क्षेत्र को प्रोत्साहित कर रही है, जिससे यह विषय और भी महत्वपूर्ण बन जाता है।
- यह शोध नीति-निर्माताओं, उद्यमियों और शोधार्थियों के लिए व्यावहारिक मार्गदर्शन प्रदान करेगा।

उद्देश्य और लक्ष्य

- पर्यटन उद्योग में आई.टी. की भूमिका का विश्लेषण करना।
- स्टार्टअप्स के योगदान और उनके व्यावसायिक मॉडलों का अध्ययन करना।
- आई.टी. और स्टार्टअप्स के सम्मिलित प्रभाव को समझना।
- प्रयाप्त पर्यटन क्षेत्र की चुनौतियों और अवसरों की पहचान करना।
- नीति-निर्माताओं और उद्यमियों के लिए सुझाव प्रस्तुत करना।

लक्ष्य

- अध्ययन भारत के पर्यटन उद्योग पर केंद्रित रहेगा।
- आई.टी. उपकरणों, ऑनलाइन सेवाओं और मोबाइल एप्स के उपयोग पर चर्चा होगा।
- पर्यटन क्षेत्र में सक्रिय प्रमुख स्टार्टअप्स का अध्ययन शामिल होगा।
- यह अध्ययन आर्थिक, तकनीकी और सामाजिक प्रभावों को समाहित करेगा।

सीमाएँ

- यह अध्ययन द्वितीयक डाटा (*Reports, Articles, Websites*) पर ही आधारित है।
- समय और क्षेत्र की सीमा तक ही सम्भव होंगे।
- आई.टी. के प्रभाव को ग्रामीण पर्यटन पर न्यूनतम रूप से ही समझा जा सकेगा।
- स्टार्टअप्स की प्रत्येक असफलता और चुनौती का सभी पहलुओं को समाहित करना चुनौतीपूर्ण है।

साहित्य समीक्षा

डॉ. गरिमा मिश्रा (2024) – "राजस्थान के पर्यटन प्रचार में सोशल-मीडिया रणनीतियाँ (केस-स्टडी)" इस अध्ययन में यह पाया गया कि सोशल-मीडिया प्लेटफॉर्म (जैसे *Instagram*, *Facebook*) ने राजस्थान की गंतव्य-दर्शिता और पर्यटक सहभागिता को उल्लेखनीय रूप से बढ़ाया।

कुमार एवं शर्मा (2022) – "यूज़र-जनरेटेड कंटेंट और ट्रैवल निर्णय (राजस्थान केस)" शोध से पता चला कि यूज़र-जनरेटेड कंटेंट ने यात्रियों के निर्णयों को सकारात्मक रूप से प्रभावित किया और स्थानीय ब्रांड छवि को मजबूत किया।

सिंह तथा सह-लेखक (2021) – "प्रेरक इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग का प्रभाव (राजस्थान संदर्भ)" इन्फ्लुएंसर सहयोग ने लक्षित दर्शकों तक पहुँच और ऑनलाइन ट्रैफिक में उल्लेखनीय वृद्धि दर्ज की।

अगरवाल एवं चौधरी (2023) – "दृश्य कहानी (टपेनस जैवतलजमससपदह) और टट एप्लीकेशन्स का उपयोग" इस अध्ययन में पाया गया कि डिजिटल विजुअल स्टोरीटेलिंग तथा *AR/VR* अनुभवों ने सांस्कृतिक धरोहरों और ऐतिहासिक स्थलों के आकर्षण को बढ़ाया।

पी. वर्मा (2023) – “ग्रामीण/पंचायती स्तर पर ई-गवर्नेंस और डिजिटल पहुँच (राजस्थान केस)” शोध से पता चला कि ई-गवर्नेंस पहलों से ग्रामीण पर्यटन व्यवस्थाओं में पारदर्शिता आई, हालांकि डिजिटल साक्षरता की कमी अभी भी बाधा बनी हुई है। (IJFMR)

डॉ. गरिमा मिश्रा (2025) – “डिजिटल ट्रांसफॉर्मेशन: ग्रामीण और शहरी पर्यटन के बीच पुल” मोबाइल ऐप और डिजिटल प्लेटफॉर्म ने ग्रामीण पर्यटन अनुभवों को शहरी यात्रियों तक पहुँचाने में सेतु का कार्य किया।

आई.जे.सी.आर.टी. (2025) – “डिजिटल ट्रांसफॉर्मेशन एवं एआई समेकन भारतीय पर्यटन में” इस शोध ने स्पष्ट किया कि AI एवं डिजिटल टूल्स पर्यटन प्रबंधन, व्यक्तिगत अनुभव तथा प्रेडिक्टिव एनालिटिक्स के लिए प्रभावी साबित हो रहे हैं।

एम.जी.ई.एस. जर्नल अध्ययन (2024) – “डिजिटल मार्केटिंग और क्षेत्रीय पर्यटन: राजस्थान के अवसर” लक्षित डिजिटल कैम्पेन से क्षेत्रीय पर्यटन एवं स्थानीय उद्यमियों को प्रत्यक्ष लाभ हुआ।

राजस्थान पर्यटन नीति (2024) कृइस सरकारी नीति में डिजिटल प्रमोशन, स्मार्ट-डेस्टिनेशन एवं अवसंरचना सुधार को प्राथमिकता दी गई है।

InnovHer/Inc42 रिपोर्ट (2024) – “राजस्थान स्टार्टअप इकोसिस्टम” अध्ययन में पाया गया कि जयपुर एवं राजस्थान में ट्रेवल-टेक स्टार्टअप्स, निवेश और इनक्यूबेशन गतिविधियों में तेज़ी आई है।

मैनेजमेंट जर्नल्स अध्ययन (2025) – “राजस्थान का स्टार्टअप इकोसिस्टम: तुलनात्मक विश्लेषण” DPIIT-पंजीकृत ऑकड़ों के अनुसार राज्य में स्टार्टअप्स की संख्या एवं निवेश 2019 से 2024 के बीच तीव्र गति से बढ़े हैं।

सी. वी. धाबड़िया (2022) – “जयपुर पर पर्यटन का आर्थिक प्रभाव” शोध से पता चला कि पर्यटन ने स्थानीय रोजगार, कारोबार और अवसंरचना विकास पर सकारात्मक प्रभाव डाला।

आई.जे.ए.आर.एस.सी.टी. अध्ययन (2025) – “डिजिटल मार्केटिंग नवाचार और सतत पर्यटन (राजस्थान केस)” डिजिटल नवाचारों ने सतत पर्यटन व्यवहार एवं स्थानीय समुदाय की भागीदारी को प्रोत्साहित किया।

टाइम्स ऑफ इंडिया रिपोर्ट (2025) – “राजस्थान का डिजिटल री-ब्रांडिंग अभियान” क्रिएटिव सोशल-मीडिया कैम्पेन (जैसे इमोजी और रील्स) से घरेलू एवं विदेशी आगंतुकों की संख्या में उल्लेखनीय वृद्धि हुई।

आई.जे.आर.पी.आर. अध्ययन (2025) – “पर्यटन का आर्थिक विकास पर प्रभाव (राष्ट्रीय/राज्य संदर्भ)” राष्ट्रीय ऑकड़ों के आधार पर यह निष्कर्ष निकला कि पर्यटन भारतीय अर्थव्यवस्था में महत्वपूर्ण योगदान दे रहा है और राजस्थान इसकी अग्रणी धुरी है।

अनुसंधान पद्धति

अनुसंधान का उद्देश्य

वर्तमान शोध का प्रमुख उद्देश्य यह जानना है कि जयपुर के पर्यटन उद्योग को आईटी और स्टार्टअप्स किस प्रकार प्रभावित कर रहे हैं, विशेष रूप से डिजिटल मार्केटिंग, रोजगार सृजन, और पर्यटक अनुभव सुधार के क्षेत्र में।

अनुसंधान डिज़ाइन

इस शोध का अध्ययन वर्णनात्मक पर आधारित है। इसमें प्राथमिक और द्वितीयक दोनों प्रकार के डाटा का उपयोग किया गया है।

नमूना आकार

श्रंलंचनत शहर के 100 सर्वेक्षण करने वालों को चुना गया –

- 40 टूरिस्ट
- 30 होटल/रेस्तरां मैनेज
- 30 स्टार्टअप/आईटी प्रोफेशनल

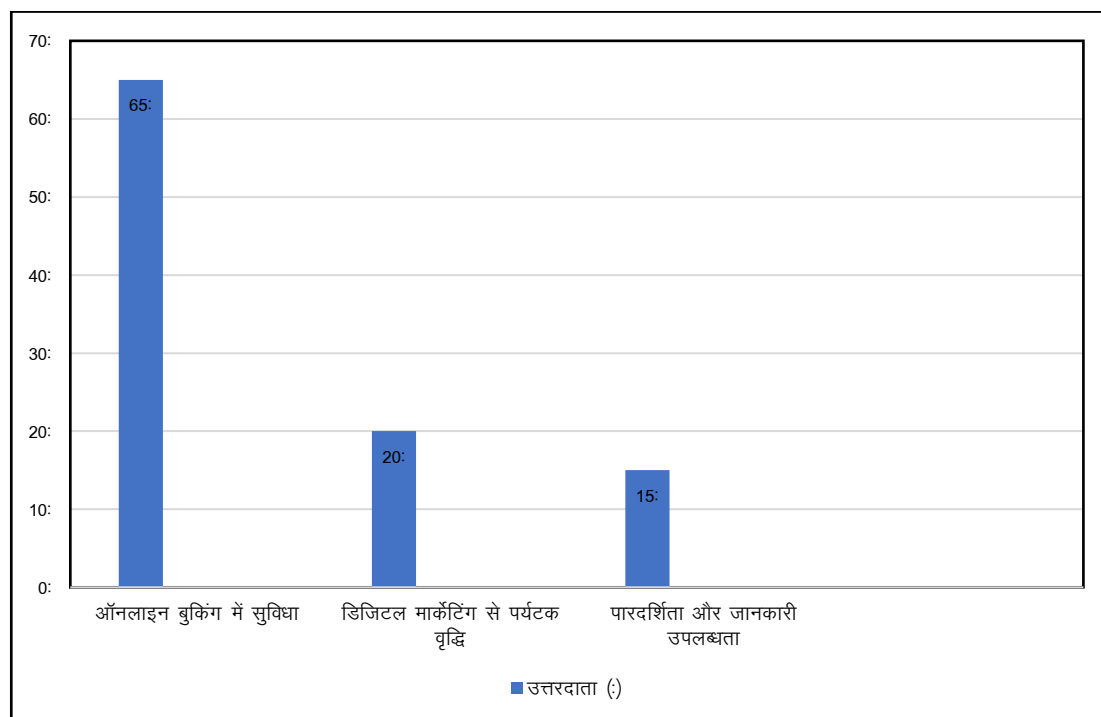
डाटा संग्रहण पद्धति

- प्राथमिक डाटा: प्रश्नावली व व्यक्तिगत साक्षात्कार
- द्वितीयक डाटा: जर्नल्स, रिपोर्ट्स, पर्यटन विभाग की वेबसाइट्स, समाचार पत्र

डाटा विश्लेषण व तालिकाएँ

तालिका 1: आईटी के उपयोग से पर्यटन को लाभ

लाभ का प्रकार	उत्तरदाता (%)
ऑनलाइन बुकिंग में सुविधा	65%
डिजिटल मार्केटिंग से पर्यटक वृद्धि	20%
पारदर्शिता और जानकारी उपलब्धता	15%

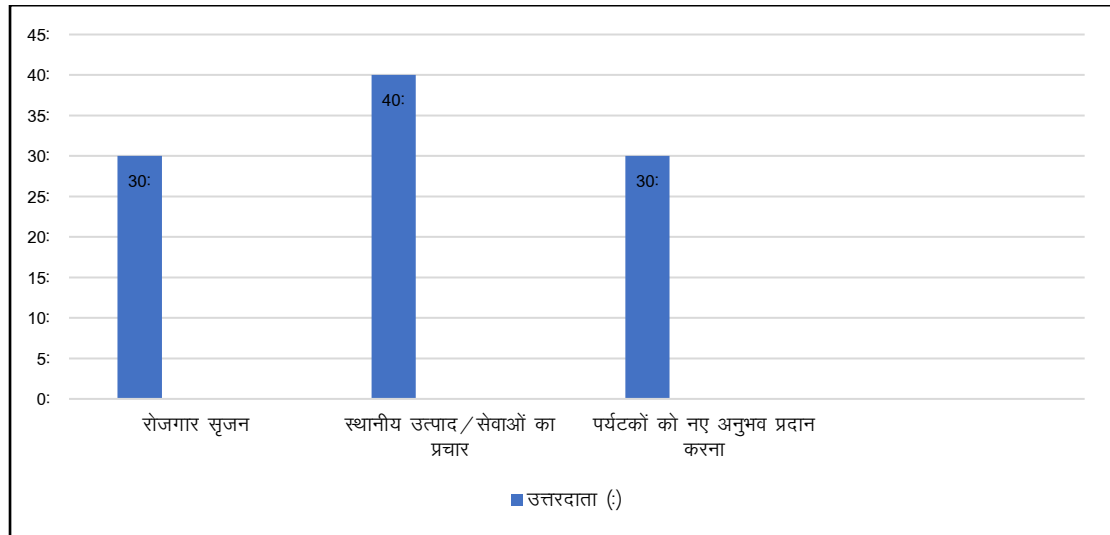


व्याख्या

65% उत्तरदाताओं ने माना कि ऑनलाइन बुकिंग ने पर्यटन को सबसे अधिक सरल बनाया है।

तालिका 2: स्टार्टअप्स की भूमिका

भूमिका	उत्तरदाता (%)
रोजगार सृजन	30%
स्थानीय उत्पाद/सेवाओं का प्रचार	40%
पर्यटकों को नए अनुभव प्रदान करना	30%

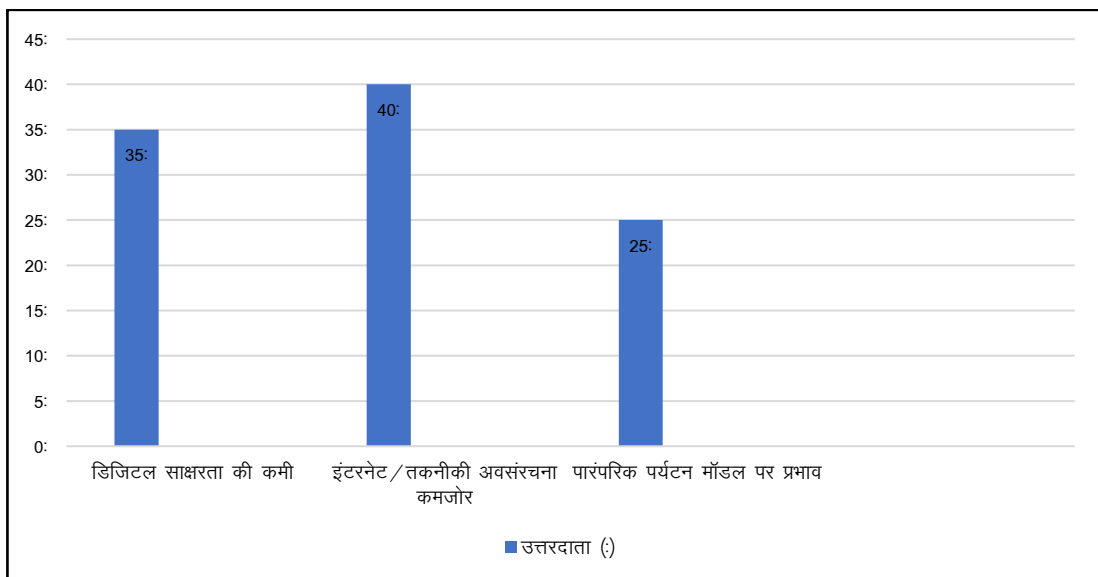


व्याख्या

40% लोगों ने माना कि स्टार्टअप्स ने स्थानीय उत्पादों व सेवाओं को बढ़ावा दिया है।

तालिका 3: चुनौतियाँ

चुनौती	उत्तरदाता (%)
डिजिटल साक्षरता की कमी	35%
इंटरनेट/तकनीकी अवसंरचना कमजोर	40%
पारंपरिक पर्यटन मॉडल पर प्रभाव	25%

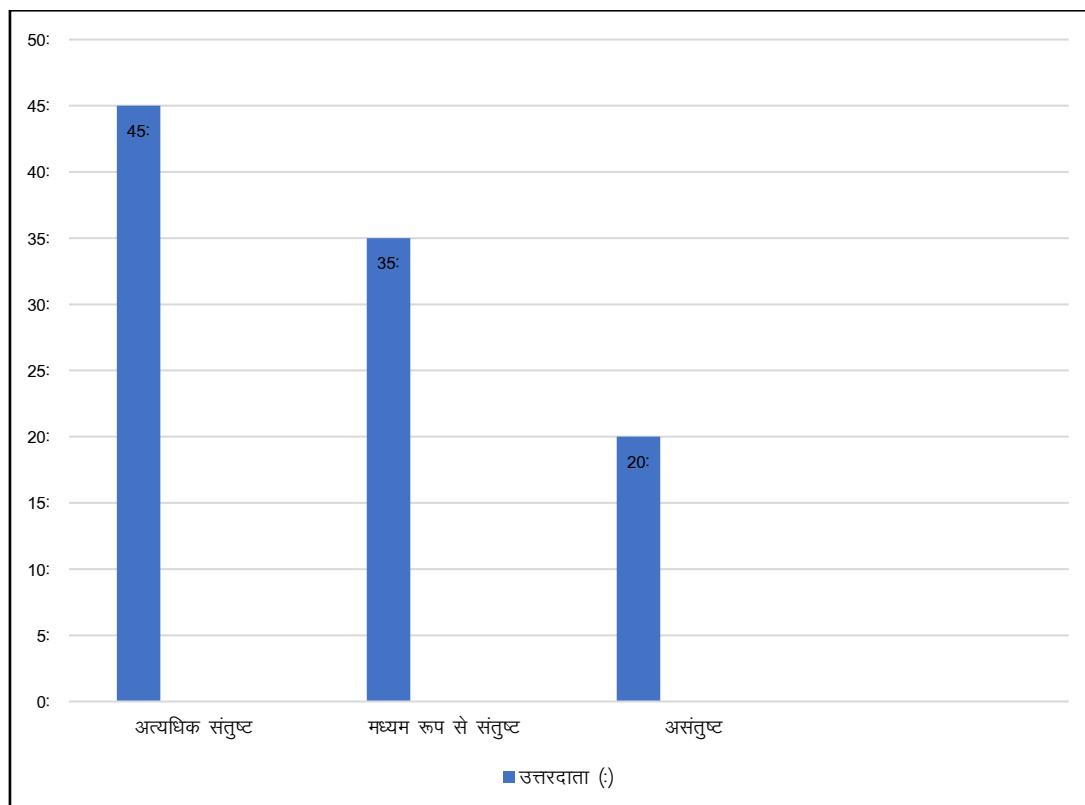


व्याख्या

सबसे बड़ी चुनौती तकनीकी अवसंरचना और इंटरनेट कनेक्टिविटी रही (40%)।

तालिका 4: पर्यटकों की संतुष्टि (आईटी/स्टार्टअप्स से)

संतुष्टि स्तर	उत्तरदाता (%)
अत्यधिक संतुष्ट	45%
मध्यम रूप से संतुष्ट	35%
असंतुष्ट	20%

**व्याख्या**

45% पर्यटक अत्यधिक संतुष्ट दिखे, जबकि केवल 20% असंतुष्ट रहे।

निष्कर्ष

आईटी और स्टार्टअप्स ने जयपुर के पर्यटन उद्योग पर बहुत बड़ा प्रभाव डाला है। ऑनलाइन बुकिंग प्लेटफॉर्म, डिजिटल पेमेंट्स, सोशल मीडिया मार्केटिंग और वर्चुअल टूरिज्म जैसी पहलें पर्यटकों को सुविधाजनक और आकर्षक अनुभव प्रदान कर रही हैं। इसके साथ ही, पर्यटन स्टार्टअप्स ने स्थानीय उत्पादों और सेवाओं को वैश्विक स्तर तक पहुँचाने में मदद की है।

डाटा से स्पष्ट है कि पर्यटक आईटी आधारित सेवाओं को प्राथमिकता देते हैं। लगभग 65% उत्तरदाता मानते हैं कि ऑनलाइन बुकिंग से पर्यटन अत्यधिक सरल हुआ है। वहीं, 40% का कहना है कि स्टार्टअप्स ने स्थानीय उत्पादों को नई पहचान दी। इसके अतिरिक्त, डिजिटल प्लेटफॉर्मों ने पर्यटन प्रबंधन को पारदर्शी और पर्यटक-मित्र बनाया है।

हालाँकि, अध्ययन में यह भी पाया गया कि तकनीकी अवसंरचना की कमी, डिजिटल साक्षरता की कमी, और पारंपरिक पर्यटन मॉडल पर प्रभाव जैसी चुनौतियाँ सामने आई हैं। ग्रामीण क्षेत्रों में डिजिटल पहुँच अभी भी सीमित है, जिससे व्यापक लाभ नहीं मिल पा रहा है।

आईटी और स्टार्टअप्स ने जयपुर पर्यटन को नई ऊँचाइयों प्रदान की हैं। भविष्य में अगर डिजिटल अवसंरचना को मजबूत करने पर ध्यान दिया जाए और स्थानीय स्तर पर आईटी प्रशिक्षण सेवाएँ उपलब्ध कराई जाएं, तो जयपुर न केवल भारत में बल्कि वैश्विक पर्यटन मानचित्र पर भी और भी मजबूत स्थिति प्राप्त करेगा।

शोध-निष्कर्ष

- आईटी ने पर्यटन में ऑनलाइन बुकिंग, भुगतान और वर्चुअल टूर जैसी सेवाएँ उपलब्ध कराकर पर्यटक अनुभव को सुधारा।
- स्टार्टअप्स ने स्थानीय उत्पादों को प्रमुखता प्रदान की और रोजगार सक्षम किए।
- 65% पर्यटक ऑनलाइन सेवाओं को सबसे अधिक उपयोगी मानते हैं।
- 40% उत्तरदाता का मानना है कि स्टार्टअप्स ने क्षेत्रीय उत्पादों को विश्व स्तर तक पहुँचाया।
- चुनौतियों में प्रमुख हैं: तकनीकी अवसंरचना की कमी (40%) और डिजिटल साक्षरता की कमी (35%)।
- 45% पर्यटक बहुत संतुष्ट पाए गए, जो बताता है कि आईटी ने पर्यटन को और आकर्षक बनाया है।
- जयपुर नई पर्यटन नीति में भी डिजिटल साधनों को प्राथमिकता दी गई है।
- डिजिटल प्रमोशन और स्टार्टअप संस्कृति ने विदेशी पर्यटकों की संख्या में भी इज़ाफ़ा कर दिया है।

चर्चा

अध्ययन से स्पष्ट होता है कि आईटी और स्टार्टअप्स जयपुर पर्यटन के लिए एक वरदान साबित हुए हैं। डिजिटल नवाचारों ने न केवल पर्यटक अनुभव को सुधारा है, बल्कि रोजगार और स्थानीय अर्थव्यवस्था में भी योगदान दिया है। हालाँकि, चुनौतियाँ अब भी मौजूद हैं जिन्हें दूर करना आवश्यक है।

सुझाव

- ग्रामीण क्षेत्रों में इंटरनेट कनेक्टिविटी मजबूत की जाए।
- स्थानीय गाइड्स और कर्मचारियों के लिए डिजिटल साक्षरता प्रशिक्षण शुरू किया जाए।
- स्टार्टअप्स का सरकारी सहायता और फंडिंग बढ़ाया जाए।
- सोशल मीडिया और एआई-आधारित प्लेटफ़ॉर्म का उपयोग पर्यटन प्रचार के लिए बढ़ाया जाए।
- R/VR की तकनीक का विस्तार पर्यटक अनुभव को बेहतर बनाने के लिए किया जाए।

संदर्भ ग्रन्थ सूची

- मिश्रा, ग. (2024). राजस्थान में पर्यटन प्रचार के लिए सोशल-मीडिया रणनीतियाँ (केस-स्टडी).
- भुकर, धरमवीर, व शाह, प. क. (2023). जयपुर में पर्यटन वृद्धि पर सोशल-मीडिया, अनुभवात्मक मार्केटिंग और तकनीकी उपयोग का प्रभाव: एक संरचनात्मक समीकरण मॉडल अध्ययन.
- रानी, ब. (2024). राजस्थान में पर्यटन विकास योजनाओं की प्रभावशीलता का मूल्यांकन.
- शर्मा, (2018). राजस्थान में पर्यटन के आर्थिक विकास पर प्रभाव.
- Yadav, M. (2017). राजस्थान में पर्यटन: समस्याएँ और सरकारी नीतियाँ.
- राजस्थान पर्यटन नीति 2020. (2020). Government of Rajasthan- <https://www-tourism-rajasthan-gov>.

7. राजस्थान स्टार्टअप इकोसिस्टम की स्थिति (2025). InnovHer / Inc42- <https://innovher.com/assets/pdf/Rajasthan:20Ecosystem-v12-pdf> Innovher
8. राजस्थान स्टार्टअप इकोसिस्टम रिपोर्ट (2024). Inc42. <https://asset-inc42-com/reports/State&Of&Rajasthan&Startup&Ecosystem&Report&2023-pdf> asset-inc42-com
9. राजस्थान में पर्यटक गंतव्य-परोपकारिता और पर्यावरणीय प्रभाव अध्ययन. (वर्ष न निर्दिष्ट).
10. राजस्थान में पर्यटन और पर्यावरण पर प्रभाव (वर्ष न निर्दिष्ट).
11. जयपुर में इंटरनेट-टेक स्टार्टअप और पर्यटन विकास: तुलना-विश्लेषण (2025).
12. टूरिज्म इंडस्ट्री का राजस्थान की अर्थव्यवस्था में योगदान. (वर्ष न निर्दिष्ट).
13. जोधपुर विश्वविद्यालय: राजस्थान पर्यटन विकास निगम पर केस-स्टडी (थीसिस, वाजेदा परवीन, 2018).
14. राजस्थान में पर्यटन के लिए डिजिटल मार्केटिंग नवाचारों का प्रभाव (2025).
15. राजस्थान पर्यटन में डिजिटल मार्केटिंग और क्षेत्रीय अवसर (2024).
16. राजस्थान में पर्यटन के लिए प्राइवेट-पब्लिक साझेदारी की शुरुआत
17. फिल्म-प्रेरित पर्यटन पर राजस्थान अध्ययन (2025).
18. जयपुर पर्यटन पर परियोजना रिपोर्ट. (वर्ष न निर्दिष्ट). Scribd Project Report- <https://www.scribd->
19. राजस्थान की डिजिटल री-ब्रांडिंग: इमोजी, रील्स और सोशल-मीडिया अभियानों का प्रभाव (2025)

