



ಎಂದು ಆರಂಭಿಸಿದ ಅಭಿಯಾನ ಅಲ್ಲಿನ ದೈವಿಕ ಪ್ರಕೃತಿಯ ಮೂಲಕ ಪ್ರವಾಸಿಗರನ್ನು ಇನ್ನಿಲ್ಲದಂತೆ ಆಕರ್ಷಿಸಿ ಪ್ರವಾಸೋದ್ಯಮ ಆ ರಾಜ್ಯದ ಬೊಕ್ಕಸಕ್ಕೆ ಚಿನ್ನದ ಮಳೆ ಸುರಿಸಿತು. ಕರ್ನಾಟಕವು 'ಒಂದು ರಾಜ್ಯ, ಹಲವು ಜಗತ್ತುಗಳು' ಎಂದು ನಾಡಿನ ವೈವಿಧ್ಯವನ್ನು ಮೆರೆಸಿತು. ಮೇಘಾಲಯವು 'ಹಾಫ್ ವೆ ಟು ಹವೆನ್' ಎಂದು ಸ್ವರ್ಗ ತೋರಿಸಿದರೆ, 'ಲ್ಯಾಂಡ್ ಆಫ್ ಫೆಸ್ಟಿವಲ್ಸ್' ಎಂದು ನಾಗಾಲ್ಯಾಂಡ್ ಕೈ ಬೀಸಿ ಕರೆಯಿತು. ಎಲ್ಲ ರಾಜ್ಯಗಳೂ ತಮ್ಮ ತಮ್ಮ ಹಿರಿಮೆಯನ್ನು ಹೇಳುತ್ತ ಪ್ರವಾಸಿಗರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಿದವು. ಈ ಹೊತ್ತಿಗೆ ಭಾರತದ ಪ್ರವಾಸೋದ್ಯಮ ಯಾತ್ರೆಯಿಂದ ಬಹುದೂರ ಸಾಗಿ ಆರಂಭವಾದದ್ದೇ 'ಅತಿಥಿ ದೇವೋ ಭವ' ಅಭಿಯಾನ. ಇದರಿಂದ ದೇವರು, ದೇವಾಲಯಗಳ ಪ್ರವಾಸಕ್ಕೆ ಹೈಟೆಕ್ ಸ್ಪರ್ಶ ಬಂದು ಪ್ರವಾಸಿಗರೇ ದೇವರಾದರು. ಇದುವರೆಗೂ ಕೇವಲ ಭಯ ಭಕ್ತಿಯಿಂದ ಯಾತ್ರೆ ಹೋಗುತ್ತಿದ್ದ ಭಕ್ತ ಈಗ ಸಾಹಸಕ್ಕಾಗಿ, ಮೋಜಿಗಾಗಿ,

ಸಮಯ ಕಳೆಯುವುದಕ್ಕಾಗಿ, ಉದ್ಯಮ ಕುದುರಿಸಲು, ಆರೋಗ್ಯಕ್ಕಾಗಿ, ಸ್ನೇಹಿತರಿಗಾಗಿ ಮುಂತಾದ ಹತ್ತಾರು ನೆಪಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರವಾಸ ಹೊರಡುವಂತಾಯಿತು. ಭಕ್ತಿಯ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶನವೂ ದೈವತ್ವದ ಅನುಭವವನ್ನು ವ್ಯಾಪಾರವೂ ಆಕ್ರಮಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದು ಅರಿವಿಗೂ ಬರದಂತೆ ನಡೆದು ಹೋಯಿತು. 21ನೇ ಶತಮಾನದ ಆರಂಭ ಭಾರತದ ಆಂತರಿಕ ಪ್ರವಾಸೋದ್ಯಮವನ್ನು ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಿಸಿತು. ಇದರಿಂದ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಜೊತೆಗೆ ಹೋಟೆಲ್ ಉದ್ಯಮ, ಬ್ಯಾಂಕ್ ಸಾಲಗಳ ಮೂಲಕ ವಾಹನಗಳ ಖರೀದಿ, ಸಾಗಾಟದ ಉನ್ನತೀಕರಣ, ಹೆದ್ದಾರಿಗಳ, ಚತುಷ್ಟಥಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ಸರಳೀಕರಣಗೊಂಡ ಹಾಗೂ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕವಾದ ವಿಮಾನ ಹಾರಾಟ ಮೊದಲಾದ ಅತ್ಯಂತ ತ್ವರಿತಗತಿಯ ಸರ್ವಾಂಗೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕೋವಿಡ್ ಈ ದೇಶವನ್ನು ಬಾಧಿಸುವವರೆಗೂ ನಿರಂತರ ಏರುಗತಿಯಲ್ಲಿ

ಸಾಗಿತು. ಈ ನಿರಂತರತೆಯಿಂದ ಪ್ರವಾಸದ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವೇ ಬದಲಾಯಿತು. ಚಿಕ್ಕ ಪಟ್ಟಣಗಳು, ಹಳ್ಳಿಗಳೂ ಪ್ರವಾಸಿಗರ ಸ್ವಾಗತಕ್ಕೆ ಸಿದ್ಧವಾದವು. ಹೋಮ್ ಸ್ಟೇ ಎಂಬ ವಿನೂತನ ಪ್ರಯೋಗ ಇಲ್ಲಿಗೆ ಪ್ರವಾಸಿಗರ ಜೊತೆ ಹಣದ ಹರಿವನ್ನೂ ತಂದಿತು. ಪ್ರವಾಸಿ ಭಾರತ ಯೋಜನೆಯಿಂದ ಭಾರತ ವಿದೇಶಿ ಪ್ರವಾಸಿಗರ ನೆಚ್ಚಿನ ನೆಲೆಯಾಯಿತು. ಈ ಹೊತ್ತಿಗೆ ಭಾರತದ ಬಹುತೇಕ ರಾಜ್ಯಗಳ ಪ್ರವಾಸಿಠಾಣಗಳು ದೇಶೀ ಹಾಗೂ ವಿದೇಶಿ ಪ್ರವಾಸಿಗರಿಂದ ತುಂಬಿ ತುಳುಕುತ್ತಿದ್ದವು. ಖಾಸಗಿ ಪ್ರವಾಸ ಆಯೋಜನಾ ಕಂಪನಿಗಳು ನಾಯಿ ಕೊಡೆಗಳಂತೆ ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡವು. ತೀರ ಇತ್ತೀಚಿನ ಬೆಳವಣಿಗೆಗಳಾದ ಕಾಶಿ, ಅಯೋಧ್ಯಾ, ಉಜ್ಜಯಿನಿಗಳಲ್ಲಿ ನಿರ್ಮಿತವಾದ ಧಾರ್ಮಿಕ ಕಾರಿಡಾರ್‌ಗಳು ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಇನ್ನೊಂದು ಎತ್ತರಕ್ಕೆ ಒಯ್ದು ಅದಕ್ಕೆ ತಾರಾಪಟ್ಟವನ್ನು ತಂದಿವೆ. ಇಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವ ಸಂಧ್ಯಾ ಆರತಿಗೂ ಆ ಪಟ್ಟಿ ಪ್ರಾಪ್ತವಾಗಿದೆ. ಅದನ್ನು ಅಚ್ಚುಕಟ್ಟಾಗಿ