भारत सरकार

पर्यटन मंत्रालय

लोक सभा

लिखित प्रश्न सं. †3833

सोमवार, 16 मार्च, 2026/25 फाल्गुन, 1947 (शक)

को दिया जाने वाला उत्तर

अंतर्राष्ट्रीय पर्यटकों का आगमन

†3833. श्री प्रभाकर रेड्डी वेमिरेड्डी:

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

(क) क्या सरकार को वर्ष 2024 में अंतर्राष्ट्रीय पर्यटकों की संख्या में हुई वृद्धि की जानकारी है, जब यह संख्या महामारी-पूर्व के 18 मिलियन के आंकड़ों की तुलना में लगभग 21 मिलियन के रिकॉर्ड स्तर पर पहुंच गई थी;

(ख) वर्ष 2025 में अंतर्राष्ट्रीय पर्यटकों के आगमन की संख्या का ब्यौरा क्या है और वर्ष 2024 की तुलना में इसकी स्थिति क्या है;

(ग) देश के संभावित पर्यटन स्थलों में विदेशी पर्यटकों के आगमन को बढ़ावा देने के लिए सरकार द्वारा आरंभ की गई प्रचार संबंधी, नीतिगत और अन्य कार्यकलापों का ब्यौरा क्या है; और

(घ) विदेशी पर्यटकों के बीच भारतीय गंतव्यों को बढ़ावा देने/सुकर बनाने और उनका प्रचार करने में अन्य देशों में स्थित भारतीय मिशनों की क्या भूमिका है और उनकी भूमिका सकारात्मक परिणाम प्राप्त करने में कितनी सफल रही है?

उत्तर

पर्यटन मंत्री (श्री गजेन्द्र सिंह शेखावत)

(क): वर्ष 2024 में भारत में अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक आगमन (आईटीए) की संख्या 20.57 मिलियन (अनंतिम) तक पहुंच गई, जो 2019 में महामारी से पहले के 17.91 मिलियन के आंकड़े की तुलना में एक महत्वपूर्ण वृद्धि दर्शाती है। वर्ष 2024 में हुई वृद्धि वर्ष 2019 के स्तर की तुलना में 14.82% तक की वृद्धि दर्शाती है।

(ख): वर्तमान में उपलब्ध आंकड़ों के अनुसार, वर्ष 2024 और 2025 (अनंतिम) के दौरान अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक आगमन (आईटीए) का विवरण निम्नानुसार है:

वर्ष	अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक आगमन (आईटीए)	परिवर्तन का प्रतिशत
2024	2,05,68,622	8.9% (2023 की तुलना में)
2025 (अनंतिम)	2,00,85,644	-2.4% (2024 की तुलना में)

स्रोत: आप्रवान ब्यूरो

(ग) और (घ): पर्यटन मंत्रालय देश में अंतर्गामी पर्यटन को बढ़ावा देने के उद्देश्य से महत्वपूर्ण और संभावित पर्यटक सृजन करने वाले बाजारों में विभिन्न संवर्धनात्मक कार्यकलापों का आयोजना करता है। ये कार्यकलाप संबंधित देशों में स्थित भारतीय मिशनों, राज्य सरकारों/संघ राज्यक्षेत्र प्रशासनों और यात्रा व्यापार क्षेत्र के सहयोग से किए जाते हैं। इन संवर्धनात्मक कार्यकलापों में पर्यटन रोड-शो के आयोजन, अंतर्राष्ट्रीय यात्रा व्यापार प्रदर्शनियों, मेलों और कार्यक्रमों में भागीदारी; विदेशी टूर ऑपरेटरों, मीडिया और इन्फ़ल्युएंसर के लिए परिचायक (एफएएम) दौरों के आयोजन; भारतीय खाद्य महोत्सवों; स्थानीय टूर ऑपरेटरों और उद्योग के अन्य हितधारकों के साथ जुड़ाव; सोशल मीडिया हैंडल आदि के माध्यम से प्रचार करना शामिल है।

*****