

अध्याय : एक

परिचय

१.१ पृष्ठभूमी

नेपाल सांस्कृतिक तथा प्राकृतिक सम्पदाको धनी तथा पर्यटनको दृष्टिले विश्वको अनुपम मुलुकहरु मध्ये पर्दछ । नेपाल विभिन्न जातजाति, धर्म, भाषा, साहित्य, कला, संस्कृति एवं धार्मिक सद्भावको लागि एक उदाहरणीय राष्ट्र मानिन्छ । यहाँको मुर्त, अमूर्त, पुरातात्विक सम्पदा, नाचगान, जात्रा, भेषभुषा, भाषा, कला र संस्कृतिले गर्दा पर्यटनका सम्भावनाहरु प्रचुर छन् । भौगोलिक विविधता, प्राकृतिक सौन्दर्य, अपार जैविक स्रोत, विविध सांस्कृतिक सम्पदा, जीवित संस्कृति, धार्मिक सहिष्णुता, आत्मीय आतिथ्य जस्ता विशेषताले नेपालमा पर्यटन व्यवसायको विकास भएको छ ।

प्राकृतिक सुन्दरताले भरिपूर्ण नेपाल विश्वसामु एक पर्यटकीय गन्तव्यका रूपमा परिचित छ । विश्वलाई आकर्षित गर्ने हिमश्रृङ्खलाहरु पहाडी श्रृङ्खलाहरु मनमोहक हरिया डाँडाहरु सुन्दर मनोरम ताल र कुण्डहरु पवित्र नदीनालाहरु, भरनाहरु लालीगुरास सुनगाभा, बुकी फूलमा मगमगाउँदो सुवास, सौन्दर्यसँगै अनेकन धार्मिक र पुरातात्विक तथा ऐतिहासिक रूपमा पनि सुन्दर अलौकिक छ । यिनै आकर्षक दृष्यले गर्दा हामी प्रफुल्ल र गौरवान्वित छौं । यहाँ आउने पर्यटक यिनै प्राकृतिक दृष्य र यहाँको अद्वितीय जैविक विविधता र सामाजिक सांस्कृतिक सम्पन्नता देखेर मख्ख पर्छन् (लायन्स क्लब, २०७०) ।

सांस्कृतिक तथा प्राकृतिक सम्पदाको धनी राष्ट्र नेपाल पर्यटक सम्पदाको दृष्टिले विश्वका अग्रणी मुलुकहरु मध्ये पर्दछ । यहाँको मूर्त, अमूर्त पुरातात्विक सम्पदा नाचगान, जात्रा, भेषभूषा, भाषा, कला र संस्कृतिलाई लोकतान्त्रिक भावना अनुकूल जगेर्ना गर्दै विश्वमा नेपाली संस्कृति र सभ्यताको प्रवर्द्धन गरी पर्यटन क्षेत्रको विकास तथा सांस्कृतिक क्षेत्रको संरचना र प्रवर्द्धन गर्न सकिने प्रशस्त सम्भावना रहेको छ ।

मानव सभ्यताको विकाससँगै आवश्यक खाना, नाना, छाना, पानी, सुरक्षा एवम व्यापारका निम्ति मानिसहरु जनावर चढेर वा हिडेर आफ्नो आवश्यकता पूरा गर्न यात्रा गर्दथे । तर अहिले अत्याधुनिक जल, वायू जस्ता द्रुत साधनको विकास भएकोले यिनै साधनहरुबाट यात्रा गर्दछन् जुन पर्यटनको विकासक्रम हो (भटिया, १९९१) ।

उत्पत्ति र गन्तव्य भित्र हुने क्रियाकलापलाई पर्यटन र पर्यटनको क्रियाकलापमा संलग्न हुने व्यक्तिलाई पर्यटक तथा पर्यटक र पर्यटनसँग सम्बन्धी आवश्यक सेवाको व्यवस्थापन मिलाउन स्थापना भएका संस्थाहरूलाई पर्यटन उद्योग भनिन्छ । पर्यटक आन्तरिक र बाह्य गरी दुई प्रकारका हुन्छन् । पर्यटनमा समय, पैसा, यातायातको साधन, उत्प्रेरणा, सेवा, पूर्वाधार, सत्कार, पर्यावरणीय वातावरण आदि कुराहरूको महत्वपूर्ण भूमिका रहेको हुन्छ (भण्डारी, २०६८) ।

नेपाललाई हामीले निकै लामो समयदेखि गरिब देश भन्दै आएका छौं, तर विश्व मानचित्रका विभिन्न मुलुकहरूले स्थितिलाई हेर्दा नेपाल जैविक विविधता र विविध प्राकृतिक स्रोत साधनले भरिपूर्ण छ, जसको सही सदुपयोगले देश सम्पन्न तथा समृद्ध बन्न सक्छ । समुन्द्रसँग नजोडिनु अर्थात भूपरिवेष्टित राष्ट्र हुनु नेपालको दुर्भाग्य हो । नेपालमा रहेका यी अपार प्राकृतिक स्रोत साधन, जलवायु, उर्वरभूमि र सामाजिक सांस्कृतिक सम्पदालाई आम जनताको हितमा प्रयोग गर्ने हो भने जनताको जीवनस्तरमा निकै सुधार गर्न सकिन्छ । मरुभूमि समेत उर्वर बनाएर खाडी मुलुकहरूले नेपालीहरूलाई रोजगारी दिएका छन् । त्यसको तुलनामा नेपालमा प्रचुर संभावनाहरू छन्, केवल खाँचो छ विकास प्रतिको दिगो सोच र प्रतिबद्धताको (जिल्ला विकास समिति कास्की, २०६८-०७८) ।

ग्रामीण पर्यटन स्थानिय र कम विकसित क्षेत्रको पर्यटन हो । यो एक प्रकारको सुक्ष्म तहको पर्यटन हो । कम विकसित क्षेत्रमा रहेका सांस्कृतिक सम्पदा, चालचलन, परम्परा, जीवन पद्धति नजिकै रहेर ग्रामीण भेगमा आतिथ्यता सहित पर्यटकहरूलाई घरवास उपलब्ध गराउनु नै ग्रामीण पर्यटन हो । ग्रामीण पर्यटनको धारणा सन् १९७० तिर विकास भएको पाइन्छ (कुर्वर, २००६) ।

नेपाल प्राचीन कालदेखि नै एक स्वतन्त्र र सार्वभौमसत्ता सम्पन्न राज्यको रूपमा रहदै आएको छ । किरातवंशको राजा स्थुन्कोको समयमा भारतको मगध राज्यका मौर्य सम्राट अशोकले नेपालको लुम्बिनी र काठमाडौं भ्रमण गरेका थिए । बौद्ध धार्मिक आख्यान अनुसार मञ्जुश्रीले चीनबाट नेपालको भ्रमण गरेका थिए । हिन्दु धार्मिक आख्यान अनुसार भगवान श्रीकृष्णले भारतबाट अनेकौं ग्वालाहरूको साथमा काठमाडौं उपत्यकाको भ्रमण गरेका थिए । हुन त सन् १८०१ मा राजदुत कप्तान नक्स, नापी विशेषज्ञ चार्ल्स फ्राउफोर्ड र खानी एंव रसायन विशेषज्ञ मि. ब्लेक लगायत ५० जना नेपाल आएका थिए । हेमिल्टनकले पर्यटन विकासको लागि सन् १८१८ मा 'एन् स्काउण्ट अफ दि किङ्गडम अफ

दि नेपाल' नामक पुस्तक प्रकाशन गरेका थिए । सन् १८०४-४४ बीचमा वोइलेउ गार्डनर, म्याडाक्ले र हडसन राजदुतहरु लगायत १५३ जना अंग्रजीहरुले नेपाल प्रवेश पाएका थिए । सन् १८५० मा जंगबहादुरले वेलायत भ्रमण गरेका थिए । सन् १९०८ मा चन्द्रशमशेरले वेलायतको भ्रमण गरेका थिए । सन् १९०६ मा वृटिस भारतका सेनापति लर्ड किचनरको काठमाडौं आगमन भएको थियो । यी सबै नेपालमा आउने जाने क्रम सरकारको नियन्त्रण भित्र हुने गथ्र्यो जुन गतिविधि २००७ को परिवर्तन पछि सामान्य बन्दै आयो (पुरी, २०५६) ।

पर्यटनको विकास मानव सभ्यतासँग जोडिएर आएको छ । पर्यटन भन्नाले विश्व पर्यटन संगठनका भनाई अनुसार व्यापार, रमाइलो वा मनोरञ्जनका लागि गरिने यात्रा हो । जुन सामान्य परिवृत्ति बाहिर केहि समयका लागि हुन्छ, र त्यस्तो ठाउँमा आयस्रोत हुने क्रियाकलापवाहेक अन्य उद्देश्यको लागि यात्रा गरी घुम्ने गरिन्छ । पर्यटन संगठनले कुनै खास उद्देश्य लिएर आफ्नो घर छोडी हिडेको व्यक्ति वा समूहलाई आवश्यक पर्ने सेवा जस्तै यात्रा खाने बस्ने बन्दोबस्त, पिउने प्रबन्ध वा मनोरञ्जन एवं सत्कार प्रदान गर्न पूर्वाधार सहित स्थापना भएका सङ्घ/संस्थाहरुलाई पर्यटन उद्योग भनिन्छ भनेर परिभाषित गरेको छ । पर्यटन उद्योगलाई 'आतिथ्य सत्कार' पनि भनेर भनिन्छ (भण्डारी, २०६८) ।

विश्व पर्यटन संगठनले पर्यटन उद्योगलाई विश्वको प्रथम उद्योग समेत मानेको छ । संयुक्त राष्ट्रसङ्घले पर्यटनलाई निम्न आन्तरिक र बाह्य पर्यटन गरी विभाजन गरेको छ ।

क) आन्तरिक पर्यटन

आफ्नै देशभित्रका सामाजिक सांस्कृतिक, धार्मिक, प्राकृतिक जस्ता महत्वपूर्ण ठाउँहरुको भ्रमण गरिने क्रियाकलापलाई आन्तरिक पर्यटन भनिन्छ । यस्ता पर्यटकीय क्रियाकलापमा संलग्न रहेका व्यक्तिहरुलाई आन्तरिक पर्यटक भनिन्छ ।

ख) बाह्य पर्यटन

यात्रा गर्न इच्छुक पर्यटकलाई कुनै पनि बाहिरी देशको भ्रमणको व्यवस्था मिलाउने कार्य पर्यटन हो । आज यात्रा गर्नेहरुको संख्यामा उल्लेख वृद्धि भइरहेको छ बाहिरी देशका पर्यटकहरुलाई आफ्नो देशमा भएका प्राकृतिक स्रोत सम्पदा तथा अन्य वस्तुको प्रवर्द्धन गरेर सेवा प्रदान गर्ने क्रियाकलापलाई बाह्य पर्यटन भनिन्छ । यस्ता पर्यटन क्रियाकलापमा संलग्न व्यक्तिहरुलाई बाह्य पर्यटक भनिन्छ (भण्डारी, २०६८) ।

वि.सं. २००७ सालको क्रान्तिपछि नेपालको बाह्य सम्पर्क बढ्दै गएको पाईन्छ । हाल भारत, बेलायत, अमेरिका, चिन, रुस लगायत नेपालको १३९ मुलुकसँग दौत्य सम्बन्ध स्थापित भइसकेको छ । सन् १९५३ मा एडमण्ड हिलारी र तेन्जिङ नोर्गे शेर्पाले सगरमाथा सफल आरोहण गरेपछि नेपाल र नेपालीको गौरव विश्वभर फैलियो जसले गर्दा नेपालमा आउने पर्यटकहरु अति नै लालयित भए । सन् १९४७ पछि नेपालमा देश विकासका लागि पर्यटन ज्यादै महत्वपूर्ण हुने देखेर पर्यटकको विकास र सम्बद्धनका लागि चाहिने पूर्वाधारहरु तयार गर्न नेपाल लागि परेको देखिन्छ । हवाई यातायात सञ्चार सेवा सडक आदिको विस्तार साथै पर्यटनको संस्थागत विकास गर्न पर्यटन विकास समिति, पर्यटन विकास ऐन २०१४ र वाणिज्य मन्त्रालय अर्न्तगत वि.सं.२०२६ मा जर्मन सरकारका सहयोगमा पर्यटन गुरुयोजना स्थापना भई यसै योजना अर्न्तगत वि.सं.२०३३ मा पर्यटन मन्त्रालयको स्थापना गरियो । वि.सं. २०१९ मा उपत्यका भित्र र बाहिर पर्यटन सूचना केन्द्रहरु खोलिए । फलत विदेशी पर्यटकहरु आगमनमा स्वभाविक रुपमा वृद्धि भयो (नेपाल राष्ट्र, बैक, २०५७) ।

पर्यटन व्यवसाय प्रवृद्धन र संरक्षण गर्नको लागि विभिन्न ऐन कानूनहरु बनेको पाइन्छ । केही ऐन कानूनहरु निम्न अनुसार छन् :

- क) विदेशी लगानी तथा प्रविधि हस्तान्तरण ऐन, २०७५ र लगानी निति, २०७५
- ख) पर्यटन ऐन २०६५ र पर्यटन नीति २०६५
- ग) ट्राभल ट्रेकिङ नियामवली, वि.सं.२०६२
- घ) पर्वतारोहण सम्बन्धी नियमावली, २०५९
- ङ) होटेल, लज, रेष्टुरा तथा रिजर्ट, बार तथा पथ प्रदर्शक नियमावली, २०३८
- च) होटल व्यवस्था तथा मदिरा बिक्री वितरण नियन्त्रण ऐन, वि.सं.२०२३

साथै विभिन्न उपभोक्ता ऐनहरु पनि बनेका छन् । ऐन कानूनहरुले पर्यटनकोविविधकरण र पर्वद्धनमा विशेष भूमिका खेलेका छन् ।

पर्यटन एउटा मानवीय क्रियाकलाप हो । जसले राष्ट्रिय र अन्तराष्ट्रिय सम्बन्ध सुमधुर राख्न र आपसी भाइचाराको सम्बन्ध बढाउन महत्वपूर्ण भूमिका खेल्दछ । समयको बहावसंगै पर्यटन पनि दिनप्रतिदिन संसारमा लोकप्रिय कार्य र तनाव न्यूनीकरणको उपाय बन्दै गएको छ । भ्रमण, सुरक्षित, भरपर्दो, विश्वसनीय आनन्दित र मनोरञ्जनपूर्ण हुनुपर्छ ।

पर्यटकहरु सुरक्षित तवरले विभिन्न स्थानहरुमा भ्रमण गर्न चाहन्छन् । नयाँ ज्ञान हासिल गर्न र नयाँ पर्यटकीय गन्तव्य स्थलहरुका भ्रमण गरी भरपूर प्राकृतिक सौन्दर्यको आनन्द लिन विविध स्थानहरुको यात्रा र भ्रमण तय गर्दछन् ।

नेपालको आर्थिक विकासका मुख्य आधार शीला कृषि, जलस्रोत र पर्यटन हुन् जसलाई राज्यले प्रमुख प्राथमिकताको क्षेत्रमा राखी सोही अनुसार निति निर्माण गरेको पाइन्छ । यहाँका अधिकांश मानिसहरुको मुख्य देश एवं आम्दानीको स्रोत कृषि भएतापनि कृषि क्षेत्रमा आधुनिकता नभित्रिईसकेको परिप्रेक्षमा पुरानै शैलीबाट हुने उत्पादनबाट आशातीत सफलता हासिल गर्न सकेका छैनन् । यसै गरी जलस्रोतमा विश्वकै दोस्रो ठूलो देश भएपनि प्रचुर सम्भावनाका बावजुद पर्याप्त पुँजी प्रविधि जनशक्तिको कमिले यसको विकास त्यति सहज भइरहेको छैन । यस अर्थमा पनि पर्यटन विकास आर्थिक र समृद्धिको अर्को खुड्किला हुन सक्छ ।

प्राचीन समयदेखि नै यात्रा भ्रमण गर्ने क्रम चलिआएको भएतापनि आधुनिक पर्यटनका विकासक्रम भने दोस्रो विश्वयुद्ध पछि १९५० को दशकबाट शुरु भएको मानिन्छ । आधुनिक पर्यटकको विकाससँगै सस्तो आवास र द्रुत यातायात सेवाका कारण कृत्रिम संरचनाबाट प्राप्त सेवासुविधा र भौतिक विलाशीताको उपभोग गर्दै अघि बढेको परम्परागत पर्यटन एकै किसिमको क्रियाकलापमा सरिक हुने समूहगत गतिविधिको रूपमा अगाडी बढ्दै १९७० को दशकमा उत्कर्षमा आइपुग्यो (कोलियार,१९८९) ।

नेपालमा पर्यटनलाई आकर्षण गर्न ग्रामीण पर्यटकीय स्थानहरु प्रशस्त छन् । यी सबै पर्यटकीय ठाउँहरुमा ग्रामीण पर्यटनलाई व्यवस्थित सुदृढ गर्न सकिन्छ । पर्यटन विकासको गतिविधिहरुमा विद्यमान स्थितिको समीक्षा गरी नेपाल पर्यटन बोर्ड तथा अन्य विभिन्न पर्यटन सम्बन्धी निकायहरुले मानव निर्मित पर्यटकीय स्थल र प्राकृतिक रूपमा निर्मित प्राकृतिक स्थलहरु तथा सम्पदाहरुको प्रारम्भिक अध्ययन र विश्लेषण गरेका छन् । आज लौङ्गिक विश्लेषण पर्यटन विकासको लागि एउटा महत्वपूर्ण मार्ग हो । महिलाहरुले पुरुषले भन्दा बढी पर्यटकको मन छुने गरी काम गर्न सक्छन् । यसको उत्पत्ति कालदेखि नै यो व्यवसाय पुरुष पक्षीय भएर आएको छ । महिलाले सामाजिक र सांस्कृतिक कृयाकलापमा बढी सक्रियताका साथ काम गर्दछन् र यस्ता सक्रिय क्रियाकलापले पर्यटन विकासमा राम्रो भूमिका खेल्दछ (क्षेत्री र रायमाझी, २०५७) ।

१.२ समस्याको कथन

पर्यटनका विभिन्न लाभान्वित क्षेत्रहरूका अलवा यस अनुसन्धानमा पर्यटन पेशामा महिला सहभागितालाई हेरिएको छ । यसर्थ यस अनुसन्धानले महिला पर्यटन पेशालाई केन्द्र बनाएको छ । यस अध्ययनले पर्यटनमा महिलाहरूको आर्थिक अवस्था, जीवनस्तर तथा समस्याका बारेमा अध्ययन गरेको छ । अध्ययन क्षेत्र स्याङ्जा जिल्लाको आँधिखोला गाउँपालिका वडा नं १ सिरुवारी रहेको छ ।

आदिम फिरन्ते पर्यटन देखि आधुनिक पर्यटनको विकास भएको संसारमा अहिले यो धुवाँरहित आय आर्जन र रोजगारीको लागि ठूलो उद्योगको रूपमा स्थापित भएको छ । लामो समयदेखि घर गृहणीको रूपमा काम गर्दै आइरहेका आमाहरू, केही बेरोजगारी महिलाहरू र खेती किसानमा लागेका महिलाहरूलाई यस अध्ययनमा समेटि उनीहरूको ग्रामीण पर्यटन तथा खेती किसान र रोजगारीबाट कमाइ हुन आएको आयआर्जनलाई हेरिएको छ ।

मुख्य रूपमा समस्याको कथन अन्तर्गत केही प्रश्नलाई लिइएको छ । ग्रामीण पर्यटन व्यवसायबाट कमाई हुने आयआर्जनले घर व्यवहार चलाउन पुगेको छ वा छैन ? यदि नपुगेको भए के कसरी चलाउने गरेका छन् ? ग्रामीण पर्यटन पेशामा आवद्ध महिलामा के-कस्ता समस्या छन् ? ग्रामीण पर्यटनले महिलामा परिवर्तन ल्याएको छ वा छैन ? यदि छ भने के-कस्ता परिवर्तन ल्याएको छ ? ग्रामीण पर्यटन विकासको लाभांश मार्ग चित्र के-कसरी न्यायसङ्गत बनाउन सकिन्छ ? आदि जस्ता मुलभूत प्रश्नहरू समस्याको रूपमा रहेका छन् ।

१.३ अध्ययनका उद्देश्यहरू

नेपाल विविध जातजाति भाषाभाषीहरूका साथै विभिन्न प्राकृतिक तथा सांस्कृतिक विशेषताले सु-सम्पन्न एक राष्ट्र हो । यहाँ आ-आफ्नै सांस्कृतिक रीतिरिवाज, रहनसहन, मूल्य-मान्यताहरूका साथै प्राकृतिक सम्पदाहरू छन् । नेपालमा पर्यटन व्यवसायको महत्वपूर्ण योगदान रहेकाले यसका बारेमा अध्ययन हुनु आवश्यक छ । यस अध्ययनको सामान्य उद्देश्यमा ग्रामीण पर्यटन व्यवसायमा सहभागी सिरुवारीका महिलाहरूको बारेमा अध्ययन गर्नु यो अध्ययनको साधारण उद्देश्य हो भने यो अध्ययनका विशिष्ट उद्देश्यहरू निम्नलिखित छन् ।

- क) ग्रामीण पर्यटन व्यवसायमा सहभागी महिलाहरुको सामाजिक तथा आर्थिक अवस्थाका बारेमा जानकारी लिने ।
- ख) पर्यटन व्यवसायले ग्रामीण पर्यटन व्यवसायी महिलाहरुको जीवनस्तरमा ल्याएको परिवर्तनबारे अध्ययन गर्ने ।
- ग) पर्यटन व्यवसायसँग सम्बन्धित महिला व्यवसायीहरुका चुनौतिहरु बारे जानकारी लिने ।

१.४ अध्ययनको महत्व

नेपाल विश्वमा आर्थिक रूपले पछ्यौटे राष्ट्रको रूपमा रहेको छ । यहाँका मानिसहरुको जीवनस्तर उकास्न र देशको चौतर्फी विकासका लागि पर्यटन एक बलियो आधार हुन सक्छ । त्यसकारण वर्तमान समयमा पर्यटन व्यवसायप्रति मानिसहरुको आकर्षण बढेको देखिन्छ । यस व्यवसायमा पुरुषहरु मात्र नभएर सबै तह र तप्काका महिलाहरुले आयआर्जनका क्रियाकलापमा सहभागिता जनाएका छन् भन्ने देखाउनुमा यो अध्ययन सार्थक हुनेछ । ग्रामीण पर्यटन व्यवसाय र महिला सहभागिता विस्तृत अध्ययन गर्नको लागि महत्वपूर्ण छ । यस्तो खाले अध्ययन यस स्थानमा यस अघि नभएकाले यो अध्ययन गरिएको हो । यस अध्ययनले पाठकका साथै सम्बन्धित क्षेत्रमा काम गर्ने व्यक्ति, सङ्घसंस्था, कार्यक्रमको योजना निर्माण गर्ने सरकारी निकाय तथा यस सम्बन्धी जिज्ञासा राख्ने सम्पूर्णलाई सहयोग गर्ने आशा राख्न सकिन्छ ।

प्राकृतिक तथा सांस्कृतिक सम्पदाले धनी मात्र नभएर बन्दीपुर, सिरुवारी, घलेगाउँ जस्ता ग्रामीण पर्यटन स्थल जस्तै भएको कारणले गर्दा यो ठाउँ महिला ग्रामीण पर्यटन व्यवसायको लागि उपयुक्त स्थान बन्न गएको छ । यस खालको अध्ययन यसअघि यस अध्ययन क्षेत्रमा नभएकाले यो अध्ययन सम्बन्धित व्यक्तिहरु र चासो राख्ने सबैको लागि सूचना उपलब्ध गराउन महत्वपूर्ण रहेको छ ।

१.५ अध्ययनको सिमा

प्रत्येक अध्ययन अनुसन्धान निश्चित अवधिमा निश्चित ठाउँमा, निश्चित उद्देश्य प्राप्त गर्नका लागि गरिने भएकाले यही सीमाको आधारमा यो अध्ययन गरिएको छ । यो कार्य महिला पर्यटन व्यवसायका सम्बन्धमा गरिएकाले यसबाट प्राप्त परिणाम पनि सोही

अनुसारको छ । यसबाट प्राप्त जानकारी यस्तै अन्य स्थानको लागि लागू नहुन पनि सक्दछ । त्यसैले यस अध्ययन क्षेत्रबाट प्राप्त सूचनालाई सबै स्थानको लागि सामान्यीकरण गर्न सकिदैन ।

१.६ सङ्गठनात्मक ढाँचा

यस शोधपत्रलाई जम्मा सात अध्ययनमा गरिएको छ । पहिलो अध्यायमा अध्ययनको परिचय अर्न्तगत अध्ययनको पृष्ठभूमि, समस्याको कथन, अनुसन्धानका उद्देश्यहरु, अध्ययनको महत्व अध्ययनको सीमा तथा अध्ययनको ढाँचालाई समावेश गरिएको छ ।

दोस्रो अध्यायमा यस शोधपत्रको सैद्धान्तिक समीक्षा तथा पूर्व साहित्यको पुनरावलोकन अर्न्तगत ग्रामिण पर्यटन, विकासका सिद्धान्तहरु, आधुनिकिकरण सिद्धान्त, पश्चिमीकरण सिद्धान्त, परनिर्भरताको सिद्धान्त, लौङ्गिक सहभागितालाई हेर्ने दृष्टिकोणहरु, पर्यटन उद्योगमा महिला सहभागिता र तालिम, महिला हिंसा र परिवर्तन र पूर्व अध्ययनको समीक्षालाई समावेश गरिएको छ ।

तेस्रो अध्यायमा अनुसन्धानको विधी हो जस अन्तरगत, समग्र अध्ययन क्षेत्रको छनोट, अध्ययन क्षेत्र छनोटको औचित्य, तथ्याङ्कको स्रोतहरु र प्रकृति, प्राथमिक स्रोत प्रश्नावली, अवलोकन, जानकार व्यक्तिहरूसँग अन्तरवार्ता, वैयक्तिक अध्ययन आदिको मद्दतबाट तथ्याङ्क विश्लेषण एवं प्रस्तुतीकरणलाई समावेश गरिएको छ ।

चौथो अध्यायमा महिलाहरुको सामाजिक तथा आर्थिक अवस्थाको अध्ययन अर्न्तगत अध्ययन क्षेत्रको संक्षिप्त परिचय, धर्म संस्कृति र जातजातियता, जातजातियता, उमेर समूह, धर्म, परिवारको प्रकार, वैवाहिक स्थिति, वर्गीकृत पेशा, बनोटको आधारमा घरको प्रकार घरबारी, खान पुग्ने समय, प्रमुख आम्दानीको स्रोतहरु, सन्तुष्टि, असन्तुष्टि र घरको निर्णय प्रक्रिया पर्यटनबाट हुने आम्दानी, सामाजिक संस्थामा हुने आवद्धता, शैक्षिक अवस्थालाई समावेश गरिएको छ ।

पाँचौ अध्यायमा पर्यटन व्यवसायले महिलाको जीवनस्तरमा ल्याएको परिवर्तन अर्न्तगत महिला पर्यटन र तालिम, व्यवसाय सुरु गरेको वर्ष, व्यवसाय प्रवेश गर्नुपूर्व महिलाको स्थिति, सीप र क्षमतामा वृद्धि जीवनमा ल्याएको परिवर्तन, व्यवसायबाट उत्तरदाताको हैसियतमा आएको परिवर्तन, उत्तरदाताको व्यवसायमा परिवर्तन ल्याउन स्थानीय सहयोग महिलामा परिवर्तन, उत्तरदाताले पर्यटकबाट राखेको अपेक्षा, घरबासमा

पर्यटन आकर्षण बढाउन उत्तरदाताको उपाय, पर्यटकको किसिम, महिला सहभागिता गाउँमा देखिएको प्रभाव र आमा समुहको भूमिकालाई समावेश गरिएको छ ।

छैटौँ अध्यायमा पर्यटन व्यवसायमा भोग्नु परेका समस्याहरु अर्न्तगत पर्यटन व्यवसायमा रहेका सस्याहरु, घरबासमा पाहुनाबाट हुने समस्याहरु, महिलाप्रति समाजको दृष्टिकोण घरवासमा पाहुनाबाट हुने समस्याहरु, पर्यटकबाट हुने समस्या, पर्यटनमा महिला स्वतन्त्रता, भाषागत समस्या, भाषागत समस्याका समाधानहरु, पर्यटकको रुचीप्रति प्राथमिकता र प्राथमिक उपचार र तालिमको अवस्था, प्राथमिक उपचार र तालिम नलिनाको अवस्थालाई समावेश गरिएको छ । सातौँ अध्याय अध्ययनको सार, निष्कर्षलाई समेटिएको छ ।

अध्याय : दुई

सैद्धान्तिक समीक्षा तथा पूर्व सहित्यको पुनरावलोकन

२.१ ग्रामिण पर्यटनको अवधारणा

आजको शहरी जीवनबाट फुर्सदमा आनन्ददायी समय व्यतित गर्न वा मनोरञ्जन गर्न ग्रामिण भेगको ग्रामिण जिवन, कला, संस्कृति र स्थानिय सम्पदाहरु अवलोकन गरिने घुमघाम वा यात्रालाई ग्रामिण पर्यटन भनिन्छ। अविकसित भएता पनि प्राकृतिक सुन्दरता र मौलिक संस्कृती भएका ठाउँमा जाँदा मानिस एकातिर प्रकृतिसँग नजिक भएको अनुभव गर्छ भने अर्कोतिर सरल जनजीवनको सहजतामा रमाउँछ। सामान्यता ग्रामिण भेग थोरै जनसङ्ख्या भएको, मानिसहरुको पेशा कृषिजन्य भएको र स्थानिय मौलिक संस्कृतीहरु देख्न पाइने स्थान हो। त्यस्ता ठाउँहरुमा परम्परागत घरहरु, स्थानिय जनजिविका, कृषि कृयाकलापल भेषभुषा, परम्परागत खानपान र संस्कृतिको अवलोकन गर्न सकिन्छ। हाल ग्रामिण पर्यटनसँग इकोटुरिजम, कृषि पर्यटन, हरित पर्यटन जस्ता नयाँ अवधारणाहरु जोडिएर आएका छन्।

ग्रामिण पर्यटन नेपाल जस्तो अल्पविकसित मुलुकलाई आर्थिक-सामाजिक दृष्टिले महत्वपूर्ण छ। ग्रामिण भेगका स्थानीयहरुको आयआर्जनको दायरा वृद्धि गर्न, पूर्वाधार विकास गर्न, लैङ्गिक समानता वृद्धि गर्न, सामुदायिक भावना बलियो बनाउन, संस्कृतिको प्रवर्द्धन गर्न, स्थानीय व्यक्तिहरुमा आन्मसम्मान र पहिचान वृद्धि गर्न र स्थानीयहरुको जिवनस्तर उकास गरी ग्रामिण भेगको बसाइँसराइ कम गर्न पनि ग्रामिण पर्यटन नेपालको लागी अत्यावश्यक छ।

ग्रामिण पर्यटनको अवधारणा संस्थागत रुपमा काठमाण्डौं अनुसन्धान केन्द्रद्वारा ट्राभल र टुरिजम इन्डस्ट्री मार्फत नेपालको विकास गर्ने नयाँ एजेण्डा हो। ग्रामिण पर्यटन नेपालको आफ्नै माटो सुहाउँदो र आफ्नै परिवेशको सृजना हो। नेपालको ग्रामिण पर्यटनले विश्वकै ग्रामिण पर्यटनको नेतृत्व गरेको छ। नेपाल गाउँ नै गाउँ भरिएको देश हो। ग्रामिण पर्यटन अझै पनि छाँयामा परेको छ। ग्रामिण पर्यटन उद्देश्य अनुसार यसको नयाँ अवधारणालाई चरितार्थ पार्न र गाउँका जनतालाई यसको महत्वबारे जनचेतना जगाउनुपर्छ। ग्रामिण पर्यटन अवधारणाले नेपाललाई आजको पर्यटनको दुनियाँमा र

विश्वव्यापीकरणको दुनियाँमा विश्वसामु चिनाएको छ । यसले पर्यटनको दिगो विकासमा टेवा पुऱ्याउदै छ । नेपाल विश्वकै एक आकर्षक, रमणीय, सुरक्षित ग्रामिण पर्यटनस्थल बन्न पुग्यछ (देवकोटा, २००७) ।

आज गाउँहरु नमुना पर्यटकीय स्थलका रूपमा रूपान्तरित हुँदैछन्, जुन गतिविधि र क्रियाकलापहरु यसअघि ज्यादै कम थिए । बाटोघाटोको सुविधा पनि थिएन । आजभोलि गाउँ गाउँमा भौतिक पूर्वाधार निर्माणमा ग्रामिण समुदायमा रोजगारी सृजना, आय-आर्जन बृद्धि गर्न विभिन्न किसिमका तालिमहरु र सरल रूपमा ऋण प्रवाह गर्ने सुविधा प्रदान गरिँदैछ । यसले गाउँको सीप क्षमताको बृद्धि हुनुका साथै गाउँको मुहार परिवर्तन भएको छ।

ग्रामिण यस्तो पर्यटन हो, जहाँ स्थानीय जनता त्यहीँको सीप, श्रम, स्रोत, साधन, प्रविधिको प्रयोग गरी स्थानीय सम्भावना, अवसरको खोजी गर्दै त्यसको मौलिक संस्कृति र सम्पदाको संरक्षण र सम्बर्द्धन गर्न स्थानीय जनताहरु सहभागी हुन्छन् र आय-आर्जनका कार्य गरी स्थानीय जनताको जीवनस्तरमा सुधार ल्याउन तथा पर्यटनका क्रियाकलापबाट प्राप्त सबै जनतामा न्यायोचित रूपमा वितरण गर्दछन् ।

ग्रामिण पर्यटनको माध्यमबाट ग्रामिण क्षेत्रमा स्थानीय जनसमुदायमा स्वरोजगारका अवसर सृजना हुने, स्थानीय उत्पादनबाट आम्दानीमा बृद्धि भई जनताको जीवनस्तरमा परिवर्तन आउँछ । नेपाल सरकारले ग्रामीण पर्यटनलाई पर्यटन व्यवसायको उप-क्षेत्रको रूपमा अघि बढाउने नीति समेत लिएको सन्दर्भमा मुलुकको विकास प्रक्रियामा ग्रामिण पर्यटनले अहम भूमिका खेल्न सक्ने प्रशस्त सम्भावना देखिन्छ ।

२.२ घरबास पर्यटनको अवधारणा

नेपालको आर्थिक विकास र सामाजिक उन्नतिको लागि एकमात्र विकल्परहित पर्यटन उद्योग र त्यससँग सम्बन्धित ग्रामीण घरबास सेवा पर्यटन अहिले नेपालको ग्रामीण विकास र समुन्नत समाज निर्माणका लागि पनि राष्ट्रिय प्राथमिकतायुक्त कार्यक्रम हो । ग्रामीण घरबास सेवा नेपालको हिमाली क्षेत्र पहाडी क्षेत्र र तराईका गाउँ गाउँ सम्म क्षेत्रीय र समानुपातिक विकासका लागि समेत व्यवस्थापन गर्न सकिने अधिक जनसहभागितामुलक उपयोगी र प्रभावकारी एवम् तत्काल प्रतिफल दिन सक्ने व्यवसाय हो ।

कम राष्ट्रिय लगानीमा राष्ट्रिय अर्थतन्त्रमा समेत दरिलो र निरन्तर सहयोग पुऱ्याउन ग्रामीण घरबास सेवालार्इ नेपालमा नियमित र व्यवस्थित गर्ने गराउने कार्य अहिले नेपाल

सरकारको अहम् चाहाना भए पनि यसलाई दिगो, गुणस्तरीय, लक्ष्य निर्धारित पर्यटनको रूपमा दीर्घकालीन प्रतिफलयुक्त बनाउने दायित्व भने सम्बन्धित समुदाय पर्यटन व्यवसायी र पर्यटनसँग सम्बन्धित प्रतिनिधीमुलक संस्थाहरुको हुनुपर्दछ । सरकार त्यसका लागि मार्ग निर्देशक र सहयोगी मात्रा हो ।

ग्रामीण घरबास सेवा लाई कार्यमुलक बनाउनुभन्दा अगाडी यसको विश्लेषण हुनुपर्दछ अनि त्यसको आधारमा नेपालको भौगोलिक अवस्था, पुर्वाधारको विद्यमान स्वरूप, धर्म संस्कृति, स्थानीय सामाजिक संरचना, चेतनाको स्तरलगायतका विषयहरुलाई मापन गरी व्यवस्थापनका सवालहरु फरक फरक रूपमा बन्नुपर्दछ । जसले यसलाई नियमित र व्यवस्थित गर्न सकोस् । ग्रामीण घरबास सेवा वास्तवमा कुनै पर्यटकको आफ्नो रुचि र इच्छाअनुसारको विषयमा स्थलगत रूपमा आफैँ साक्षात्कार हुने निश्चित दिन वा अवधिको यात्रा हो । आनन्द, मनोरञ्जनका साथै ज्ञानका लागि यो नितान्त आर्थिक करोबारमा हुने सेवामुलक र धुवाँ रहित उद्योग व्यवसाय हो (लामा, २०७२) ।

२.३ विकासको अवधारणा

विकास एक बहुआयामिक प्रक्रिया हो । यो निरन्तर रूपमा गतिशील रहने प्रक्रिया हो । यसले समाजको आर्थिक, सामाजिक एवं सांस्कृतिक क्षेत्रलाई परिवर्तन गर्दछ । विकासले मानव जीवनमा सकारात्मक एवं गुणात्मक परिवर्तन ल्याउने गर्दछ । वास्तवमा विकास एउटा प्रक्रिया हो जसबाट परम्परागत समाज आधुनिक समाजमा रुपान्तरण हुन जान्छ र यही रुपान्तरणलाई आधुनिकीकरण पनि भनिन्छ । विश्वमा विकास सम्बन्धी अवधारणाको सैद्धान्तिक शुरुवात दोस्रो विश्वयुद्ध पछि भएको देखिन्छ । सन् १९५० को दशकदेखि विभिन्न विकास सम्बन्धी सिद्धान्तहरु उदय भएको पाइन्छ । आधुनिकीकरणको सिद्धान्त अनुसार पुराना विचारधारा, संस्कार, प्रविधि एवं संरचनालाई छाड्दै नयाँ विचार चिन्तन एवं प्रविधिलाई आत्मसात गर्दै जाने प्रक्रिया नै विकास हो । त्यस्तै सन् १९७० को दशकमा असमानता एवं गरिबीको अन्त्य गर्नु नै विकास हो भन्ने धारणाको शुरुवात भयो । विकासका लागि सामाजिक जीवनका विभिन्न पक्षमा सकारात्मक परिवर्तन आवश्यकता पर्छ । सामाजिक क्षेत्रलाई वेवास्ता गरी अगाडि बढाएको विकास पूर्ण हुन सक्दैन । तसर्थ विकासमा सामाजिकीकरण हुनुपर्दछ भन्ने धारणा सन् १९८० को दशकमा विकास भयो । सन् १९९० मा विकासका अवधारणा क्रान्तिकारी परिवर्तन ल्याउने गरी मानवीय विकास अवधारणाको सुरुवात भएको हो (पौडेल, २०७४) ।

आधुनिकीकरणको सिद्धान्त

आधुनिकीकरण सिद्धान्त सामाजिक परिवर्तनको सिद्धान्त हो । भैरहेको अवस्थामा कालन्तरमा आउने फेरबदल नै परिवर्तन हो । परिवर्तन प्रकृतिको स्वमभाविक नियम हो । हरेक समाजले परिवर्तनको दिशा लिन्छ र तर त्यसको मात्रा र गतिमा भने फरक हुन्छ । मानव समाजको उत्पत्ति देखि वर्तमान सम्ममा समाजको स्वरूप कैयौं पटक फेरिएको छ । त्यसको प्राचिन दार्शनिक हिराक्लिटनले विश्वको कुनै पनि वस्तु स्थिर नरहेको अर्थात् सबै वस्तु गतिशील रहेको बताएका थिए । परिवर्तनले नै विगतको सरल प्राचिन र घुमन्ते जीवनको समाज आज विकसित आधुनिक र व्यवस्थित बन्दै गएको हो (आचार्य २०६८) ।

आधुनिकीकरण सिद्धान्त समाजको विकास र परिवर्तन सम्बन्धी व्यापक प्रक्रियागत दृष्टिकोण हो । विकास सम्बन्धमा आधुनिकीकरण सिद्धान्तले त्यस्तो प्रक्रियाको व्याख्या गर्दछ जुन प्रक्रियाद्वारा अविकसित समाजले विकसित समाजका विशेषताहरुलाई ग्रहण गर्दछ । आधुनिकीकरण स्वयंमा त्यस्तो प्रक्रिया हो जसद्वारा कुनै पनि समाज परम्परागत एवं पूर्ण औद्योगिक समाज व्यवस्थामा पदार्पण गर्दछ । यस अन्तर्गत राजनीतिक पक्षमा प्रतिनिधिमूलक संसदीय प्रणाली, वालिग मताधिकार, गोप्यमत, सहभागीमूलक गठन, विज्ञान र प्रविधिमा विकास, तार्किक चिन्तन प्रणालीको शुरुवात, भाग्यवादी सोचाइमा ह्रास, धार्मिक निरपेक्षकरण, राष्ट्रवादी विचार, श्रममा विविधकरण, आम सुचना र संचार माध्यमको विकास, श्रम विभाजन, प्रकार्यगत विशिष्टकरण आदि हुन्छ । यस प्रक्रियाद्वारा नै सामाजिक र साँस्कृतिक परिवर्तन गरिन्छ । यद्यपि आधुनिकीकरणको अर्थ यतिमा मात्र सिमित छैन । यसलाई समाजशास्त्रीय तथा मानवशास्त्रीय दृष्टिकोण तथा वृहत अर्थमा बुझ्नुपर्दछ । यस्तो समाजशास्त्रीय तथा मानवशास्त्रीय वृहत अर्थमा आधुनिकीकरण भन्नाले मानिसहरुको खानपीनको ढाँचा, बानी, पहिरन, बोलिचालिको ढाँचा, रोजाई, विचार, छनौट, दृष्टिकोण, मनोरञ्जनका तरिका, सम्बन्ध आदिमा आउने परिवर्तन भन्ने बुझ्नुपर्दछ । यसबाट के प्रष्ट हुन्छ भने आधुनिकीकरण भनेको परम्परागत तथा प्राचिन मुल्य र मान्यता आधुनिकतामा हुने रुपान्तरण प्रक्रिया हो । यसरी निश्चित तहमा परम्परागत समाज आधुनिक समाजमा हुने रुपान्तरणको प्रक्रिया नै आधुनिकीकरण हो (शर्मा, २०६४) ।

आधुनिकीकरण सिद्धान्त १९५४ मा विन्टन ले प्रतिपादन गरेका थिए । आधुनिकीकरण एउटा महत्वपूर्ण प्रक्रिया हो जसको जसको व्यवस्थित र परिवर्तनकारी प्रकृतिले कुनै पनि प्रणालिमा परिवर्तनको निर्माण गर्दछ । रोस्टोको वृद्धि र विकासको

सिद्धान्तले दिगो विकास निमार्ण हुन समाजमा रहेको प्राकृतिक जडतालाई उछिन्नुपर्ने कुरा औल्याएका छन् । यसका आयामहरु राजनीतिक, साँस्कृतिक, आर्थिक, सामाजिक, मानसिक तथा मनोवैज्ञानिक सबै रुपमा हुन्छन् । आधुनिकीकरण सिद्धान्तले समाजको आर्थिक, सामाजिक, राजनीतिक, शैक्षिक, प्राविधिक, सैनिक, प्रशासनिक, साँस्कृतिक र जीवनका विविध पक्षको प्रक्रियामा हुने रुपान्तरणलाई व्याख्या गर्दछ । आधुनिकीकरण यस्तो प्रक्रिया हो जसबाट औद्योगिकरण, शहरीकरण र अन्य सामाजिक परिवर्तनसँगै मानिसहरुको जनजीविका परिवर्तन हुन्छ । यस प्रक्रियाले अविकसित समाजले विकसित समाजका विशेषताहरुलाई ग्रहण गर्दै जान्छ । पर्यटन एउटा शक्ति हो जसको बढावा र नियमनले सामाजिक विकास अथवा दोहन दुवै पक्षलाई निम्त्याउँछ । पर्यटन अर्थतन्त्रको एउटा महत्वपूर्ण पक्ष हो जसले आर्थिक विकास गर्छ र परम्परागत समाजलाई आधुनिक बनाउन उत्प्रेरित गर्छ ।

२.४ पर्यटन उद्योगमा महिला सहभागितालाई हेर्ने दृष्टिकोणहरु

लैङ्गिक समानताले महिला र पुरुष बीच हुने मूल्य मान्यता, दृष्टिकोण र व्यवहारको एकरूपतालाई बताउँदछ । महिला र पुरुष बीच हुने समानता सहभागिता वितरण, पहुँच नियन्त्रण, उत्पादन, उपयोग र बराबर अधिकार नै लैङ्गिक समानता हो ।

लैङ्गिक सम्बन्धमा देखापर्ने परिस्थिति मुलुक वा वातावरणजन्य व्यवहार, भूमिका, योजना र कार्यक्रमबाट नै लैङ्गिक समानता कायम हुन्छ । लैङ्गिक समानता र महिला सशक्तीकरणलाई राष्ट्रिय प्राथमिकताका रुपमा स्थापित गर्ने नीति निर्माणको क्रियाशीतला र प्रतिबद्धताको आवश्यकता पर्दछ (वेनेट, १९८३) ।

रोजगारीका लागि सीप परियोजना काठमाडौँ विजुलीबजार, प्राविधिक शिक्षा तथा व्यवसायिक तालिम परिषद्, सानोठिमी भक्तपुर, शिक्षा मन्त्रालय र शिक्षा मन्त्रालय र शिक्षा मन्त्रालयका साभेदार निकायहरु, लगानीकर्ताहरु आदि जस्ता सङ्घ-संस्था तथा अफिसहरुले तालिम तथ रोजगारीमा महिला सहभागिता बढाउनुपर्ने लक्ष्य लिएका छन् । यसै लक्ष्यअनुसार नै परिषद् अन्तर्गतका शिक्षालयहरु र तालिम केन्द्रहरु तथा कलेजहरु खुलेका छन् । महिलाको लागि सहूलियत तालिम कोटाहरु आ-आफ्ना शिक्षालयहरु तथा तालिम केन्द्रहरुमा व्यवस्था गरेका छन् । महिलाहरुलाई दिइएका यस्ता बजारमुखी लामो तथा छोटो अवधिका तालिमले उनीहरुमा व्यवसायिक सीपको विकास गरेको छ यसबाट महिलाहरुले

पर्यटन पेशामा रहेको आतिथ्य संस्कार सिकी उनीहरूले पर्यटकहरूलाई सम्मान र सत्कार गरी आफ्नो पेशा तथा व्यवसायलाई सफल बनाएका छन् यसले गर्दा महिलालाई सशक्तीकरण गर्न सजिलो भएको छ यस्ता पेशा तथा व्यवसायले महिलाहरूमा रहेको गरिबी निवारण गर्न र विदेशी मुद्रा आर्जन गर्न ठुलो सहयोग मिलेको छ । बेरोजगार महिला तथा युवालाई यस्ता स्वरोजगार तालिमले उनीहरूको रोजगारमा सहयोग गरेको छ । यस परियोजनाको लागी एशियाली विकास बैङ्कको २ करोड अमेरिकी डलर र नेपाल सरकारको ५० लाख डलर परियोजनामार्फत् लगानी भएको थियो । यस परियोजनाको प्रमुख लक्ष्य उच्च शिक्षाका अवसरबाट वञ्चित युवायुवतीहरूलाई बजार उन्मुख छोटो अवधिका व्यवसायिक तालिमहरूमा सहभागी गराई ८० हजार बेरोजगारीहरूलाई निःशुल्क तालिम प्रदान गरी रोजगारीमा सहयोग पुऱ्याउनु रहेको थियो । हाल सरकारसँगै सम्बन्धित सार्वजनिक तालिम प्रदायक केन्द्र र निजी तालिम प्रदायक केन्द्रले पर्यटनसँग सम्बन्धित विभिन्न विषयका तालिम चलाएका छन् (तालिम सञ्चालन निर्देशिका, २०६५) ।

२.५ पूर्व अध्ययनको समीक्षा

नेपालमा भ्रमणको उद्देश्य मनोरञ्जन, व्यवसाय प्रवर्द्धन भेला सभा सम्मेलन, पर्वतारोहण तथा अन्य कार्यहरूको अवलोकन जस्तै यदयात्रा, जलयात्रा व्याफिङ्ग बन्जीजम्पिङ, च्याराग्लाइडिङ, मौलिक सांस्कृतिक प्रवर्द्धन तथा बजारीकाण गरी विदेशी विद्यार्थीलाई तालिमा र अध्ययनको अवसर प्रदान आध्यात्मिक साधना, योग साधना प्राकृतिक उपचार केन्द्र विकास गर्ने र कृष्णिजन्य उपजको प्रयोग बढाउन एक गाउँ एक उत्पादन जस्ता कार्यक्रम गरी पर्यटन प्रवर्द्धन र विकास गर्न सकिने सम्भावना नेपालमा प्रशस्त देखिन्छ (पर्यटन नीति, २०६५) ।

परापूर्वकाल देखि नै मानिसहरू यात्रा र भ्रमण गर्न उत्सुक हुन्थे । मानिस स्वभावैले नयाँ कुराको खोज, आविष्कार गर्न, नयाँ स्थान र वातावरणमा घुम्न र रमाउन नयाँ नयाँ अनुभव हासिल गर्न तत्पर रहन्छन् । यात्रा कुनै नौलो नभएता पनि पर्यटन व्यवसाय आधुनिक समाजको एउटा क्रियाकलापमा आएको देखिन्छ । पर्यटन व्यवसाय खास गरी दोस्रो विश्वयुद्ध पछि मात्रै फस्टाउन थालेको पाइन्छ (सिन्हा, २००३) ।

नेपाल प्राकृतिक, सांस्कृतिक एवं जैविक र पर्यटकीय सम्पदाको धनी भएर पनि विश्व पर्यटन बजारमा आवश्यक पहुँच र प्रचारप्रसारको कमीले सोचे अनुरूप पर्यटकहरूको

संख्यामा वृद्धि गरी पर्यटन उद्योगलाई अपेक्षाकृत रूपमा विकास गर्न सकिएको छैन । विश्वको सर्वोच्च शिखर सगरमाथा बुद्धको जन्मस्थल लुम्बिनी हिमाल आरोहण पर्वतीय पदयात्रा नदीहरुमा जलविहारमा साथै वन्यजन्तु आरक्षण तथा राष्ट्रिय निकुञ्जमा जंगली जनावर चरा पुतली आदि जीवजन्तुको अवलोकन आदि नेपालको पर्यटन विकासका प्रमुख आधारका रूपमा रहेका छन् । नेपालको राष्ट्रिय अर्थतन्त्रमा पर्यटन उद्योगको ठूलो योगदान महत्वपूर्ण रहेको छ । पर्यटन उद्योगको लागि अनुकूल वातावरण भएको सन् १९९५ मा यस उद्योगले नेपालको कुल वैदेशिक विनिमयको २० प्रतिशत र कुल गार्हस्थ उत्पादनको करिब ४ प्रतिशत हिस्सा ओगटेको छ । कुल वैदेशिक विनिमयको आम्दानी १० प्रतिशत भन्दा बढी भएकाले अन्तर मापदण्ड अनुसार नै नेपाल एक पर्यटन देश हो (चौहान, २००४) ।

ग्रामीण पर्यटनको अवधारणा संस्थागत रूपमा काठमाडौं अनुसन्धान केन्द्रद्वारा ट्राभल र टुरिजम इन्डस्ट्री मार्फत नेपालको विकास गर्ने नयाँ एजेण्डा हो ग्रामीण पर्यटन नेपालको आफ्नै माटो सुहाउँदो र आफ्नै परिवेशको सृजना हो । नेपालको ग्रामीण पर्यटनले विश्वकै ग्रामीण पर्यटनको नेतृत्व गरेको छ । नेपाल गाउँ नै गाउँले भरिएको देश हो । ग्रामीण पर्यटन अभै पनि छाँयामा नै परेको छ । ग्रामीण पर्यटकको उद्देश्य अनुसार यसको नयाँ अवधारणालाई चरितर्य पार्न र गाउँका जनतालाई यसको महत्वबारे जनचेतना जगाउनुपर्दछ । ग्रामीण पर्यटक अवधारणा हो नेपाललाई आजको पर्यटनको दुनियाँ र विश्वव्यापारीकरणको दुनियाँमा विश्वसामु चिनाएको छ । यसले पर्यटकको दिगो विकासमा टेवा पुऱ्याउँदै छ । नेपाल विश्वकै एक आकर्षण, रमणीय, सरक्षित ग्रामीण पर्यटनस्थल बन्न पुग्छ (देवकोटा, २००७) ।

पर्यटन नीति २०६५ अनुसार विभिन्न उद्देश्यहरु उल्लेखित छन् । ग्रामीण पर्यटनलाई गरिबी निवारसँग आबद्ध गरी प्रभावकारी कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने, गाउँका प्राकृतिक, सांस्कृतिक, जैविक र मौलिक सांस्कृतिक सम्पदाको संरक्षण, सम्बर्द्धन र प्रचारप्रसारको विकास गर्ने, ग्रामीण जनताको आयआर्जन बढाउने, स्थानीय समुदायद्वारा उत्पादित मौलिक, परम्परागत हस्तकलाका सामग्रीको बजार व्यवस्थापन गर्ने, पर्यटन र ग्रामीण पर्यटनसँग आबद्ध गराउन प्याकेज बनाउन पर्यटन कार्यक्रमलाई प्रोत्साहन दिने, मौलिक आकर्षण भएमा संभाव्य गाउँलाई पर्यटन गाउँका रूपमा विकास र प्रबर्द्धन गर्ने, परम्परागत ज्ञानमा आधारित सम्पदाको संरक्षण गरी पर्यटनको विकास गर्ने रहेका छन् (नेपाल सरकार, पर्यटन नीति, २०६५) ।

नेपालमा सन् १९५० मा राणा शासन समाप्त भई प्रजातन्त्रको स्थापना भएपछि विदेशीहरूको लागि नेपाल आउन कुनै प्रतिबन्ध भएन । यस घटनाले नेपाल यात्राको लागि अन्तराष्ट्रिय स्तरमा प्रख्याती पह्यो । पर्यटन क्षेत्रमा विकास तथा विस्तारका लागि विदेशीहरूले सहयोग गर्न थाले । यसपछि सन् १९५३ मा तेन्जिङ्ग नोर्गे शेर्पा र एडम् छिलारीले विश्वको सवैभन्दा अग्लो चुचुरो सगरमाथाको सफल आरोहण गरेपछि नेपालको नाम र गौरव विश्वभरि फैलियो (पोखरेल र कार्की, २०५५) । यसले निजी क्षेत्र तथा विदेशीलाई नेपालको पर्यटन क्षेत्रमा आकर्षण बढायो ।

आज दिगो विकासको अवधारणा सँगै दिगो पर्यटन विकासको अवधारणा अघि आएको छ । दिगो पर्यटन विकास सम्बन्धी अप्रिल १९९५ मा स्पेनमा सम्पन्न विश्व सम्मेलनले दिगो पर्यटन सम्बन्धी अवधारणालाई यसरी उल्लेख गरेको छ । पर्यटन विकास भार बहनगर्न सक्ने हुनुका साथै आर्थिक रुपमा संभावित स्थानिय समुदायहरूलाई नैतिक तथा सामाजिक रुपमा सम्मान गर्ने हुनु पर्दछ (सिन्हा, २००३) ।

यस किसिमको पर्यटन खुला बजारको निति अनुरूप अल्पकालमा धेरै मुनाफा कमाउने उद्देश्यले प्रेरित हुन्छ । परम्परागत ग्रामीण पर्यटक मौल्याएको अति व्यवसायीकरणको वातावरण, पर्यटकिय स्रोत, सम्पदा र सामाजिक जनजिवनमा परेको प्रतिकुलतालाई कमी गर्न वैकल्पिक माध्यम हुन सक्छ । ग्रामीण पर्यटकका मुख्य आधारशीला प्राकृतिक एवं सास्कृतिक तथा ऐतिहासिक सम्पदाहरू हुन । यस्ता सम्पदाहरूले अध्ययन अनुसन्धान, संरक्षण, सम्मान र मनोरञ्जनका लागि गरिने अवलोकन भ्रमण ग्रामीण पर्यटन विकासका सम्बाहक हुन (शर्मा, २०००) ।

नेपालमा सरकारी र निजि क्षेत्रबाट पर्यटनको विकासको लागि भएका प्रयासहरूको कारण नेपाल विश्वको महत्वपूर्ण पर्यटकीय स्थलको रुपमा स्थापित हुन पुगेको छ । ठुला होटलहरूको स्थापना, विभिन्न पर्यटकीय क्षेत्रहरूको विकास ट्राभल र ट्रेकिङ स्फेन्सीहरूको स्थापना, आन्तरिक र वैदेशिक हवाई सेवामा विसर, पर्यटक सुचना केन्द्रहरूको स्थापना (त्रिभुवन विमानस्थल, विरगञ्ज, पोखरा, काँकडभित्ता) आदि क्षेत्रमा छोटो समयमै भएपनि उल्लेखनिय उपलब्धी हासिल हुन सकेको छ । संसारमा नेपालको पहिचानलाई स्थापित गर्न नेपालको पोष्टर, स्लाईड, फिल्म, भिडियो फिल्म, रंगीन पोष्ट कार्ड र प्रचार सामग्रीहरूको उत्पादन र वितरण जस्ता कुराहरूमा पनि विशेष ध्यान दिइएको पाइन्छ । पर्यटकसँग सम्बन्धित विभिन्न अन्तराष्ट्रिय सेमिनार, भेला तथा गोष्ठीहरूमा सहभागि भएर नेपालले

पर्यटन क्षेत्रको विकासमा रहेको कमी कमजोरीहरूलाई हटाउने प्रयत्न गर्दै लगिरहेको छ (सत्याल, २०४२) ।

आर्य तथा मंगोल संस्कृतिको संझमस्थल रहेको नेपाल हिन्दु तथा बौद्धमार्गी ऋषिमुनिहरूको तपोभूमि एवं विश्रामस्थलको रूपमा परिचित छ । उनिहरूले विकास गरेको परम्परागत मान्यता एवं चालचलनका कारण प्राचिन सभ्यता र सम्कृतिको समेत धनी रहेको नेपाली जनजीवन साच्चै अनौठो र रोचक छ । धार्मिक आस्थाका रूपमा मठमन्दिर, गुम्बा र स्मारकहरू पर्यटकका लागि थप आकर्षणका केन्द्रका रूपमा रहेको छन् । विश्व मानचित्रमा केवल ०.१ प्रतिशत भुभाग ओगटेको नेपालमा १५१ जातका स्तनधारी जनावर र विश्वमा भएका मध्ये ८.५ प्रतिशत अर्थात ८६५ प्रजातिका चराहरू, ६३५ थरीका पुतलिहरू एवं ६ हजार जातका फुल फुल्ने वनस्पतिहरू, जसमा ३२ जातका लालिगुराँस र ३६० प्रजातिका सुनगाभाहरूले नेपालको जैविक विविधतालाई झल्काएका छन् शाक्य । नेपाल जैविक विविधताको दृष्टिले विश्वमा २५ औ स्थानमा पर्दछ । नेपालको तराईदेखि हिमालसम्ममा अफ्रिकाका जैविक विविधता देखि भुमध्येसागरीय क्षेत्र हुदै आल्यसम्मको प्राकृतिक स्वरूप समेत उपलब्ध रहेको छ । सायद यसै भएर होला नेपाललाई सुन्दर हिमचुचुरा र अचम्मको जैविक प्राकृतिक विविधता एवं प्राचिन संस्कृतिको धनी भएकाले उपयुक्त पर्यापर्यटकीय गन्तव्य बनाएको छ र यो एशिया प्रशान्त क्षेत्रको ६वटा उत्कृष्ट गन्तव्यमध्ये एक हो भनि इन्साइक्लोपिडिया अफ इकोटुरिजम उल्लेख गरिएको छ (भाट, २००६) ।

मानिसहरू प्रत्येक क्षण वा दिनहरूमा फरक अनुसार वा अनुभवहरूबाट आन्नद लिन चाहन्छ । मानिस सधै आफु बसिरहेको ठाउँमा मात्र रमाउदैन वरु अन्य ठाउँमा गएर आन्नद लिन चाहन्छ । फुर्सदको समयमा रमाइलोको लागि यात्रा गर्नु मानिसको जन्मजात विशेषता जस्तै भएको छ । पर्यटकहरू आफु पुगेको स्थानमा मानिसहरूको व्यवहार एवं आचरण आफुले चाहेको जस्तो वा आफुप्रति सहयोगात्मक होस् भन्ने चाहन्छन् । उनीहरू भरसक सुविधायुक्त ठाउँ, असल व्यवहार स्तरीय खानपिन आदिको चाहना राख्छन् र त्यस्तै अनुसारका प्रयत्न गर्दछन् । जुन व्यवस्थापन गर्न पर्यटन उद्योगको महत्वपूर्ण भुमिका छ । आज पर्यटकलाई विश्वका प्रायः सबै देशहरूले आर्थिक र दिगो विकासको भरपर्दो वा खम्बाको रूपमा लिन थालेका छन् । पर्यटक समाजले सन् १९७६ मा पर्यटकलाई यसरी परिभाषित गरेको थियो । मानिसहरूको गन्तव्य स्थानमा हुने अस्थायी तथा छोटो

क्रियाकलाप जहाँ तिनिहरु रहन्छन् । विभिन्न कार्य र गतिविधिहरु सम्पन्न गर्दछन भने त्यसलाई पर्यटक भनिन्छ । दैनिक भ्रमण जस्ता पर्यटकिय गतिविधिलाई पर्यटनको हिस्सा मानिन्छ (पोखरेल कार्की, २०५५) ।

ग्रामीण पर्यटनको अवधारणा नवीन प्रकारको रहेको छ । यसले अवैज्ञानिक अनुपयुक्त परम्परागत गाउँले संस्कार र संस्कृति न्यूनीकरण गरी गाउँलाई विकास र संवृद्धिको बाटामा अगाडि बढाउँदछ । पर्यटनबाट नयाँ तरिकाहरु अपनाई बढी आय आर्जन गर्न सकिन्छ । नेपालका ग्रामीण क्षेत्रहरु प्राकृतिक सुन्दरता र मानवनिर्मित संस्कृति परम्परा र कलाले भरिपूर्ण छ । नेपालको भ्रमणमा आउने पर्यटकहरुले यही सुन्दरता हेर्नका लागि खर्च गर्दछन् जुन ग्रामीण पर्यटन व्यवसायहरुको आम्दानीको स्रोत बन्दछ । नेपाल भ्रमण वर्ष सन् २०११ तथा अन्य पर्यटन विकास कार्यक्रमहरुले ग्रामीण पर्यटनमा लाभांशको बारेमा राम्रो विश्लेषण र व्यवस्था नभएसम्म पर्यटन विकासलाई अगाडि बढाउन सकिदैन । अझ ग्रामीण पर्यटकको वृद्धि तथा विकासका लागि लाभांश वितरणअनुसार लाभांशको वितरण सवैमा पुग्नुपर्दछ । यसो भयो भने ग्रामीण पर्यटनभित्र रहेका नकरात्मक पक्षलाई निदानात्मक तरिकाले निराकरण तर्फ अगाडि बढाई ग्रामीण पर्यटनको वृद्धि तथा विस्तार गर्न सकिन्छ (शर्मा र खरेल, २०६८) ।

पूर्वअध्ययनको समष्टिगत अध्ययन गर्दा धेरै जसोले महिलाको आर्थिक तथा सामाजिक अवस्था र यसमा पारेको प्रभाव, विकासको सम्भावनाबारे स्थानिय व्यक्तिहरुको धारणा, समस्या र चुनौतिबारेमा मात्र अध्ययन गरेको पाइयो । माथि उल्लेखित अध्ययनहरुमा पर्यटन, महिला व्यवसायीहरुको बारेमा अभै थप अध्ययन अनुसन्धान नभएका कारण यस विषयले ग्रामिण पर्यटन व्यवसायमा महिला व्यवसायीको ढाँचा समावेश गरिएको छ । यस अध्ययनमा महिलाहरुले आय आर्जन गरेपछी बचत गर्ने बानी भए नभएको अवस्थाको बारेमा, आर्जन भएको आम्दानी लगानी हुने ठाँउ, घरको निर्णय प्रक्रियामा महिलाको भूमिका भन्ने बारेमा यहाँ अध्ययन गरिएको छ ।

अध्याय: तीन

अनुसन्धान विधि

३.१ अध्ययन क्षेत्रको छनोटको औचित्य

नेपालको गण्डकी प्रदेश अर्न्तगतको स्याङ्जा जिल्लाको सिरुवारी एक सुन्दर पर्यटकीय गन्तव्य स्थान हो । पोखराबाट ४३ किलोमिटरमा रहेको यस सुन्दर गाउँ घरबासको पाठशाला मानिन्छ । ग्रामीण पर्यटनको अवधारणा संगै घरबासको सुरुवात २०५४ मा अगुवा क्याप्टेन रुद्रमान गुरुडले सिरुवारीमा गर्नुभएको हो । त्यसपछि मात्र बन्दीपुर, घलेगाँउ, भुजुड गाउँ, घान्द्रुक पनि ग्रामीण पर्यटन क्षेत्रका रूपमा विकास भएको छन् । सामाजिक अनुसन्धान निकै व्यापक हुने हुनाले कुनै एउटा अध्ययनले यस समग्र क्षेत्रलाई समेट्न नसक्ने भएकोले र अनुसन्धानकर्तालाई सिरुवारी गाउँको रितीस्थिति, चालचलन, व्यवहार, जातजाती, धर्म, संस्कृतिसँग विशेष रुचि भएकाले पनि यस क्षेत्रलाई अध्ययन क्षेत्रको रूपमा छनोट गरिएको हो । यस सिरुवारी गाउँ एउटा पर्यटकीय गाउँ भएको र यहाँ निकै लामो समयदेखि ग्रामीण पर्यटन व्यवसायमा सहभागी महिलाहरूले व्यवसाय गरी बसेका छन् । उत्तरदाताका श्रीमानहरू भारतीय सैनिक सेवा, नोकरी वा वैदेशिक रोजगारमा भएता पनि महिलाहरूले निकै मेहनतका साथ यस ठाउँको लोक संस्कृति र व्यवसायलाई चुस्त राख्नुले पनि यहाँका महिलाहरूको विविध पक्षको अध्ययन औचित्यपूर्ण देखिन्छ । यस ठाउँको महिला व्यवसायीको बारेमा अन्य शोधकर्ताहरूले अनुसन्धान नगरेकोले पनि यस ठाउँलाई अध्ययनको क्षेत्र छनोट गरिएको छ ।

३.२ अनुसन्धान ढाँचा

यस अध्ययन व्याख्यात्मक र अन्वेषणात्मक दुवै ढाँचाको प्रयोग गरिएको छ । यस अध्ययनमा प्रत्यक्ष महिला व्यवसायीसँग स्थलगत भेटघाट गरी अर्न्तवार्ताको माध्यमबाट उनीहरूको बारेमा विस्तृत जानकारी लिइएको छ, जुन अन्वेषणात्मक ढाँचा हो । साथै यस क्षेत्रका विषयमा ज्ञान भएका विज्ञ व्यक्तिहरूबाट प्राप्त विभिन्न सुचना तथा तथ्याङ्कलाई वर्णन तथा विश्लेषण गरी निष्कर्ष निकालिएकाले अध्ययनको ढाँचा व्याख्यात्मक पनि भएको छ ।

३.३ समग्र क्षेत्रको छनोट

अध्ययन सिरुवारी गाउँको पर्यटन व्यवसायमा आधारित रहेको छ । सिरुवारीमा १०१२ घरधुरी रहेका छन् । यस मध्ये ४० घरधुरीहरू मात्र ग्रामीण पर्यटन पेशामा आवद्ध रहेका यी सबै ४० घरहरूलाई अध्ययनको समग्रता मानिएको छ । प्रत्येक घरधुरीहरूको एक/एक जना महिलाहरू जम्मा गरी ४० व्यवसायिक महिलाहरू यस अनुसन्धानका प्रतिनिधि एकाई रहेका छन् । तिनै ४० व्यवसायिक पेशामा आवद्ध महिलाहरूलाई अध्ययनको एकाई मानी उनीहरूसँग सहभागी भई बढि भन्दा बढि प्राथमिक तथ्याङ्क संकलन गरिएको छ ।

३.४ तथ्याङ्कको स्रोतहरू

यो अनुसन्धानमा प्राथमिक र द्वितीय दुवै किसिमका तथ्याङ्कका स्रोतहरू प्रयोग गरिएको छ।

क) प्राथमिक स्रोत

प्राथमिक तथ्याङ्क संकलनको लागि अध्ययनकर्ता स्वयम् अध्ययन क्षेत्रमा संलग्न भई पर्यटन व्यवसाय संचालन गरिरहेका महिला पर्यटन व्यवसायीहरूसँग कार्य क्षेत्रमै प्रत्यक्ष भेटवार्ता गरी अन्तरवार्ता अनुसूची र अवलोकनबाट प्राथमिक तथ्याङ्क संकलन गरिएको छ। अनुसन्धानकर्तालाई विश्वसनियकता बैधता एवम् मौलिकता दिनका लागि यो तथ्याङ्कको स्रोतलाई महत्वपूर्ण स्थान दिइएको छ ।

ख) द्वितीय स्रोत

द्वितीय स्रोत तथ्याङ्कको संकलनका रूपमा नेपाल पर्यटन बोर्ड, ट्रेकिङ एजेन्ट एसोसियसन अफ नेपाल, होटल एसोसियसन अफ नेपाल आदि संघ संस्थामा काम गर्नेहरूबाट प्राप्त जानकारीका साथै पर्यटन व्यवसायसँग अन्तर सम्बन्धित व्यवसायिक क्षेत्रमा काम गरेका सरकारी तथा गैरसरकारी क्षेत्रका संस्थामा रहेका सूचनाहरू लेख रचना व्यवसायिक पत्रपत्रिका खबरहरू प्रकाशित पुस्तकहरू मुख्य स्रोत छन् ।

३.५ तथ्याङ्क संकलनका विधि

कुनै पनि अध्ययनलाई सार्थक बनाउन तथ्याङ्कहरूले महत्वपूर्ण भूमिका हुन्छ । शोधकार्यलाई यथार्थ र भरपर्दो बनाउन अनुसन्धानकर्ता स्वयं कार्यस्थलमा गएर निम्नलिखित विधिहरू जस्तै अन्तरवार्ता अनुसूची, अवलोकन विधि, वैयक्तिक अध्ययन र मुख्य जानकार व्यक्तिहरूसँग छलफल गरी तथ्याङ्क संकलन गरिएको थियो ।

३.५.१ अन्तरवार्ता अनुसूची

अध्ययनसँग सम्बन्धित विषयसँग रहेर विभिन्न प्रकारका सूचीबद्ध प्रश्नहरू सम्बन्धित पेशामा आवद्ध रहेका महिलालाई सोधिएको थियो । यस अनुसन्धानका प्रश्नहरू खुल्ला र बन्द दुवै रूपमा थिए । प्रश्नहरू सरल, स्पष्ट र सजिलो भाषामा थिए । अन्तर्वार्ताको ढाँचालाई अनुसूचि १ मा समावेश गरिएको छ ।

३.५.२ अवलोकन विधि

प्रस्तुत अध्ययनमा महिला व्यवसायीहरूको दैनिक क्रियाकलापहरू बुझ्नको लागि यो विधि अपनाइएको छ । यसमा अनुसन्धानकर्ता स्वयम् सहभागी भएर उनीहरूले व्यक्त नगरेका र भन्न अप्ठ्यारो मानेका कुराहरूलाई पनि यस विधिबाट तथ्याङ्क संकलन गरिएको थियो । अध्ययन क्षेत्रमा रहेका घरबास व्यवसाय, चिया खाजा घरहरू, किराना पसलहरू, त्यस क्षेत्रका घरहरूको बनाबट, जीवनशैली, आतिथ्यता र संस्कृतिको प्रत्यक्ष अवलोकन गरियो । जसको माध्यमबाट वास्तविकता र यथार्थता पत्ता लगाउन मद्दत मिलेको छ ।

३.५.३ वैयक्तिक अध्ययन

कुनै पनि समाजशास्त्रीय अनुसन्धानको लागि वैयक्तिक अध्ययनको महत्वपूर्ण स्थान हुन्छ । यस अध्ययन पनि पर्यटन पेशामा लागेका सक्रिय महिलाहरूको विभिन्न पक्षको जस्तै सामाजिक, आर्थिक, साँस्कृतिक आदि पक्षको गहन अध्ययन गरिएको छ। यस ठाउँका प्रमुख २ जना महिला व्यवसायीको पर्यटन जीवनको बारेमा अध्ययन गरिएको छ ।

३.५.४ मुख्य जानकार व्यक्तिहरूसँग छलफल

ग्रामिण पर्यटनमा लामो समय देखि प्रत्यक्ष तथा अप्रत्यक्ष रूपमा संलग्न रहेका अनुभवी व्यक्तिहरू र अन्य बौद्धिक व्यक्तिहरूसँग छलफल गरिएको थियो । उनीहरूसँग

सिरुबारीको घरबास तथा समग्र ग्रामिण व्यवसाय र यहाँ संलग्न महिला व्यवसायीहरूको बारेमा छलफल गरियो । घरबासको त्यस गाउँमा सुरुवात, पर्यटनले पारेको प्रभाव र परिवर्तन, व्यवस्थित गर्नुपर्ने पक्षहरू, महिला व्यवसायीको अवस्था र भोगेका समस्या आदि कुराहरू जानकार व्यक्तिहरूसँग छलफल गरियो । यसबाट पर्यटन व्यवसायमा संलग्न महिलाहरूको अवस्थाका बारेमा बुझ्न तथा सुचना लिन सजिलो भएको थियो ।

३.६ तथ्याङ्क विश्लेषण एवम् प्रस्तुतीकरण

अध्ययन अनुसन्धानको सफलता सङ्कलन गरिएका तथ्याङ्कहरूको प्रभावकारी विश्लेषण तथा प्रस्तुतीकरणमा निर्भर रहने गर्दछ । अध्ययनमा कुन विधि उपयुक्त हुन्छ भन्ने कुरा योजना बनाई सोही विधिको प्रयोग गरी तथ्याङ्क सङ्कलन गर्नुपर्दछ । अध्ययन र अनुसन्धानमा गरिने विषयमा जति धेरै तथ्यहरू सङ्कलन गर्न सकिन्छ, त्यति नै अध्ययन र अनुसन्धानको निष्कर्ष बलियो बनाउन सकिन्छ ।

अध्ययनसँग सम्बन्धित विभिन्न तथ्याङ्कहरूलाई आवश्यकता अनुसार संख्यात्मक तथा गुणात्मक रूपमा प्रस्तुत गरिएको छ । सामान्यतया संख्यात्मक रूपमा प्रस्तुत गरिने तथ्याङ्कलाई साधारण तालिकामा वा प्रतिशतको रूपमा प्रस्तुत गरी व्याख्या गरिएको छ । अन्य तथ्याङ्कहरूलाई व्याख्यात्मक रूपमा विश्लेषण गरी प्रस्तुत गरिएको छ ।

अध्याय : चार

पर्यटन महिला व्यवसायीहरूको सामाजिक र आर्थिक अवस्थाको

अध्ययन

४.१ अध्ययन क्षेत्र सिरुबारीको सामाजिक परिचय

सिरुबारी स्याङ्जा जिल्लाको आँधिखोला गाउँपालिका वडा नं. १ मा स्थित पर्यटकीय गुरुङ गाउँ हो । १६१० मिटर उचाइमा रहेको यो मनोरम गाउँ नेपालको पहिलो नमुना पर्यटन गाउँको रूपमा २०५७ मा घोषणा भएको थियो । यो गण्डकी प्रदेशको राजधानी पोखराबाट ४२ कि.मी. पश्चिममा रहेको छ । सिरुबारी पुग्न सिद्धार्थ राजमार्गको नागडाँडा भन्ने ठाउँबाट पश्चिमतिर सेतीदोभान निबुवाबोट, बेभाङ हुँदै सिरुबारी पुगिन्छ । अर्को बाटो सिद्धार्थ राजमार्गको बाडखोलाबाट सतौं हुँदै जाने बाटो छ, भने सेतीदोभान-कार्कीनेट-घण्टे हुँदै पनि पुग्न सकिन्छ । सिरुबारीको शिरान देउरालीबाट धौलागिरी, अन्नपूर्ण, माछापुच्छ्रेदेखि लमजुङ हिमालसम्मको लामो लर्कन देखिन्छ । घरबास पर्यटनको शुभारम्भ सिरुबारीबाट भएको हो । नेपालमा घरबास सुविधासहित गाउँ पर्यटन भित्राउने अनि त्यसलाई व्यवहारमा लागु गराउने अगुवा क्याप्टेन रुद्रमान गुरुङ हुन् । वि.स. २०५४ असोज देखि सिरुबारीमा घरबास थालिएको हो । यहाँको पर्यटन व्यवसायमा महिलाहरू सक्रिय भएर लागेका छन् । गुरुङ जीवनशैली, संस्कृति र आत्मीयताका लागि संसारभर ख्याती कमाएको गाउँ हो सिरुबारी ।

चिटिक्क परेका ढुंगे घर, ढुंगाकै गाह्रो, ढुंगाले छापिएका बाटो, आँगन, पिँढी र सरसफाई सिरुबारी गाउँको पहिचान हो । २०५४ सालमा पूर्व सांसद रुद्रमान गुरुङको पहलमा घरबास स्थापना भएपछि नेपालकै पहिलो घरबास गाउँको उपमा पायो । घरबास पर्यटनको उदयसँगै गाउँको हार्दिकता, गुरुङ समुदायको मौलिक संस्कार, संस्कृति, फुलमाला र अबिरले न्यानो स्वागत अनि हार्दिक विदाईले सिरुबारीको चिनारी बढाएको छ । गाउँमा संस्कृति भल्कने पर्यटन भवन, बुद्धको मुर्ती र गुरुङ संग्रहालय छन् । गुरुङ संग्रहालयमा गुरुङ जातिको सांस्कृतिक परिचय जनाउने वस्तुहरू संग्रह गरिएको छ । सिरुबारी गाउँदेखि

पन्ध्र बीस मिनेटको सिँठी चढेपछि पञ्चमुल सिरुबारी भ्यू टावर आउँछ, जहाँबाट हिमालका लर्कनहरु दृश्यावलोकन गर्न सकिन्छ ।

२०५४ सालमा ३९ घरबाट सुरु गरिएको सिरुबारी घरबासमा अहिले भने १९ घरहरु मात्र घरबासको रुपमा छन् । यो गाउँमा पछिल्लो समय आधुनिकताको प्रभाव पर्दै गएको छ । अधिकांश लाहुरे भएका यहाँका मानिसहरु प्रायः पोखरा र काठमाडौँमा बस्छन् । धेरै भू.पू. बेलायति सेनाका परिवार बेलायत स्थान्तरण भएका छन् । बाहिर भएका र विदेश भएकाहरुले पनि गाउँको पर्यटनमा हातेमालो गरिरहेका छन् । गाउँको घरबास समिति, नव यूवा क्लव र बुद्ध आमा समूहले यस गुरुङ गाउँको पर्यटनमा अहोरात्र खटिएका छन् । घरबासको अलावा चिया खाजा पसल, खुद्रा पसल सहित समग्र पर्यटन व्यवसायमा महिलाहरु सक्रिय रुपले लागेका छन् ।

४.२ उत्तरदाताहरुको सामाजिक अवस्था

सिरुबारी गाउँ ग्रामिण पर्यटनको पाठशालाको रुपमा परिचित छ । यस गाउँमा मुख्य गरी घरबास व्यवसाय, चिया खाजा पसल, खुद्रा पसल आदि सञ्चालनमा छन् । यस क्षेत्रमा संलग्न रहेका महिला व्यवसायीहरुको सामाजिक अवस्थाका बारेमा अन्वेषणात्मक एवं वर्णनात्मक विश्लेषण यस अध्यायमा गरिएको छ ।

४.२.१ जातजातीयता

नेपाल संसारमै जातजातीयताको विविधतालाई संवेदनशील रुपमा परिभाषित गर्न सकिने मुलुक हो । नेपालको पूर्वदेखी पश्चिम तथा उत्तरदेखी दक्षिणसम्म विभिन्न जातजातीयहरु रहेका छन् । उनीहरुको जातीय हो भने सामाजिक सांस्कृतिक तथा आर्थिक यी सबै रुपले पर्यटन व्यवसायलाई सहयोग पुऱ्याउने खालको छ । स्याङ्जाको सिरुबारीमा जातजातिलाई विश्लेषण गर्ने क्रममा विभिन्न जातजातीय महिला व्यवसायीहरु पर्यटनमा रहेका छन् । यी महिलाहरुलाई तलको तालिकामा देखाइएको छ ।

तालिका ४.१ : उत्तरदाताको जातजातीय विवरण

जातजातीयता	संख्या	प्रतिशत
ब्राह्मण	५	१२.५
क्षेत्री	५	१२.५
गुरुड	२७	६७.५
तामाङ्ग	२	५
दलित	१	२.५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

कुल ४० उत्तरदाता मध्य जातजातीयता हेर्दा ५ जना ब्राह्मण अर्थात १२.५ प्रतिशत, क्षेत्री ५ अर्थात १२.५ प्रतिशत, गुरुड २७ अर्थात ६७.५ प्रतिशत, तामाङ्ग २ अर्थात ५ प्रतिशत र दलित १ अर्थात २.५ प्रतिशत रहेको पाइयो । ब्राह्मण, क्षेत्री लगायत अन्य महिला भन्दा सिरुबारीमा गुरुड समुदायका महिलाहरु पर्यटन पेशामा छन् । गुरुड गाउँ हुनाले घरबास व्यवसायमा अधिकांश गुरुड समुदायकै महिलाहरु छन् र चिया खाजा घर, खुद्रा पसलमा ब्राह्मण, क्षेत्री र तामाङ्ग समुदायका महिला पाइयो । दलित महिलाको खुद्रा पसल भएको पाइयो । अधिकांश गुरुड समुदाय र अन्य समुदायका केही महिलाहरु मात्र पर्यटनमा संलग्न भएको पाइयो ।

४.२.२ उमेर समूह

उमेर मानवीय क्रियाकलापका लागि अति महत्वपूर्ण छ । उमेरकै आधारमा मानिस आश्रित र स्वतन्त्र रहन्छ । युवा अवस्थाका काम गर्ने उमेर भएकाले यस समयमा सक्रियताका साथ लाग्न महत्वपूर्ण हुन्छ । उमेरकै आधारमा मानिसको हैसियत र व्यक्तित्व निर्धारण हुन्छ । विभिन्न जातजातीका महिलाहरुको सामाजिक, आर्थिक, राजनैतिक सबै भूमिकाहरुमा उमेरको प्रत्यक्ष र महत्वपूर्ण भूमिका रहेको हुन्छ ।

तालिका ४.२ : उत्तरदाताको उमेर समूह विवरण

उमेर	संख्या	प्रतिशत
१५-२५	१	२.५
२६-३५	९	२२.५
३६-४५	५	१२.५
४६-५५	१५	३७.५
५६-६५	५	१२.५
६५ भन्दा माथि	५	१२.५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

सर्वेक्षणका क्रममा यहाँ १५-२५ उमेर समूह भनेतापनि सबै महिलाहरु १८ वर्ष माथिका पर्यटन व्यवसायमा हुनुहुन्छ । यस तालिकामा ४० मध्ये १५-२५ वर्ष उमेरका १ अर्थात २.५ प्रतिशत, २६-३५ वर्ष उमेरका ९ अर्थात २२.५ प्रतिशत, ३६-४५ वर्ष उमेरका ५ अर्थात १२.५ प्रतिशत, ४६-५५ वर्ष उमेरका १५ अर्थात ३७.५ प्रतिशत, ५६-६५ वर्ष उमेरका ५ अर्थात १२.५ प्रतिशत र ६५ वर्ष माथिका ५ अर्थात १२.५ प्रतिशत रहेको देखियो । १५-२५ उमेर समूहकी १८ वर्षीया १ महिला घरबासमा संलग्न हुनुहुन्छ र साथै युवाकल्बको नृत्य समूहको सक्रिय सदस्य हो भने सबैभन्दा धेरै उमेरकी ६८ वर्षीया महिला पनि घरबास व्यवसायी नै हुनुहुन्छ । उहाँले बुहारीको सहकार्यमा व्यवसाय गरिरहनुभएको छ ।

४.२.३ धर्म

आदिम कालदेखि समाजमा धर्मको ठूलो महत्व रहँदै आएको छ । धर्म भनेको अलौकिक शक्ति माथिको विश्वास हो । अहिलेसम्म समाज विकासका सम्पूर्ण चरणहरुलाई धर्मले नै मार्ग निर्देशन गरेको छ । छिमेकी देश तथा ऐन अदालतमा पनि अन्तिम फैसला गर्दा कुनै न कुनै रूपमा धर्मलाई आड लिएको देखिन्छ । घर बाहिर निस्कदा कलश तथा गाग्रीमा पानी भरी दायाँ बायाँ राख्नु तथा शक्तिपिठहरुमा गई बली वा दर्शन मार्फत शक्ति आर्जन भएको मान्नु यी सबै धर्मको नाममा समाजमा चलिआएका धार्मिक संस्कारहरु हुन् । धर्म एक सामाजिक संख्या भएकाले यसले मानिसको विश्वास एवं क्रिया दुवै निर्धारण

गर्दछ । आज नेपालमा धेरै धर्मावलम्बीहरु बसोबास गर्दछन् । धर्म समाजको उपल्लो सरचना भएतापनि यसले समाजको सम्पूर्ण आधार संरचनाहरुमा प्रभाव पारिराखेको छ । यस सिरुबारीका महिला पर्यटन व्यवसायमा रहेका महिलाहरुको धार्मिक विवरण यसप्रकार छ ।

तालिका ४.३ : उत्तरदाताको धर्मको विवरण

धर्म	संख्या	प्रतिशत
हिन्दु	१०	२५
बौद्ध	२९	७२.५
क्रिश्चियन	१	२.५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन २०७८

तालिका अनुसार यस अध्ययन क्षेत्रमा ४० मध्ये १० अर्थात २५ प्रतिशत हिन्दु धर्म मान्ने रहेका छन् भने बौद्ध धर्म मान्ने २९ अर्थात ७२.५ प्रतिशत र क्रिश्चियन १ अर्थात २.५ प्रतिशत रहेको छन् । गुरुड समुदायको बाहुल्यता रहेको सिरुबारीमा गुरुडहरु अधिकांश बौद्ध, ब्राह्मण, क्षेत्रीहरु हिन्दु धर्म र एकदलित महिला क्रिश्चियन धर्म अवलम्बन गरेको देखिन्छ ।

४.२.४ परिवारको प्रकार

परिवार समाज विकासको प्रक्रियासँगै सामाजिक रुपमा विकसित हुँदै आएको समाजको एउटा आधार संरचना हो । परिवारको संवृद्धि तथा विकासँग व्यक्ति तथा त्यस राष्ट्रको विकास जोडिएको हुन्छ। मानिसको सामाजिक, सांस्कृतिक संरचना हो, पहिलो आधार परिवार नै भएकाले यसको महत्वपूर्ण भूमिका समाजमा रहेको हुन्छ । पुस्तावली संस्कार संस्कृति हस्तान्तरण गर्नको लागि पनि परिवारको महत्वपूर्ण भूमिका रहेको छ । दुई वा दुई भन्दा बढी संख्यामा मानिसहरु एकै ठाउँमा बसेर आफ्नो आर्थिक तथा दैनिकी क्रियाकलापहरु सञ्चालन गर्दछन् भने त्यसलाई हामी परिवार भन्दछौं । लोग्ने स्वास्नीका अविवाहित छोराछोरीहरु भएको परिवारलाई एकल र विवाहित छोराछोरी तथा तिन पुस्तासम्मको परिवारलाई हामी संयुक्त परिवार भन्दछौं । यहाँ उत्तरदाताको परिवारको प्रकारलाई यसप्रकार वर्गीकरण गरिएको छ ।

तालिका ४.४ : उत्तरदाताको पारिवारिक विवरण

परिवारको प्रकार	संख्या	प्रतिशत
एकल परिवार	२४	६०
संयुक्त परिवार	१६	४०
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

माथि उल्लेखित तालिका अनुसार स्थलगत अध्ययन क्षेत्रको महिला पर्यटन व्यवसायीको परिवार ४० मध्ये २४ एकल परिवार अर्थात ६० प्रतिशत र १६ संयुक्त परिवार अर्थात ४० प्रतिशत रहेको देखिन्छ। १६ संयुक्त परिवार मध्ये सबैभन्दा ठुलो परिवारमा तिन पुस्ता र १२ जना सदस्य सम्म भएको पाइयो।

४.२.५ वैवाहिक स्थिति

विवाहलाई परम्परादेखि एउटा महत्वपूर्ण संस्थाको रूपमालिन सकिन्छ। विवाह एउटा विधिसंगत सामाजिक प्रक्रिया भएकोले विवाह पछि मानिसहरु सामाजिक परिवन्धनमा रही के गर्न हुन्छ र के गर्न हुँदैन भन्ने स्पष्ट भई अगाडि बढ्दछन्। प्रत्येक जनजातिमा आ-आफ्नै खालको विवाहको प्रचलन तथा मान्यताहरु रहेका छन्। विवाहलाई सामाजिक संस्कृतिकरणको एउटा महत्वपूर्ण संस्थाका रूपमा लिन सकिन्छ। विवाहले नै समाज, संस्कृतिलाई समयसापेक्ष परिस्कृत रूपमा अगाडी बढाउँछ। नेपाली समाजमा विवाह अघि र पछि महिलाको भूमिका फरक फरक हुने गर्दछ। विशेषत विवाहपछि महिलाको भूमिका र स्थान महत्वपूर्ण हुने गर्दछ। उत्तरदाताको वैवाहिक स्थितिलाई तालिकामा यसप्रकार देखाउन सकिन्छ।

तालिका ४.५ : उत्तरदाताको पारिवारिक विवरण

वैवाहिक स्थिति	संख्या	प्रतिशत
विवाहित	३९	९७.५
अविवाहित	१	२.५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

तालिका ४.५ मा ४० मध्ये विवाहित ३९ जना रहेका छन् भने प्रतिशतमा ९७.५ रहेका छन् । अविवाहित १ जना अर्थात २.५ प्रतिशतमा देखाइएको छ । अविवाहित १ जना १८ वर्षकी महिला घरबासमा संलग्न भई युवा क्लब अन्तर्गत नृत्यमा सक्रिय हुनुहुन्छ ।

४.२.६ शैक्षिक अवस्था

शिक्षा तथा ज्ञान मानिसको सीप तथा व्यक्ति निर्धारणको एक महत्वपूर्ण पक्ष हो । व्यक्ति विकासको लागि शिक्षाले ठूलो प्रभाव पार्दछ । राज्यको तल्लो वा उपल्लो निकायका सम्पूर्ण संस्कृतिका कुराहरु तत्कालिन शैक्षिक स्थितिसँग जोडिएको हुन्छ । शिक्षाले मानिसको सामाजिक, आर्थिक, नैतिक तथा बौद्धिक पक्षलाई बलियो बनाउँदछ । महिलाको उच्च साक्षरता दरले देशको विकासलाई संकेत गर्दछ । वर्तमान अवस्थामा उनीहरु साक्षर तथा शिक्षित बन्दै जानेक्रमले उनीहरुको आयआर्जनमा परिवर्तन आएको छ ।

तालिका ४.६ : उत्तरदाताको शैक्षिक अवस्था

शिक्षा	संख्या	प्रतिशत
साक्षर	३	७.५
आधारभूत (१देखी ८)	१२	३०
माध्यमिक (९देखी १२)	२१	५२.५
स्नातक	४	१०
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

अध्ययन क्षेत्रका ४० जना उत्तरदाताहरु मध्ये साक्षर ३ जना अर्थात ७.५ प्रतिशत, आधारभूत शिक्षा १२ जना अर्थात ३० प्रतिशत, माध्यमिक २१ जना अर्थात ५२.५ प्रतिशत, स्नातक ४ जना अर्थात १० प्रतिशत रहेको पाइएको छ । महिलाहरु शिक्षित हुनुले व्यवसाय व्यवस्थित हुनु साथै आयस्तर पनि बढेको देखिएको छ ।

४.३ उत्तरदाताहरुको आर्थिक अवस्था

४.३.१ छानाको बनोटको आधारमा घरको प्रकार

जीवन जगतको सुरुवातदेखि अहिलेसम्मको स्थितिलाई मध्यनजर गर्दा मानिसको अधिकतम र न्यूनतम आवश्यकताहरु हुने गरेका छन् । अधिकतम आवश्यकता अहिलेको

अत्याधुनिक भौतिक संरचना अनुरूप बढीरहेको छ भने न्यूनतम आवश्यकतामा खाना, नाना र छाना पर्दछन् । सबै ठाउँमा घरको प्रकार एकै खालको हुँदैन र सबैका घर पनि हुँदैनन् । घर नहुनेहरूले पनि भाडाको घरमा बसेर आफ्नो निर्वाह चलाएको पाउन सकिन्छ । उत्तरदातालाई घरको प्रकार तालिकामा यस प्रकार देखाउन सकिन्छ ।

तालिका ४.७ : छानाको बनोटको आधारमा उत्तरदाताको घरको प्रकार

छानाको बनोटको आधारमा घरको प्रकार	संख्या	प्रतिशत
ढलान	४	१०
ढुङ्गाको ग्राहो छानो	२२	५५
टिनको छानो	१०	२५
ढुङ्गा र टिनको	४	१०
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

यस तालिकामा अध्ययन गरिएका ४० घरहरू मध्ये छानाको बनोटको आधारमा ४ ढलान अर्थात् १० प्रतिशत, २२ घरहरू ढुङ्गाका अर्थात् ५५ प्रतिशत, टिनले बनेको १० अर्थात् २५ प्रतिशत र ४ घर ढुङ्गा र टिन दुवैले बनेको घरधुरीहरू रहेका छन् । १९ घरबास घरहरू मध्ये १५ वटा ढुङ्गाका, १ वटा ढलान भाडामा, २ वटा ढुङ्गा र टिनका र १ टिनको छाना भएका छन् । अन्य ३ ढलान घरमा खुद्रा पसल र अन्य ९ टिनका घरमा खुद्रा पसल र चिया खाजा पसल भएको देखियो ।

४.३.२ व्यवसायका प्रकार

सिरुबारी एक पर्यटकीय गाउँ हो । यहाँ महिलाहरू कृषिको अलावा विभिन्न पर्यटन व्यवसायमा संलग्न छन् । अध्ययनको हकमा घरबास, चिया, खाजा घर र किराना पसल प्रमुख महिला पर्यटन व्यवसायको रूपमा पाइयो । यस क्षेत्रमा भएमा पर्यटन व्यवसायका प्रकार तल तालिकामा देखाइएको छ ।

तालिका ४.८ : उत्तरदाताको व्यवसायका प्रकारहरु

व्यवसायका प्रकार	संख्या	प्रतिशत
घरबास	१९	४८.५
चिया खाजा घर	१३	३२.५
किराना पसल	८	२०
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

अध्ययनका क्रममा ४० उत्तरदाता महिला व्यवसायी घरबास १९ जना अर्थात ४८.५ प्रतिशत १३ जना चिया खाजा घर अर्थात ३२.५ प्रतिशत र किराना पसल ८ जना अर्थात २० प्रतिशत रहेको पाइयो । सिरुबारीमा मुख्य व्यवसायका रूपमा घरबास प्रख्यात छ र सडक किनार र बस स्टप र चोकहरुमा चिया खाजा र किराना पसल व्यवसायमा महिलाहरु संलग्न भएको पाइयो । गुरुङ समुदायका महिलाहरु घरबास व्यवसायमा र ब्राह्मण, क्षेत्री, तामाङ महिलाहरु खुद्रा पसल, चिया खाजा र एक दलित महिला खुद्रा पसलमा संलग्न रहेको पाइयो ।

४.३.३ व्यवसाय संचालित घरको स्वामित्व विवरण

व्यवसाय कि त आफ्नै घरमा गरिएको हुन्छ, की घरमा भाडामा लिई गरिएको हुन्छ । घर भाडा अवस्थाले ग्रामीण पर्यटनको महिलाले कसरी व्यवसाय गरिरहेका छन् र श्रोतको परिचालन गरेका छन् भन्ने कुरा बुझ्न सकिन्छ । आफ्नै घरमा व्यवसाय गर्दा मासिक खर्च जोगिने हुन्छ । भाडामा लिएर गर्नुले पनि जोखिम लिएर व्यवसायमा तल्लिन भएको भन्ने बुझ्न सकिन्छ । घरको स्वामित्व अवस्था तालिकामा यसप्रकार देखाउन सकिन्छ ।

तालिका ४.९ : उत्तरदाताको घरको स्वामित्व अवस्था

घरको स्वामित्व अवस्था	संख्या	प्रतिशत
घर भाडामा लिएर	७	१७.५
आफ्नै घरमा	३३	८२.५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

उत्तरदाताको पर्यटन व्यवसाय सञ्चालित घरको स्वामित्व अवस्था हेर्दा कुल ४० घरमध्ये ७ घर भाडामा अर्थात् १७.५ प्रतिशत र ३३ आफ्नै घरमा अर्थात् ८२.५ प्रतिशत रहेको देखिएको छ। अध्ययन स्थानमा १८ घरबास आफ्नै घरमा र १ घरबास घर भाडामा लिएर व्यवसाय गरेका छन् घर भाडामा लिएर गरिएका अन्य ६ घरमा चिया खाजा पसल सञ्चालन भएको अवलोकन गरियो।

४.३.४ कृषिबाट खान पुग्ने समय

सिरुबारीमा उत्तरदाता व्यवसायीको घरवरपर घरबारी र खेतमा विभिन्न खाद्यान्न उत्पादन गरेको पाइयो। खेतमा धान, घरबारीमा मकै, कोदो, फापर, तोरी र विभिन्न तरकारीहरु उत्पादन गरेको पाइयो। त्यहाको कृषि उत्पादनबाट के कति समय खान पुग्छ भन्ने विवरण तल प्रस्तुत गरिएको छ।

तालिका ४.१० : उत्तरदाताको कृषिबाट खान पुग्ने समय

खान पुग्ने समय	संख्या	प्रतिशत
३-६ महिना	२३	५७.५
७-९ महिना	१०	२५
१०-१२ महिना	४	१०
१२ महिना भन्दा बढी	३	७.५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

यहाँ ४० उत्तरदाताहरु मध्ये कृषि उत्पादनले खान पुग्ने समय बुझ्दा २३ परिवार अर्थात् ५७.५ प्रतिशतले ३-६ महिना, १० परिवार अर्थात् २५ प्रतिशतले ७-९ महिना, ४

परिवार अथात् १० प्रतिशतले १०-१२ महिना, र ३ परिवार जना अथात् ७.५ प्रतिशतले १२ महिना भन्दा बढी खान पुग्ने पाइयो । अधिकांस उत्तरदाताको आफ्नै कृषि उत्पादनले खान पुग्ने समय ३-६ महिना पाइयो । सिरुबारीमा घरघरमा सानो कुखुरा पालन र गाउँमा व्यवसायीक फर्म पनि रहेको पाइयो । गाउँको घरबास व्यवसायलाई चाहिने कुखुराको मासुमा गाउँ आत्मनिर्भर देखियो । कतिपय व्यक्तिले घरमा खान पुग्ने भएमा तरकारी र खाद्यान्न बेच्ने बताए । हालै तरकारीका लागी कोल्ड स्टोर पनि निर्माण भइरहेको पाइयो । गाउँको उत्पादनबाट नपुग्ने दाल चामल जस्ता खाद्यान्न पोखरा देखि लैजाने र पर्यटकलाई सकेसम्म गाउँकै उत्पादन खुवाउने प्रयत्न गरेको पाइयो ।

४.३.५ परिवारका प्रमुख आम्दानीको स्रोतहरू

आम्दानीका स्रोतहरू धेरै भएतापनि यहाँका महिलाले पर्यटनबाट राम्रो आय आर्जन गर्ने गरेका छन् । यहाँ पर्यटन बाहेक वैदेशिक रोजगारी कृषि, नोकरी, पेशा, फलफुल, तरकारी तथा अन्य आज आर्जनका स्रोतहरू छन् । यी सबै स्रोतहरूबाट उनीहरूले के कति कमाई गरेका छन् भन्ने कुरालाई यहाँ तालिकामा देखाइएको छ ।

तालिका ४.११ : उत्तरदाताको परिवारमा प्रमुख आम्दानीका स्रोतहरू

प्रमुख आम्दानी	संख्या	प्रतिशत
वैदेशिक रोजगारी	१०	२५
पर्यटन	१३	३२.५
कृषि	७	१७.५
नोकरी	१०	२५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

तालिका नं. ४.११ मा ४० उत्तरदाता पर्यटन व्यवसाय गरिरहेको भएता पनि परिवारका प्रमुख आम्दानी अध्ययन गर्दा वैदेशिक रोजगारी प्रमुख आम्दानी हुनेमा १० जना अर्थात् २५ प्रतिशत, प्रमुख आम्दानी पर्यटन हुनेमा १३ अर्थात् ३२.५ प्रतिशत, कृषि हुनेमा ७ अर्थात् १७.५ प्रतिशत र नोकरी हुनेमा १० जना अर्थात् २५ प्रतिशत रहेको पाइयो । यस क्षेत्रका घरहरूमा महिलाहरू कृषि र पर्यटन व्यवसायमा संलग्न र पुरुषहरू वैदेशिक रोजगारीमा र नोकरीमा संलग्न हुने बढि देखिएको छ ।

४.३.६ पर्यटकको किसिम

संसार आज यहि पेशा तथा व्यवसायको हिसाबले एउटा सानो गाउँ बनेको छ । पर्यटनसँगसँगै आज २१ औं शताब्दीको नयाँ प्रविधिलाई संसारका कुना कुनासम्म पुऱ्याउन सजिलो भएको छ । पर्यटन र प्रविधिसँगसँगै विकास भएर अगाडी बढेका छन् । यसर्थ यो उद्योग पहिलो उद्योग बन्न पुगेको छ । पर्यटन ऐन तथा नियमावली आम बुझाई अनुसार पर्यटक र किसिमका हुन्छन् । आफ्नो देश सिमाभित्र एक ठाउँबाट अर्को ठाउँमा भ्रमण गर्नेलाई आन्तरिक पर्यटक देश बाहिर घुम्न जानेलाई बाह्य पर्यटक भनिन्छ । यहाँको महिला व्यवसायीहरुका अनुसार कुन पर्यटक बढी आउँछन् भन्ने कुरालाई तलको तालिकामा देखाइएको छ ।

तालिका ४.१२ : अध्ययन क्षेत्रमा आउने पर्यटकको किसिम

पर्यटकको किसिम	संख्या	प्रतिशत
आन्तरिक	३०	७५
बाह्य	१०	२५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

यहाँ पर्यटकको किसिममा ४० मध्ये आन्तरिक पर्यटन ३० जना अर्थात ७५ प्रतिशत, बाह्य १० जना अर्थात २५ प्रतिशतमा देखाइएको छ । हाल केहि वर्षयता कोभिडको कारणले पर्यटक घटेका छन् । बाह्य पर्यटक न्युन भएको र बाह्यको तुलनामा आन्तरिक पर्यटकको संख्या बढी भएको पाइयो ।

४.४ पर्यटन व्यवसायमा सहभागिताको अवस्था

४.४.१ व्यवसायबाट सन्तुष्टि

यस अध्ययनद्वारा महिलाहरुको रुचि, सन्तुष्टिलाई स्थलगत अवलोकन गरी हेर्दा कुनै पनि पेशा, क्षेत्र तथा व्यापार, व्यवसायमा लाग्दा उनीहरुले सन्तुष्टि पाए भने यस्तो पेशा व्यवसाय दिगो/छिटो हुने तर कम रुची/अरुचि भएमा विस्तारै प्रभाव कम हुँदै गएर दिगो नहुने बताएका छन् । वास्तवमा यो सन्तुष्टि तथा असन्तुष्टि भन्ने कुरा व्यक्ति तथा

परिवारको स्वभाव, आयआर्जन गर्ने पेशा तथा व्यवसायसँग अन्तरसम्बन्धि भएर आउने गर्दछ। यहाँ यसलाई तालिकामा देखाइएको छ।

तालिका ४.१३ : व्यवसाय प्रति उत्तरदाताको सन्तुष्टिको स्थिति

सन्तुष्टि अवस्था	संख्या	प्रतिशत
सन्तुष्टि	२८	७०
असन्तुष्टि	१२	३०
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

यहाँ ४० मध्ये सन्तुष्टि महिलाहरु २८ जना अर्थात ७० प्रतिशत र असन्तुष्टि महिलाहरु १२ जना अर्थात ३० प्रतिशत देखाइएको छ। यस्तो सन्तुष्टि तथा असन्तुष्टि व्यक्ति अनुसार निर्धारण हुन्छ। अधिकांश महिलाहरु व्यवसायबाट घरव्यवहार चलाउनु सफल हुनु, कतै नगई आफ्नै गाउँमा रोजगारी सृजना हुनु, सामाजिक जिवन रमाइलो रहनु जस्ता कारणले सन्तुष्ट रहेको छन्। तथापि कतिपय महिलाहरु व्यवसाय सिजनल हुनु, आमदानी कम हुनु, विकृती बढ्नु आदी कारणले असन्तुष्ट रहेको पाइयो।

४.४.२ व्यवसायबाट असन्तुष्टि

सबै पेशा तथा व्यवसाय सधैं चलिरहन नसक्ने खालका हुन्छन्। पेशा तथा व्यवसायमा स्वतन्त्रतापूर्वक लगानी गर्न नसकिने, समाज तथा संस्कारमा भएका नकारात्मक पक्षहरु, राजनैतिक तथा आर्थिक बोझ साथै आमदानी कम भएर उनीहरु असन्तुष्ट हुने गर्दछन्। तलको तालिकामा पर्यटन व्यवसायमा संलग्न महिलाको मुख्य असन्तुष्टिका कारणहरु देखाइएको छ।

तालिका ४.१४ : उत्तरदाताको व्यवसायबाटको असन्तुष्टि विवरण

असन्तुष्टि विवरण	संख्या	प्रतिशत
सिजनमा मात्र चल्ने भएर	६	५०
आमदानी कम भएर	४	३३.३
विकृति बढी देखेर	२	१६.६७
माथिका सबै	२	१६.६७
जम्मा	१२	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

तालिकामा देखाइए अनुसार १२ उत्तरदाता महिलामा भएको व्यवसायबाट भएका असन्तुष्टिका कारणहरूमा व्यवसाय सिजनमा मात्र चल्ने भएर ६ जना अर्थात ५० प्रतिशत, आम्दानी कम भएर ४ जना अर्थात ३३.३ प्रतिशत, विकृति बढी देखेर २ जना अर्थात १६.६७ प्रतिशत र माथिका सबै कारणहरूमा २ जना अर्थात १६.६७ प्रतिशत रहेको पाइयो । वर्षायाममा बाटो र मौसमको कारणले भ्रमण गर्न असहज र आम्दानी कम हुने उत्तरदाताहरू बताउँदछन् ।

४.४.३ उत्तरदाताको घरको निर्णय प्रक्रियामा भूमिका

घर भनेको मानिसलाई घाम, पानी तथा अन्य त्रासबाट सुरक्षित गर्ने आवास हो । घरमा सदस्यहरू बिच सुमधुर सम्बन्ध रहेका घर पूर्ण हुन्छ । जुन घरमा महिला पुरुष मिलेर काम गर्दछन् त्यो घरमा शान्ति र प्रगति हुन्छ । नेपाली समाजको अहिलेसम्मको सामाजिक सांस्कृतिक, राजनैतिक, आर्थिक आदि पक्षहरू केलाउँदा महिलालाई पछाडि पार्ने र दबाउने कुरा हावी भएको देखिन्छ । आज पनि विभिन्न कारणले महिलालाई निर्णय प्रक्रियामा पछाडी पार्न खोजिन्छ । अध्ययन गरिएको क्षेत्रमा घरको निर्णय प्रक्रियामा महिलाको भूमिका उत्साहजनक र उदाहरणीय देखियो । जुन तालिकामा देखाइएको छ ।

तालिका ४.१५ : उत्तरदाताको घरमा हुने निर्णय प्रक्रियामा महिलाको भूमिका

घरको निर्णयमा महिला सहभागिता	संख्या	प्रतिशत
सक्रिय	३२	८०
सामान्य	१२	२०
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

यहाँ ४० उत्तरदाता मध्ये घरको निर्णय प्रक्रियामा सक्रिय ३२ जना अर्थात ८० प्रतिशत र सामान्य १२ जना अर्थात २० प्रतिशत भूमिका रहेको पाइयो । सक्रिय भूमिका विशेष गरी एकल परिवारमा भएको र निर्णय प्रक्रियामा सामान्य भूमिका संयुक्त परिवारमा भएको पाइयो । अधिकांश पर्यटन व्यवसायी महिलाहरू घरको निर्णय व्यवहारका निर्णय प्रक्रियामा सक्रिय रहेको देखाउँदछ । जस्तै छोरा छोरीको विहे गर्दा घर जग्गा किनबेच गर्दा घर व्यवहार चलाउँदा महिलामा निर्णय क्षमतामा बृद्धि भएको यस तालिकाले देखाउँदछ ।

४.४.४ पर्यटनबाट हुने आम्दानी

अहिले २१ औं शताब्दीमा पर्यटन पेशा आय आर्जनको दृष्टिकोणले एकदमै राम्रो मानिन्छ । आम्दानी, पेशा तथा व्यवसाय एक अर्कासँग अन्तर सम्बन्धित राम्रो पनि हुन्छ । उनीहरूको के कति आम्दानी छ, भन्ने पक्षलाई तालिकाद्वारा देखाउन सकिन्छ ।

तालिका ४.१६ : उत्तरदाताको पर्यटनबाट हुने आम्दानी विवरण

मासिक आम्दानी	संख्या	प्रतिशत
१०,००० भन्दा कम	४	१०
१०,०००-२०,०००	११	२७.५
२०,००० देखि माथि	२५	६२.५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

यहाँ ४० मध्ये १०,००० भन्दा कम आय भएका ४ जना अर्थात १० प्रतिशत, १०,०००-२०,००० सम्म आय भएका ११ जना अर्थात २७.५ प्रतिशत र २०,००० भन्दा बढी आय भएका २५ जना अर्थात ६२.५ प्रतिशत देखिएको छ । यस अध्ययनमा घरबास पर्यटनबाट अधिकांशको आम्दानी २०,०००-देखि माथि रहेको छ । २०,००० भन्दा मासिक आम्दानी माथि हुने १९ घरबास र ६वटा किराना पसल रहेको देखिन्छ । १०,०००-२०,००० आम्दानी हुने किराना पसल र चिया खाजा घर छन् । ४ वटा चिया खाजा पसलमा मासिक १०,००० भन्दा कम आम्दानी देखियो । व्यवसायबाट कम आम्दानी हुनेले कृषि र श्रीमानको वैदेशिक रोजगारीको सहायताले घरव्यवहार चलाएको पाइयो ।

४.४.५ व्यवसायमा प्रवेश गर्नुपूर्व महिलाको स्थिति

यस पेशामा प्रवेश गर्नु पूर्व र पछि पनि आफ्नो भूमिकामा केही परिवर्तन भएको अनुभव गरेका छन् । यस क्षेत्रका महिलाहरूले विभिन्न पेशा तथा व्यवसायमा सहभागी भई आ-आफ्नो तर्फबाट ग्रामीण पर्यटनलाई सहयोग पुऱ्याएका छन् । कुनै पनि व्यक्तिले दुई किसिमले सामाजिक हैसियतको आर्जन गर्दछ । एउटा जन्मसिद्ध तथा अर्को आफ्नो अथक प्रयासबाट आर्जिक हुन्छ । यो क्षेत्र पोखरा देखि अलि दुर्गम महाडी भेगमा रहेको हुनाले यस

पेशाले त्यति धेरै परिवर्तन ल्याउन नसके पनि परिवर्तन ल्याउने बाटोतिर अगाडी बढीरहेको छ । यस क्षेत्रमा महिलाको पेशालाई यस प्रकार तालिकामा देखाउन सकिन्छ ।

तालिका ४.१७ : व्यवसायमा प्रवेश गर्नुपूर्व उत्तरदाता महिलाको स्थिति

व्यवसाय पूर्वको पेशा	संख्या	प्रतिशत
कृषक	१०	२५
व्यापार	५	१२.५
विद्यार्थी	१०	२५
गृहिणी	१५	३७.५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

यहाँ ४० मध्ये कृषक १० जना अर्थात २५ प्रतिशत, व्यापार ५ जना अर्थात १२.५ प्रतिशत र विद्यार्थी १० जना अर्थात २५ प्रतिशत, गृहिणी १५ जना अर्थात ३७.५ प्रतिशत रहेका छन् । पूर्व पेशा कृषि, विद्यार्थी, व्यवसाय भएता पनि अधिकांस महिलाहरु गृहिणी पृष्ठभुमीबाट आएको देखिन्छ ।

४.४.६ सामाजिक संस्थामा हुने आवद्धता

सामाजिक संस्थामा महिलाहरुको सक्रिय भूमिका रहनुपर्छ । यसो भएमा उक्त संस्था सन्तुलित रूपमा अगाडि बढ्न सक्दछ । सामाजिक संस्थामा महिलाहरु जति बढी आवद्ध बन्दै जान्छन् त्यति नै समाजमा महिलाको भूमिका महत्वपूर्ण हुँदै जान्छ र समाज निर्माणमा महिला शक्ति र सृजनशीलताले ठाउँ पाउँछ । संघ संस्थामा आवद्ध हुने महिलाहरु समय सापेक्ष परिवर्तन र प्रविधिलाई बुझ्न सक्दछन् । यस अध्ययन क्षेत्रका महिलाहरुको सामाजिक सहभागिताको अवस्था यहाँ तालिकामा देखाइएको छ ।

तालिका ४.१८ : उत्तरदाता महिलाको संघ संस्थामा आवद्धताको अवस्था

आवद्धता अवस्था	संख्या	प्रतिशत
आवद्ध छु	२५	६२.५
आवद्ध छैन	१५	३७.५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

यहाँ ४० उत्तरदाता महिला मध्ये २५ जना अर्थात ६२.५ प्रतिशत कुनै संघ संस्थामा आवद्ध छन् भने १५ जना अर्थात ३७.५ प्रतिशत संघ संस्थामा आवद्ध नभएको पाइयो । संघ संस्थामा आवद्ध हुने महिलाहरु महिला समूह, आमा समूह र युवा क्लबमा संलग्न भएको पाइयो । ४० भन्दा कम उमेरका महिलाहरु युवा क्लबमा र ४० नाघेका महिलाहरु आमा समूहमा संलग्न हुने परिपाटी यहाँ देखियो । संघ संस्थाको आवद्धताले व्यवसायी महिलाहरु सामाजिक रुपमा सक्रिय रहेको पाइयो ।

वैयक्तिक अध्ययन-१

मेरो नाम सुजाता क्षेत्री हो । मेरो उमेर ४४ वर्ष भयो । म स्याङ्जा जिल्ला आधिखोला गाउँपालिका वडा नं १ सिरुवारी स्थायी रुपमा बसोबास गर्ने एक चिया खाजा पसल व्यवसायी हुँ । मैले कक्षा ८ सम्म अध्ययन गरेकी छु । म २०६० सालदेखि यस पेशामा लागेकी हुँ । मेरा दुई जना छोराछोरी छन् । जेठी छोरी अहिले पोखरामा स्नातक गरीरहेकी छन् । सानो छोरा यहीको वोर्डिङ्ग स्कुलमा कक्षा ८ मा पढ्दै छन् । व्यवसायबाट राम्रै आम्दानी भएकाले छोराछोरीलाई राम्रो विद्यालय पढाउन सकेकी छु । मेरो श्रीमान् अहिले बैदेशिक रोजगारीको सिलसिलामा कतारमा हुनुहुन्छ । पहिला म गृहिणी मात्र थिएँ । एकजनाको कमाईले घरखर्च चलाउन गाह्रो भएकाले मैले यो व्यवसाय अंगालेकी हुँ । मेरो कमाईले घरखर्च चलाउन पुग्यो भने श्रीमान्को कमाई बचत हुन्छ भन्ने मान्यताले मैले व्यवसाय सुरु गरेकी हुँ । यस व्यवसायबाट आम्दानी राम्रै छ । मासिक आम्दानी १७-१८ हजार हुन्छ । मैलेस्वास्थ्य, शिक्षा, घरखर्च जस्ता व्यवहार यसै पसलको आम्दानीबाट चलाएकी छु । बचेको पैसा मैले नजिकैको बैंकमा बचत गर्ने गरेकी छु । श्रीमान्ले पठाएको पैसा पनि बचत गर्ने र केही लगानी गर्ने गरेकी छु । क्रमश हामीले व्यवसायलाई विस्तार गर्ने सोच बनाएका छौं । पहिला हामी भाडामा पसल सुरु गरेका थियौं अहिले आफ्नै घरमा व्यवसाय संचालन गरेकी छु । पसललाई चाहिने तरकारीहरु घरको बारीमा लगाउँछु । खाजाको लागी चाहिने तरकारी यहीं बारीका प्रयोग गर्छु । खाद्यान्नहरु चाहीं स्याङ्जा बजारबाट आउने गर्छ । लोकल कुखुरा पाल्नको लागी दुईवटा खोरहरु पनि छन् । केही यहीं पसलमै खपत हुन्छन् भने बेला बखतमा नजिकैका घरबासमा पनि बेच्ने गरेकी छु ।

पर्यटकको रुची अनुसारका खाजाहरु बनाउन तालिम लिने सोच भएपनि समय अभावका कारणले गर्दा लिन पाएकी छैन । तथापि पाहुनाहरु यहाँको चिया खाजाबाट सन्तुष्ट नै पाउने गरेकी छु । पर्यटकको सेवा गर्न पाएकोमा म व्यवसायबाट सन्तुष्ट छु । हाल म बुद्ध आमा समूहमा आवद्ध छु । आमा समूहमा सम्लग्न हुनाले आफ्ना कुराहरु राख्न र विभिन्न समस्याहरु समाधान गर्न सजिलो भएको छ । विस्तारै घरबास व्यवसाय गर्ने चाहना छ ।

अध्याय : पाँच

पर्यटन व्यवसायले महिलाको जीवन स्तरमा ल्याएको परिवर्तन

५.१ महिला पर्यटन सहभागिता

मानिसहरु परिवर्तन हुनको लागि विभिन्न ज्ञान, शिक्षा तथा तालिमको आवश्यकता पर्दछ। यस्ता ज्ञान, सीप र तालिमबाट उनीहरु पहिला भन्दा फरक बन्दै आफ्नो पेशा तथा व्यवसायमा उनीहरु निपूर्ण बन्दछन्। तसर्थ अहिले मानिसहरुलाई विभिन्न खालको तालिम दिने गरिएको छ। यस्ता तालिमले उनहरुलाई पहिला भन्दा धेरै नै फरक तरिकाले पेशा तथा व्यवसायलाई सञ्चालन गर्नका लागि सिप सिकाउँदछ। यहाँ उनीहरुले वेटर, कुकिङ्ग, हाउसकिपिङ्ग, बेकरी तथा अन्य के कस्ता तालिम लिएका छन् र यस्तो सम्बन्धमा उनीहरुलाई के कस्तो ज्ञान छ भन्ने कुरा प्रत्यक्ष रुपमा अवलोकन गरिएको छ। यहाँ तालिम प्राप्त तथा अप्राप्त के छ भन्ने कुरालाई तालिकामा देखाइएको छ।

तालिका ५.१ : उत्तरदाताको महिलाको पर्यटन सम्बन्धी तालिम विवरण

तालिम लिए नलिएको अवस्था	संख्या	प्रतिशत
लिएको छु	१९	४७.५
लिएको छैन	२१	५२.५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

उत्तरदाता ४० महिला मध्ये पर्यटन सम्बन्धी तालिम लिएको छु भन्नेमा १९ अर्थात ४७.५ प्रतिशत र लिएको छैन भन्नेमा २१ अर्थात ५२.५ प्रतिशत देखिन्छ। स्थलगत अध्ययन अनुसार घरबासमा संलग्न महिलाहरुले तालिम लिएको पाइयो। होमस्टेमा संलग्न महिलाहरुले घरबास समितिले समय समयमा तालिम दिने गरेको र अन्य महिलाहरु चाहि विभिन्न कारणले तालिमबाट बञ्चित भएको देखियो।

५.२ व्यवसाय सुरु गरेको वर्ष

सिरुबारी गाउँमा घरबास पर्यटनको शुभारम्भ २०५४ साल देखि भएको हो। घरबास सुविधा सहित गाउँ पर्यटन अवधारणा भित्राउने अगुवा क्याप्टेन रुद्रमान गुरुङको

पहलमै सिरुबारीमा नेपालकै पहिलो घरबास गाउँ बनेको थियो । घरबासले गर्दा महिलाहरू पर्यटन व्यवसायमा संलग्न हुन पाएका छन् । पुराना कतिले छाड्ने र कतिले सुरुवात गरी पर्यटनमा लाग्ने गरेका छन् ।

तालिका ५.२ : उत्तरदाताको व्यवसाय सञ्चालन अवधि

ऋवधि	संख्या	प्रतिशत
१ वर्ष भन्दा कम	२	५
१-५ वर्ष	८	२०
६-१० वर्ष	१०	२५
१० वर्ष माथि	२०	५०
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

यहाँ उत्तरदाता ४० मध्ये व्यवसाय सञ्चालन अवधि १ वर्ष भन्दा कम भएका २ अर्थात ५ प्रतिशत, १-५ वर्ष अवधि भएका ८ अर्थात २० प्रतिशत, ६-१० वर्ष अवधि भएका १० अर्थात २५ प्रतिशत र १० वर्ष भन्दा माथि अवधि भएका २० अर्थात ५० प्रतिशत भएको पाइन्छ । अधिकांश घरबास व्यवसाय १० वर्ष भन्दा पुराना र चिया खाजा पसलहरू कम सञ्चालन अवधि भएका देखियो । १० वर्ष भन्दा माथि १९ घरबास र १ चिया पसल गरेको पाइयो ।

५.३ सीप र क्षमतामा बृद्धि

सीप, पेशा र क्षमता एक अर्कासँग सम्बन्धित भएर आइरहेको पाइन्छ । सम्बन्धित पेशाका लागि ज्ञान, सीप तथा प्रविधि आवश्यक पर्दछ । सीप, ज्ञान र आवश्यक सुभबुझ भएपछि मात्र कुनै पनि व्यवसायी सक्षम व्यवसायी बन्न सक्दछ । कुनै पनि पेशा गर्ने व्यवसायमा उक्त व्यवसाय सञ्चालन गर्दै अगाडि बढ्दा उसको सफलतासँगै यसले उसको पेशागत सीप र क्षमतामा बृद्धि ल्याएको छ । यहाँ पेशाले सीप र क्षमतामा के कस्ता बृद्धि ल्याएको छ भन्ने सवाललाई तालिकामा देखाइएको छ ।

तालिका ५.३ : महिलाको सीप र क्षमता बृद्धि सम्बन्धी विवरण

पेशागत सिप र क्षमता	संख्या	प्रतिशत
बृद्धि भएको छ	२८	७०
बृद्धि भएको छैन	१२	३०
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

तालिका ५.३ मा ४० उत्तरदाता महिलासँग सीप र क्षमतामा बृद्धि भएको वा नभएको अवस्था केलाउन सकिन्छ। २८ अर्थात ७० प्रतिशत महिलाले सीप र क्षमता बृद्धि भएको महासुस गरेका छन् भने १२ अर्थात ३० प्रतिशत महिलाले सीप र क्षमतामा उल्लेख्य बृद्धि नभएको बताएका छन्। व्यवसायी महिलाहरूको बोलीचालीको कला, प्रशासनिक क्षमता, सत्कार गर्ने सीप, पाक्कला, सरसफाइको सीप र चेतना जस्ता कुराहरू अभिवृद्धि भएको जानकारी पाइयो।

५.४ महिलाको जीवनस्तरमा परिवर्तन

सबैखाले पेशा व्यवसायबाट मानिसले आफ्नो जीविका चलाइरहेका हुन्छन्। यसले मानिसको हैसियत देखि व्यक्तित्व निर्माणसम्म प्रभाव पार्दछ। नेपालमा पेशाको आधारमा जातीयतालाई बुझ्न सकिन्छ। हुन त यसको आधिकारिता प्रमाणित गर्न गाह्रो देखिन्छ। समाजमा जुन जात र वर्गले जुन कुरा गर्दै आयो त्यसलाई समाज सुधारक वा सेवकहरूले संरक्षण गर्दै आएको पनि पाइन्छ। जे भएतापनि अहिलेको समाजमा जातीय आधारमा आएको संस्कार पद्धतिमा २१ औं शताब्दीको समाजले ल्याएको परिवर्तनको आवश्यकता देखिएको छ। यो परिवर्तन के कस्तो छ भन्ने कुरा तालिकामा देखाइएको छ।

तालिका ५.४ : पर्यटनले महिलाको जीवनस्तरमा ल्याएको परिवर्तन

परिवर्तन सम्बन्धी धारणा	संख्या	प्रतिशत
परिवर्तन ल्याएको छ	३०	७५
परिवर्तन ल्याएको छैन	१०	२५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

पर्यटनले महिलामा ल्याएको परिवर्तन कस्तो देखिन्छ भन्दा यहाँ ४० मध्य परिवर्तन ल्याएको छ भन्नेमा ३० जना अर्थात ७५ प्रतिशत र परिवर्तन ल्याएको छैन भन्नेमा १० जना अर्थात २५ प्रतिशत रहेको पाइन्छ । पेशा तथा व्यवसायले महिलाको जीवनस्तर देखि बोलीचाली भेषभुषा तथा अन्य सवालहरूमा परिवर्तन ल्याएको छ । न्यून आयस्तर र कम सञ्चालन अवधि भएकाले उल्लेख्य परिवर्तन अनुभव गर्न नसकेको पाइएको छ ।

५.५ महिला सहभागिता

आज संसारमा हेर्ने हो भने विकसित मुलुकहरूमा लैङ्गिक समानता र पहुँच बढाएकै कारण उनीहरू विकासको शिखर चुम्न सफल भएका छन् । नेपाल लगायतका गरिव मुलुकहरूमा महिला पुरुषका बिचमा विभेद एकातिर छँदैछ भने अर्कातिर दलित महिलाहरूमा अर्कै खालको अछुतको पिडा छ । नेपालजस्ता अल्प विकसित मुलुकमा महिला सहभागिताको अवस्था कमजोर छ । तथापि अहिले पर्यटनले ल्याएको समयसापेक्ष परिवर्तनको आधारमा अध्ययन क्षेत्रका महिलाहरू सक्रिय भएर अगाडि बढिरहेका छन् । घरबास र अन्य व्यवसायमा सुरुदेखि नै महिलाको भूमिका अहम हुँदै आएको छ । पुरुष वैदेशिक रोजगारमा संलग्न हुनुले पनि महिला सहभागिता अभिवृद्धिमा बल पुगेको देखिन्छ । अध्ययन क्षेत्रका महिलाको सहभागितालाई यहाँ तालिकामा देखाइएको छ ।

तालिका ५.५ : पर्यटनमा महिला सहभागिता विवरण

सहभागिता विवरण	संख्या	प्रतिशत
पूर्ण सहभागी	३०	७५
अर्ध सहभागी	८	२०
सामान्य	२	५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

तालिकामा ४० उत्तरदाता महिलाहरू मध्ये पर्यटनमा पूर्ण सहभागी ३० जना अर्थात ७५ प्रतिशत, अर्ध सहभागी ८ जना अर्थात २० प्रतिशत, सामान्य सहभागीमा २ जना अर्थात ५ प्रतिशत देखिएको छ । घरबास, चिया, खाजा घर र पसलहरूमा महिलाहरू मेहनतका साथ लागेको भेटियो ।

५.६ गाउँमा देखिएको प्रभाव

पर्यटकले विभिन्न क्षेत्रमा विभिन्न खालको प्रभाव पारेको छ । समाजमा परिवर्तन ल्याउन तथा समाजमा रहेका विकृति खालको मुल्य मान्यतालाई हटाई आवश्यक संस्कारको विकास गर्न एउटा मूल थलोका रूपमा यसलाई हेर्न सकिन्छ । यस अध्ययन क्षेत्रको पर्यटन क्षेत्रमा पर्यटनले ल्याएको प्रभावलाई तालिकामा देखाइएको छ ।

तालिका ५.६ : पर्यटकले गर्दा उत्तरदाताको गाउँमा आएको प्रभाव विवरण

आएको प्रभाव विवरण	संख्या	प्रतिशत
स्वागत गर्ने सु-संस्कार	१८	४५
संस्कार युक्त छलफल	५	१२.५
आर्थिक संबृद्धि	७	१७.५
घर/टोल सरसफाई	५	१२.५
पूर्वाधारको विकास	५	१२.५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

माथिको तालिका अनुसार गाउँमा आएको प्रभाव अन्तर्गत ४० मध्ये स्वागत गर्ने सु-संस्कार १८ जना अर्थात ४५ प्रतिशत, संस्कार युक्त छलफल ५ जना अर्थात १२.५ प्रतिशत, आर्थिक संबृद्धि ७ जना अर्थात १७.५ प्रतिशत, घर/टोल सरसफाई ५ जना अर्थात १२.५ प्रतिशत, र पूर्वाधारको विकास ५ जना अर्थात १२.५ प्रतिशत रहेको पाइन्छ । पर्यटकको विकाससँगै गाउँले महिलाहरूमा विभिन्न खालको संस्कार संस्कृति तथा शिष्ट व्यवहारको विकास भएको पाइन्छ । घर आँगन, टोल, छिमेकमा सरसफाई र मर्मत सम्भार गर्ने संस्कृतिको विकास भएको छ । अनेक दृष्टिकोणबाट हेर्दा पर्यटनले गाउँको सामाजिक क्षेत्र तथा अर्थतन्त्रमा राम्रो प्रभाव पारेको छ ।

५.७ आमा समूहको भूमिका

समाज भनेको विभिन्न विचारधारा भएका स्थानीयहरूको समूहको समग्रता हो । समाजमा विभिन्न समूहहरू रहेका हुन्छन् । आमा समूह यस क्षेत्रमा सक्रिय रूपमा अगाडि बढेको छ । आमा समूहले गाउँको विभिन्न समस्याहरूलाई उजागर गरी समाधान गर्ने काम

गरेका छन् । यस अध्ययन क्षेत्रका आमा समूहले पर्यटकको आगमनमा बृद्धि होस् भन्नका लागि आमाहरूको सीप, ज्ञान र क्षमताको परिचान गरी विभिन्न खालका पर्यटन क्रियाकलाप र सामुदायिक अभियान चलाउने काम गरेको छन् । गाउँका विभिन्न समस्यालाई उनीहरूले छलफल मार्फत समाधान गर्न गर्नुभएको छ । सरसफाई, धारापानी, पार्टी पौवा, कुलो, कुलेसा बनाउने देखि यिनको मर्मत सम्भारमा पनि आमा समूह तल्लित देखिन्छ । आमा समूहले नै यस गाउँमा आगमन हुने पर्यटकको स्वागतमा लाग्नु र विभिन्न खालको सांस्कृतिक मनोरञ्जनका कार्यक्रम सहभागी हुनुले पनि ग्रामीण पर्यटनमा महिला सहभागिता सक्रिय रहेको देखिन्छ ।

तालिका ५.७ : पर्यटनमा आमा समूहको भूमिका

आमा समूहको भूमिका	संख्या	प्रतिशत
सक्रिय	३०	७५
सामान्य	१०	२५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

४० उत्तरदाता महिलामा गरिएको अध्ययन अनुसार आमा समूहको भूमिका सक्रिय रहेको भन्ने ३० जना अर्थात् ७५ प्रतिशत आमा समूहको भूमिका सामान्य रहेको भन्ने १० जना अर्थात् २५ प्रतिशत देखिएको छ । सरुवारी गाउँमा बुद्ध आमा समूह सक्रियताका साथ समाज सेवा र पर्यटन प्रवर्धनमा लागेको पाइयो ।

५.८ व्यवसायबाट उत्तरदाताको हैसियतमा आएको परिवर्तन

प्रत्येक व्यक्तिले आफुले अंगालेको पेशा वा व्यवसायबाट प्रगति गर्न चाहेको हुन्छ । आफ्नो अवस्थामा सुधार गरी सम्पन्न हुन चाहन्छन् । व्यवसाय सञ्चालन गरेपछि उनीहरूको जीवनयापन गर्ने क्रममा विभिन्न क्षेत्रमा परिवर्तन आएको देख्न सकिन्छ । त्यसैले यहाँ पनि आफ्नो पेशाबाट आफ्नो हैसियतमा परिवर्तन आएको छ कि छैन भन्ने कुरालाई तालिकामा प्रस्तुत गरिएको छ ।

तालिका ५.८ : उत्तरदाताको हैसियतमा आएको परिवर्तन

परिवर्तनका क्षेत्रहरु	संख्या	प्रतिशत
शैक्षिक	१५	३७.५
आर्थिक	२०	५०
राजनैतिक	३	७.५
माथिका सबै	२	५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

माथिको तालिका अनुसार सबैभन्दा धेरै उत्तरदाताको व्यवसायबाट आर्थिक हैसियतमा परिवर्तन आएको पाइयो । व्यवसायबाट हैसियतमा परिवर्तनका क्षेत्रहरुमा आर्थिक ५० प्रतिशत, शैक्षिक ३७.५ प्रतिशत, राजनैतिक ७.५ प्रतिशत र माथिका सबैमा ५ प्रतिशत रहेको पाइयो ।

५.९ स्थानीय तहको सहयोग

समाज भनेको सामाजिक सम्बन्धको जालो हो । समाजमा विभिन्न किसिमका मानिसहरु मिलेर बसेका हुन्छन् । जसले एक अर्कालाई सहयोग गरिरहेको हुन्छ । स्थानीय निकाय भन्नाले आमा समूह, यूवा क्लव आदि समूहले सिरुबारी गाउँको सरसफाई विभिन्न किसिमका मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रमहरु मर्मत सम्भार आदि कार्यहरु गरेर पर्यटकहरु बृद्धि गरी प्रत्यक्ष वा अप्रत्यक्षरूपमा व्यवसायमा परिवर्तन ल्याएको कुरा जनाउँछ ।

तालिका ५.९ : उत्तरदाताको व्यवसायमा स्थानीय समुदायको सहयोगको विवरण

स्थानीय स्तरबाट भएको सहयोग	संख्या	प्रतिशत
आमा समूहबाट भएको सहयोग	२०	५०
यूवा क्लवले गरेको सहयोग	१०	२५
संघ संस्थाबाट भएको सहयोग	५	१२.५
अन्य व्यक्तिबाट सहयोग	५	१२.५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

माथिको तालिकाबाट स्थानीय तहबाट पर्यटन बृद्धिका साथसाथै व्यवसायमा सहयोग पुग्ने गरी भएका सहयोगमा सबै भन्दा धेरै आमा समूहबाट ५० प्रतिशत, युवाक्लबले गरेको सहयोग २५ प्रतिशत, विभिन्न संघसंस्थाबाट भएको सहयोगमा १२.५ प्रतिशत र अन्य व्यक्तिको सहयोगबाट १२.५ प्रतिशत सहयोग गरेको पाइयो । सरसफाई, बाटोघाटो निर्माण, सांस्कृतिक कार्यक्रम, घरबासको व्यवस्थान आदि कुराहरुमा सहयोग प्राप्त भएको जानकारी भयो ।

५.१० ग्रामीण पर्यटनमा आकर्षण बढाउन उत्तरदाताको उपाय

जुनसुकै क्षेत्रमा पनि आकर्षण गर्ने कुनै न कुनै चिज लुकेको हुन्छ । यहाँ पनि उत्तरदाताहरुले आफ्नो क्षेत्रमा पर्यटन आकर्षण बढाउन विभिन्न किसिमका उपायहरु अवलम्बन गरेको पाइन्छ । जुन तल तालिकामा देखाइएको छ ।

तालिका ५.१० : पर्यटन आकर्षण बढाउन उत्तरदाताको उपाय

उत्तरदाताको उपाय	संख्या	प्रतिशत
लोक संस्कृतिको जगेर्ना	२०	५०
मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम	१२	३०
सरसफाई	५	२०
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

तालिका अनुसार अध्ययन क्षेत्रमा उत्तरदाताहरुले पर्यटक आकर्षण गराउन विभिन्न उपाय अवलम्बन गरेको पाइयो । जस अनुसार लोक संस्कृतिलाई जगेर्ना गरेर ५० प्रतिशत, मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम गरेर ३० प्रतिशत र सरसफाई गरेर २० प्रतिशत पाइयो ।

५.११ उत्तरदाता महिलामा आएको परिवर्तन

व्यवसायमा लागे पछि धेरै कुरा सिक्न मिल्छ । कैयौं समस्याहरुको समाधान खोज्ने क्रममा सिप र क्षमताको विकास हुन्छ । व्यवसायले आर्थिक प्रतिफलका साथसाथै अन्य पक्षहरुको पनि विकास र परिवर्तन गरेको देखिन्छ । जुन तलको तालिकामा देखाइएको छ ।

तालिका ५.११ : उत्तरदाता महिलामा आएको परिवर्तन

महिलामा आएको परिवर्तन	संख्या	प्रतिशत
आर्थिक सुधार	१५	३७.५
बोलिचालि र भेषभुषा परिवर्तन	१०	२५
जिवनस्तरमा सुधार	१०	२५
माथिका सबै	५	१२.५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

व्यवसायमा लागेपछि उत्तरदाताले विभिन्न परिवर्तन आएको बताएका छन् । जसमा आर्थिक सुधार ३७.५ प्रतिशत, बोलिचालि र भेषभुषामा परिवर्तन २५ प्रतिशत, जिवनस्तरमा सुधार २५ प्रतिशत र माथिका सबै परिवर्तनमा १२.५ प्रतिशत रहेको छ । साधारणतया व्यवसायले जिविकोपार्जन सहज बनाई महिलाहरुमा विभिन्न किसिमका सकारात्मक परिवर्तन ल्याएको पाइएको छ ।

वैयक्तिक अध्ययन -२

मेरो नाम चन्द्रावती गुरुड हो । मेरो उमेर ६५ वर्ष भयो । म स्याङ्जा जिल्ला आधिखोला गाउँपालिका वडा नं १, सिरुबारीको स्थायी बासिन्दा हुँ । मैले कक्षा ८ सम्मको अध्ययन गरेकी छु । म २०५४ सालको घरबासको स्थापना कालदेखि नै घरबासमा आबद्ध छु । मेरो घर गाउँको बौद्ध गुम्बाको छेउमा छ । हाल ८ जना पर्यटकसम्म घरबासमा राख्ने गरेकी छु । पाहुनाहरुलाई दाल, भात, तरकारी, अचार, गुन्द्रक, ढिँडाका परिकार आदि पस्कने गरेकी छु । लोकल कुखरा, लोकल कोदोको रक्सी र अन्य परम्परागत खानाका परिकार पर्यटकको रुचि अनुसार पस्कने गरेका छौं ।

मेरो दुई छोराहरु छन् । श्रीमान् भूपु भारतीय आर्मी हुनुहुन्छ । जेठो छोरा भारतीय आर्मीमा कार्यरत छन् भने कान्छा छोरा र बुहारी यहीं घरबासमा प्रत्यक्ष सहयोग गर्छन् । श्रीमान् सामाजिक कार्यमा लाग्नुहुन्छ । परिवारको साथ र सहयोगमा घरबास राम्ररी चलाइरहेका छौं । घरबासबाट मासिक ६०-७० हजार आम्दानी हुन्छ । वर्षायाममा चाहीं पर्यटक हुँदैनन् । पर्यटक कम भएको समयमा परिवारका सदस्य मिलेर कृषिमा पनि संलग्न हुन्छौं । यहीं उत्पादन हुने तरकारी, कोदो, भटमास र कुखुराको मासुका लागि हामी आत्मनिर्भर छौं । म घरबासको आम्दानीबाट सन्तुष्ट छु । यसै व्यवसायमा लागेर मैले छोराछोरीको शिक्षादिक्षा र बिहेवारी पनि निर्वाह गरे । आम्दानीको बचतको सहयोगले हामीले पोखरामा जग्गा पनि जोडेका छौं । हाल कान्छा छोराबुहारी पनि यसै व्यवसायमा उत्सुक भएकाले व्यवसायलाई अझ विस्तार गर्ने योजना छ ।

म यस गाउँको बुद्ध आमा समुहकी अध्यक्ष छु । यस गाउँमा पर्यटकहरुलाई बाजागाजा सहित स्वागत गर्ने, यहाँको युवा क्लवको समन्वयमा हरेक साँझ, सांस्कृतिक कार्यक्रमहरु गर्ने, सरसफाइका कार्यक्रमहरु गर्ने जस्ता कार्यक्रममा मैले अगुवाई गरेकी छु । यहाँका महिलाहरुको सीप र क्षमता बृद्धि गर्न सधैं प्रोत्साहित गरेको छु । एकदुई चोटी तालिम सञ्चालन गरेका थियौं र अझ समयसमयमा तालिम गरिराख्ने सोच बनाएका छौं । होम्सटेमा अनुकरणीय काम गरेबापत नेपाल पर्यटन बोर्ड, र नेपाल सरकारबाट हामीले पाटा गोल्ड अवार्ड तथा अन्य सम्मान पनि प्राप्त गरेका छौं ।

अध्याय : छ

पर्यटन व्यवसायमा महिलाका चुनौतिहरु

पर्यटन क्षेत्रमा विभिन्न खालका समस्या र चुनौतिहरु देखिन्छन् । त्यस्ता खालका समस्याहरु निराकरण गर्ने हिसाबले पर्यटन योजनाहरुको निर्माण तहमै ध्यान दिइएन भने यसले पर्यटनमा विकराल समस्या ल्याउँछ । तसर्थ, पर्यटनमा सम्भावित समस्याहरुलाई मध्यनजर गर्दै ग्रामीण घरबार योजनाहरु नेपालको सन्दर्भमा अगाडी सार्नु राम्रो हुन्छ । हुन त शहरी पर्यटन र ग्रामीण पर्यटनमा देखिने समस्याहरु फरक फरक खालका छन् । किनभने ग्रामीण पर्यटन तथा घरबास जस्ता कार्यक्रमहरु गाउँको संस्कार संस्कृति अनुरूपै हुने हुँदा शहर बजारका जस्ता संस्कृतिमा देखिएका विकृतीहरु हामी गाउँको पर्यटनमा देख्न पाउँदैनौ । यस्ता पर्यटन समस्याहरुलाई यस अध्यायमा सिरुबारीमा रहेका पर्यटन व्यवसायी महिलाहरुको सन्दर्भमा विश्लेषण गरिएको छ ।

६.१ पर्यटन व्यवसायमा रहेका समस्याहरु

पर्यटन गन्तव्य क्षेत्रलाई मध्यनजर गरेर आवश्यक प्रकाशन तथा पत्रपत्रिकाहरुमा प्रचारप्रसार नहुनु पर्यटकहरुलाई आवश्यक शुद्ध खानेपानी तथा खानपिन र बसोबास व्यवस्थित नहुनु, पूर्वाधार पूर्णरूपमा विकसित नहुनु, सीपयुक्त जनशक्ति अभाव रहनु, सुरक्षाको अभाव आदि महिला पर्यटन व्यवसायीले भोग्ने समस्याहरु हुन । जुन तालिकामा निम्नानुसार देखाउन सकिन्छ ।

तालिका ६.१ : पर्यटन व्यवसायका समस्याको विवरण

समस्या	संख्या	प्रतिशत
प्रचारप्रसार अभाव	८	२०
पूर्वाधार अभाव	१५	३७.५
सीपयुक्त जनशक्ति अभाव	७	१७.५
सुरक्षाको अभाव	३	७.५
सरसफाई चेतना नहुनु	५	१२.५
परिस्थितिजन्य समस्या	२	५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

यस तालिकामा देखिएका आधारभूत समस्याहरु के-के छन् भन्नेमा ४० उत्तरदाता मध्ये प्रचारप्रसार अभाव हुनुमा ८ जना अर्थात २० प्रतिशत, पूर्वाधार अभाव हुनुमा १५ जना अर्थात ३७.५ प्रतिशत, सीपयुक्त जनशक्ति अभाव हुनुमा ७ प्रतिशत अर्थात १७.५ प्रतिशत, सुरक्षाको अभाव हुनुमा ३ अर्थात ७.५ प्रतिशत, सरसफाई चेतना नहुनुमा ५ अर्थात १२.५ प्रतिशत र परिस्थितिजन्य समस्या छन् भन्ने २ जना अर्थात ५ प्रतिशत देखिएको छ। हरेक उत्तरदाता महिला व्यवसायीले उनीहरुले महशुस गरेका पर्यटन व्यवसायको समस्याहरु यस तालिकाले देखाउँछ।

६.२ पर्यटकबाट हुने समस्या

पर्यटकबाट आर्थिक विकास हुनेमा दुइमत छैन। तथापि नेपाल जस्तो चेतनास्तर कम भएको देशमा सामाजिक, सांस्कृतिक, मनोवैज्ञानिक आदि समस्याहरु चाहि पर्यटकले निम्त्याउने गरेको पाइन्छ। पर्यटकमा के कस्तो खालको अनुशासन हुनुपर्छ भन्ने सामान्य कुराहरु पनि कतिपय आन्तरिक पर्यटकहरुमा देखिदैन। उनीहरु घर बाहिर गएपछि आफु बसेको घरबासमा लागुजन्य पदार्थहरु सेवन गर्ने होहल्ला गर्ने, मनोवैज्ञानिक तनाव दिने आदि समस्या देखा परेका छन्। यस्तै देशले राम्रो देशको पर्यटकलाई भित्राउन नसक्दा सामान्य खालका पर्यटक आउने र उसले गर्ने खर्चको स्तर नेपालीले भन्दा पनि अझ तल्लो स्तरको हुने देखिन्छ। यसर्थ पर्यटकबाट आउने यस्ता समस्याहरुलाई निराकरण गर्न सरकारले घोषित पर्यटन क्षेत्रमा पर्यटन र पर्यटक आचार संहिताको राम्रो प्रचारप्रसार सम्बन्धी सरोकारवालाको सहकार्य अपरीहार्य छ। यस खण्डमा महिला व्यवसायीले पर्यटकबाट भोग्नु पर्ने समस्या उल्लेख गरी तालिकामा प्रस्तुत गरिएको छ।

तालिका ६.२ : पर्यटकबाट हुने समस्या

समस्या	संख्या	प्रतिशत
सांस्कृतिक	१०	२५
मनोवैज्ञानिक	२०	५०
होहल्ला र विकृतीजन्य	१०	२५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

यस अध्ययनमा पर्यटकहरुले खाइपिई रमाइलो गर्न खोज्दा व्यवसायीले भोग्ने समस्या प्रस्तुत छन् । विभिन्न ठाउँमा आन्तरिक पर्यटक र फरक देशका बाह्य पर्यटक आउँदा हुने सांस्कृतिक विचलन, पाश्चात्य संस्कृति प्रभाव जस्ता सांस्कृतिक समस्या भोग्ने १० जना अर्थात २५ प्रतिशत, पर्यटकको स्वभाव व्यवहारले गर्दा मनोवैज्ञानिक समस्या भोग्ने २० जना अर्थात ५० प्रतिशत र होलल्ला अनि अन्य विकृतिजन्य समस्या भोग्ने १० जना अर्थात २५ प्रतिशत रहेको पाइएको छ । कम खर्च गर्ने, बढी सुविधा खोज्ने, किचकिच गर्ने जस्ता समस्या पनि देखिएका छन् । महिला व्यवसायीले विशेषत अपरिपक्क युवाहरु, रक्सीजन्य पदार्थ खानेहरु र हिप्पी प्रकारका विदेशी पर्यटकबाट विभिन्नसांस्कृतिक,होहल्ला र विकृतीजन्य समस्या भोग्ने गरेको बताएका छन् ।

६.३ पर्यटनमा महिला स्वतन्त्रता

मानिसले प्रगति गर्नको लागि आफू स्वतन्त्र भएको महसुस गर्नुपर्दछ । कहीकतैबाट ऊ स्वतन्त्र छैन भने उन्नति र प्रगति गर्न उसलाई कठिन पर्ने मात्र होइन उसका सबै विकासका प्रक्रियाहरु अवरुद्ध हुन्छन् । स्वतन्त्र हुनुको अर्थ पहिचानको स्वतन्त्रता के कति छ, निर्णय क्षमता र पहुँच कस्तो छ, व्यवसाय विस्तार र विकास कसरी बढेको छ, सामाजिक हैसियत र आत्मसन्तुष्टीको अवस्था के छ भन्ने जनाउने गर्दछ । प्रगति गर्नको लागि कुनै पनि महिला व्यवसायी आर्थिक तथा अन्य तवरले स्वतन्त्र बन्न सक्नुपर्छ । अध्ययन क्षेत्रमा महिलाहरु के कति आर्थिक रुपमा स्वतन्त्र हुनुहुन्छ भन्ने कुरा तलको तालिकाले देखाउँदछ ।

तालिका ६.३ : उत्तरदाताको व्यवसाय संलग्नता सम्बन्धी अवस्था

स्वतन्त्रता अवस्था	संख्या	प्रतिशत
स्वतन्त्र छु	२५	६२.५
स्वतन्त्रता छैन	१५	३७.५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

पर्यटन पेशामा ४० उत्तरदाता महिला मध्ये २५ जना अर्थात ६२.५ प्रतिशत स्वतन्त्र छु भन्ने राय व्यक्त गरे भने १५ जना अर्थात ३७.५ प्रतिशत स्वतन्त्र छैन भन्ने राय व्यक्त गरे । यसले चाही कति व्यक्ति फरक कुनै प्रकारको दवाव वा प्रभावमा नरही व्यवसाय

गर्दैछन् भन्ने बुझिन्छ साथै केही महिलालाई संयुक्त परिवार भएको वा अन्य अवस्थाले गर्दा स्वतन्त्र नभएको पनि मानसिकता व्यक्त गरेका छन् ।

६.४ भाषागत समस्या

भाषाको समस्या भएमा एक अर्कामा भएको बुझाई वा कुरालाई बुझ्न गाह्रो हुन्छ । पर्यटनको भित्री सार भाषामा रहेको देखिन्छ । तसर्थ आज मुख्य मुख्य देशहरुको मातृभाषा पढ्ने र बोल्ने गरेको पाइन्छ । अरुको भाषा बुझ्न मात्र होइन लेखपढ गर्न गाह्रो छ । यस क्षेत्रका व्यवसायी महिलालाई भाषाको के कस्तो कठिनाई रहेको छ वा छैन भन्ने पक्षलाई तालिकामा देखाइएको छ ।

तालिका ६.४ : उत्तरदाताको भाषागत समस्या

भाषागत समस्या	संख्या	प्रतिशत
समस्या छ	१०	२५
समस्या छैन	३०	७५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

अध्ययन क्षेत्रका ४० जना उत्तरदाताहरु मध्ये भाषागत समस्या भएका महिलाहरु १० अर्थात २५ प्रतिशत र समस्या नहुने ३० जना अर्थात ७५ प्रतिशत रहेको देखिन्छ । अधिकांश महिलाहरु शिक्षित रहेकोले १० जना महिलाले भाषागत समस्या भोगेको देखिन्छ ।

६.५ भाषागत समस्याका समाधानहरु

एक अर्कामा भएको मौलिकतालाई हामीले खासगरी भाषा वा साहित्यबाट बुझ्न सक्छौं । भाषाको अभावमा यस दुनियाँमा खासै केहि गर्न सकिदैन । अतः पर्यटन पेशा/व्यवसायको लागि भाषा अति महत्वपूर्ण भएको छ । यस पेशाले गर्दा विभिन्न ठाउँ, प्रदेश तथा गाउँ शहरहरुमा सभ्य भाषाको विकास भएको छ । यसर्थ पर्यटनमा अन्य र सभ्य भाषाको आवश्यकता भएतापनि ठाउँ, जात र शैक्षिक स्तरअनुसार भाषा फरक फरक पर्ने पर्छ । भाषाको एउटा आफ्नै खालको परिवेश भएतापनि घरगाउँ तथा ग्रामीण पर्यटनमा यस्ता भाषाबाट समस्यालाई समाधान गर्नका लागि घरपरिवारले सहयोग गर्ने तथ्य सांङ्केतिक भाषा बोल्ने गरिन्छ । जेहोस पर्यटकको मानोभावनालाई बुझ्ने काम कुनै पनि

पर्यटन व्यवसायी महिलाले गरेको पाइन्छ । जुन कुराहरुलाई तालिकामा देखाइएको छ ।

तालिका ६.५ : उत्तरदाताको भाषागत समस्याका समाधानहरु

भाषागत समस्याका समाधानहरु	संख्या	प्रतिशत
संकेत प्रयोग गरेर	३	३०
गाईडको सहयोगमा	४	४०
घरका अन्य सदस्यको सहयोगमा	२	२०
अड्कको तरिकाले	१	१०
जम्मा	१०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

अध्ययन क्षेत्रका भाषागत समस्या हुने १० उत्तरदातासँग गरिएको अध्ययनको क्रममा भाषागत समस्या कसरी समाधान गर्नुहुन्छ, भन्ने प्रश्नमा विभिन्न विकल्प प्रयोग गरेको देखियो । संकेत प्रयोग गरेर सञ्चार गर्ने ३ जना अर्थात ३० प्रतिशत, गाईडको सहयोगमा सञ्चार गर्नेमा ४ जना अर्थात ४० प्रतिशत, घरका अन्य सदस्यको सहयोगमा सञ्चार गर्नेमा २ जना अर्थात २० प्रतिशत र अड्कको तरिकाले १ जना अर्थात १० प्रतिशतले प्रयोग गर्ने देखिन्छ ।

६.६ पर्यटकको रुची प्रति प्राथमिकता

आजको संसारमा विभिन्न रुचि भएका मानिसहरु एक ठाउँबाट अर्को ठाउँमा आफ्नो ठाउँ छोडी यात्रामा निस्कने गर्दछन् । पर्यटक आफ्नो रुचि र चाहना अनुसार भ्रमणमा आएका हुन्छन् । उनीहरुको रुची र चाहनालाई व्यवसायीहरुले बुझ्न सक्नुपर्छ । अन्यथा पर्यटकको आगमनमा अप्ठ्यारो पर्न जान्छ । उनीहरुको रुचिलाई प्राथमिकता दिँदा व्यवसाय प्रवर्द्धन हुने र पर्यटकहरु पनि खुसी हुने सम्भावना रहन्छ । महिला व्यवसायीले पाहुनाको रुची र प्राथमिकतालाई तालिकामा देखाइएको छ ।

तालिका ६.६ : पाहुनाको रुचिप्रति प्राथमिकता

प्राथमिकता अवस्था	संख्या	प्रतिशत
प्राथमिकता दिएको छ	३०	७५
प्राथमिकता दिएको छैन	१०	२५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

यहाँका पर्यटन महिलाले पर्यटकको रुची र प्राथमिकतालाई बुझ्दा यहाँ ४० मध्ये प्राथमिकता दिन सक्नेमा ३० जना अर्थात् ७५ प्रतिशत र विविध अवरोधले गर्दा रुची र प्राथमिकता दिन नसक्नेमा १० जना अर्थात् २५ प्रतिशत रहेको पाइएको छ । पर्यटकको रुचिको प्राथमिकता यथेष्ट जनशक्ति र शीपले अभिवृद्धि गर्ने देखियो । यहाँ अधिकांस महिलाहरु पर्यटकको रुचिलाई ध्यानमा राखेर काम गरेको र केही महिला पारिवारिक रूपमा बच्चाबच्चीको हेरचार, घरयासी काम आदिले गर्दा पर्यटकलाई कम प्राथमिकता दिएको देखियो । केही पर्यटकहरुले शहर बजारमा भए जस्तो परिकार बनाउने भन्नु हुन्छ । त्यो सम्भव छैन त्यसैले गर्दा रुची र प्राथमिकता दिन नसक्ने देखियो ।

६.७ महिला प्रति समाजको दृष्टिकोण

समाजको परिवर्तनसँग समाजमा भएका मानिसहरुको सेचाई पनि समयसापेक्ष परिवर्तन भइरहेको हुन्छ । पर्यटन पेशा तथा व्यवसायमा लागेका महिलालाई हेर्ने दृष्टिकोण पनि समाज परिवर्तनसँगै परिवर्तन भएको विभिन्न अनुसन्धान तथा आँकडाहरुले देखाएका छन् । महिलाहरु पनि परिवर्तनको बाटोमा अगाडी बढिरहेका छन् । यस पर्यटन व्यवसायमा संलग्न महिलालाई हेर्ने दृष्टिकोण के छ भनेर यसलाई तालिकामा देखाइएको छ ।

तालिका ६.७ : महिलाप्रति समाजको दृष्टिकोण

महिलाहरुलाई हेर्ने दृष्टिकोण	संख्या	प्रतिशत
राम्रो छ	३०	७५
नराम्रो	८	२०
सामान्य	२	५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

उत्तरदाताको अनुभवको आधारमा ४० महिला मध्ये समाजको दृष्टिकोण राम्रो छ भन्नेमा ३० जना अर्थात ७५ प्रतिशत, नराम्रो दृष्टिकोण छ भन्नेमा ८ अर्थात २० प्रतिशत र सामान्य भन्नेमा २ जना अर्थात ५ प्रतिशत देखियो । अधिकांश उत्तरदाताले समाजको दृष्टिकोण राम्रो मानेका छन् भने कोहिले महिला भएर ढिला सम्म पसल खोल्ने कुराले नराम्रो दृष्टिकोण केही तठस्थ अथात् सामान्य मानेको देखिन्छ ।

६.८ प्राथमिक उपचार र तालिम

प्राथमिक उपचारको बारेमा पर्यटक र पर्यटन व्यवसायीलाई ज्ञान हुनु जरुरी हुन्छ । अचानक कसैलाई चोटपटक लाग्यो, दुर्घटना भयो वा कुनै भवितव्य प्यो भने कसरी जीवन बचाउन सहयोग गर्ने भन्ने सामान्य तालिम नै प्राथमिक उपचार तालिम हो । अध्ययन क्षेत्रमा प्राथमिक उपचारको तालिम लिएको र नलिएको भन्ने सवाललाई तालिकामा देखाइएको छ ।

तालिका ६.८ : प्राथमिक उपचार र तालिम

प्राथमिक उपचार र तालिम	संख्या	प्रतिशत
छ	२२	५५
छैन	१८	४५
जम्मा	४०	१००

स्रोत : स्थलगत अध्ययन, २०७८

यस क्षेत्रमा आमा समूह र घरबास सञ्चालक समितिको अगुवाइमा प्राथमिक उपचारको तालिम प्राप्त गरेको सवालजवाफको क्रममा थाहा भयो । यस्ता तालिमहरु चाहि

पटक पटक हुन चाहि सकेको छैनन् । तालिम नलिने कारणहरु चाहि जानकारीको अभाव, व्यवस्तता र तालिमकर्ताको अभाव भएको भेटियो । अध्ययनमा गरिएका ४० उत्तरदाता मध्ये ५५ प्रतिशत तालिम लिएको र ४५ प्रतिशत तालिम नलिएको भेटियो । सरोकारवाला सबै यस महत्वपूर्ण विषयमा सुसुचित र दक्ष बनाउन सक्रिय बन्नुपर्ने देखिन्छ ।

६.९ परिवर्तनका प्रेरक तत्वहरु

अध्ययन क्षेत्रमा महिलाहरु ग्रामिण पर्यटनमा संलग्न भएपश्चात व्यक्तिगत जनजीविका, सामाजिक जिवन र सिङ्गो गाउँमा परिवर्तनको लहर आएको छ । यसका विभिन्न कारक तत्वहरु छन् । गाउँको अर्थोपार्जनको सम्भावनाको रुपमा घरबास विकसित हुनुले सिरुवारीको छुट्टै पहिचान बन्थो जसले गर्दा पर्यटन फस्टाउन सफल भएको छ । बेरोजगारी र न्युन आयको कारणले पनि गाउँलेहरु मिलेर सामुदायिक घरबासमा प्रयत्नशील बने, जसले गाउँमा आर्थिक परिवर्तनको बाटो खोलिदिएको छ । स्थानिय बस्तुहरुको प्राथमिकताले गर्दा गाउँका तरकारी, कोदो, लोकल कुखुरा आय आर्जनमा उपभोग भएका छन् । ग्रामिण पर्यटनले महिलाहरु आत्मनिर्भर बन्न प्रेरित गरेको पाइयो । स्वागत गर्ने सु-संस्कार, संस्कार युक्त छलफल, टोल सरसफाई, पूर्वाधारको विकास र आर्थिक संबृद्धि यस क्षेत्रका अनुभवमयी परिवर्तनका स्वरुप हुन । तथापि यस क्षेत्रको समग्र परिवर्तनका प्रेरक तत्वको रुपमा गरिबी, शिक्षा, आधुनिकीकरण र सहरीकरणलाई संक्षिप्त उल्लेख गरिएको छ ।

आधुनिकरण

आधुनिकीकरण सिद्धान्त समाजको पेशा संस्कृति पनि परिवर्तनशील छ भन्ने तथ्यका आधारित छ । आधुनिकीकरण भनेकै समाज परम्परागत र रुढीवादी ढाँचाबाट आधुनिक वा कुशल र औद्योगिक तहमा पुग्ने एउटा प्रक्रिया हो, यस प्रक्रियामा समाज प्रारम्भिक, मध्यम उच्च तह पार गर्दै आर्थिक, सामाजिक, धार्मिक, भौतिक, राजनैतिक मानवीय मनोवृत्तिमा पनि वढि कुशल तथा उदारता तर्फ लक्षित भई समाजको विकास प्रक्रिया अगाडी बढ्छ । सिरुवारीमा पनि मानिसहरु केही दशक अघि परम्परागत रुपमा जिविकोपार्जन गरिरहेको र आधुनिकीकरणको प्रभाव सँगै आतिथ्यको कलालाई व्यवसायीकरणमा प्रयोग गरेको पाइन्छ । विस्तारै घरबास पर्यटन पनि आधुनिकतातर्फ बढेको पाइएको छ । यसले यस ठाउँको परिवर्तनलाई पुष्टि गरेको देखिन्छ ।

शिक्षा

व्यक्तिको बौद्धिक, शारीरिक, सामाजिक, आर्थिक, भौतिक, नैतिक आदि सम्पूर्ण पक्षको वा व्यक्तिको सर्वाङ्गीण विकास गराउनु नै शिक्षाको वास्तविक अर्थ हो । शिक्षा भनेको जिवनपर्यन्त चलिरहने प्रक्रिया हो । प्रसिद्ध दार्शनिक सुकरातको परिभाषा अनुसार प्रत्येक मानिसको मष्तिष्कमा अदृष्य रूपले विद्यमान संसारको त्यो सर्वमान्य विचारलाई प्रकाशमा ल्याउनु नै शिक्षा हो । त्यसैगरी नेल्सन मण्डेलाले शिक्षा सबैभन्दा शक्तिशाली हतियार हो, जसलाई चलाई तिमी संसार बदल्न सक्छौ भनी परिभाषित गरेका छन् । यसरी समग्रमा हेर्दा शिक्षाले मानिसलाई अन्तकारबाट उज्यालो तर्फ अर्थात् पुरातन सोच, पुरातन विचार, पुरातन पेशा आदि सवैकुराहरूलाई परिवर्तन गर्ने रहेछ भन्ने कुरा प्रष्ट हुन्छ । यस सिरुवारी गाउँमा पनि शिक्षाको कारणले गर्दा चेतनाको विकास भएको र व्यवसायिक घरबास पर्यटन परिवर्तित हुँदै गएको देख्न सकिन्छ ।

गरिबी

गरिबी पनि पेशा परिवर्तनको अर्को महत्वपूर्ण कारक तत्व हो । मानिसले आफ्नो दैनिक गुजाराको निम्ति न्युनतम आवश्यकताहरू जस्तै गाँस, बास र कपास प्राप्त गर्ने क्षमता समेत न राख्दै भने तेस्तोलाई गरिबी भनिन्छ । सामान्य अर्थमा जीवनयापनका लागि चाहिने आधारभूत आवश्यकताहरूको अभाव भएको अवस्था गरिबी हो । गरिबीले व्यक्ति, परिवार तथा समुदायको आर्थिक, सामाजिक तथा राजनैतिक अवसर तथा पहुँचहरूको वञ्चितिकरणको अवस्था, क्षमताविहिनता तथा असक्षमतालाई समेट्दछ । गरिबी र बेरोजगारीको अवस्थाले पनि यस ठाउँका मानिसहरूलाई आर्थिक रूपमा स्वबलम्बन बन्न प्रेरित गरेको छ । आर्थिक सम्भावनाहरूलाई खोजेर यस ठाउँका मानिसहरूले ग्रामिण पर्यटनका बाटाहरू खोल्दै परिवर्तनका लागि अघि बढेको कुरा उदाहरणीय छ ।

अध्याय : सात

सारांश र निष्कर्ष

यो अध्ययन ग्रामीण पर्यटन व्यवसायमा सहभागी महिला व्यवसायीको विषयमा स्याङ्जा जिल्लाको आधिखोला गाँउपालिकाको सिरुवारीमा गरिएको एक समाजशास्त्रीय अध्ययन हो । अध्ययन क्षेत्रमा रहेका पर्यटकीय व्यवसायहरूको व्यवस्थापन पक्ष महिला व्यवसायीहरूको सामाजिक, आर्थिक अवस्था, व्यवसायी महिलाप्रति आम मानिसको धारणा पर्यटकको आगमनपछि सामाजिक तथा आर्थिक अवस्था र जिवनयापनमा आएको परिवर्तन जस्ता पक्षलाई अध्ययन गरिएको छ । नेपालजस्तो विकासोन्मुख देशमा महिलाहरू पिछडिएको छन् । सिरुवारीको ग्रामीण पर्यटन व्यवसायमा सहभागी महिलाहरूको सामाजिक तथा आर्थिक स्थितको जानकारी लिने, उनीहरूको जीवनस्तरमा ल्याएको परिवर्तनको अध्ययन गर्ने र समस्याहरूको विश्लेषण गर्नु अध्ययनको उद्देश्य रहेको छ । ग्रामीण पर्यटन नेपालको आर्थिक विकासको लागी महत्वपूर्ण विषय हो जसमा यो अध्ययन केन्द्रित गरिएको छ । यो अध्ययनले ग्रामीण व्यवसायमा सहभागी महिलाको समाजशास्त्रीय अध्ययन गर्न चाहने अनुसन्धानकर्ता सरकारी, ग्रैहसरकारी तथा व्यक्तिहरूलाई मार्ग निर्देशन गर्ने छ ।

७.१ सारांश

- यस क्षेत्रमा महिला व्यवसायीको अध्ययन गर्दा विभिन्न जातजातिहरू गुरुङ्ग, बाह्रमण, क्षेत्री आदि जातहरू मध्ये सबैभन्दा बढि गुरुङ्ग रहेको पाइयो । जातीगत अवस्थालाई हेर्दा गुरुङ्ग ६७.५ प्रतिशत, बाह्रमण १२.५ प्रतिशत, क्षेत्री १२.५ प्रतिशत, तामाङ्ग ५ प्रतिशत रहेको पाइयो ।
- अध्ययन क्षेत्रमा संलग्न महिलाहरूको उमेर समुह अध्ययन गर्दा १५-२५ उमेर समुहका २.५ प्रतिशत, २६-३५ वा २२.५ प्रतिशत, ३६-४५ का १२.५ प्रतिशत, ४६-५५ का ३७.५ प्रतिशत, ५६-६५ का १२.५ प्रतिशत र ६५ माथिमा १२.५ प्रतिशत रहेको पाइयो ।
- उत्तरदाताको धार्मिक अवस्था हेर्दा बौद्ध धर्मावलम्बी ७२.५ प्रतिशत, हिन्दु २५ प्रतिशत र क्रिश्चियन २.५ प्रतिशत पाइयो ।

- उत्तरदाता महिलाहरू ६० प्रतिशत एकल परिवारमा र ४० प्रतिशत संयुक्त परिवारमा रहेको पाइयो । साथै ९७.५ विवाहित र २.५ प्रतिशत अविवाहित रहेको पाइयो ।
- सिरुवारीमा उत्तरदाता महिलाहरूको घरको प्रकार छानाको आधारमा ५५ प्रतिशत ढुङ्गाको, १० प्रतिशतको ढलान, २५ प्रतिशत टिनको र १० प्रतिशत ढुङ्गा र टिनको मिश्रित पाइयो ।
- अध्ययन क्षेत्रमा उत्तरदाता महिला व्यवसायीहरू ४८.५ प्रतिशत होमिस्टे, ३२.५ प्रतिशत चिया खाजा घर र २० प्रतिशत किराना पसल सञ्चालन गर्दछन् ।
- अध्ययन क्षेत्रमा उत्तरदाता महिला मध्ये ८२.५ प्रतिशत आफ्नै घरमा र १७.५ प्रतिशत घर भाडामा लिई व्यवसाय सञ्चालन गरेको पाइयो ।
- उत्तरदाताहरू मध्ये कृषि उत्पादनले खान पुग्ने समय बुभुदा ५७.५ प्रतिशतको ३-६ महिना, २५ प्रतिशतले ७-९ महिना, १० प्रतिशतले १०-१२ महिना, र ७.५ प्रतिशतले १२ महिना भन्दा बढी खान पुग्ने पाइयो । पर्यटन लागि मासु आफ्नै गाउँमा कुखुरा उत्पादन गरेको पाइयो ।
- उत्तरदाताको परिवारको आम्दानीको प्रमुख स्रोतहरू अध्ययन गर्दा वैदेशिक रोजगारी प्रमुख आम्दानी हुनेमा १० जना अर्थात २५ प्रतिशत, प्रमुख आम्दानी पर्यटन हुनेमा १३ अर्थात ३२.५ प्रतिशत, कृषि हुनेमा ७ अर्थात १७.५ प्रतिशत र नोकरी हुनेमा १० जना अर्थात २५ प्रतिशत रहेको पाइयो ।
- उत्तरदाता महिलाहरूको व्यवसाय प्रति अधिकांस सन्तुष्ट देखिन्छन् । ७० प्रतिशत महिला आफ्नो व्यवसायमा सन्तुष्ट छन् भने ३० प्रतिशत असन्तुष्ट छन् ।
- उत्तरदाता महिलामा भएको असन्तुष्टिका कारणहरूमा व्यवसाय सिजनमा मात्र चल्ने ५० प्रतिशत, आम्दानी कम भएर ३३.३ प्रतिशत, विकृति बढी देखेर १६.६७ प्रतिशत र माथिका सबै कारणहरूमा १६.६७ प्रतिशत रहेको पाइयो
- उत्तरदाता पर्यटन व्यवसायी महिलाहरू घरमा हुने निर्णय प्रक्रियामा सक्रिय रहेको अध्ययनले देखाएको छ । ८० प्रतिशत महिलाहरूको घरमा हुने आर्थिक घरव्यवहारका निर्णय प्रक्रियामा सक्रिय भूमिका रहेको र २० प्रतिशत महिलाको सामान्य भूमिका रहेको देखिएको छ ।

- यस क्षेत्रमा ४७.५ प्रतिशत महिला व्यवसायीहरूले पर्यटन सम्बन्धी तालिम प्राप्त गरेको छन् । भने ५२.५ प्रतिशतले तालिम लिन पाएका छैनन् । विशेष गरी घरबासमा सहभागी महिलाले समितिको अगुवाइमा तालिम प्राप्त गरेको देखिएको छ ।
- उत्तरदाता महिलाहरू पर्यटन व्यवसायमा लागेको समय अवधि हेर्दा १ वर्ष भन्दा कम ५ प्रतिशत, १-५ वर्ष अवधि हेर्दा २० प्रतिशत, ६-१० वर्ष अवधि भएका २५ प्रतिशत र १० वर्ष भन्दा बढि व्यवसाय सञ्चालन अवधि भएका ५० प्रतिशत महिला पाइयो । अधिकांस चाहींगाउमा घरबासको सञ्चालन वर्ष देखि नै यसमा संलग्न छन् । चिया खाजा पसलहरू केहि वर्ष यतामात्र सञ्चालनमा छन् ।
- उत्तरदाता महिला व्यवसायीको आम्दानी सन्तोषजनक देखिएको छ । २०,००० भन्दा माथी मासिक आम्दानी गर्ने ६२.५ प्रतिशत , १०,००० -२०,००० आम्दानी गर्ने २६.५ प्रतिशत र १० प्रतिशतले १०,००० भन्दा कम आम्दानी गर्ने देखिएको छ ।
- उत्तरदाता महिलाहरू व्यवसायमा प्रवेश गर्नुपूर्व अधिकांस गृहिणी अर्थात ३६.५ प्रतिशत, विद्यार्थी २५ प्रतिशत, १२.५ प्रतिशत व्यापार र २५ प्रतिशत कृषिमा आवद्ध भएको देखिएको छ ।
- यस अध्ययन क्षेत्रका महिलाहरू विभिन्न सामाजिक संस्थामा संलग्न देखिएका छन् । ६२.५ प्रतिशत कुनै संस्थामा संलग्न छन् भने ३६.५ प्रतिशत कुनै संस्थामा संलग्न छैनन् ।
- उत्तरदाता महिलाप्रतिको दृष्टिकोण अध्ययन गर्दा ६५ प्रतिशत ले महिलालाई हेर्ने दृष्टिकोण राम्रो भएको अनुभव गरे भने २० प्रतिशतले नराम्रो र ५ प्रतिशतले सामान्य दृष्टिकोण अनुभव गरेको देखिएको छ । यसले व्यवसायी महिलाप्रति समाजमा सकारात्मक धारणा अभिवृद्धि भएको बुझ्न सकिन्छ ।
- ग्रामीण पर्यटन व्यवसायले ३६.५ प्रतिशत महिलामा आर्थिक सुधार, २५ प्रतिशत बोलिचालि र भेषभुषामा परिवर्तन, २५ प्रतिशतमा जिवनस्तरमा सुधार र १२.५ प्रतिशत अन्य परिवर्तन भएको छ ।

- अध्ययन क्षेत्रमा व्यवसायी महिलाहरूको सिप र क्षमता वृद्धि भएको देखिन्छ । उत्तरदाता मध्ये ७० प्रतिशतको सिप र क्षमता वृद्धि भएको र ३० प्रतिशतले विभिन्न कठिनाईका कारण सिप र क्षमतामा वृद्धि नभएको देखिन्छ ।
- पर्यटनले व्यवसायी महिलाको जीवनस्तरमा परिवर्तन ल्याएको छ । अध्ययनले ७५ प्रतिशत महिलामा परिवर्तन ल्याएको र २५ प्रतिशत महिलाले उल्लेख्य परिवर्तन नभएको देखाएको छ ।
- उत्तरदाता महिलाले हाल आन्तरिक पर्यटक नै उल्लेख्य मात्रामा हुने र कोभिडको कारणले गर्दा बाह्य पर्यटक न्यून रहेको जानकारी दिएको छन् । आन्तरिक पर्यटक ६५ प्रतिशत र वाह्य पर्यटक २५ प्रतिशत रहेको देखिन्छ ।
- अध्ययन क्षेत्रका ४० जना उत्तरदाताहरू मध्ये शिक्षाको अवस्था हेर्दा साक्षर ३ जना अर्थात् ७.५ प्रतिशत, आधरभुत शिक्षा १२ जना अर्थात् ३० प्रतिशत, माध्यमिक २१ जना अर्थात् ५२.५ प्रतिशत, स्नातक ४ जना अर्थात् १० प्रतिशत रहेको पाइएको छ ।
- अध्ययन क्षेत्रको ग्रामीण व्यवसायमा महिला सहभागिताको अहम भुमिका रहेको छ । उत्तरदाता महिला मध्ये ७५ प्रतिशत पूर्ण सहभागी, २० प्रतिशत अर्धसहभागी र २ प्रतिशतको सामान्य सहभागिता देखिएको छ ।
- पर्यटन पश्चात गाँउको सामाजिक, सांस्कृतिक, भौतिक तथा विभिन्न पक्षहरूको विकास भएको देखिन्छ । उत्तरदाताको अनुभवका आधारमा गाँउमा आएको प्रभाव महसुस गर्ने ४० उत्तरदाता मध्ये स्वागत गर्ने सु-संस्कार १८ जना अर्थात् ४५ प्रतिशत, संस्कार युक्त छलफल ५ जना अर्थात् १२.५ प्रतिशत, आर्थिक संवृद्धि ७ जना अर्थात् १७.५ प्रतिशत, घर/टोल सरसफाई ५ जना अर्थात् १२.५ प्रतिशत, र पूर्वाधारको विकास ५ जना अर्थात् १२.५ प्रतिशत रहेको पाइन्छ । ग्रामीण पर्यटनमा आएका यी प्रभावहरू अनुकरणीय देखिन्छन् ।
- आमा समुहको सक्रियताले गर्दा ग्रामीण पर्यटन सफल भएका छन् । उत्तरदाता मध्ये ७५ प्रतिशतले आमा समुहको भुमिका सक्रिय रहेको बताएका छन् भने २५ प्रतिशत उत्तरदाताका अनुसार आमा समुहको भुमिका सामान्य मात्र देखिएको छ ।

- ग्रामीण पर्यटनमा महिलाहरूले पर्यटकबाट पनि केहि समस्या भोग्नुपरेको छ ।
उत्तरदाता अनुसार समस्याका कारणहरूमा ५० प्रतिशत मनोवैज्ञानिक, २५ प्रतिशत सांस्कृतिक र २५ प्रतिशत होहल्ला र विकृतिजन्य समस्या हुने देखिएको छ ।
- अध्ययन क्षेत्रमा महिला उत्तरदाताको आर्थिक स्वतन्त्रता अभिवृद्धि भएको पाइयो ।
जसमा आर्थिक रुपम स्वतन्त्र छु भन्ने ६२.५ प्रतिशत र आर्थिक स्वतन्त्र छैन भने ३७.५ प्रतिशत भएको पाइयो ।
- अध्ययन क्षेत्रमा उत्तरदाताहरूमा बाह्य पर्यटकसँग भाषा आदनप्रदान गर्न असहज भएको प्रकट गरेका छन् । जसमा भाषाको समस्या भएका २५ प्रतिशत र भाषाको समस्या नभएका ७५ प्रतिशत रहेको पाइयो ।
- उत्तरदातामा भाषाको समस्या समाधान गर्नका लागि विभिन्न उपाय अवलम्बन प्रयोग गरेको पाइयो । संकेत प्रयोग गरेर सञ्चार गर्ने ३० प्रतिशत, गाईडको सहयोगमा सञ्चार गर्नेमा ४० प्रतिशत, घरका अन्य सदस्यको सहयोगमा सञ्चार गर्नेमा २० प्रतिशत र अन्य तरिकाले १० प्रतिशतले प्रयोग गर्ने देखिन्छ ।
- उत्तरदाताले पर्यटकको रुची प्रति प्राथमिकता दिएको पाइयो । जसमा ७५ प्रतिशत उत्तरदाताले प्राथमिकता दिएको र २५ प्रतिशत प्रतिशतले प्राथमिकता दिन नसकेको पाइयो ।
- उत्तरदाताहरू प्राथमिक उपचारको तालिम लिने ५५ प्रतिशत र प्राथमिक उपचारको तालिम नलिने ४५ प्रतिशत रहेको पाइयो ।
- उत्तरदाता महिला पर्यटन व्यवसायीले पर्यटकबाट अपेक्षा राख्ने गरेको पाइयो ।
त्यस्ता अपेक्षामा अध्ययन गर्दा प्रशस्त आम्दानीको अपेक्षा ५० प्रतिशत, मनोरञ्जन २० प्रतिशत र ३० प्रतिशत केहि सिक्ने मौका को अपेक्षा राखेको पाइयो ।
- ग्रामीण पर्यटनमा आकर्षण बढाउन उत्तरदाताले उपायहरू दिएका छन् । जसमा ५० प्रतिशतले लोक संस्कृतिको जगेर्ना, ३० प्रतिशतले मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम राखेर र २० प्रतिशतले सरसफाई राखेर भन्ने उपाय अभिव्यक्ति गरेको पाइयो ।
- उत्तरदाता पर्यटन आगमनले विभिन्न पक्षहरूमा हैसियत वृद्धि भएको अनुभव गरेका छन् । जसमा ३७.५ प्रतिशत शैक्षिक, ५० प्रतिशत आर्थिक, ७.५ प्रतिशत राजनैतिक र सबै क्षेत्रमा ५ प्रतिशत रहेको पाइयो ।

- उत्तरदाताहरूको व्यवसायमा परिवर्तन ल्याउनका निम्ति पर्यटक वृद्धिका लागि आमा समुहबाट भएको सहयोगमा ५० प्रतिशत, युवाक्लवले गरेको सहयोगमा २५ प्रतिशत, संघसंस्थाबाट भएको सहयोगमा १२.५ प्रतिशत र अन्य व्यक्तिको सहयोगमा १२.५ प्रतिशत रहेको पाइयो ।

७.२ निष्कर्ष

स्याङ्जा जिल्ला आधिखोला गाँउपालिका वडा न. १ सिरुवारी क्षेत्रको ग्रामीण पर्यटनमा संलग्न महिलाहरूको पर्यटनसगँको सम्बन्ध र विभिन्न सामाजिक, आर्थिक पक्षहरूको विश्लेषण, महिलाको जीवनस्तरमा ल्याएको परिवर्तन, पर्यटन व्यवसायमा महिलाका चुनौतिहरू जस्ता उद्देश्यसँग सम्बन्धित रहेर गरिएको यस अध्ययनले विभिन्न पक्षहरूलाई उजागर गरेको छ ।

यस अध्ययनबाट अध्ययन क्षेत्रमा उत्तरदाताहरूको शैक्षिक स्तरलाई हेर्दा अधिकांस शिक्षित रहेको पाइयो । गुरुङ्ग समुदायको बाहुल्यता रहेको यस क्षेत्रमा धेरै बौद्ध धर्मावलम्बी तथा केहि हिन्दु र न्युन मात्रामा क्रिश्चियन महिलाहरू रहेको पाइयो । अध्ययन क्षेत्रमा महिला व्यवसायीहरू प्रायः जसोले आफ्नै घरमा व्यवसाय सञ्चालन गरेको पाइयो । उत्तरदाताहरू प्राय व्यवसायबाट सन्तुष्ट रहेको पाइयो जसका कारणले बहुसंख्यक महिलाहरूको आर्थिक अवस्था परिवर्तन भएको पाइयो । उक्त व्यवसायबाट भएको आम्दानीले जिविकोपार्जन गर्न सहज भएको र महिलाहरूले वचत पनि गर्ने गरेको पाइयो । केहि महिलाहरू चाहि आम्दानी मौसममा भर पर्ने, कम आम्दानी, केहि विकृतिहरू जस्ता कारणले असन्तुष्ट पनि रहेको पाइयो । विशेष गरी यस क्षेत्रमा घरबास व्यवसायमा संलग्न महिलाहरू अन्य व्यवसाय जस्तै चिया खाजा घर, खुद्रा पसल आदिमा संलग्न महिलाहरू भन्दा आर्थिक रूपले सम्पन्न र सन्तुष्ट रहेको पाइयो । उत्तरदाताको उद्देश्य भनेको पर्यटन लाई आफ्नै गाउँमा उत्पादन गरेको तरकारी, फापर कोदोको ढिडो, रोटी, मकै, लोकल कुखुराको मासु आदि दिने गरेको पाइयो ।

यहाँका महिलाहरू पर्यटन व्यवसायमा प्रवेश गर्नुपूर्व गृहिणी, कृषण, विद्यार्थी रहेको र व्यवसायमा संलग्न भए पश्चात उनीहरूको सीप र क्षमतामा वृद्धि भएको देखिएको छ । महिलाहरूको घरायसी निर्णय प्रकृत्यामा सक्रिय भुमिका रहेको पाइएको छ । हाल यस पेशामा रहेको महिलालाई समाजले हेर्ने दृष्टिकोण राम्रो रहेको पाइयो । यस पेशामा रहेका व्यवसायी

महिलाको दैनिक जीवन खानपान, भेषभुषा, बोलिचाली विचार तथा दृष्टिकोणका सकारात्मक परिवर्तन आएको छ । व्यवसायको कारणले गाँउमा पूर्वाधारको विकास, स्वागत गर्ने सुसंस्कार, पाहुना सत्कार, सरसफाई युक्त छलफल र आर्थिक संवृद्धि जस्ता अनुकरणीय प्रभावहरुसंस्कार विकास भएको पाइयो ।

यस क्षेत्रका महिलाहरुले पर्यटन व्यवसायमा प्रचारप्रसार अभाव, पुर्वाधार अभाव सीपयुक्त जनशक्ति अभाव, सुरक्षाको अभाव, सरसफाई चेतनाको कमि र परिस्थितजन्य समस्याहरु भोगेको पाइयो । पर्यटकबाट मनोवैज्ञानिक, संस्कृतिक, आर्थिक, होहल्ला गर्ने र विकृतिजन्य समस्याहरु भोग्नु परेको पाइयो । केहि महिलाहरुमा वाह्य पर्यटकसँग भाषागत समस्या रहेको पनि पाइयो । यहाँका पर्यटन व्यवसायी महिलाहरुले प्रचारप्रसार वृद्धि गर्ने, बाह्रै महिना पर्यटक आउन सक्ने गरी आफ्नो घरबास पर्यटनलाई विस्तार गर्न चाहेको कुरा अध्ययनको क्रममा पाइएको छ । यसका लागि बुद्ध आमा समुह, घरबास सञ्चालक समिति, युवाक्लब सबै खालेका सहयोग र समर्थन जुटाउन अत्यन्तै सम्बेदनशील भएर अगाडी बढिरहनु भएको छ । पर्यटन प्रवर्द्धन, पर्यटकीय पूर्वाधार व्यवस्थापन, पर्यटकको सेवा, सुविधा र सुरक्षाका खातिर सरकार, स्थानिय र सबै सरोकारवालाहरुको सहकार्य र समन्वय अपरिहार्य छ ।

सन्दर्भ सामग्री सूची

- आचार्य, शर्मिला (२०६६), *पर्यटन व्यवसायमा महिला सहभागिता*, पोखरा उपमहानगरपालिकाको समाजशास्त्रीय अध्ययन, अप्रकाशित एम.ए. शोधपत्र, समाजशास्त्र विभाग, त्रि.वि. काठमाण्डौ ।
- कुवँर, रमेशराज (२००६), *टुरिष्ट एण्ड टुरिजम साइन्स इन्डस्ट्रिज इन्टरफेस, इन्टरनेशनल स्कुल अफ टुरिजम एण्ड होटल म्यानेजमेन्ट*, दिल्लीबजार, काठमाण्डौ ।
- कोलियार, अलाम (१९८९), *प्रिन्सीपल इन टुरिजम, अकल्याड, न्युजिल्याण्ड*, काठमाण्डौ : प्रितम पब्लिसिड ।
- चौहान, वाई.सि (२००४), *इकोटुरिजम इन नेपाल*, दिल्ली : कलिङ्गा प्रकाशन ।
- जिल्ला विकास समिति, कास्की जिल्लाको पर्यटन गुरुयोजना (२०६८/६९ -०७७/०७८), जिल्ला विकास समितिको कार्यालय, कास्की ।
- तालिम सञ्चालन निर्देशिका (२०६५), *रोजगारीको लागि सीप परियोजना*, काठमाण्डौ : बिजुली बजार ।
- देवकोटा (ढकाल), मीरा (२००७), *एजुकटेड वुमन इन गर्भरमेन्ट इम्प्लोइमेन्ट, अ केश स्टडी अफ पोखरा सब-मेट्रोपोलिस एण्ड कास्की डिस्ट्रिक्ट डेभलपमेन्ट कमिटी अफिस*, अप्रकाशित शोधपत्र, समाजशास्त्र विभाग, पृथ्वीनारायण क्याम्पस, पोखरा ।
- नेपाल सरकार (२०६५), *पर्यटन निति*, दिल्ली बजार, काठमाण्डौ: हिमाल प्रकाशन ।
- नेपाल राष्ट्र बैंक (२०५७), *पोखरामा पर्यटन व्यवसाय समस्या चुनौती र उपलब्धि*, नेपाल राष्ट्र बैंक पोखरा ।
- पाठक, गीता र यूवराज सङ्गौला (२००२), *लैङ्गिक र कानुन नेपाली अवधारणा*, काठमाण्डौ : पृथ्वी प्रकाशन ।
- पोखरेल, खेमराज र गोविन्द कार्की (२०५५), *पर्यटन र विकास* वाराणसी, यू.पी, अनुराग प्रकाशन ।
- पुरी, उद्व (२०५६), *पर्यटन र विकास*, काठमाण्डौ : तलेजु प्रकाशन ।

पौडेल, टंकमणी (२०७४), *सामाजिक परिवर्तन र विकास अध्ययनहरु*, कीर्तिपुर,
काठमाण्डौ : क्वेस्ट पब्लिकेशन ।

भण्डारी, अनिता (२०६८), *एकल महिलाहरुको सामाजिक आर्थिक अवस्था*, अप्रकाशित
शोधपत्र, पृथ्वीनारायण क्याम्पस, पोखरा ।

भटिया, ए.के (१९९१), *अन्तराष्ट्रिय पर्यटन, मौलिक अधिकार सिद्धान्त र अभ्यास*, न्यु दिल्ली:
इन्टरलिडक पब्लिसिड प्राइभेट लिमिटेड ।

भाट, डि.पी. (२००६), *इको टुरिजम इन नेपाल*, काठमाडौं, अन्जु भाट प्रकाशन ।

रेज, जिओभानी (२००१), *थेओरिज अफ डेभलपमेन्ट*, अमेरिका : युनिभर्सिटी अफ पिट्सबर्ग ।

वेनेट, लिन (१९८३), *डेनजरस वाइभ्स एण्ड सेर्कड सिस्सटरर्स: सोसियल एण्ड सिम्बोलिक
रोल्स अफ हाइ कास्ट विमन इन नेपाल*, न्युयोर्क : कोलिम्बिया युनिभर्सिटी प्रेस ।

सत्याल, यज्ञराज (२०४२), *नेपालमा पर्यटन उद्योगको विकास*, जुनेली पत्रिका, वर्ष १४,
अंक ५ ।

सिन्हा, पि.सी. (२००३), *इनसाइक्लोपेडिया इकोडरिजम*, न्यु दिल्ली : अनमोल पब्लिकेशन ।

शर्मा, जे. के. (२०००), *टुरिजम प्लानिङ एण्ड डेभलपमेन्ट*, न्यु दिल्ली : कनिखा पब्लिकेशन।

शर्मा, कमलराज (२०६७), *विकास दृष्टिकोणहरु*, काठमाडौं: एक्मी ग्लोबल पब्लिकेशन ।

शाक्य, कर्ण (२००५), *सोच*, काठमाडौं, फाइन प्रिन्ट पब्लिकेशन ।

क्षेत्री, गणेश र रायमाफी, रामचन्द्र (२०५६), *पर्यटन विकास र व्यवस्थापन*, काठमाण्डौ :
एशिया पब्लिकेशन ।

अनुसुची-१

ग्रामिण पर्यटन व्यवसायमा महिला सहभागीताको ढाँचा
अनुसन्धानकर्ता: भगवती सापकोटा पृथ्वीनारायण क्याम्पस, पोखरा

अर्न्तवार्ता अनुसुची

नाम :..... उमेर:

पेशा:..... सहायक पेशा: धर्म:.....

शिक्षा :..... जातजातियता.....

वैवाहिक स्थिति:..... परिवार सङ्ख्या:

१. पारिवारिक विवरण:

क्र.स.	नाम	उमेर	लिङ्ग	पेशा	धर्म	शिक्षा

२. तपाईंको व्यवसाय गर्ने घरको प्रकार कस्तो छ?

(क) आरसिसि (ख) ढुङ्गाको (ग) टिनको

३. तपाईंले व्यवसाय आफ्नै घरमा गर्नुहुन्छ की भाडाको घरमा ?

(क) आफ्नो घरमा (ख) भाडामा

४. घर भाडामा लिनुभएको छ भने मासिक भाडा कति तिर्नुहुन्छ ?

.....

५. तपाईंले यो व्यवसाय सुरु गरेको कति वर्ष भयो ?
 (क) १ वर्ष भन्दा कम (ख) १ वर्ष देखि ५ वर्ष
 (ग) ६ वर्ष देखि १० वर्ष (घ) १० वर्ष भन्दा माथि
६. तपाईंको व्यवसायको प्रकार कस्तो छ ?
 (क) घरबास (ख) चिया खाजा पसल (ग) होटेल (घ) अन्य
७. यस व्यवसायमा प्रवेश गर्नुपूर्व तपाईंले के गर्नु हुन्थ्यो ?
 (क) गृहिणी (ख) कृषक (ग) व्यापार (घ) विधार्थी (ङ) अन्य
८. तपाईंको यस व्यवसायबाट मासिक आम्दानी कति हुन्छ ?
 (क) रु १०००० भन्दा कम (ख) रु १०-२० हजार (ग) रु २०००० माथि
९. तपाईंको पेशा व्यवसायबाट हुने आयआर्जनबाट परिवारको पालनपोषण गर्न पुग्छ ?
 (क) पुग्छ (ख) पुग्दैन
१०. यदि नपुगेमा कुन स्रोतबाट जुटाउनुहुन्छ ?

११. तपाईंको वार्षिक आम्दानी विवरण कस्तो छ ?

विवरण	कृषि	नोकरी	बैदेशिक रोजगार	फलफुल तरकारी	पशुपालन बिक्री	व्यापार व्यवसाय	अन्य
आम्दानी							
खर्च							
बचत							

१२. व्यवसायबाट प्राप्त आम्दानी के मा खर्च गर्नुहुन्छ ?
 (क) खाना (ख) शिक्षा (ग) स्वास्थ्य (घ) लत्ताकपडा (ङ) अन्य
१३. व्यवसायबाट हुने आम्दानी बचत गर्नु भएको छ ?
 (क) छु (ख) छैन
१४. छ भने कसरी ?
 (क) बैङ्क तथा वित्तिय संस्थामा (ख) सहकारी संस्थामा (ग) व्यक्तिगत सापटी
१५. यस व्यवसायबाट हुने आम्दानी कहाँ लगानी गर्नुभएको छ ?

१६. यस व्यवसायबाट तपाईं सन्तुष्ट हुनुहुन्छ ?

(क) छु (ख) छैन

१७. यदि सन्तुष्ट हुनुहुन्न भने किन ?

.....

१८. तपाईंले यस पेशा सम्बन्धी कुनै तालिम लिनुभएको छ ?

(क) छ (ख) छैन

१९. यदि छ भने कस्तो किसिमको तालिम ?

.....

२०. तपाईं यस व्यवसाय बाहेक अरु के मा संलग्न हुनुहुन्छ ?

.....

२१. तपाईंको परिवारमा रहेको जग्गाको विवरण दिनुहोस् ।

क्र.स.	जग्गाको किसिम	क्षेत्रफल (रोपनी/आना/ हल	कैफियत
१	घरबारी		
२	खेत		
३	पाखोबारी		
४	खोरीया		
५	व्न		

२२. तपाईंको जग्गाबाट बार्षिक कति उत्पादन गर्नुहुन्छ ?

विवरण	धान	मकै	कोदो	गहुं	तोरी	भटमास	अन्य
माना							
पाथी							
मुरी							

२३. तपाईं कुनै संघ संस्थामा आवद्ध हुनुहुन्छ ?

(क) छु (ख) छैन

२४. यदि आवद्ध हुनुहुन्छ भने कुन संस्था र पदमा ?

.....

२५. तपाईले कुनै सामाजिक संघ संस्थाबाट सम्मान वा पुरस्कार प्राप्त गर्नु भएको छ ?
(क) छ (ख) छैन
२६. यस पेशा व्यवसायमा सम्लग्न भएपछि के के कुरामा परिवर्तन ल्याएको छ ?
(क) दैनिक जिविका (ख) खानपान (ग) भेषभुषा (घ) बोलिचाली (ङ) अन्य
२७. यस व्यवसाय गर्ने महिलाप्रति समाजको धारणा कस्तो छ ?
(क) राम्रो (ख) नराम्रो (ग) ठिकै
२८. यस व्यवसायमा महिला सहभागिता कस्तो छ ?
(क) पूर्ण सहभागी (ख) अर्धसहभागी (ग) सामान्य
२९. तपाई कहां कस्ता पर्यटक आउने गर्नुभएको छ ?
(क) आन्तरिक (ख) वाहय (ग) दुवै
३०. पर्यटनमा सहभागी महिलाले समाजबाट के कस्ता समस्या भोग्नुपरेको छ?
.....
३१. तपाईले तपाईकहां आउने पाहुनाबाट कुन कुन समस्या समस्या भोग्नुपरेको छ ?
(क) आर्थिक (ख) सांस्कृतिक (ग) आर्थिक (घ) मनोवैज्ञानिक (ङ) अन्य
३२. तपाईलाई पाहुनासंग बोल्दा भाषागत समस्या हुने गरेको छ?
(क) छ (ख) छैन
३४. यदि छ भने कसरी समाधान गर्नु भएको छ ?
.....
३५. तपाईले पाहुनाको रुचिलाई प्राथमिकता दिनुभएको छ ?
(क) छ (ख) छैन
३६. पर्यटनमा सहभागी महिलाहरुको कस्तो मनोबल पाउनु भएको छ?
क उच्च ख. मध्य ग निम्न
३७. तपाईले व्यवसाय गर्नु पहिला र अहिले गाउँमा के परिवर्तन पाउनु भयो ?
.....
३८. यस व्यवसायले तपाईको सीप र क्षमतामा वृद्धि भएको छ ?
(क) छ (ख) छैन

३९. छैन भने तपाईंको सीप र क्षमतामा वृद्धि गर्न के के कुराले अवरोध गरेको छ ?
(क) तालिमको जानकारीको अभाव (ख) परिवारको असहयोग
(ग) आर्थिक अभाव (घ) अन्य
४०. यो व्यवसायमा तपाईं स्वतन्त्र हुनुहुन्छ ?
(क) छु (ख) छैन
४१. यदि स्वतन्त्र हुनुहुन्न भने कसरी ?
.....
४२. पर्यटनमा लागेर तपाईंले आफुलाई कुन रूपमा सबल पाउनुभएको छ ?
(क) आर्थिक (ख) मनोवैज्ञानिक (ग) सामाजिक (घ) सांस्कृतिक (ङ) सबै
४३. ग्रामिण पर्यटनले तपाईंको क्षेत्रमा लैगिंक समानता अभिवृद्धि गरेको छ ?
(क) छ (ख) छैन
४४. तपाईंका आगामी योजनाहरु के के छन्?
.....

तपाईंको अमूल्य समय र विचारका लागि धन्यवाद ।

अनुसुची - २

मुख्य विज्ञहरुसागको अन्तरवार्ता

नाम :..... उमेर:

लिङ्ग:..... पेशा: शिक्षा :.....

१. सिरुवारीको पर्यटन व्यवसायमा पर्यटकको लागी बसोबास, खानपान र अन्य सेवाको प्रबन्ध कसरी भएको छ ?

.....

२. पर्यटन व्यवसायी महिलाहरुप्रति कस्तो दृष्टिकोणले हेरिन्छ ?

.....

३. यस क्षेत्रका महिला व्यवसायी महिलाहरुको सामाजिक-आर्थिक अवस्था कस्तो छ ?

.....

४. यस क्षेत्रको पर्यटनमा के कस्ता समस्याहरु छन्?

.....

५. सिरुवारीको राजनैतिक अवस्थाले पर्यटनलाई कस्तो प्रभाव पारेको छ ?

.....

७. ग्रामिण पर्यटन र घरबासलाई थप व्यवस्थित गर्न के के गनुपर्ला ?

.....

८. यस क्षेत्रमा सरकार तथा स्थानिय निकायबाट कस्तो सहयोगको अपेक्षा गर्नुहुन्छ ?

.....

९. यहाँको सामुदायिक घरबास समितिका आगामी योजनाहरु के के छन्?

.....