घरबास पर्यटनको बजारीकरण र दिगोपना

(अमलटारी नवलपरासी र कालावाङ, कास्कीस्थित घरबास पर्यटनको तुलनात्मक अध्ययन)

त्रिभुवन विश्वविद्यालय मानविकी तथा सामाजिकशास्त्र सङ्काय अन्तर्गत
समाजशास्त्र विषयको स्नाकोत्तर तह दोश्रो वर्षको आंशिक
उपाधिका निमित्त प्रस्तुत गरिएको

शोध पत्र

प्रस्तुतकर्ता

श्यामसुन्दर पराजुली

कक्षारोल नं.- १२५/०७१

परिक्षा रोल नंः ४८०३४९/२०७४

त्रि.वि.वि. दर्ता नं.-७-१-२४१-३५६-९९

त्रिभुवन विश्वविद्यालय

मानविकीतथा सामाजिकशास्त्र सङ्काय

पृथ्वीनारायण क्याम्पस

समाजशास्त्र तथा ग्रामीण विकास विभाग

२०७५

त्रिभुवन विश्वविद्यालय
TRIBHUVAN UNIVERSITY
पृथ्वीनारायण क्याम्पस
PRITHVI NARAYAN CAMPUS

520142
520143
520389
523462
526837
527440
531944

पत्र संख्या :
चलानी नं. :

(...समाजशास्त्र तथा ग्रामीण.....)
विकास विभाग

भीमकाली पाटन, पोखरा, नेपाल
Bhimkali Patan, Pokhara, Nepal

सिफारिस पत्र

त्रिभुवन विश्वविद्यालय, पृथ्वीनारायण बहुमुखी क्याम्पस, मानविकी तथा सामाजिक शास्त्र सङ्काय, अन्तर्गत समाजशास्त्र विषयमा स्नाकोत्तर तहको आंशिक उपाधि पुर्तिका निम्ति शोध छात्र श्यामसुन्दर पराजुलीद्वारा **'घरबास पर्यटनको बजारीकरण र दिगोपना'** शीर्षकको शोधपत्र मेरो निर्देशनमा तयार पार्नुभएको हो । उहाँको कार्यप्रति म आफू सन्तुष्ट रहेको अवगत गराउँदै उक्त शोधपत्र आवश्यक मुल्याङ्कनको लागि सिफारिस गर्दछु ।

....

(उप-प्राध्यापक शिवबहादुर थापा)

शोध निर्देशक

समाजशास्त्र तथा ग्रामीण विकास विभाग

पृथ्वीनारायण क्याम्पस, पोखरा

मितिः २०७५/०८/१०

त्रिभुवन विश्वविद्यालय
TRIBHUVAN UNIVERSITY
पृथ्वीनारायण क्याम्पस
PRITHVI NARAYAN CAMPUS

☎ 520142
520143
520389
523462
526837
527440
531944

पत्र संख्या :
चलानी नं. :

(समाजशास्त्र तथा ग्रामीण विकास विभाग)

भीमकाली पाटन, पोखरा, नेपाल
Bhimkali Patan, Pokhara, Nepal

स्वीकृति पत्र

त्रिभुवन विश्वविद्यालय, पृथ्वीनारायण बहुमुखी क्याम्पस, मानविकी तथा सामाजिक शास्त्र सङ्काय, अन्तर्गत समाजशास्त्र विषयमा स्नाकोत्तर तहको आंशिक उपाधि पुर्तिका निम्ति शोध छात्र श्यामसुन्दर पराजुलीद्वारा **'घरबास पर्यटनको बजारीकरण र दिगोपना'** शीर्षकको सोधपत्र समाजशास्त्र विषयको स्नाकोत्तर तहको उपाधि प्राप्तिका लागि उचित ठानिएकाले स्वीकृति प्रदान गरिएको छ ।

मूल्याङ्कन समिति

....

(उप-प्राध्यापक शिवबहादुर थापा)
शोध निर्देशक
समाजशास्त्र तथा ग्रामीण विकास विभाग
पृथ्वीनारायण क्याम्पस, पोखरा

....

(उप-प्राध्यापक जनार्दन थापा)
बाह्य निरीक्षक
समाजशास्त्र तथा ग्रामीण विकास विभाग
पृथ्वीनारायण क्याम्पस, पोखरा

....

(प्रा.डा.विश्वकल्याण पराजुली)
विभागीय प्रमुख
समाजशास्त्र तथा ग्रामीण विकास विभाग
पृथ्वीनारायण क्याम्पस, पोखरा

कृतज्ञता

त्रिभुवन विश्वविद्यालय मानविकी तथा सामाजिकशास्त्र सङ्काय अन्तर्गत पृथ्वीनारायण क्याम्पस समाजशास्त्र तथा ग्रामीण विकास विभाग, स्नाकोत्तर दोश्रो वर्षको अध्ययन पुरा गर्नका लागि प्रस्तुत **'घरबास पर्यटनको बजारीकरण र दिगोपना'** शीर्षकको शोधपत्र आदरणीय गुरु शिव थापाको निर्देशनमा तयार पारेको हुँ ।

आफ्ना व्यस्त समयका बाबजुद पनि मेरो शोधपत्र तयार पार्ने क्रममा निर्देशनका लागि समय दिई शोधपत्र तयार पार्न आवश्यक सल्लाह, सुझाव एवं मार्गदर्शन गर्नुभएकोमा गुरूप्रति हार्दिक आभार व्यक्त गर्दछु ।

शोधपत्र लेखनका क्रममा प्रत्यक्ष अप्रत्यक्ष सुझाव दिनुहुने, आवश्यक पुस्तक तथा पत्रपत्रिका उपलब्ध गराई सहयोग गर्नुहुने मेरा सहयोगी मित्र, गण्डकी मिडियाका प्रिय साथीहरू, पर्यटन कार्यलय पोखरा, नेपाल पर्यटन बोर्ड, गण्डकी प्रदेश कार्यालय, उद्योग, पर्यटन, वन तथा वातावरण मन्त्रालय, अमलटारी मध्यवर्ती सामुदायिक घरबास पर्यटन व्यवस्थापन समिति, नवलपरासी कालावाङ घरेडी सामुदायिक घरबास पर्यटन, व्यवस्थापन समिति कास्की लगायतलाई कृतज्ञता ज्ञापन गर्दछु ।

श्यामसुन्दर पराजुली

२०७५/०८/१०

शोध सारांश

पर्यटनलाई समग्र विश्वमा नै फस्टाउँदो क्षेत्रका रूपमा लिइएको र आन्तरिक रूपमा समेत घुमफिरको प्रचलन बढिरहेको सन्दर्भमा ग्रामीण पर्यटनसँग सम्बन्धित घरबास पर्यटनको बारेमा अनुसन्धान हुन आवश्यक छ। नेपाल सरकारले पनि घरबास पर्यटनलाई महत्त्वका साथ हेरिरहेका सन्दर्भमा '**घरबास पर्यटनको बजारीकरण र दिगोपना**' शीर्षकमा यो अध्ययन गरिएको हो। अमलटारी नवलपरासी र कालावाङ, कास्कीस्थित घरबास पर्यटनको तुलनात्मक अध्ययन यस शोधकार्यमा समावेश गरिएको छ भने देहाय बमोजिमका उद्देश्य रहेका छन्।

- घरबास पर्यटनमा स्थानीय उत्पादनको उपलब्धता र दिगोपना विश्लेषण गर्ने
- घरबास पर्यटनको बजारीकरण रणनीतिको तुलनात्मक अध्ययन गर्ने

यो अध्ययन शैक्षिक उद्देश्यका साथ गरिएको हुनाले यसमा निहित गहनताका. परिणामस्वरूप समय, बजेट र मानवसाधनले सीमिततालाई मध्यनजर गरिएको छ। सैद्दान्तिक रूपमा यो अध्ययन प्रकार्यवादी दृष्टिकोण, समाजशास्त्रको पर्यटनमा आधारित रहेको छ। सामाजिक प्रणाली अस्तित्वमा आउनका लागि समायोजन, लक्ष्य पुरा गर्ने कार्य, एकता वा समन्वयात्मक प्रकार्य र तनावको व्यवस्थापन हुनुपर्ने प्रकायवादी समाजशास्त्रीहरूको धारणा रहेको छ। यस मान्यता अर्न्तगत सामुदायिक घरबास पर्यटनलाई एउटा सामाजिक प्रणाली मान्न सकिन्छ।

यसप्रणाली अस्तित्वमा आउनका लागि एक घरबास पर्यटन सञ्चालनमा रहेको भूगोल, घरबास पर्यटन सञ्चालकहरू, उक्त स्थानको वातावरण, समाज, पाहुना, पूर्वाधार लगायतका इकाईहरूवीच प्रकार्य हुनुपर्छ। घरबास पर्यटन सञ्चालक, स्थानीय नागरिक, घरबास पर्यटनमा आउने सेवाग्राही, सञ्चार माध्यम, पूर्वाधार, स्थानीय उत्पादन लगायतका वीचमा परस्पर अर्न्तसम्बन्धित क्रियाकलाप आवश्यक हुन्छ।

सामुदायिक घरबास पर्यटन मार्फत् आफ्ना मौलिक कला संस्कृति, सामाजिक-सांस्कृतिक मुल्य मान्यताको आधुनिकीकरण, त्यसका आधारभूत विषयको संरक्षणका लागि एउटा राम्रो विकल्प बन्ने संभावना छ। नेपाल सरकारले तय गरेका पर्यटन नीति, घरबास पर्यटनका सन्दर्भमा शोध पत्र, विज्ञहरूका लेख रचना लगायतका सामग्रीको अध्ययन एव सन्दर्भ

श्रोतले यस घरबास पर्यटनको विषयमा परिचित हुन र शोधलाई परिष्कृत बनाउन सहयोग पुगेको छ ।

वर्णनात्मक एवं विश्लेषणात्मक अनुसन्धान ढाँचाको प्रयोग यस शोधकार्यमा गरिएको छ । यस अध्ययनको क्षेत्र असिमित भएपनि औचित्य र सन्दर्भका दृष्टिले कालावाङ घरेडी सामुदायिक घरबास पर्यटन पोखरा २२ पुम्दीभुम्दी कास्की र अमलटारी मध्यवर्ती सामुदायिक घरबास पर्यटन नवलपरासी (सुस्ता बर्दघाट पूर्व) कावासोती नगरपालिका वडा नं. १५ बाघखोरमा (घरबास कार्यक्रम सञ्चालित समुदायसँग मात्र) केन्द्रित गरिएको छ । तथ्याङ्क सङ्कलनका लागि निर्दिष्ट प्रश्नावली समावेश गरिएको छ भने सरोकारवालासँग सामूहिक अन्तर्क्रिया र जिम्मेवार व्यक्तिसँग अन्तर्वार्ता विधि अपनाइएको छ। यसबाट गुणात्मक र सङ्ख्यात्मक तथ्याङ्क प्राप्त भएका छन्। सङ्कलित तथ्याङ्क प्राथमिक भएपनि केही सूचना र अभिलेख भने द्बितीय तथ्याङ्कका रूपमा पनि प्रयोग गरिएको छ ।

प्राप्त तथ्याङ्कलाई कम्प्युटरमा एक्सेल सफ्टवेयरका प्रयोगबाट तालिकीकरण, विश्लेषणका साथै तुलनात्मक रूपमा व्याख्या गरिएको छ । शोधका क्रममा स्थानीय उत्पादन अधिकत्तम ७० प्रतिशत, पाहुना आगमन अमलटारी घरबासमा ३० प्रतिशत र कालावाङ घरबासमा १० प्रतिशत देखिन्छ। आय आर्जनका हिसावले घरबास सञ्चालक सन्तुष्ट नै देखिन्छन्। स्थानीय उत्पादनलाई सतप्रतिशत बनाउने र बजारीकरणलाई व्यवस्थित गरेमा आम्दानी गुणात्मक रूपमा बढ्ने देखिन्छ। जसले यसको दिगोपनालाई सहयोग पुग्नेछ। घरबास पर्यटनले कृषि उत्पादनलाई व्यवसायीकरण गराएको छ, समुदायमा शिक्षा, स्वास्थ्य सरसफाई लगायतमा सचेतना अभिबृद्धि भएको छ ।

जनशक्तिका हिसावले भने घरबास पर्यटनको दिगापना चुनौतिपूर्ण देखिएको छ । युवा पुस्ता भन्दा प्रौढहरू संलग्न भएकाले जनशक्ति व्यवस्थापनतर्फ ध्यान दिनुपर्ने देखिन्छ भने बसाईं सराईले पनि घरबास पर्यटनको दिगोपनामा प्रभाव पार्ने देखिन्छ। कालाबाङको घरबास पर्यटन समाबेशी भएपनि सामाजिक मुल्यमान्यताका कारण दलित परिबारले सञ्चालन गरेको घरबासमा पाहुना व्यवस्थापन कठिन बनेको देखिन्छ। प्राकृतिक श्रोतसाधन, ऐतिहासिक स्थलहरूलाई पर्यटकीय हिसाबले प्रचार प्रसार गर्ने, स्थानीय उत्पादन बृद्धि गर्ने हो भने घरबासका साथै गाउँ पयर्टन दिगो बन्न सक्छ ।

विषय सूची

शीर्षक	पृष्ठ
सिफारिश पत्र	i
स्वीकृति पत्र	ii
कृतज्ञता ज्ञापन	iii
शोध सारांश	iv
परिच्छेद एक : शोधपत्र परिचय	**१–९**
१.१ अध्ययनको पृष्ठभूमि	१
१.२ समस्याको कथन	४
१.३ अध्ययनको उद्देश्य	६
१.४ अध्ययनको औचित्य र महत्त्व	६
१.५ अध्ययनका सीमा	८
१.६ अध्ययनको संगठन	८
परिच्छेद दुई : पूर्व साहित्यको समीक्षा	**१०–२६**
२.१ सैद्धान्तिक समीक्षा	१०
२.१.१ घरबास पर्यटनको अन्तर्राष्ट्रिय सन्दर्भ	१३
२.१.२ नेपालमा पर्यटन	१६
२.१.३ नेपालमा घरबास पर्यटनको शुरुवात	१६
२.२ पूर्व अध्ययनहरूको समीक्षा	१७
२.२.१ स्थानीय समुदायमा अवसरको सिर्जना	१७
२.२.२ घरबास पर्यटनको अवस्था	१८
२.२.३ कृषि उत्पादनमा बृद्धि	१८
२.२.४ महिला सहभागिताको अवस्था	१९
२.२.५ दिगोपनाका चुनौति	२०
२.२.६ नेपाल सरकारको घरबास पर्यटन सञ्चालन कार्यविधि	२१

२.२.७ गण्डकी प्रदेशको घरबास पर्यटन सञ्चालन कार्यविधि २२

२.२.८ घरबास पर्यटनको विशेष पहिचान(ब्राण्डिङ) २२

२.२.९ ग्रामीण र घरबास पर्यटन २३

२.२.१० घरबास पर्यटन प्रबर्द्धनका लागि भएका विभिन्न कार्यशाला २४

परिच्छेद तीन : अनुसन्धान विधि २७–२९

३.१ अध्ययन क्षेत्रको छनौट र औचित्य २७

३.२ अनुसन्धान ढाँचा २७

३.३ तथ्याङ्कको प्रकृति र स्रोत २८

३.४ समग्र तथा नमुना २८

३.५ तथ्याङ्क सङ्कलन विधि २८

३.६ तथ्याङ्क प्रस्तुतीकरण र विवेचना २९

परिच्छेद चार : घरबास पर्यटनमा स्थानीय उत्पादन र दिगोपना ३०–४२

४.१ घरबास पर्यटन शुरुवात ३०

४.२ घरबास पर्यटनमा उपलब्ध खानाका परिकार ३३

४.३ उपलब्ध पर्यटकीय आर्कषण ३४

४.४ घरबास पर्यटनमा सांस्कृतिक कार्यक्रम ३६

४.५ घरबास पर्यटनमा सामुदायिक भावना ३७

४.६ समावेशी घरबास पर्यटन ३८

४.७ अनुसन्धान र सिकाईको थलो ३९

४.८ कृषि उत्पादनमा व्यवसायिकीकरण ४०

४.९ कोसेली घर, सामुदायिक भवन ४१

४.१० आगामी योजना ४१

परिच्छेद पाँच : घरबास पर्यटनमा बजारीकरण रणनीति ४३–६४

५.१ घरबास पर्यटनमा उपलब्ध सेवा सुविधा ४३

५.२ बजारीकरण रणनीति ४७

५.३ पर्यटक आगमनको स्थिति ५१

५.४ सरकारी नीति नियमबारेको धारणा ५२

५.५ घरबास पर्यटन व्यवस्थित आवश्यक कुरा ५३

५.६ घरबास पर्यटनबाट आर्य आर्जन ५४

५.७ आम्दानीको मुख्य श्रोत ५५

५.८ घरबास पर्यटनको आम्दानीले हुने सहयोग ५५

५.९ घरबास पर्यटनमा संलग्न जनशक्ति ५६

५.१० छिमेकीको धारणा र सहयोग ५७

५.११ सामाजिक भूमिका ५८

५.१२ आत्मविश्वासको अवस्था ५८

५.१३ घरबास पर्यटनमा आवद्धता ५९

५.१४ पाहुनाको रुची ६०

५.१५ पाहुना व्यवस्थापन ६१

५.१६ आम्दानी खर्चको सन्दर्भ ६२

५.१७ रोजगारी, बसाईंसराईं र अन्य पेशा व्यवसायको अवस्था ६२

५.१८ घरबास पर्यटनमा भएको लगानी ६४

परिच्छेद छ : सङ्क्षेप र निष्कर्ष **६५–६९**

६.१ सङ्क्षेप ६५

६.२ निष्कर्ष ६७

सन्दर्भ सूची **७०–७३**

अनुसूची

तालिका सूची

तालिका ४.१ : शिक्षाको अवस्था ३१

तालिका ४.२ : घरबास पर्यटन सञ्चालन गर्दाको अनुभूति ३२

तालिका ४.३ : खानाको सूची ३३

तालिका ४.४ : सांस्कृतिक कार्यक्रम ३६

तालिका ५.१ : कालावाङमा पाइने कृषि उत्पादन ४४

तालिका ५.२ : अमलटारीमा पाइने कृषि उत्पादन ४५

तालिका ५.३ : खाना तथा आवास प्याकेज ४६

तालिका ५.४ : घरबास पर्यटनको प्रचार प्रसार ४७

तालिका ५.५ : प्रचार प्रसारका माध्यम ४८

तालिका ५.६ : बजारीकरणको प्रभावकारी माध्यम ५०

तालिका ५.७ : घरबास पर्यटनको प्रभावकारिता र दिगोपनाका लागि महत्त्वपूर्ण ५१

तालिका ५.८ : आम्दानी विवरण ५२

तालिका ५.९: घरबास पर्यटनको सञ्चालनमा सरकारको नीति नियम ५३

तालिका ५.१० : घरबास पर्यटनका व्यवस्थित रूपमा सञ्चालनका आवश्यक कुरा ५३

तालिका ५.११ : आयआर्जन बृद्धि ५४

तालिका ५.१२ : आयआर्जनको मुख्य श्रोत ५५

तालिका ५.१३ : आयबाट परिवारको आवश्यकता पुर्ति ५६

तालिका ५.१४ : घरबास पर्यटन सञ्चालनमा सहभागी जनशक्ति ५६

तालिका ५.१५ : घरबास पर्यटनबारे छिमेकीका धारणा ५७

तालिका ५.१६ : सामाजिक रूपमा सक्रियता ५८

तालिका ५.१७: आत्मविश्वास बृद्धि ५९

तालिका ५.१८ : घरबास पर्यटनमा आवद्धता ५९

तालिका ५.१९: पाहुनाको रुची ६०

तालिका ५.२० : पाहुना व्यवस्थापन ६१

तालिका ५.२१: आम्दानीको अवस्था ६२

तालिका ५.२२ : रोजगारी तथा अन्य पेशा व्यवसाय र बसाईंसराईं ६३

तालिका ५.२३ :लगानीको अवस्था ६४

चित्र सूची

चित्र २.१: पर्यटक आगमन विवरण १६

चित्र ४.१: घरबास पर्यटनमा सहभागी जाति/जनजातिगत विवरण ३८

परिच्छेद एक

शोधपत्र परिचय

१.१ अध्ययनको पृष्ठभूमि

पछिल्लो समय विश्वव्यापी रूपमा पर्यटन प्रायः मुलुकहरूको चासो र महत्त्वको क्षेत्र बनिरहेको छ। नेपालको सन्दर्भमा त झन् पर्यटन निकै महत्त्वपूर्ण रहेको छ। नेपाल सरकारले पनि पर्यटन क्षेत्रलाई प्राथमिकतामा राखेर नीति तथा कार्यक्रम र बजेट तय गर्दै आएको छ। पछिल्ला दिनहरूमा बाह्य मात्र नभई आन्तरिक रूपमा समेत पर्यटक रूपमा घुम्न जाने मनोरञ्जन लिने, व्यस्त जीवनशैलीलाई पुर्नताजगी गराउने तथा अध्ययन अनुसन्धान लगायतका काममा जाने क्रममा गुणात्मक बृद्धि भइरहेको छ।

पर्यटन समाजमा हुने क्रियाकलाप हुन्। समाज र पर्यटन एक आपसमा अर्न्तसम्बन्धित हुने गर्दछन्। पर्यटन उद्यम सञ्चालनका लागि यसका विभिन्न सरकोकारवालावीच प्रकार्य हुन आवश्यक छ। पर्यटनले समाजलाई आधुनिकता तर्फ डोर्याउन मद्दत पुऱ्याएको हुन्छ भने अर्कोतर्फ आफ्ना समुदायगत तथा भूगोलको ऐतिहासिकता, कला, संस्कृति, भेषभुषा संरक्षण तर्फ पनि समुदायको चासो अभिबृद्धि गराईरहेको हुन्छ।

पर्यटनको विकासले समुदायको कला, संस्कृति, मुल्य मान्यता, भाषा, संस्कृति लगायतको संरक्षणमा अवसर र चुनौती दुवै पैदा हुने गर्दछ। नेपाली शब्दकोष अनुसार दर्शनीय र महत्त्वपूर्ण स्थानहरू हेर्न वा मन वहलाउनका निम्ति देश विदेशमा गरिने भ्रमण वा यात्रालाई पर्यटन भनिन्छ (प्रज्ञा प्रतिष्ठान, २०७४)।

त्यस्तै पर्यटन उद्योग भन्नाले देश विदेशबाट मन बहलाउन वा महत्त्वपूर्ण स्थलहरूको अवलोकन गर्न आउने व्यक्तिहरूको सुविधाका लागि स्थापना गरिने पूर्वाधार एवं सेवा प्रवाहलाई बुझिन्छ। पर्यटन शब्दलाई अंग्रेजीमा Tourism भनिन्छ र त्यसको शाब्दिक बनौट फ्रेन्च शब्द 'Tourisme' बाट भएको हो। जसको अर्थ मनोरञ्जनका लागि गरिने घुमघाम वा व्यवसायका रूपमा पर्यटकको व्यवस्थापन गर्नु नै पर्यटन हो (उप्रेती, २०१३)।

पर्यटन क्षेत्रका विद्वान्‌ले १७ औं शताब्दीको पूर्वार्द्धदेखि पर्यटनको अस्तित्व शुरु भएको उल्लेख गर्दै व्यापकता पाएको १९ औं शताब्दीदेखि हो भनेका छन्। त्यसपछि नै पर्यटनको परिभाषा दिन थालिएको देखिन्छ। अष्ट्रियन अर्थशास्त्री हरम्यान्न वन सुलार्डले पर्यटनको सर्वप्रथम परिभाषा दिएको पाइन्छ। सुलार्डका अनुसार 'पर्यटन भन्नाले कुनैपनि निश्चित राष्ट्र, सहर, क्षेत्रभित्र र बाहिर विदेशीहरूको घुमफिर, आवतजावत र प्रवेशसँग प्रत्यक्ष सरोकार राख्ने आर्थिक प्रकृतिका सम्पूर्ण क्रियाकलापहरू हुन्।'

त्यसैगरी, विश्व पर्यटन संगठनले सन् १९९३ मा दिएको परिभाषामा पर्यटन भन्नाले मानिसका त्यस्ता गतिविधिहरूलाई बुझाउँछ, जो लगातार एक वर्षभन्दा बढी नहुनेगरी आफ्नो नियमित वातावरणभन्दा बाहिर फुर्सद मनाउन, व्यापार तथा अन्य विविध कार्यका लागि जाने गर्दछन्। वैदेशिक मुद्रा आर्जन गरी राष्ट्रिय अर्थतन्त्रमा सकारात्मक परिवर्तन गर्न सकिने भएकाले पर्यटनलाई हरेक राष्ट्रले प्राथमिकताको सूचीमा राख्दै आएका छन्।

नेपाल प्राकृतिक, धार्मिक, भूगोल, जातजाति, कला संस्कृति हरेक हिसावले पर्यटन क्षेत्रको अधिकतम संभावना बोकेको मुलुकका रूपमा रहेको छ। विश्वमै घुम्नुपर्ने देशहरूको सूचीमा नेपाल अग्रस्थानमा आउने गर्दछ। प्राकृतिक सौन्दर्य, प्रचुर जैविक विविधता, बहुभाषा, बहुधर्म, र सामाजिक विविधता एवं ऐतिहासिक तथा सांस्कृतिक सम्पदाले भरिपूर्ण नेपाल, विश्व पर्यटन मानचित्रमा आकर्षक पर्यटकीय गन्तव्यस्थलका रूपमा सुपरिचित छ।

नेपालको सन्दर्भमा ग्रामीण पर्यटनको भूमिका महत्त्वपूर्ण रहेको छ। विदेशी पर्यटकहरू पदयात्रा, साहासिक पर्यटन, हिमाल आरोहण, हिमाल लगायत प्राकृतिक सम्पदा अवलोकन, जंगल सफारी, चरा अवलोकन लगायतका उद्देश्यका साथ नेपाल आउने गर्दछन्। यी अधिकांश विषय ग्रामीण क्षेत्रसँग सम्बन्धित रहेकाले पनि ग्रामीण पर्यटनमा जानेहरूको सङ्ख्या पनि अधिक रहने गर्दछ। ग्रामीण पर्यटनसँग सम्बन्धित रहेको घरबास पर्यटनले आफ्नो समाज विकास, सामाजिक आर्थिक विकासका साथै आफ्नो समुदायको कला, संस्कृतिको संरक्षण एवं प्रवर्द्धन, स्थानीय उत्पादन लगायतका विषयमा के कसरी अगाडि बढाईरहेको छ भन्ने विषय पर्यटनको समाजशास्त्रको अध्ययनक्षेत्र भित्र पर्दछ।

अन्तर्राष्ट्रिय सन्दर्भमा घरबास पर्यटन विद्यार्थीहरूलाई अध्ययनका क्रममा सस्तो तथा पारिवारीक वातावरण प्रदान गर्ने हिसावले विकास भएको पाइन्छ। विभिन्न विश्वविद्यालयहरूले मापदण्ड तय गरी आफ्ना विद्यार्थीहरूलाई घरबास पर्यटनमा राख्ने

व्यवस्था मिलाएका छन् । क्युवा, पोर्चुगल, ब्राजिल, पेरु, बेलारुस, अष्ट्रेलिया, भियतनाम, टर्की भारत, चीन, थाइल्याण्ड, नर्वे, मलेसिया कोरिया लगायतका मुलुकमा घरबास पर्यटन प्रचलनमा रहेको छ ।

अष्ट्रेलियाको ग्रिफिथ युनिभर्सिटीले घरबास पर्यटन सम्बन्धी नीति बनाएर कार्यान्वयनमा ल्याएको छ । जसमा परिचय, घरबास पर्यटन व्यवस्थापन, घरबास पर्यटन सञ्चालक र बस्ने विद्यार्थीका उत्तरदायित्वको विषय उल्लेख गरिएको छ । उक्त नीतिमा सेवा प्रवाह, छनौट प्रक्रिया, घरबास पर्यटन सेवाका बारेमा सूचना, तालिम तथा जानाकारी, सेवाशुल्क, घरबास पर्यटन सञ्चालकले पालना गर्नुपर्ने शर्तहरू लगायतका विषय उल्लेख छ (ग्रिफिथ युनिभर्सिटी, २०१७) ।

न्युजिल्याण्डमा घरबास पर्यटन सम्बन्धी मापदण्ड बनाइएको छ । सो मुलुकमा विद्यार्थीहरूलाई लक्षित गरी घरबास पर्यटन सञ्चालनमा रहेका छन् र मापदण्डमा आधारभूत बिषय उल्लेख छ । घरबास पर्यटनको सेवा लिनुपूर्व सो मापदण्डको अध्ययन गर्न विद्यार्थी तथा पाहुनाहरूलाई सुझाव समेत दिइएको छ । बैठक कोठा, सञ्चार सुविधा(फोन, इन्टरनेट), भान्छाकोठा, खाना नास्ता, उपलब्ध बजार, सुत्ने कोठा, सरसफाई, टेबल कुर्ची, शौचालय, बाथरुम, कपडा धुने व्यवस्था लगायतका विषयमा पाहुनालाई जानकारी गराउनुपर्नेछ । खासगरी विद्यार्थीलाई लक्षित गरिएको र उनीहरू आफ्नो अध्ययन अवधिभर बस्ने हुनाले पनि परिवारमा छिटो घुलमिल गराई पारिवारीक वातावरणमै अध्ययन गर्न सकुन् भन्ने लक्ष राखेको देखिन्छ (नर्थटेक, २०१७) ।

छिमेकी मुलुक भारतमा विभिन्न स्थानमा रहेका पर्यटन कार्यलयमा घरबास पर्यटन दर्ता गरी सञ्चालन गर्न सक्ने प्रावधान रहेको छ । त्यस्तै छिमेकी मुलुक चीनमा विद्यार्थीहरूलाई त्यहाँका आदिवासी समुदायका घरमा बस्ने व्यवस्था मिलाइएको छ । बुकिङ डट कममा मात्रै ३५ सय बढी घरबास पर्यटन रहेको विवरण पाउन सकिन्छ । चीनमा बसौं, चीनीयाँ भाषा र संस्कृति सिकौं भन्ने नारा उल्लेखित लोगो भेट्न सकिन्छ ।

नेपालमा घरबास पर्यटन खासगरी आन्तरिक तथा बाह्य पर्यटकलाई लक्षित गरेर सञ्चालनमा आएका छन् । घरबास पर्यटन भन्नाले पर्यटकलाई आवास, खाना र अन्य सेवा प्रदान गर्ने उद्धेश्यले आफ्नै घर समुदायमा निजी वा सामूहिक रूपमा सञ्चालन गरिएको सेवा हो । कम्तीमा पाँचवटा घरधनीले सामुहिक व्यवस्थापन गरी संचालन गरेको घरबास

पर्यटनलाई सामुदायिक ग्रामीण घरबास पर्यटन र ग्रामिण तथा शहरी क्षेत्रमा निजी स्तरमा सञ्चालित घरबास पर्यटनलाई निजी घरबास पर्यटनको रूपमा वर्गीकरण गरिएको छ (पर्यटन मन्त्रालय, २०६७) ।

नेपालमा २५१ वटा सामुदायिक घरबास पर्यटनहरू सञ्चालनमा रहेका छन् (अर्थमन्त्रालय, २०७५) । २०५४ साल असोजबाट स्याङ्जा जिल्ला आँधिखोला गाउँपालिका वडा नं. १ को गुरुङ बस्तीमा क्या.रुद्रमान गुरुङको पहलमा पहिलो घरबास पर्यटनको रूपमा शिरुवारी घरबास पर्यटन सन्चालनमा आएको हो (पर्यटन बोर्ड, २०७३) ।

पर्यटकीय हिसावले परिचित गण्डकी प्रदेशमा दर्ता भएका निजी तथा सामुदायिक गरी कूल ६९ वटा घरबास पर्यटन रहेका छन् भने त्यत्तिकै सङ्ख्यामा दर्ता नभएका घरबास पर्यटन रहेको अनुमान छ। कास्की जिल्लामा १४ सामुदायिक र १९ वटा निजी घरबास पर्यटन सञ्चालनमा रहेका छन् (पर्यटन कार्यालय, २०७५)। दर्ता भएका घरबास पर्यटनका तथ्याङ्कमा झण्डै ५०० घरमा घरबास पर्यटन सञ्चालनमा रहेको देखिन्छ ।

सामाजिक तथा आर्थिक रूपले बहिष्करणमा परेका समुदायलाई घरबास पर्यटन कार्यक्रमले अग्रभागमा ल्याउनका लागि मद्दत पुगेको छ। सामुदायिक घरबास पर्यटनहरूमा सम्बन्धित क्षेत्रका सामाजिक सांस्कृतिक पक्ष, सम्बन्धित समुदायको रीति रिवाज, चाल चलन, भेष, भुषा, कला संस्कृति, सांस्कृतिक मुल्य मान्यता पर्यटकका लागि आकर्षक, मनोरन्जनयुक्त हुनुका साथै अध्ययन अनुसन्धानको विषय हुने गर्छ ।

नेपाल सरकारले सुखी नेपाली बनाउने लक्षका साथ आफ्नो विकास कार्यक्रमलाई अगाडि बढाउने लक्ष लिएको छ। यो लक्ष पुरा गर्नका ग्रामीण तथा घरबास पर्यटन एवं तल्लो तहमा रहेका समुदायको संलग्नता आवश्यक छ। समृद्धिका लागि पर्यटन, उर्जा, कृषि र उद्योगलाई प्राथमिकता राखिएको छ (अर्थमन्त्रालय, ०७५) / घरबास पर्यटनसँगै कृषि, साना उद्योगधन्दा, पर्यटकीय संभावना भएका क्षेत्रको विकास मार्फत् ग्रामीण क्षेत्रमा बस्ने समुदायको जीवनस्तर सुधार गर्न सकिन्छ ।

१.२ समस्याको कथन

पछिल्लो समयमा ग्रामीण पर्यटनलाई सरकार तथा समुदाय दुवैले महत्त्व दिएका छन्। तर बढ्दो बसाईं सराई, शिक्षा तथा रोजगारीका लागि युवाशक्ति शहर तथा विदेशमा जाने प्रचलनले गर्दा ग्रामीण पर्यटन तथा घरबास पर्यटन कार्यक्रमलाई भने गम्भीर असर गरेको

छ। प्राकृतिक रूपमा मनोरम स्थलहरूमा घुम्नका लागि आन्तरिक तथा बाह्य पर्यटक पुग्ने गर्दछन्। तर स्थानीय नागरिक भने शहरतिर झरेको अवस्था विद्यमान छ। परम्परागत ढंगले खेतीपाती गर्दा उत्पादन भन्दा लागत धेरै पर्ने हुँदा कृषिमा अरुची, श्रमशक्तिको अभाव लगायतमा समस्या पनि रहेका छन्। गाउँमा जाने पर्यटकलाई सेवा प्रवाहमा आवश्यक पर्ने बस्तु आयात गर्नुपर्ने अवस्था रहेको छ।

विभिन्न अध्ययनहरूको निष्कर्षलाई हेर्दा घरबास पर्यटन कार्यक्रमले स्थानीय समुदायमा अवसरको सिर्जना गरेको छ। सिरुवारी, घलेगाउँ, ल्वाङ्गघलेल लगायतका स्थानमा स्थानीय समुदायले आफ्नै श्रोत साधनको परिचालनबाट घरबास पर्यटन सञ्चालन गरेका छन्। घरबास पर्यटनकै कारण समुदायले नवलपुर अमलटारीमा थारु नाच, लमजुङ घलेगाउँमा(रोधी) लगायतका स्थानीय क्रियाकलापबाट अतिरिक्त आम्दानी समेत गरेका छन्, (लामा, २०१३।

नेपाल राष्ट्रबैंकले बर्दिया जिल्लाको डल्ला गाउँस्थित सामुदायिक घरबास पर्यटनको दिगोपनाका विषयमा अध्ययन अनुसन्धान गरेको थियो। घरबास पर्यटनको दिगोपना र विकासका लागि उपयुक्त वातावरण निर्माणमा समुदाय र नीजि तथा वित्तीय क्षेत्रले महत्त्वपूर्ण भूमिका खेल्नुपर्ने अध्ययनको निष्कर्ष रहेको छ। सरकारले नीति निर्माण देखि लिएर प्रचारप्रसार, घरबास पर्यटनको पूर्वाधार निर्माणमा अनुदान व्यवस्था गर्नुपर्ने सुझाव दिइएको छ (नेपाल राष्ट्र बैंक, २०१५)।

बनविज्ञान अध्ययन संस्थान, पोखराकी शोद्यार्थी करुना कार्कीको Assessment of Homestay Program at Amaltari Village of Nawalparasi, Nepal शीर्षकको अध्ययनमा साथीभाई नातासम्बन्ध तथा सामाजिक सञ्जाल, कार्यक्रम, बैठक, गोष्ठीमा सहभागी भएका आधारमा घरबास पर्यटनबारे पाहुना या पर्यटकले थाहा पाएको उल्लेख छ।

अध्ययनमा समुदायले करेसाबारी, च्याउखेती, स्थानीय कृषि उत्पादन, माछापालन लगायतमा जोड दिनुपर्ने उल्लेख छ (कार्की, २०१६)।

माथिका उल्लेख गरिएका अध्ययनहरूमा प्रायः एक स्थानको मात्रै घरबास पर्यटनलाई नमुनाका रूपमा लिइ अध्ययन गरिएको छ भने आर्थिक पक्ष, बाह्य सहयोग र अनुदानका विषयलाई विशेष महत्त्व दिइएको छ। स्थानीय समुदाय स्वयंले घरबास पर्यटनको

दिगोपनाका लागि अपनाइरहेका वैकल्पिक क्रियाकलापबारे अध्ययन आवश्यक देखिन्छ। त्यसैगरी बजारीकरणका लागि भएको प्रयासका बारेमा पनि अध्ययन हुन आवश्यक छ।

घरबास पर्यटनको दिगोपना, स्थानीय कृषि उत्पादन उपलब्धता र उपयोगको अवस्था, सामाजिक बजारीकरणका लागि अपनाएका रणनीतिबारे थप अध्ययन हुन जरुरी छ। आजको सन्दर्भमा एक स्थानको कमी कमजोरी हटाउन अर्को स्थानका अभ्यास एवं अनुभव उपयोगी हुन सक्ने भएकाले तुलनात्मक अध्ययन सान्दर्भिक हुन्छ। बजारीकरणका सन्दर्भमा एक अर्काका अनुभव उपयोगी हुन सक्ने देखिन्छ।

यस अध्ययनमा स्थानीय कृषि तथा पशुजन्य उत्पादनको उपलब्धता, समुदायमा पारेको सामाजिक आर्थिक प्रभाव, घरबास पर्यटनको सामाजिक बजारीकरण तथा दिगोपनाका लागि समुदाय स्तरमा अपनाइएका उपायका बारेमा खोजी गरिनेछ।

१.३ अध्ययनको उद्देश्य

पर्यटन क्षेत्रसँग घरबास पर्यटन पनि जोडिएको छ। 'अतिथि देवो भवः' अर्थात् पाहुना देवता समान हुन्छन भन्ने मान्यताका साथमा नेपाली समाजमा पाहुनालाई सत्कार गर्ने प्रचलन रहेको छ। घरबास पर्यटनमा के कसरी सञ्चालन भइरहेको छ, यसका आधारभूत मुल्य मान्यतामा आधारित छ कि छैन भन्ने लगायतका विषयमा आधरित भई घरबास पर्यटनको विकास, यसको अवधारणा, दिगोपनाका विषयमा अध्ययन गरिनेछ। यस अध्ययनको देहाय बमोजिमका उद्देश्य रहेका छन्।

- घरबास पर्यटनमा स्थानीय उत्पादनको उपलब्धता र दिगोपना विश्लेषण गर्ने
- घरबास पर्यटनको बजारीकरण रणनीति सम्बन्धमा तुलनात्मक अध्ययन गर्ने

१.४ अध्ययनको औचित्य र महत्त्व

पछिल्लो समयमा विभिन्न स्थानमा रहेका सुमदाय तथा आन्तरिक एवं बाह्य पर्यटकमा समेत घरबास पर्यटनतर्फ आर्कषण बढ्दो छ। यद्यपि यसका आधारभूत मुल्य मान्यता पालना भएका छन् कि छैनन् भन्ने विषय महत्त्वपूर्ण हो। परम्परागत सामाजिक मुल्य मान्यता, मौलिक कला संस्कृति, आफैंमा अध्ययन र खोजका विषय हुन्। पछिल्लो पुस्ता आफ्ना समुदायको सामाजिक मुल्य मान्यताबारे समेत अनविज्ञ छन्।

पछिल्लो समयमा जुनसुकै समुदायमा पनि परम्परागत कला संस्कृति, आफ्नो मौलिकपना लोप हुन लागेकामा चिन्ता भइरहेको छ । यस सन्दर्भमा सामुदायिक घरबास पर्यटन आफ्ना मौलिक कला संस्कृति, सामाजिक-सांस्कृतिक मुल्य मान्यताको आधुनिकीकरण, त्यसका आधारभूत विषयको संरक्षणका लागि एउटा राम्रो विकल्प बन्ने संभावना छ ।

बढ्दो शहरीकरण, वैदेशिक रोजगारी तथा शिक्षाका लागि हुने विदेश पलायन लगायतले पनि आफ्ना समुदायका रहन सहन, सामाजिक गतिविधि, भेष भुषा कला संस्कृतिबारे युवा पिंढी अनविज्ञ अवस्थामा रहेका छन् । यस अध्ययनबाट घरबास पर्यटनमा आवद्ध समुदायको सामाजिक मुल्य मान्यता परम्परागत चाल चलन लगायतका विषयमा जानकारी मिल्नेछ ।

यस शोधकार्यमा सम्बन्धित समुदायका लागि आफ्ना मौलिक सामाजिक मुल्य मान्यता, अर्गानिक कृषि उत्पादन, पशुजन्य तथा माछा उत्पादनको घरबास पर्यटनमा उपयोगको अवस्था, घरबास पर्यटनको सामाजिक बजारीकरण र दिगोपनाका लागि भएका प्रयास लगायतका विषयमा अध्ययन एवं अनुसन्धान हुनेछ ।

नेपाल सरकारले पर्यटनलाई प्राथमिकतामा राखेको छ भने गण्डकी प्रदेशले आर्थिक बर्ष ०७५/७६ को नीति तथा कार्यक्रम र बजेट वक्तव्यमा ग्रामीण पर्यटनलाई विशेष जोड दिएको छ । तीन सय गाउँलाई नमुना पर्यटकीय गाउँका रूपमा विकास गर्न घरबास पर्यटन पर्यटन पूर्वाधार विकासका लागि ३० करोड बजेट विनियोजन गरिएको छ (आर्थिक मामिला मन्त्रालय, ०७५) । त्यसैगरी गण्डकी प्रदेशका स्थानीय तहहरूले पनि ग्रामीण पर्यटन र घरबास पर्यटन प्रबर्द्धन कार्यक्रमलाई प्राथमिकतामा राखेका छन् । यतिमात्र नभई विभिन्न स्थानमा समुदाय तथा एकल प्रयासमा घरबास पर्यटन सञ्चालनले बढावा पाएको छ ।

बढ्दो शहरीकरणले कतिपय गाउँ रित्तो अवस्थामा छन्, सामाजिक सांस्कृतिक सम्बन्ध टुटेका छन् । यसले जनसङ्ख्याको चापलाई समेत असन्तुलित बनाउने अवस्था छ । ग्रामीण पर्यटन र घरबास पर्यटन कार्यक्रमलाई प्रभावकारी बनाउन सकेमा बसाईंसराई रोकिने, रोजगारीको सिर्जना हुने, कृषि उत्पादनले बढावा पाउने, बजार उपलब्ध हुने समग्रमा समुदायको सामाजिक आर्थिक जीवनस्तर माथि उठ्ने निश्चित छ । यसर्थ पनि ग्रामीण पर्यटन र घरबास पर्यटन सम्बन्धी अध्ययनको औचित्य र महत्त्व बढी रहेको छ ।

१.५ अध्ययनका सीमा

कुनै पनि अध्ययन अनुसन्धानको क्रममा एउटा निश्चित सीमा निर्धारण गर्नु आवश्यक हुन्छ। यसका लागि घरबास पर्यटन सञ्चालनमा रहेका २ स्थान, त्यसमा पनि घरबास पर्यटनका सञ्चालक र त्यस आसपासका स्थानीय नागरिकहरूलाई यस अध्ययनमा समावेश गरिनेछ।

पछिल्लो दशकमा मात्रै आएको र निकै कम मात्र घरबास कार्यक्रम व्यवस्थित रूपमा सञ्चालनमा आएको हुँदा अध्ययनमा सीमा रहने निश्चित छ। २ स्थानमा सञ्चालित घरबास पर्यटनलाई मात्र अध्ययनका क्रममा नमुनाका रूपमा लिइने हुँदा अध्ययनमा पनि सीमा रहनेछ। त्यसमा पनि नमुनाका लागि छनौट भएका घरबास पर्यटनको बजारीकरण, दिगोपना तथा स्थानीय कृषि उपजहरूको प्रयोगको अवस्थालाई महत्त्वका साथ अध्ययन गरिनेछ। अर्कोतर्फ निश्चित क्षेत्रभित्र अध्ययन गरिने हुँदा यसबाट प्राप्त निचोडहरू समाजका सबै क्षेत्रमा लागू गर्न सकिदैन। समय, लागत जस्ता पक्ष पनि यस अध्ययनका सीमाहरू हुन्।

१.६ अध्ययनको संगठन

यस अध्ययनमा ६ परिच्छेद रहनेछन्। जुन निम्न अनुसार रहेका छन्।

परिच्छेद - १ : शोधपत्रको परिचय

यस परिच्छेद अन्तर्गत अध्ययनको पृष्ठभूमि, समस्याको कथन, अध्ययनको उद्देश्य, औचित्य र महत्त्व, अध्ययनका सीमा तथा अध्ययनको संगठनका विषय समावेश गरिएको छ।

परिच्छेद - २ : सन्दर्भ सामग्रीको पुनरावलोकन

यस परिच्छेदमा सन्दर्भ सामग्रीहरूको पुनरावलोकन गर्ने प्रयत्न गरिएको छ। पूर्व साहित्य समीक्षा अन्तर्गत सैद्धान्तिक समीक्षा, कृषि उपजको उपलब्धता, सामाजिक बजारीकरणको अवस्था, महिला सहभागिताको अवस्था, पर्यटक आगमन उनीहरूको सन्तुष्टी लगायतका विषय समावेश छन्। नेपालमा पर्यटन क्षेत्र, यसको विकासक्रम, घरबास पर्यटनको अन्तर्राष्ट्रिय तथा नेपाली सन्दर्भ, विज्ञहरूका लेख, रचना विभिन्न प्रकाशन, तथ्याङ्क, सरकारको घरबास पर्यटन सम्बन्धी नीति लगायतलाई अध्ययनमा समावेश गरिएको छ।

परिच्छेद - ३ : अध्ययन पद्धति

तेश्रो परिच्छेदमा अध्ययन क्षेत्रको छनौट र परिचय, अनुसन्धान ढाँचा, अध्ययनको प्रकृति र स्रोत, समग्र तथा नमुना, तथ्याङ्ग सङ्कलन विधि यसमा समावेश गरिएको छ ।

परिच्छेद - ४ : तथ्याङ्क विश्लेषण

यस परिच्छेदमा विज्ञहरूको घरबास पर्यटन सम्बन्धी अवधारणा, यसले ग्रामीण पर्यटन प्रवर्द्धनमा खेलिरहेको भूमिका, प्रश्नावली अन्तर्वार्ता, समूह छलफल, अवलोकन लगायतबाट प्राप्त विषय रहेका छन् ।

परिच्छेद - ५ : तुलनात्मक अध्ययन

यस परिच्छेदमा दुई फरक स्थानमा सञ्चालित घरबास पर्यटनको सामाजिक बजारीकरण, स्थानीय श्रोत साधनको उपलब्धता र उपयोगबारे तुलनात्मक अध्ययन गरिएको छ ।

परिच्छेद - ६ : सङ्क्षेप र निष्कर्ष

यस परिच्छेदमा तथ्य र निष्कर्ष, सन्दर्भसामग्री र प्रश्नावलीको नमुना, अनुसूची समावेश गरिएको छ ।

परिच्छेद दुई

पूर्व साहित्यको समीक्षा

२.१ सैद्धान्तिक समीक्षा

मानिस विवकेशील सामाजिक प्राणी हो । मानिसले मात्र कुनै पनि कार्यका लागि बुद्धि विवेकको प्रयोग गर्न सक्दछ । पछिल्लो समयमा शहर बजारमा बस्नेहरू त प्रायः आफ्नो पेशा व्यवसायमा व्यस्त हुने, समाजबारे चासो नराख्ने, आफ्नै टोल छिमेकमा के भइरहेको छ भन्ने सम्म थाहा नपाउने अवस्था छ । शिक्षा तथा रोजगारीका लागि हुने बसाई सराईले सहरबजारमा फरक-फरक ठाउँका मानिसहरू बसोबास गर्न पुगेका छन् । सहरमा एउटै घरमा डेरामा बस्नेहरू पनि अपरिचित हुने अवस्था छ । यसले सामाजिक संरचना के कसरी विकास हुँदैछ भन्ने विषय पनि महत्त्वपूर्ण बनेको छ ।

वर्तमान ग्रामीण समाजमा बसाईं सराईं, शिक्षा र रोजगारीका कारणले गर्दा जनसङ्ख्या घट्दो छ भने श्रमशक्तिको उपलब्धता कमजोर अवस्थामा छ। पहिला एउटै घरमा हजुरबुबा, हजुरआमा, छोरा, बुहारी, नाति नातिना, पनाति पनातिनासम्म भेट्न सकिन्थ्यो । तर अहिले प्रायः ग्रामीण समाजमा बृद्ध अवस्थाका ज्येष्ठ नागरिक मात्र रहने अवस्था छ । हिजोको समाज व्यवस्था भत्कदैं छ र नयाँ समाज व्यवस्था विकास हुँदैछ ।

समाज व्यवस्था अन्तर्गत विभिन्न भाग इकाई हुने गर्दछन् । ति इकाईहरूले खेल्ने भूमिका वा गर्ने पकार्य समाज व्यवस्थाको निरन्तरताका लागि महत्त्वपूर्ण हुने गर्दछन् । समाजमा हुने विभिन्न घटनाहरूलाई हेर्ने समाजशास्त्रीहरूको दृष्टिकोण फरक-फरक रहेको छ ।

संरचनात्मक प्रकार्यवादी दृष्टिकोणले समाजमा घट्ने कुनै पनि घटनालाई हेर्ने दृष्टिकोण र मार्क्सवादी दृष्टिकोण अनुसार सोही घटनालाई विश्लेषणको तरिका फरक हुन्छ । मार्क्सवादी दृष्टिकोणले समाजमा रहेका विभिन्न इकाईहरूवीच द्वन्दात्मक सम्बन्ध रहन्छ भन्ने मान्यता राख्दछ भने प्रकार्यवादी दृष्टिकोणले समाज व्यवस्था सन्तुलनका लागि इकाईहरूवीच सकारात्मक प्रकार्य भइरहेका हुन्छन् भन्ने मान्यता राख्छ ।

समाज व्यवस्थाको निरन्तरता, परिवर्तन र सन्तुलनका लागि यसका इकाईहरूले आ-आफ्ना भूमिका निर्वाह गर्नुपर्ने हुन्छ । मानिस चेतनशील प्राणी भएकाले उसले समाजका खास मुल्य

मान्यता एवं परिधिलाई आत्मसाथ गरिरहेको हुन्छ । एउटा मानव सामाजिक मुल्य मान्यता भन्दा बाहिर जान सक्दैन । इतिहास र जीवनलाई जोडेर आफू र आफ्नो सम्बन्ध अन्य समाज एवं संसारसँग के कसरी निर्धारण गर्ने अनि इतिहास र जीवनले व्यक्तिगत जीवनमा कस्तो प्रभाव पार्छ त्यसको वैज्ञानिक आधारमा अध्ययन गरी उत्तर दिनु नै समाजशास्त्रीय दृष्टिकोण हो (मिल्स, १९५९) । मिल्सका अनुसार सामाजिक व्यवहारलाई बुझ्नका लागि समाजशास्त्रीहरू एक असाधारण प्रकारको सिर्जनशील चिन्तनमा भर पर्दछन ।

प्रकार्यवादी समाजशास्त्रीहरूका अनुसार प्रकार्य भन्नाले सामाजिक भेला, समारोह, बैठक, र्‍याली, पर्व, सामूहिक कार्य आदिलाई जनाउँछ । संरचनात्मक प्रकार्यवादी दृष्टिकोणले सामाजिक संरचना र सम्बन्धहरूको विश्लेषण गर्दछ । सिङ्गो प्रणालीभित्रको एउटा भागको भूमिका प्रकार्य हो । समाजशास्त्रका पिताका रूपमा चिनिने अगस्ट कोम्टले समाजशास्त्रको अध्ययनलाई सामाजिक स्थिरता र गतिशील रूपमा विश्लेषण गरेका छन् । यस दृष्टिकोणले समाजमा हुने हरेक घटनाक्रमसमग्र सन्तुलनकै लागि हुने मान्यता राख्छ ।

प्रकार्यवादी दृष्टिकोणले सहमति, सहकार्य र सन्तुलनलाई प्राथमिकता दिएको छ । समाज व्यवस्था अन्तर्गत व्यक्तिलाई सम्मान गर्ने, प्रकार्यात्मक पूर्वाधार, सामाजिक नियन्त्रणको उपयुक्त संन्यन्त्र, विध्वंसात्मक व्यवहारमाथि नियन्त्रण लगायतका अवस्था हुनुपर्दछ (पार्सन्स, १९५१) । इमाइल दुर्खिमले समाजिक प्रणालीलाई महत्त्वपूर्ण मानेका छन् । उदाहरणका रूपमा उनले धर्मले विवाहको प्रकृतिलाई निर्धारण गर्ने तर विवाहले धर्म वा धार्मिक संरचना मुल्य मान्यतालाई खासै प्रभावित गर्न नसक्ने उल्लेख गरेका छन् (योङ, २०१४) । योङको द सोसोलोजी अफ इमाल दुर्खिम शीर्षकको शोधपत्रमा उल्लेख भए अनुसार भौतिक सामाजिक तथ्य अन्तर्गत समाज, संरचना, साना ईकाई तथा अभौतिक सामाजिक तथ्य अन्तर्गत नैतिकता, सामूहिक सचेतना, प्रतिनिधित्व, सामाजिक लहरलाई समावेश गरेका छन् ।

सामाजिक प्रणाली अस्तित्वमा आउनका लागि समायोजन, लक्ष्य पुरा गर्ने कार्य, एकता वा समन्वयात्मक प्रकार्य र तनावको व्यवस्थापन हुनुपर्ने तर्क पार्सन्सको छ । सामुदायिक घरबास पर्यटनलाई एउटा सामाजिक प्रणाली मान्न सकिन्छ । यसप्रणाली अस्तित्वमा आउनका लागि एक घरबास पर्यटन सञ्चालनमा रहेको भूगोल, घरबास पर्यटन सञ्चालकहरू, उक्त स्थानको वातावरण, समाज, पाहुना, पूर्वाधार लगायतका इकाईहरूवीच प्रकार्य हुनुपर्छ ।

समाजशास्त्रले पर्यटनमा अहम् भूमिका खेलेको हुन्छ। 'पर्यटनको समाजशास्त्र एक उदयीमान विधा हो, जुन पर्यटकीय उत्प्रेरणा, भूमिका, सम्बन्ध र विभिन्न संस्था एवं पर्यटक र समाजमा पर्यटनले पार्ने प्रभावसित सम्बन्धित छ।' पर्यटनको समाजशास्त्रले पर्यटन उद्योग र समाजसितको सम्बन्ध तथा तिनीहरूवीचको समन्वयतात्मक सञ्चारको समेत अध्ययन गर्दछ।

पछिल्लो समयमा पर्यटन क्षेत्र बहुआयमिक बन्दै गईरहेको छ। पर्यटनले प्रकृति, बन्यजन्तु, भूगोल आदि सबैलाई छुने अवस्था सिर्जना भएको छ। दीगो पर्यटन सम्बन्धी अवधारणा पछिल्लो समयमा विकास भएको छ। पर्यटनबाट कसरी दीगो रूपमा फाइदा लिन सकिन्छ भन्ने विषयमा पछिल्लो समयमा चिन्तन मनन हुने क्रम बढेको छ।

धेरै व्यक्तिहरू कहिलेकाहीं खुशीयाली या मनोरञ्जनका लागि, शैक्षिक तथा व्यवसायिक, सामाजिक लगायतका विभिन्न उद्देश्यका साथ पनि नयाँ गन्तव्यमा पुग्ने गरेका छन्। त्यसैले, पर्यटनमा समाजशास्त्रले पर्यटन क्षेत्रको विकास र यसले विभिन्न समाजहरूमा कसरी प्रभाव पार्छ भन्ने विषयमा अध्ययन अनुसन्धान गर्दछ।

पर्यटनको समाजशास्त्रले पर्यटकहरूको मनोवृत्ति र व्यवहार जान्न सक्षम बनाउनुका साथै पर्यटकहरूलाई पनि समुदायका कला, संस्कृति, भेष भुषा, साहित्य रहन सहन, ऐतिहासिक प्राकृतिक सम्पदा लगायतका विषयमा जानकारी लिन मद्दत पुऱ्याउँछ।

पर्यटन उद्योगको विकास, सामाजिक समस्याको समाधान, पर्यटनको माध्यमबाट आय आर्जन गरी आफ्नो जीवन यापनलाई सहज बनाउने लगायतका विषयमा पर्यटनको समाजशास्त्रले विश्लेषण गर्ने गर्दछ। पर्यटनको प्रभाव मुख्यत पर्यटकीय गन्तव्यमा पर्ने गर्दछ तथापि यसको प्रभावलाई नयाँ पर्यटकीय गन्तव्यको विकासमा समेत पर्ने कुरालाई नर्कान सकिदैन। पर्यटनको प्रभाव, वातावरणीय, सांस्कृतिक लगायतका समाजका विभिन्न क्षेत्रमा स्पष्ट रूपमा देख्न सकिन्छ।

पर्यटनको समाजशास्त्रले पर्यटकीय गतिविधि मार्फत् समाजको परिवर्तन कसरी भइरहेको छ र कस्ता प्रभाव परिरहेका छन् भन्ने विषयमा अध्ययन गर्दछ। जस अन्तर्गत सामाजिक संरचना, विभिन्न समाजहरूवीचको आपसी समन्वय, सामाजिक व्यवहार, नियमहरूको अध्ययन अनुसन्धान गरिन्छ, (होल्डन, २००५)।

पर्यटक र स्थानीयबासिन्दाहरूलाई पाहुना र आतिथ्य सत्कार गर्ने दुई पक्षवीचको आकस्मिक भेटका रूपमा लिने गरिन्छ । जब यी दुई पक्ष एक आपसमा भेटिन्छन् विभन्न किसिमका व्यवहार र अपेक्षाहरू विकसित हुन्छन् । जसले दुवै समाजका संरचनाहरूलाई परिवर्तन गर्दछ (कुपर, २०१२) । पर्यटकीय गन्तव्यमा मुल्य, विचार र भावनाहरू सिर्जना हुन्छ भने पर्यटनका दुई भूमिकाहरू मार्फत् समाजको भाषा, संस्कृति र जीवनशैली समेत प्रभावित हुने गर्दछन् । पर्यटनलाई समाज, अर्थतन्त्र, सामाजिक वातावरणमा आधारित पद्धति हो । जहाँ पर्यटनसँग सम्बन्धित उद्योग तथा अन्य सरोकारवालाहरूले पर्यटन उद्योगलाई निश्चित आकार दिन सक्षम हुन्छन् (कुपर, २०१२) ।

परिवार, धर्म, शिक्षा, सरकार, समाज लगायतका सामाजिक संरचनाले पर्यटन उद्योगलाई अगाडि बढाउन मद्दत गर्दछन् । समाजशास्त्र र पर्यटन एकआपसमा अर्न्तसम्बन्धित रहेका छन् । घरबास पर्यटनको लक्ष्यलाई स्थानीयपनको संरक्षण, प्रबर्द्धन, आयआर्जन, सामाजिक विकासका रूपमा बुझ्न सकिन्छ । यो लक्ष्य हाँसिल गर्नका लागि घरबास पर्यटन सञ्चालक, स्थानीय नागरिक, घरबास पर्यटनमा आउने सेवाग्राही, सञ्चार माध्यम, पूर्वाधार, स्थानीय उत्पादन लगायतका प्रकार्य हुन आवश्यक हुन्छ । एउटा सामुदायिक घरबास पर्यटन वा प्रणाली सञ्चालन र यसको निरन्तरताका लागि विभिन्न सरोकारवाला पक्षले भूमिका खेलेका हुन्छन् ।

२.१.२ घरबास पर्यटनको अन्तर्राष्ट्रिय सन्दर्भ

घरबास पर्यटन सम्बन्धी अवधारणा विशेष गरी विद्यार्थीहरूलाई अध्ययनका क्रममा सस्तो तथा पारिवारीक वातावरणमा अध्ययनको अवसर प्रदान गर्ने हिसावले विकास भएको छ । विभिन्न देशका विश्वविद्यालयहरूले नै मापदण्ड तय गरी आफ्ना विद्यार्थीहरूलाई घरबास पर्यटनमा बस्ने व्यवस्था मिलाएका हुन्छन् । क्युवा, पोर्चुगल, ब्राजिल, पेरु, बेलारुस, अष्ट्रेलिया, भियतनाम, टर्की भारत, कोरिया, थाइल्याण्ड, मलेसिया लगायतका मुलुकमा घरबास पर्यटन व्यवसाय सञ्चालनमा रहेको छ । विभिन्न मुलुकमा सञ्चालित घरबास पर्यटनमा सम्बन्धित देश, त्यस स्थानका समुदायको स्थानीय सामाजिक, सांस्कृतिक, आर्थिक एवं धार्मिक अवस्था बुझ्न सकिन्छ (स्टउफर, २०१८) ।

क्यानडामा विशेष गरी विदेशबाट पढ्न जाने विद्यार्थीहरूलाई लक्षित गरेर घरबास पर्यटन सञ्चालन गरिएको छ । क्यानडा घरबास पर्यटन इन्टरनेशनलले विद्यार्थीहरूलाई लागि

घरबास पर्यटन गाइड नै बनाएको छ। जसमा विद्यार्थीहरूले घरबास पर्यटनमा बस्दा पालना गर्नुपर्ने आचारसंहिता उल्लेख छ। जसमा घरबास पर्यटनमा बस्ने विद्यार्थीलाई एउटा सर्वे फारम समेत भर्न लगाइने प्रचलन छ। जसले घरबास पर्यटन व्यवस्थापनमा सुधार गर्ने लक्ष राखेको देखिन्छ। विद्यार्थीहरूलाई आधारभूत मापदण्ड पुरा गरेको घरबास पर्यटन, शौचालय प्रयोग, उनीहरूका रुचीका खाना, लाउण्ड्री सर्भिस, आफ्ना अन्य पाहुना राख्ने प्रावधान, फोन, इन्टरनेट, कम्प्युटर प्रयोग, पैसा नगदै धेरै नराख्ने, घुमफिर, १९ बर्षभन्दा तल धुम्रपान र मदिरापान गर्न नहुने, स्वास्थ्य विमा लगायतका निश्चित मापदण्ड तोकिएको छ, (क्यानडा होमस्टे नेटवर्क, २०११)।

थाइल्याण्डमा सन् २००० यता ग्रामीण पर्यटनलाई जोड दिइएको छ। थाइल्याण्ड सरकारको पर्यटन तथा खेलकूद मन्त्रालयले घरबास पर्यटन सञ्चालनका लागि ४३ वटा मापदण्ड तयार पारेको थियो। सोही मापदण्डका आधारमा थाइल्याण्डमा घरबास पर्यटनहरू सञ्चालनमा रहेका छन्। सरकारले तोकेका सबै सूचक पुरा गरेमा हरियो बोर्ड, आंशिक सूचकहरू पुरा गर्नेलाई पहेलो बोर्ड प्रदान गरिन्छ र देखिने गरी कुन कुन सूचक पुरा गरेको हो पर्यटकले देख्ने गरी जानकारी पनि राखिन्छ। यदि घरबास पर्यटनले सरकारले तोकेका सूचक पुरा नगरी रातो कार्ड प्राप्त गरेमा सञ्चालनमा रोक लगाउने गर्दछ (पर्यटन तथा खेलकूद मन्त्रालय, २०१२)।

थाइ सरकारले घरबास पर्यटनसम्मको पहुँचका लागि यातायात, सञ्चार तथा अन्य आधारभूत पूर्वाधार विजुली, इन्टरनेट, फोन, स्वास्थ्य सुविधाको व्यवस्था गरिदिएको छ,। मापदण्डमा आवास, खाना, सुरक्षा, अतिथि सत्कार, भ्रमण कार्यक्रम, प्राकृतिक श्रोत तथा वातावरण, संस्कृति, सामुदायिक सामनहरको मुल्य निर्धारण, घरबास पर्यटन सञ्चालन र पब्लिक रिलेसन(सार्वजनिक सम्बन्ध) लगायत समावेश छन्। एउटा गाउँमा रहने घरबास पर्यटनमा बढीमा २० जनाभन्दा बढी पर्यटकलाई राख्न नमिल्ने प्रावधान तोकिएको छ। मापदण्ड पुरा भएमा घरबास पर्यटन गुणस्तरचिन्ह सहित सरकारी अनुमति प्राप्त बोर्ड राख्न पाउने व्यवस्था छ। आम्दानी राम्रै भएपनि घरबास पर्यटनलाई प्रमुख नभई सहायक पेशा बनाउन थाई सरकारले आग्रह गर्दै आएको छ। साथमा अर्को पेशा व्यवसाय गर्दै घरबास पर्यटनलाई अगाडि बढाउन सरकारले सुझाव दिने गरेको छ।

दक्षिणपुर्वी एशियाली मुलुकहरूले घरबास पर्यटन सञ्चालनको निश्चित मापदण्ड तय गरेका छन् । आशिआनमा आवद्ध मुलुकका ग्रामीण र परम्परागत क्षेत्रमा घरबास पर्यटन व्यवसाय स्थानीय समुदायको जीवनस्तर सुधारका लागि बैकल्पिक व्यवसायका रूपमा विकास भएको छ। ग्रामीण क्षेत्रको विकासका लागि समुदायमा आधरित पर्यटनका रूपमा घरबास पर्यटनलाई आशिआनले स्वीकार गरेको छ। विभिन्न ३१ वटा सूचकलाई घरबास पर्यटन सञ्चालनका लागि आधारका रूपमा लिइएको छ ।

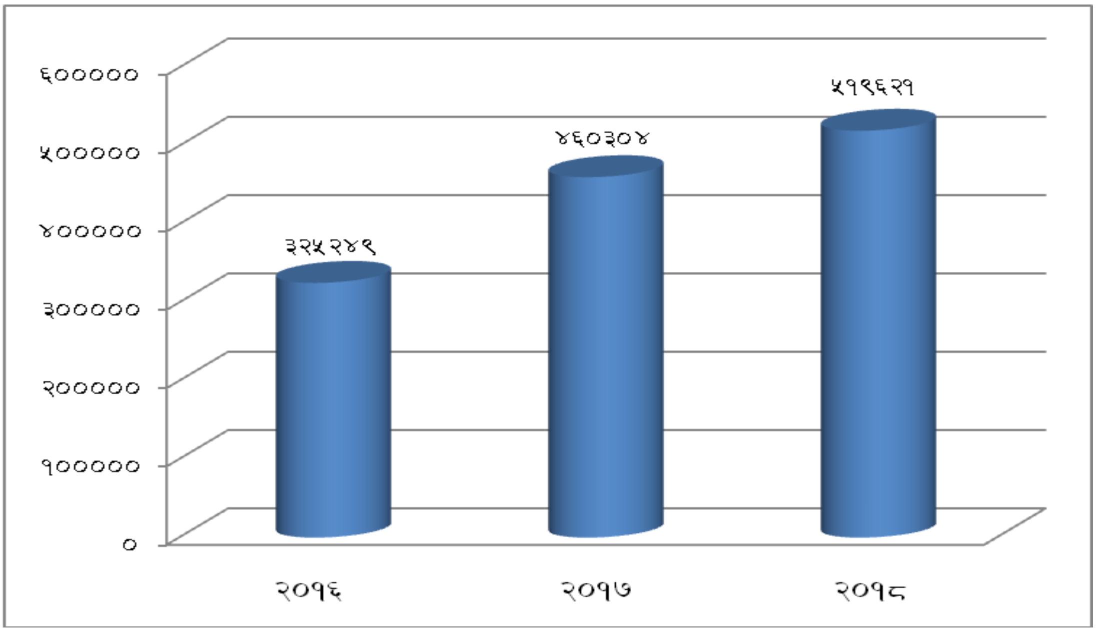
पर्यटकलाई आर्कषक गर्ने वातावरण, कला, संस्कृति, भेषभुषा, प्रकृति, जैविक विविधता, आधारभूत स्वास्थ्य सेवा, सामुहिक क्रियाकलाप लगायत छन् । मापदण्डमा घरबास पर्यटनका लागि घर, कोठा, शौचालय, किचन, सामुदायिक क्रियाकलाप, सामाजिक-सांस्कृतिक क्रियाकलाप, आधिकारीकता, अन्य एकीकृत प्याकेज(पैदलयात्रा, बर्ड वाचिङ, पौडी, जंगल पैदलयात्रा आदि) सरसफाई, घरबास पर्यटन व्यवस्थापन, घरबास पर्यटनमा आउने पर्यटकको विवरण, आम्दानी खर्चको विवरण आदि पारदर्शी रूपमा राख्नुपर्ने लगायतका विषय समावेश छन् (आशिआन, २०१६) ।

न्युजिल्याण्डमा पनि घरबास पर्यटन सम्बन्धी गाइडलाइन नै बनाइएको छ। खासगरी विद्यार्थीहरूलाई लक्षित गरी न्युजिल्याण्डमा घरबास पर्यटन सञ्चालनमा रहेका छन् र गाइडमा पनि घरबास पर्यटन सञ्चालकले उपलबध गराउनुपर्ने आधारभूत मापदण्डका बारेमा उल्लेख छ । बैठक कोठा, सञ्चार सुविधा(फोन, इन्टरनेट), भान्छाकोठा, खाना नास्ता, उपलब्ध बजार, सुत्ने कोठा, सरसफाई, टेबल कुर्ची, शौचालय, बाथरुम, कपडा धुने व्यवस्था लगायतका विषयमा स्पष्टसँग पाहुनालाई जानकारी गराउनुपर्ने भनिएको छ (नर्थटेक, २०१७) ।

क्यालिफोर्नियाको एक विश्वविद्यालयले विद्यार्थीका लागि घरबास कार्यक्रम हातेपुस्तिका (घरबास पर्यटन प्रोगाम इस्टुडेन्ट हेण्डबुक) मार्फत् निश्चित मापदण्ड तय गरेको छ। जसमा हामेस्टे सञ्चालन गर्न चाहने परिवारका तर्फबाट विश्वविद्यालयमा आवेदन गर्नुपर्ने, विश्वविद्यालयका तर्फबाट विद्यार्थीका लागि आवश्यक पर्ने आधारभूत आवश्यकता भए नभएको अनुगमन एवं निरीक्षण पश्चात अनुमति दिइने र आफ्नो विश्वविद्यालयमा अध्ययनरत विद्यार्थीहरूलो उक्त घरबास पर्यटनमा राख्ने व्यवस्था गरिएको छ (रिभरसाइड युनिभर्सिटी, २०१८) ।

२.१.२ नेपालमा पर्यटन

सन् २०१८ को पहिलो छ महिनामा ५ लाख २० हजारभन्दा बढी बाह्य पर्यटकले नेपाल भ्रमण गरेका छन् । पर्यटन बोर्डले जनाए अनुसार यो सङ्ख्या अघिल्लो वर्षको तुलनामा १३ प्रतिशतले बढी हो । सन् २०१७ को सोही अवधिमा ४ लाख ६० हजार ३०४ पर्यटकले नेपालको भ्रमण गरेका थिए (पर्यटन बोर्ड, २०१८) ।



चित्र(स्तम्भ) सूची २.१ : पर्यटक आगमन विवरण

श्रोत: नेपाल पर्यटन बोर्ड, काठमाडौं

अध्यागमन विभागको तथ्याङ्क उद्धृत गर्दै पर्यटन बोर्डले जनाए अनुसार पर्यटकीय दृष्टिकोणले 'अफ सिजन' मानिने बर्खा याममा पनि पर्यटकको सङ्ख्यामा उत्साहजनक वृद्धि भएको देखिएको छ । तथ्याङ्क अनुसार चीन र भारतबाट आउने पर्यटकको सङ्ख्यामा बृद्धि भएको छ । भारतीय पर्यटकको आगमन १९ प्रतिशतले र चिनियाँ पर्यटकको सङ्ख्या ३४.१ प्रतिशतले बृद्धि भएको छ । पछिल्लो छ महिनामा ९६ हजार ३७२ भारतीय पर्यटक र ७१ हजार हजार ३७९ चिनियाँ पर्यटकले नेपाल भ्रमण गरेका छन् ।

२.१.३ नेपालमा घरबास पर्यटनको शुरुवात

२०५४ साल असोजबाट स्याङ्जा जिल्लाको आँधिखोला गाउँपालिका वडा नं. १ को गुरुङ बस्तीमा पहिलो घरबास पर्यटनको रूपमा शिरुवारी घरबास पर्यटन सन्चालनमा आएको

हो । त्यस्तै दोश्रो घरबास पर्यटन घलेगाउँ लमजुङमा २०५७ सालदेखि सञ्चालनमा आएको हो । हाल नेपालमा २५१ वटा सामुदायिक घरबास पर्यटनहरू सञ्चालनमा रहेका छन् ।

पर्यटकीय हिसावले परिचित गण्डकी प्रदेशमा दर्ता भएका निजी तथा सामुदायिक गरी कूल ६९ वटा घरबास पर्यटन रहेका छन् भने त्यत्तिकै सङ्ख्यामा दर्ता नभएका घरबास पर्यटन रहेको अनुमान छ । कास्की जिल्लामा १४ सामुदायिक र १९ वटा निजी घरबास पर्यटन सञ्चालनमा रहेका छन् । मापदण्ड पुरा भएपछि अनुमतिपत्र प्रदान गर्ने गर्दछ । दर्ता भएका घरबास पर्यटनका तथ्याङ्कलाई मात्र आधार मान्दा पनि झण्डै ५०० घरमा घरबास पर्यटन सञ्चालनमा रहेको देखिन्छ (पर्यटन कार्यालय, २०७५) ।

घरबास पर्यटन सञ्चालन कार्यविधि २०६७ महत्त्वपूर्ण उपलब्धि भएपनि सम्बन्धित समुदायसम्म त्यसबारे यथेष्ट जानकारी हुन नसक्नु, पर्यटकीय हिसावले संभावना रहेका स्थानको प्रचारप्रसार र संरक्षणको अभाव, बढ्दो बसाईं सराईं, पूर्वाधारको विकास हुन नसक्नु, मानवीय श्रोत साधनको अभाव लगायतले घरबास पर्यटन लगायत अन्य पेशा व्यवसायमा समेत असर परिरहेको छ । यद्यपि सानो लगानी, न्यून श्रोत साधन तथा कम मानवीय श्रोत साधनबाट पनि घरबास पर्यटन व्यवसाय सञ्चालन गर्न सकिन्छ । घरबास पर्यटन सञ्चालन भइरहेका स्थानहरूमा पनि उचित परामर्श, तालिम, प्रचार, प्रसार र प्रबर्द्धन हुन सकिरहेको छैन् ।

२.२ पूर्व अध्ययनहरूको समीक्षा

२.२.१ स्थानीय समुदायमा अवसरको सिर्जना

घरबास पर्यटन कार्यक्रमले स्थानीय समुदायमा अवसरको सिर्जना गरेको छ । सिरुवारी, घलेगाउँ, ल्वाङ्गघलेल लगायतका स्थानमा स्थानीय समुदायले आफ्नै श्रोत साधनको परिचालनबाट घरबास पर्यटन सञ्चालन गरेका छन् । उनीहरूले आफ्नै खेतबारीमा तरकारी उत्पादन गरेका छन् र सोही तरकारीलाई घरबास पर्यटन मार्फत् बिक्री गरेका छन् यसले उनीहरूको आयआर्जन बढेको छ भने जीवनस्तरमा पनि सुधार आएको छ । घरबास पर्यटनकै कारण समुदायले नवलपुर अमलटारीमा थारु नाच, लमजुङ घलेगाउँमा(रोधी) लगायतका स्थानीय क्रियाकलापबाट अतिरिक्त आम्दानी समेत गरेका छन्, (लामा, २०१३ ।

घरबास पर्यटन सञ्चालनबाट प्रत्यक्ष रूपमा पर्यटन प्रबर्द्धनमा सहयोग पुगेको छ भने सम्बन्धित समुदायको परम्परा, संस्कृति रीतिरिवाज संरक्षण, सांस्कृतिक तथा सामाजिक अभ्यासमा निरन्तरता तथा संरक्षणमा समेत सहयोग पुगिरहेको छ ।

२.२.२ घरबास पर्यटनको अवस्था

नेपाल राष्ट्रबैंकले बर्दिया जिल्लाको डल्ला गाउँस्थित सामुदायिक घरबास पर्यटनको दिगोपनाका विषयमा अध्ययन अनुसन्धान गरेको थियो । उक्त अध्ययनमा प्रबर्द्धनात्मक कार्यक्रम नगरिएको अवस्थामा समेत ५३ प्रतिशत औसत अकुपेन्सी देखिएको उल्लेख छ । पाहुनाहरूले साथीहरूसँगको सम्पर्क, सामाजिक सञ्जालको उपयोग, बैठक सेमिनारमा सहभागी भएर घरबास पर्यटनबारे जानकारी पाउने गरेका छन् । घरबास पर्यटन सञ्चालनपछि स्थानीय समुदायको सामाजिक आर्थिक प्रभाव देखिएको वातावरण संरक्षणमा ठूलो प्रभाव देखिएको र आय आर्जनमा भने सामान्य प्रभाव देखिएको पनि उक्त अध्ययनले देखाएको छ ।

घरबास पर्यटनको दिगोपना र विकासका लागि उपयुक्त वातावरण निर्माणमा समुदाय र नीजि तथा वित्तीय क्षेत्रको महत्त्वपूर्ण भूमिका खेल्नुपर्ने अध्ययनको निष्कर्ष रहेको छ । सरकारले नीति निर्माण देखि लिएर सहकार्यका साथ घरबास पर्यटनको प्रबर्द्धन, घरबास पर्यटन सम्बन्धी सूचनाको अद्यावधिक गर्न आवश्यक छ । सहज दर्ताको व्यवस्था, सडक पूर्वाधारको विकास, सार्वजनिक यातायातको व्यवस्था, सार्वजनिक सेवा सरहको मान्यता, सार्वजनिक स्थलहरूमा घरबास पर्यटनहरूको विवरण झल्कने होर्डिङ बोर्ड तथा अन्य प्रचार सामग्री राख्ने, क्यालेण्डरहरूमा घरबास पर्यटनको जानकारी राख्ने, घरबास पर्यटनको पूर्वाधार निर्माणका लागि सञ्चालकलाई अनुदानको व्यवस्था, सञ्चारमाध्यमहरूमा आवधिक रूपमा घरबास पर्यटन प्रबर्द्धनात्मक सामग्री प्रकाशन तथा प्रकाशन लगायतको व्यवस्था गर्न सुझाव दिइएको छ (नेपाल राष्ट्र बैंक, २०१५) ।

२.२.३ कृषि उत्पादनमा बृद्धि

बनविज्ञान अध्ययन संस्थान, पोखराकी शोद्यार्थी करुना कार्कीको Assessment of Homestay Program at Amaltari Village of Nawalparasi, Nepal शीर्षकको अध्ययनमा साथीभाई नातासम्बन्ध तथा सामाजिक सञ्जाल, कार्यक्रम, बैठक, गोष्ठीमा सहभागी भएका आधारमा घरबास पर्यटनबारे पाहुना या पर्यटकले थाहा पाएको उल्लेख छ ।

घरबास पर्यटनले स्थानीय नागरिकमा रोजगारी, पूर्वाधारको विकास, सामुदायिक विकासमा कोष निर्माण र लगानीका लागि फण्डको व्यवस्थापनमा सहयोग पुऱ्याएको छ। घरबास पर्यटनले समुदायको इज्जत बढेको, महिला सशक्तीकरण, समुदायको जीवनस्तरमा सुधार, सामाजिक सम्बन्धमा सुधार, समुदायको विकास, शिक्षा र स्वास्थ्यमा सहयोग पुगेको छ। समुदायले करेसाबारी, च्याउखेती, स्थानीय कृषि उत्पादन, माछापालन लगायतमा जोड दिनुपर्ने उल्लेख छ। घरबास पर्यटनको प्रबर्द्धन गर्ने, सरोकारवाला निकायहरूसँग समन्वयको आवश्यकता औंल्याईएको छ (कार्की, २०१६)।

माथिका उल्लेख गरिएका अध्ययनहरूका प्रायः एक स्थानको मात्रै घरबास पर्यटनलाई नमुनाका रूपमा लिइएको छ। विशेष गरी आर्थिक पक्षमा जोड दिइएको छ। घरबास पर्यटनको दिगोपना, स्थानीय कृषि उत्पादन उपलब्धता र उपयोगको अवस्था, सामाजिक बजारीकरणका लागि अपनाएका रणनीतिबारे थप अध्ययन हुन जरुरी छ। आजको सन्दर्भमा एक स्थानको कमी कमजोरी हटाउन अर्को स्थानका अभ्यास एवं अनुभव उपयोगी हुन सक्ने भएकाले तुलनात्मक अध्ययन सान्दर्भिक हुन सक्छ। बजारीकरणका सन्दर्भमा एक अर्काका अनुभव उपयोगी हुन सक्ने देखिन्छ। बजारीकरणका लागि उनीहरूले गरेका प्रयास, स्थानीय कृषि उत्पादनको अवस्था अध्ययनमा समावेश गरिएको छैन।

अध्ययनहरूमा घरबास पर्यटनको दिगोपनाका लागि सरकारी निकाय तथा बाह्य संघसंस्थाको सहयोगलाई महत्त्वका साथ उठाएको पाइन्छ। अन्य पक्षको सहयोगको मात्र भर पर्दा परनिर्भरता बढाउँछ, यसले दिगोपनाका लागि सहयोग पुग्न सक्दैन। घरबास पर्यटनहरूले गुणस्तरीय सेवा, आफ्ना विशेष पहिचान तथा ब्राण्ड निर्माण मार्फत् आत्मनिर्भर बन्न सक्ने पक्षलाई नजरअन्दाज गर्नुहुँदैन, बरु यो पक्ष घरबास पर्यटनको दिगोपनाका लागि महत्त्वपूर्ण हुन्छ। यस शोधकार्यमा स्थानीय स्तरमा भएका प्रयास, कृषि उत्पादन, दिगोपनाका लागि भएका प्रयासका बारेमा कालावाङ घरेडी सामुदायिक घरबास पर्यटन र अमलटारी मध्यवर्ती सामुदायिक घरबास पर्यटनमा तुलनात्मक अध्ययन गरिनेछ।

२.२.४ महिला सहभागिताको अवस्था

राष्ट्रिय जनगणना, २०६८ अनुसार नेपालको कुल जनसङ्ख्या २ करोड ६४ लाख ९४ हजार ५०४ रहेको छ। उक्त तथ्याङ्क अनुसार नेपालमा महिलाको सङ्ख्या १ करोड ३६ लाख ९३ हजार ३ सय ७८ छ, जुन कुल जनसङ्ख्याको ५१.५० प्रतिशत हो। यो तथ्याङ्क अनुसार

नेपालमा पुरुषभन्दा ७ लाख ९६ हजार ४ सय २२ महिलाहरूको जनसङ्ख्या बढी छ । यस अनुसार लैङ्गिक अनुपात प्रति १०० महिलामा पुरूषकोसङ्ख्या ९४.१६ रहेको छ (तथ्याङ्क विभाग, २०६८) ।

सशक्तीकरणको अवस्थालाई हेर्ने हो भने सामाजिक, सांस्कृतिक, राजनीतिक, शिक्षा, स्वास्थ्य लगायतका हरेक सवालमा महिलाहरू पछाडि परेका छन् । महिलाहरू पछिल्लो समयमा त आफ्नै घरपरिवार आफन्तबाट असुरक्षित बनेका घटनाहरू सार्वजनिक भइरहेका छन् । संवैधानिक रूपमा व्यवस्था गरिएका अधिकारहरू पनि व्यवहारिक रूपमा पूर्ण कार्यन्वयनमा जान सकेका छैनन् ।

पछिल्लो समयमा स्थानीय तह, प्रदेश र केन्द्रमा निर्वाचित जनप्रतिनिधिहरू मध्ये ३३ प्रतिशत महिलाहरू हुनै पर्ने बाध्यकारी प्रावधानले जनप्रतिनिधिका रूपमा महिलाहरू निर्वाचित भएर आफ्नो भूमिका निर्वाह गरिरहेको अवस्था छ । स्थानीय तहमा ४०.९५ प्रतिशत, प्रदेशसभामा ३४.३६ प्रतिशत र प्रतिनिधिसभामा ३२.३६ प्रतिशत र राष्ट्रियसभामा ३७.५ प्रतिशत प्रतिनिधित्व देखिन्छ (निर्वाचन आयोग, २०७५) ।

महिला सहभागिताको सन्दर्भ सङ्ख्यात्मक रूपमा हुने तर अर्थपूर्ण सहभागिता नहुने वा नगराइने अवस्था पनि विद्यमान छ । यस अध्ययनमा घरबास पर्यटन सञ्चालक समितिमा महिलाको नेतृत्व वा प्रतिनिधित्व, घरबास पर्यटन सञ्चालक महिला, घरबास पर्यटन सञ्चालित स्थानमा महिलाहरूको सामाजिक सांस्कृतिक, आर्थिक एवं राजनीतिक तथा नेतृत्व विकासका अवस्थाका बारेमा समेत अध्ययन गरिएको छ ।

२.२.५ दिगोपनाका चुनौति

घरबास पर्यटनको मुख्य चुनौति भनेकै यसको दिगोपना हो । शिरुवारी र ल्वाङघलेलमा राम्रो व्यवस्थापन सहित सञ्चालनमा रहेका घरबास पर्यटनहरूले पुस्ताअन्तरको समस्या भोगिरहेका छन् । ती दुवै स्थानमा घरबास पर्यटन सञ्चालनमा प्रौढ अवस्थाका महिलाहरूको मुख्य भूमिका रहेको छ । युवा पुस्ता शिक्षा, रोजगारी तथा उच्च आम्दानी सहरी क्षेत्र र विदेश पलायन भएका छन् । पछिल्लो पुस्ताले घरबास पर्यटन व्यवसाय तथा ग्रामीण पर्यटनलाई निरन्तरता दिने सम्भावना कम मात्रै देखिन्छ । शिरुबारीमा प्रौढ अवस्थाका अभिभावकहरू पर्यटन गतिविधिमा सक्रिय हुने गरेका छन् तर युवापुस्ताले खासै

त्यसप्रति खासै रुची राख्दैनन् । यही अवस्था रहेमा घरबास पर्यटन तथा ग्रामीण पर्यटन २ दशक पनि टिक्न सक्दैन (थापा २०१०) ।

नेपालको पहिलो शिरुवारी घरबास पर्यटन सञ्चालनका लागि बसाईंसराईं, शिक्षाका लागि अध्ययन गर्न युवा जनशक्ति शहरतर्फ लाग्ने, युवा पंक्ति ग्रामीण पर्यटनमा आर्कषित नहुनु लगायतका चुनौति गम्भीर बनेको छ । जसका कारण ल्वाङघलेल, शिरुवारी लगायतका स्थानमा प्रौढ अवस्थाका महिलाहरूले घरबास पर्यटन सञ्चालनमा सक्रिय बन्नुपरेको छ । युवा जनशक्ति गाउँमा नहुँदा घरबास पर्यटन सञ्चालनमा बाधा पुगेको छ । राजनीतिक अस्थिरता, दशक लामो माओवादी जनयुद्ध, विभिन्न राजनीतिक पार्टीले आव्हान गर्ने बन्द हड्ताल लगायतले नेपालको पर्यटन क्षेत्रका साथै घरबास पर्यटन व्यवसायले पनि चुनौतिको सामना गर्नुपरेको थियो, (लामा, २०१३) ।

यसले सम्बन्धित समुदाय तथा भूगोलको सामाजिक सांस्कृतिक संरक्षणमा महिलाहरूको भूमिका बढाएको छ । महिलाहरू पनि सामाजिक तथा सांस्कृतिक कार्यका लागि नेतृत्व गर्न सक्ने भएका छन् । घरबास पर्यटन र ग्रामीण पर्यटनको विकासमा महिलाहरूको अर्थपूर्ण सहभागिता भएको छ, भने दिगोपनाका लागि चुनौति पनि थपिएको छ ।

२.२.६ नेपाल सरकारको घरबास पर्यटन सञ्चालन कार्यविधि

सरकारले घरबास पर्यटन(होमस्टे) कार्यक्रमलाई व्यवस्थित गर्नका लागि २०६७ सालमा हामेस्टे सञ्चालन कार्यविधि लागू गरेको छ । सो कार्यविधिको अनुसूची १ मा घरबास पर्यटनका लागि घर, कोठा र शैया, भान्छा कोठा र खाने व्यवस्था, शौचालय, बाथरुम, स्वास्थ्य, सरसफाई र सुरक्षाका विषयमा हुनुपर्ने मापदण्ड तोकिएको छ (पर्यटन मन्त्रालय, २०६७) । जसमा सामुदायिक घरबास पर्यटनका लागि भिन्न भिन्न स्वामित्व सहितका ५ वटा घर, सहज बाटोको प्रबन्ध, घरहरू मौलिक संस्कृति झल्कने र जंगली जनावर तथा अन्य हिसावले पनि सुरक्षित रहेको हुनुपर्ने उल्लेख छ ।

घरबास पर्यटन कार्यविधि २०६७ मा पर्यटकका लागि अलग्गै कोठा, एक घरमा बढीमा ४ कोठा र एउटा कोठामा बढीमा २ बेडसम्म रहन सक्ने उल्लेख छ । कोठाको साइज, कोठाको डेकोरेशन, आवश्यक न्यूनत्तम उपभोग्य बस्तु (टावल, ऐना, चप्पल, ओड्ने

ओछ्याउने)को व्यवस्थापन गर्नुपर्ने उल्लेख छ। त्यस्तै भान्छा र खाना खाने स्थानमा सफा हुनुपर्ने, धुवाँ धुलो हुन नहुने, पानी फिल्टर गरेर वा उमालेर दिनुपर्ने, खाना स्वस्थवर्द्धक हुनुपर्ने, आरामका साथ खाना खाने ठाउँको सुविधा, उपलब्ध सुविधाको मूल्यसूची, शौचालय, नुहाउने व्यवस्था, वातावरण संरक्षण लगायतका विषय मापदण्ड तोकिएको छ।

२.२.७ गण्डकी प्रदेशको घरबास पर्यटन सञ्चालन कार्यविधि

गण्डकी प्रदेश सरकारले घरबास पर्यटन घरबास कार्यक्रमलाई व्यवस्थित गर्नका लागि २०७५ सालमा हामेस्टे सञ्चालन कार्यविधि तय गरेको छ। कार्यविधिमा ग्रामीण पर्यटनको आधारका रूपमा लिइएको छ। कार्यविधिमा नेपाल सरकारको घरबास पर्यटन कार्यविघि २०६७ कै मापदण्ड हुबहु रूपमा राखिएको छ।

घरबास पर्यटन व्यवस्थापन समिति, स्थानीय तह घरबास पर्यटन समन्वय समितिको व्यवस्था हुने उल्लेख छ (पर्यटन मन्त्रालय, २०७५)। उक्त कार्यविधिमा घरबास पर्यटन सञ्चालनका लागि निम्न शर्तहरू पालना गर्नुपर्ने उल्लेख गरेको छ।

१. व्यवस्थापन समितिसंग समन्वय गरी पर्यटकहरूलाई बसोबासको व्यवस्था गर्नुपर्नेछ।
२. चलन चल्तीको वा निर्धारित मूल्यभन्दा बढी मूल्य लिनुहुदैन।
३. स्थानीय सामाजिक-सांस्कृतिक वातावरणलाई असर पर्ने क्रियाकलाप गराउनुहुदैन।
४. यो प्रमाणपत्र तथा अनुसूची ४ को आचारसंहिता सबैले देख्ने स्थानमा राख्नुपर्नेछ।
५. व्यवस्थापन समितिसंग समन्वय गरी प्रत्येक वर्ष प्रतिवेदन बुझाउनुपर्नेछ।
६. यो प्रमाणपत्र प्रत्येक ५/५ वर्षमा नवीकरण गराउनुपर्नेछ।

२.२.८ घरबास पर्यटनको विशेष पहिचान(ब्राण्डिङ)

कालावाङ घरेडी घरबास पर्यटनमा आएर अनुभव सिकाई गरेपछि छिमेकमै रहेको स्याङ्जा जिल्लाको रामकोटमा घरबास पर्यटन राम्रैसँग सञ्चालनमा आएको छ। मह शिकार(हनि हन्टिङ)का लागि पित्ले देउराली, सुन्तलाका लागि स्याङ्जाको सुन्तलावारी तथा भुईं स्याउका लागि कास्कीको ताङतिङ घरबास पर्यटनले आ-आफ्नो अलग्गै पहिचान बनाएका छन्।

शिक्षाको डिग्रीले कृषि विद्यार्थी टीकापुर नगरपालिका-५ स्थित टीकापुर पार्कका कालु हमाल कामले कृषिलाई पर्यटन र प्रकृति एवं संस्कृतिसँग जोड्ने आर्किटेक्ट इन्जिनियर भन्दा फरक पर्दैन। हमालले आफ्नो व्यवसायमा महिलाहरूको संलग्नता र सक्रिय सहभागितालाई प्रोत्साहन गरेको भेटिन्छ। शुद्ध कृषिको एउटा उत्पादन केरामा संसार देख्ने कालु हमालको होटलमा ४२ प्रकारका केराका आइटमको स्वाद लिन सकिन्छ, (शर्मा, २०७४)।

हमालले केराका परिकारलाई ब्राण्ड बनाएजस्तै घरबास पर्यटनहरूले कुनै एक उत्पादनका विभिन्न परिकार बनाएर आफ्नो ब्राण्ड बनाउन सक्छन्। उत्पादन मात्र नभई प्रकृति, कला संस्कृति, भाषा, भेषभुषा, ऐतिहासिकतालाई पनि घरबास पर्यटनले ब्राण्डका रूपमा विकास गर्ने सक्ने संभावना रहन्छ। शर्माका अनुसार घरबास पर्यटन खोल्दैमा पर्यटक आउँछन् भन्ने ग्यारेन्टी हुँदैन। घरबास पर्यटन सञ्चालन गर्ने ठाउँ कुनै न कुनै पर्यटकीय मुल्य बोकेको हुन आवश्यक छ। विशुद्ध बास बस्न र खानका लागि मात्र पाहुना घरबास पर्यटनसम्म जाँदैनन्। घरबास पर्यटन सञ्चालकहरूले स्थानीय रूपमा उपलब्ध स्रोतसाधनको प्रयोग गरेर न्यून लागतमा अधिकत्तम गुणस्तरीय सेवा दिनेतर्फ ध्यान दिनुपर्छ।

२.२.९ ग्रामीण र घरबास पर्यटन

नेपाल सरकारले राष्ट्रिय पर्यटन रणनीतिक योजना सन् २०१६–२०२५ तय गरेको छ। जसमा ग्रामीण पर्यटनको विकास, नयाँ पर्यटकीय संभावनाको खोजी र प्रचार, घरबास पर्यटनको प्रबर्द्धन लगायतका विषय समावेश छन्। रणनीतिक योजना अन्तर्गतको कार्ययोजनामा घरबास पर्यटनहरूका पुर्वाधारहरूको स्तरोन्नती, सरसफाई, भान्छाघर, शौचालय, इन्टरनेट सुविधाका साथै जैवीक खाद्य सामाग्री, कृषि पर्यटन, शुन्य प्रदुषण जस्ता विषयहरू समावेश गर्नुपर्ने उल्लेख छ। साथै अत्यन्त पिछडिएका स्थानहरूका घरबास पर्यटनहरूका लागि दातृ निकायको सहयोग लिने, सरकारले यस्ता सविधाहरूका लागि केही रकम अनुदानमा दिने व्यवस्था, घरबास पर्यटनको बर्गीकरण गर्नुपर्ने विषय पनि समावेश छ (पर्यटन मन्त्रालय, २०१६)।

ग्रामीण पर्यटनका विज्ञ प्रा.डा.प्रेम शर्माका अनुसार गाउँ पर्यटनको सबैभन्दा वैज्ञानिक उपाय घरबास पर्यटन अर्थात घरबास कार्यक्रम हो। उहाँका अनुसार ग्रामीण घरबास पर्यटनमा पुगेको पर्यटकले आयातित वस्तु उपयोग गर्नुपर्ने, विदेशी परिकार खानुपर्ने अवस्था आयो

भने त्यो घरबास पर्यटन असफल हुन्छ । त्यसैले ग्रामीण पर्यटनको विकासका लागि स्थानीय संस्कृति, रहनसहन, चालचलनलाई पर्यटकले नजिकबाट नियाल्न सक्ने, घरमा आफ्नै हातले बनाएका स्थानीय परिकार चाख्ने र स्थानीय मौलिक गीतसङ्गीतमा रमाउने वातावरणसहितको घरबास पर्यटन अवधारणा विकास गर्नुपर्छ ।

२.२.१० घरबास पर्यटन प्रबर्द्धनका लागि भएका विभिन्न कार्यशाला

ग्रामीण पर्यटन प्रबर्द्धन गर्दै आएको नेपाल सरकार संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय मातहतको तारा गाउँ विकास समितिले सन् २०११ मा काठमाडौंको कपनमा प्रथम घरबास पर्यटन राष्ट्रिय कार्यशाला गरेको थियो । उक्त कार्यशालामा देशभरका २२५ घरबास पर्यटन सञ्चालकहरूको सहभागिता रहेको र घरबास पर्यटन सम्बन्धी विभिन्न ६ वटा कार्यपत्र प्रस्तुत भएको थियो, (तारागाउँ विकास समिति, २०१५) ।

दोस्रो राष्ट्रिय घरबास पर्यटन कार्यशाला गोष्ठी पोखरास्थित नेपाल पर्यटन बोर्डको सभाहलमा २०७० असार २९ र ३० मा भएको थियो । उक्त घरबास पर्यटनमा ८८ वटा घरबास पर्यटनका प्रतिनिधि एवं पर्यवेक्षक सहभागी थिए भने घरबास पर्यटन सञ्चालकहरूको सञ्जाल निर्माण गरिएको थियो । त्यतिबेलाका तारा गाउबिकास समितिका सदस्य सचिब बद्रीप्रसाद प्याकुरेलका अनुसार नेपालमा संचालित घरबास पर्यटनको अनुभब आदानप्रदान र घरबास पर्यटन सञ्चालकहरूको बिचमा एकरूपता ल्याउन गोष्ठीको आयोजना गरिएको हो ।

उहाँका अनुसार घरबास पर्यटन सञ्चालकबीच अनुभव आदानप्रदान गर्न, संस्कृति र समस्या साटासाट गर्न, घरबास पर्यटनलाई नयाँ मोडलमा कसरी लान सकिन्छ भनेर छलफल गर्न, संघीय संरचनामा घरबास पर्यटन सम्बन्धी नीति तथा कानून निर्माणका लागि सरकारलाई सुझाव दिन महोत्सवसंगै कार्याशाला आयोजना गरिएको हो ।

२०७५ जेठ ११ र १२ गते लमजुङ जिल्लाको क्होलासोंथर गाउँपालिका घलेगाउँमा घरबास पर्यटन महोत्सव एवं राष्ट्रिय कार्यशाला भएको थियो । उक्त कार्यक्रममा गण्डकी प्रदेशका मुख्यमन्त्री पृथ्वीसुव्वा गुरुङले गण्डकी प्रदेशका ३ सय गाउँमा घरबास पर्यटन सञ्चालनमा ल्याइने र यसबाट ५ हजार स्थानीयले स्वरोजगार बन्ने बताउनुभएको थियो (कुईंकेल, २०७५) । तारा गाउँ विकास समितिद्धारा घलेगाउँमा आयोजित घरबास पर्यटन (घरबास)

महोत्सव तथा कार्याशाला गोष्ठीमा देशभरका ३७ जिल्लाका ९९ वटा घरबास पर्यटनका प्रतिनिधि सहभागी थिए ।

क) उत्कृष्ट घरबास पर्यटनलाई पुरस्कार

सार्क राष्ट्रको नमूना क्योंलासोथर गाउँपालिका वडा नं. ३ मा रहेको घलेगाउँ सामुदायिक घरबास पर्यटन २०७४ सालको उत्कृष्ट सामुदायिक घरबास पर्यटनका रूपमा सम्मानित भएको छ। नेपालकै पहिलो घरबास पर्यटन गाउँ स्याङ्जाको सिरुबारी उत्कृष्ट सामुदायिक घरबास पर्यटन २०७३ बन्न सफल भएको छ (कुईंकेल, २०७५) ।

२०७५ जेठ ११ र १२ गते घलेगाउँमा आयोजित घरबास पर्यटन महोत्सव तथा कार्याशालामा पुरस्कृत गरिएको हो। बर्दिया राष्ट्रिय निकुञ्जको जैविक मार्ग क्षेत्रमा पर्ने सूर्यपटुवा-४ डल्ला घरबास पर्यटन यसअघि बर्ष २०७१ को नैपालकै उत्कृष्ट सामुदायिक घरबास पर्यटन घोषणा भएको थियो ।

नवलपरासीको पर्यटकीय नगरी कावासोतीमा सञ्चालित अमलटारी मध्यवर्ती सामुदायिक घरबास पर्यटन २०७२ सालमा नेपालको उत्कृष्ट भएको थियो । नेपाल सरकारको संस्कृटि पर्यटन तथा नागरिक उड्ययन मन्त्रालय अन्तरगत रहेर ग्रामीण पर्यटन पूर्वाधार विकासको काम गर्दै आईरहेको तारा गाउँ विकास समितीले बर्ष २०७२ को नेपालकै उत्कृष्ट घरबास पर्यटन घोषणा गरेको हो। पर्यटन आगमनको सङ्ख्या, भ्रमण कार्यक्रमको व्यवस्थापन, उपलब्ध पर्यटकीय सेवा सुविधा, स्थानीय कला संस्कृतिको प्रवर्द्धन तथा गतिविधि, घरबास पर्यटन कार्यक्रममा समुदायको संलग्नतालाई आधार बनाएर छनौट गर्ने प्रावधान रहेको तारा गाउँ विकास समितिले जनाएको छ ।

ग्रामीण क्षेत्रको पर्यटन प्रवर्द्धनमा सक्रिय गाउँ पर्यटन प्रवर्द्धन मञ्च (भिटोफ)ले बार्षिक कार्यक्रम अन्तर्गत कालावाङ घरेडी सामुदायिक घरबास पर्यटनलाई उत्कृष्ट घरबास पर्यटनका रूपमा नगद ११ हजार १ सय ११ रूपैयाँका साथमा सम्मानपत्रले सम्मानित गरेको छ। कालावाङ घरबास व्यवस्थापन समितिका अध्यक्ष प्रकाश गुरुङका अनुसार काठमाडौंमा २०७५ साउन १५ मा काठमाडौंमा आयोजित बार्षिक साधरणसभा तथा अधिवेशन कार्यक्रमका अवसरमा सो सम्मान प्रदान गरिएको हो ।

ख) पोखरामा घरबास पर्यटन मार्ट

नेपाल पर्यटन बोर्ड पोखराको आयोजना र ग्रामीण पर्यटन मञ्च(भिटोफ) कास्कीको सहआयोजानमा २०७३ चैत्र २५ र २६ पोखरामा घरबास पर्यटन मार्ट भएको थियो । उक्त मार्टमा घरबास पर्यटनका बारेमा जानकारी दिनुका साथै होम स्टेको बर्तमान अवस्था र घरबास पर्यटनका प्रचारप्रसार गरिएको थियो। कार्यक्रममा गण्डकी र धौलागिरीका २४ वटा घरबास पर्यटनका सञ्चालकहरू सहभागी भएका थिए। कार्यशालामा घरबास पर्यटनको परिचय, चिनारीयुक्त ब्रोसर तथा प्याकेजका कार्यक्रम सार्वजनिक गरियो (पर्यटन बोर्ड, पोखरा, २०७३)। मार्टबाट ग्रामीण तथा पर्या-पर्यटनको विकास र विस्तारमा महत्त्वपूर्ण योगदान पुग्ने अपेक्षा आयोजकको थियो ।

परिच्छेद तीन

अनुसन्धान विधि

३.१ अध्ययन क्षेत्रको छनौट र औचित्य

यस अध्ययनमा कास्की जिल्लाको पोखरा महानगरपालिकामा पर्ने कालावाङ र नवलपरासी(वर्दघाट पूर्व) पर्ने कावासोती नगरपालिकाको बाघखोरमा पर्ने अमलटारीमा रहेका २ वटा घर पर्यटनलाई छनौट गरिएको छ । तुलनात्मक अध्ययनका हिसावले एउटा पर्यटकीय नगरीमा रहेको विभिन्न समुदाय मिलेर सञ्चालन गरेको र तराईमा रहेको थारु समुदायले सञ्चालन गरेको घरबास पर्यटन उपयुक्त हुने निष्कर्ष सहित अध्ययन क्षेत्र छनौट गरिएको हो ।

कालावाङ घरेडी सामुदायिक घरबास पर्यटन कास्की जिल्लाको पोखरा लेखनाथ महानगरपालिका वडा नं. २५ को पुम्दीभुम्दीमा पर्दछ । सो स्थानमा १५६ घरपरिवारमध्ये १८ वटा घरमा २०७१ सालदेखि घरबास पर्यटन सन्चालनमा रहेका छन् । जसमध्ये खसआर्य समुदायका ७ र गुरुङ समुदायका ११ वटा घरमा घरबास पर्यटन रहेका छन् । २०७१ सालमा स्थापना भएको घरबास पर्यटन भएको स्थान सिद्धार्थ राजमार्गको तिलहार भन्ने स्थानबाट २.५ किलिमिटरको दुरीमा रहेको छ ।

अमलटारी मध्यवर्ती सामुदायिक घरबास पर्यटन गण्डकी प्रदेशको नवलपरासी (बर्दघाट पूर्व) जिल्लाको कावासोती नगरपालिका वडा नं. १५ बाघखोरमा पर्दछ । थारु, मुसहर र बोटे समुदायका २१२ घरधुरीमध्ये बोटे समुदायका ३ र थारु समुदायका २१ गरी २४ घरमा घरबास पर्यटन सन्चालनमा रहेका छन् । २०७० सालमा स्थापना भएको सो घरबास पर्यटन पुर्वपश्चिम राजमार्गको डण्डाबाट ७ किलोमिटरको दुरीमा रहेको छ ।

३.२ अनुसन्धान ढाँचा

अनुसन्धानले अध्ययनको दायरा बढाउने गर्दछ । ज्ञानको दायारा बढाउने या नयाँ विषय पत्ता लगाउने कार्य नै अनुसन्धान हो । वर्णनात्मक एवं विश्लेषणात्मक अनुसन्धान ढाँचा यस अध्ययनमा प्रयोग गरिएको छ । स्थानीय कृषि उत्पादन, पशुजन्य उत्पादन उपभोगको

अवस्था, बजारीकरण रणनीति, दिगोपना रणनीति के कस्तो रहेको छ भन्ने विषयमा अनुसन्धान केन्द्रित रहको छ ।

घरबास पर्यटन सञ्चालन भएपश्चात सामाजिक सम्बन्धमा आएको बदलाव, समुदायमा सामाजिक, आर्थिक, नेतृत्व विकास लगायतका सन्दर्भमा वर्णनात्मक एवं विश्लेषणात्मक अनुसन्धान ढाँचाबाट अध्ययन गरिएको छ ।

३.३ तथ्याङ्कको प्रकृति र स्रोत

यस अध्ययन क्रममा खास गरी सशक्तीकरणको अवस्था, सामाजिक तथा सांस्कृतिक मुल्य मान्यताका सन्दर्भमा घरबास पर्यटनहरूले गरेको योगदान, घरबास पर्यटन सञ्चालनका चुनौति लगायतका बारेमा केन्द्रित रहको छ । प्राथमिक र द्वितीय तथ्याङ्क दुवै अध्ययनका श्रोत रहेका छन् । प्रत्यक्ष रूपमा घरबास पर्यटनको अवलोकनबाट प्राप्त हुने तथ्याङ्क र पर्यटनसँग सम्बन्धित संघ संस्था, घरबास पर्यटन सम्बन्धी प्रकाशित सामग्री, नेपालको जनसङ्ख्या सम्बन्धी प्रतिवेदन लगायत द्वितीय श्रोतका रूपमा उपयोग गरिएको छ । सङ्ख्यात्मक तथा गुणात्मक दुबै तथ्याङ्क यसमा प्रयोग गरिएको छ ।

३.४ समग्र तथा नमुना

नमुना सङ्कलनका लागि कास्की जिल्लामा रहेको पुम्दीमा सञ्चालित घरबास पर्यटन र नवलपुरको अमलटारीस्थित थारु घरबास पर्यटनलाई यस अध्ययनको समग्र नमुनाका रूपमा लिइएको छ । कालावाङमा १५६ घरपरिवारमध्ये १८ वटा घरमा र अमलटारीस्थित थारु समुदायका २१२ घरमध्ये २४ घरमा घरबास पर्यटन रहेका छन् । घरबास पर्यटन सञ्चालनमा रहेका ४२ घर परिवारलाई समग्र नमुनाका रूपमा यस अध्ययनमा समावेश छ ।

३.५ तथ्याङ्क सङ्कलन विधि

क) अन्तर्वार्ता विधि

प्रत्यक्ष सरोकारवाला घरबास पर्यटन सन्चालकहरूसँग निर्दिष्ट प्रश्नावली बनाएर तथ्याङ्क सङ्कलन गरिएको छ । यस्तो सङ्ख्या ४२ रहेको छ । अवलोकनबाट प्राप्त हुन नसक्ने जानकारीहरू अन्तर्वार्ता सर्वेक्षण मार्फत् प्राप्त गरिएको छ ।

ख) समूह केन्द्रित छलफल विधि

प्राथमिक तथ्याङ्क सङ्कलनका लागि प्रभावकारी विधि समूह केन्द्रित छलफल पनि हो। समग्र नमुनाहरूबाट प्रश्नावली मार्फत् प्राप्त हुन नसकेका विवरण, घरबास पर्यटन सञ्चालित ठाउँको रहनसहन, प्राकृतिक सम्पदाको अवस्था, सांस्कृतिक चाल चलन, आदिका सम्भव भएसम्मका विषय अवलोकन मार्फत् पनि सङ्कलन गरिएको छ। यसको अलावा समूह छलफलमा घरबास पर्यटन व्यवस्थापनमा संलग्न पदाधिकारी र समितिका सदस्यहरू समेत ६ जना अमलटारीमा र ५ जना कालावाङमा सहभागी रहेका थिए। जुन छलफल मार्फत् घरबास पर्यटनको अवस्था, भावी योजना, प्याकेज, व्यवस्थापन लगायतका विषयमा जानकारी लिइएको छ।

ग) मुख्य जानकारसँग कुराकानी

घरबास पर्यटनकाबारेमा अध्येता जानकार व्यक्ति, सम्बन्धित समुदायका पाका व्यक्तिहरूसँग घरबास पर्यटनको पयर्टन क्षेत्रमा रहने भूमिका, आर्थिक सामाजिक पक्ष लगायतका विषयमा छलफल गरिएको छ। सामुदायिक घरबास पर्यटनको व्यवस्थापनमा प्रत्यक्ष संलग्न २ जना, ग्रामीण पर्यटन र समाजशास्त्रसँग सरोकार राख्ने व्यक्ति १ जनासँग पनि अनौपचारिक तथा औपचारिक कुराकानी गरिएको थियो। सोको निचोड यस शोधपत्रमा समावेश गरिएको छ।

३.६ तथ्याङ्क प्रस्तुतीकरण र विवेचना

अवलोकन, प्रश्नावली सर्वेक्षण, मुख्य जानकारहरूसँगको अन्तर्वार्ता, सम्बन्धित सरोकारवाला संस्थासँग भएका प्रकाशित सामग्री, पुस्तक आदिको तथ्याङ्क प्रस्तुत गरिनुका साथै आवश्यक तथ्याङ्क विश्लेषण र विवेचना गरिएको छ।

सामाजिक भावना, संस्कृति संरक्षणमा घरबास पर्यटनबाट पुगिरहेको भूमिका, कला संस्कृति संरक्षणका चुनौति, भावी दिनमा अपनाउन सकिने बाटो लगायतका विषयमा यस अध्ययनमा समावेश गरिनेछ। तथ्याङ्कको सम्पादन, सांकेतीकरण, वर्गीकरण, तालिकीकरण मार्फत् सङ्कलित तथ्याङ्कलाई प्रस्तुत गर्नुका साथै विवेचना गरिनेछ। यसका लागि कम्प्युटरमा एक्सेल सफ्टवेयरको प्रयोग गरिएको छ।

परिच्छेद चार

घरबास पर्यटनमा स्थानीय उत्पादन र दिगोपना

प्रस्तुत शोधपत्र घरबास पर्यटनको दिगोपना, बजारीकरण रणनीतिसँग सम्बन्धित रहेको छ । यस अध्ययनमा कालावाङ घरेडी सामुदायिक घरबास पर्यटन अन्तर्गतका १८ र अमलटारी मध्यवर्ती सामुदायिक घरबास पर्यटनमा २४ गरी ४२ जना घरबास पर्यटन सञ्चालकलाई नमुना सङ्कलनका लागि छनौट गरिएको थियो । छनौट गरिएका नमुनाहरूबाट तथ्याङ्क सङ्कलन गरी त्यसको सांखीकीय विश्लेषण, मुख्य जानकारहरूसँगको कुराकानी, आएका पाहुनाहरूसँग र समूह छलफलका विषय समेतका आधारमा यो खण्ड तयार गरिएको हो ।

प्रस्तुत अध्ययन सम्पन्न गर्नका लागि छनोट गरिएका ४२ जनामध्ये कालावाङमा अन्य व्यवसाय र बसाईंसराईंका कारण ३ जनाले घरबास पर्यटनलाई तत्काल नचलाएको हुँदा ३९ नमुनाहरूसँग पूर्व निर्धारित प्रश्नावली अनुरूप अन्तर्वार्ता गरिएको थियो । हरेक प्रश्नहरूको विभिन्न उपयुक्त विकल्पहरू पनि राखिएको थियो भने केहीमा उनीहरूले आफ्नो स्वेच्छिक जवाफ दिन सक्थे । प्राप्त तथ्याङ्कहरूलाई कम्प्युटरमा एक्सेलमार्फत तालिकामा परिणत गरिएको थियो ।

४.१ घरबास पर्यटनको शुरुवात

अमलटारी मध्यवर्ती सामुदायिक होमस्टे(घरबास) गण्डकी प्रदेशको नवलपरासी (बर्दघाट पूर्व) जिल्लाको कावासोती नगरपालिका वडा नं. १५ बाघखोरमा पर्दछ । पुर्वपश्चिम राजमार्गको डण्डाबाट ७ किलोमिटरको दुरीमा रहेको सो वस्तीमा रहेका थारु, मुसहर र बोटे समुदायका २१२ घरधुरीमध्ये बोटे समुदायका ३ र थारु समुदायका २१ गरी २४ घरमा घरबास पर्यटन सन्चालनमा रहेका छन् (घरबास पर्यटन व्यवस्थापन समिति, ०७५) ।

२०७० सालमा डब्लुडब्लुएफ, तराई भू परिधि कार्यक्रम (ताल), चितवन राष्ट्रिय निकुञ्ज र अमलटारी मध्यवर्ती उपभोक्ता समूहको 'हमार दिगो गाउँ' (हाम्रो दिगो गाउँ) कार्यक्रम अन्तरगत अमलटारी मध्यवर्ती सामुदायिक घरबास शुरु गरिएको हो । १८ वटा घरबाट शुरु गरिएको घरबास पर्यटन अहिले २४ वटा घरमा विस्तार भएको छ भने बार्षिक ३५ हजार ४० जना पर्यटकलाई स्वागत गर्न सक्ने क्षमता रहेको छ ।

कास्की जिल्ला पोखरा महानगरपालिका वडा नं. २२ मा पर्ने कालाबाङ घरेडीमा एशियन फोरमको सहयोगमा २०७१ साल चैत महिनाबाट कालाबाङ सामुदायिक होमस्टे(घरबास) शुरु गरिएको हो । पृथ्वीचोकबाट सिद्धार्थ राजमार्गमा स्याङ्जातर्फ ९ किलोमिटरको दुरीमा रहेको तिलहार हुँदै जानुपर्दछ् । तिलहारबाट राजमार्ग छाडेर साढे दुई किलोमिटरको दुरी पार गरेपछि कालाबाङ घरेडी पुग्न सकिन्छ ।

ब्राह्मण, दलित र गुरुङ समुदायको १५६ घरपरिवार रहेको उक्त स्थानमा १८ घरमा घरबास पर्यटन सञ्चालन गरिएको छ । जहाँ गुरुङ समुदायको ११, ब्राह्मण समुदायको ६ र दलित समुदायको १ घरबास पर्यटन रहेका छन् (घरबास पर्यटन व्यस्थापन समिति, २०७५) । बसाईसराई र अन्य व्यवसायका कारण ३ घरमा भने घरबास पर्यटन तत्काल स्थगित रहेको पाइएको छ । प्रतिदिन ६८ र बार्षिक २४ हजार ८ सय २० पर्यटकलाई राख्न सक्ने क्षमता रहेको छ । दुवै स्थानमा व्यवस्थापन समिति सक्रिय रुपमा क्रियाशील छ ।

क) पारिवारीक शैक्षिक अवस्था

घरबास पर्यटनमा आवद्ध सबै एकल परिवार पाइयो भने शिक्षाको सन्दर्भमा ३३ प्रतिशतले मात्रै औपचारिक शिक्षा र बाँकी धेरै साक्षर तथा केही निरक्षर समेत भेटिए । परिवारको सङ्ख्याका सन्दर्भमा ३३ घर परिवारमा ५ जनाभन्दा कम मात्र परिवारका सदस्य रहेको पाइयो भने बाँकी ६ घरमा मात्र ५ देखि १० जनासम्म सदस्य रहेको पाइयो । घरबास पर्यटन सञ्चालकमध्ये ९ जना (२३%) निरक्षर, १७ जना (४४%) साक्षर, ९ जना (२३%) माध्यमिक तहसम्मको अध्ययन र ४ जना (१०%)ले उच्च शिक्षा हाँसिल गरेका छन् ।

तालिका ४.१ : शिक्षाको अवस्था

शिक्षाको अवस्था	सङ्ख्या	प्रतिशत
निरक्षर	९	२३.००
साक्षर	१७	४४.००
माध्यमिक तह	९	२३.००
उच्च शिक्षा	४	१०.००
	३९	१००.००

श्रोतः स्थलगत अध्ययन, २०७५

यस तथ्याङ्कले साक्षर सबैभन्दा धेरै ४४ प्रतिशत देखिन्छ भने २३ प्रतिशत निरक्षर अवस्थाका घरबास पर्यटन सञ्चालक देखिन्छन्। माध्यमिक र उच्च शिक्षा अध्ययन गरेका सञ्चालकहरूले विदेशी पाहुनासँग सञ्चारीकरण गर्न सकेपनि ६७ प्रतिशतले भने सहज रूपमा विदेशी पाहुनासँग सञ्चारीकरण गर्न नसक्ने अवस्था छ। उनीहरूलाई बेला बेलामा अंग्रेजी भाषाको तालिम दिइएको छ भने घरमा रहेका अध्ययन गरेका सदस्यहरूले सञ्चारीकरणमा सहयोग गरेका छन्। यसर्थ विदेशी पाहुनाको व्यवस्थापनका लागि विशेष रूपमा सोच्न आवश्यक छ।

ख) घरबास पर्यटनप्रतिको धारणा

घरबास पर्यटन सञ्चालकलाई घरबास पर्यटन सञ्चालन गर्दा कस्तो लागेको छ भन्ने प्रश्नको जवाफमा अधिकांशले आय आर्जन रोजगारीका हिसावले आफूलाई राम्रो लागेको जवाफ दिए। कालावाङका १४ जना (९३%)ले राम्रो लागेको र १ जना (७%) ले सामान्य रूपमा लिएको बताए, त्यस्तै अमलटारीका १८ (७५%)ले राम्रो लागेको र ६ जना (२५%) ले सामान्य रूपमा लिएको पाइयो। दुवै स्थानमा कसैले पनि नराम्रो लागेको बताएनन्।

तालिका ४.२ : घरबास पर्यटन सञ्चालन गर्दाको अनुभूति

विवरण	कालावाङ		अमलटारी	
	सङ्ख्या	प्रतिशत	सङ्ख्या	प्रतिशत
राम्रो	१४	९३.००	१८	७५.००
सामान्य	१	७.००	६	२५.००
नराम्रो	०	०.००	०	०.००
जम्मा	१५	१००.००	२४	१००.००

श्रोत: स्थलगत अध्ययन, २०७५

यसबाट के प्रष्ट हुन्छ भने घरबास पर्यटनप्रति सञ्चालकहरूको सकारात्मक धारणा रहेको छ। आयआर्जन हुनु, सामाजिक सांस्कृतिक सम्बन्धमा सुधार, जीवनशैलीमा परिवर्तन, बोलीचाली तथा नेतृत्व क्षमता विकास लगायतले गर्दा सकारात्मक धारणा निर्माण भएको हुन सक्छ।

४.२ घरबास पर्यटनमा उपलब्ध खानाका परिकार

अमलटारी मध्यवर्ती सामुदायिक घरबास पर्यटनमा थारु समुदायमै प्रचलित परम्परागत परिकारले पाहुनालाई स्वागत गरिन्छ। चिचर, माछा, घोगी, नुमैचा, चटनि, अचार, सोभ्रुवारोटी लोकल कुखुरा तथा हाँसको परिकार, मोद(घरपाला रक्सी), चिचर, अनदीवाट वनेको निजई, गदाला(जाड) साथै खाजा, नास्ताको पनि व्यवस्था छ। सो स्थानमा पुग्ने पाहुनाले पनि थारु समुदायकै खानेकुरा घोघी, चिचर, माछाका परिकार मुख्य रूपमा मन पराउने गरेका छन्। घरबास पर्यटन सञ्चालक रनकुमारी महतोको अनुभवमा चिचर, माछाको झोल, हाँसको मासुका परिकार रोज्नेहरू धेरै रहेका छन्।

कालावाङ घरेडी सामुदायिक घरबास पर्यटनमा नेपाली खाना दाल, भात, तरकारी, कोदोको ढेडों, सुख्खा रोटी, चामलको पिठोबाट बनाइने सेल रोटी, पेन केक, अचार, माछा, मासु, सुकुटी, मदिरा, स्थानीय कुखुराको मासु, खसी-बोकाको मासु उपलब्ध रहेको छ। उल्लेखित यी परिकारमध्ये अधिकांश स्थानीय उत्पादन हुन्। आफ्नो घरको उत्पादनले अपुग भएको अवस्थामा घरबास पर्यटनमा आवद्ध नरहेका अन्य स्थानीयसँग खरीद गर्दछन्। उनीहरूले स्थानीय बजारमा उपलब्ध नहुने चिजहरू मात्र बजारबाट किनेर ल्याउने गरेका छन्।

तालिका ४.३ : खानाको सूची

अमलटारी	**कालावाङ**
सादा खाना: दाल भात तरकारी (स्थानीय उत्पादन)	स्वागतसँगै चिया (पुदिना तथा स्थानीय उत्पादन)
मासु खाना: अर्डर अनुसार हाँस, कुखुरा, माछाका परिकार र दाल भात तरकारी	नास्ता(मकै, कोदोबाट बन्ने परिकार)
अर्डर अनुसार स्थानीय तथा ब्राण्ड मदिरा	**सादाः** दाल, भात, तरकारी, मासु, अचार
पाहुनाको रुची अनुसार मदिरा र माछा मासुका परिकार	स्थानीय मदिरा कोदोको रक्सी
एटेच ट्वाइलेट/बाथरुम सहित आवासकोठा	आवास
विहान ब्रेकफास्टः चिचरको साथमा चिया र तरकारी वा रोटी तरकारी	विहान ब्रेकफास्ट(स्थानीय उत्पादन) कोदो, मकैका परिकार, चिया, रोटी
	पाहुनाको रुची अनुसार मदिरा र माछा मासुका परिकार

श्रोतः स्थलगत अध्ययन, २०७५

माथि उल्लेखित प्याकेज बाहेक पनि लोकल कुखुरा, माछा, खसीबोकाको मासु, दुध दही, घिउ लगायत अतिरिक्त शुल्क तिरेर उपयोग गर्न सक्ने व्यवस्था रहेको छ। सादा खाना तथा मासु खानाका लागि अलग अलग मुल्य निर्धारण गरिएको छ। प्याकेजमा उपलब्ध बाहेक पनि घरबास पर्यटनमा उपलब्ध हुन सक्ने सेवा पाहुनाले रुची अनुसार लिन सक्नेछन् तर सोका लागि अतिरिक्त रकम खर्च गर्नुपर्ने हुन्छ।

स्थानीय रूपमा कालावाङमा बढी कोदो, मकै लगायतका उत्पादनका परिकार प्रयोग भएको पाइन्छ भने अमलटारीमा माछा, चामल, चिचर, हाँसका परिकार प्रयोग भएको पाइन्छ। दुवै स्थानमा स्थानीय उत्पादनको प्रयोग भएको देखिन्छ। जुन घरबास पर्यटनका लागि सकारात्मक मान्नुपर्दछ।

४.३ उपलब्ध पर्यटकीय आर्कषण

कालावाङ घरेडी सामुदायिक घरबास पर्यटनमा जाने पर्यटकले ग्रामीण एवं कृषि जीवनशैली, स्थानीय रहन सहन, केही समयको पैदलयात्रापछि पोखरा उपत्यका तथा हिमालको समेत दृश्यावलकोन गर्न सकिन्छ। ग्रामीण जनजीवनका परम्परागत चाल चलनबारे समेत जानकारी लिन सकिन्छ। समूहगत छलफलमा प्राप्त जानकारीका आधारमा उक्त स्थानमा निम्न अनुसारको पर्यटकीय क्रियाकलापको विकास गर्न सकिन्छ।

<u>कालावाङ घरबास पर्यटनमा उपलब्ध हुन सक्ने पर्यटकीय आर्कषणका क्षेत्र</u>

- पामेबजार, शान्तिस्तुपा र तिलाहारबाट हाइकिङ(पैदलयात्रा) गराउन सकिने
- चक्र हाल्ने डाँडामा शान्त एवं मनोरम दृश्यावलोकन
- घरबास पर्यटन नजिकै पिकनिक तथा रात्रीकालीन क्याम्प फायरमा रमाउन सकिने
- चरा अवलोकन तथा जंगलयात्राका साथै हिमश्रृंखला अवलोकन गराउन सकिने
- स्थानीय ग्रामीण जीवनशैली खेतबारीमा काम गरेको, ढिकी जाँतो चलाएको, पशुपालन, भेडापालन, गाईभैसीं दुहुने, करेसाबारीको काम, घर सजावट, आगोमा खाना पकाउने लगायतका विभिन्न गतिविधिमा संलग्न गराउन सकिने। यसमा विदेशी पर्यटकहरू विशेष आर्कषित हुन सक्नेछन्।
- सांस्कृतिक कार्यक्रम अन्तर्गत ब्राह्मण समुदायको भजन, आमा समूह र विद्यार्थीको प्रस्तुति।

स्थानीय कुखुराको मासु, स्थानीय स्तरमै माछाको उत्पादन गर्ने, मकै, कोदोको ढेंडो रोटी लगायतका परिकार बनाएर त्यसको प्रचार गर्ने हो भने पोखराबाट नजिकै रहेको कालावाङमा आन्तरिक पर्यटकबाट मात्रै पनि मनग्गे आम्दानी गर्न सक्ने संभावना देखिन्छ ।

पाहुनाहरूको उचित स्वागत सत्कार, घरमा आत्मियताका साथ आतिथ्यता प्रदान गर्ने तथा पारिवारीक वातावरणमा पाहुनालाई भुलाउन सक्ने क्षमता अभिबृद्धि हुन आवश्यक छ। वातावरणका हिसावले सो स्थानमा न त गर्मी नै छ न त जाडो नै । बजारीकरणमा सक्रिय रविन्द्र गुरुङका अनुसार 'एसी वा हिटरको जरुरत छैन' ।

अमलटारीमा रहेका थारु समुदाय आदिवासी जनजातिमध्येमा पर्दछन्। यो समुदाय पिछडिएको तथा विपन्न समुदाय पनि हो । विश्व सम्पदा सूचीमा सूचीकृत चितवन राष्ट्रिय निकुञ्ज अन्तर्गतको जैविक विविधताले भरिपूर्ण नारायणी नदिको किनारमा रहेको सामुदायिक बनक्षेत्रमा रहेका थारु, बोटे, मुसहर समुदायको बसोबास रहेको स्थानमा अमलटारी मध्यवर्ती सामुदायिक घरबास पर्यटन सञ्चालनमा रहेको छ। समूह छलफल, मुख्य जानकारसँगको कुराकानी तथा वेभ पोर्टलमा उल्लेख गरिएको जानकारीका आधारमा निम्न पर्यटकीय क्रियाकलाप उक्त स्थानमा संचालन भएका र हुने क्रममा छन् ।

अमलटारी मध्यवर्ती सामुदायिक घरबास पर्यटनका मुख्य पर्यटकीय क्रियाकलापहरू

- जैविक विविधताले भरिपूर्ण गुन्द्रहि ढकाहा सामुदायीक वनक्षेत्रमा पर्यटकहरूलाई विश्वकै दुर्लभ एक सिङगे गैडा, पाटेबाघ, घडियाल लगायत लोपोन्मुख प्रजातीका वन्यजन्तु तथा चराचुरङगीको अवलोकन गराइने
- नेपालकै गहिरो तथा विशाल नारायणी नदिमा बोटिङ र सुर्यास्त दृश्य अवलोकन गराउने
- सामुदायीक वनमा हात्ती सफारी, जिप सफारी र पदयात्रा
- आदिबासी थारु संङग्रहलय अवलोकन
- माछापोखरी फिसिङ तथा हाती बाथ गराउने
- पैदल तथा वयलगाडा सयर मार्फत् थारु, बोटे तथा मुसहर गाँउमा घुमाउने
- सांस्कृतिक कार्यक्रम (थारु, बोटे तथा मुसहर समुदायको नृत्य) देखाउने

४.४ घरबास पर्यटनमा सांस्कृतिक कार्यक्रम

गण्डकी प्रदेश सामाजिक सांस्कृतिक विविधताले भरिपूर्ण रहेको छ। यहाँका विभिन्न समुदायका आ–आफ्नै सामाजिक सांस्कृतिक मुल्य मान्यता र रहनसहन रहेका छन्। समाज सामाजिक सम्बन्धको जालो हो भने संस्कृति समाजमै विकसित चालचलन। ढुंगा माटोले बनेका दशकौं पहिले बनेका घरमा बस्ने, दुध तताउने, मोही पार्ने, ढिकी जाँतो चलाउने जस्ता ग्रामीण जीवनशैली र सामाजिक पक्षसँग साक्षात्कार हुने अवसर कालावाङ घरेडी सामुदायिक घरबास पर्यटनमा पुग्ने पाहुनाले प्राप्त गर्न सक्छन्।

यसको अलाभा सांस्कृतिक कार्यक्रममा गुरुङ समुदायको परम्परागत भेषभुषामा सजिएका महिलाहरूको नाँचगान, ब्राह्मण समुदायमा प्रचलित भजन चुड्का र स्थानीय विद्यालयमा अध्ययनरत विद्यार्थीहरूको नाचगान सांस्कृतिक कार्यक्रमका रूपमा समावेश रहेका छन्।

अमलटारी मध्यवर्ती सामुदायिक घरबास पर्यटनमा स्थानीय आदिबासी तथा जनजाती थारु, बोटे तथा मुसहर समुदायको स्थानीय कला संस्कृतिको संरक्षण र आय आर्जनको उद्देश्यसहित आगन्तुक पाहुनाहरूलाई बिभिन्न सांस्कृतिक कार्यक्रमहरू देखाउने गरिन्छ।सांस्कृतिक कार्यक्रम अन्तरगत थारु समुदायको लाठी, झुमरा, जोगेडा, झर्रा र रिमिक्स नाँचगान, बोटे समुदायको गोलेनी नाच नाच देखाउने गरिएको छ। यसका साथै मुसहर समुदायको हुर्का नाँचलाई समेत समावेश गर्ने प्रयास हुँदैछ।

तालिका ४.४ : सांस्कृतिक कार्यक्रम

सांस्कृतिक कार्यक्रम	शुल्क	खर्च गरिने क्षेत्र
अमलटारी : थारु समुदायः लाठी, झुमरा, जोगेडा, झर्रा र रिमिक्स नाँच, बोटे समुदायः गोलेनी नाँच	५ हजार प्रतिसमूह	भेष, भुषा, बाद्यबादन सामग्री, र सदस्यहरूलाई समान रूपमा वितरण, समितिले १० प्रतिशत
कालावाङ : गुरुङ समुदायको भेषभुषा सहित आमा समूहको नाँचगान, ब्राह्मण समुदायको भजन चुट्का र विद्यार्थीको गाउँकै परिवेश झल्कने गीत र नाँच	३ हजार प्रतिसमूह	समूहगत रूपमा खर्च गर्ने पूवार्धार मर्मत सम्भार, सरसफाई, सामाजिक-सांस्कृतिक तथा शैक्षिक कार्यमा खर्च गर्ने

श्रोत स्थलगत अध्ययन, २०७५

कालावाङमा सांस्कृतिक कार्यक्रम देखाए बापत् पर्यटकसँग ३ हजार रूपैयाँ शुल्क लिइने र प्रत्येक समूह (ब्राह्मण समूह, आमा समूह र विद्यार्थी समूह)लाई १-१ हजारका दरले वितरण गर्ने गरिएको छ। यसरी प्राप्त हुने रकम पनि सामाजिक क्रियाकलाप सरसफाई, समुदायमा आवश्यक पर्ने भवन तथा अन्य पूर्वाधार निर्माण, मर्मत सम्भार तथा विद्यार्थीका लागि पोशाक, पुरस्कार लगायतमा खर्च गर्ने गरिएको छ।

अमलटारी मध्यवर्ती सामुदायिक घरबास पर्यटनमा सांस्कृतिक कार्यक्रम देखाएबापत् प्रति समूह ५ हजार लिने गरिन्छ। यसरी उठाइएको रकममा १० प्रतिशत रकम घरबास पर्यटन व्यवस्थापनका लागि छुट्याइएको छ भने बाँकी रकम सांस्कृतिक कार्यक्रममा सहभागीहरूले वितरण गर्ने गर्दछन्। सांस्कृतिक कार्यक्रमले ३ वटा समुदायको भेषभुषा, कला संस्कृतिको संरक्षण, एक आपसमा माया, प्रेम तथा एकताको भावना समेत अभिवृद्धि भएको छ भने अतिरिक्त आम्दानी समेत भएको छ।

अमलटारी घरबास पर्यटनमा सांस्कृतिक कार्यक्रम देखाएर सन् २०१५ मा ४ लाख ४५ हजार, सन् २०१६ मा १० लाख ८३ हजार ८ सय ३५ सन् २०१७ मा १७ लाख ६० हजार ६ सय ५८ रूपैयाँ आम्दानी भएको देखिन्छ -पर्यटक आगमन र आम्दानी विवरण, २०१७)। यसले सांस्कृतिक कार्यक्रम पनि घरबास पर्यटनसँगै वैकल्पिक आय आर्जनको दरिलो माध्यम बनेको देखिन्छ। यसले सामाजिक सांस्कृतिक क्षेत्रको विकास, निरन्तरतामा समेत टेवा पुगेको छ। समूह सानो ठूलो जे भएपनि उत्ति नै शुल्क लिने प्रचलन रहेकाले शुल्क सुलभ बनाउनुपर्छ भने सांस्कृतिक कार्यक्रमलाई नियमित र व्यवसायिक बनाउन आवश्यक छ।

४.५ घरबास पर्यटनमा सामुदायिक भावना

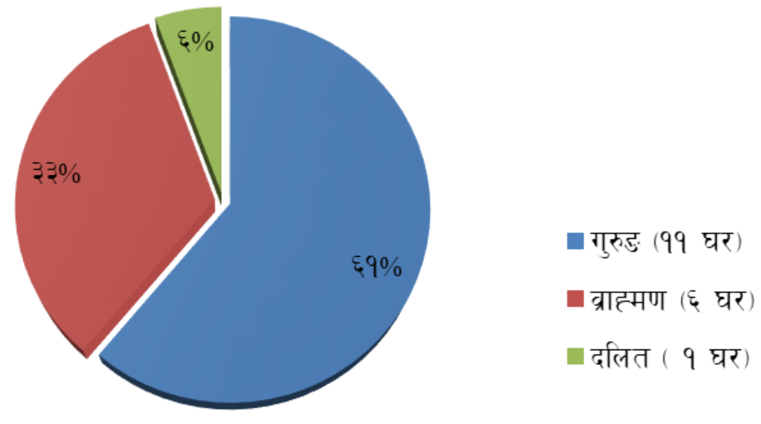
कालावाङ घरेडी सामुदायिक घरबास पर्यटनमा आवद्ध प्रत्येक घरबास पर्यटनले आफ्नो प्याकेज सेवा मार्फत् प्राप्त गर्ने आम्दानीको १५ प्रतिशत रकम घरबास पर्यटन व्यवस्थापनका लागि खर्च गर्ने गरेका छन्। सो रकमले बाटो, सार्वजनिक स्थल सरसफाई चक्र हाल्ने डाँडोमा पूर्वाधार विकास लगायतमा खर्च गर्ने गरिएको छ। त्यस्तै सांस्कृतिक कार्यक्रम मार्फत प्राप्त हुने आम्दानीबाट ब्राह्मण समुदायले आफ्नो सामुदायिक भवन, आमा समूहले बाटो सरसफाई तथा विद्यार्थीले आफ्नो पोशाक र पुरस्कारका लागि व्यवस्थापन गर्दै आइरहेका छन्। यसले सामाजिक कार्यहरू गर्न सहजता थपिएको छ।

त्यस्तै अलटारीमा रहेको घरबास पर्यटनमा १० प्रतिशत आम्दानी कटाउने गरिएको छ। सो स्थानमा भने व्यवस्थापनका लागि ३ जना कर्मचारी पनि राखिएको छ। घरबास पर्यटनका सदस्यसँग लिइने १० प्रतिशत आम्दानीको रकममध्ये २ प्रतिशत शिक्षामा, २ प्रतिशत स्वास्थ्यमा र १ प्रतिशत रकम बन, वातावरण तथा बन्यजन्तु संरक्षण कार्यमा र बाँकी ५ प्रतिशत रकमबाट कार्यालय व्यवस्थापन गर्ने गरिएको छ।

उक्त स्थानमा घरबास पर्यटन व्यवस्थापन समितिले नै समुदायका सामाजिक क्रियाकलापहरूको नेतृत्व गर्नुपरेको छ। बाटो सरसफाई, खानेपानी व्यवस्थापन, विजुली व्यवस्थापन तथा अन्य विभिन्न सामाजिक क्रियाकलापहरूका लागि सबैले घरबास पर्यटन व्यवस्थापन समितिकै मुख ताक्ने गरेका छन्। यस्तो अवस्थालाई सुधार गर्न घरबास पर्यटन सञ्चालक बाहेक पर्यटकीय गतिविधिहरूमा समुदायका अन्य सदस्यहरूलाई पनि समेट्न आवश्यक देखिन्छ।

४.६ समावेशी घरबास पर्यटन

कालावाङमा दलित, ब्राह्मण र गुरुङ समुदाय मिलेर घरबास पर्यटन सञ्चालन गरेका छन्। सो स्थानमा रहेका १८ मध्ये १ घर दलित(६ प्रतिशत), ११ घर गुरु ङ(६१ प्रतिशत) र ६ घर



वृत्त चित्रसूची ४.१: घरबास पर्यटनमा सहभागी जाति/जनजातिगत विवरण
श्रोत: स्थलगत अध्ययन-२०७५

ब्राह्मण(३३ प्रतिशत) समुदायको घरबास पर्यटन रहेको छ। यसले फरक फरक समुदायका सदस्यवीच अन्तरघुलन एवं सहकार्य बढाएको छ। यसका साथै खस आर्य र गुरुङ समुदायमा रहेको फरक फरक सांस्कृतिक सामाजिक मुल्य मान्यताहरूको एक आपसमा

सिकाई भएको छ। समावेशीको बहस भइरहँदा फरक फरक जाति समुदायले मिलेर घरबास पर्यटनमा सञ्चालन गर्नु चुनौतिपूर्ण रहेपनि दीगो व्यवस्थापन गर्न सकेमा एउटा सुन्दर अभ्यास हुनसक्छ। यसले पाहुना एवं स्वयं घरबास पर्यटन सञ्चालकहरूले समेत फरक सांस्कृतिक चाल चलनका बारेमा बुझ्ने अनुभव गर्ने अवसर मिल्नेछ।

प्रायः सामुदायिक घरबास पर्यटनहरूमा एउटै जाति समुदायले मिलेर चलाएकोमा कालावाङ घरेडी भने त्यसको अपवाद बन्न सफल भएको छ। नेपाली ब्राह्मण समाजको पृष्ठभूमिलाई हेर्दा घरबास पर्यटन व्यवसाय सञ्चालनको क्रममा ब्राह्मण समुदायका सञ्चालकले मदिरा सहितको स्वागत सत्कारमा समेत संलग्न हुने अवस्थालाई पनि सामाजिक मुल्य मान्यतामा विस्तारै परिवर्तन भएको मान्न पनि सकिन्छ।

यद्यपि दलितको घरबास पर्यटनमा पाहुनाहरू गएर बस्नमा अलिक हिच्किचाउने, ब्राह्मण समुदायका सदस्यको घरमा मदिरा सेवन लगायतमा धक फुकाउन नपाएको जस्ता गुनासा पनि व्यवस्थापन समक्ष आउने गरेका छन्। दलित लगायत समान अधिकारका कुरा गर्नेहरू सार्वजनिक पद धारण गर्नेहरू नै पनि दलितको घरबास पर्यटन हो भन्ने थाहा भएपछि सो घरमा बस्न आनाकानी गर्ने अनुभव व्यवस्थापकहरूले कयौंपटक भोगेका छन्।

विदेशी पाहुना आएमा पहिलो प्राथमिकता उक्त घरलाई दिने गरिएको र अन्यलाई पनि जानकारी दिएर राख्ने गरिएको छ। यस्ता खालका समस्या अमलटारीको घरबास पर्यटनले भने भोग्नुपरेको छैन। उक्त स्थानमा व्यवस्थापनका लागि कर्मचारी नै भएकाले पनि सहजै पाहुनाहरू बाँडफाँड गर्ने र आम्दानी पनि समान रूपमा बाँडफाँड गर्ने गरिएको छ।

४.७ अनुसन्धान र सिकाईको थलो

तनहुँ जिल्लाको आँबुखैरहनी गाउँपालिका वडा नं. ६ हिलेखर्कका चन्द्रप्रकाश गुरुङ सहितका ४ जना २०७५ साल साउन १५ गते कालावाङमा पुगे। उनीहरूको उद्देश्य आफ्नो गाउँमा रहेको घरबास पर्यटनलाई व्यवस्थित केही नयाँ अनुभव सिक्नु थियो। सो स्थानमा गुरुङ समुदायका ५ घर मिलेर घरबास पर्यटन सञ्चालनमा ल्याएको र व्यवस्थापनमा केही अनुभव सिक्न सकिन्छ कि भनेर आएको गुरुङको भनाई थियो।

समथर भुभाग नारायणगढ र उच्च हिमश्रृंखला(गणेहहिमाल, अन्नपूर्ण र धौलागिरी),को अवलोकन गर्न सकिने, उच्च ठाउँमा रहेको उपत्यका लगायतका विशेषता रहेकाले घरबास पर्यटन प्रबर्द्धनमा सिकाई हाँसिल गर्न सो टोली उक्त स्थानमा पुगेको हो।

त्यस्तै साउन १६ गते पोखरा विश्वविद्यालयका १६ जना विद्यार्थी लिएर प्राध्यापक अजय थापा पनि सो स्थानमा पुगे। सो टोलीको उद्देश्य भनेको स्नात्तक तहमा अध्ययनरत विद्यार्थीले आफ्नो पाठ्यपुस्तकमा रहेको अनुसन्धानको व्यवहारिक अध्ययन भ्रमण थियो ।

साउन १६ गते नै मण्डला थियटरको २२ जनाको समूह कालावाङमा पुग्यो। टोलीको व्यवस्थापनका लागि अघिल्लो दिन नै सो स्थानमा पुगेका गोविन्द पराजुलीका अनुसार रंगमञ्च युवा निर्देशक तालिम(डिरेक्टर वर्कसप)का लागि कालावाङ रोजिएको हो । कलासँग प्रकृति र वातावरण अन्योन्याश्रित भएकाले सहरी कोलाहलबाट मुक्त भई शान्त वातावरणमा प्रकृतिसँग संवाद गर्न थिएटर टोली त्यहाँ पुगेको थियो। जसले नविन सिर्जनामा सहयोग पुग्ने विश्वास गर्न सकिन्छ ।

त्यस्तै अमलटारीमा पनि हरेक बर्ष दर्जनौ विद्यार्थी शोधकार्यका लागि पुग्ने गरेका छन् । पाहुनाको विवरण सूचीमा हेर्दा समुहमा जाने पर्यटकको सङ्ख्या धेरै देखिन्छ। प्रायः विभिन्न संघसंस्थाले आफ्नो आफ्ना कतिपय बैठक, सेमिनार, गोष्ठी, अवलोकन भ्रमण लगायतका कार्यक्रमका लागि सो स्थान रोज्ने गरेका छन्। यी प्रतिनिधि उद्दाहरणले घरबास पर्यटन मनोरञ्जन गर्ने, घुमफिर गर्ने उद्देश्यमा मात्र नभई अध्ययन अनुसन्धान, नवसिर्जना, अनुभव आदनप्रदानको थलोका रूपमा समेत विकास हुँदै गइरहेको छ।

४.८ कृषि उत्पादनमा व्यवसायिकीकरण

पोखरा लेखनाथ ४महानगरपालिका वडा नं. २२ का विकास गुरुङ, चन्द्रसिंह नेपाली र घरबास पर्यटनमा आवद्ध धुव्रराज पौडेल कृषि कर्ममा रमाईरहेका छन्। नेपालीले कुखुरा र बाखापालनका साथै ४ रोपनी क्षेत्रफलमा तरकारी खेती पनि गरेका छन्। पौडेलले तरकारी खेतीका साथै गाई पालेका छन्। सो स्थानमा काँक्रा, करेला, घिरौंला, विभिन्न जातका खुर्सानी, स्कुस, लौका, सागसब्जी, अदुवा, लसुन लगायतका तरकारी लगाउने गरिएको छ। गुरुङले पनि सिजनअनुसारका तरकारी लगाउने गरेका छन्। घरबास पर्यटन सञ्चालन भएसँगै उत्पादित सामग्रीको बजार व्यवस्थापन सहज भएको गुरुङ, नेपाली र पौडेलको अनुभव छ। उनीहरूमात्र नभई समुदायका अन्य सदस्यले पनि तरकारी तथा पशुपालनलाई जोड दिन थालेका छन्।

४.९ कोसेली घर, सामुदायिक भवन

यस अमलटारी मध्यवर्ती सामुदायीक घरबास पर्यटन सांस्कृतिक भवनसंगै मायाको चिनो पसल समेत व्यवस्था गरिएको छ। यसको उदेश्य स्थानीय स्तरमा रहेका स्रोत साधनको सदुपयोग गरि स्थानिय कला, संस्कृतिका लाइ व्यवसायीक रूपमा जिविकोपार्जनको रूपमा एक आपसमा जोडी स्थानीय जनसमुदायको आर्थीक तथा सामाजीक बिकाशमा सहयोग गर्ने रहेको छ। वि.स २०७३ सालमा स्थापित यस सोभिनियर सपमा स्थानिय स्तरमा उत्पादित हस्तकलाका सामानहरू उपलब्ध रहेका छन ।

बिशेष गरि दिगो गाँउ निर्माणका लागी समेत यो कार्यक्रमको अवधारणा आएको हो । यस क्षेत्रमा रहेका अति बिपन्न तथा गरिब समुदायका मानिसहरू लाइ सुरुमा दिगो गाँउ बाट बिभिन्न हस्तकलाका तालिम : हस्तकलाका उलन व्यवसाय, गैडाको मुर्ती बनाउने, मौनी ढकिया निर्माण तालिम दिइइको थियो। तालिम पश्चात समुदायका सदस्यहरूले उत्पादन गरि सोविनियर सपमा दिने र सोको विक्रि वितरण र आम्दानीको व्यवस्थापन समितीबाट व्यवस्थापन गरिन्छ। यसले घरबास पर्यटनमा आउने पाहुनाहरूले आफ्नो रुचिअनुसार मायाको चिनो लैजानमा सहयोग पुऱ्याएको छ ।

कालावाङ घरबास पर्यटन व्यवस्थापन समितिका अध्यक्ष प्रकाश गुरुङ पनि सामुदायिक भवन र कोसेली घर अत्यावश्यक भएको ठान्नुहुन्छ। निर्माणका लागि लक्ष भएपनि बजेट अभावका कारण सो कार्य गर्न सकिएको छैन्। गाउँमा अन्य विभिन्न संस्थाका सामुदायिक भवन नभएका होइनन् तिनै भवनमा अहिले कार्यक्रम पनि भइरहेका छन्। तर कहिले काँही कार्यक्रम जुध्दा भने अफ्टेरो परेकाले घरबास पर्यटनको आफ्नै सामुदायिक भवन, अफिस तथा कोसेली घर व्यवस्थापनको योजना बनाइएको छ।

४.१० आगामी योजना

कावासोती नगरपालिकाका उपप्रमुख एवं घरबास पर्यटन एशोसियसनमा आवद्ध प्रेमशङ्कर मर्दनिया थारु घरबास पर्यटनलाई दीगो बनाउन स्थानीय अर्गानिक उत्पादनको साथमा जैविक विविधताको संरक्षणमा जोड दिनुपर्ने बताउनुहुन्छ। घरबास पर्यटन सञ्चालनका क्रममा शुरुवाती पहलकर्ता समेत रहनुभएका प्रेमशङ्करका अनुसार सङ्ख्या बृद्धि गरेर ३० वटा पुऱ्याउने र हरेक घरमा ८ वटा बेड क्षमता विस्तारको योजना छ। यसले सिजनमा

हुने पर्यटकको चापलाई थेग्न समेत सहयोग पुग्छ भने रोजगारीको अवसर सिर्जना हुनका साथै आय आर्जन समेत बृद्धि हुनेछ ।

कालावाङ सामुदायिक घरबास पर्यटनलाई पनि फुलैफुलको गाउँ, स्थानीय अर्गानिक उत्पादनमा आत्मनिर्भर बनाउने तथा आगामी ३ बर्षभित्रमा गण्डकी प्रदेशकै उत्कृष्ट गन्तब्य गाउँ बनाउने सपना बुनेको छ घरबास पर्यटन व्यवस्थापन समितिले ।

अमलटारीमा दीगो गाउँ अवधारणा अन्तर्गत पर्यटन तथा घरबास पर्यटनको दीगोपनाका लागि गाउँ व्यवस्थापन तथा सवलीकरण मार्गदर्शन(कोड अफ कन्डक्ट), प्राविधिक सहयोग, उलन र काठको मूर्ति बनाउने तालिम, आय आर्जन घुम्तीकोष दुध उत्पादनलाई प्राथमिकता, अक्षयकोष स्थापना सो कोषको व्याज मार्फत् विभिन्न कार्यक्रम सञ्चालन भएका छन् । त्यस्तै सामाजिक दिगोपना शिक्षा, स्वास्थ्य, शुद्ध खानेपानी, सरसफाई, स्थानीय कला, संस्कृति र भेषभुषा संरक्षण, संस्थाहरूको सुशासन र क्षमता विकास कार्यक्रम समावेश छन् । आर्थिक दिगोपना अन्तर्गत कृषिमा विविधीकरण तथा व्यवसायीकरण, वैकल्पिक श्रोतको पहिचान, रोजगारी, हमार दिगो गाउँ पर्यटन सहकारी संस्था लि.को दिगोपनाका कार्यक्रम समावेश छन् ।

कालावाङमा एशिएन फोरमको सहयोगमा तालिम र पूवार्धारमा सहयोग रहेपनि अहिले कुनै बाह्य सहयोग विना नै समुदायले आफ्नो घरबास पर्यटन तथा पर्यटनसँग सम्बन्धित कार्यक्रम व्यवस्थापनमा जुटिरहेका छन् । २०७५ भदौ ८ गते विशेष कार्यक्रमको आयोजना गरि सम्पूर्ण व्यवस्थापन गर्ने गरी उक्त घरबास पर्यटन समुदायलाई हस्तान्तरण समेत गरिसकिएको छ ।

परिच्छेद पाँच

घरबास पर्यटनमा बजारीकरण रणनीति

प्रस्तुत शोधपत्र घरबास पर्यटन(होमस्टे)को दिगोपना, बजारीकरण रणनीतिसँग सम्बन्धित रहेको छ। यस अध्ययनमा कालावाङ घरेडी सामुदायिक घरबास पर्यटन १८ र अमलटारी मध्यवर्ती सामुदायिक घरबास पर्यटनमा २४ गरी ४२ जना घरबास पर्यटन सञ्चालकवीच नमुना सङ्कलन गरिएको थियो। छनौट गरिएका नमुनाहरूबाट तथ्याङ्क सङ्कलन गरी त्यसको सांखीकीय विश्लेषण मार्फत् यो खण्ड तयार गरिएको हो।

प्रस्तुत अध्ययन सम्पन्न गर्नका लागि छनोट गरिएका ४२ जना नमुनाहरूसँग पूर्व निर्धारित प्रश्नावली अनुरूप अन्तर्वार्ता गरिएको थियो। हरेक प्रश्नहरूको विभिन्न उपयुक्त विकल्पहरू पनि राखिएको थियो भने केहीमा उनीहरूले आफ्नो स्वेच्छिक जवाफ दिन सक्थे। प्राप्त तथ्याङ्कहरूलाई एक्सेलमार्फत तालिकामा परिणत गरिएको थियो।

प्राप्त तालिकाहरूलाई व्याख्या गर्ने क्रममा प्राप्त सांखीकीय तथ्याङ्कहरूलाई तालिकाको समेत प्रयोग गरी नतिजाको व्याख्यालाई सहजता प्रदान गरिएको छ। यसमा अमलटारीमा २४ र कालवाङमा ३ घरपरिवारले बसाईंसराईं र आफ्नो अन्य पेशा व्यवसायमा व्यस्त भएका कारणले घरबास पर्यटनलाई निरन्तरता नदिएको देखिएकाले १५ गरी ३९ नमुनालाई विश्लेषणका साथै तुलनात्मक अध्ययन गरिएको छ।

५.१ घरबास पर्यटनमा उपलब्ध सेवा सुविधा

क) स्थानीय कृषि उपजको उपलब्धता

कालावाङमा चामल, कोदो, मकै, हरियो सब्जी, दाल लगायतका सामग्रीहरू गाउँकै उत्पादन प्रयोग हुने पाइयो। कालावाङको स्थानीय उत्पादन मध्ये चामल ६ घर(४०%)ले आफ्नै उत्पादनले पुग्ने, ६ घर(४०%)ले ९ महिनामात्र पुग्ने, १ घर(७%)ले ६ महिना र २(१३%) घरले पुरै किन्नुपर्ने बताए। कोदो मकै १४ घर(९३%)ले किन्नुनपर्ने बताए भने १ घर(७%)ले पुरै किन्नुपर्ने बताए। हरियो सागसब्जी पुरै किन्नुपर्ने कोही देखिएनन भने ८ घर(५३%)ले आफ्नै उत्पादनले पुग्ने बताए भने ४ घर(२७%)ले ६ महिना र ३ घर(२०%)ले ३ महिना

किन्नुपर्ने बताए । त्यस्तै दाल १२ घर (८०%)ले आफ्नै उत्पादनले पुग्ने बताए भने १ घर(७%)ले ले ६ महिनाको लागि र २ घर(१३%)ले पुरै किन्नुपर्ने बताए ।

गेडागुडीको सन्दर्भमा ८ घर(५३%)ले पुरै किन्नुपर्ने बताए भने २(१३%) घरले ९ महिना र ५ घर(३३%)ले ६ महिना किन्नुपर्ने बताए । त्यस्तै आलु १ घरले आफ्नै उत्पादनले पुग्ने बताए भने ४ घर(२७%)ले ३ महिना, ४ घर(२७%)ले ६ महिना, ३ घर(२०%)ले ९ महिना र ४ घर(२७%)ले पुरै किन्नुपर्ने बताए ।

त्यस्तै मासु पुरै किन्नुपर्नेमा ७ घर(४७%) देखिए भने ९ महिनाको लागि किन्नुपर्ने ३ घर(२०%) र ६ महिनाको लागि किन्नुपर्ने ५ घर (३३%) देखिए । त्यसैगरी मदिरा किन्नुनपर्ने आफैं तयार पार्ने घर ९((६०%) देखिएभने ६ घर((४०%)ले पुरै किन्नुपर्ने बताए । माछा भने सबै घरले किनेर काम चलाउने गरेको पाइयो ।

तालिका ५.१ : कालावाङमा पाइने कृषि उत्पादन

उत्पादन	१२ महिना		९ महिना		६ महिना		३ महिना		किन्नुपर्ने	
	संख्या	प्रतिशत	संख्या	प्रतिशत	संख्या	प्रतिशत	संख्या	प्रतिशत	संख्या	प्रतिशत
चामल	६	४०.००	६	४०.००	१	७.००			२	१३.००
कोदो, मकै	१४	९३.००							१	७.००
हरियो सब्जी	८	५३.००			४	२७.००	३	२०.००		
दाल	१२	८०.००			१	७.००	०		२	१३.००
गेडागुडी					५	३३.००	२	१३.००	८	५३.००
आलु	१	७.००	४	२७.००	४	२७.००	३	२०.००	४	२७.००
मासु					५	३३.००	३	२०.००	७	४७.००
मदिरा	९	६०.००							६	४०.००
माछा									१५	१००.००

श्रोतः स्थलगत अध्ययन, २०७५

अमलटारीमा प्रायः घरबास पर्यटन सञ्चालक कृषि तथा पशुपालनमा रहेका पाइन्छन् । केहीले कृषिजन्य उत्पादन विक्री समेत गर्ने गरेका छन् । अमलटारीमा चामल किन्नुनपर्ने

परिवार १७ घर (७१ %), ३ घर (१२.५%)लाई ३ महिना र ३ घर (१२.५%)लाई ६ महिना तथा १ घर (४%)लाई ९ महिना किन्नुपर्ने देखिन्छ । त्यस्तै हरियो सब्जी ८ घर (३३%)ले आफ्नै उत्पादन प्रयोग गर्ने तथा १६ घर (६७%)ले ३ महिनामात्र किन्ने गरेको बताए । दाल ३ घर (१३%)ले आफ्नै उत्पादनले पुग्ने बताए भने २ घर(८%)ले ३ महिना, ३ घर (१३%)ले ६ महिना र १० घर (४२%)ले पुरै समय किन्नुपर्ने बताए । त्यस्तै गेडा गुडी पुरै किन्नुपर्ने घरको संख्या १२ (५०%)देखियो भने २ घर (८%)ले किन्नुनपर्ने बताए । १ घर (१३%)ले ३ महिना र ६ घर (२५%)ले ले ६ महिना तथा ३ घर (१३%)ले ले ९ महिना किन्नुपर्ने बताए ।

त्यसैगरी आलु किन्नुनपर्ने घर २ देखियो भने १० (४२%) घरले पुरै सयमका लागि किन्नुपर्ने बताए । त्यस्तै गरी ३ घर(१३%)ले ३ महिना, ८ घर(३३%)ले ६ महिना र १ घर(१३%)ले ९ महिनाका लागि आलु किन्ने गरेको पाइयो । सबै घरपरिवारले स्थानीय मदिरा आफ्नै उत्पादन प्रयोग गर्ने बताए । मासु र माछा भने सबै घरले किनेर नै चलाउने गरेको पाइयो भने हाँस कुखुरा किन्नुपर्ने ४ घर (१७%)देखियो । ४ घर (१७%)ले हाँस कुखुरा किन्नु नपर्ने बताए भने ६ घर(२५%)ले ३ महिना र १० (४२%) घरले ६ महिनाका लागि हाँस कुखुरा किन्नुपर्ने बताए ।

तालिका ५.२ : अमलटारीमा पाइने कृषि उत्पादन

उत्पादन	१२ महिना		९ महिना		६ महिना		३ महिना		किन्नुपर्ने	
	संख्या	प्रतिशत	संख्या	प्रतिशत	संख्या	प्रतिशत	संख्या	प्रतिशत	संख्या	प्रतिशत
चामल	१७	७१.००	३	१२.५०	३	१२.५०	१	४.००		
हरियो सब्जी	८	३३.००	१६	६७.००						
दाल	३	१३.००	२	८.००	३	१३.००	६	२५.००	१०	४२.००
गेडागुडी	२	८.००	१	४.००	६	२५.००	३	१३.००	१२	५०.००
आलु	२	८.००	३	१३.००	८	३३.००	१	४.००	१०	४२.००
मासु									२४	१००.००
मदिरा	२४	१००.००								
माछा									२४	१००.००
हाँस कुखुरा	४	१७.००	६	२५.००	१०	४२.००			४	१७.००

श्रोत: स्थलगत अध्ययन, २०७५

दुवै स्थानमा गाउँमा र छिमेकीकोमा उपलब्ध भएको अवस्थामा बाहेक बजारबाट नै उल्लेखित सामानहरू किन्नुपर्ने देखिन्छ। सिजनमा बाहेक अन्य अवस्थामा हरियो सब्जी किन्नुपर्ने तथा माछा मासु पनि स्थानीय रूपमा महङ्गो पर्ने प्याकेजका लागि भने बजारका बोइलर कुखुराको मासु खुवाउने प्रचलन रहेको छ। जुन घरबास पर्यटनका लाीग उपयुक्त होइन। मदिरा भने स्थानीय बजारमा नै उपलब्ध हुने गरेको छ। ब्राह्मण समुदाय र अन्य केहीले घरमा मदिरा उत्पादन नगर्ने तर छिमेकीकोबाट खरीद गरेर चलाउने गरेको पाइयो। कृषि उत्पादनको उपलब्धताको हिसावले कालावाङमा भन्दा अमलटारीमा सहज देखिन्छ।

ख) घरबास पर्यटनमा उपलब्ध प्याकेज

घरबास पर्यटनमा उपयोग हुने सामग्रीहरू अधिकांश घरबास पर्यटन सञ्चालकले आफैं उत्पादन गर्ने, स्थानीय नै रहेका र केही स्थानीय रूपमा नै निकै कम मात्र सामाग्री बजारबाट ल्याउने गरेको सञ्चालकहरूले जानकारी दिए। स्थानीय कृषि उपजको उपलब्धता सन्दर्भमा सिजनमा उत्पादन हुने बाहेक अफसिजनमा भने किनेर उपभोग गर्नुपर्ने अवस्था रहेको देखिन्छ। चामल बाहेक अन्य उत्पादनहरू कम्तीमा २५ देखि १०० प्रतिशतसम्म खरीद गर्नुपर्ने घरबास पर्यटन सञ्चालकले बताएका छन्।

सामन्यतया दालभात तरकारी, रोटी तरकारी, मासु खानामा समावेश हुने र नास्तामा भने सिजन अनुसारका स्थानीय उत्पादनका परिकार उपलब्ध गराउने प्रचलन रहेको पाइयो। सतप्रतिशत स्थानीय उत्पादनका परिकार उपलब्ध गराउन सकेमा आय आर्जन पनि बढ्ने, स्वच्छ ताजा खानेकुरा खान पाएपछि पर्यटक पनि खुशी हुने अवस्था हुन्छ।

तालिका ५.३ : खाना तथा आवास प्याकेज

विवरण	**रकम रु(कालावाङ)**	**रकम रु (अमलटारी)**
बेलुकी मासु खाना, आवास र विहान नास्ता(प्याकेज)	८५०	६५०
बेलुकी सादा खाना, आवास र विहान नास्ता(प्याकेज)	७५०	५३०
मासु खाना	२५०	२५०
सादा खाना	१५०	१३०
ब्रेक फास्ट	१५०	१००
आवास	४००	३००

श्रोत: स्थलगत अध्ययन, २०७५

आवास, आतिथ्यता र मुल्यको समेत तुलना गर्दा कालावाङको तुलनामा अमलटारी सस्तो देखिन्छ । अमलटारीमा उपलब्ध मुल्यसँग तुलना गर्दा कालावाङ केही महङ्गो जस्तो भएपनि पोखराको बजारको तुलनामा भने सस्तो नै रहेको छ ।

५.२ बजारीकरण रणनीति

बजारीकरणका सन्दर्भमा भने दुवै घरबास पर्यटनमा खासै वास्ता गरेको देखिएन । कालावाङमा घरबास पर्यटनका संयोजकले निजी सामाजिक सञ्जाल फेसबुक मार्फत् त्यहाँका गतिविधि सार्वजनिक गर्दा त्यसले केही हदसम्म बजारीकरणलाई सहयोग पुगेको देखिन्छ । तर व्यवस्थित रूपमा घरबास पर्यटनमा बजारीकरणकै लागि योजना बनाउने र कार्यान्वयन गर्ने बनाएको अवस्था देखिएन ।

अमलटारी नमुना घरबास पर्यटनका रूपमा चिनिन्छ तर त्यहाँसमेत औषत पर्यटक आगमन ३० प्रतिशत जति मात्र देखिन्छ। कालावाङमा घरबास पर्यटन (घरबास) कार्यक्रमलाई औषत मान्ने अवस्था र घरबास पर्यटनको आय आर्जनले सामन्य सहयोग हुने अवस्था अधिकांश सञ्चालकको भनाई छ। औषत पर्यटक आगमन १० प्रतिशत पनि नदेखिनुले बजारीकरणको कमजोरी स्पष्ट हुन्छ। सिजनमा सन्तोषजनक रहेको तर अफसिजनमा खासै पाहुना नजाने समस्या प्राप्त विवरणले देखाएको छ ।

अमलटारीमा व्यवस्थापन समितिले व्यक्तिगत रूपमा बजारीकरणका लागि रोक नै लगाएको रहेछ। घरबास पर्यटन समितिले नै सम्पर्क गर्ने र पाहुना पठाउने व्यवस्था रहेछ। कालावाङमा पनि अधिकांश रूपमा समितिले पाहुनाको व्यवस्थापन मिलाउने गरेको रहेछ ।

क) घरबास पर्यटनको प्रचार प्रसार

अमलटारी र कालावाङ दुवै स्थानमा घरबास पर्यटनको प्रचार प्रसारका सन्दर्भमा व्यक्तिगत रूपमा भन्दा पनि संस्थागत मात्र भएको देखिन्छ। अधिकांश घरबास पर्यटन सञ्चालकले प्रचार प्रसारका लागि व्यक्तिगत पहल नगरेको र समिति मार्फत् नै हुने जवाफ दिए। अमलटारीमा भने व्यक्तिगत प्रचारप्रसारका लागि अनुमति नै छैन ।

कालावाङमा पनि व्यवस्थापनमा क्रियाशील बाहेक अन्य घरबास पर्यटन सञ्चालकले प्रचार प्रसारका लागि कुनै पहल नगरेको देखियो। कालावाङका ७ जना(४७%)ले प्रचार प्रसार गरेको र ८ जना (५३%)ले प्रचार प्रसार नगरेको बताए। अमलटारीमा भने सबै अर्थात् २४ घर(१००%)ले नै व्यक्तिगत रूपमा प्रचार प्रसार नगरेको बताए ।

तालिका ५.४ : घरबास पर्यटनको प्रचार प्रसार

विवरण	कालावाङ		अमलटारी	
	सङ्ख्या	प्रतिशत		सङ्ख्या
छ	७	४७.००	०	०.००
छैन	८	५३.००	२४	१००.००
जम्मा	१५	१००.००	२४	१००.००

श्रोत: स्थलगत अध्ययन, २०७५

प्रचार प्रसारमा शुन्य देखिनुको अर्थ प्रचार प्रसार नै नगरिएको भन्दा पनि त्यसको व्यवस्थापन समितिले गर्ने र समितिमा पनि घरबास पर्यटन सञ्चालकहरू नै रहेको बुझ्न जरुरी छ। कालावाङमा पनि बेला बखत सञ्चारमाध्यमहरूमा आउने समाचारलाई प्रचार प्रसारका रूपमा बुझेको पाईएको छ। दुवै ठाउँमा प्रचारप्रसारका लागि व्यवस्थित योजना बनाइएको देखिएन ।

ख) प्रचार प्रसारमा प्रयोग गरिने माध्यम

सामाजिक सञ्जाल, व्यक्तिगत सम्पर्क र सञ्चार माध्यमको (समाचार तथा फिचर प्रकाशन प्रसारण) माध्यमबाट बजारीकरण भएको देखिन्छ। तर व्यवस्थित योजना विना नै यी कामहरू भइरहेका छन्। कालावाङका घरबास पर्यटन सञ्चालकमध्ये ३ जना (२०%)ले सञ्चारमाध्यम मार्फत् (समाचार तथा फिचर) प्रचार प्रसार गरेको होर्डिङ बोर्ड, भिजिटिङ कार्ड मार्फत् १ जना(७%)ले प्रचार गरेको र ६जना(४०%)ले प्रचार प्रसारको सबै काम समिति मार्फत् नै हुने र ५ जना(३३%)ले भने सामाजिक सञ्जाल मार्फत प्रचार गरेको जानकारी दिए। अमलटारीमा सबैले प्रचार प्रसारको काम समिति मार्फत् हुने जवाफ दिए।

तालिका ५.५ : प्रचार प्रसारका माध्यम

विवरण	कालावाङ		अमलटारी	
	सङ्ख्या	प्रतिशत	सङ्ख्या	प्रतिशत
रेडियो टेलिभिजन, पत्रपत्रिका	३	२०.००	०	०.००
होर्डिङ्ग बार्ड, पर्चा, ब्रोसर, भिजिटिङ्ग कार्ड	१	७.००	०	०.००
सामाजिक सञ्जाल(फेसबुक, ट्वीटर, युट्युव आदि)	५	३३.००	०	०.००
समिति मार्फत्	६	४०.००	२४	१००.००
जम्मा	१५	१००.००	२४	१००.००

श्रोत: स्थलगत अध्ययन, २०७५

दुवै स्थानका घरबास पर्यटनका बारेमा विज्ञापनका रूपमा नभई प्रबर्द्धनात्मक वा सामाजिक उत्तरदायित्वका हिसावले सञ्चारमाध्यम स्वयंले समाचार तथा फिचर सामग्री प्रकासन प्रशारण गरेको पाइयो । सामाजिक सञ्जाल प्रयोगका सन्दर्भमा दुवै स्थानमा निकै कम मात्र प्रयोगको अवस्था देखिन्छ ।

प्रचारका हिसावले कालावाङको तुलनामा अमलटारीको राम्रो देखिन्छ । यद्यपि दुवै स्थानको बजारीकरणका लागि सञ्चारमाध्यमका तर्फबाट भएका प्रबर्द्धनात्मक प्रकाशनले सहयोग पुगेको देखिन्छ । स्वयं घरबास पर्यटन सञ्चालक, व्यवस्थापन समितिले भने प्रचार प्रसारमा त्यति ध्यान दिन सकेको पाइएन । सामाजिक सञ्जालको प्रयोगका सन्दर्भमा कालावाङ घरबास पर्यटनको केही राम्रो देखिन्छ । अन्य समाचारमूलक सामग्री प्रकाशनको हिसावले भने अमलटारीको राम्रो देखिन्छ ।

ग) प्रचारप्रसारका प्रभावकारी माध्यम

कालावाङ र अमलटारी दुवै स्थानका घरबास पर्यटनको बजारीकरणमा सञ्चारमाध्यमको भूमिका अहम् देखिन्छ । सञ्चार माध्यममा विभिन्न गविविधिका समाचार छापिने तथा फिचर सामग्री प्रकाशन र प्रसारण भएपछि नै आन्तरिक पर्यटकको आगमन बढेको देखिन्छ । व्यक्तिगत सम्बन्ध र समिति मार्फत् बजारीकरणमा सहयोग पुगेको ६ जना(४०%)को विश्वास छ भने ४ जना(२७%)ले सामाजिक सञ्जाल र १ जना(७%)ले भिजिटिङ कार्ड र ४ जना(२७%)ले सञ्चारमाध्यम मार्फत् हुने प्रचार प्रसार प्रभावकारी हुने बताए ।

अमलटारीका घरबास पर्यटन सञ्चालकले सञ्चारमाध्यमको भूमिका महत्त्वपूर्ण हुने बताए पनि समिति मार्फत् नै सबै काम हुने गरेको बताए ।

तालिका ५.६ : बजारीकरणको प्रभावकारी माध्यम

विवरण	कालावाङ		अमलटारी	
	सङ्ख्या	प्रतिशत	सङ्ख्या	प्रतिशत
रेडियो टेलिभिजन, पत्रपत्रिका(सञ्चारमाध्यम)	४	२७.००	०	०.००
होर्डिङ्ग बार्ड, पर्चा, ब्रोसर, भिजिटिङ्ग कार्ड	१	७.००	०	०.००
सामाजिक सञ्जाल(फेसबुक, ट्वीटर, युट्युव आदि)	४	२७.००	०	०.००
व्यक्तिगत सम्बन्ध र समिति मार्फत्	६	४०.००	२४	१००.००
जम्मा	१५	१००	२४	१००

श्रोतः स्थलगत अध्ययन, २०७५

यसबाट के देखिन्छ भने दुवै स्थानमा समितिले नै व्यवस्थापन गर्दछ भन्ने खालको बुझाई र प्रचार प्रसार या बजारीकरणमा सञ्चालकहरूको भूमिका नरहने जस्तो बुझाई छ । यसलाई सबै घरबास पर्यटनमा आवद्ध तथा अन्य समुदायका सदस्यहरूको समेत सहयोगमा घरबास पर्यटनको मात्र नभई स्थानीय पर्यटकीय संभावनाहरूको बारेमा सञ्चार माध्यम, व्यक्तिगत सम्पर्क तथा सामाजिक सञ्जाल मार्फत् बजारीकरण गर्न सकिने पाटोलाई नजरअन्दाज भएको छ । अमलटारी घरबास पर्यटनको वेभसाइट भएपनि त्यसलाई नियमित अपडेट गर्ने र सेवा सुविधाका बारेमा जानाकारी दिने अवस्था छैन । कालावाङ घरबास पर्यटनको भने सामाजिक सञ्जालमा पनि घरबास सञ्चालकमध्ये केहीले व्यक्तिगत हिसावले मात्र प्रचार गरेको देखिन्छ । यसमा संस्थागत प्रचार प्रसार हुन सकेको छैन ।

घ) घरबास पर्यटनको प्रभावकारिता र दिगोपना

घरबास पर्यटन सञ्चालकहरूले स्थानीय कृषि उत्पादन, वातावरण, प्रचार प्रसार लगायतलाई घरबास पर्यटनको प्रभावकारिता र दिगोपनामा महत्त्वपूर्ण हुने धारणा राखेका छन् । त्यसमा पनि अधिकांशको स्थानीय उत्पादन र प्रचार प्रसारमा जोड रहेको छ । स्थानीय कृषि उत्पादन महत्त्वपूर्ण हुन्छ भन्नेमा कालावाङमा १ जना(७%) र १४ जना(९३%) ले माथिका सबै भन्ने जवाफ दिए ।

त्यस्तै अमलटारीका ६ जना(२५%) प्रतिशतले प्राकृतिक सम्पदा र संस्कृति महत्त्वपूर्ण हुने बताए । त्यस्तै ५ जना(२१%)ले स्थानीय अर्गानिक उत्पादन महत्त्वपूर्ण हुने बताए बने १३ जना(५४%) ले माथिका सबै भन्ने जवाफ दिए ।

तालिका ५.७ : घरबास पर्यटनको प्रभावकारिता र दिगोपनाका लागि महत्त्वपूर्ण

विवरण	कालावाङ		अमलटारी	
	सङ्ख्या	प्रतिशत	सङ्ख्या	प्रतिशत
स्थानीय अर्गानिक कृषि उत्पादन	१	७.००	५	२१.००
प्राकृतिक सम्पदा तथा संस्कृति	०	०.००	६	२५.००
सुरक्षा, सरसफाई	०	०.००	०	०.००
माथिका सबै ।	१४	९३.००	१३	५४.००
जम्मा	१५	१००.००	२४	१००.००

श्रोतः स्थलगत अध्ययन, २०७५

घरबास पर्यटन सञ्चालकहरूमा स्थानीय अर्गानिक उत्पादन, प्राकृतिक, सम्पदा, सुरक्षा, सरसफाई, समाज संस्कृति, वातावरण नै घरबास पर्यटनको प्रभावकारिता र दीगोपनाका पक्ष हुन् भन्ने समान धारणा रहेको दुवै स्थानका घरबास पर्यटन सञ्चालकहरूमा छ ।

५.३ पर्यटक आगमनको स्थिति

पर्यटक आगमनको अवस्थालाई हेर्दा कालावाङ घरेडी सामुदायिक घरबास पर्यटनमा २०७४ साल पौषदेखि २०७५ असाढ मसान्तसम्म १२५० जना आन्तरिक तथा बाह्य पर्यटक पुगेका छन् । ती मध्ये अधिकांश आन्तरिक पर्यटक रहेका छन् । यस तथ्याङ्कलाई आधार मान्दा करिव २२ देखि २५ सय जति सो स्थानमा बार्षिक रूपमा पुग्ने देखिन्छ । साविककै अवस्थामा पनि बार्षिक रूपमा २ लाख भन्दा माथि नै हरेक परिवारले आम्दानी गर्न सक्ने देखिन्छ ।

अमलटारीमा भने घरबास पर्यटन सञ्चालन भएदेखि २०७५ असाढ मसान्तसम्ममा करिव ६१ हजार पर्यटकले सेवा लिएको व्यवस्थापन समितिको रेकर्डमा उल्लेख छ । उक्त स्थानमा जाने पनि अधिकांश आन्तरिक पर्यटक रहेका छन् । सन् २०१४ मा ९ हजार ७ सय, २०१५ मा १० हजार ८ सय ७५, सन् २०१६ मा १४ हजार १ सय ३१, सन् २०१७ मा ५ हजार

४२ मात्र पर्यटक सो स्थानमा पुगेका छन् । सन् २०१८ जनवरीदेखि जुलाईसम्म करिव १२ हजार अमलटारी पुगिसकेका छन् । क्रमशः बढेको पर्यटक आगमन २०१७ मा ह्वातै घटेको छ भने २०१८ मा उच्च रूपमा बढेको देखिन्छ । आम्दानी हेर्दा ८५ लाख २२ हजार ७ सय ५९ सम्म घरबास पर्यटनबाट आम्दानी भएको देखिन्छ । त्यस्तै सांस्कृतिक कार्यक्रमबाट समेत सन् २०१७ मा १७ लाख ६० हजार ६ सय ५८ त्यस्तै प्राकृतिक घुमफिर क्रियाकलाप मार्फत् २१ लाख ५६ हजार ५ सय ३२ आम्दानी भएको देखिन्छ ।

तालिका नं. ५.८ पर्यटक आगमन र आम्दानी विवरण

क्र.स.	विवरण	सन् २०१४	सन् २०१५	सन् २०१६	सन् २०१७
१.	पाहुना सङ्ख्या	९७००	१०८७५	१४१३१	५०४२
२.	आम्दानी	३५७४७१४	६८०४०००	८५२२७६९	३९००८८४

श्रोतः अमलटारी सामुदायिक घरबास पर्यटन २०७५

यस तथ्याङ्कलाई आधार मान्दा पर्यटक आगमन सबैभन्दा कम भएको सन् २०१७ मा पनि प्रति परिवार औषत २४ हजार ४ सय ३१ रूपैयाँ आम्दानी गर्न सफल भएको देखिन्छ । सबैभन्दा बढी आम्दानी भएको सन् २०१६ मा प्रति महिना औषत २९ हजार ५ सय ९२ आम्दानी भएको देखिन्छ। यसका अलाभा सांस्कृतिक कार्यक्रम तथा अन्य पर्यटकीय गतिविधिबाट पनि राम्रै आम्दानी भएको देखिन्छ। यस तथ्याङ्कले के स्पष्ट हुन्छ भने घरबास पर्यटन पर्यटनमा आवद्ध परिवारले राम्रै आय आर्जन गर्न सफल भएका छन् ।

कालाबाङ घरबास पर्यटनको तुलनामा अमलटारीमा पाहुना आगमनको दर राम्रो देखिन्छ । कालाबाङमा कूल क्षमताको औसत १२ देखि १५ प्रतिशत मात्र पाहुना पुगेको देखिन्छ भने अमलटारीमा ३० प्रतिशतको हाराबारीमा पाहुना पुगको देखिन्छ। दुवै स्थानमा पर्यटन आगमनको दरलाई बढाउन सक्ने प्रयाप्त ठाउँ रहेको छ ।

५.४ सरकारी नीति नियमबारेको धारणा

व्यवस्थापनमा संलग्न बाहेक निकै कमलाई मात्र घरबास पर्यटन सञ्चालनबारे सरकारी नीति नियमबारे जानकारी देखियो । सरकारी नियम अस्पष्ट वा थाहाछैन भन्ने कालावाङमा ११ जना (७३%) र अमलटारीमा १८ जना (७५%) प्रतिशत देखियो । कालावाङका ४ जना(२७%) र अमलटारीमा ६ जना (२५%)ले सरकारी नियम राम्रो लागेको बताए ।

तालिका ५.९: घरबास पर्यटनको सञ्चालनमा सरकारको नीति नियम

विवरण	कालावाङ		अमलटारी	
	सङ्ख्या	प्रतिशत	सङ्ख्या	प्रतिशत
राम्रो	४	२७.००	६	२५.००
झन्झटिलो	०	०.००	०	०.००
अस्पष्ट/थाहा छैन	११	७३.००	१८	७५.००
जम्मा	१५	१००.००	२४	१००.००

श्रोत: स्थलगत अध्ययन, २०७५

समितिमा बसेका बाहेकका अन्य सदस्यहरूलाई घरबास पर्यटनप्रति सरकारको नीति नै थाहा नभएको, घरबास पर्यटनमा कृषिलाई जोड्न सकिने, सरकारले कृषि क्षेत्रमा गर्ने सहयोग बारेमा समेत अनविज्ञता देखिएको छ । यस सन्दर्भमा व्यवस्थापनमा संलग्न बाहेक अन्य नीति नियमबारे अनविज्ञ देखिन्छन् ।

५.५ घरबास पर्यटन व्यवस्थित आवश्यक कुरा

घरबास पर्यटनलाई व्यवस्थित बनाउनका लागि पूर्वाधार आवश्यक हुन्छ भन्ने कालवाङमा १ जना(७%) प्रतिशत देखिए भने ४-४ जनाले (२७/२७%)ले तालिम र प्रचार प्रसार आवश्यक हुने बताए। त्यस्तै ६ जना(३३%)ले माथिका सबै भन्ने जवाफ दिए। अमलटारीका १५ जना (६३%)ले तालिम आवश्यक हुने र ८ जना (३३%)ले प्रचार प्रसार आवश्यक हुने बताए ।

तालिका ५.१० : घरबास पर्यटनका व्यवस्थित रूपमा सञ्चालनका आवश्यक कुरा

विवरण	कालावाङ		अमलटारी	
	सङ्ख्या	प्रतिशत	सङ्ख्या	प्रतिशत
तालिम	४	२७.००	१५	६३.००
पूर्वाधार	१	७.००	०	०.००
प्रचार प्रसार	४	२७.००	८	३३.००
माथिका सबै	६	४०.००		०.००
जम्मा	१५	१००.००	२४	१००.००

श्रोत: स्थलगत अध्ययन, २०७५

घरबास पर्यटनलाई व्यवस्थित बनाउन आतिथ्य सत्कार, समय सापेक्ष सेवा प्रवाहमा सुधार ल्याउन तालिमको आवश्यकता देख्ने, प्रचार प्रसारले सहयोग पुग्ने अधिकांशको मत ठान्ने देखिन्छ। पूर्वाधारको सन्दर्भमा अमलटारीमा एकरूपता रहेको र तराई भएकाले सवारी साधानमा आउन जान खासै समस्या नहुँदा पूर्वाधारको विषय महत्त्वको छैन तर अमलटारीमा भने पूर्वाधारमा पनि ध्यान दिनुपर्ने मान्यता घरबास पर्यटन सञ्चालकहरूको छ। यसले फरक ठाउँमा फरक फरक आवश्यकता हुने यसले स्पष्ट हुन्छ।

५.६ घरबास पर्यटनबाट आर्य आर्जन

घरबास पर्यटन सञ्चालकमध्ये राम्रै आम्दानी भन्दा पनि मध्यम स्तरको र घर व्यवहारमा सहयोग पुगेको छ भन्ने धारणा धेरैको थियो। आयआर्जन राम्रै हिसावले बृद्धि भएको छ भन्नेको सङ्ख्या कालावाङमा ११ जना(७३%) ले प्रतिशत र अमलटारीमा १८ जना(७५%)ले देखियो भने अलिअलि मात्र भएको छ भन्नेमा कालावाङमा ४ जना (२७%) ले र अमलटारीमा ६ जना (२५%) रहेका थिए।

तालिका ५.११ : आयआर्जन बृद्धि

विवरण	कालावाङ		अमलटारी	
	सङ्ख्या	प्रतिशत	सङ्ख्या	प्रतिशत
राम्रै बृद्धि भएको छ	११	७३.००	१८	७५.००
अलिअलि	४	२७.००	६	२५.००
छैन	०	०.००	०	०.००
जम्मा	१५	१००.००	२४	१००.००

श्रोत: स्थलगत अध्ययन, २०७५

घरबास पर्यटन सञ्चालकमध्ये सबैले आयआर्जन बृद्धि भएको बताएका छन् भने राम्रो बृद्धि भएको बताउने ३ चौथाई देखिएका छन्। यसले घरबास पर्यटन मार्फत् पनि राम्रै आय आर्जन गर्न सकिदोरहेछ भन्ने पुष्टी गराएको छ। अमलटारीमा आम्दानीमा सन्तुष्ट धेरै छन् भने कालावाङमा सामान्य हिसावले मात्र लिने गरेको देखिन्छ।

५.७ आम्दानीको मुख्य श्रोत

घरबास पर्यटनलाई मुख्य आयआर्जनको श्रोत भन्दा पनि वैकल्पिक आय आर्जनको श्रोत मान्ने धेरै देखिए । आर्यआर्जनको मुख्य श्रोत घरबास पर्यटन सञ्चालनलाई मान्ने कालावाङ र अमलटारीमा क्रमशः १ जना(७%) र ८(३३%) देखिए भने रोजगारी र अन्य पेशा व्यवसायलाई मुख्य श्रोत मान्ने ५ जना (३३%) र १० जना (४२%) देखिए भने कृषिलाई मुख्य आधार मान्ने कालावाङमा ९ जना (६०%) र अमलटारीमा ६ जना(२५%) प्रतिशत देखिए ।

तालिका ५.१२ : आयआर्जनको मुख्य श्रोत

विवरण	कालावाङ		अमलटारी	
	सङ्ख्या	प्रतिशत	सङ्ख्या	प्रतिशत
घरबास पर्यटन सञ्चालन	१	७.००	८	३३.००
रोजगारी अन्य पेशा व्यवसाय	५	३३.००	१०	४२.००
कृषि	९	६०.००	६	२५.००
जम्मा	१५	१००.००	२४	१००.००

श्रोतः स्थलगत अध्ययन, २०७५

यस तथ्याङ्कले घरबास पर्यटनलाई आय आर्जनको पहिलो भन्दा पनि दोश्रो तेश्रो प्राथमिकतामा पर्ने गरेको देखिन्छ । यद्यपि कृषि र घरबास पर्यटनलाई परस्पर सम्बन्धित मान्दा यो नै पहिलो आय आर्जनको श्रोत भएको अधिकांश घरबास पर्यटन सञ्चालकहरू बताउँछन् ।

५.८ घरबास पर्यटनको आम्दानीले हुने सहयोग

अधिकांशले सहयोग पुग्छ, केहीले मात्र पुरै खर्च धानेको बताए । घरबास पर्यटनको आम्दानीले पुरै खर्च धान्छ भन्नेमा कालावाङ र अमलटारीमा क्रमशः १ जना(७%) र ६ जना (२५%) प्रतिशत देखिए भने अन्य श्रोत आवश्यक हुन्छ भन्नेमा १० जना (६७%) र १८ जना(७५%) प्रतिशत देखिए त्यस्तै कममात्रै सहयोग हुन्छ भन्नेमा कालावाङमा ४ जना (२७%) प्रतिशत देखिए ।

तालिका ५.१३ : आयबाट परिवारको आवश्यकता पुर्ति

विवरण	**कालावाङ**		**अमलटारी**	
	सङ्ख्या	प्रतिशत	सङ्ख्या	प्रतिशत
पूरै खर्च धान्छ	१	७.००	६	२५.००
केही अन्य श्रोत आवश्यक हुन्छ	१०	६७.००	१८	७५.००
निकै कम मात्र सहयोग पुग्छ	४	२७.००	०	०.००
जम्मा	१५	१००.००	२४	१००.००

श्रोत: स्थलगत अध्ययन, २०७५

घरबास पर्यटनको आम्दानीले पुरै खर्च धान्ने भन्दा पनि मूल खर्च धान्ने र केही अन्य सहयोग आवश्यक पर्छ भन्ने धेरै देखिएका छन्। यसले घरबास पर्यटन सञ्चालनपछि आर्थिक रूपमा सबलता हाँसिल हुँदै गएको देखिन्छ। अमलटारीमा भने घरबास पर्यटनले गर्दा घरपरिवारको व्यवस्थापनमा राम्रो सहयोग भएको देखिन्छ। कालावाङमा भने अन्य पेशा व्यवसायबाट पनि प्राय घरबास पर्यटन सञ्चालकले आय आर्जन गर्ने गरेका छन्।

५.९ घरबास पर्यटनमा संलग्न जनशक्ति

शतप्रतिशत घरबास पर्यटनमा १ जना र केहीमा २ देखि ३ जनासम्म महिला क्रियाशील रहेको पाइयो। पुरुषको सन्दर्भमा भने अमलटारीमा ८३ प्रतिशत र कालावाङमा ८७ प्रतिशत परिवारमा मात्र क्रियाशील रहेको पाइयो। परिवारका सबै भन्ने १३ प्रतिशत देखिए। पुरुषहरू भने व्यवस्थापन र केही काममा मात्र सहयोग गर्ने हिसावमा देखिन्छन्। आतिथ्य सत्कार तथा खानपिनको व्यवस्थापन, सरसफाई लगायतमा महिलाहरूको भूमिका प्रमुख देखिन्छ।

तालिका ५.१४ : घरबास पर्यटन सञ्चालनमा सहभागी जनशक्ति

विवरण	**कालावाङ**		**अमलटारी**	
	सङ्ख्या	प्रतिशत	सङ्ख्या	प्रतिशत
महिला	१५	१००.००	२४	१००.००
पुरुष	१३	८७.००	२०	८३.००
परिवारका सबै	२	१३.००	३	१३.००

श्रोत: स्थलगत अध्ययन, २०७५

यसबाट के देखिन्छ भने घरबास पर्यटनमा महिलाहरूको भूमिका महत्त्वपूर्ण छ। पुरुषहरू बाह्य व्यवस्थापन र केवल महिलाका लागि सहयोगी भूमिकामा देखिन्छन्। अन्य पेशा व्यवसायमा महिलाहरू पुरुषका लागि सहयोगी या प्रमुख भूमिकामा पुरुष देखिने गरेकामा घरबास पर्यटनमा महिलाहरूको भूमिका महत्त्वपूर्ण देखियो। यसलाई थप व्यवस्थित बनाउन व्यवस्थापन समितिमा समेत महिलाहरूलाई नै नेतृत्वदायी भूमिकामा विकास गराउन वान्छनीय देखिन्छ।

कालावाङ र अमलटारी दुवै स्थानमा पछिल्लो युवा पुस्ताको संलग्नता भने निकै कम देखिएको छ। कालावाङमा प्रायः ४५ बर्ष माथिका उमेर समूहका कतिपयमा ज्येष्ठ नागरिकहरूले घरबास पर्यटन सञ्चालन गरेको पाइयो। अमलटारीमा पनि युवा पुस्ता भन्दा पनि ४० बर्षभन्दा माथिका उमेर समूहका व्यक्तिहरू मात्र सक्रिय देखिएको छ।

५.१० छिमेकीको धारणा र सहयोग

छिमेकीको धारणा केहीले नकारात्मक रहेको उल्लेख गरे भने अधिकाशले सकारात्मक र सहयोगी रहेको जानकारी दिए। कालावाङमा २ जना (१३%) र अमलटारीमा ६ जना(२५%)ले सकारात्मक नकारात्मक मिश्रित रहेको बताए भने १२ जना (८०%) र १७ जना(७१%)ले छिमेकहरूको धारणा सकारात्मक रहेको बताए। कालावाङमा १ जनाले (७%) र अमलटारीमा १ जना(४%)ले भने छिमेकीको धारणा नकारात्मक रहेको जवाफ दिए।

तालिका ५.१५ : घरबास पर्यटनबारे छिमेकीका धारणा

विवरण	कालावाङ		अमलटारी	
	सङ्ख्या	प्रतिशत	सङ्ख्या	प्रतिशत
सकारात्मक	१२	८०.००	१७	७१.००
नकारात्मक	१	७.००	१	४.००
मिश्रित	२	१३.००	६	२५.००
थाहाछैन	०	०.००	०	०.००
जम्मा	१५	१००.००	१५	१००.००

श्रोतः स्थलगत अध्ययन, २०७५

मूल रूपमा छिमेकीहरू सकारात्मक देखिए पनि घटनाका आधारमा छिमेकीका धारणा बदलिने र मिश्रित खालको रहेको पाइयो। घरबास पर्यटनमा प्रत्यक्ष संलग्न नभएकाहरूलाई

पनि आयआर्जन, सामाजिक विकास, वातावरण कृषि लगायतका क्षेत्रमा सहभागी गराएर आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक विकासका साझेदार बनाउन सकिन्छ ।

५.११ सामाजिक भूमिका

अधिकांशले आफ्नो सामाजिक सक्रियता बढेको बताए केहीले भने समय अभाव भएको जनाए । अमलटारीमा १९ जना(७९%)ले सामाजिक रूपमा आफ्नो क्रियाशीलता बढेको बताए भने ५ जना (२१%)ले भने समय अपुग भएको बताए । कालावाङमा भने शतप्रतिशतले आफूहरूको सामाजिक कार्यमा क्रियाशीलता बढेको बताए ।

तालिका ५.१६ : सामाजिक रूपमा सक्रियता

विवरण	**कालावाङ**		**अमलटारी**	
	सङ्ख्या	प्रतिशत	सङ्ख्या	प्रतिशत
पहिलेभन्दा सक्रिय	१५	१००.००	१९	७९.००
पहिलेभन्दा निस्क्रिय	०	०.००	०.००	०.००
समय अपुग भएको छ	०	०.००	५	२१.००
जम्मा	१५	१००.००	२४	१००.००

श्रोत: स्थलगत अध्ययन, २०७५

घरबास पर्यटनमा आवद्ध भएका प्रायले आफ्नो सामाजिक भूमिका बढेको अनुभव गर्नु सकारात्मक पक्ष हो ।

५.१२ आत्मविश्वासको अवस्था

अधिकांशले आत्मविश्वास बढेको बताए । कालावाङमा १३ जना(८७%)तले आत्मविश्वास बढेको बताए भने २ जना (१३%)ले त्यस्तो केही महशुस नभएको उल्लेख गरे । अमलटारीका भने शतप्रतिशतले आत्मविश्वासमा बृद्धि भएको बताए ।

तालिका ५.१७: आत्मविश्वास बृद्धि

विवरण	कालावाङ		अमलटारी	
	सङ्ख्या	प्रतिशत	सङ्ख्या	प्रतिशत
बढेको छ	१३	८७.००	२४	१००.००
घटेको छ	०	०.००	०	०.००
त्यस्तो केही महशुस भएको छैन	२	१३.००	०	०.००
जम्मा	१५	१००.००	२४	१००.००

श्रोत: स्थलगत अध्ययन, २०७५

घरबास पर्यटनमा महिलाहरूले सेवा प्रवाह प्रवाह गर्ने, पाहुनासँगको सञ्चारीकरण, कुकिङ, आतिथ्य सत्कार लगायतमा आफ्नो सीपबृद्धि गर्दै आत्मविश्वासी समेत बन्दै गएका छन् । यसले अन्य महिलाहरूलाई प्रेरणा मिल्ने निश्चित छ । कालाबाङ र अमलटारी दुबै स्थानका घरबास सञ्चालकहरूमा आत्म विश्वासको बृद्धि अधिकांशमा भएको देखिन्छ ।

५.१३ घरबास पर्यटनमा आवद्धता

आम्दानी र रोजगारीका कारणले नै घरबास पर्यटनमा लागेको बताउने कालावाङमा १४ जना(९३%) र अमलटारमि १७ जना(७१%) देखिए भने सामाजिक एकताका लागि भन्नेमा कालावाङमा २ जना(१३%) र अमलटारीमा ५ जना(२१%) देखिए । त्यस्तै साथिभाई सम्पर्कका कारणले भन्नेमा कालावाङमा १ जना (७ %) र अमलटारीमा २ जना(८%) प्रतिशत देखिए ।

तालिका ५.१८ : घरबास पर्यटनमा आवद्धता

विवरण	कालावाङ		अमलटारी	
	सङ्ख्या	प्रतिशत	सङ्ख्या	प्रतिशत
आम्दानी/रोजगारी	१४	९३.००	१७	७१.००
सामाजिक एकता	०	०.००	५	२१.००
साथीभाई सम्पर्क	१	७.००	२	८.००
जम्मा	१५	१००.००	२४	१००.००

श्रोत: स्थलगत अध्ययन, २०७५

केहीले आम्दानी, रोजगारीका साथै व्यक्तिगत सम्पर्क अभिबृद्धि हुने कारणले बताए। घरबास पर्यटनमा आवद्धतापछि सामाजिक एकता, साथीभाई सम्पर्क तथा आय आर्जन बढेको देखिए पनि अधिकांशले आफ्नो आवद्धता आम्दानी रोजगारीका कारण भएको बताएका छन्। यसले रोजगारी सिर्जना र आय आर्जन बृद्धि भएको पुष्टी गर्दछ। दुबै स्थानका घरबास संचालक आम्दानी र रोजगारीका लागि नै घरबास पर्यटनमा संलग्न भएको बताए।

५.१४ पाहुनाको रुची

अधिकांश पर्यटक प्राकृतिक सौन्दर्य अवलोकन, स्थानीय चालचलन बुझ्न उत्सुक हुने गरेका छन्। कालावाङका ४ जना(२७%)ले घरबास पर्यटनको घरायसी वातावरण बुझ्न चाहने पाहुना आउने बताए भने १० जना(६७%)ले प्राकृतिक सम्पदा घुम्न तथा १ जना (७%)ले सामाजिक र स्थानीय चालचलन बुझ्न चाहने पर्यटक आउने बताए। २ जना (८%) ले घरबास पर्यटनको घरायसी वातावरण बुझ्न चाहने पर्यटक आउने २० जना (८४%)ले गाउँ, सामुदायिक बन, प्राकृतिक सम्पदा घुम्न चाहने र २ जना (८%) ले सामाजिक चालचलन बुझ्न् चाहने पर्यटक आउने बताए।

तालिका ५.१९: पाहुनाको रुची

विवरण	कालावाङ		अमलटारी	
	सङ्ख्या	प्रतिशत	सङ्ख्या	प्रतिशत
घरबास पर्यटनमा नै घरायसी वातावरण हेर्न	४	२७.००	२	८.००
गाउँ, सामुदायिक बन, प्राकृतिक सम्पदा घुम्न	१०	६७.००	२०	८४.००
सामाजिक तथा स्थानीय चालचलन बुझ्न	१	७.००	२	८.००
जम्मा	१५	१००.००	२४	१००.००

श्रोत: स्थलगत अध्ययन, २०७५

पाहुनाहरूको अधिक रुची प्राकृतिकि सम्पदा र वातावरण, जैविक विविधता बुझ्न आउनेको सङ्ख्या धेरै देखिएको छ भने बाँकीले स्थानीय समाज संस्कृति बुझ्न लालाहित भएको देखिन्छ। यसबाट प्रत्यक्ष अप्रत्यक्ष रूपमा पाहुनाहरूमा वातावरण संरक्षण, समाज र संस्कृतिप्रति सचेतना बृद्धि गर्न सहयोग पुगिरहेको छ। दुवै स्थानका घरबास पर्यटन सञ्चालकका अनुसार वातावरण प्राकृतिक सम्पदाहरूमा नै पाहुनाहरूको रुची देखिएको छ। यसले के स्पष्ट हुन्छ भने पर्यटकलाई अतिरिक्त क्रियाकलापका पर्यटकीय स्थल वा

उत्पादनलाई जोगाई राख्नुपर्ने हुन्छ। त्यो स्वच्छ शान्त वातावरण, प्राकृतिक सम्पदा, ऐतिहासिक एवं पुरातात्विक सम्पदा, साहसिक एवं खेल पर्यटन आदि हुन सक्छन्।

५.१५ पाहुना व्यवस्थापन

अधिकांशले अरुको सहयोग विना नै व्यवस्थापन गर्न सक्ने बताए भने केहीले पाहुना धेरै हुँदा छिमेकीको सहयोग आवश्यक हुने बताए। घरबास पर्यटनमा आवद्ध नभएपनि पाहुना धेरै हुँदा छिमेकीहरूले सहयोग गर्ने गरेका छन्। सामान्य अवस्थामा २/४ जना पाहुनालाई भने सजिलै आफैंले व्यवस्थापन गर्न सक्ने सञ्चालकहरूको भनाई छ।

कालावाङमा १३ जना(८७%)ले आफैंले व्यवस्थापन गर्न सक्ने बताए भने १ जना(७%)ले अरुको सहयोग आवश्यक हुने बताए भने १ जना(७%)ले अरुको सहयोग विना व्यवस्थापन गर्न नसक्ने बताए। अमलटारीमा भने २१ जना(८८%)ले आफैं व्यवस्थापन गर्न सक्ने बताए भने ३ जना(१२%)ले अरुको सहयोग कहिलेकाँही आवश्यक हुने बताए।

तालिका ५.२० : पाहुना व्यवस्थापन

विवरण	कालावाङ		अमलटारी	
	सङ्ख्या	प्रतिशत	सङ्ख्या	प्रतिशत
व्यवस्थापन गर्न सक्छु	१३	८६.००	२१	८८.००
केही क्रियाकलापका लागि सहयोग आवश्यक हुन्छ	१	७.००	३	१२.००
अरुको सहयोग विना व्यवस्थापन गर्न सक्दिन्	१	७.००	०	०.००
जम्मा	१५	१००.००	२४	१००.००

श्रोत: स्थलगत अध्ययन, २०७५

घरबास पर्यटनमा पाहुनाहरूको स्वागत र व्यवस्थापनमा महिलाहरू सक्रिय रहेकामा अधिकांशले व्यवस्थापन गर्न सक्ने भएका छन्। जुन निकै सकारात्मक मान्नुपर्दछ। महिलाहरू चुलो चौकामा सीमित भन्ने मानकलाई ुचलो चौकाको कामले नै व्यवसायिकता कायम गरेको छ।

५.१६ आम्दानी खर्चको सन्दर्भ

कालावाङमा १० हजारभन्दा कम मात्र आम्दानी गर्ने ६ जना(४०%), १० देखि २० हजारसम्म आम्दानी हुने ६ जना(४०%) प्रतिशत, २० देखि ३० हजारसम्म आम्दानी हुने १ जना(७%) र ३० हजारभन्दा माथि आम्दानी हुनेको सङ्ख्या २ जना(१३%) देखियो ।

त्यस्तै अमलटारीमा भने सबैजनाको २० हजारभन्दा माथि आम्दानी हुने देखियो । १० जना(४२%)ले २० देखि ३० हजार आम्दानी हुने बताए भन् १४ जना(५८%)ले ३० हजार भन्दा माथि आम्दानी हुने बताए । आम्दानीमध्ये २० देखि ३० प्रतिशतसम्म खर्च हुने अधिकांशको भनाई थियो भने केहीले ४० देखि ६० प्रतिशतसम्म खर्च हुने समेत बताए ।

तालिका ५.२१: आम्दानीको अवस्था

विवरण	कालावाङ		अमलटारी	
	सङ्ख्या	प्रतिशत	सङ्ख्या	प्रतिशत
५ देखि १० हजारसम्म	६	४०.००	०	०.००
१० देखि २० हजारसम्म	६	४०.००	०	०.००
२० देखि ३० हजारसम्म	१	७.००	१०	४२.००
३० हजार भन्दामाथि	२	१३.००	१४	५८.००
जम्मा	१५	१००	२४	१००.००

श्रोतः स्थलगत अध्ययन, २०७५

आम्दानीको यस आकंडाले घरखर्च चलाउन केहीले आवश्यक पूर्वाधार निर्माण लगायतमा समेत सहयोग पुगेको बताएका छन् । भने केहीले पूर्वाधार निर्माणका लागि गरेको लगानी घरबास पर्यटनकै आम्दानीबाट तिरेका छन् । यसले लगानीबाट सकारात्मक प्रतिफल मिलेको देखिन्छ । जस्ले समुदायमा काम गरेमा सफल हुन सकिनेरहेछ भन्ने आत्मविश्वास बढेको छ ।

५.१७ रोजगारी, बसाईंसराईं र अन्य पेशा व्यवसायको अवस्था

अधिकांशले बसाई सराई नगर्ने, घरबास पर्यटनलाई निरन्तरता दिने बताए । कतिपयले अन्य पेशा व्यवसायका साथै घरबास पर्यटनलाई बैकल्पिक पेशाका रूपमा अगाडि बढाइरहेका पाइयो । घरबास पर्यटनलाई निरन्तरता दिने कि अन्य बसाईंसराई, रोजगारी, र पेशा

व्यवसाय गर्ने भन्ने प्रश्नमा अमलटारीमा भने शतप्रतिशतले अन्य रोजगारी र पेशा व्यवसाय गर्ने सोच नरहेको बताए ।

कालवाङमा १ जना(७%)ले अन्य रोजगारी, बसाईंसराई वा पेशा व्यवसाय गर्ने सोच रहेको जवाफ दिए बाँकी १४ जना(९३%)ले रोजगारी, बसाईंसराई वा पेशा व्यवसाय कुनै सोचाई नरहेको बताए । कालावाङमा केहीले आफ्ना घर मर्मत सम्भार गर्दै गरेको र केहीले भने नयाँ घर नै निर्माण गरेको देखिन्छ । यसलाई बसाईंसराईलाई रोक्नेतर्फ सकारात्मक भूमिका निर्वाह गरेको रूपमा बुझ्न् सकिन्छ ।

तालिका ५.२२ : रोजगारी तथा अन्य पेशा व्यवसाय र बसाईंसराईं

विवरण	कालावाङ		अमलटारी	
	सङ्ख्या	प्रतिशत	सङ्ख्या	प्रतिशत
छैन	१४	९३.००	२४	१००.००
छ	१	७.००	०	०.००
जम्मा	१५	१००.००	२४	१००.००

श्रोत: स्थलगत अध्ययन, २०७५

अमलटारीमा बसाईंसराईं नभएको र नहुने अवस्था देखिन्छ । त्यहाँ सडक संरचना, अन्य पूर्वाधार, समुदायको आर्थिक अवस्था, समुदायमा अवसर लगायतका कारण बसाईं सराईं हुने संभावना निकै कम देखिन्छ ।

कालावाङमा पहिलाको तुलनामा निकै कम मात्र परिवार हुनुमा बसाईंसराईंले ठूलो प्रभाव पारेको छ भने जन्मदर घट्नु पनि अर्को कारण हो । यद्यपि कालवाङको सन्दर्भमा बसाईंसराईं गरेर घर खाली राख्नेहरू पनि पछिल्लो समयमा गाउँमै फर्केर आफ्नो घर मर्मत सम्भार गर्ने घरबास पर्यटन सञ्चालनका लागि के कसो गर्नुपर्ने भनेर व्यवस्थापन समितिसमक्ष सोधपुछ गर्न थालेका छन् । यसले बसाईंसराईंको अवस्थामा कमी ल्याउने, लगानी बृद्धि गर्ने तथा आय आर्जनको वातावरणमा केही सहयोग पुग्न सक्छ । यसका साथै कालावाङमा घरबास पर्यटनमा संलग्न परिवारका सदस्यलाई हेर्दा अघिल्लो पुस्ता मात्र प्रमुख भूमिकामा देखिन्छ । युवा पुस्ता रोजगारी, शिक्षा, सेवा सुविधा आदिका कारण बजारमा देखिन्छ । यसले घरबास पर्यटन निरन्तरताका लागि पछिल्लो पुस्ता सहभागी नहुने अवस्था देखिन्छ ।

५.१८ घरबास पर्यटनमा भएको लगानी

कालवाङमा लगानीका सन्दर्भमा १ लाखभन्दा कम लगानी गर्ने ५ जना (३३%) र २ लाख भन्दा कम लगानी गर्ने १ जना (३३%) तथा खासै खर्च भएन भन्ने २ जना(१३%) र ३ जना(२०%)ले भन्न चाहन्न भन्ने जवाफ दिए । त्यस्तै अमलटारीमा भने २ लाखसम्म खर्च भयो भन्ने १ जना (४%), २ देखि ३ लाखसम्म खर्च गर्ने १३ जना(५४%) र ३ लाख भन्दा बढी खर्च गर्ने १० जना(४२%) देखिए । अधिकांशले सापटी गरेर लगानी गरेको बताए ।

लगानीका लागि कालावाङमा एसियन फोरमले ट्वाइलेट र बाथरुम निर्माणको लागि ५० हजार जति सहयोग गरेको र अमलटारीमा पनि डब्लुडब्लुडब्लुएफले ५० हजार बराबरको निर्माण सामाग्री सहयोग गरेको बताए । अमलटारीमा अलग्गै घर निर्माण, कोठामा सजावटका लागि आवश्यक सामान, ट्वाइलेट, बाथरुम लगायत निर्माण गरिएको छ ।

तालिका ५.२३ :लगानीको अवस्था

विवरण	कालावाङ		अमलटारी	
	सङ्ख्या	प्रतिशत	सङ्ख्या	प्रतिशत
१ लाख भन्दा कम	५	३३.००		०.००
१ देखि २ लाख	५	३३.००	१	४.००
२ देखि ३ लाख	०	०.००	१३	५४.००
३ लाख बढी	०	०.००	१०	४२.००
खासै खर्च भएन	२	१३.००	०	०.००
भन्न चाहन्न	३	२०.००	०	०.००
जम्मा	१५	१००.००	२४	१००.००

श्रोत: स्थलगत अध्ययन, २०७५

कालावाङमा भने अधिकांशले घरमा यसअघि नै भएका कोठाहरूलाई व्यवस्थापन गरी ट्वाइलेट बाथरुम र कोठामा आवश्यक सामानहरूमा लगानी गरेका छन् । अमलटारीमा घरको डिजाइन, साइज, प्रयोग गरिएका सामान लगायतमा व्यवस्थापनले नै एकरूपता कायम गरेको छ । कालावाङको घरबास पर्यटनबाट थोरै लगानीबाट नै घरबास पर्यटन व्यवस्थापन गर्न सकिन्छ भन्ने सिकाई हुन्छ भने मध्यमस्तरको लगानीले घरबास पर्यटनहरूमा एकरूपता कायम गर्न सकिन्छ भन्ने सिकाई अमलटारीबाट हुन सक्छ ।

परिच्छेद छ

सङ्क्षेप र निष्कर्ष

६.१ सङ्क्षेप

ग्रामीण पर्यटन क्षेत्र नेपालको पर्यटन क्षेत्रका लागि प्रमुख आधार हो। यस तथ्यलाई आत्मसात गरेरै पर्यटनलाई संघ, प्रदेश तथा स्थानीय तहले ग्रामीण पर्यटन र घरबास पर्यटन (होमस्टे) पर्यटनलाई विशेष महत्त्व दिएको पाइन्छ। सरकारले ग्रामीण क्षेत्रको पर्यटन विकासलाई नयाँ गन्तव्य पहिचान र प्रचार गर्न खोजेको देखिन्छ। सरकारका ग्रामीण पर्यटन प्रबर्द्धनका योजना तथा स्थानीय समुदायले घरबास पर्यटन कार्यक्रम मार्फत् दीगो ग्रामीण पर्यटनका लागि गरिरहेका प्रयासलाई यस अध्ययनमा समावेश गरिएको छ।

यस शोधकार्यमा वर्णनात्मक एवं विश्लेषणात्मक अनुसन्धान ढाँचा प्रयोग गरिएको छ। यस अध्ययनमा प्राथमिक र द्वितीय तथ्याङ्क दुवै अध्ययनका श्रोत रहेका छन्। सङ्ख्यात्मक तथा गुणात्मक दुबै तथ्याङ्क यसमा प्रयोग गरिएको छ। अध्ययन क्षेत्रमा रहेका घरबास सञ्चालित सबै घरधुरीलाई समग्र नमुनाका रूपमा समावेश गरी अध्ययन गरिएको हो।

तथ्याङ्क सङ्कलनका लागि निर्दिष्ट प्रश्नावली सहितको अन्तर्वार्ता, समूह केन्द्रित छलफल र मुख्य जानकारसँग कुराकानी गरेर निचोड शोधपत्र तयार पारिएको छ। अवलोकन, प्रश्नावली सर्वेक्षण, मुख्य जानकारहरूसँगको अन्तर्वार्ता, सम्बन्धित सरोकारवाला संस्थासँग भएका प्रकाशित सामग्री, पुस्तक आदिको तथ्याङ्क प्रस्तुत गरिनुका साथै आवश्यक तथ्याङ्क विश्लेषण र विवेचना गरिएको छ। यस अध्ययनमा निम्न अनुसारको तथ्य प्राप्त भएको छ।

- गण्डकी प्रदेशको नवलपरासी (बर्दघाट पूर्व) जिल्लाको कावासोती नगरपालिका वडा नं. १५ बाघखोरमा रहेका थारु, मुसहर र बोटे समुदायका २१२ घरधुरीमध्ये बोटे समुदायका ३ र थारु समुदायका २१ गरी २४ घरमा सञ्चालित अमलटारी मध्यवर्ती सामुदायिक घरबास पर्यटनमा बार्षिक ३५ हजार ४० जना पर्यटकलाई स्वागत गर्न सक्ने क्षमता रहेको छ।

- कास्की जिल्ला पोखरा महानगरपालिका वडा नं. २२ मा पर्ने पुम्दीभुम्दी कालाबाङ घरेडीमा एशियन फोरमको सहयोगमा २०७१ साल चैत महिनाबाट शुरु गरिएको कालाबाङ सामुदायिक घरबास पर्यटनमा प्रतिदिन ६८ र बार्षिक २४ हजार ८ सय २० पर्यटकलाई आवास सुविधा दिएर स्वागत गर्न सक्ने क्षमता रहेको छ ।

- अमलटारीमा स्थापना कालदेखि २०७५ असार मसान्तसम्मको आँकडा हेर्दा औषत पहुना आगमन(अकुपेन्सी) ३० प्रतिशत जति देखिन्छ। सञ्चालकको भनाई र व्यवस्थापनसँग रहेको रेकर्डले पनि राम्रै आयआर्जन भएको देखिन्छ । त्यस्तै कालावाङमा २०७४ पुसदेखि २०७५ असाढ मसान्तसम्मको तथ्याङ्कलाई हेर्दा औषत अकुपेन्सी १० प्रतिशत जति मात्र देखिन्छ । यो एकदमै न्यून हो ।

- अमलटारीमा समग्र गाउँ दिगोपना अवधारणा अन्तर्गत सामाजिक, आर्थिक र वातावरणीय दिगोपनाका कार्यक्रम सञ्चालनमा रहेको पाइयो । दुवैस्थानमा अधिकत्तम स्थानीय कृषि तथा पशुजन्य उत्पादन प्रयोग सरदर ६० देखि ७० प्रतिशत रहेको छ ।

- घरबास पर्यटनले ग्रामीण क्षेत्रको पर्यटन प्रवर्द्धनका लागि अहंम भूमिका निर्वाह गरेको छ । घरबास पर्यटन सञ्चालनसँगै कृषि तथा पशुपालनमा बृद्धि, स्थानीय समुदायका भेषभुषा, भाषा, कला संस्कृतिको संरक्षण एवं प्रवर्द्धनमा सहयोग पुगेको छ भने वातावरण संरक्षण, सरसफाई, शिक्षा, स्वास्थ्यमा समुदायको चासो बढेको छ ।

- घरबास पर्यटन र ग्रामीण पर्यटनको मुख्य आधार भनेको स्थानीय जैविक उत्पादन र ऐतिहासिक एवं प्राकृतिक सम्पदाहरू हुन् । तर आवश्यक तालिम, भौतिक संरचना पूर्वाधार व्यवस्थित हुन सकेको छैन ।

- प्रायः घरबास पर्यटनमा युवा पुस्ताको संलग्नता न्यून देखिन्छ। प्राय प्रौढ उमेरका कतिपय घरबासमा त ज्येष्ठ नागरिकले पाहुना व्यवस्थापन गरेको पाइयो । अमलटारीको तुलनामा कालावाङमा भविष्यमा जनशक्ति व्यवस्थापनको विषयले दीगोपना चुनौतिपूर्ण देखिन्छ ।

- अमलटारीमा बसाईंसराईंको समस्या नभएपनि कालावाङमा बसाईंसराईं समस्याको रूपमा देखिन्छ । बसाईं सराईंलाई केही हदसम्म घरबास पर्यटनले कमी ल्याएको देखिन्छ भने केही बसाईंसराईं गरेका घरपरिवार पनि आय आर्जन र रोजगारीको संभावना देखेकाले गाउँ फर्केर घरबास पर्यटनमा संलग्न भएका छन् ।

- अमलटारी र कालवाङ घरेडी दुवै ठाउँमा वैदेशिक रोजगारबाट फर्केकाहरू घरबास पर्यटन कार्यक्रममा सहभागी भएका छन् ।
- पुरुषहरू अन्य पेशा व्यवसायमा मुख्य भूमिकामा देखिने गरेकामा अधिकांश घरबास पर्यटनमा भने महिलाहरूको भूमिका मुख्य देखिन्छ । तर समितिमा सदस्यमा रहेपनि पदाधिकारी र नेतृत्व तहमा महिलाहरूको सहभागिता देखिदैंन ।
- घरबासको प्रवर्द्धनमा सञ्चार माध्यमको भूमिका महत्त्वपूर्ण रहेपनि प्रवर्द्धनात्मक सामग्रीहरू प्रयाप्त मात्रामा प्रकाशन तथा प्रशारण हुन सकेका छैनन् । प्रचार प्रसार, सामाजिक सञ्जाल प्रयोगका साथै बजारीकरणमा व्यवस्थित प्रयास भएको छैन । अमलटारी सामुदायिक घरबास पर्यटनमा व्यक्तिगत रूपमा त प्रचार प्रसार गर्न बन्देज लगाइएको छ ।
- कालाबाङको घरबास पर्यटन समाबेशी भएपनि सामाजिक मुल्यमान्यताका कारण दलित परिबारले सञ्चालन गरेको घरबासमा पाहुना व्यवस्थापन कठिन बनेको देखिन्छ ।

६.२ निष्कर्ष

नेपाल पयर्टकीय हिसावले पर्यटकको रोजाईमा पर्ने मुलुक हो । नेपालका हरेक स्थानमा आफ्ना मौलिक कला संस्कृति, प्राकृतिक एवं ऐतिहासिक सम्पदाहरू रहेका छन् । प्राकृतिक श्रोतसाधन, ऐतिहासिक स्थलहरूलाई पर्यटकीय हिसाबले प्रचार प्रसार गर्ने, स्थानीय उत्पादन बृद्धि गर्ने हो भने घरबासका साथै गाउँ पयर्टन दिगो बन्न सक्छ । अन्तर्राष्ट्रिय सन्दर्भमा धेरैजसो विद्यार्थीहरुलाई पारिवारीक वातावरणमा अध्ययनका लागि अध्ययन अवधिभर आवास तथा खाना व्यवस्थापनका लागि विश्वविद्यालय समेतको सहकार्यमा घरबास कार्यक्रम प्रचलनमा रहेको छ । तर नेपालमा मनोरञ्जन गर्ने हिसावले घरबास कार्यक्रमलाई लिएको पाइन्छ । यसलाई सम्पूर्ण रुपमा स्थानीय उत्पादन, सामाजिक साँस्कृतिक चाल चलन, भेष भुषा कला संस्कृतिको जर्गेना गर्नेतर्फमा आफ्ना निश्चित मुल्य मान्यता र दायरा तय गरेर अगाडि बढ्नुपर्नेमा त्यस पाटोमा प्रयाप्त मात्रामा सचेत भएको देखिदैंन ।

घरबास पर्यटनमा स्थानीय उत्पादनको उपलब्धता र दीगोपना

यस शोधपत्र तयार पार्दा कार्य क्षेत्रमा रहेका घरबास पर्यटन सञ्चालकले स्थानीय कृषि तथा पशुजन्य उत्पादनको प्रयोगलाई प्राथमिकता दिएको पाइयो । औसतमा ६० देखि ७०

प्रतिशत स्थानीय उत्पादनको उपलब्धता र केही उत्पादन भने बजारबाटै आयत गर्नुपर्ने देखिएको छ । स्थानीय कृषि तथा पशुजन्य उत्पादनको उपलब्धता सतप्रतिशत गराउने तर्फ अमलटारी र कालावाङ दुवै स्थानका घरबास पर्यटनमा संलग्नहरूले सोच्नुपर्दछ । घरबास पर्यटन वा ग्रामीण पर्यटन दुवैका लागि स्थानीयपन नै सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण सेतु हो । बजारबाट सामान लगेर आतिथ्यता एवं खानपानको व्यवस्थापन गर्नुपर्ने अवस्थाले घरबास पर्यटनको दीगोपनामा असर गर्ने निश्चित छ । चिया, कफि, कोदो, मकै, फापर लगायतका स्थानीय उत्पादन र स्थानीय खसीबोका, कुखुरा, हाँस, माछाका विभिन्न परिकार बनाएर अर्थात् अन्यत्र नभएको विशेष बस्तु उत्पादन गरी सोको प्रचार (जस्तो डेढो र स्थानीय कुखुरा वा माछा) गर्न सक्ने अधिक संभावना हुन्छ यसतर्फ ध्यान दिएको देखिंदैन ।

दिगो रूपमा घरबास पर्यटन सञ्चालन तथा ग्रामीण पर्यटन प्रबर्द्धनका लागि स्थानीय समुदायमा जागरण बढेपनि पछिल्लो पुस्ताको घरबास पर्यटनप्रति खासै चासो नदेखिंदा दिगोपनाका लागि चुनौति देखिन्छ । अमलटारीमा तुलनात्मक रूपमा युवा पुस्ताको सहभागिता देखिएपनि कालावाङमा प्रौढ समुदाय घरबास पर्यटनमा संलग्न छन् । यसले अबको १०-१५ बर्षपछि घरबास पर्यटनमा काम गर्ने जनशक्तिका विषयले गर्दा निरन्तरता पाउन सक्ला भन्ने प्रश्न उब्जने अवस्था छ ।

बैकल्पिक पेशा व्यवसायका संभाव्यता हेरी युवाहरूलाई कसरी ग्रामीण पर्यटनमा आर्कषण गर्न सकिन्छ भन्ने बारेमा योजना बन्न सकेको देखिदैन । ग्रामीण पर्यटन, कृषि पर्यटन, प्रकृति, वातावरण र घरबास पर्यटनलाई अन्तर्सम्बन्धित क्षेत्रका रूपमा विकास गर्न प्रयास कमै मात्र भएको छ ।

अमलटारीमा समथर भुभाग, राम्रो कृषि उत्पादन, शिक्षा, स्वास्थ्यका लागि सहज व्यवस्था लगायतले बसाईंसराईंको समस्या खासै देखिएको छैन तर कालावाङमा पहाडी भूगोल भएकाले कृषिमा बढी मेहनत, शिक्षा, स्वास्थ्य, रोजगारी लगायतका कारण प्रायः युवा पिंढी गाउँमा नबस्ने र बसाईंसराईंले दिगोपनाका लागि समस्या पार्ने देखिन्छ । कालावाङको घरबास पर्यटन समावेशी भएकाले रूपमा आदर्श देखिएपनि सामाजिक संस्कारका कारण व्यवस्थापन चुनौतिपूर्ण देखिएको छ । यसलाई निरन्तरता दिने समुदायको प्रयास प्रशंसनीय रहेको छ । समय क्रममा यो समस्या न्युनीकरण हुँदै जाने अपेक्षा गर्न सकिन्छ ।

घरबास पर्यटनमा बजारीकरण रणनीति

अमलटारी मध्यवर्ती सामुदायिक घरबास र कालावाङ घरेडी सामुदायिक घरबास दुवैमा बजारीकरण सम्बन्धी ठोस रणनीति बनाइएको छैन । अमलटारीमा वेभसाइट भएपनि त्यसलाई अद्यावधिक नगरिएको र कालावाङको घरबास पर्यटनमा आवद्ध एकाध व्यक्तिले मात्र सामाजिक सञ्जालमा फोटो र केही सञ्चारमाध्यममा आएका सामग्री सेयर गर्ने बाहेक सिर्जनशील रूपमा बजारीकरणमा लागेको देखिंदैन ।

आमसञ्चार माध्यम तथा सामाजिक सञ्जालको उपयोग मार्फत् जानकारी लिने तथा आफ्नो स्थानको बजारीकरण गर्नुपर्दछ । बजारीकरणको सन्दर्भमा सञ्चारमाध्मममा स्वतः स्फूर्त आएका सामग्रीले गर्दा ठूलो सहयोग पुगेको देखिन्छ । सामाजिक सञ्जालको उपयोग र सञ्चार माध्यममा समेत योजनाबद्ध तरिकाले प्रकाशन एवं प्रसारणको व्यवस्था मिलाएर बजारीकरण गर्नेतर्फ ध्यान दिएको पाईंदैन ।

अमलटारी र कालावाङ दुवै स्थानमा राम्रा पर्यटकीय संभावना छन् । जस्तो अमलटारीमा जंगल सफारी, जंगल पैदलयात्रा, हात्ती सफारी लगायतका अतिरिक्त क्रियाकलापले महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गरेको देखिन्छ भने कालावाङमा पदयात्रा, हिमश्रृंखलाको अवलोकन, ताल र प्राकृतिक सौन्दर्यले भूमिका निर्वाह गरेको छ । औपचारिक कार्यक्रम मात्रै नभई पर्यटकका लागि आर्कषक प्रस्ताव(प्याकेज अफर) तयार पारी सञ्चारमाध्यम तथा सामाजिक सञ्जाल मार्फत् प्रचार प्रसार गरेमा प्रभावकारी हुने देखिएपनि त्यसतर्फ संस्थागत पहल भइरहेको छैन ।

सन्दर्भ सूची

अर्थमन्त्रालय, (२०७५), *आर्थिक सर्वेक्षण २०७५,* नेपाल सरकार अर्थमन्त्रालय, सिंहदरबार काठमाडौं ।

अर्थमन्त्रालय, (२०७५), *नीति तथा कार्यक्रम र बजेट वक्तव्य आर्थिक वर्ष २०७५/७६,* नेपाल सरकार अर्थमन्त्रालय, काठमाडौं ।

आर्थिक मामला तथा योजना मन्त्रालय, (२०७५), *गण्डकी प्रदेश (प्रदेश नं. ४) को नीति तथा कार्यक्रम र बजेट वक्तव्य* आ.व. ०७५/७६, आर्थिक मामला तथा योजना मन्त्रालय, गण्डकी प्रदेश पोखरा

कावासोती नगरपालिका २०७५, *नीति तथा कार्यक्रम, आर्थिक वर्ष २०७५/७६,* कावासोती नगरपालिका, नवलपरासी(पूर्व) ।

कुईंकेल, नविनराज, (२०७५), *घलेगाउँ र सिरुबारी उत्कृष्ठ होमस्टे,* अन्नपूर्ण पोष्ट, ११ जेठ २०७५, काठमाडौं

तारा गाउँ विकास समिति, (२०१५), *पर्यटन सम्बन्धी पछिल्ला गतिविधिहरू,* नेपाल सरकार संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय, तारा गाउँ विकास समिति, काठमाडौं ।

तथ्याङ्क विभाग, (२०६८), *राष्ट्रिय जनगणना २०६८, सङ्क्षिप्त नतिजा,* नेपाल सरकार, राष्ट्रिय योजना आयोगको सचिवालय, केन्द्रीय तथ्याङ्क विभाग थापाथली, काठमाडौं ।

निर्वाचन आयोग, (२०७४) *निर्वाचन परिणाम २०७४,* निर्वाचन आयोग नेपाल, काठमाडौं ।

Retrieved from : http://result.election.gov.np

नेपाल पर्यटन बोर्ड/गाउँ पर्यटन मञ्च (भिटोफ), (२०७३), *होमस्टे मार्ट तथा कार्यशाला-२०७३,* नेपाल पर्यटन बोर्ड, पोखरा कार्यालय, ग्रामीण पर्यटन मञ्च (भिटोफ), पोखरा कास्की ।

पर्यटन मन्त्रालय, (२०६७), *घरबास पर्यटन सञ्चालन कार्यविधि २०६७,* नेपाल सरकार संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय, काठमाडौं ।

पर्यटन मन्त्रालय, (२०१६), *नेपालको राष्ट्रिय पर्यटन रणनीतिक योजना सन् २०१६–२०२५,* नेपाल सरकार, संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय काठमाडौं ।

पर्यटन मन्त्रालय (२०१७), *टुरिजम भिजन २०२०, नेपाल सरकार संस्कृति,* पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय, काठमाडौं ।

पर्यटन कार्यालय, (२०७५), *घरबास पर्यटन विवरण, २०७५,* नेपाल सरकार संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय, पर्यटन कार्यालय, पोखरा ।

पर्यटन मन्त्रालय, (२०७५), *घरबास पर्यटन सञ्चालन कार्यविधि २०७५,* उद्योग, पर्यटन, बन तथा वातावरण मन्त्रालय, गण्डकी प्रदेश पोखरा ।

पोखरा महानगरपालिका, (२०७५), *नीति तथा कार्यक्रम, आर्थिक वर्ष २०७५/७६,* पोखरा लेखनाथ महानगरपालिका, कास्की ।

प्रज्ञा प्रतिष्ठान, (२०७४), *नेपाली बृहत् शब्दकोश,* २०७४ दशौं संस्करण, नेपाल प्रज्ञा प्रतिष्ठान काठमाडौं ।

संविधानसभा सचिवालय, (२०७२), *नेपालको संविधान,* २०७२, संविधानसभा सचिवालय, सिंहदरबार काठमाडौं ।

शर्मा, प्रेम, (२०७४), *कालु हमालको केराको परिकार,* नयाँ पत्रिका चैत १७, २०७४, काठमाडौं ।

ASEAN, (2016), *ASEAN Homestay Standard,* The Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) Secretariat Jakarta, Indonesia Retrieved from :http://www.asean.org/storage/2012/05/ASEAN-Homestay-Standard.pdf

Bhatt, D. P. (2006). *Ecotourism in Nepal: With theoretical concepts and principles.* Kathmandu: Anju Bhatt.

Canada Homestay Network, (2011), *Homestay Guide for Intl Students,* Canada Homestay International: Canada. Retrievedfrom :www.Canadahome stay network.ca/algonquin/Student_Guide_Short_Algonquin_10.4.pdf

Cooper, Chris, (2012), *Essentials of tourism. England.* Pearson education limited

Griffith University (2017), *Homestay policy 2017,* Griffith University, Austrilia

Retrieved from :http://policies.griffith.edu.au/pdf/Homestay Policy.pdf

Holden, Andrew, (2005), *Tourism Studies and the Social Sciences.* London: Routledge

Karki Karuna, (2016), *Assessment of Homestay Program at Amaltari Village of Nawalparasi, Nepal*, Thesis submint to Tribhuwan University Institute of Forestry Pokhara, Nepal Retrievedfrom :http:// learningportal. wwfnepal.org/dashlib/files/4.Karuna%20Karki_Homestay%20Almatari.pdf

Kontogeorgopoulos, N., Churyen, A., & Duangsaeng, V. (2013). Homestay Tourism and the Commercialization of the Rural Home in Thailand. *Asia Pacific Journal Of Tourism Research*, *20*(1), 29-50. doi: 10.1080/10941665.2013.852119

Lama Minki, (2013), Community Homestay Program as a form of Sustainable Tourism Development in Nepal : Thesis for Degree Programme in Tourism, Centria Univercity of Applied Sciences, Finland Retrievedfrom :https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/68913/COMMUNITY%20HOMESTAY%20PROGRAMMES%20AS%20A%20FORM%20OF%20SUSTAINABLE%20TOURISM%20DEVELOPMENT%20IN%20NEPAL.pdf?sequence=1

Mills, C. Wright. (1959), *The Sociological Imagination.* Oxford University Press

Ministry of Tourism (2018), *Guidelines for Approval and Registration of Incredible India Bed & Breakfast/ Homestay Establishments*, *201*8. Government of India, Ministry of Tourism, C-1, Hutments, Dalhousie Road, New Delhi Retrievedfrom :http://tourism.gov.in/sites/default/files/chapter/7.pdf

Nepal Rastra Bank, (2013), *A Study on Dallagaon Homestay and Its Sustainability*. Banking Development and Research Unit, Nepalgunj.

Parsons, Talcott, (1951), *Social System*, Routledge & Kegan Paul Ltd.

Riverside Extension University, *Homestay program Student handbook,* International Education Programs, 1200 University Avenue Riverside, CA 92507 California.Retrievedfrom :http://www.iep.ucr.edu/pdf/homestay_ student_handbook.pdf

Thapa, K. (2010), *Village Tourism Development and Management in Nepal:* A Case Study of Sirubari Village, ecoclub.com Retrieved from : http://ecoclub.com/articles/488-sirubari-village-tourism-nepal. Accessed 2nd October, 2013.

Travel & Tourism Economic Impact 2017 Nepal, *World Travel and Tourisim Council*(WTTC). Retrieved from :https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/nepal2017.pdf

Stauffer, S. (2018). *Top 10 Destinations Around the World for Homestays*. Retrieved from https://www.escapehere.com/inspiration/top-10-destinations-around-the-world-for-homestays/

Upreti, Bishnu Raj, Upadhayaya, Pranil Kumar and Sapkota, Tikaram (2013), *Tourism in Pokhara: Issues, Trends and Future Prospects for Peace and Prosperity*, Pokhara Toursim Council,South Asia Regional Coordination Office of NCCR North-South and Nepal Centre for Contemporary Reaserch. Kathmandu.

WTTC, (2017), *Travel and Tourism Economic Impact 2017 Nepal,* World Traverl & Tourism Council (WTTC), The Harlequin Building, 65 Southwark Street, London SE1 0HR, United Kingdom. Retrieved from :https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/nepal2017.pdf

Young, Patricia Chewning, (2014) *"The sociology of Emile Durkheim" (1962). Honors Theses*. 291. Retrieved from:https://scholarship. richmond.edu/honors-theses/291

अनुसूची १

अन्तर्वार्ता विधि(निर्दिष्ट प्रश्नावली)

१. व्यक्तिगत विवरण

नामः **ठेगानाः**

उमेरः **धर्मः** **लिङ्गः** महिला/पुरुष

शिक्षाः असाक्षर/साक्षर/माध्यमिक तह/उच्च शिक्षा

वैवाहिक स्थितिः विवाहित/अविवाहित

२) तपाईंको परिवार कस्तो रहेको छ ?

क) एकल ख) संयुक्त

३) तपाईंको परिवारमा कतिजना सदस्य रहेका छन् । क) छोरा..... ख) छोरी .... ग) बाबु/आमा .... घ) अन्य .... कुल संख्या ...

४) घरबास (होमस्टे)कहिलेबाट सञ्चालन गर्नभएको हो ? मिति

५) घरबास (होमस्टे) सञ्चालन गर्दा तपाईंलाई कस्तो लागेको छ ?

क) राम्रो ख) सामान्य ग) नराम्रो

६) घरबास (होमस्टे)तपाईं के के सामाग्री प्रयोग गर्नुहुन्छ ?

....

७) घरबास (होमस्टे)मा आवश्यक पर्ने सामग्रीहरु कहाँबाट उपलब्ध हुन्छ ?

क) आफ्नै घरमा ख) स्थानीय स्तरमा

ग) बजारबाट ल्याउनुपर्छ

८) तपाईंको आफ्नै घरमा उत्पादित सामग्रीले घरबास (होमस्टे)सञ्चालनका लागि कति समयलाई यथेष्ट हुन्छ ?

विवरण	**१२ महिना**	**९ महिना**	**६ महिना**	**३ महिना**	**किन्ने हो**
चामल					
हरियो सव्जी					
माछा					
मदिरा					
दाल					
गेडागुडी					
मासु					
आलु					

९) घरबास (होमस्टे)सञ्चालनका लागि प्रचार प्रसार गर्नुभएको छ ?

क) छ ख) छैन

१०) घरबास (होमस्टे)सञ्चालनका लागि प्रचार प्रसार के माध्यमबाट गर्नुभएको छ ?

क) रेडियो टेलिभिजन ख) पत्रपत्रिका

ग) होर्डिङ्ग बार्ड, पर्चा, ब्रोसर, भिजिटिङ्ग कार्ड

घ) सामाजिक सञ्जाल(फेसबुक, ट्वीटर, युट्युव आदि)

११) घरबास (होमस्टे)बजारीकरणका लागि कुन उपाय प्रभावकारी भएको छ ?

क) व्यक्तिगत सम्बन्ध

ख) सञ्चार माध्यम

ग) होर्डिङ्ग बार्ड, पर्चा, ब्रोसर, भिजिटिङ्ग कार्ड

घ) सामाजिक सञ्जाल(फेसबुक, ट्वीटर, युट्युव आदि)

१२) घरबास (होमस्टे)मा आउने पाहुना के को माध्यमबाट आउने गर्दछन् ?

क) व्यक्तिगत सम्पर्क ख) सञ्चार माध्यमबाट

ग) अन्य व्यक्तिको सम्पर्कबाट घ) सामाजिक सञ्जाल

१३) घरबास (होमस्टे)को प्रभावकारिताका लागि के कुरा महत्वपूर्ण हुन्छ ?

क) स्थानीय अर्गानिक कृषि उत्पादन ख) प्राकृतिक सम्पदा तथा सँस्कृति

ग) सुरक्षा, सरसफाई घ) माथिका सबै ।

१४) घरबास (होमस्टे)को दीगोपनाका लागि के कुरा महत्वपूर्ण हुन्छ ?

क) स्थानीय अर्गानिक कृषि उत्पादन ख) प्राकृतिक सम्पदा तथा सँस्कृति

ग) प्रचार/प्रसार घ) माथिका सबै ।

१५) घरबास (होमस्टे)को सञ्चालनमा सरकारको नीति नियम र भूमिका कस्तो छ ?

क) राम्रो ख) झन्झटिलो

ग) अस्पष्ट घ) थाहाछैन

१६) घरबास (होमस्टे)को विकास र दीगोपनाका लागि के मा जोड दिनु आवश्यक हुन्छ ?

क) पुर्वाधार(बाटो तथा अन्य भौतिक संरचना), यातायात सुविधा

ख) स्वास्थ्य सेवा र सुरक्षा ग) स्थानीय अर्गानिक उत्पादन

घ) प्राकृतिक सम्पदा र सँस्कृति ङ) माथिका सवै

१७) घरबास (होमस्टे) व्यवस्थित रुपमा सञ्चालनका लागि के कुरा आवश्यक छ ?

क) तालिम ख) पूर्वाधार विकास

ग) प्रचार प्रसार

१८) घरबास (होमस्टे) संभावना कस्तो देख्नुहुन्छ ?

क) राम्रो ख) ठीक ग) नराम्रो

१९) घरबास (होमस्टे)बाट आय आर्जन बृद्धि भएको छ ?

क) छ ख) अलिअलि ग) छैन

२०) आय आर्जन मुख्य श्रोत के हो ?

क) घरबास सञ्चालन ख) रोजगारी ग) कृषि

२१) घरबास (होमस्टे) को आय आर्जनले तपाईंको परिवारको आवश्यकता पुरा हुन्छ ?

क) पूरै खर्च धान्छ ख) अन्य श्रोत पनि आवश्यक हुन्छ

ग) निकै कम मात्र सहयोग पुग्छ घ) खर्च धानेर बचत हुन्छ

२२) घरबास (होमस्टे) सञ्चालनमा कतिजना सहभागी हुनुभएको छ ?

क) महिला ख) पुरुष ग) परिवारका सबै

२३) घरबास (होमस्टे) सञ्चालनबारे छिमेकीका धारणा कस्तो पाउनुभएको छ ?

क) सकारात्मक ख) नकारात्मक ग) थाहा छैन

२४) घरबास (होमस्टें) सञ्चालनका क्रममा छिमेकीको सहयोग कस्तो रहने गरेको छ ?

क) सहयोग छ ख) सहयोग छैन ग) चासो राख्दैनन

२५) **घरबास (होमस्टे)सञ्चालनपछि राजनीतिक, सामाजिक भूमिकामा परिवर्तन आएको छ ?**

क) पहिलेभन्दा सक्रिय ख) झन निस्क्रिय ग) समय अपुग

२६) **घरबास (होमस्टे)सञ्चालनपछि तपाईंमा आत्मविश्वास कस्तो पाउनुभएको छ ?**

क) बढेको छ ख) आत्मविश्वास घटेको छ

ग) परिवर्तन महशुस गरेको छैन

२७) **घरबास (होमस्टे)सञ्चालनका क्रममा तपाईंलाई के के समस्या परेका छन् ?**

....

२८) **घरबास (होमस्टे)सञ्चालनका क्रममा तपाईंलाई के के बेफाइदा भएको छ ?**

....

२९) **तपाईंको विचारमा घरबास (होमस्टे) दिगो सञ्चालनका लागि के गर्नुपर्ला ?**

....

३१) तपाईंलाई के कारणले घरबास (होमस्टे)कार्यक्रममा सहभागी हुनुभएको हो ?

क) आम्दानी　　　　　　　　ख) रोजगारी

ग) सशक्तीकरण　　　　　　　घ) सामाजिक एकता

ङ) साथीभाईसँग सम्पर्क

३२) घरबास (होमस्टे)का लागि कति रकम लगानी गर्नुभयो ?

....

३३) घरबास (होमस्टे)निर्माणका लागि कुनै सहयोग ऋण सापटी लिनुभएको छ ?

क) छ　　　　　　　　ख) छैन　　　ग) भन्न चाहन्न

३४) लिएको रकम तिरेर सक्नुभयो

क) .... ख) भन्न चाहन्न

३५) तपाईंको घरबास(होमस्टे)मा आउने पाहुनाले कस्ता सेवा सुविधा प्राप्त गर्न सक्छन् ?

क) दैनिक कोठा सरसफाई र बेडसिट चेन्ज

ख) स्थानीय खाना नास्ता

ग) फोन, इन्टरनेट

घ) अन्य ...

३६) घरबास (होमस्टे)माआउने पाहुना कुन कुरामा बढी आनन्दित रहेको पाउनुभएको छ ?

क) होमस्टे भित्रै रहन

ख) होमस्टे आसपास घुम्न गाउँ तथा सामुदायिक बन घुम्न

ग) सामाजिक तथा स्थानीय चालचलन बुझ्न

घ) स्थानीय भाषा बुझ्न　　　　　ङ) अन्य

३७) घरबास (होमस्टे)मा आउने पाहुनालाई अन्य व्यक्तिसँगको सहयोग विना नै सबै व्यवस्थापन गर्न सक्नुहुन्छ ?

क) सक्छु　　　　　　　　ख)सहयोग आवश्यक हुन्छ

ग) अरुको सहयोग विना व्यवस्थापन गर्न सक्दिन्

३८) घरबास (होमस्टे) सञ्चालनका लागि महिनामा कति खर्च कति हुन्छ ?

....

३९) होमस्टे सञ्चालनबाट के केमा सहयोग पुगेको छ ?

क) शिक्षा-स्वास्थ्य　　ख) रोजगारी, आय आर्जन

ग) कृषि तथा वातावरण संरक्षण　　घ) नेतृत्व विकास

ङ) व्यापार-व्यवसाय　　च) माथिका सबै

४०) साँस्कृतिक रुपमा के के कार्यक्रम हुन्छ ? तपाई सहभागी हुनुनुन्छ ?

छु / छैन

४१) तपाईंको परिवारका अन्य सदस्यहरु कुन कुन पेशामा हुनुहुन्छ ?

क) कृषि　　ख) रोजगारी

ग) श्रमिक　　घ) अन्य ......

४२) तपाईंले घरबास (होमस्टे) सञ्चालन बाहेक अन्य आम्दानी कति हुन्छ ?

....

४३) घरबास (होमस्टे)सञ्चालनका लागि कुनै तालिम लिनुभएको छ ?

क) छ　　ख) छैन

४४) तपाईंसँग कुनै विशेष कला सीप छ ?

क) नाच्ने　　ख) गाउने　　ग) अन्य ....

४५) घरबास (होमस्टे)ले तपाईं र परिवारको आर्थिक अवस्थामा सुधार आएको छ ?

क) धेरै राम्रो　　ख) ठीकै

ग) अलिअलि सुधार　　घ) खासै भएको छैन

४६) घरबास (होमस्टे)ले बच्चाहरुको पढाईका असर गरेको छ ?

क) छैन　　ख) झन् राम्रो भएको छ

ग) अलि अलि असर　　घ) नराम्रो

४७) तपाईंकोमा आउने पाहुनाले राम्रो व्यवहार गर्छन ?

क) राम्रो　　ख) नराम्रो　　ग) अन्य

४८) घरबास (होमस्टे)सञ्चालनबाट तपाईं र परिवारको राम्रो भविष्य देख्नुभएको छ ?

क) राम्रो देखेको छु　　ख) ठीकै लागेको छ　　ग) विकल्प खोज्दैछु

४९) घरबास (होमस्टे)सञ्चालन गर्दा समुदायको अन्य सदस्यहरुको दृष्टिकोण कस्तो पाउनुभएको छ ?

क) धेरै राम्रो ख) चासो छैन ग) नराम्रो

५०) घरबास (होमस्टे) व्यवसाय छाड्ने सोचमा हुनुहुन्छ ?

क) छैन ख) छाड्दैछु

ग) छाडेर के गर्ने विकल्प केही छैन

५१) तपाईं बसाईं सराई गर्ने सोचमा हुनुहुन्छ ?

छ/छैन

५४) तपाईं घरबास (होमस्टे)थप लगानी गर्न चाहनुहुन्छ ?

चाहन्छु /गर्दिन

अनुसूची २

मुख्य जानकारसँग सोधिएका प्रश्नावली

ग्रामीण पर्यटन र घरबास पर्यटनवीच के कस्तो सम्बन्ध छ ?

घरबास पर्यटनले स्थानीय समुदायमा कस्तो भूमिका खेल्न सक्छ ?

घरबास पर्यटनको विशेष पहिचान(ब्राण्डिङ) आवश्यक छ ?

स्थानीय उत्पादनले घरबास पर्यटनमा के कस्तो प्रभाव पार्छ ?

अनुसूची ३

समूह केन्द्रित छलफलमा राखिएका प्रश्नावली

घरबास पर्यटनबारे कसरी थाहा भयो ? घरबास सञ्चालनको पृष्ठभूमि बताईदिनोस् ?

घरबास पर्यटनका चुनौति के के हुन् र घरबास पर्यटन कसरी व्यवस्थापन भइरहेको छ ?

घरबास पर्यटनको दिगोपनाबारे केही योजना बनाउनुभएको छ ?

घरबास पर्यटनका व्यवस्थापन, प्याकेज निर्माण लगायतमा के कस्ता योजना छन् ?

अनुसूची ४

समूह छलफलमा सहभागी व्यक्तिहरु

अमलटारी मध्यवर्ती सामुदायिक घरबास पर्यटन	**कालावाङ घरेडी सामुदायिक घरबास पर्यटन**
प्रेमशङ्कर मर्दनिया थारु	प्रकाशचन्द्र गुरुङ
नविन महतो	यामबहादुर गुरुङ
छानुराम महतो	धुव्रराज पौडेल
चन्द्रबहादुर महतो	बुद्धिमाया पौडेल
गीता महतो	गौसुवा सुनार
रनबहादुर बोटे	
धनीराम गुरौ	रविन्द्र गुरुङ(व्यवस्थापन संयोजन)

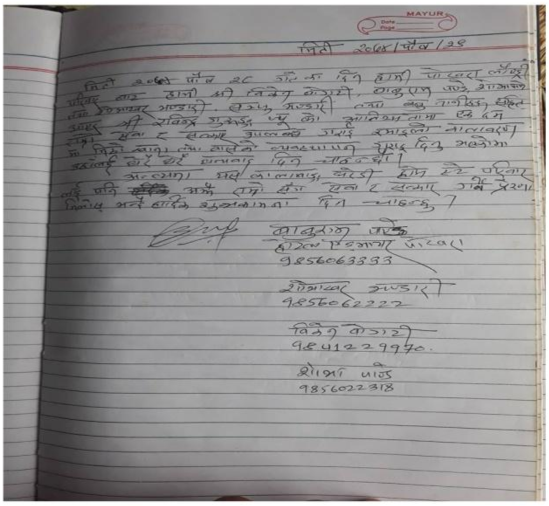
अनुसूची ५

फिल्ड भिजिटका केही तस्वीरहरु

१) आगन्तुक पाहुनालाई स्वागत गर्दै २) घरबास पर्यटन स्थलमा उपलब्ध सेवाबारेको सूचनापाटी ३, ४ र ६) उत्कृष्ठ घरबास पर्यटन पुरस्कार प्रदान गरिदै ४) कालावाङको सजावट गरिएको घरबास पर्यटन सञ्चालित घर ७) कालावाङमा सामूहिक रूपमा काम गर्दै स्थानीय ।

तस्वीर श्रोत: सम्बन्धित घरबास पर्यटन समिति र स्थलगत अध्ययन, २०७५

फिल्ड भिजिटका केही तस्वीरहरु



१) तथ्याङ्क सङ्कलन गरिदैं २) घरबासमा राखिएको आगन्तुक पुस्तिकामा पाहुनाद्वारा लिखित सुझाव ३) घरबास पर्यटनबारे जानकारी दिंदै रबिन्द्र गुरुङ ४) अमलटारीमा रहेको घरबास(उक्त स्थानमा एकै डिजाइनका २४ वटा घरबास छन्) ५) कालावाङ घरबास पर्यटन समुदायलाई हस्तान्तरण गर्दै पयर्टनमन्त्री विकास लम्साल ६) अमलटारी घरबास पर्यटनको सामुदायिक भवन ।

तस्वीर श्रोत: स्थलगत अध्ययन, २०७५