

प्रदेश नं. १ मा धार्मिक पर्यटनको स्थिति, सम्भावना तथा चुनौतीहरू

विशेष अध्ययन प्रतिवेदन

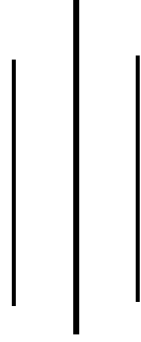
२०७७/७८



नेपाल राष्ट्र बैंक
विराटनगर कार्यालय

(२०७९ असार)

प्रदेश नं. १ मा धार्मिक पर्यटनको स्थिति, सम्भावना तथा चुनौतीहरू



विशेष अध्ययन प्रतिवेदन
२०७७/७८



नेपाल राष्ट्र बैंक
विराटनगर कार्यालय
(२०७९ असार)

भूमिका

नेपाल राष्ट्र बैंक नेपालको समग्र मौद्रिक तथा वित्तीय क्षेत्रको नियामनकारी निकाय हो । नेपाल राष्ट्र बैंक ऐन, २०५८ को अधिनमा रही बैंकले मूल्य स्थिरता, शोधनान्तर स्थिति, समष्टिगत अर्थतन्त्र, वित्तीय बजारको अवस्था, मुद्रा प्रदाय तथा विदेशी विनिमय जस्ता विषयमा अध्ययन तथा अनुसन्धान, तथ्याङ्क संकलन, प्रशोधन, विश्लेषण, प्रतिवेदन प्रकाशन तथा नीति निर्माण गर्ने गर्दछ । मुलुकको शासकीय स्वरूप संघीय संरचनामा रुपान्तरण भएसँगै केन्द्रीय बैंकको भूमिकालाई थप प्रभावकारी बनाई तथ्यमा आधारित नीति निर्माण तथा सूचना प्रवाह गर्ने उद्देश्यले बैंकका प्रदेशस्थित कार्यालयहरूले पनि “आर्थिक गतिविधि अध्ययन मार्गदर्शन, २०७६” को व्यवस्था अनुसार प्रादेशिक कृषि, उद्योग, सेवा, पूर्वाधार, रोजगारी, सरकारी वित्त जस्ता विषयहरूमा विशेष अध्ययन गर्दै आएका छन् ।

यस सन्दर्भमा आर्थिक वर्ष २०७७/७८ को कार्ययोजना बमोजिम “प्रदेश नं. १ मा धार्मिक पर्यटनको स्थिति, सम्भावना र चुनौतिहरू” विषयमा विशेष अध्ययन गरी यो प्रतिवेदन तयार गरिएको छ । प्रदेश नं. १ मा पहिचान भएका ४९ वटा भन्दा बढी धार्मिकस्थलहरूमध्ये सुनसरीको बराहक्षेत्र मन्दिर, खोटाङको हलेसी महादेव मन्दिर, ताप्लेजुङको ठूलो पाथीभरा र इलामको सानो पाथीभरा मन्दिर गरी ४ वटा धार्मिकस्थलहरूमा प्रश्नावली सर्वेक्षणका माध्यमबाट धार्मिक पर्यटनसँग जोडिएर आउने धार्मिक पर्यटक, यातायात व्यवसाय, पूजा तथा उपहार सामग्री व्यवसाय, होटल व्यवसाय, ट्राभल तथा ट्रेकिङ एजेन्सी व्यवसायबाट प्राथमिक तथ्याङ्क तथा प्रदेश सरकारका निकायहरूबाट ती क्षेत्रहरूले धार्मिक पर्यटनका क्षेत्रहरूमा गरेका भौतिक विकास निर्माण तथा अन्य आर्थिक क्रियाकलापसँग सम्बन्धित द्वितीय तथ्याङ्क संकलन एवम् तिनीहरूको विश्लेषण गरी यो प्रतिवेदन तयार गरिएको छ । धार्मिक पर्यटनसँग सम्बन्धित सरोकारवाला व्यवसायको आयस्तर, सृजना गरेको रोजगारीको अवस्था, व्यवसाय सञ्चालनको अवस्था, भोगिरहेका समस्या तथा चुनौतीहरू, धार्मिक पर्यटनमा कोभिड-१९ ले पारेको प्रभाव र धार्मिक पर्यटनको समग्र सम्भावनाको अवस्थालाई यस प्रतिवेदनमा विश्लेषण गरिएको छ । कोभिड-१९ महामारीको दोस्रो लहरको क्रममा विभिन्न जिल्लाहरूमा भएको बन्दाबन्दी तथा निषेधाज्ञाबीच सम्बन्धित निकायसँग समन्वय गरी यो प्रतिवेदन तयार पारिएको छ ।

प्रतिवेदन तयारीका क्रममा आवश्यक तथ्याङ्क, विवरणहरू उपलब्ध गराई सहयोग गर्नुहुने होटल व्यवसायी, यातायात व्यवसायी, मन्दिर व्यवस्थापन, साना व्यवसायी तथा स्थानीय तहका प्रतिनिधि र अन्य सरोकारवाला निकायलाई हार्दिक आभार व्यक्त गर्दछु । प्रतिवेदनको तयारीका क्रममा तथ्याङ्क संकलन, विश्लेषण तथा प्रतिवेदन लेखन कार्यमा संलग्न यस बैंकका उपनिर्देशक अमृतबहादुर बुढाथोकी, सहायक निर्देशकत्रय अच्युतकुमार थापा, रामकृष्ण राई र निर्जल घिमिरे तथा प्रधान सहायकहरू सम्भना अधिकारी, अशोक रेग्मी, वेदनिधि घिमिरे, रमेश निरौला र सुजन कुमार विश्वकर्मालाई हार्दिक धन्यवाद ज्ञापन गर्दछु । साथै, आगामी दिनमा पनि यस किसिमका विशेष अध्ययनसँग सम्बन्धित प्रतिवेदन तयार पार्ने कार्यमा सम्बन्धित सरोकारवाला निकायहरूको साथ र सहयोग रहने अपेक्षा गर्दछु ।

मीना पाण्डे
निर्देशक
नेपाल राष्ट्र बैंक, विराटनगर

विषय सूची

	पेज नं.
तालिकाहरुको सूची.....	V
चार्टहरुको सूची.....	VI
कार्यकारी सारांश	VII
परिच्छेद एक : अध्ययनको परिचय.....	१
अध्ययनको पृष्ठभूमि	१
छनोटमा परेका धार्मिकस्थलहरुको संक्षिप्त परिचय	४
(क) ठूलो पाथीभरा मन्दिर, ताप्लेजुङ	४
(ख) सानो पाथीभारा देवी मन्दिर, इलाम	५
(ग) हलेसी महादेव मन्दिर, खोटाङ	६
(घ) बराहक्षेत्र, सुनसरी	८
अध्ययनको उद्देश्य	८
अध्ययनको औचित्य तथा महत्व	९
अध्ययनका सीमाहरु	१०
परिच्छेद दुई : कृति समीक्षा.....	११
परिचय.....	११
अन्तराष्ट्रियस्तरका कृतिहरुको समीक्षा.....	११
राष्ट्रियस्तरका कृतिहरुको समीक्षा	१४
परिच्छेद तीन : अध्ययनको विधि.....	१६
परिचय.....	१६
अध्ययनको ढाँचा.....	१६
तथ्याङ्कको प्रकार, स्रोत र संकलन विधि	१६
स्थलगत सर्वेक्षणका लागि नमुना छनोट	१७
प्रश्नावलीको प्रिटेष्ट, स्थलगत सर्वेक्षण र अनुगमन	१८
तथ्याङ्क विश्लेषण तथा प्रस्तुतीकरण विधि.....	१८
अध्ययनको समय सीमा	१८
परिच्छेद चार : तथ्याङ्क विश्लेषण तथा प्रस्तुतीकरण	१९
सर्वेक्षणबाट प्राप्त तथ्याङ्कहरुको प्रस्तुतीकरण.....	१९
धार्मिकस्थलमा आन्तरिक पर्यटकको अवस्था	१९
भ्रमण गर्ने पर्यटकको उमेर समूह, भ्रमणको माध्यम तथा उद्देश्य.....	२०
पर्यटकको भ्रमण अवधि तथा भ्रमण खर्चको संरचना	२२
धार्मिकस्थलमा पूजा सामाग्री व्यवसायको अवस्था.....	२५
रोजगारीको अवस्था.....	२५
लगानी, बिक्री तथा मुनाफाको अवस्था	२६
पूजा सामाग्री व्यवसायमा कोभिड-१९ को प्रभाव	२८
धार्मिकस्थलहरुमा पर्यटकस्तरीय होटलको अवस्था.....	३०

रोजगारीको अवस्था.....	३०
होटल सञ्चालनको अवस्था तथा व्यवसाय विस्तारको योजना	३०
होटलको सेवा प्रति पर्यटकको प्रतिक्रिया	३३
होटल व्यवसायमा कोभिड-१९ को प्रभाव	३४
धार्मिक धार्मिकस्थलहरुमा यातायात सेवाको अवस्था.....	३६
यातायात व्यवसाय सञ्चालनको अवस्था	३६
यातायात व्यवसायमा वित्तीय सेवाको पहुँच	३७
सवारी साधनमा पर्यटक आवागमनको स्थिति.....	३८
हेलिकोप्टर मार्फत हुने धार्मिकस्थलको भ्रमण अवस्था	४०
यातायात व्यवसायमा कोभिड-१९ को प्रभाव	४१
धार्मिकस्थलहरुको व्यवस्थापनको अवस्था.....	४२
धार्मिकस्थलको खर्च संरचना.....	४३
धार्मिकस्थलको प्रवर्द्धन तथा विकासमा देखिएका चुनौती.....	४३
धार्मिक पर्यटनको प्रवर्द्धनमा प्रदेश नं. १ सरकारको भूमिका	४४
प्रदेश नं. १ मा धार्मिक पर्यटनको सम्भावना.....	४५
प्रदेश नं. १ मा धार्मिक पर्यटनका चुनौतिहरु.....	४६
परिच्छेद पाँच : निष्कर्ष तथा सुझाव	४८
निष्कर्ष.....	४८
सुझावहरु	४९
सन्दर्भ सूची	५२

तालिकाहरूको सूची

तालिका नं.	शीर्षक	पेज नं.
१.१	पाँच वर्षको धार्मिक पर्यटक आगमनको स्थिति	२
१.२	प्रदेश नं. १ मा रहेका प्रमुख धार्मिक पर्यटकीय स्थलहरूको जिल्लागत विवरण	३
३.१	तथ्याङ्क संकलन गर्न छनोट भएका आवश्यक नमुना	१७
४.१	प्रदेश नं. १ मा रहेका प्रमुख धार्मिक पर्यटकीय स्थलहरूमा कुल पर्यटक आगमन विवरण	१९
४.२	पेशा अनुसार धार्मिकस्थलमा पर्यटक आवागमनको अवस्था	२०
४.३	धार्मिकस्थल भ्रमणको मुख्य उद्देश्य	२१
४.४	धार्मिकस्थलको दोहो-च्याएर गरिने भ्रमणको स्थिति	२१
४.५	धार्मिकस्थलको भ्रमणमा पर्यटकको बसाइ अवधि	२२
४.६	पर्यटकको अघिल्लो पटक र यस पटकको खर्च तथा भ्रमण अवधिमा भएको परिवर्तन	२३
४.७	स्थान विशेषका आधारमा पर्यटकको खर्च संरचना	२४
४.८	व्यवसायमा आश्रित परिवार सदस्य संख्या, संलग्न सदस्य संख्या तथा सञ्चालन अवधि	२६
४.९	धार्मिकस्थलमा रहेका व्यवसायको बिक्री, लगानी तथा नाफाको अवस्था	२७
४.१०	पूजा सामाग्री व्यवसायमा कोभिड-१९ को प्रभाव	२८
४.११	कोभिड-१९ पछाडि र अगाडिको बिक्रीको नाफा र लगानीसँगको सह-सम्बन्ध	२९
४.१२	धार्मिकस्थलमा रहेका प्रति होटल रोजगारी संख्या	३०
४.१३	धार्मिकस्थलमा रहेका होटलमा उपलब्ध हुने बेड संख्या	३२
४.१४	होटलहरूको बिक्री को अवस्था	३२
४.१५	होटल व्यवसाय विस्तारमा कोभिड-१९ को प्रभाव	३५
४.१६	धार्मिकस्थलका होटलमा कोभिड-१९ को प्रभाव	३५
४.१७	कोभिड-१९ पछाडि र अगाडिको बिक्री र Occupancy बीचको सह-सम्बन्ध	३५
४.१८	व्यवसाय सञ्चालनको योजना	३७
४.१९	स्थान अनुसार कर्जा रकम	३८
४.२०	वर्षभरि सवारी रिजर्भ हुने संख्या	३९
४.२१	सन् २०२१ मा पाथीभरा जाने हेलिकोप्टर को उडान संख्या तथा यात्रु संख्या	४०
४.२२	हेलिकोप्टर मार्फत पाथीभरा तथा हलेसी भ्रमण गर्दा लाग्ने प्रतियात्रु शुल्क	४०
४.२३	यातायात व्यवसायको आम्दानीमा कोभिड-१९ महामारीको प्रभाव	४२

चाटहरुको सूची

चाटहरु	शीर्षक	पेज नं.
चाट नं. २.१	धार्मिक पर्यटकको बजार हिस्सा	१३
चाट नं. ४.१	उमेर अनुसार धार्मिकस्थलमा पर्यटक आवागमनको अवस्था	२०
चाट नं. ४.२	धार्मिक भ्रमणलाई उत्प्रेरित गर्ने मुख्य पक्षहरु	२१
चाट नं. ४.३	धार्मिक स्थलसम्म पुग्ने मूल्य माध्यमहरुको प्रयोग (प्रतिशतमा)	२२
चाट नं. ४.४	आन्तरिक पर्यटकको भ्रमण खर्च संरचना	२३
चाट नं. ४.५	पूजा सामाग्री व्यवसायप्रतिको निर्भरता	२५
चाट नं. ४.६	व्यवसाय सञ्चालनको योजना	२८
चाट नं. ४.७	सञ्चालन अवधिका आधारमा होटलको उपस्थिति	३१
चाट नं. ४.८	धार्मिकस्थलका होटलहरुमा बुकिङ्गको अवस्था	३१
चाट नं. ४.९	होटल व्यवसाय विस्तारको योजना	३३
चाट नं. ४.१०	होटलले प्रवाह गर्ने सेवाप्रति पर्यटकको प्रतिक्रिया	३४
चाट नं. ४.११	होटल रोजगारीमा कोभिड-१९ को प्रभाव	३४
चाट नं. ४.१२	यातायात व्यवसायमाथिको निर्भरता	३७
चाट नं. ४.१३	यातायातका साधनमा मासिक पर्यटक आवागमनको अवस्था	३९
चाट नं. ४.१४	घोषणा गरिएको छुट तथा सुविधा प्राप्तिको अवस्था(प्रतिशत)	४१
चाट नं. ४.१५	विकास संरक्षण समितिको बजेट संरचना	४३
चाट नं. ४.१६	धार्मिकस्थलमा पुँजीगत खर्चको जिल्लागत स्थिति	४४

कार्यकारी सारांश

प्रदेश नं. १ मा पहिचान भएका धार्मिकस्थलहरूमध्ये छनोटमा परेका ४ वटा धार्मिकस्थलमा हुने धार्मिक पर्यटकीय गतिविधिमा संलग्न धार्मिक पर्यटक, पर्यटकस्तरीय होटलका सञ्चालक, स्थानीय पूजा सामग्री, उपहार तथा हस्तकला व्यवसायी, यातायात व्यवसायी, स्थानीय व्यवसायी, उद्यमी, जनप्रतिनिधी, मन्दिर विकास/व्यवस्थापन समिति र प्रदेश नं. १ मा रहेका धार्मिक पर्यटनसँग सम्बद्ध निकायहरूबाट व्यापार तथा व्यवसायको अवस्था, यातायात सेवाको उपलब्धता, धार्मिकस्थलमा भएका विकास तथा पूर्वाधार निर्माण, विकासका लागि गठन गरिएका विकास/व्यवस्थापन समितिहरूको भूमिका साथै, आन्तरिक तथा बाह्य पर्यटकको आवागमनसँग सम्बन्धित प्राथमिक तथा द्वितीय तथ्याङ्क, सूचना तथा विवरण समेत संकलन तथा विश्लेषण गरी तयार पारिएको यस प्रतिवेदनको मुख्य बुँदाहरू देहाय बमोजिम रहेका छन् ।

- धार्मिकस्थलको भ्रमण गर्ने ४५.० प्रतिशत आन्तरिक पर्यटकको मुख्य पेशा नोकरी तथा २५.० प्रतिशत पर्यटकको मुख्य पेशा व्यापार रहेको पाइएको छ ।
- सर्वेक्षणमा सहभागी आन्तरिक पर्यटकहरूमध्ये ६७.५ प्रतिशतले परिवारका सदस्य सहित धार्मिकस्थलको भ्रमण गरेको देखिएको छ भने परिवारका सदस्यबाहेक अन्य समूहगत रूपमा भ्रमण गर्ने पर्यटक २२.५ प्रतिशत रहेको पाइएको छ ।
- धार्मिकस्थलको भ्रमण गर्ने ३० देखि ४५ वर्ष उमेर समूहका आन्तरिक पर्यटकको संख्या सबैभन्दा बढी ४० प्रतिशत र ६० वर्ष भन्दा बढी उमेर समूहका पर्यटकको संख्या सबैभन्दा कम १२.५ प्रतिशत रहेको देखिएको छ ।
- सर्वेक्षणमा सहभागी आन्तरिक पर्यटकहरूको औसत भ्रमण अवधि २.५ दिन रहेको पाइएको छ ।
- सर्वेक्षणमा सहभागी ८०.० प्रतिशत पर्यटकले आफ्नो मनोकाङ्क्षा प्राप्तिको लागि गरेको भाकल/वाचा पूरा गर्ने उद्देश्यले धार्मिकस्थलको भ्रमण गरेको देखिएको छ ।
- विगत पाँचवर्षमा एक पटक भन्दा बढी धार्मिकस्थलको भ्रमण गरेका सर्वेक्षणमा सहभागी पर्यटकहरूको भ्रमण खर्च अधिल्लो पटकको तुलनामा ४३.६ प्रतिशतले वृद्धि भएको देखिएको छ ।
- धार्मिकस्थल भ्रमण गर्दा सर्वेक्षणमा सहभागी प्रति पर्यटक औसत खर्च रु.११,८०० भएको देखिएको छ ।
- सर्वेक्षणमा सहभागी आन्तरिक पर्यटकहरूको कुल भ्रमण खर्चमध्ये यातायातमा सबैभन्दा बढी ४३.३ प्रतिशत र होटल (खाना सहित) र पूजा तथा उपहार सामग्री खरिदका लागि क्रमशः ३५.९ प्रतिशत र १०.६ प्रतिशत खर्च भएको देखिएको छ ।
- धार्मिकस्थल वरपर रहेका पूजा सामग्री तथा हस्तकला व्यवसाय सञ्चालन गर्ने ९०.० प्रतिशत व्यवसायीको व्यवसाय सञ्चालन गर्ने मुख्य आधार धार्मिक पर्यटन रहेको पाइएको छ ।
- धार्मिकस्थल वरपर रहेका पूजा सामग्री तथा हस्तकला व्यवसायको कुल बिक्रीमध्ये पूजा सामग्रीको बिक्री अंश सबैभन्दा बढी ८०.० प्रतिशत र उपहार तथा हस्तकलाका सामग्रीको बिक्री अंश २०.० प्रतिशत रहेको पाइएको छ ।
- धार्मिकस्थल वरपर रहेका पूजा सामग्री तथा हस्तकला व्यवसायको भारित औसत मुनाफा २८.४ प्रतिशत रहेको देखिएको छ ।

- धार्मिकस्थल वरपर रहेका ६५.० प्रतिशत व्यवसायीले व्यापारलाई यथास्थितिमा सञ्चालन गर्ने र ३०.० प्रतिशत व्यवसायीले क्षमता विस्तार तथा सुविधा थप गर्ने योजना बनाएको पाइएको छ ।
- छनोटमा परेका होटलहरूले कोभिड-१९ महामारी भन्दा अगाडि प्रतिहोटल औसत ५ जनाका दरले रोजगारी प्रदान गरेको देखिएको छ भने कोभिड- १९ महामारीको दोस्रो लहर पश्चात् प्रति होटल औसत २ जनाका दरले रोजगारी गुमाएको देखिएको छ ।
- औपचारिक रूपमा तालीम लिई होटल व्यवसाय सञ्चालन गर्ने होटल व्यवसायी ३०.० प्रतिशत र सानो व्यवसायको रूपमा सुरुवात गरी प्राप्त अनुभवको आधारमा होटल व्यवसाय सञ्चालन गर्ने व्यवसायी ७०.० प्रतिशत रहेको पाइएको छ ।
- छनोटमा परेका धार्मिकस्थल वरपर रहेका २० वटा होटलमध्ये केवल एउटा होटलले मात्र सेवा प्रवाह गरेवापतको भुक्तानी QR Code को माध्यमबाट प्राप्त गर्ने गरेको र बाँकी १९ वटा होटलमा भुक्तानीको मुख्य माध्यम नगद रहेको देखिएको छ ।
- सर्वेक्षणमा सहभागी भएका आन्तरिक पर्यटकहरूमध्ये १७.५ प्रतिशत पर्यटकले धार्मिकस्थल वरपर रहेका होटलले प्रवाह गर्ने सेवाको स्तर अति उत्तम (Excellent) र ३० प्रतिशतले उत्तम (Good) रहेको प्रतिक्रिया दिएको पाइएको छ ।
- सर्वेक्षणमा सहभागी यातायात व्यवसायीमध्ये बैंक तथा वित्तीय संस्थाबाट कर्जा लिएका व्यवसायीहरू ९०.० प्रतिशत र स्वपूँजी वा ठेक्कापट्टा प्रणालीबाट यातायात सञ्चालन गर्ने व्यवसायी १०.० प्रतिशत रहेको पाइएको छ ।
- सर्वेक्षणमा सहभागी भएका यातायात व्यवसायीहरूमध्ये ६५.० प्रतिशत व्यवसायीहरूले कोभिड-१९ को कारण जारी बन्दाबन्दी र निषेधाज्ञाको समयमा नेपाल सरकार तथा नेपाल राष्ट्र बैंकले घोषणा गरेको कुनैपनि छुट, सुविधा तथा सहूलियत प्राप्त नगरेको देखिएको छ ।
- छनोटमा परेका धार्मिकस्थलका विकास वा संरक्षण समितिहरूको आर्थिक वर्ष २०७६/७७ को बजेट अनुसार धार्मिकस्थलको कुल बजेटमा सञ्चालन खर्च र विकास निर्माण खर्चको हिस्सा क्रमशः ५७.७ प्रतिशत र ४२.३ प्रतिशत रहेको देखिएको छ ।

परिच्छेद एक : अध्ययनको परिचय

अध्ययनको पृष्ठभूमि

- १.१ अनुपम प्राकृतिक सौन्दर्य, प्रचुर जैविक विविधता, बहुजातीय, बहुभाषिक, बहुधार्मिक र सामाजिक विविधता एवं ऐतिहासिक तथा साँस्कृतिक सम्पदाले भरिपूर्ण नेपाल, विश्व पर्यटन मानचित्रमा प्रमुख पर्यटकीय गन्तव्यस्थलको रूपमा सुपरिचित छ। विज्ञान, प्रविधि र सञ्चार प्रणालीमा भएको अभूतपूर्व विकासले समुच्च विश्व नै एउटा गाउँको रूपमा रूपान्तरित हुँदै गइरहेको अवस्थामा नेपालले यस प्रकारका राष्ट्रिय सम्पदालाई विश्व सामु परिचित गराउँदै विश्व पर्यटन बजारमा आफ्नो मजबुद उपस्थिति जनाइ अत्याधिक लाभ लिन सक्ने क्षमता अभिवृद्धि गर्न आवश्यक देखिएको छ। यसका लागि विभिन्न किसिमका पर्यटन सम्बन्धी पूर्वाधारको विकास, नयाँ गन्तव्यको खोजी र विकास तथा प्रवर्द्धन गर्न आवश्यक रहेको छ।
- १.२ सन् २०२० को सुरुवात देखि नै विश्वभर फैलिरहेको कोभिड-१९ महामारीको प्रभावबाट नेपाल पनि अलग रहन सकेको छैन। जसका कारण नेपाल सरकारद्वारा घोषित नेपाल भ्रमण वर्ष २०२० नै रद्द हुन पुग्यो। महामारीका कारण सबैभन्दा बढी पर्यटन क्षेत्रमा नकरात्मक प्रभाव पर्न गएको छ। अन्तर्राष्ट्रिय पर्यटकहरू पूर्ववत् रूपमा नेपाल भ्रमणमा आउने परिदृश्य स्पष्ट नभएको हालको परिप्रेक्ष्यमा पर्यटन क्षेत्रको दिगो विकासका लागि आन्तरिक पर्यटनको विकासमा जोड दिनु अहिलेको अपरिहार्यता भएको छ। सामान्य अवस्थामा पनि अन्य पर्यटनको तुलनामा धार्मिक पर्यटनले कम प्राथमिकता पाइरहेको अवस्थामा यस क्षेत्रको उचित अध्ययन हुनुपर्ने आवश्यकता देखिएको छ।
- १.३ “धार्मिक र आध्यात्मिक उद्देश्यको लागि धार्मिकस्थलहरूको भ्रमण गर्ने र धार्मिक सम्पदा र कलाकृतिहरूको अवलोकन गर्ने कार्यहरूलाई धार्मिक पर्यटन/आध्यात्मिक पर्यटन/पवित्र पर्यटन/आस्था पर्यटन भनिन्छ,” (Wikipedia, 2021)। व्यवसायिक उद्देश्य बाहेक धार्मिक उद्देश्यले गरिएको सबै किसिमको भ्रमणलाई धार्मिक पर्यटन भनिन्छ। धार्मिक स्थानहरू, पदमार्ग वा चाडपर्वसँग सम्बन्धित भ्रमणका साथै धार्मिक महत्व राख्ने सभा, सेमिनार, क्याम्प आदिका लागि गरिएको अन्तर्राष्ट्रिय भ्रमणलाई धार्मिक पर्यटन भनिन्छ। यसमा प्राचीन तथा ऐतिहासिक स्थलहरूको भ्रमणलाई राखिदैन (Wacker, 2012)।
- १.४ धार्मिक वा आध्यात्मिक पर्यटनमा प्रायः परिवारकै सदस्यहरू र पर्यटकहरूको साना तथा ठूला समूह संलग्न हुने गर्दछन्। यस किसिमको पर्यटकहरू बढी संख्यामा आउने तर खर्च कम गर्ने प्रवृत्ति हुने र तिनीहरूको मुख्य उद्देश्य तीर्थयात्रा भएपनि अरु क्रियाकलापमा समेत सहभागी हुने खालका धेरै हुन्छन् (स्रोत: नेपालको राष्ट्रिय पर्यटन रणनीतिक योजना २०१६-२०२५)। धार्मिक पर्यटन मानिसहरूको धर्म र आस्थासँग सम्बन्धित भएका कारण पर्यटन पूर्वाधारको विकास गर्न सके आध्यात्मिक एवं तीर्थाटन गर्ने प्रयोजनका पर्यटक आगमन संख्या दीर्घकालमा उल्लेख्य रूपमा वृद्धि भई पर्यटन क्षेत्रको दिगो विकासमा योगदान पुग्ने देखिन्छ।
- १.५ पर्यटन नीति २०६५ को बुँदा नं.९ को उपबुँदा (घ) अनुसार पर्यटन व्यवसायलाई १३ वटा खण्डमा वर्गीकरण गरिए बमोजिम सातौँ नम्बरमा धार्मिक पर्यटनलाई राखिएको छ। यस अन्तर्गत नेपालका धार्मिक पर्यटकीय गन्तव्यलाई आध्यात्मिक एवं तीर्थाटनको केन्द्रको रूपमा विकास गरी त्यसमा नियमन गरिने कुरा उल्लेख गरिएको छ। भगवान् गौतम बुद्धको पवित्र जन्मस्थल लुम्बिनीलाई बौद्ध धर्म, दर्शन एवं अन्तर्राष्ट्रिय शान्ति र आध्यात्मिक शान्ति केन्द्रको रूपमा विकास गरी विश्वव्यापी प्रवर्द्धन गरिने, बुद्धको जीवनीसँग सम्बन्धित लुम्बिनी

वरपरका क्षेत्रहरू (तिलौराकोट, रामग्राम, देवदह, कोटीहवा, निग्लिहवा, सगरहवा, अरौराकोट, कुदान, सिसानिया) लाई बौद्ध उप-परिपथ (Buddhist Sub-Circuit) का रूपमा एकीकृत विकास एवं प्रवर्द्धन गरिने साथै प्रमुख धार्मिकस्थलहरूको प्रवर्द्धन गर्नुका साथै विभिन्न धर्मावलम्बीहरूका धार्मिक एवं पर्यटकीय दृष्टिले महत्वपूर्ण स्थलहरूको पहिचान गरी धार्मिक पर्यटनको विकास एवं विस्तार गरिने कुरा उल्लेख गरिएको छ। यसैगरी हिन्दु धर्मालम्बीहरूको पवित्र धार्मिकस्थलको रूपमा रहेको भगवान पशुपतिनाथ मन्दिरको दर्शन गर्न अधिकांश भारतीय पर्यटकहरूको आगमन उल्लेख्य रहेको तथ्याङ्कले देखाउँदछ।

१.६ नेपाल सरकार, संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालयले तयार गरेको “नेपालको राष्ट्रिय पर्यटन रणनीतिक योजना २०१६-२०२५” को खण्ड (२) को उप-खण्ड (२.६) मा पर्यटकीय स्रोत तथा सम्पदाको पुनरावलोकन सम्बन्धी व्याख्या गरिएको छ। प्राकृतिक पर्यटकीय सम्पदा अन्तर्गत राष्ट्रिय निकुञ्जहरू, संरक्षण क्षेत्रहरू, वन्यजन्तु आरक्षहरू र शिकार आरक्ष, उच्च हिमशिखरहरू र साहसिक पर्यटन र अर्को सांस्कृतिक तथा धार्मिक पर्यटकीय सम्पदाहरू गरी मुख्य दुईवटा भागमा विभाजन गरिएको छ। यसमा प्रदेश नं. १ का पाथीभरा देवी, बराह क्षेत्र, हलेसी महादेव, माईपोखरी, बुढा सुब्बा, दन्तकाली, पिण्डेश्वर, मनकामना (तुम्लिङटार), सभापोखरी, दुधकुण्ड (सोलु) र रामधुनी जस्ता धार्मिकस्थलहरूको उल्लेख गरिएको छ।

१.७ नेपाल पर्यटन तथ्याङ्क २०१९ अनुसार सन् २०१९ मा नेपालमा कुल विदेशी पर्यटक ११ लाख ९७ हजार १ सय ९१ भित्रिएका थिए जसमध्ये ९ लाख ९५ हजार ८ सय ८४ जना (८३.२ प्रतिशत) हवाई उडानबाट र २ लाख १ हजार ३ सय ७ (१६.८० प्रतिशत) स्थलमार्गबाट नेपाल भित्रिएका थिए। सोही वर्षमा भित्रिएका कुल विदेशी पर्यटकहरूमध्ये १ लाख ७१ हजार ९ सय ३७ (अर्थात १४.३६ प्रतिशत) धार्मिक पर्यटनको उद्देश्यले भित्रिएको देखिन्छ। नेपालको प्रमुख धार्मिकस्थलको रूपमा रहेको भगवान गौतम बुद्धको जन्मस्थान लुम्बिनीमा सन् २०१९ मा १४ लाख १ हजार १ सय ७८ जना आन्तरिक पर्यटकहरूले भ्रमण गरेका थिए भने २ लाख ४ हजार ८ सय २५ भारतीय पर्यटकहरू र तेस्रो मुलुकबाट १ लाख ७३ हजार ८३ जना पर्यटकहरूले भ्रमण गरेका थिए। यसैगरी हिन्दु धर्मालम्बीहरूको आराध्यदेव भगवान पशुपतिनाथको मन्दिरमा भारत बाहेकका तेस्रो मुलुकका १ लाख ७१ हजार ९ सय ३७ जना विदेशी पर्यटकहरूले मन्दिर भ्रमण गरेका थिए।

१.८ धार्मिक पर्यटनको उद्देश्यले भित्रिने पर्यटकको संख्या सन् २०१७ को तुलनामा २०१८ मा ३३.१ प्रतिशतले बृद्धि भई १ लाख ८७ हजार ६ सय ९२ र सन् २०१८ को तुलनामा सन् २०१९ मा ५.४ प्रतिशतले बृद्धि भई १ लाख ९७ हजार ७ सय ८६ पुगेको छ। यसबाट आगामी दिनमा नेपालको पर्यटनमा धार्मिक पर्यटनको हिस्सा उल्लेख्य हुने देखिन्छ। यसैगरी, पर्यटन सम्बन्धी तथ्याङ्क विश्लेषण गर्दा गत ५ वर्षको विदेशी पर्यटकहरूको संख्यामा भारतीय पर्यटकहरूको संख्या प्रथम स्थानमा रहेको देखिएको छ।

वर्ष	धार्मिक पर्यटक	वृद्धिदर
२०१४	९८७६५	-
२०१५	१४९९६	-८४.८
२०१६	८२८३०	४५२.३
२०१७	१४१०३३	७०.३
२०१८	१८७६९२	३३.१
२०१९	१९७७८६	५.४

स्रोत : नेपाल पर्यटन तथ्याङ्क, २०१९

१.९ सन् २०१९ मा स्थलमार्गबाट आएका कुल २ लाख १ हजार ३ सय ७ विदेशी पर्यटकमध्ये यस प्रदेशको काकडभिट्टा नाकाबाट ८ हजार ४ सय ८० (अर्थात ४.२१ प्रतिशत) विदेशी पर्यटकहरू भित्रिएको देखिएको छ (नेपाल पर्यटन तथ्याङ्क, २०१९)। विदेशी पर्यटक आगमन संख्याको आधारमा दोस्रो ठूलो नाका काकडभिट्टा भएको तथा यस प्रदेशमा प्रमुख धार्मिक तथा पर्यटकीय स्थलहरू भएका कारण भारतको विहार, पश्चिम बंगाल,

सिक्किम, आसाम, मेघालय, अरुणाचल, नागाल्याण्ड, मणिपुर, मिजोराम राज्य तथा भुटान र बंगलादेशका धार्मिक तथा अन्य पर्यटकहरूलाई आकर्षण गर्न सकिने उच्च सम्भावना रहेको छ ।

- १.१० धार्मिक तीर्थयात्रालाई नेपालको लागि विदेशी पर्यटक भित्र्याउने एउटा उत्तम स्रोतको रूपमा लिईएको छ । नेपालको लुम्बिनी, पशुपतिनाथ, मुक्तिनाथलाई प्रमुख धार्मिकस्थलको रूपमा लिईएको छ जुन विश्वका अन्य स्थानमा नभएका र धार्मिक दृष्टिकोणले ज्यादै महत्वपूर्ण मानिएको छ । यी क्षेत्रमा आउने अधिकांश धार्मिक पर्यटक भारत र पूर्वी एशियाली मुलुकका रहेका छन् ।
- १.११ प्रदेश नं. १ को कुल गार्हस्थ्य उत्पादनमा पर्यटन क्षेत्र (होटल तथा रेष्टुराँ) को योगदान १.९३ प्रतिशत रहेको, ३२ हजार जनाले रोजगार प्राप्त गरेको र १३ वटा पर्या पर्यटन गन्तव्य (Eco-Tourism Destination) रहेका छन् (प्रदेश नं. १ को प्रथम आवधिक योजना, २०७६-२०८०)। नेपाल सरकारले पहिचान गरेका १०० वटा प्रमुख पर्यटकीय गन्तव्य स्थलमध्ये यस प्रदेशमा “बराहक्षेत्र, पाथीभरा, हलेसी महादेव, माईपोखरी, अर्जुनधारा जस्ता १६ वटा मुख्य धार्मिकस्थलहरू” समेटिएको छ (प्रदेश नं. १ को प्रथम आवधिक योजना, २०७६-२०८०) । समग्र देशको पर्यटन उद्योगमा यस प्रदेशको योगदान १४.८ प्रतिशत रहेको र प्रादेशिक योगदानको आधारमा बाग्मती र गण्डकी प्रदेश पश्चात् तेस्रो स्थानमा रहेको छ (केन्द्रिय तथ्याङ्क विभाग, प्रादेशिक राष्ट्रिय लेखा २०१९) । यसबाट यस प्रदेशको पर्यटनबाट समग्र देशको पर्यटन उद्योगमा महत्वपूर्ण योगदान रहेको साथै यस क्षेत्रमा धार्मिक पर्यटनको सम्भावना उच्च रहेको देखिएको छ ।
- १.१२ प्रदेश नं. १ अर्न्तगत विभिन्न जिल्लाहरूमा रहेका प्रमुख धार्मिकस्थलहरू निम्न रहेको छन् ।

तालिका १.२ : प्रदेश नं. १ मा रहेका प्रमुख धार्मिक पर्यटकीय स्थलहरूको जिल्लागत विवरण			
क्र.सं.	जिल्ला	धार्मिक पर्यटकीय स्थल	संख्या
१	ताप्लेजुङ	पाथीभरा देवी मन्दिर (३७९४ मी.), तिम्लुङ पोखरी (४४८० मी.)	२
२	पाँचथर	महागुरु फाल्गुनन्द मन्दिर, सिद्ध देवीस्थान	२
३	ईलाम	माईपोखरी, गजुरमुखी देवी मन्दिर, सानो पाथीभरा, माडसेबुङ	४
४	भ्र्पापा	अर्जुनधारा, किचकबध, धनुषकोटीधाम, पाउ पाथीभरा	४
५	मोरङ्ग	विराट राजाको दरबार, काली मन्दिर	२
६	सुनसरी	बराहक्षेत्रधाम, चतराधाम, बुढासुब्बा, दन्तकाली, विष्णुपादुका, रामधुनी	६
७	धनकुटा	जाल्पादेवी, निशान भगवती मन्दिर, मधुगंगा महादेवस्थान, पाथीभरा देवी, छिन्ताडदेवी मन्दिर	५
८	तेह्रथुम	सिंहवाहिनी मन्दिर, शिवालय मन्दिर, संक्रान्तिबजार भगवती मन्दिर	३

९	भोजपुर	सिद्धकाली मन्दिर, साल्पा पोखरी, दिङ्ला	३
१०	संखुवासभा	मनकामना मन्दिर, सिद्धपोखरी मन्दिर, जौवारी महादेव गुफा, शिवधारा, गुफा पोखरी	५
११	उदयपुर	रौता भगवती, चौदण्डी शिवालय, जालपा देवी	३
१२	ओखलढुंगा	चम्पादेवी मन्दिर, कुन्तादेवी मन्दिर, सपनावती मन्दिर	३
१३	खोटाङ	हलेशी महादेव, बराह पोखरी	२
१४	सोलुखुम्बु	त्याङबोचे गुम्बा, पाङ्त्रोचे खुम्बु, ज्वालामाई, बुढा सिद्ध मन्दिर, लौरेश्वर शिव मन्दिर	५

स्रोत : नेपाल राष्ट्र बैंक, विराटनगर विशेष अध्ययन २०७५, प्रदेशगत जिल्लागत प्रोफाईल प्रतिवेदन/प्रदेशको आर्वाधिक योजना २०७५/विभिन्न वेबसाईटहरू ।

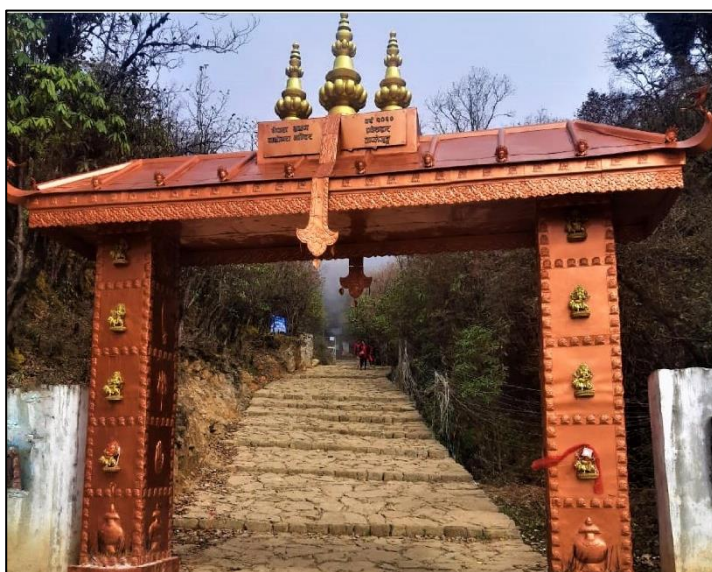
१.१३ माथिको तालिका १ अनुसार प्रदेश नं. १ मा जम्मा ४९ वटा प्रमुख धार्मिक धार्मिकस्थलहरू रहेका छन् जसमध्ये सुनसरी जिल्लामा सबैभन्दा बढी ६ वटा, धनकुटा, सोलुखुम्बु र संखुवासभा जिल्लामा ५-५ वटा, इलाम, भापा जिल्लामा ४-४ वटा, तेह्रथुम, भोजपुर, उदयपुर र ओखलढुंगा जिल्लामा ३-३ वटा, ताप्लेजुङ, पाँचथर, मोरङ, खोटाङमा सबैभन्दा कम २/२ वटा प्रमुख धार्मिकस्थलहरू रहेका छन् ।

छनोटमा परेका धार्मिकस्थलहरूको संक्षिप्त परिचय

१.१४ तालिका १.२ मा उल्लेखित धार्मिकस्थलहरूमध्ये स्थानीयस्तरमा सञ्चालित पर्यटकस्तरीय होटल, स्थानीय व्यवसाय पूजा सामग्री तथा उपहार, हस्तकला तथा अन्य व्यापारको अवस्था, यातायात सेवाको उपलब्धता, धार्मिकस्थलको विकासका लागि गठन गरिएका व्यवस्थापन/समितिहरूको सक्रियता, आन्तरिक तथा बाह्य पर्यटकको आवगमन आदिलाई दृष्टिगत गरी यस प्रदेशमा रहेका प्रमुख धार्मिकस्थलमध्ये ताप्लेजुङ जिल्लाको पाथीभरा मन्दिर, ईलाम जिल्लाको सानो पाथीभरा मन्दिर, सुनसरी जिल्लाको बराहक्षेत्र मन्दिर, खोटाङ जिल्लाको हलेशी महादेव मन्दिरलाई नमुना अध्ययनको रूपमा छनोट गरिएको छ ।

(क) ठूलो पाथीभरा मन्दिर, ताप्लेजुङ

१.१५ प्रदेश नं. १ को हिमाली जिल्ला ताप्लेजुङमा अवस्थित ठूलो पाथीभरा मन्दिर फक्ताङलुङ गाउँपालिका वार्ड नं. ४ मा रहेको छ । प्रदेश राजधानी विराटनगरबाट करिब ३५० किलोमिटर उत्तर पूर्वतर्फ रहेको यस धार्मिकस्थलको भौगोलिक अवस्थिति उत्तरी अक्षांश २७.४२ डिग्री तथा पूर्वी देशान्तर ८७.७६ डिग्री रहेको छ । पाथीभरा क्षेत्र विकास समितिका अनुसार हिन्दू, बौद्ध एवं किराँत धर्मालम्बीहरूको साभ्ना धार्मिकस्थलको

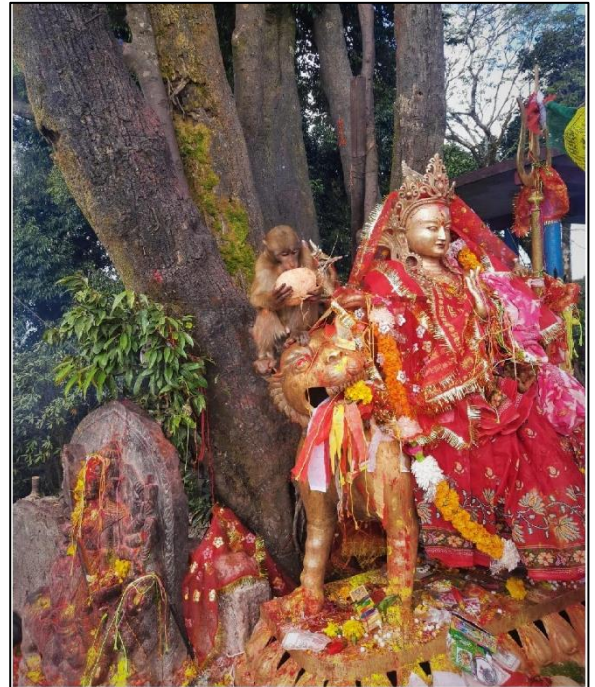


रूपमा रहेको पाथीभरा मन्दिर, समुद्री सतहदेखि ३ हजार ७ सात ९४ मिटर उचाइमा रहेको छ (Pathivara Chhetra Bikash Samiti, n.d.) । सडक मार्गबाट काफ्लेपाटिसम्म पुगेपछि करिब ३.९ किलोमिटरको

पैदलयात्रापछि पाथीभरा मन्दिर पुगिन्छ । अन्न भरेको पाथी भैं आकृति बोकेको सुन्दर मनमोहक पाथीभरा पहाडको शिखरमा देवीको उत्पत्तिस्थल रहेकाले देवीको नाम “पाथीभरा देवी” रहन गएको हो भन्ने किम्बदन्ती रहेको छ । ताप्लेजुडका रैथाने लिम्बू समुदायहरू पाथीभरालाई “मुक्तुवुड” भन्दछन् । त्यसैगरी, लिम्बूभाषामा “मुक्तु”को अर्थ शक्ति वा बल, “वुड” को अर्थ बोट भन्ने जनाउँदछ । अर्थात्, लिम्बूजातिहरू पाथीभरालाई शक्ति वा बलको श्रोत वा बोटको रूपमा प्रकट गर्ने गर्दछन् । पाथीभरा देवीको उत्पत्ति सम्बन्धी थुप्रै किम्बदन्ती तथा जनश्रुतिहरू रहेका छन् । परापूर्वकालमा पाथीभरा वरपरका गोठालाहरूले आफ्नो भेडीगोठ पाथीभरामा राखेका थिए । एकदिन अचानक अप्रत्यासित ढंगले देख्दा देख्दै ती गोठका बथानका भेडाहरू अलप भए । त्यस्तो अकल्पनीय घटनाले छक्क भएका गोठालाहरूलाई रातमा देवीले दर्शन दिनु भई आफ्नो उत्पत्तिस्थल र आकृतिको बोध गराउँदै, भेडा बलिसहित पूजा अर्चना गर्ने निर्देशन दिनुभयो । आत्मबोध प्राप्त गोठालाहरूले देवीको आकृति उत्पन्न स्थलमा पूजा अर्चना गरी सबैभन्दा हृष्टपुष्ट भेडाको थुम्बा बलि दिए । बलि पश्चात् ती हराएका भेडाहरू जस्ताको तस्तै पहिलाकै ठाउँमा देखा परे । त्यो भन्दा आश्चर्यको कुरा, बलि दिएको भेडाको रगत बलिस्थलमा झर्नासाथ बालुवामा पानी हराए भैं हराउन पुग्यो । पाथीभरा देवीको दर्शन गर्न हजारौंको संख्यामा श्रद्धालु भक्तजनहरू देश तथा विदेशबाट आउने गर्दछन् । पाथीभरासम्मको पदयात्रामा प्राकृतिक सौन्दर्य, दुर्लभ जीवजन्तु तथा वनस्पतीको बेजोड संगमस्थल रहेको छ । पाथीभरा मन्दिर धेरै उचाईमा रहेकाले यहाँबाट विश्वको तेस्रो अग्लो शिखर कञ्चनजंघा हिमश्रृङ्खला, कुम्भकर्ण, मकालु, काङ्वाचेन, लोत्से हिमालको दृश्यावलोकन गर्न सकिन्छ । यहाँ राष्ट्रिय पंक्षी डाँफे, नेपालमा मात्र पाइने काँडे भ्याकुर लगायत २ सयभन्दा बढी प्रजातिका चरा, १ सय ५२ प्रजातिका फूल, २८ प्रजातिका लालीगुराँस, दुर्लभ रेडपाण्डा, चितुवा, हिमाली कालो भालुलगायत तीन दर्जनभन्दा बढी जङ्गली जनावर पाईनुका साथै यस क्षेत्रमा पाँचऔंले, कुड्की, जटामसी, चिराइतो जस्ता ५० भन्दा बढी प्रजातिका बहुमुल्य जडिबुटी पाईन्छ । यो क्षेत्र धार्मिक पर्यटनका साथै दृश्यावलोकन, जैविक विविधता अनुसन्धान तथा प्राकृतिक संग्रालयका लागि उपयुक्त मानिन्छ ।

(ख) सानो पाथीभरा देवी मन्दिर, इलाम

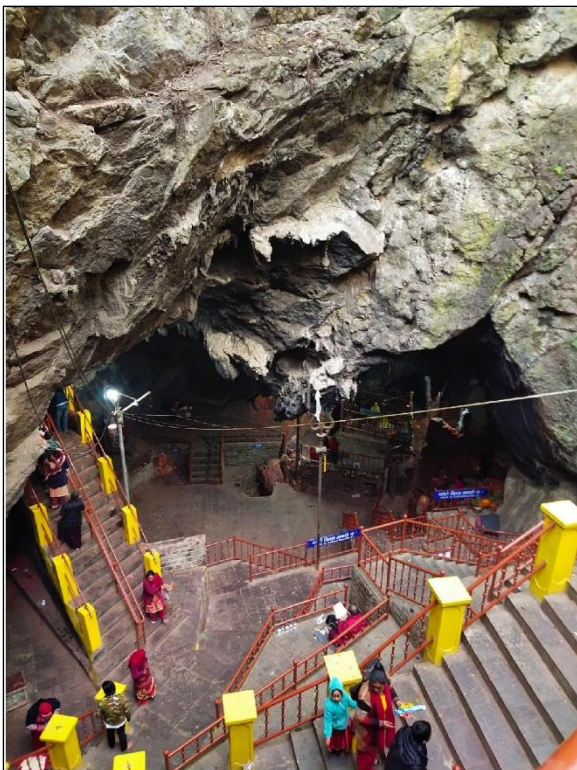
१.१६ प्रदेश नं. १ को पहाडी जिल्ला, इलाममा अवस्थित सानो पाथीभरा देवी मन्दिर रोङ्ग गाँउपालिका २ मा रहेको छ । प्रदेश राजधानी विराटनगरबाट करिब १३० किलोमिटर उत्तर पूर्व तर्फ रहेको यस धार्मिकस्थलको भौगोलिक अवस्थिती उत्तरी अक्षांश २६.८२ तथा पूर्वी देशान्तर ८८.०७ रहेको छ । धार्मिक तथा पर्यटकीय दृष्टिकोणले महत्वपूर्ण मानिएको यो मन्दिर समुद्री सतहबाट १ हजार ८ सय मिटरको उचाइमा अवस्थित छ । धार्मिकस्थलसम्म पुग्न पूर्व पश्चिम राजमार्ग अन्तर्गत भ्रुपा जिल्लाको चारालीबाट उत्तर मेची राजमार्गबाट भाडा वा निजी सवारी साधनमा २ घण्टामा पुग्न सकिन्छ । वि.सं. २०३४ सालतिर भ्रुपा बुधबारे-९ का डिल्लीराम पाठक भन्ने एक जना व्यक्तिले सपनामा पाथीभरा देवीको अन्तरी बहिनीको इच्छा पूरा गर्ने उर्दी आएपछि उनले सोही वर्षको ऋषि तर्पणी पूर्णिमाको मध्यरात चिन्ता बसेछन् । चिन्ता बस्न थालेपछि मध्यरात पूरै उज्यालोमा परिणत भएछ । के रहेछ भनेर हेर्दा दुई वटा बाघ आएछन् र पछि दुबै बाघ



दुई वटी केटीको रूप धारण गरेछन् । तिनै केटीहरूले पाठकलाई पहिलेको थामडाँडा, हाल पाथीभरा देवीको मन्दिर रहेको स्थानमा पुर्याएर मन्दिरको शिला देखाइ दिएछन् । जङ्गलको बीचमा भेटिएको उक्त शिलालाई तीन दिनपछि पाठकले विधिपूर्वक मन्दिरको स्थापना गरी पाथीभरा देवी नामाकरण गरिदिए । पाथीभरा मन्दिरदेखि केही तल मेची राजमार्गसँगै जोडिएको अर्को पनि मन्दिर छ । त्यहाँ एउटा ठूलो पोखरी थियो, जहाँ हाँस पौडी खेल्थ्यो, त्यही बस्थ्यो । हाँस बस्ने भएकोले नै त्यो पोखरीलाई हाँस पोखरी भनिन्थ्यो । तर कालान्तरमा त्यो पोखरी सुकेपछि हाँस पनि लोप भयो । तर केही वर्षपछि सोही ठाउँमा हाँसको प्रतिमा कुँदिएको एउटा शिला फेला परेछ । त्यही शिलालाई स्थापना गरी २०५० सालमा, मन्दिर निर्माण गरिएको छ । अहिले पनि त्यो शिलामा हाँसको चित्र स्पष्ट देख्न सकिन्छ । पाथीभरा मन्दिर मात्रै गएर चिताएको पूरा हुँदैन त्यसकारण दाहिने पारेर दुवै मन्दिरको परिक्रमा गर्नुपर्छ भन्ने धार्मिक विश्वास रहेको छ । मनोकाङ्क्षा पूरा हुने विश्वासका साथ आफूले गरेको भाकल पूरा गर्न भक्तजनहरू पाथीभरा देवीको मन्दिर दर्शनार्थ आउने गर्दछन् । मन्दिर रहेको ठाउँबाट (मौसम सफा भएको बेला ताप्लेजुडको पाथीभरा भगवतीको समेत दर्शन गर्न सकिन्छ । यसलाई ताप्लेजुडमा अवस्थित पाथीभरा देवीको अन्तरी बहिनी वा सानो पाथीभरा पनि भन्ने गरिएको छ । शनिवार र मंगलवार बढी तीर्थालुहरूको भीड लाग्ने मन्दिरमा फेदीवाट १ कि.मी.को ठाडो उकालोमा सिडी बनाएर मन्दिर परिसर सम्म पुग्ने व्यवस्था गरिएको छ । मन्दिर नजिकै दुईवटा पोखरी छेउ हाँसको आकृति भएका ढुंगा रहेकोले यो ठाउँलाई हाँस पोखरी पनि भन्ने गरेको पाईन्छ । मन्दिर नजिकै रहेको रमिते टावरबाट तराइका समतल फाँटहरू, इलामका नागवेली चियावारी, भारत, भुटान र बङ्गलादेशसम्मका भू-भागहरूका साथै विश्वको तेश्रो अग्लो हिम शिखर कञ्चनजङ्घा समेत देख्न सकिन्छ ।

(ग) हलेसी महादेव मन्दिर, खोटाङ

१.१७ प्रदेश नं. १ को पहाडी जिल्ला खोटाङमा अवस्थित, हलेसी महादेव मन्दिर धार्मिकस्थल हलेसी तुवाचुङ नगरपालिका, वडा नं ७ मा रहेको छ । प्रदेश राजधानी विराटनगरबाट २६१ किलोमिटर उत्तर पश्चिम तर्फ रहेको यो धार्मिकस्थलको भौगोलिक अवस्थिति उत्तरी अक्षांश २७.२१ तथा पूर्वी देशान्तर ८६.६३ रहेको छ ।



समुद्री सतहदेखि १ हजार ४ सय ४४ मिटरको उचाइमा रहेको यो स्थलको प्राकृतिक भू-बनोट संरचना विश्वमै अनौठो मानिन्छ । हलेसी महादेवलाई हिन्दू धर्मावलम्बीले पूर्वको पशुपति, बौद्धमार्गीले दोस्रो लुम्बिनी अथवा मरातिक गुफा र किराँत धर्मावलम्बीले आदिम भूमि मानेकाले यसलाई त्रि-धार्मिक तपोभूमि पनि भन्ने गरिन्छ । हिन्दू धर्म, बौद्ध धर्म र किराँत धर्मको संगमस्थल मानिने हलेसी धाम करिब २६ रोपनीमा फैलिएको छ । सुन्दर र मनोरम प्राकृतिक श्रृंगारले भरिपूर्ण एवं विभिन्न आश्चर्य लाग्दा आकर्षक प्राकृतिक आकृतिका चट्टानले सजिएको हलेसी धाममा विशेषत महादेव (शिव) बसाह र भैरवका ३ वटा महत्वपूर्ण गुफा छन् । बाला चतुर्दर्शी, शिवरात्री, रामनवमी र तीजमा ठूला मेला लाग्ने हलेसीमा विभिन्न देशबाट समेत तीर्थयात्री एवं आन्तरिक पर्यटकहरू आउने गर्दछन् । महादेवस्थानमा बाक्लो जंगलले ढाकिएको थुम्को छ । थुम्कोको टाकुरामा

आकाशतिर फर्केको एउटा ठूलो चट्टानको गुफा छ त्यहि गुफालाई हलेसी महादेव गुफा भनिन्छ । गुफाभित्र प्रवेश गरेपछि करीब ३ सय फिट तल ओर्लिएपछि केही समथर ठाउँमा पुगिन्छ, जहाँ १ हजार भन्दा धेरै मानिस अटाउछन् । पुरानो धार्मिक मान्यता अनुसार यी गुफाहरू महादेवले भस्मासुर राक्षसबाट बच्नको लागि खनेका हुन् भन्ने किम्वदन्ती छ । एक पटक भस्मासुरले महादेवको घनघोर तपस्या गरेछन् र महादेव खुशी भई वरदान माग भन्दा उनले जसको थाप्लोमा म हात राख्छु त्यो भष्म होस् भन्ने वरदान मागेछन् । महादेवले पनि तथास्तु भनी वरदान दिएछन् । भस्मासुरले यो वरदान सत्य छ कि छैन भनेर जाँचन महादेव कै थाप्लोमा हात राख्न खोजेपछि महादेव डरले त्राही त्राही भएर भाग्न थालेछन् । भस्मासुरले पनि पछिपछि लखेट्न थालेछ । भाग्दै जाँदा महादेव हलेसीको चट्टानै फोडेर जमिन भित्र पसेछन् र द्वारमा आफ्नो वाहन बसाहालाई पाले राखेछन् । महादेवलाई खेद्दै आएको भस्मासुरलाई बसाहाले युद्ध गरेर अलमल्याई दिएपछि महादेव पहाड छिचोलेर आकाशमा निस्केछन् र नजिकै जमिन छेडी पातालमा घुसेर लुकेछन् । यसरी, त्यहाँ बसाहाथान र महादेव थान दुईवटा गुफा बनेको प्रशंग आउँदछ । त्यसैगरी, श्री स्वस्थानी व्रत कथाअनुसार सतीदेवीले यज्ञमा हामफालेर देह त्याग गरे पश्चात्को शरिरलाई महादेवले लिएर संसार डुलाउने क्रममा यहाँ सतीदेवीको दाहिने कुहुनो पतन भयो र राजगृह पिठ राज ग्रिहेश्वरि देवी उल्कामुखी योगिनी हलेश्वर महादेव उत्पत्ति भई शिव शक्ति स्वरूपले रहेको भन्ने कथामा पाईन्छ । अर्को एक किम्वदन्ती अनुसार हलेसी मन्दिर वरिपरि जङ्गल रहेको थियो । त्यस जङ्गलमा त्यसै गाउँका स्थानीयवासी किराँत जातका मान्छेहरूले नै सिकार गर्ने र जीव जन्तुहरू मार्ने गर्दथे । त्यो बेलामा हलेसी गुफा लहराले जेलिएर रहेको अवस्थामा एकैकाले यस गुफाको बारेमा कसैलाई थाह थिएन । एक दिन एकजना किराँती सिकारीको बाण प्रहारबाट घाइते भएको मृग लडेर हलेसी महादेव गुफाभित्र खसेछ । त्यो मृग लिन जाँदा अँध्यारो गुफाभित्र चम्किलो बत्ती जस्तो ज्योती देखेर सिकारीको आँखा तिरमिराएर सिकारी बेहोस भएछ । बेहोस भएको सिकारीलाई भगवान शङ्करले दर्शन दिएपछि यस गुफाभित्र अन्य देवि देवताको पनि उत्पत्ति भएछ । यो देखेर त्यो सिकारीले उक्त मन्दिर वरपरका क्षेत्रमा कसैले पनि हत्या हिंसा नगर्नु भन्ने चेतावनी समेत दिएको भन्ने भनाइ रहेको छ । ऐतिहासिक कालमा किराँतहरूका पूर्वज खोक्चलीप्पा, रैछाकुले, हेच्छाकुप्पा हलेसी गुफामा बसेको किम्वदन्ती छ । यहाँ, बसेनि किराँतको चाड उभौली-उधौलीको अवसरमा खोटाङ, भोजपुर, उदयपुर, ओखलढुंगा, सोलुखुम्बु लगायतका जिल्लाहरूका किराँती भेला भई आफ्ना पितृलाई पुज्ने गर्छन् । त्यसैगरी, तिब्बती वज्रयान बौद्ध धर्मको ग्रन्थ र इतिहासमा उल्लेख गरिए अनुसार गुरु पद्मसम्भव र राजकुमारी मन्दारवाले बुद्ध अमितायुसबाट आयुसिद्धि प्राप्त गर्नुभएको पवित्र भूमि हुनाले देशविदेशबाट हजारौंको संख्यामा बौद्ध धर्मालम्बीहरू दर्शन र वार्षिक पूजापाठको लागि उपस्थित हुने गर्दछन् । त्यसैले, यस धार्मिक स्थललाई त्रि-धार्मिक तपोभूमीको नामले समेत चिनिन्छ ।

(घ) बराहक्षेत्र, सुनसरी

१.१८ प्रदेश नं. १ को सुनसरी जिल्लामा अवस्थित, यो धार्मिकस्थल बराहक्षेत्र नगरपालिका, वडा नं ७ मा रहेको छ । प्रदेश राजधानी विराटनगरबाट ५७ किलोमिटर उत्तर पश्चिम तर्फ रहेको यो धार्मिकस्थलको भौगोलिक अवस्थिती उत्तरी अक्षांश २६.८७ तथा पूर्वी देशान्तर ८७.१६ रहेको छ । कोका र कोशी नदी संगममा पर्ने यो स्थानको बारेमा ब्रह्मपुराण, बराहपुराण र स्कन्दपुराण लगायतका पुराणहरू र महाभारत महाकाव्यमा समेत उल्लेख गरिएको छ । नेपालको सबैभन्दा पुरानोमध्येको एक देवस्थल बराहक्षेत्रमा बराह अवतार विष्णुको पूजाआजा हुने गर्दछ । बराहक्षेत्रमा लक्ष्मी, पाञ्चायन, गुरुबराह, सूर्यबराह, कोकाबराह र नागेश्वर लगायतका ९ वटा मन्दिर



र थुप्रै धर्मशाला छन् । बराहक्षेत्रको मूल मन्दिरको वर्तमान स्वरूप वि.सं. १९९१ सालको हो । वि.सं. १९९० सालको भूकम्पबाट यहाँको मन्दिर भत्किएपछि, वि.सं. १९९१ सालमा जुद्ध शमशेरले यो मन्दिरलाई पुनर्निर्माण गराएका थिए । यस धार्मिकस्थलमा आजभन्दा करिब १५०० वर्ष अगाडि देखिका मूर्तिहरू पाइएका छन् । हिन्दू पौराणिक कथाका चार क्षेत्रमध्ये कुरुक्षेत्र र हरिहरक्षेत्र भारतमा छन् भने बराहक्षेत्र र मुक्तिनाथ नेपालमा छन् । यी चार क्षेत्रमध्ये पनि बराह क्षेत्र भगवान विष्णुको तेस्रो अवतार भएकोले यस ठाउँलाई पवित्र र महत्वपूर्ण धार्मिकस्थल मानिन्छ । बराह क्षेत्रको महिमा र महत्व असाध्यै ठूलो छ । प्राचीन तथा पौराणिक धार्मिक ग्रन्थमा उल्लेख भएअनुसार हिरन्याक्ष नाम गरेको राक्षसले पृथ्वीलाई आफ्नो क्षेत्रभित्र राखेर रसातलमा डुवाई मानव सृष्टि रोकेपछि भगवान् विष्णुले बराह अर्थात बँदेलको अवतार लिएर रसातलमा डुब्दै गरेका पृथ्वीलाई आफ्नो सुडले उचालेर बाहिर निकालेपछि बराहक्षेत्रमा पृथ्वीलाई राखेको भन्ने उल्लेख छ । त्यही पौराणिक धार्मिक मान्यताका कारण बराहक्षेत्र हिन्दू धर्मावलम्बीहरूको आस्थाको केन्द्र बन्न पुगेको हो र हिरन्याक्ष राक्षसको बध गरेर यस क्षेत्रमा आई भगवान विष्णु बस्नु भएकाले बराह क्षेत्र नाम रहन गएको धार्मिक विश्वास रहेको छ ।

अध्ययनको उद्देश्य

१.१९ यस अध्ययनका उद्देश्यहरू देहाय बमोजिम रहेका छन् ।

१. यस क्षेत्रमा धार्मिक पर्यटनले स्थानीय स्तरको आय, रोजगारी तथा व्यवसायमा पारेको प्रत्यक्ष प्रभाव विश्लेषण गर्ने ।
२. प्रदेश नं. १ को मुख्य धार्मिकस्थलहरूमा कोभिड-१९ अगाडि र पछाडि आन्तरिक तथा बाह्य धार्मिक पर्यटनमा परेको असर विश्लेषण गर्ने ।
३. प्रदेश नं. १ मा धार्मिक पर्यटन प्रवर्द्धनमा देखिएका सम्भावना तथा चुनौतीहरूको पहिचान गर्ने ।

अध्ययनको औचित्य तथा महत्व

- केन्द्रीय तथ्याङ्क विभागको प्रादेशिक राष्ट्रिय लेखा २०१९ अनुसार प्रदेश नं. १ को कुल गाहस्थ्य उत्पादनमा सबैभन्दा न्यून योगदान दिने क्षेत्रहरूमध्ये मत्स्य, खानी तथा उत्खनन, विद्युत, ग्यास पानी र होटल तथा रेस्टुरेन्ट क्षेत्रको योगदान क्रमशः ०.३८ प्रतिशत, ०.५२ प्रतिशत, १.७३ प्रतिशत र १.९३ प्रतिशत रहेको छ। यस तथ्यले प्रदेश नं. १ को कुल गाहस्थ्य उत्पादनमा तुलनात्मक रूपमा पर्यटन क्षेत्रको योगदान कम रहेको प्रष्ट देखिन्छ। प्रशस्त धार्मिक, ऐतिहासिक तथा प्राकृतिक स्थलहरू हुँदा हुँदै पनि विदेशी पर्यटकहरूको आगमन यस क्षेत्रमा न्यून रहेको छ। खुम्बु क्षेत्र बाहेक अरु क्षेत्रले बाह्य पर्यटक आकर्षित गर्न नसक्नु, पर्यटकीय गन्तव्यको विकास र विविधीकरण हुन नसक्नु, साथै पर्यटकीय सूचना प्रवाह व्यवस्थित र प्रभावकारी हुन नसकेका कारण प्रदेश नं. १ मा पर्यटन क्षेत्रको सम्भावनाको तुलनामा प्रवर्द्धन गर्न सकिएको छैन। पर्यटनको विविध आयाममध्ये धार्मिक पर्यटनको बारेमा सरोकारवाला निकायहरूबाट पर्याप्त अध्ययन अनुसन्धान तथा खोजी कार्य गहन रूपमा हुन सकेको छैन। तसर्थ, यस क्षेत्रमा धार्मिक पर्यटनको दिगो विकास र बिस्तार गर्न, पर्यटन क्षेत्रका स्थानीय समस्या तथा चुनौती पहिचान गरी समाधान गर्ने उद्देश्यले पर्यटन क्षेत्र अन्तर्गतका कार्यरत सरोकारवाला निकायहरूलाई यो अध्ययन महत्वपूर्ण दस्तावेज हुने देखिन्छ।
- नेपालको विदेशी विनिमयको श्रोतमध्ये पर्यटन क्षेत्रबाट आर्जन हुने विदेशी मुद्राको हिस्सा सन् २०१९/२० मा ६.३ प्रतिशत रहेको छ। तसर्थ, धार्मिक पर्यटनलाई प्रवर्द्धन गरी विदेशी मुद्रा आर्जन गर्ने दरिलो माध्यमको रूपमा विकास गर्न धार्मिकस्थलहरूलाई धार्मिक, आध्यात्मिक तथा योग केन्द्रको रूपमा विकास गर्न आवश्यक देखिन्छ। अर्थतन्त्रमा महत्वपूर्ण योगदान रहेको धार्मिक पर्यटनका सम्बन्धमा प्रदेश नं. १ को मात्र यस अघि छुट्टै अध्ययन नभएकोले यो अध्ययन प्रतिवेदन धार्मिक पर्यटनको सम्भावना तथा चुनौतीको पहिचान सहितको महत्वपूर्ण दस्तावेज हुनेछ।
- यस अध्ययनमा धार्मिक पर्यटनले स्थानीयस्तरको आय र रोजगारीमा परेको प्रभाव, कोभिड-१९ को संक्रमणमा वा सो पश्चात् स्थानीयस्तरको आय र रोजगारीमा परेको प्रभाव, स्थानीयस्तरमा भएका होटल व्यवसाय, ट्रेकिङ व्यवसाय, सार्वजनिक यातायात सेवा तथा अन्य खुद्रा तथा थोक पसलको बिक्री व्यवसायमा परेको प्रत्यक्ष प्रभावका बारेमा विश्लेषण गर्न र उक्त क्षेत्रहरूको वास्तविक स्थितिको विश्लेषण गरी यथार्थता पत्ता लगाउन यो महत्वपूर्ण दस्तावेज हुनेछ।
- प्रदेश नं. १ को धार्मिक पर्यटनका चुनौती, अवसर, पर्यटकीय सेवा सुविधाको गुणस्तर आदिका बारेमा अध्ययन तथा विश्लेषण गरी प्रतिवेदन तयार गरिने भएकोले प्रमुख धार्मिकस्थलहरूको सम्बन्धमा पूर्वजानकारी प्राप्त भई भ्रमण योजना निर्माण र निर्णय गर्न आन्तरिक तथा बाह्य पर्यटकलाई थप सहयोग पुग्ने र नीति निर्माणमा सरोकारवालालाई पनि महत्वपूर्ण पृष्ठपोषण प्राप्त हुने देखिन्छ।
- देशको शासकीय स्वरूप संघियतामा रुपान्तरण भए पश्चात् स्थानीयस्तरमा रहेका धार्मिकस्थल, मठमन्दिर आदिको पहिचान, विकास र सम्भावनाको वृहत् खोज तथा अनुसन्धान गर्ने परिपाटीको थालनी भएको सन्दर्भमा प्रदेश नं. १ को समग्र धार्मिक पर्यटनका सन्दर्भमा औपचारिक क्षेत्रबाट छुट्टै अध्ययन भएकोले पनि यो अध्ययनको विशेष महत्व हुने देखिन्छ।

अध्ययनका सीमाहरु

१. यो अध्ययन प्रदेश नं. १ का छनोट गरिएका प्रमुख धार्मिक पर्यटकीय स्थलहरुमा स्वदेशी तथा विदेशी पर्यटकहरु, पूजा सामाग्री व्यवसायीहरु, यातायात व्यवसायीहरु, होटल व्यवसायीहरु र मन्दिर व्यवस्थापन समिति तथा विकास समितिहरुको स्थलगत अध्ययन/सर्वेक्षण तथा सर्वेक्षणको लागि नमुना छनोटमा समेटिएको सहभागीको सानो संख्याबाट प्राप्त विवरणको आधारमा प्राप्त नतिजाले प्रदेश नं. १ को समग्र धार्मिक पर्यटनको अवस्थाको यथार्थपरक चित्रण नगर्न सक्दछ ।
२. स्थलगत सर्वेक्षणमा विभिन्न निकायबाट लिइएको प्राथमिक तथ्याङ्क र अन्य निकायहरुले प्रकाशित गरेको तथ्याङ्क मेल नखान सक्दछ । नमुना छनोट सानो आकारको भएकोले सामान्यीकरण गर्न नसकिने हुन्छ ।
३. कोभिड-१९ महामारी अवधिभर गरिएको लकडाउन तथा निशेषाधाज्जाले अन्तर्राष्ट्रिय उडान कटौती भई बाह्य पर्यटक आगमनको संख्या अत्यन्त न्यून रहेकाले यस अध्ययनमा बाह्य धार्मिक पर्यटकको अवस्थाको व्याख्या गरिएको छैन ।
४. यस अध्ययनमा स्वदेशी तथा विदेशी पर्यटक, पूजा सामाग्री व्यवसाय, यातायात व्यवसाय, होटल व्यवसाय र मन्दिर व्यवस्थापन समितिसँग सम्बन्धित सीमित आश्रित चरहरु जस्तै: आय तथा मुनाफा (Income), रोजगारी (Employment), बिक्री व्यवसाय परिमाण (Business Volume), पर्यटक आगमन (Tourist Flow) लाई आधार मानी प्रभाव विश्लेषण गरिएको छ ।
५. कार्यालयको सीमित जनशक्ति, समय र सीमित स्रोतको कारण यस अध्ययनमा विभिन्न जिल्लामा भएका सम्पूर्ण धार्मिकस्थलहरुको जानकारी, हालको अवस्था तथा ती स्थलहरुले आर्थिक क्रियाकलापमा पारेको प्रभाव बारेमा अध्ययन गर्न सकिएको छैन ।

परिच्छेद दुई : कृति समीक्षा

परिचय

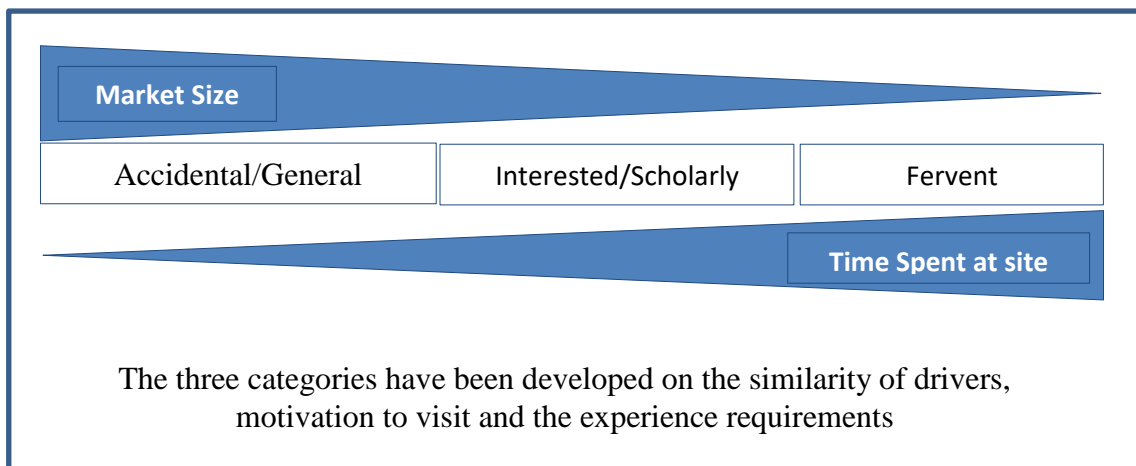
२.१ अध्ययनको उद्देश्य, औचित्य तथा महत्वका साथै समस्याको पहिचान गरी निश्कर्षमा पुग्न यसअघि यस्तै विषयसँग सम्बन्धित मिल्दाजुल्दा विभिन्न अनुसन्धानात्मक कृतिहरूको अध्ययन र ती कृतिहरूले समीक्षा गरेको क्षेत्र, चर तथा अवधारणालाई संक्षेपमा यस खण्डमा व्याख्या गरिएको छ। यसले अनुसन्धान पद्धतिबाट निकाल्न थप मद्दत पुग्ने गर्दछ।

अन्तर्राष्ट्रियस्तरका कृतिहरूको समीक्षा

- यस अध्ययनको क्रममा संयुक्त राष्ट्र संघको विशिष्टकृत संस्था विश्व पर्यटन संगठनले तयार पारेको दस्तावेज तथा प्रतिवेदन तथा धार्मिक पर्यटनबारे अन्तर्राष्ट्रिय स्तरमा प्रकाशित जर्नल तथा लेखहरूको समीक्षा गरिएको छ।
- २.२ UNWTO (2020) का अनुसार कोभिड १९ को कारणले अन्तर्राष्ट्रिय पर्यटकको आगमन संख्यामा गत वर्षको पहिलो ६ महिनाको तुलनामा सन् २०२० को पहिलो ६ महिनामा ६५ प्रतिशतले घटेको छ। सोही अवधिमा अन्तर्राष्ट्रिय उडानमा भएको कटौतीले हवाई क्षेत्रमा ४४ करोड अमेरिकी डलर बराबरको नोक्सानी भएको छ भने अन्तर्राष्ट्रिय पर्यटकबाट प्राप्त हुने ४ खर्ब ६० अर्ब अमेरिकी डलर बराबरको आय गुमेको छ जुन सन् २००९ मा भएको अन्तर्राष्ट्रिय वित्तीय संकट तथा मन्दीको अवस्थामा गुमेको आय भन्दा ५ गुणा बढी हो।
- २.३ एशिया र प्यासिफिक क्षेत्रमा कोभिड-१९ का कारण सन् २०२० को पहिलो ६ महिनामा अन्तर्राष्ट्रिय पर्यटकको आगमन ७२.० प्रतिशत घटेको थियो। त्यसैगरी, युरोप र अमेरिकामा ६६ प्रतिशत तथा अफ्रिका र मध्य पूर्वमा ५७ प्रतिशतले पर्यटकको आगमनमा कमी आएको थियो।
- २.४ यसैगरी, सो संस्थाको सेप्टेम्बर १, २०२० को ७ औं Travel Restriction Report अनुसार विश्वभरका कुल पर्यटकीय गन्तव्य स्थलहरूमध्ये ११५ वटा (५३ प्रतिशत) गन्तव्य स्थलहरू खुला गरिएको छ जुन जुलाई १९, २०२० भन्दा २८ वटा बढी गन्तव्यहरू थप भएका थिए UNWTO (2020)। अफ्रिकाको २७ वटा र मध्य पूर्वको ८ वटा गन्तव्य देशहरूको सीमा बन्द अवस्थामा रहेका छन्। उक्त संस्थाको सोही प्रतिवेदनमा उल्लेख भएको Forward Looking Scenario अनुसार अन्तर्राष्ट्रिय पर्यटनमा सुधार आउन अबको कम्तीमा २.५ वर्ष र ढिलोमा ४ वर्ष लाग्ने उल्लेख गरिएको छ।
- २.५ UNWTO (2020) का अनुसार सन् २०१८ मा विश्व पर्यटन बजारमा आन्तरिक पर्यटनको हिस्सा अन्तर्राष्ट्रिय पर्यटनको भन्दा ६ गुणा बढी ठूलो रहेको छ भने सन् २०१८ मा लगभग ९ अर्ब संख्या बराबरको आन्तरिक भ्रमण भएको अभिलेख राखिएको थियो जसमध्ये ५० प्रतिशत भ्रमण एशिया र प्यासिफिक मुलुकहरूमा भएको थियो। उक्त प्रतिवेदनमा विश्वको सबैभन्दा ठूलो आन्तरिक पर्यटनको बजार क्रमशः भारत, चीन र अमेरिका रहेको छ जहाँ जनसंख्याको ठूलो हिस्सा आन्तरिक यात्रा तथा घुमघाममा निस्कन्छन्। विश्वमा अन्य आन्तरिक पर्यटन बजार ठूलो भएका देशहरू क्रमशः अष्ट्रेलिया, स्पेन, दक्षिण कोरिया र फ्रान्स आदि देशहरू पर्दछन् जहाँ प्रति व्यक्तिले औसतमा ३ वा ५ वटा आन्तरिक भ्रमण र घुमघाम (Domestic Trip) गर्ने गर्दछन्।

- २.६ विश्वमा आन्तरिक पर्यटनमा ठूलो हिस्सा खर्च हुने गरेको तथ्याङ्कले देखाउँदछ। आन्तरिक पर्यटनमा सबैभन्दा बढी अमेरिकाले १० खर्ब अमेरिकी डलर, जर्मनीले २ खर्ब ४९ अर्ब अमेरिकी डलर, जापानले २ खर्ब १ अर्ब अमेरिकी डलर, बेलायतले १ खर्ब ५४ अर्ब अमेरिकी डलर र मेक्सिकोले १ खर्ब ३९ अर्ब अमेरिकी डलर खर्च गर्ने गरेको तथ्याङ्कले देखाउँदछ (UNWTO, 2020) । अतः आन्तरिक पर्यटनको विकास र विस्तार गर्न विभिन्न मुलुकहरूले वित्तीय सुविधा (Financial Incentives), बजारीकरण र प्रवर्द्धन (Marketing and Promotion) का साथै अन्य उपायहरू अपनाएका छन् ।
- २.७ सन् २०१७ नोभेम्बरमा पोर्चुगलको फतिमामा धार्मिक पर्यटन र धार्मिकस्थलबारे अन्तर्राष्ट्रिय सम्मेलन भएको थियो । जसको आयोजना विश्व पर्यटन संगठन, पोर्चुगलको अर्थ मन्त्रालय र क्यापेस महानगरपालिकाले संयुक्त रूपमा गरेका थिए (UNWTO, 2017) । UNWTO (2017) को प्रतिवेदन अनुसार प्रत्येक वर्ष ३३ करोड देखि ३६ करोड मानिसहरू कुनै न कुनै आस्थामा आधारित धार्मिक तथा पवित्र स्थलहरूको भ्रमण गर्ने गर्दछन् भन्ने निष्कर्ष निकालेको थियो । साथै, संयुक्त राष्ट्र संघले घोषणा गरेको “विकासका लागि दिगो पर्यटनको अन्तर्राष्ट्रिय वर्ष २०१७” मनाउने क्रममा उक्त कार्यक्रम सञ्चालन गरिएको थियो । यसको मुख्य सिद्धान्त पवित्र गन्तव्यको संरक्षण गर्ने, त्यसलाई व्यवस्थित तथा प्रवर्द्धन गर्ने साथै सबैका लागि पहुँचयोग्य बनाउने रहेको थियो । सो कार्यक्रमको मुख्य उद्देश्य धार्मिक पर्यटनको प्रतिस्पर्धात्मक लाभको उजागर गर्ने, धार्मिक गन्तव्यहरूको आकर्षण बढाउने, धार्मिक पर्यटनलाई क्षेत्रीय, राष्ट्रिय, अन्तर्राष्ट्रिय सञ्जालको माध्यमबाट परिचित गराउने र बजार प्रवर्द्धन गराउनका लागि ज्ञान आदान प्रदान गर्ने रहेको थियो । उक्त कार्यक्रममा धार्मिक तथा पवित्र स्थानहरूको संरक्षण नीति, स्थानीय परम्परा, मूल्य मान्यताको सम्मान गर्ने, स्थानीय विकास र त्यसको फाईदा आदि बारेमा उच्चस्तरीय नीतिगत छलफल र कार्यपत्र प्रस्तुत गरिएको थियो ।
- २.८ Griffin, Gorman, Stacey, & O'Halloran (2008) ले गरेको एक अध्ययन अनुसार धार्मिक पर्यटकलाई जम्मा पाँच भाँगमा बाँडेका छन् ।
- क) **आकस्मिक पर्यटक** : पहिले भ्रमण गर्ने योजना नभएको तर अचानक भ्रमण गर्ने पर्यटकहरू यस समूहमा पर्दछन् ।
- ख) **सामान्य पर्यटक** : पहिले नै पारिवारिक तथा सामुहिक भ्रमण गर्ने योजना बनाएका पर्यटकहरू यस समूहमा पर्दछन् ।
- ग) **रुचि देखाउने पर्यटकहरू** : धार्मिक स्थलहरूको बारेमा चासो र जानकारी लिएका पर्यटकहरू यस समूहमा पर्दछन् ।
- घ) **बौद्धिक पर्यटक** : अध्ययन र अनुसन्धान गर्ने उद्देश्यले प्रेरित भएका र भ्रमण स्थल निश्चित गरेका पर्यटकहरू यस समूहमा पर्दछन् ।
- ङ) **Fervent tourist** : अध्यात्ममा गहिरो रुचि भएका/त्यस किसिमका कार्यमा संलग्नता दर्शाउने पर्यटकहरू यस समूहमा पर्दछन् ।
- सोही अनुसन्धान लेखमा धार्मिक/आस्था पर्यटकको बजार हिस्साको आधारमा मुख्यतया: ३ खण्डमा बाँडेका छन् जसलाई निम्न रेखाचित्रबाट देखाइएको छ ।

चाट नं. २.१ : धार्मिक पर्यटकको बजार हिस्सा



धार्मिक/आस्था पर्यटनको बजार हिस्सा आकस्मिक र सामान्य समूहको उच्च, रुचि तथा बौद्धिक समूहको मध्यम र Fervent समूहको न्यून हुने साथै समय बिताउने आधारमा (Time Spent at Site) यसको ठीक विपरित रहेको छ ।

- २.९ Griffin & Raj (2017) धार्मिक पर्यटन वा आध्यात्मिक पर्यटन वा आस्थामा आधारित पर्यटन, पर्यटनको एउटा महत्वपूर्ण हिस्सा बनेको छ जुन द्रुत गतिमा विस्तार भैरहेको छ । यही कुरालाई समर्थन गर्दै संयुक्त राष्ट्र संघको विशिष्टकृत संस्था विश्व पर्यटन संगठनका महासचिव Taleb Rifai ले “समावेशी र दिगो विकासका लागि धार्मिक पर्यटन एउटा महत्वपूर्ण अस्त्र बनेको कुरा बताएका छन् ” (Griffin & Raj, 2017) । किनकी यसले साभा सम्पदाहरूको संरक्षण गर्न सचेतना (Awareness) प्रदान गर्ने, स्थानीय विकास (Local Development) मा योगदान पुग्ने र सांस्कृतिक समझदारी (Cultural Understanding) निर्माण गर्ने गर्दछन् । यसलाई प्रभाव पार्ने तत्वहरूमा व्यक्तिगत विश्वास, सांस्कृतिक संरक्षण, सस्तो हवाई टिकट, सञ्चारका साधनहरू, इन्टरनेट आदि पर्ने गर्दछन् । अमेरिकामा धार्मिक पर्यटकहरूमध्ये ६० प्रतिशत वा सो भन्दा बढी हिस्सा पोस्ट ग्राजुएट शिक्षा लिएका, ५० प्रतिशत वा सो भन्दा बढी घरपरिवारको वार्षिक USD ७५ हजार भन्दा बढी आय भएका र ७० प्रतिशत वा सोभन्दा बढी विवाहित मानिसहरू धार्मिक पर्यटकहरू रहेको यस अध्ययन प्रतिवेदनले देखाएको छ (Griffin & Raj, 2017) ।
- २.१० Choe & O'regan.(2015) दक्षिण पूर्वी एशियाली मुलुकहरू (कम्बोडिया, इण्डोनेशिया, लाओस, मलेशिया, फिलिपिन्स, म्यानमार, सिंगापुर, थाईल्याण्ड, ब्रुनाई, भियतनाम) मा बौद्ध धर्मप्रति किन पर्यटकहरूको आकर्षण रहेको छ, भन्ने कुरालाई आधार मानेर घटना अध्ययन गरेका थिए । यस क्षेत्रमा थुप्रै किसिमका आर्थिक तथा सामाजिक असमानताहरू भए पनि धार्मिक पर्यटनले क्षेत्रीय एकता र सहयोगलाई बढवा दिएको देखिन्छ । यसका अतिरिक्त धार्मिकस्थलहरूमा ध्यान तथा योग शिक्षा, परम्परागत उपचार पद्धति (Traditional Healing), स्या तथा आध्यात्मिक केन्द्रहरूको स्थापना भएका कारण पश्चिमा मुलुकहरूका पर्यटकहरू आर्कषित भएका छन् । यसले गर्दा गैर बौद्ध धर्मात्मवीहरू पनि त्यस ठाउँहरूको भ्रमण तथा यात्रा गर्ने गर्दछन् ।
- २.११ Oreat (2016) यस थेसिसमा धार्मिकस्थलहरूको भ्रमण गर्न आएका आगन्तुकहरूलाई उनीहरूको यात्रा सम्बन्धी अनुभवबारे अनुसन्धान गरीएको छ । धार्मिक यात्रा र धार्मिकस्थलहरूमा आगन्तुकहरूको अनुभवलाई असर गर्ने तत्वहरू बीचको सम्बन्धको अन्वेषण गर्ने, अध्ययनको आधार तयार गर्ने दिशामा यो थेसिस केन्द्रित रहेको छ । यस थेसिसले तीर्थयात्री, धार्मिक पर्यटक र धर्मनिरपेक्ष गरी तीन किसिमका पर्यटकहरूको समानता

र भिन्नताको विश्लेषण गरेको छ। यसले आगन्तुकहरूलाई असर गर्ने कारक तत्वहरूको प्रकृति पहिचान गरी सोहिअनुसार आगन्तुकको अनुभवहरू व्यवहारिक रूपमा व्यवस्थापन गर्ने प्रयास गरेको छ। धार्मिक सम्पदाको प्रमाणिकताको संरक्षण तीर्थयात्री र गैर तीर्थयात्री दुवैका लागि महत्वपूर्ण छ। धार्मिक सम्पदा स्थलहरूमा आध्यात्मिकताको अनुभूति सबैभन्दा प्रभावशाली कारक तत्व हो भन्ने यस अध्ययनको निष्कर्ष रहेको छ। सामान्यतया आगन्तुकहरू एकअर्कासँग अन्तरक्रिया गर्न र धार्मिक अनुभवहरू साटासाट गर्न इच्छुक हुन्छन् भन्ने देखाएको यस अध्ययनले तीर्थयात्री र गैर तीर्थयात्री आगन्तुकहरूलाई अलग-अलग दृष्टिकोणबाट हेर्ने धारणालाई अनुपयुक्त ठान्दछ, र तीर्थयात्री र गैर तीर्थयात्री आगन्तुकहरूको अनुभवहरू फरक/फरक हुन्छन् भन्ने विश्वास गर्ने विद्वानहरू जस्तै Shackley (2001 & 2008) र Digance (2003) भन्दा भिन्न मत राख्दछ किनकी, तीर्थयात्रीहरूले धार्मिक र धर्म निरपेक्ष दुवै सम्पदाहरूबाट सिक्न र मनोरञ्जन गर्न रुचाउँछन् भने गैर धार्मिक पर्यटकहरू पनि धार्मिक तीर्थयात्रीसँग धार्मिक ज्ञान आर्जन गरी लाभ लिन मन पराउँछन्। धार्मिक पर्यटकहरू सामान्यतया तिनीहरूको धर्मसँग सम्बन्धित साइटहरूको वास्तुकला हेर्न उत्प्रेरित हुन्छन्। अनुसन्धानले धार्मिकस्थलको अवलोकनले धार्मिक पर्यटक र धर्मनिरपेक्ष पर्यटकको अनुभवहरू तीर्थयात्रीहरूको तुलनामा धेरै समान हुन्छ र तिनीहरू यस अध्ययनमा तीर्थयात्रीहरूको तुलनामा कम भावुक हुन्छन् भन्ने देखाएको छ।

राष्ट्रियस्तरका कृतिहरूको समीक्षा

- २.१२ Sutihar (2013) ले गरेको अध्ययनमा नेपालमा कुल पर्यटक आगमन संख्यामा धार्मिक पर्यटकको वार्षिक वृद्धि अनुपात अनुमान गर्ने, त्यसको तथ्याङ्किक महत्व परीक्षण (Statistical Significance Test) गर्ने साथै समय कालिक श्रेणीको तथ्याङ्क (Time Series Data) मा Auto Correlation भए नभएको कुरा मूल्याङ्कन गर्ने गरी अनुसन्धान गरेका थिए। उनले उक्त अनुसन्धानमा सन् १९९२ देखि २०१० सम्मको समय कालिक श्रेणीको तथ्याङ्क प्रयोग गरेका थिए। उनले आफ्नो अनुसन्धानमा T-Test/D-W Test जस्ता परिकल्पना परीक्षण गरेका थिए। अध्ययन अवधिमा कुल पर्यटक आगमनमा धार्मिक पर्यटकको अनुपात दोहोरिएको (Oscillated), धार्मिक पर्यटकको वार्षिक वृद्धिदर Significant रहेको पाईयो। उक्त अध्ययनले कुल पर्यटक आगमन संख्यामा धार्मिक पर्यटकको अनुमानित वार्षिक वृद्धिदर ०.४६ प्रतिशत हुने र यो अनुपात बढ्दो प्रवृत्तिमा रहेको कुरा निचोड निकालेको छ।
- २.१३ Gurung (2016) ले गरेको यस अध्ययनमा धार्मिकस्थलहरूको बजारीकरण गर्ने विधि तथा बजारीकरणका उपकरणको छनोटसँग सम्बन्धित रहेको छ। Gurung ले भगवान गौतम बुद्धको जन्मस्थल लुम्बिनीलाई मुख्य आधार बनाएर यो अध्ययन तयार पारेका थिए। अध्ययन मार्केटिङ र धर्महरू बीचको सम्बन्धसँग सम्बन्धित छ। यस अध्ययनले धार्मिकस्थलको विकास तथा प्रवर्द्धन गर्न मार्केटिङ अनुसन्धान, रणनीति र मार्केटिङ मिश्रणको बारेमा स्पष्ट विचार दिएको छ। यसबाहेक, यसले सामाजिक सञ्जालको माध्यमबाट हुने मार्केटिङले उपभोक्ताको व्यवहारलाई कसरी प्रभाव पार्दछ भन्ने चित्रण गरेको छ।
- २.१४ यस अध्ययनमा धर्मलाई बजारमा बेच्न सकिने वस्तुका रूपमा परिणत भएको उल्लेख गरिएको छ। धर्महरू विश्वासमा आधारित हुन्छन् र यस प्रकारका विश्वासहरूले एकअर्कासँग प्रतिस्पर्धा मात्र गर्नु हुँदैन बरु थप मनोरञ्जन तथा मनोरञ्जनात्मक गतिविधिहरू प्रदान गर्नुपर्दछ भन्ने मान्यता राख्दछ। धर्म र मार्केटिङबीच symbiotic सम्बन्ध रहेको हुन्छ, जहाँ धर्मलाई उत्पादनको रूपमा र उत्पादनहरूलाई धर्मको रूपमा मानिन्छ (Einstein, 2008)। त्यसैगरी, धर्म भनेको विश्वास प्रणालीलाई स्वीकार गर्नु हो र बजारीकरण भनेको उत्पादनको बारेमा विश्वास/स्वीकार गर्नु हो। धर्महरूमा विश्वास गर्ने समुदायहरू रहेका छन् भने मार्केटिङमा विश्वास गर्ने ब्रान्ड समुदायहरू रहेका छन्। पर्यटन उद्योगको अधिकांश क्षेत्र आर्थिक अस्थिरताबाट प्रत्यक्ष

प्रभावित भए पनि धार्मिक पर्यटनलाई त्यस्ता आर्थिक समस्याहरूले कमै असर गर्ने गरेको छ, किनकी मानिसको जीवनमा आर्थिक पक्षभन्दा धार्मिक पक्ष बढी भावनात्मक रहेको हुन्छ। अतः आर्थिक पक्ष कमजारे हुँदा धार्मिक भ्रमण रोकिन्छ, भन्ने हुँदा भनेर यस अध्ययनले व्याख्या गरेको छ।

२.१५ यो अनुसन्धानको प्रतिवेदन तयार पार्ने क्रममा पर्यटकलाई लुम्बिनीसँग सम्बन्धित धेरै प्रश्नहरू सोधिएको थियो। अनुसन्धान सर्वेक्षणले लुम्बिनी पर्यटकलाई आकर्षित गर्ने प्रमुख पर्यटकीय गन्तव्य भएको, धेरै पर्यटकले लुम्बिनीबारे सकारात्मक सोच बनाएको, समग्र पूर्वाधार, यातायात, आवास, सेवा सुविधा र सुरक्षाको दृष्टिकोणले लुम्बिनीमा पर्यटकहरू सन्तुष्ट रहेको निष्कर्ष निकालेको थियो। लुम्बिनीको प्रचार प्रसार गर्न इन्टरनेट माध्यम त्यति प्रभावकारी नभएको अध्ययनको निष्कर्ष रहेको छ।

परिच्छेद तीन : अध्ययनको विधि

परिचय

३.१ यस खण्डमा यस अध्ययनको समग्र प्रारूप, संरचना र प्रतिवेदन तयार पार्नका लागि अवलम्बन गरिएका सम्पूर्ण प्रकृया तथा विधिको व्याख्या गरिएको छ। यस अर्न्तगत अध्ययनलाई पूर्णता दिनका लागि अध्ययनको ढाँचा कस्तो किसिमको बनाउने, कुन स्रोतबाट तथ्याङ्क प्राप्त गर्ने, प्राथमिक तथ्याङ्क संकलन गर्न कुन विधि अवलम्बन गर्ने, द्वितीय स्रोतबाट संकलन गरिएका तथ्याङ्कको पर्याप्तता र विश्वसनीयतालाई कसरी कायम गरिएको छ भन्ने विषयहरू उल्लेख गरिएको छ। त्यसैगरी, तथ्याङ्क संकलन गरिने नमुना छनोटको विधि, तथ्याङ्क विश्लेषण विधिहरू: Descriptive analysis र Statistical analysis मध्ये कुन विधिलाई अवलम्बन गरी तथ्याङ्क विश्लेषण गरिएको छ जस्ता विषय यस खण्डमा समावेश गरिएको छ।

अध्ययनको ढाँचा

३.२ यो अध्ययनमा तथ्याङ्क संकलन गर्ने कार्यका लागि सर्वेक्षण ढाँचा (Survey Research Design) प्रयोग गरिएको छ। तथ्याङ्क संकलनका लागि धार्मिक पर्यटकहरूलाई संरचित प्रश्नावली (Structured Questionnaire) मार्फत तथ्याङ्क संकलन गरिएको छ भने मन्दिर व्यवस्थापन वा विकास समिति, स्थानीय स्तरमा सञ्चालित पर्यटकस्तरीय होटल व्यवसायी, पूजा सामग्री, उपहार, हस्तकला तथा अन्य व्यवसायी, यातायात व्यवसायी, ट्राभल तथा ट्रेकिङ एजेन्सी, टुर गाईड तथा भरियाहरूलाई संरचित प्रश्नावली (Structured Questionnaire) का अतिरिक्त असंरचित प्रश्नावली (Unstructured Questionnaire) मार्फत सूचना तथा तथ्याङ्क संकलन गरिएको छ। अध्ययन क्षेत्रको वस्तुस्थितिको जानकारी लिन, समस्या पहिचान गरी यथार्थस्थितिको विश्लेषण गर्नका लागि व्याख्यात्मक पद्धति (Descriptive Research) को अवलम्बन गरिएको छ।

तथ्याङ्कको प्रकार, स्रोत र संकलन विधि

यस अध्ययनमा प्राथमिक तथा द्वितीय तथ्याङ्कको प्रयोग गरिएको छ। अध्ययनमा प्रयोग गरिएका तथ्याङ्क, विवरण तथा सूचना प्राथमिक तथा द्वितीय स्रोतबाट संकलन गरिएको छ।

३.३ प्राथमिक स्रोतबाट तथ्याङ्क संकलन गर्दा यस कार्यालयबाट नमुना छनोटमा परेका धार्मिकस्थलहरूमा कर्मचारीहरू खटाएर प्रश्नावली (Questionnaire) मार्फत सूचना तथा तथ्याङ्क संकलन गरिएको छ। त्यसैगरी, प्रदेशका विभिन्न स्थानमा रहेका धार्मिक पर्यटन क्षेत्रसँग सम्बद्ध विभिन्न सरकारी तथा गैर सरकारी संघसंस्थासँग छलफल, अन्तरक्रिया तथा असंरचित अन्तरवार्ता (Unstructured Interview) मार्फत सूचना तथा विवरणहरू संकलन गरिएको छ। यसका अतिरिक्त नमुना छनोटमा परेका चार धार्मिकस्थलहरूमध्ये खोटाङ जिल्लामा अवस्थित हलेसी महादेव मन्दिर रहेको स्थानका स्थानीय पूजा सामाग्री व्यवसायी, राजनैतिक दलका प्रतिनिधि, स्थानीय जनप्रतिनिधि, मन्दिर व्यवस्थापन समिति तथा विकास समितिका प्रतिनिधि, स्थानीय पर्यटकस्तरीय होटल व्यवसायीका प्रतिनिधिहरू, सुरक्षा निकायका प्रतिनिधि तथा बैंक तथा वित्तीय संस्थाका प्रतिनिधिहरूसँग समूह केन्द्रित छलफल (Focused Group Discussion) गरी गुणात्मक तथा संख्यात्मक विवरण/सूचना संकलन गरिएको छ।

द्वितीय स्रोतको रूपमा नमुना छनोटमा परेका धार्मिकस्थलहरूका मन्दिर व्यवस्थापन/विकास समिति, प्रदेश नीति तथा योजना आयोग, प्रदेश मन्त्रालय, मुख्यमन्त्री कार्यालय, संयुक्त राष्ट्र संघको विशिष्टीकृत संस्था: विश्व पर्यटन संगठन (UNWTO), पर्यटन तथा संस्कृति मन्त्रालयका तथ्याङ्क, नेपाल पर्यटन बोर्डबाट प्रकाशित तथ्याङ्क, नेपाल राष्ट्र बैंकबाट प्रकाशित तथ्याङ्क, जिल्लास्थित होटल एशोसियसन, गैह्र सरकारी संस्था तथा अन्य स्वदेशी र विदेशी संस्थाका अध्ययन प्रतिवेदन, जानकारी पुस्तिका, विभिन्न प्रकाशनहरू मार्फत सूचना तथा जानकारी संकलन गरिएको छ।

स्थलगत सर्वेक्षणका लागि नमुना छनोट

- ३.४ नमुना छनोटलाई वैज्ञानिक र व्यवस्थित बनाउनको लागि प्रदेश नं. १ अर्न्तगत विभिन्न जिल्लाहरूमा रहेका प्रमुख धार्मिकस्थलहरूलाई सूचीकृत गरी अध्ययनको क्षेत्र निर्धारण गरिएको छ। **“नेपालको राष्ट्रिय पर्यटन रणनीतिक योजना २०१६-२०२५”** को तालिका २१ मा नेपालका प्रमुख धार्मिक तथा सांस्कृतिक सम्पदाहरूको सूचीकरण तथा प्रदेश नं. १ को प्रथम आवधिक योजना २०७६-२०८० को बुँदा ४.२.४ मा उल्लेख भएका प्रदेश नं. १ मा रहेका धार्मिकस्थलहरू तथा यस क्षेत्रमा रहेका विभिन्न धार्मिकस्थलहरूको व्यवस्थापन समिति तथा विकास समितिका साथै स्थानीय जनता तथा प्रतिनिधीहरूसँग गरिएको छलफल, मौखिक जानकारी तथा सूचनाको आधारमा धार्मिकस्थलको नमुना छनोट गरिएको छ। ताप्लेजुङ जिल्लाको पाथीभरा मन्दिर, ईलाम जिल्लाको सानो पाथीभरा मन्दिर, सुनसरी जिल्लाको बराहक्षेत्र मन्दिर, खोटाङ जिल्लाको हलेसी महादेव मन्दिरलाई नमुना अध्ययन क्षेत्रको रूपमा छनोट गरिएको छ।
- ३.५ अध्ययनको उद्देश्य पूरा गर्न छनोट गरिएका धार्मिकस्थल सम्बद्ध मन्दिर व्यवस्थापन समिति/विकास समितिका प्रतिनिधिसँग १/१ वटा, स्थानीयस्तरमा सञ्चालित पर्यटकस्तरीय होटलबाट ५/५ वटा, पूजा सामग्री, उपहार, हस्तकला तथा अन्य सामग्रीहरूको व्यापार गर्ने व्यवसायीहरूबाट ५/५ वटा, धार्मिकस्थलसम्म वा सोही रुट भएर जाने सवारी साधनका व्यवसायीहरूबाट ५/५ वटा, मन्दिर दर्शन गर्न आउने तथा घुम्न आउने पर्यटकबाट १०/१० वटा, ट्राभल तथा ट्रेकिङ एजेन्सीहरूबाट २/२ वटाका दरले Convenience Sampling Method को प्रयोग गरी नमुना संख्या छनोट गरिएको छ। यसरी विविध क्षेत्रबाट कुल ११२ वटा तथ्याङ्कको प्रयोग गरी यो प्रतिवेदन तयार गरिएको छ।

तालिका ३.१ : तथ्याङ्क संकलन गर्न छनोट भएका आवश्यक नमुना				
क्र.स.	तथ्याङ्क संकलन गरिने क्षेत्र	नमुना संख्या	छनोट भएको स्थान	कुल नमुना संख्या
१	स्थानीय पर्यटकस्तरीय होटल	५	४	२०
२	पूजा सामग्री तथा उपहार, हस्तकलाका सामग्रीको कारोवार गर्ने स्थानीय व्यवसायी	५	४	२०
३	यातायात व्यवसायी	५	४	२०
४	मन्दिर व्यवस्थापन/विकास समिति	१	४	४
५	आन्तरिक तथा बाह्य पर्यटक	१०	४	४०
६	ट्राभल तथा ट्रेकिङ एजेन्सी	२	४	८
	कुल	२८	४	११२

३.६ प्रतिवेदनले तथ्याङ्गीय विश्लेषण भन्दा पनि गुणात्मक विश्लेषणलाई बढी प्राथमिकता दिएका कारण प्रतिवेदन तयारीका क्रममा छनोट गरिएको नमुना पर्याप्त नै रहेको देखिन्छ। उदाहरणका लागि पूजा सामाग्री, उपहार तथा हस्तकला सम्बन्धी व्यापार गर्ने व्यवसायीको लगानी, सामान खरिद गर्ने प्रक्रिया, मुनाफाको स्तर र सामाग्रीहरुको प्रकृति करिब समान किसिमको रहेको हुँदा सर्वेक्षणबाट प्राप्त हुने उत्तर (Response) पनि करिब समान हुने गरेको देखिन्छ।

प्रश्नावलीको प्रिटेस्ट, स्थलगत सर्वेक्षण र अनुगमन

३.७ विशेष अध्ययनको लागि अध्ययन प्रस्ताव आर्थिक अनुसन्धान विभागबाट स्वीकृत भए पश्चात् प्रश्नावली तयारी गरी प्रिटेस्टको लागि खोटाङ जिल्ला अवस्थित हलेसी महादेव मन्दिर र त्यस क्षेत्र वरपर रहेका स्थानमा गई प्रश्नावलीको पूर्व परीक्षण गरिएको थियो। उक्त प्रिटेस्टका क्रममा प्रश्नावलीमा देखिएका विविध कमजोरी तथा अस्पष्टता स्थलगत रूपमा प्राप्त पृष्ठपोषणका आधारमा प्रश्नावलीमा आवश्यक सुधार समेत गरिएको छ।

प्रश्नावलीको प्रिटेस्ट सकिए पश्चात् प्राथमिक तथा द्वितीय तथ्याङ्क संकलन साथै स्थलगत सर्वेक्षणको लागि नमुना छनोटमा परेका ४ स्थानहरुमा ४ वटा टोली खटिएको थियो। त्यस्तै, स्थलगत सर्वेक्षण कार्यलाई प्रभावकारी बनाउने उद्देश्यले विराटनगर कार्यालयका निर्देशकको नेतृत्वमा ताप्लेजुङको पाथीभरा मन्दिरको तथ्याङ्क संकलनको कार्यको स्थलगत अनुगमन समेत गरिएको छ।

तथ्याङ्क विश्लेषण तथा प्रस्तुतीकरण विधि

३.८ स्थलगत अवलोकनबाट संकलन गरिएका तथ्याङ्क कोरा हुने भएकोले विश्लेषण योग्य बनाउन प्रशोधन र प्रस्तुतीकरण गरिएको छ। प्राप्त तथ्याङ्कको मर्म कायम राख्न तथ्याङ्क प्रशोधन र प्रस्तुतीकरणका क्रममा उचित सावधानी अपनाइएको छ। तथ्याङ्क विश्लेषणको क्रममा संख्यात्मक र गुणात्मक दुवै विधिको अनुसरण गरिएको छ। यस अध्ययनमा आवश्यकता अनुसार गणित तथा तथ्याङ्कशास्त्रका उपयुक्त औजारहरुको प्रयोग गरी तथ्याङ्क विश्लेषण गरिएको छ। यस अध्ययनमा संकलित तथ्याङ्कलाई उपयुक्त तालिका, रेखाचित्र आदिको प्रयोग गरी प्रस्तुत गरिएको छ।

अध्ययनको समय सीमा

३.९ आ.व. २०७७/७८ को प्रथम त्रयमासमा विशेष अध्ययनको लागि प्रस्ताव र प्रश्नावली तयार गर्ने कार्य पूरा गर्ने, दोस्रो त्रयमासमा नमूना सर्वेक्षण (Pre-Test) र तथ्याङ्क संकलनको कार्य पूरा गरी तालिकीकरण समेत गर्ने, तेस्रो त्रयमासमा तथ्याङ्क विश्लेषण र अध्ययनको प्रारम्भिक प्रतिवेदन तयार गरी आ.व. २०७७/७८ को अन्त्यसम्ममा प्रतिवेदन तयार गर्ने भनी समयसीमा तोकिएता पनि दोस्रो त्रयमास पश्चात् कोभिड-१९ महामारीका कारण विभिन्न स्थानमा भएको बन्दाबन्दी तथा निषेधाज्ञाका कारण तथ्याङ्क संकलनको कार्यमा बाधा उत्पन्न भएकाले यस अध्ययनलाई सम्पन्न गर्ने समयसीमा थप गरी २०७८ पुसमासान्तसम्म तोकिएको थियो।

परिच्छेद चार : तथ्याङ्क विश्लेषण तथा प्रस्तुतीकरण

सर्वेक्षणबाट प्राप्त तथ्याङ्कहरूको प्रस्तुतीकरण

४.१ स्थलगत सर्वेक्षणको क्रममा छनोटमा परेका धार्मिकस्थल वरपरमा सञ्चालन भएका होटलहरू, पूजा, हस्तकला तथा उपहारको व्यवसाय गर्ने स्थानीय व्यवसायी, सेवा प्रदायक निकाय (यातायात व्यवसायी, ट्राभल तथा ट्रेकिङ एजेन्सी), आन्तरिक तथा बाह्य पर्यटक, धार्मिकस्थलसँग सम्बद्ध प्रतिनिधी, विकास समितिहरूलाई सोधिएको प्रश्नावलीबाट प्राप्त जवाफ/प्रतिक्रियाको आधारमा विविध पक्षहरूको विश्लेषण गरी देहाय बमोजिम प्रस्तुत गरिएको छ। विश्लेषण गर्ने क्रममा विभिन्न चार्ट, ग्राफ तथा रेखाचित्रको समेत प्रयोग गरिएको छ।

धार्मिकस्थलमा आन्तरिक पर्यटकको अवस्था

४.२ धार्मिक पर्यटकहरूको आगमन सम्बन्धी तथ्याङ्क संकलन गर्दा नेपाल सरकारले गठन गरेका पाथीभरा क्षेत्र विकास समिति, हलेसी महादेवस्थान विकास समिति, बृहत्तर बराहक्षेत्र विकास समिति तथा सानो पाथीभरा मन्दिर व्यवस्थापन समितिबाट प्राप्त मौखिक तथा लिखित सूचना/जानकारी अनुसार वि.सं.२०७६ सालमा प्रदेश नं. १ भ्रमण गरेका २५ लाख ४५ हजार पर्यटकहरूमध्ये आन्तरिक धार्मिक पर्यटक ६८.८ प्रतिशत, भारतीय धार्मिक पर्यटक ३०.९ प्रतिशत र तेस्रो मुलुकका धार्मिक पर्यटक ०.३ प्रतिशत रहेको देखिएको छ। उक्त स्थानहरूको विगत ५ वर्षमा आन्तरिक तथा बाह्य धार्मिक पर्यटकहरूले गरेको भ्रमणलाई निम्नानुसार तालिका (४.१) मा प्रस्तुत गरिएको छ।

तालिका ४.१: प्रदेश नं. १ मा रहेका प्रमुख धार्मिक पर्यटकीय स्थलहरूमा कुल पर्यटक आगमन विवरण							
वर्ष	प्रदेश नं. १ मा धार्मिक पर्यटकको संख्या					राष्ट्रियस्तरमा तेस्रो मुलुकबाट आएका धार्मिक पर्यटक	तेस्रो मुलुकका कुल धार्मिक पर्यटकमा प्रदेश नं. १ को हिस्सा
	आन्तरिक	भारतीय	तेस्रो मुलुक	कुल	वृद्धिदर		
२०७२	८७४,७४६	३५९,०७५	५,६४७	१,२३९,४६८	-	१४,९९६	३७.६
२०७३	८९६,८१८	४९३,८२६	६,६४३	१,३९७,२८७	६.३	८२,८३०	८.०
२०७४	१,२०३,०९०	४४९,४५४	९,९९०	१,६५३,६५४	२५.५	१४९,०३३	६.५
२०७५	१,३५७,७४३	५४३,९९३	१२,६८९	१,९१४,४१७	१५.८	१६९,९८०	७.५
२०७६	१,७५०,९०३	७८६,६६२	८,२८७	२,५४५,०५२	३२.९	१७९,९३७	४.८
हिस्सा (२०७६ मा)	६८.८	३०.९	०.३	१००	२०.९ (औसत)	-	१००

स्रोत :- विभिन्न मन्दिर व्यवस्थापन तथा विकास समितिहरू (पाथीभरा मन्दिर, हलेसी मन्दिर, बराहक्षेत्र मन्दिर तथा सानो पाथीभरा मन्दिर) र नेपाल पर्यटन बोर्ड

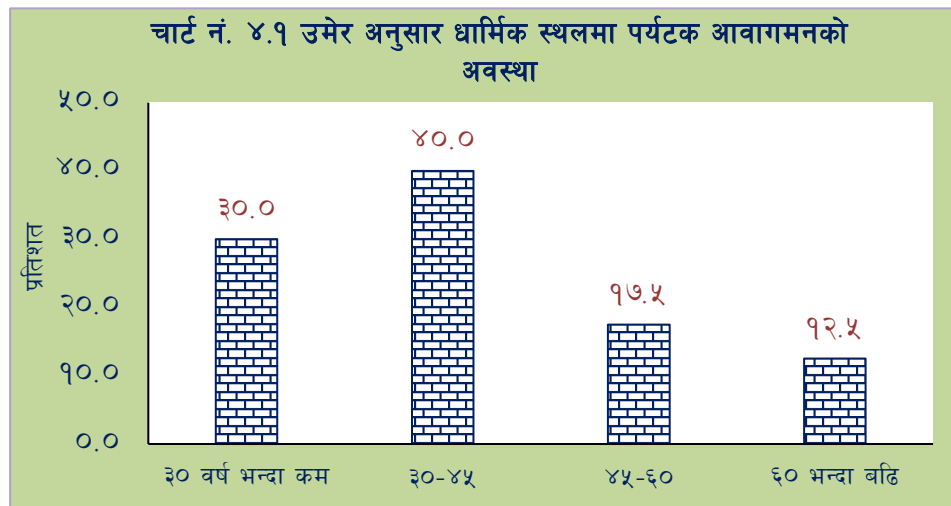
४.३ माथिको तालिका अनुसार वि.सं.२०७२ सालमा राष्ट्रियस्तरमा तेस्रो मुलुकबाट आएका कुल १४ हजार ९ सय ९६ धार्मिक पर्यटकहरूमध्ये प्रदेश नं.१ मा भ्रमण गर्ने पर्यटकको संख्या करिब ३७.६ प्रतिशत रहेको देखिएको छ। राष्ट्रियस्तर तथा प्रादेशिक स्तरमा वि.सं.२०७२ सालदेखि धार्मिक पर्यटकको संख्या उल्लेख्य रूपमा वृद्धि भइरहेको तथ्याङ्कले देखाउँदछ। विगत ५ वर्षको नेपालको कुल धार्मिक पर्यटकको संख्यामा यस प्रदेशको धार्मिक पर्यटकहरूको औसत हिस्सा ७.३ प्रतिशत र विगत ४ वर्षको औसत धार्मिक पर्यटकको वृद्धिदर २०.९ प्रतिशत रहेको छ।

४.४ यसैगरी वि.सं.२०७२ सालमा पाथीभरा मन्दिर, ताप्लेजुड, सानो पाथीभरा मन्दिर, कोल्बुड ईलाम, बराहक्षेत्र तथा चतराधाम, सुनसरी र हलेसी महादेव मन्दिर, खोटाङमा कुल १२ लाख ३९ हजार ४ सय ६८ पर्यटकहरूले भ्रमण

गरेको देखिएको छ। वि.सं.२०७५ सालमा यो संख्या कुल १९ लाख १४ हजार ४ सय १७ पुगेको देखिएको छ। वि.सं.२०७६ को वैशाख महिनामा चतराधाम, सुनसरीमा सञ्चालन भएको कुम्भमेलाका साथै यसका नजिकका दुरीमा बराहक्षेत्र, पिण्डेश्वरी, विष्णुपादुका, रामधुनी जस्ता पवित्र धार्मिकस्थलहरु भएका कारण आन्तरिक तथा भारतीय पर्यटकहरुको आगमनको चाप भएका कारण यस क्षेत्रमा धार्मिक पर्यटकहरुको आगमन संख्या उल्लेख्य वृद्धि भएको देखिएको छ। साथै, यी धार्मिकस्थलहरुमा वर्षेनी आन्तरिक तथा बाह्य पर्यटकहरुको भ्रमण बढ्दै गएको छ। स्थानीय समितिसँगको छलफलको क्रममा प्राप्त जानकारी अनुसार पाथीभरा मन्दिर तथा हलेसी महादेव मन्दिरमा विशुद्ध धार्मिक तथा आध्यात्मिक उद्देश्यले आउने पर्यटकको संख्या बढी देखिएको छ भने बराहक्षेत्र तथा चतराधाममा तीर्थयात्रा, मनोरन्जन, व्यापार, कार्यालय प्रयोजन र अन्य (विवाह, ब्रतबन्ध, पूजापाठ आदि) उद्देश्यले आउने पर्यटकको संख्या बढी देखिन्छ। त्यसैगरी यातायातको सहज पहुँचको कारण कन्याम स्थित चिया बगान घुम्न आउने आन्तरिक तथा बाह्य पर्यटकहरु सानो पाथीभरा मन्दिरका मुख्य दर्शनार्थी पर्यटकहरु रहेको देखिन्छ।

भ्रमण गर्ने पर्यटकको उमेर समूह, भ्रमणको माध्यम तथा उद्देश्य

४.५ धार्मिकस्थलको भ्रमण गर्ने ३० देखि ४५ वर्ष उमेर समूहका आन्तरिक पर्यटकहरुको संख्या सबैभन्दा बढी ४० प्रतिशत रहेको छ भने ६० वर्ष भन्दा बढी उमेर समूहका पर्यटकको संख्या सबैभन्दा कम १२.५ प्रतिशत रहेको छ। त्यसैगरी, ३० वर्षभन्दा कम उमेर समूहका पर्यटक ३० प्रतिशत रहेका छन्। सर्वेक्षणमा सहभागी भएका पर्यटकहरुको औसत उमेर (Median) ३५ वर्ष रहेको छ। धार्मिकस्थलको भ्रमणमा आउने आन्तरिक पर्यटकहरु पनि अधिकांश हिन्दु धर्मावलम्बी रहेका छन्। सर्वेक्षणमा सहभागी भएका पर्यटकहरुमध्ये ९२.५ प्रतिशत हिन्दु धर्मावलम्बी रहेका छन् भने ५.० प्रतिशत किराँत तथा बाँकी अन्य धर्मावलम्बी रहेका छन्।



स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

४.६ धार्मिकस्थलको भ्रमण गर्ने ४५ प्रतिशत आन्तरिक पर्यटकको मुख्य पेशा नोकरी रहेको छ भने २५ प्रतिशत पर्यटकको मुख्य पेशा व्यापार रहेको छ। त्यसैगरी, कृषि पेशामा आवद्ध पर्यटकहरु सबैभन्दा कम ७.५ प्रतिशत रहेका छन् भने वैदेशिक रोजगारी, पेशाविहीन तथा अन्य विविध पेशामा आवद्ध भएका पर्यटक २२.५ प्रतिशत रहेका छन्।

तालिका ४.२ : पेशा अनुसार धार्मिकस्थलमा पर्यटक आवागमनको अवस्था	
पर्यटकको पेशा	प्रतिशत
व्यापार	२५.०
नोकरी	४५.०
कृषि	७.५
अन्य	२२.५
कुल	१००

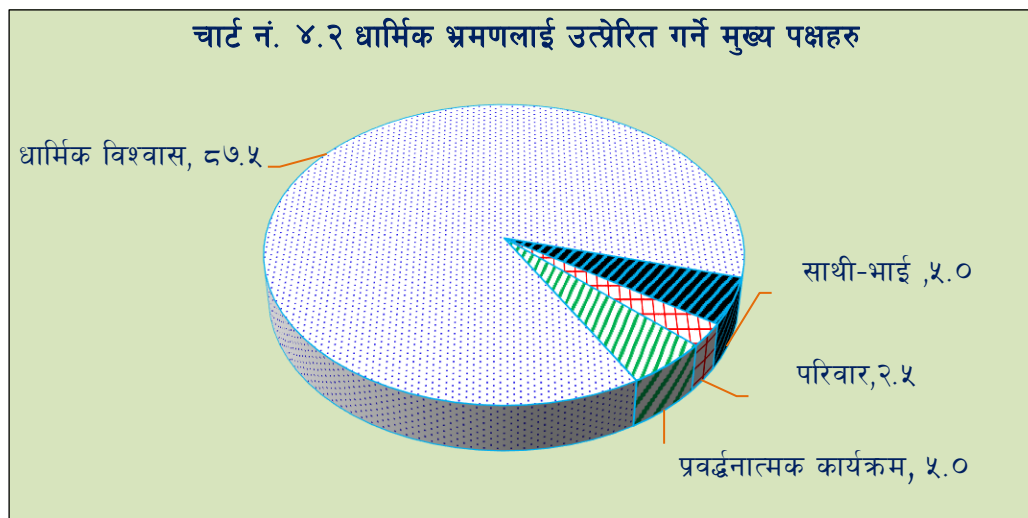
स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

४.७ सर्वेक्षणमा सहभागी भएका आन्तरिक पर्यटकहरूमध्ये ६७.५ प्रतिशतले पारिवारिक रूपमा धार्मिकस्थलको भ्रमण गरेका छन् भने पारिवारिक बाहेक अन्य समूहगत रूपमा भ्रमण गर्ने पर्यटकको संख्या २२.५ प्रतिशत रहेको छ। एकल रूपमा भ्रमण गर्ने पर्यटकको संख्या न्यून रहेको छ। सर्वेक्षणका क्रममा पारिवारिक तथा समूहगत रूपमा हुने भ्रमणलाई लक्षित गरी धार्मिकस्थलमा रहेका होटलहरूले एकल कोठामा बेड संख्या पनि सामुहिक किसिमले नै व्यवस्थापन गर्ने गरेको पाइएको छ।

४.८ सर्वेक्षणमा सहभागी भएका आन्तरिक पर्यटकले धार्मिकस्थल भ्रमण गर्नुको मुख्य उद्देश्य धार्मिक आस्था तथा मनोकांक्षा प्राप्तिको लागि गरेको भाकल पूरा गर्ने रहेको छ। सर्वेक्षणमा सहभागी भएकामध्ये ८०.० प्रतिशत पर्यटकले धार्मिकस्थलको भ्रमण भाकल पूरा गर्ने उद्देश्यले गरेको देखिएको छ। घुमघाम र धार्मिक तथा पितृ कार्यहरू जस्तै: ब्रतबन्ध, पूजापाठ, विवाह, श्राद्ध आदि सम्पन्न गर्ने उद्देश्यले भ्रमण गर्ने आन्तरिक पर्यटकको संख्या क्रमशः १०/१० प्रतिशत रहेको छ। सर्वेक्षणका क्रममा धार्मिकस्थलको भ्रमण गराउन धार्मिकस्थलको सम्बन्धमा गरिने प्रवर्द्धनात्मक कार्यक्रम, परिवार तथा साथीभाईबाट प्राप्त सूचना तथा जानकारीको अप्रत्यक्ष भूमिका रहेता पनि धार्मिकस्थलको पौराणिक महत्व, धार्मिकस्थलप्रतिको आस्था र विश्वास नै मुख्य उत्प्रेरकको रूपमा रहेको पाइएको छ।

तालिका ४.३: धार्मिकस्थल भ्रमणको मुख्य उद्देश्य	
भ्रमणको मुख्य उद्देश्य	प्रतिशत
धार्मिक आस्था/भाकल पूरा गर्न	८०.०
घुमघाम/ मनोरन्जन	१०.०
धार्मिक कार्य (ब्रतबन्ध, पितृकार्य, पूजापाठ, विवाह आदि)	१०.०
जम्मा	१००.०

स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण



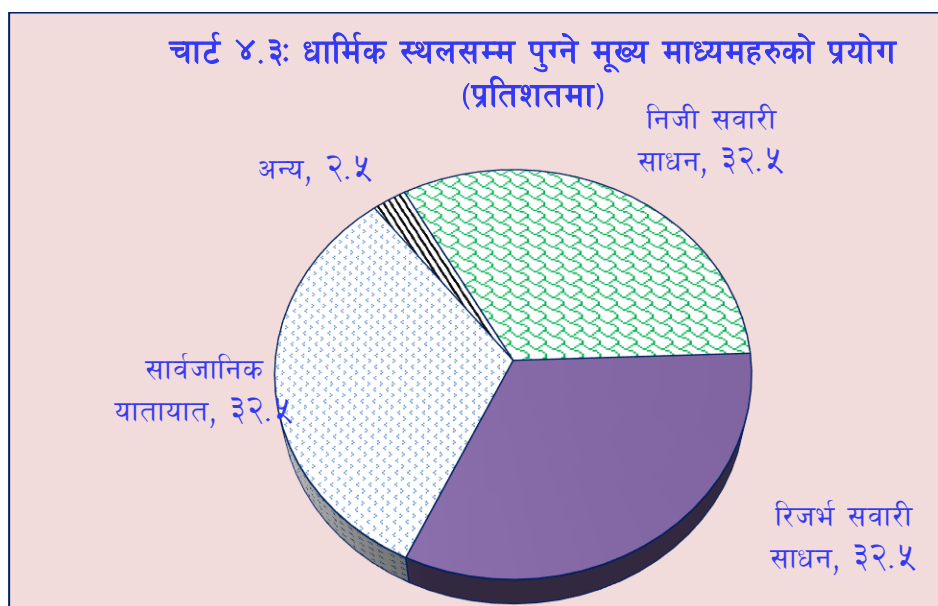
स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

४.९ सर्वेक्षणमा सहभागी आन्तरिक धार्मिक पर्यटकहरूले धार्मिकस्थलहरूमा आवतजावतको लागि निजी, सार्वजनिक र रिजर्भ सवारी साधनलाई प्रयोग गर्ने गरेको पाइएको छ, भने पैदल माध्यमबाट भ्रमण गर्ने पर्यटकको संख्या अत्यन्त न्यून रहेको देखिएको छ। रिजर्भ, निजी तथा सार्वजनिक सवारी साधनका माध्यमबाट भ्रमण गर्ने पर्यटक क्रमशः ३२.५ प्रतिशत रहेको देखिएको छ, भने पैदल माध्यमबाट भ्रमण गर्ने पर्यटक २.५ प्रतिशत रहेका छन्। धार्मिकस्थल रहेको स्थानसम्म पुग्ने सडकको सहज पहुँच तथा सार्वजनिक यातायातको सहज उपलब्धताका कारण पैदल माध्यमबाट भ्रमण गर्ने पर्यटकको संख्या अत्यन्त कम रहेको छ। छनोटमा परेका धार्मिकस्थल विशेषका आधारमा हेर्दा धार्मिक पर्यटकहरूले बराहक्षेत्र, सानो पाथीभरा

तालिका ४.४: धार्मिकस्थलको दोहोर्‍याएर गरिने भ्रमणको स्थिति	
स्थान	संख्या (पटक)
बराहक्षेत्र	३
हलेसी	२
सानो पाथीभरा	३
ठूलो पाथीभरा	२
औसत	२

स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

तथा हलेसी महादेवस्थानमा निजी तथा सार्वजनिक सवारी साधनको बढी प्रयोग गरेको देखिएको छ, भने ठूलो पाथीभराको भ्रमणमा भाडाका(रिजर्भ) सवारी साधन बढी प्रयोग गरेको देखिएको छ ।



स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

४.१० सर्वेक्षणमा सहभागी भएका अधिकांश आन्तरिक पर्यटकहरूले प्रदेश नं. १ का धार्मिकस्थलहरू एकभन्दा बढी पटक भ्रमण गर्ने गरेको पाइएको छ । सर्वेक्षणमा सहभागी भएका आन्तरिक पर्यटकमध्ये ५२.५ प्रतिशतले १ पटक, १७.५ प्रतिशतले २ पटक र ३०.० प्रतिशतले २ पटक भन्दा बढी धार्मिकस्थलको भ्रमण गरेको पाइएको छ । यसक्रममा न्यूनतम १ पटक देखि अधिकतम ७ पटकसम्म भ्रमण गर्ने गरेको पाइएको छ । एउटा आन्तरिक पर्यटकले छनोटमा परेका धार्मिकस्थलमध्ये सानो पाथीभरा तथा बराहक्षेत्रको औसतमा ३ पटकसम्म भ्रमण गरेको पाइएको छ भने ठूलो पाथीभरा र हलेसी महादेवस्थानको २ पटकसम्म भ्रमण गरेको पाइएको छ । बराहक्षेत्र यातायातको पहुँचका दृष्टिकोणले सुगम रहेकोले धार्मिक पर्यटकले बढी भ्रमण गर्ने गरेको पाइएको छ भने इलामको चियाबारी, सूर्योदयको दृष्यावलोकन तथा अन्य पर्यटकीयस्थलको भ्रमण समेत गर्न सकिने भएकाले सानो पाथीभरामा दोहो-च्याएर जाने पर्यटकको संख्या बढी रहेको पाइएको छ । सर्वेक्षणमा सहभागी भएका २० प्रतिशत आन्तरिक पर्यटकहरूले भविष्यमा पनि उक्त धार्मिकस्थलहरूमा भ्रमण गर्ने योजना बनाएको देखिएको छ भने १२.५ प्रतिशतले सर्वेक्षण गरिएको स्थान बाहेकका अन्य स्थानको पनि भ्रमण गर्ने योजना बनाएको पाइएको छ ।

पर्यटकको भ्रमण अवधि तथा भ्रमण खर्चको संरचना

४.११ सर्वेक्षणमा सहभागी भएका आन्तरिक पर्यटकहरूको औसत भ्रमण अवधि २.५ दिन रहेको देखिएको छ । छनोटमा परेका स्थानका आधारमा ठूलो पाथीभरा भ्रमण गर्ने पर्यटकको भ्रमण अवधि सबैभन्दा बढी ४ दिन रहेको छ भने बराहक्षेत्र भ्रमण गर्ने पर्यटकको भ्रमण अवधि सबैभन्दा कम १ दिन रहेको छ । बराहक्षेत्र सडक यातायातको सहज पहुँच रहेको, सुगम इलाकामा अवस्थित भएको तथा अधिकांश पर्यटक प्रदेश नं. १ मा रहेका जिल्लाबाट आउने गरेकोले भ्रमण अवधि कम रहेको देखिएको छ । तर ठूलो पाथीभरासम्म नै यातायातको पहुँच नपुगेकोले पैदल यात्रा समेत गर्नु पर्ने भएकोले २

तालिका ४.५ : धार्मिकस्थलको भ्रमणमा पर्यटकको बसाइ अवधि	
स्थान	प्रति पर्यटक कुल भ्रमण अवधि (दिन)
बराहक्षेत्र	१
हलेसी	३
सानो पाथीभरा	२
ठूलो पाथीभरा	४
औसत	२.५

स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

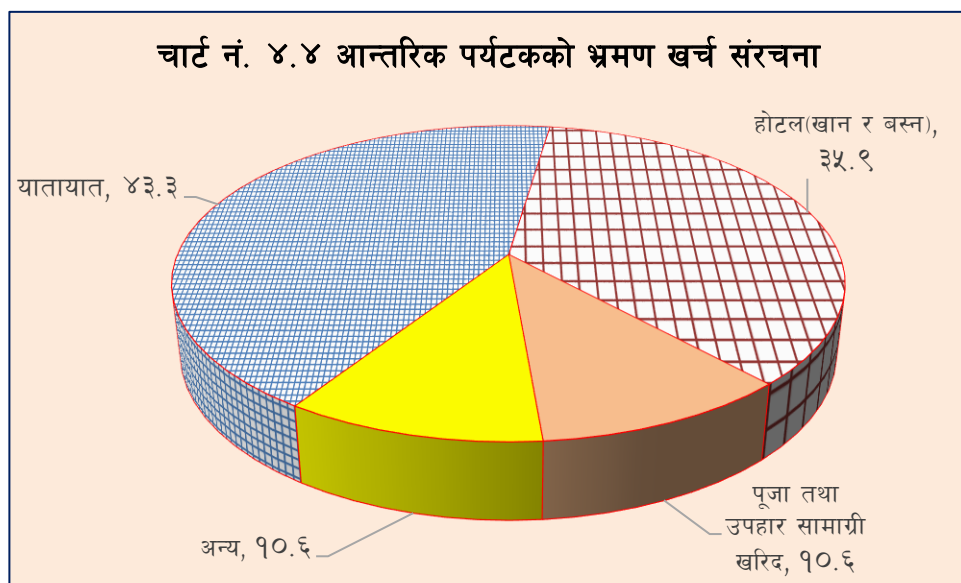
दिन भन्दा बढी बाटो अवधि पर्ने हुँदा भ्रमण अवधि अन्य स्थानको तुलनामा बढी देखिएको हो । भ्रमण अवधिको आधारमा बाटोमा लाग्ने समयबाहेक पर्यटकले धार्मिकस्थलमा अधिकतम १ दिन बिताउने गरेको देखिएको छ ।

४.१२ सर्वेक्षणमा सहभागी विगत पाँच वर्षमा एक पटक भन्दा बढी धार्मिकस्थलको भ्रमण गरेका पर्यटकहरूको भ्रमण खर्च अघिल्लो पटकको तुलनामा ४३.६ प्रतिशतले वृद्धि भएको देखिएको छ । पछिल्लो पटकको भ्रमणमा प्रति पर्यटक औसत खर्च रु.११,८०० देखिएको छ भने अघिल्लो पटक यस्तो खर्च प्रति पर्यटक रु.८,२१७ देखिएको छ । यस अवधिमा भ्रमण अवधि भने केवल ०.५ दिनले मात्र वृद्धि भएको देखिएको छ । स्थानीय तहहरूमा जनप्रतिनिधि निर्वाचित भएसँगै सडक सञ्जालको तीव्र रूपमा भएको विकास, विस्तार तथा स्तरोन्नतीले सार्वजनिक तथा निजी यातायातका साधनको पहुँच विस्तार भएसँगै पर्यटकको खर्च बढेको तुलनामा भ्रमण/वसाई अवधि भने बढ्न सकेको पाइएन । स्थान विशेषका आधारमा हेर्दा बराहक्षेत्र तथा सानो पाथीभराको भ्रमणमा जाने पर्यटकको भ्रमण खर्चमा वृद्धि भएको देखिएको छ । उक्त स्थलको भ्रमणमा जाने पर्यटकहरूले सार्वजनिक यातायातको तुलनामा निजी तथा रिजर्भका सवारी साधनको बढी प्रयोग गर्ने भएकाले भ्रमण खर्चमा वृद्धि भएको देखिएको छ । त्यसैगरी, विगत पाँच वर्षको अवधिमा ताप्लेजुङ पाथीभरा भ्रमणमा जाने आन्तरिक पर्यटकको भ्रमण प्रवृत्तिमा ठूलो भिन्नता नआएका कारण कुल भ्रमण खर्च अघिल्लो पटकको तुलनामा १२.७ प्रतिशतले मात्र वृद्धि भएको देखिएको छ ।

स्थान	अघिल्लो पटकको भ्रमण खर्च(रु.)	अघिल्लो पटकको भ्रमण अवधि	यस पटकको अनुमानित भ्रमण खर्च (रु.)	यस पटकको भ्रमण अवधि	भ्रमण खर्चमा भएको परिवर्तन(%)
हलेसी	११५००	२	१५८००	३	३७.४
बराहक्षेत्र	७१२५	१	१३७५०	१	९३.०
सानो पाथीभरा	३३२८	१.५	५५००	२	६५.३
ठूलो भाथिभरा	१८३३३	४	२०६६७	४	१२.७
औसत	८२१७	२	११८००	२.५	४३.६

स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

४.१३ सर्वेक्षणमा सहभागी भएका आन्तरिक पर्यटकहरूको कुल भ्रमण खर्चमध्ये यातायातमा सबैभन्दा बढी ४३.३ प्रतिशत खर्च भएको देखिएको छ भने होटलमा खान तथा बस्न र पूजा तथा उपहार सामग्री खरिदका लागि क्रमशः ३५.९ प्रतिशत र १०.६ प्रतिशत खर्च भएको देखिएको छ ।



स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

४.१४ स्थान विशेषका आधारमा बराहक्षेत्रको भ्रमणमा जाने पर्यटकको खर्च सबैभन्दा बढी होटलबास तथा खाना प्रयोजनका लागि भएको पाइएको छ भने सबैभन्दा कम खर्च पूजा सामाग्री खरिदमा भएको देखिएको छ। अन्य स्थानको भ्रमणमा जाने पर्यटकको सबैभन्दा बढी खर्च यातायातमा भएको देखिएको छ। छनोटमा परेका सबै धार्मिकस्थलमा पर्यटकले पूजा सामाग्री, उपहार तथा हस्तकलाका सामाग्री खरिदमा गर्ने खर्च भने न्यून रहेको पाइएको छ। धार्मिकस्थलहरूको भ्रमणमा जाने अधिकांश पर्यटकहरूले मन्दिरहरूमा चढाउने फूल, धुप तथा अगरवत्ती घरबाट नै लिएर आउने गरेकाले प्रसादी (सेतो मिठाई), नरिवल र उपहार तथा हस्तकलाका सामाग्री मात्र धार्मिकस्थलमा खरिद गर्ने गरेकाले पूजा सामाग्री खरिदमा खर्च कम देखिएको छ।

तालिका ४.७ : स्थान विशेषका आधारमा पर्यटकको खर्च संरचना (प्रतिशत)					
स्थान	यातायात	होटल खर्च	पूजा सामाग्री खरिद	अन्य	कुल
बराहक्षेत्र	३१.०	४१.५	११.०	१६.५	१००
हलेसी	४८.५	३७.१	१०.५	३.९	१००
सानो पाथीभरा	४०.८	३३.५	११.०	१५.०	१००
ठूलो पाथीभरा	५३.०	३१.०	९.७	६.३	१००
औसत	४३.३	३५.८	१०.६	१०.४	-

स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

आन्तरिक पर्यटकले भोगेको मुख्य समस्याहरू

- पारिवारिक तथा समूहगत रूपमा भ्रमणमा आउने पर्यटकहरूको चाहना अनुसार सामुहिक रूपमा बस्न तथा पकाएर खान आवश्यक सामाग्री तथा सुविधा उपलब्ध नभएको। धार्मिकस्थलमा बौद्धमार्गी पर्यटक तथा तीर्थालुहरूले बस्न तथा पूजाविधि अनुसारको खाना वा खाना तयार गर्ने सुविधा तथा सामाग्रीहरूको अभाव रहेको।
- पर्यटकका लागि मन्दिरसम्मको पदयात्राको लागि व्यवस्थित पूर्वाधार तथा मन्दिर आसपासमा पर्याप्त सार्वजनिक शौचालय नभएको साथै, भएका शौचालयहरू नियमित रूपमा सरसफाइ अभावका कारण प्रयोग योग्य नरहेको तथा उपलब्ध पूर्वाधारहरू अपाङ्गमैत्री नभएको।
- धार्मिकस्थल वरपर पिउने तथा अन्य प्रयोजनको लागि उपभोग्य पानीको अभाव, निजी सवारी साधन पार्किङ्गको लागि पूर्वाधारका अभाव रहेको। पर्यटकको स्तर अनुसारको स्तरीय होटल/लज र धर्मशाला नरहेको।
- अपाङ्गता भएका धर्मात्मवीहरूलाई मन्दिरसम्म पुग्न र पूजाआजा गर्नका लागि वैकल्पिक व्यवस्था नभएको तथा खुद्रा पसल व्यवस्थित गर्न नसकेका कारण पर्यटकलाई मन्दिरसम्म पुग्न असहज हुने गरेको।
- मन्दिरहरूमा सन्ध्याकालीन भजन गर्न, धुनी बाल्न, होम गर्ने, विवाह व्रतवन्ध जस्ता वैदिक कार्य गर्नका लागि आवश्यक संरचना तथा स्थान अभाव रहेको।
- कच्ची राजमार्ग र जीर्ण ग्रामीण सडकमा सिट क्षमता भन्दा बढी यात्रु राखी सवारी साधन सञ्चालन गर्ने गरेको कारण पर्यटकको यात्रा कष्टकर तथा जोखिमयुक्त हुने गरेको।
- मन्दिर परिसरमा दर्शनार्थी पर्यटक/तीर्थालुको जुत्ताचप्पल आदि व्यवस्थित रूपमा राख्ने तथा सोको व्यवस्थापन गर्नका लागि आवश्यक पूर्वाधार तथा जनशक्तिको उचित व्यवस्थापन नरहेको।
- मुख्य मन्दिर परिसरमा रहेका मठ-मन्दिर, देवी देवताका बारेमा जानकारी प्रदान गर्ने साथै पूजा विधि तथा तरिकाको बारेमा जानकारी दिन सूचना बोर्ड तथा अन्य उपयुक्त व्यवस्था नगरेको।

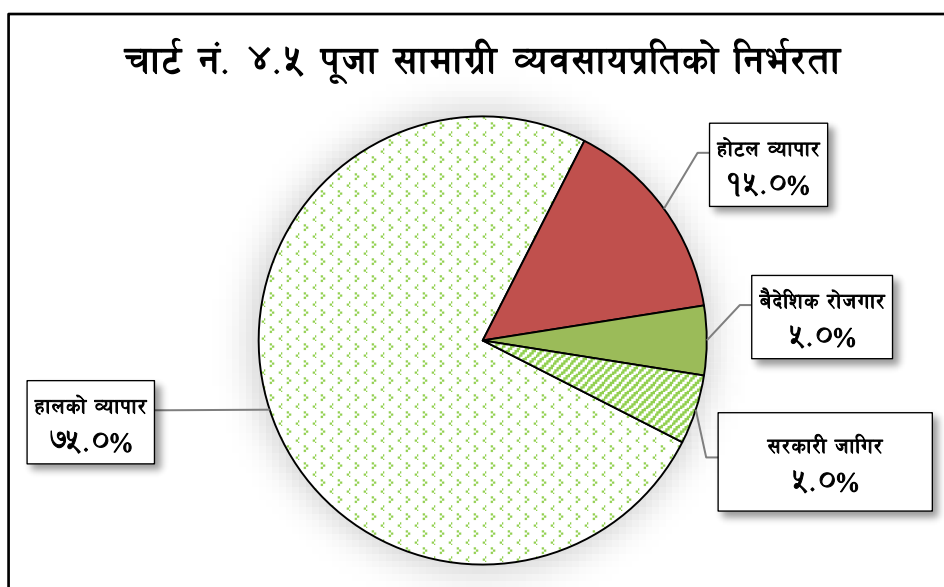
- हवाई मार्गबाट मन्दिर दर्शन गर्न आउने पर्यटकको लागि आधुनिक सुविधासहितको हेलिप्याडको अभाव रहेको ।
- आपतकालीन प्राथमिक उपचारका लागि मन्दिर परिसरमा स्वास्थ्य केन्द्र तथा स्वास्थ्यकर्मीको व्यवस्था नभएको ।
- मूल्य अनुगमन नियमित रूपमा नहुँदा पर्यटकले उपभोग गर्ने वस्तु तथा सेवाको मूल्य छोटो समयमा परिवर्तन हुने गरेकोले समान प्रकारको सेवा तथा सुविधा खरिदमा पनि फरक फरक मूल्य भुक्तानी गर्नुपर्दा पर्यटकले ठगिएको महशुस गर्ने गरेको ।

धार्मिकस्थलमा पूजा सामाग्री व्यवसायको अवस्था

४.१५ यस खण्डमा धार्मिकस्थल वरपर रहेका स्थानीय व्यवसायीहरूको आर्थिक अवस्था, व्यवसायमाथिको निर्भरता तथा स्थानीय व्यापारले सृजना गरेको रोजगारीको अवस्थाको विवरण प्रस्तुत गरिएको छ ।

रोजगारीको अवस्था

४.१६ धार्मिकस्थल वरपर रहेका पूजा सामाग्री, उपहार तथा हस्तकलाका सामाग्रीको व्यापार गर्ने ७५.० प्रतिशत व्यवसायी हाल गरिरहेको व्यापारमा पूर्ण रूपमा निर्भर रहेको पाइएको छ । त्यसैगरी, १५.७ प्रतिशत व्यवसायी होटल व्यवसायमा पूर्ण रूपमा निर्भर रहेको पाइएको छ । अर्थात ९०.० प्रतिशत व्यवसायीहरूको पेशा सञ्चालन गर्ने मुख्य आधार धार्मिक पर्यटन रहेको देखिएको छ भने १०.० प्रतिशत व्यवसायीहरूले मात्र हाल गरिरहेको हस्तकला तथा उपहारको व्यापारलाई सहायक पेशाको रूपमा अपनाएको देखिएको छ । उनीहरूले वैदेशिक रोजगार, सरकारी जागिर वा अन्य व्यापारका अतिरिक्त यस व्यवसायलाई आफ्नो आमदानी वृद्धि गर्ने स्रोतको रूपमा लिएको देखिएको छ ।



स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

४.१७ धार्मिकस्थल वरपर रहेका पूजा सामाग्रीसँग सम्बन्धित व्यवसायको सञ्चालक (Proprietor) महिला तथा पुरुषको संख्या बराबरी (५०/५० प्रतिशत) रहेको पाइएको छ । सामानको ढुवानीमा भएको सहजता तथा परिवारका अन्य सदस्यहरू यातायात, होटल, बैदेशिक रोजगारी आदि जस्ता अन्य रोजगार तथा व्यवसायमा आवद्ध भएकाले यस क्षेत्रमा महिला व्यवसायीको संलग्नता बढी देखिएको छ ।

- ४.१८ यस व्यवसायमा संलग्न ९०.० प्रतिशत व्यवसायीहरू आफ्नो व्यवसायसँग सन्तुष्ट रहेको पाइएको छ भने केवल १०.० प्रतिशत व्यवसायी हाल संलग्न रहेको व्यवसायको विकल्पको खोजिमा रहेको पाइएको छ । विद्यमान व्यवसायमा नाफाको अवस्था सन्तोषजनक रहेको देखिएता पनि व्यवसायमा थप लगानीका लागि आवश्यक रकम जुटाउने स्रोतको कमी देखिएको छ । अधिकांश व्यवसाय कर कार्यालयमा दर्ता नभई सञ्चालनमा रहेका कारण बैंक तथा वित्तीय संस्थाबाट कर्जा उपयोग गर्न सक्ने परिस्थिति नरहेकोले सञ्चालक स्वयम्ले स्वपूँजीबाट लगानीको स्रोत जुटाउनु पर्ने बाध्यता रहेकोले केही व्यवसायीहरूमा व्यवसायप्रति असन्तुष्टि देखिएको छ ।
- ४.१९ धार्मिकस्थल वरपर रहेका पूजा सामाग्री तथा हस्तकला व्यवसायमा प्रति व्यवसाय औसत १.६५ जना संलग्न भएको पाइएको छ भने प्रति व्यवसाय प्रति परिवार औषत ५.२ जना आश्रित रहेको देखिएको छ । पूजा सामाग्री तथा हस्तकला व्यापार सानो आकारको व्यवसाय भएको, यस व्यवसायमा संलग्न हुने अधिकांश परिवार आमदानीको अन्य विकल्प नभएका विपन्न वर्गका रहेकोले व्यवसायमा संलग्नको संख्या कम र परिवारका आश्रित सदस्य संख्या बढी भएको देखिएको छ ।
- ४.२० नमुना छनोटमा परेका व्यवसायहरूमध्ये ५ वर्षभन्दा कम सञ्चालन अवधि भएका व्यवसाय २५ प्रतिशत रहेका छन् भने ५ वर्ष भन्दा बढी अवधि देखि सञ्चालनमा रहेका व्यवसाय ७५.० प्रतिशत देखिएका छन् । धार्मिकस्थलमा सञ्चालनमा रहेका अधिकांश व्यवसायको औसत सञ्चालन अवधि १३.१ वर्ष रहेको देखिएको छ ।

तालिका ४.८ : व्यवसायमा आश्रित परिवार सदस्य संख्या, संलग्न सदस्य संख्या तथा सञ्चालन अवधि			
स्थान	आश्रित परिवार संख्या	व्यवसायमा सहभागी संख्या	व्यवसाय सञ्चालन अवधि
बराहक्षेत्र	५.४	२.२	१७.८
हलेसी	४.०	१.२	६.९
सानो पाथीभरा	४.६	१.४	१७.४
ठूलो पाथीभरा	६.८	१.८	१०.२
औसत	५.२	१.७	१३.१

स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

लगानी, बिक्री तथा मुनाफाको अवस्था

- ४.२१ नमुना छनोटमा परेका धार्मिकस्थल वरपर रहेका पूजा सामाग्री तथा हस्तकला व्यापारमा पूजा सामाग्रीको बिक्री सबैभन्दा बढी ८०.० प्रतिशत रहेको छ भने उपहार तथा हस्तकलाका सामाग्रीको बिक्री २०.० प्रतिशत रहेको छ । उक्त सामाग्रीका अतिरिक्त फलफूल तथा अन्य सामाग्रीको व्यापार अत्यन्त न्यून रहेको देखिएको छ । अधिकांश धार्मिकस्थल विकट स्थानमा रहेका कारण धार्मिक पर्यटकले पूजा र उपहारका सामाग्री बाहेक अन्य सामाग्रीहरू आफूसँगै ल्याउने गरेकाले फलफूल तथा अन्य सामाग्रीको बिक्री न्यून रहेको छ । धार्मिकस्थल वरपर रहेका पूजा, हस्तकला तथा उपहार सामाग्री व्यवसायबाट एउटा पर्यटकले न्यूनतम रु.१३५ र अधिकतम रु.१,५२२ बराबरको पूजा सामाग्री, हस्तकला तथा उपहार सामाग्री खरिद गर्ने गरेको पाइएको छ । यसले औसतमा एक जना पर्यटकले रु.८२८.६ को सामाग्री प्याकेज खरिद गर्ने गरेको देखिएको छ ।
- ४.२२ छनोटमा परेका धार्मिकस्थलहरूमा रहेका पूजा सामाग्री, उपहार तथा हस्तकला सामाग्रीको कारोवार गर्ने व्यवसायीहरूले सामान्यतया वर्षको दुईपटक सामान खरिद/लगानी गर्ने गरेको पाइएको छ भने कारोवारको Volume बाह्रै महिना एकनासको रहेको देखिँदैन । धार्मिक अवसर, चाडबाड वा विभिन्न मेलापर्वका समयमा बिक्री बढी हुने गरेको पाइएको छ भने अन्य समयमा बिक्री औसत भन्दा न्यून देखिएको छ । हलेसी महादेव मन्दिर वरपर रहेका व्यवसायको बिक्री साउन महिनामा अधिक हुने गरेको देखिएको छ भने ठूलो पाथीभरा

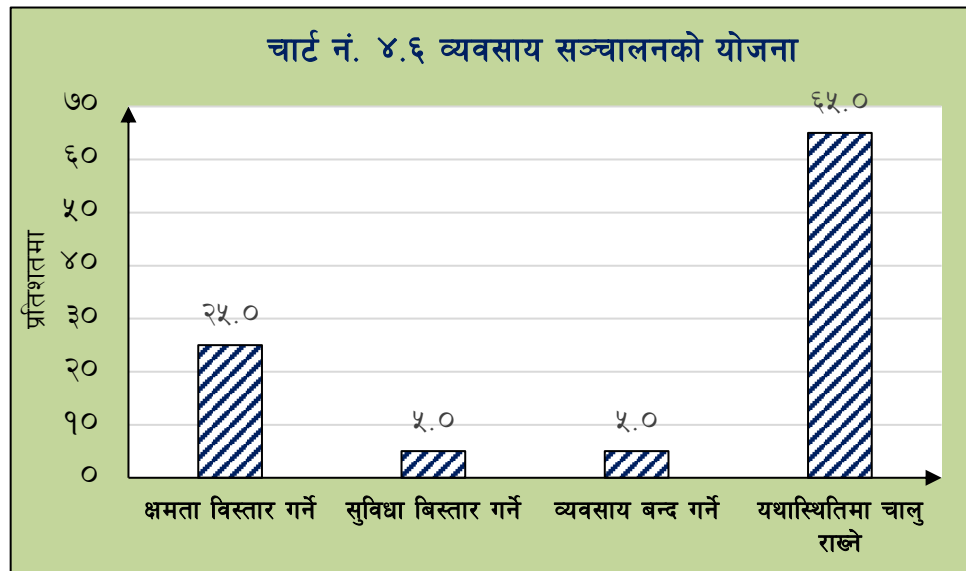
मन्दिरमा रहेका व्यवसायको बिक्री असोज, कात्तिक र चैत महिनामा अधिक हुने गरेको देखिएको छ। तर पुस र माघ महिनाको बिक्री अत्यन्त न्यून रहेको पाइएको छ।

४.२३ २०७८ कात्तिक मसान्तसम्मको तथ्याङ्कका आधारमा विश्लेषण गर्दा छनोटमा परेका चार धार्मिकस्थलमा रहेका प्रति व्यवसायको वर्षभरीको मासिक भारत औसत बिक्री रु.१ लाख ३२ हजार रहेको देखिएको छ भने वार्षिक औसत बिक्री रु.१५ लाख ८४ हजार रहेको अध्ययनले देखाएको छ। पूजा सामाग्री व्यवसायको भारत औसत नाफा २८.४ प्रतिशत रहेको देखिएको छ। पूजा सामाग्री व्यवसायीले एक पटकमा औसतमा रु.३ लाख ६५ हजार लगानी गरेको देखिएको छ भने एक वर्षमा ७ लाख ३० हजार लगानी गरेको पाइएको छ। अतः व्यवसायको बिक्री लगानी परिचालन अनुपात (Weighted Investment Turnover Ratio) २.२ गुणा देखिएको छ। व्यवसायको नाफा करिब २८.४ प्रतिशतको तुलनामा बिक्री लगानी परिचालन अनुपात अधिक देखिएको छ। विशेषगरी, धार्मिकस्थलमा रहेका व्यवसायबाट हुने पूजा तथा अन्य सामाग्रीको बिक्रीको तुलनामा लगानीको आकार सानो रहेको तथा व्यवसायी स्वयंले उक्त व्यवसायमा रोजगारी समेत प्राप्त गरेको हुनाले स्वरोजगार बापतको पारिश्रमिक गणना गर्दा व्यवसायको बिक्री लगानी अनुपातको तुलनामा नाफा न्यून रहेको देखिएको छ।

तालिका ४.९ : धार्मिकस्थलमा रहेका व्यवसायको बिक्री, लगानी तथा नाफाको अवस्था				
धार्मिकस्थल	औसत मासिक बिक्री (रु.)	सामाग्री खरिदमा गरिएको एक पटकको लगानी (रु.)	नाफा प्रतिशत	बिक्री - लगानी परिचालन अनुपात (ITR)
बराहक्षेत्र	७४०००	२५००००	२५.०	१.८
हलेसी	११०२००	२८००००	३१.४	२.४
सानो पाथीभरा	९८०००	२९७०००	२७.०	२.०
ठूलो पाथीभरा	१८६०००	५१००००	२८.८	२.२
भारत औसत	१३२०३८	३६५९०१	२८.४	२.२

स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

४.२४ धार्मिकस्थल वरपर रहेका ६५.० प्रतिशत व्यवसायीले आफ्नो व्यापारलाई यथास्थितिमा सञ्चालन गर्ने योजना बनाएको देखिएको छ भने ३०.० प्रतिशत व्यवसायीले क्षमता तथा सुविधा विस्तार गर्ने योजना बनाएको पाइएको छ। त्यसैगरी, ५.० प्रतिशत व्यवसायीले आफ्नो व्यवसाय बन्द गर्ने योजना बनाएका छन्। सामान्यतः पूजा सामाग्रीको व्यापार गर्ने व्यवसायको लगानी स्थिर रहने, व्यवसाय विस्तार गर्नका लागि मन्दिर व्यवस्थापन समितिको सहमति लिनुपर्ने, मन्दिर व्यवस्थापन समितिले उपलब्ध गराएको साँगुरो स्थानमा व्यवसाय सञ्चालन गर्नुपर्ने र मन्दिर वा सार्वजनिक स्थानको जग्गामा बसेर व्यापार गर्नुपर्ने बाध्यता रहेका कारण अधिकांश व्यवसायीले व्यवसायलाई यथास्थितिमा राख्ने योजना बनाएको देखिएको छ।



स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

पूजा सामाग्री व्यवसायमा कोभिड-१९ को प्रभाव

४.२५ कोभिड-१९ महामारीले धार्मिक पर्यटक, धार्मिकस्थलको गतिविधि तथा पर्यटन व्यवसाय पनि पूर्ण रुपमा प्रभावित रहेको पाइएको छ। कोभिड -१९ महामारीको कारण संघीय सरकार तथा स्थानीयतहले विभिन्न समयमा घोषणा गरेको लकडाउन तथा निषेधाज्ञाका कारण धार्मिकस्थल पनि केही समय पूर्ण रुपमा बन्द गरिएको थियो। बन्दाबन्दीको कारण मन्दिर वरपर रहेका व्यवसायहरूको बिक्री पनि शून्य रहेको देखिएको छ भने २०७८ कात्तिक मसान्तसम्मको अवस्थामा आइपुग्दा व्यवसायमा केही सुधार आएको अध्ययनले देखाएको छ। २०७६ चैत्र ११ (कोभिड -१९) अगाडि व्यवसायको मासिक बिक्री रु.१ लाख ५१ हजार रहेकोमा कोभिड-१९ को दोस्रो लहर पश्चात् (कात्तिक मसान्त) को उक्त बिक्री १२.९ प्रतिशत ह्रास आइ मासिक रु.१ लाख ३२ हजारमा भरेको देखिएको छ। त्यसैगरी, छनोट गरिएका प्रत्येक धार्मिकस्थलका व्यवसायहरूको बिक्री लगानी परिचालन अनुपात कोभिड-१९ पूर्वको अवस्था भन्दा ०.३ विन्दु (३० प्रतिशत) ले घटेको देखिन्छ। अर्थात्, कोभिड-१९ अगाडि र पछाडिको अवस्थामा लगानीलाई स्थिर मान्दा कोभिड-१९ अगाडिको तुलनामा कोभिड-१९ पछाडि प्रति रुपैयाँ लगानीले सिर्जना गर्ने बिक्री ३० प्रतिशत तल झरेको देखिएको छ। यसबाट कोभिड -१९ अवधिभर धार्मिकस्थल वरपर रहेका व्यवसाय पूर्ण रुपमा प्रभावित भएको तथा हालसम्म पनि व्यवसायको कारोवार तथा सञ्चालन पूर्ववत् अवस्थामा फर्किन सकेको देखिदैन।

तालिका ४.१० : पूजा सामाग्री व्यवसायमा कोभिड-१९ को प्रभाव

धार्मिकस्थल	कोभिड-१९ अगाडिको औसत मासिक बिक्री(रु.)	हालको औसत मासिक बिक्री (रु.)	बिक्री मा परिवर्तन (प्रतिशत)	कोभिड-१९ अगाडि बिक्री - लगानी परिचालन अनुपात (ITR)	हालको बिक्री -लगानी परिचालन अनुपात(ITR)
बराहक्षेत्र	९२०००	७४०००	-१९.६	२.२	१.८
हलेसी	१३३०००	११०२००	-१७.१	२.९	२.४
सानो पाथीभरा	१२२०००	९८०००	-१९.७	२.५	२.०
ठूलो पाथीभरा	२०७४००	१८६०००	-१०.३	२.४	२.२
औसत	१५१६०९	१३२०३८	-१२.९	२.५	२.२

स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

४.२६ व्यवसायको लगानी रकमलाई स्थिर मानी केवल बिक्री रकमको आधारमा विश्लेषण गर्दा कोभिड-१९ अघिको तुलनामा कोभिड-१९ पछिको बिक्री र लगानी विचको सह-सम्बन्ध (Correlation) कमजोर देखिएको छ । कोभिड-१९ अघिको बिक्री र लगानी बिक्री को सहसम्बन्ध ०.८० रहेको थियो भने कोभिड-१९ पछिको बिक्री र लगानी सह सम्बन्ध ०.७८ रहेको छ । लगानी र बिक्री को सह-सम्बन्ध कमजोर हुनुको मुख्य कारण वस्तुको मूल्यमा केही गिरावट आउनु तथा बिक्री रकम पनि कम हुनु देखिएको छ । त्यसैगरी, बिक्रीमा निर्भर रहने नाफा प्रतिशत र कोभिड -१९ अघि र पछिको बिक्री बीचको सहसम्बन्ध पनि ०.२९ बाट घटेर ०.२४ मा झरेको छ जसले नाफा प्रतिशत र बिक्रीका बीचको सम्बन्ध केही कमजोर रहेको देखाएको छ । बिक्री र लगानी तथा बिक्री र नाफा प्रतिशतको कमजोर सहसम्बन्धले धार्मिकस्थलमा कोभिड-१९ को प्रभाव हालसम्म पनि कायम रहेको देखिएको छ ।

तालिका ४.११: कोभिड-१९ पछाडि र अगाडिको बिक्रीको नाफा र लगानीसँगको सह-सम्बन्ध		
सह-सम्बन्ध	कोभिड-१९ अगाडि	कोभिड-१९ को दोस्रो लहर पछाडि
बिक्री र लगानी बीचको सह-सम्बन्ध	०.८०	०.७८
बिक्री र नाफा प्रतिशत बीचको सह-सम्बन्ध	०.२९	०.२४

स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

पूजा सामाग्री, उपहार तथा हस्तकला व्यवसायीका मुख्य समस्याहरु

- सानो पुँजी लगानीमा सञ्चालन हुने व्यवसाय भएकाले स-साना परिमाणमा पूजा सामाग्री खरिद गरी ल्याउनु पर्दा टुटफुट तथा ढुवानी लागत बढी हुने भई सामाग्रीको बिक्री मूल्य उच्च हुने गरेको ।
- भौगोलिक विकटता तथा समय समयमा हुने यातायात अवरोधका कारण ढुवानी गर्न लामो समय लाग्ने हुँदा फूल तथा अन्य कतिपय सामाग्री विग्रने र स्थानीयस्तरबाट पनि आपूर्ति नहुने भएकाले पूजा सामाग्रीको प्याकेज तयार गर्दा पूजा विधि अनुसारका सम्पूर्ण सामाग्री तयार गरी दर्शनार्थीलाई बेच्न नसकेको ।
- धार्मिक पर्यटन बढी मौसमी प्राकृतिको हुने भएकोले यस व्यवसायमा अर्ध-बेरोजगारीको अवस्था रहेको ।
- धार्मिकस्थल रहेको स्थानमा व्यवसाय विस्तार गर्न जग्गाको स्वामित्व तथा भौगोलिक विकटता मुख्य समस्याको रूपमा रहेको ।
- धार्मिकस्थल वरपर व्यवसाय सञ्चालन गर्न व्यवस्थित पूर्वाधारको अभावका कारण पूजा सामाग्री चोरी हुने, ओसारपसारका क्रममा टुटफुट हुने तथा घरपालुवा वा जंगली जनावरले पसलमा क्षति पुऱ्याउने गरेको ।
- विद्युत तथा पिउने पानीको आपूर्ति अनियमितता तथा सार्वजनिक शौचालयको अभावका कारण व्यवस्थित तवरले व्यवसाय सञ्चालन गर्न कठिनाइ रहेको ।
- बैंक तथा वित्तीय संस्थाबाट व्यवसाय विस्तारका लागि आवश्यक पर्ने सहूलियतपूर्ण कर्जामा सहज पहुँच नभएकोले गैर बैंकिङ्ग क्षेत्रहरु जस्तै: आमा समूह, युवा समूह तथा अन्य सहकारीबाट कर्जा लिँदा व्याजदर उच्च भई व्यवसायको लागत बढी हुने गरेको ।

धार्मिकस्थलहरूमा पर्यटकस्तरीय होटलको अवस्था

४.२७ यस खण्डमा धार्मिकस्थल वरपर रहेका स्थानीय होटलहरूको कारोवारको अवस्था, होटलको Occupancy को अवस्था, होटलमा रोजगारीको अवस्था, होटलले प्रदान गर्ने सेवा सुविधा, होटल सञ्चालनको भविष्यको योजना तथा कोभिड-१९ ले होटल व्यवसायमा पारेको प्रभावको बारेमा प्रस्तुत गरिएको छ ।

रोजगारीको अवस्था

४.२८ सर्वेक्षणमा सहभागी होटलहरूमध्ये हलेसी महादेव मन्दिर खोटाडमा रहेका होटलहरूले सबैभन्दा बढी रोजगारी प्रदान गरेको देखिएको छ भने बराहक्षेत्र सुनसरीमा रहेका होटलहरूले सबैभन्दा कम रोजगारी प्रदान गरेको देखिएको छ । छनोटमा परेका होटलहरूले कोभिड-१९ महामारीको दोस्रो लहरको समाप्ति पश्चात् प्रति होटल औसत ३ जनाका दरले रोजगारी प्रदान गरेको देखिएको छ तर कोभिड-१९ महामारी भन्दा अगाडि प्रति होटल औसत ५ जनाका दरले रोजगारी प्रदान गरेका थिए ।

तालिका ४.१२ : धार्मिकस्थलमा रहेका प्रति होटल रोजगारी संख्या	
स्थान	प्रति होटल रोजगारी संख्या
बराहक्षेत्र	२
हलेसी	६
सानो पाथीभरा	३
ठूलो पाथीभरा	३
औसत	३

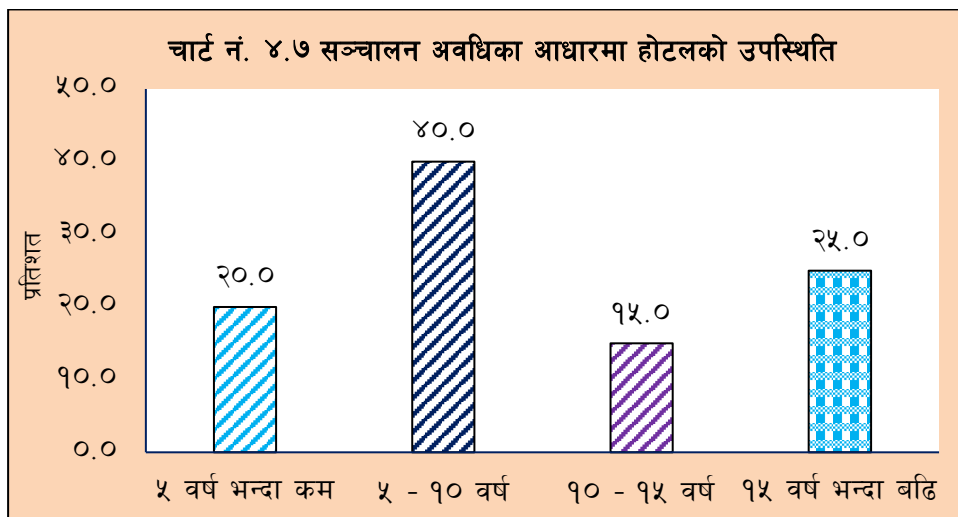
स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

होटल सञ्चालनको अवस्था तथा व्यवसाय विस्तारको योजना

४.२९ छनोटमा परेका धार्मिकस्थल वरपर रहेका ९५ प्रतिशत होटलहरूको सञ्चालक पुरुष रहेको देखिएको छ । औपचारिक रूपमा तालिम लिई होटल सञ्चालन गर्ने होटल व्यवसायी ३० प्रतिशत रहेको पाइएको छ । सानो व्यवसायको रूपमा होटलको सुरुवात गरी अनुभव हाँसिल गरी होटल व्यवसाय सञ्चालन गर्ने व्यवसायी ७० प्रतिशत रहेको देखिएको छ तर महिला होटल सञ्चालकले भने तालिम हाँसिल गरे पश्चात् मात्र व्यवसाय सञ्चालन गरेको पाइएको छ ।

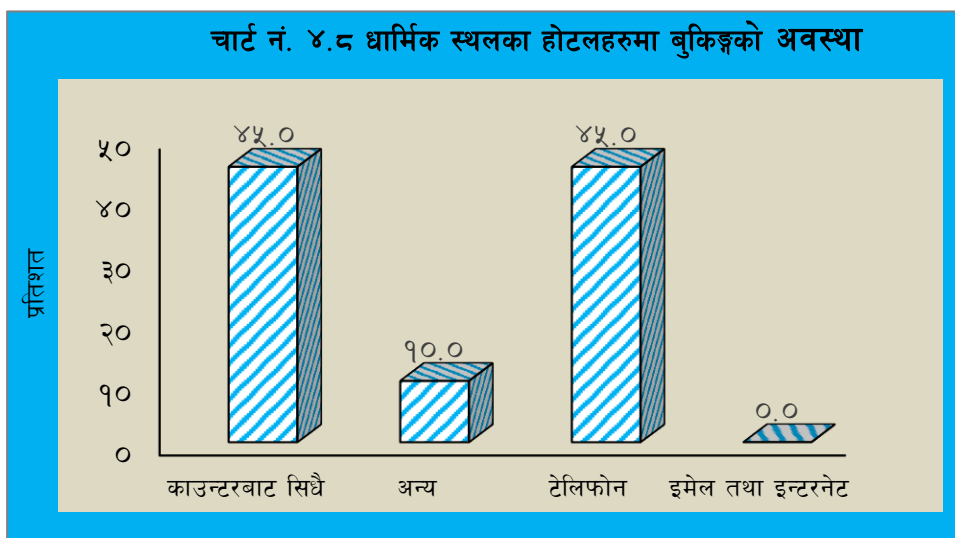
४.३० छनोटमा परेका धार्मिकस्थल वरपर रहेका होटलहरूमध्ये ८० प्रतिशत होटल स्थानीय व्यवसायीहरूले सञ्चालन गरेको पाइएको छ भने २० प्रतिशत मात्र जिल्ला बाहिरका लगानीकर्ताले सञ्चालन गरेको पाइएको छ । अधिकांश होटलहरूमा खाना र आवास दुवैको सुविधा उपलब्ध रहेको पाइएको छ भने खाजा तथा खाना मात्रको सुविधा भएका होटलहरूको संख्या न्यून रहेको पाइएको छ ।

४.३१ धार्मिकस्थल वरपरमा सञ्चालन अवधि ५ देखि १० वर्षका भएका होटलहरूको संख्या सबैभन्दा बढी ४० प्रतिशत रहेको देखिएको छ भने सञ्चालन अवधि १० देखि १५ वर्ष भएका होटलहरूको संख्या सबैभन्दा कम १५ प्रतिशत रहेको देखिएको छ । त्यसैगरी, सञ्चालन अवधि ५ वर्षभन्दा कम भएका होटलहरूको संख्या २० प्रतिशत रहेको देखिएको छ । सञ्चालन अवधि १५ वर्ष भन्दा बढी भएका होटलहरूले प्रवाह गर्ने सेवाको गुणस्तरको तुलनामा सञ्चालन अवधि १० वर्ष भन्दा कम भएका होटलहरूले प्रवाह गर्ने सेवाको गुणस्तर उत्तम रहेको पाइएको छ । सञ्चालन अवधि ५ वर्ष भन्दा कम रहेका होटलहरू विशेषगरी रिसोर्ट तथा सो अनुरूपको ढाँचामा सञ्चालन भएकोले उक्त होटलहरूको सेवामा विविधिकरण रहेको साथै परम्परागत भन्दा पर्यटकको रुचि/माग अनुसारको सेवा प्रवाह गर्ने गरेको पाइएको छ । यसप्रकारका होटल तथा रिसोर्टको सञ्चालन तथा लागानीमा स्थानीय भन्दा जिल्ला बाहिरका व्यवसायीहरूको संलग्नता बढी रहेको देखिएको छ ।



स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

४.३२ काउन्टरबाट सोभै र टेलिफोनको माध्यमबाट धार्मिकस्थलहरुमा रहेका होटल बुकिङ्ग गर्ने पर्यटकको संख्या सबैभन्दा बढी ४५/४५ प्रतिशत रहेको देखिएको छ भने अन्य माध्यमबाट होटल बुकिङ्ग गर्ने पर्यटकको संख्या १० प्रतिशत रहेको देखिएको छ। होटलको बुकिङ्ग गर्नका लागि इन्टरनेट तथा इमेल सेवाको प्रयोग शून्य प्रायः रहेको देखिएको छ।



स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

४.३३ धार्मिकस्थल वरपर रहेका होटलले सेवा प्रदान गरेवापत प्राप्त गर्ने अधिकांश भुक्तानी नगदमै हुने गरेको पाइएको छ। छनोटमा परेका २० वटा होटलमध्ये एउटा होटलमा मात्र QR Code को माध्यमबाट समेत भुक्तानी हुने गरेको तथा बाँकी १९ वटा होटलमा भुक्तानीको मुख्य माध्यम नगद रहेको देखिएको छ। आधुनिक भुक्तानीका माध्यमहरु जस्तै: QR Code, इ-वालेट, Connect IPS, मोवाइल बैकिङ्ग आदिको प्रयोग नगन्य रहेको पाइएको छ।

४.३४ पर्यटकलाई लक्षित गरी धार्मिकस्थल वरपर सञ्चालनमा रहेका होटलहरूमा एकल बेड भएको प्रतिहोटल औसत कोठा संख्या ४ रहेको पाइएको छ भने डबल बेड भएको प्रतिहोटल औसत कोठा संख्या ६ र सो भन्दा बढी बेड भएको प्रतिहोटल औसत कोठा संख्या ५ रहेको पाइएको छ । त्यसैगरी, प्रतिहोटल प्रतिपटक औसतमा ५४ जना पर्यटकलाई सेवा प्रदान गर्न सक्ने क्षमता रहेको पाइएको छ । समूहगत तथा पारिवारिक रूपमा भ्रमण गर्ने पर्यटकहरू आफ्नो सहजता एवं मितव्ययीताको दृष्टिकोणबाट धेरै शैया (बेड) संख्या भएको कोठाको माग बढी गर्ने भएकाले एकल बेड भएको कोठा संख्या भन्दा बढी बेड भएको कोठा संख्याको उपलब्धता तुलनात्मक रूपमा अधिक रहेको पाइएको छ । एउटै कोठामा धेरै पर्यटकलाई सेवा दिन सकिने र समग्रमा एकल बेड भएको कोठाको तुलनामा सामुहिक बेड भएको कोठामा बस्ने प्रति पर्यटक सञ्चालन लागत कम हुने तथा प्रति पर्यटक खर्च पनि कम हुने भएकाले होटल सञ्चालक र पर्यटक दुवै पक्ष समूहमा सेवा लिन दिन बढी आकर्षित भएको देखिएको छ ।

धार्मिकस्थल	प्रति होटल पर्यटक क्षमता	प्रति होटल एकल बेड भएको कोठा संख्या	प्रति होटल डबल बेड भएको कोठा संख्या	प्रति होटल दुई भन्दा बढी बेड भएको कोठा संख्या
बराहक्षेत्र	२७	१	२	०
हलेसी	८३	५	९	१२
सानो पाथीभरा	३५	७	७	२
ठूलो पाथीभरा	७१	३	७	६
भारित औसत	५४	४	६	५

स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

४.३५ सर्वेक्षणमा सहभागी धार्मिक पर्यटन स्थल वरपर सञ्चालनमा रहेका होटलहरूको औसत मासिक बिक्री रु.३ लाख ४२ हजार रहेको छ । सर्वेक्षणमा सहभागीमध्ये हाल कै अवस्थामा होटल सञ्चालन गर्ने योजना बनाएका व्यवसायीको बिक्री सबैभन्दा बढी रु.३ लाख ८८ हजार रहेको देखिएको छ भने भविष्यमा सेवा तथा सुविधा विस्तार गर्ने योजनामा रहेका होटल व्यवसायीको औसत मासिक बिक्री सबैभन्दा कम रु.१ लाख ५८ हजार रहेको देखिएको छ । सर्वेक्षणमा सहभागीमध्ये हलेसी महादेव मन्दिर वरपर रहेका होटलहरूको मासिक बिक्री आय सबैभन्दा बढी रु.६ लाख ९० हजार रहेको पाइएको छ भने ठूलो पाथीभरा मन्दिर वरपरका क्षेत्रहरू ठूलो तथा सानो फेदीमा रहेका होटलहरूको मासिक बिक्री आय सबैभन्दा कम रहेको पाइएको छ ।

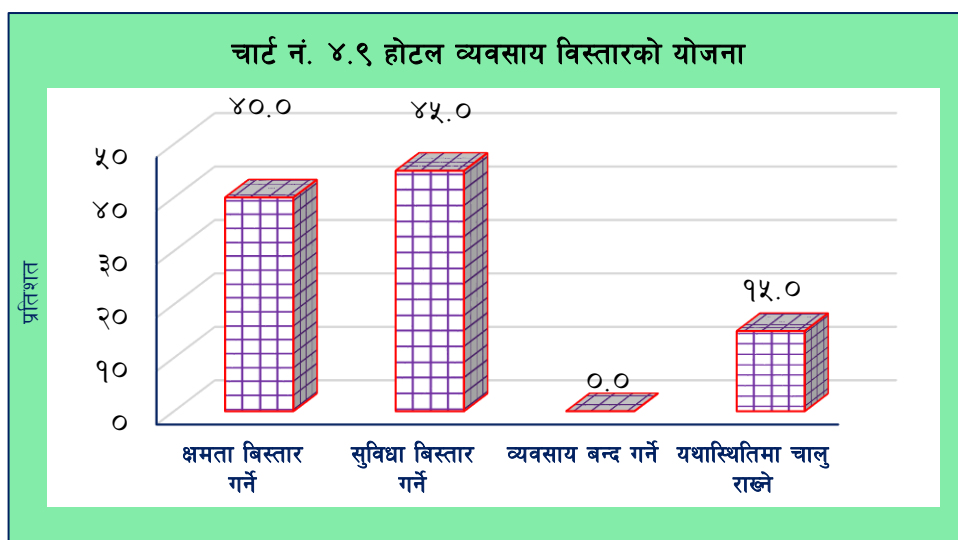
धार्मिक पर्यटकहरूको आवागमनको दृष्टिकोणबाट अग्रस्थानमा रहेता पनि भौगोलिक विकटता, यातायातको असुविधा, पर्यटकको रुचि तथा माग अनुसारको भौतिक सुविधाको व्यवस्थापन गर्न नसकि परम्परागत प्राकृतिको सेवा मात्र प्रदान गर्ने गरेको तथा सेवा शुल्क पनि स्थानीय विभिन्न समितिले तोकिए बमोजिम मात्र हुने भएकाले ठूलो पाथीभरा मन्दिर वरपर अवस्थित होटलको बिक्री आय अन्य धार्मिकस्थलको तुलनामा न्यून देखिएको छ । त्यस विपरीत हलेसी मन्दिर वरपर रहेका होटलहरूको आधुनिक सेवा तथा सुविधा उपलब्ध गराउन सक्ने क्षमता रहेको, एकै पटक धेरै पर्यटकलाई सेवा दिन सक्ने तथा ठूला

स्थान	बिक्री (रु.)
बराहक्षेत्र	१२६,०००
हलेसी	६९०,०००
सानो पाथीभरा	४४०,०००
ठूलो पाथीभरा	११४,०००
औसत	३४२,५००

स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

बैठक/गोष्ठी/सेमिनारहरु सम्पन्न गर्नसक्ने क्षमता भएका कारण होटल तथा रिसोर्टहरुको बिक्री आय उच्च रहेको देखिएको छ ।

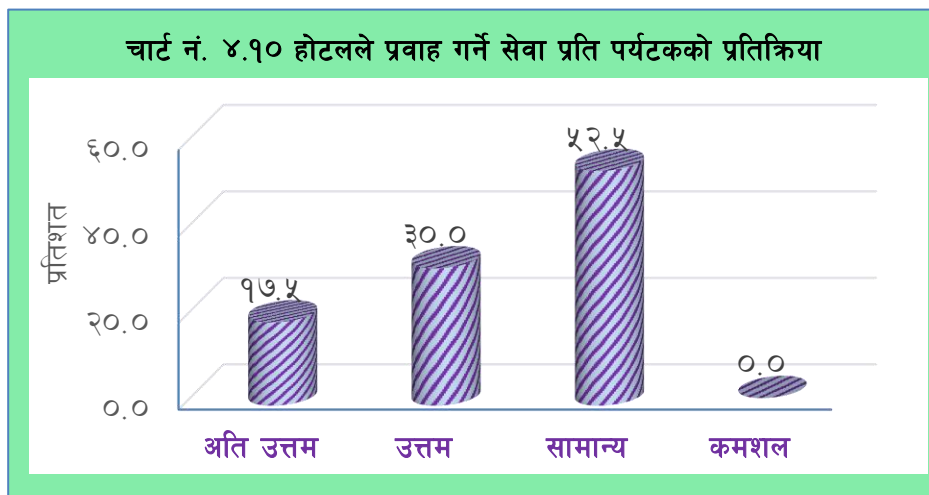
- ४.३६ सर्वेक्षणमा सहभागी होटलहरुमध्ये ४५ प्रतिशत होटलहरु केवल सुविधा विस्तार गर्ने र ४० प्रतिशत होटलहरु क्षमता विस्तार गर्ने योजनामा रहेको देखिएको छ भने १५ प्रतिशत मात्र हालको अवस्थामा यथावत रुपमा होटल सञ्चालन गर्ने योजनामा रहेको देखिएको छ । सर्वेक्षणमा सहभागी कुनै पनि व्यवसायीको होटल व्यवसाय बन्द गर्ने योजना रहेको पाइएको छैन । धार्मिकस्थल वरपर रहेका अधिकांश होटलहरु सार्वजनिक/सरकारी जग्गा वा वनको जग्गामा निर्माण/सञ्चालन भएको/रहेकोले हाल प्रदान गरिरहेका सेवा तथा सुविधाको आधुनिकीकरण, विविधिकरण, विस्तार गर्ने कार्य सहज देखिदैन । कोभिड- १९ महामारीमा अति प्रभावित क्षेत्रको रुपमा वर्गीकरण गरिएको यस होटल व्यवसायलाई रोजगारी तथा आयआर्जनको मुख्य पेशाको रुपमा अपनाएका व्यवसायीले तत्काल यस व्यवसायको अन्य विकल्प समेत नदेखेको सन्दर्भमा केही समयवाधिको नोक्सानीलाई बहन गरेर भएपनि व्यवसायलाई निरन्तरता दिन चाहेको देखिएको छ ।



स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

होटलको सेवा प्रति पर्यटकको प्रतिक्रिया

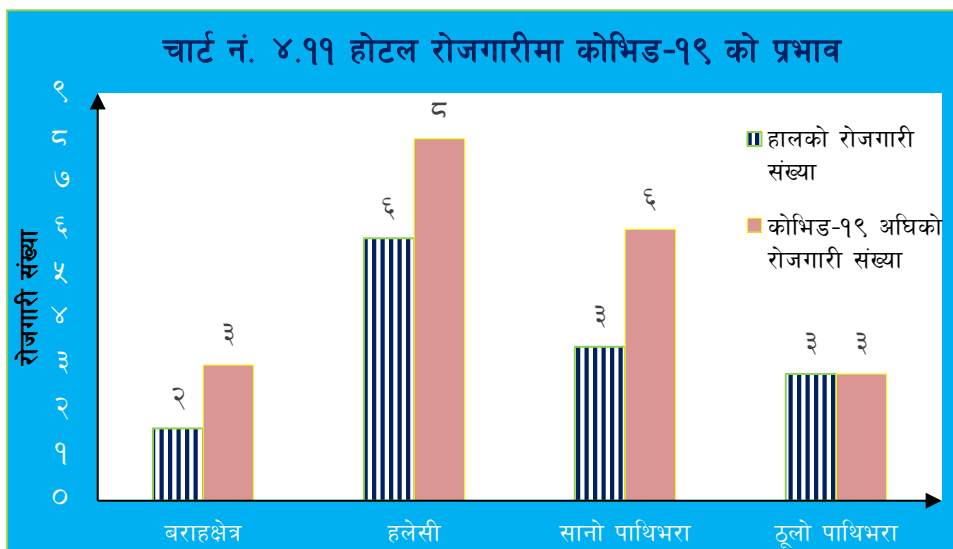
- ४.३७ सर्वेक्षणमा सहभागी भएका आन्तरिक पर्यटकहरुमध्ये १७.५ प्रतिशत पर्यटकले धार्मिकस्थल वरपर रहेका होटलले प्रवाह गर्ने सेवाको गुणस्तर अति उत्तम (Excellent) रहेको प्रतिक्रिया दिएका छन् भने ३० प्रतिशतले उत्तम (Good) रहेको प्रतिक्रिया दिएका छन् । त्यसैगरी, ५२.५ प्रतिशत पर्यटकले होटलको सेवा प्रवाहको गुणस्तर सामान्य रहेको प्रतिक्रिया दिएका छन् भने पर्यटकस्तरीय होटलको सेवा प्रवाह समग्रमा सन्तोषजनक रहेको पाइएको छ । छनोटमा परेका स्थानहरुमध्ये हलेसी महादेवस्थानमा रहेका होटलले प्रवाह गर्ने सेवामा पर्यटकको सन्तुष्टिस्तर अधिक रहेको छ भने बराहक्षेत्रमा रहेका होटलले प्रवाह गर्ने सेवामा पर्यटकको सन्तुष्टिस्तर तुलनात्मक रुपमा न्यून रहेको पाइएको छ ।



स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

होटल व्यवसायमा कोभिड-१९ को प्रभाव

४.३८ छनोटमा परेका होटलहरूले कोभिड १९ महामारीको दोस्रो लहरको समाप्ति पश्चात् औसतमा प्रति होटल ३ जनाका दरले रोजगारी प्रदान गरेको देखिएको छ । कोभिड-१९ अगाडिको तुलनामा कोभिड १९ महामारीको दोस्रो लहरको समाप्तिसम्मको अवधिमा प्रत्येक होटलले औसतमा २ जना कर्मचारी कटौती गरेको देखिएको छ । कोभिड-१९ अगाडिको तुलनामा कोभिड -१९ महामारीको दोस्रो लहरको समाप्ति पश्चात् पनि होटल व्यवसाय रोजगारी सिर्जनाको सन्दर्भमा पूर्ववत अवस्थामा फर्कि नसकेको देखिएको छ ।



स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

४.३९ सर्वेक्षणका क्रममा धार्मिकस्थल वरपर रहेका होटलहरूको कोभिड-१९ महामारी भन्दा अगाडि औसत मासिक बिक्री आय रु.४ लाख ७३ हजार रहेकोमा कोभिड-१९ महामारीको दोस्रो लहरको समाप्ति पश्चात् बिक्री आय २७.६ प्रतिशतले घटेर रु.३ लाख ४२ हजार भएको देखिएको छ । बिक्री आयको आधारमा होटल व्यवसाय पूर्ण रुपमा कोभिड-१९ महामारी भन्दा अगाडिको अवस्थामा फर्कि नसकेको देखिएको छ । बिक्री आयको तथ्याङ्कलाई आधार मान्दा व्यवसाय विस्तारको योजना बनाएका होटल व्यवसायीलाई सबैभन्दा बढी असर परेको देखिन्छ । सर्वेक्षण अनुसार व्यवसायको क्षमता विस्तार गर्ने योजना बनाएका व्यवसायको बिक्री आय सबैभन्दा बढी ३०.६ प्रतिशतले घटेको देखिएको छ । त्यसैगरी, यथास्थितिमा सञ्चालन गर्ने योजना रहेको व्यवसायीहरूको बिक्री आय

२६.८ प्रतिशतले घटेको देखाएको छ भने सेवामात्र विस्तार गर्ने योजना बनाएका व्यवसायीहरूको विक्री आय ११.२ प्रतिशतले घटेको सर्वेक्षणले देखाएको छ ।

तालिका ४.१५ : होटल व्यवसाय विस्तारमा कोभिड-१९ को प्रभाव			
योजना	कोभिड -१९ अगाडिको विक्री (रु.)	कोभिड -१९ दोस्रो लहर पश्चात् विक्री (रु.)	प्रतिशत परिवर्तन
क्षमता विस्तार गर्ने	५,१८,७५०	३,६०,०००	-३०.६%
यथास्थितिमा चालु राख्ने	५,३०,५५६	३,८८,३३३	-२६.८%
सेवा विस्तार गर्ने	१,७८,३३३	१,५८,३३३	-११.२%

स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

स्थान विशेषका आधारमा बराहक्षेत्र तथा सानो पाथीभरा मन्दिर वरपर रहेका होटल व्यवसायको विक्री आय क्रमशः ३०.० र ३२.३ प्रतिशतले घटेको देखिएको छ भने ठूलो पाथीभरा मन्दिर वरपर रहेका होटल व्यवसायको विक्री ६.६ प्रतिशतले घटेको देखिएको छ ।

तालिका ४.१६ : धार्मिकस्थलका होटलमा कोभिड-१९ को प्रभाव			
स्थान	कोभिड -१९ अगाडिको विक्री (रु.)	कोभिड -१९ दोस्रो लहर पश्चात् विक्री (रु.)	प्रतिशत परिवर्तन
बराहक्षेत्र	१८०,०००	१२६,०००	-३०.०%
हलेसी	९४०,०००	६९०,०००	-२६.६%
सानो पाथीभरा	६५०,०००	४४०,०००	-३२.३%
ठूलो पाथीभरा	१२२,०००	११४,०००	-६.६%
औसत	४७३,०००	३४२,५००	-२७.६

स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

४.४० सामान्यतय होटलको Occupancy दर तथा मासिक विक्री आयका बीचमा धनात्मक सहसम्बन्ध (Positive Correlation) हुने गर्दछ । सर्वेक्षणमा सहभागी भएका होटलहरूको कोभिड १९ पूर्व मासिक Occupancy दर तथा विक्री आयका बीचको सहसम्बन्ध ०.३९ रहेको देखिएको छ भने कोभिडको दोस्रो लहरको समाप्ति पश्चात्को सहसम्बन्ध ०.३० रहेको देखिएको छ । कोभिड -१९ को प्रभावले Occupancy दर र विक्री आयका बीचमा कमजोर सहसम्बन्ध रहेको देखिएको तथ्यले यस व्यवसायमा कोभिड-१९ को प्रभाव हालसम्म पनि रहिरहेको अनुमान गर्न सकिन्छ ।

तालिका ४.१७ : कोभिड-१९ पछाडि र अगाडिको विक्री र Occupancy बीचको सह-सम्बन्ध		
चरहरू	कोभिड -१९ अगाडिको अकुपेन्सी	कोभिड -१९ को दोस्रो लहर पछाडिको अकुपेन्सी
कोभिड -१९ अगाडिको विक्री	०.३९	-
कोभिड -१९ को दोस्रो लहर पछाडिको विक्री	-	०.३०

स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

होटल व्यवसायका मुख्य समस्याहरू

- धार्मिकस्थल वरपर रहेका जग्गामा व्यक्ति र गुठी/वन दुवैको दोहोरो स्वामित्व रहेका कारण व्यवसायीले जग्गा धितो राखी बैंक तथा वित्तीय संस्थाबाट होटलको सेवा तथा क्षमता विस्तार गर्न आवश्यक पर्ने वित्तीय स्रोत जुटाउन कानुनी अड्चन रहेको ।

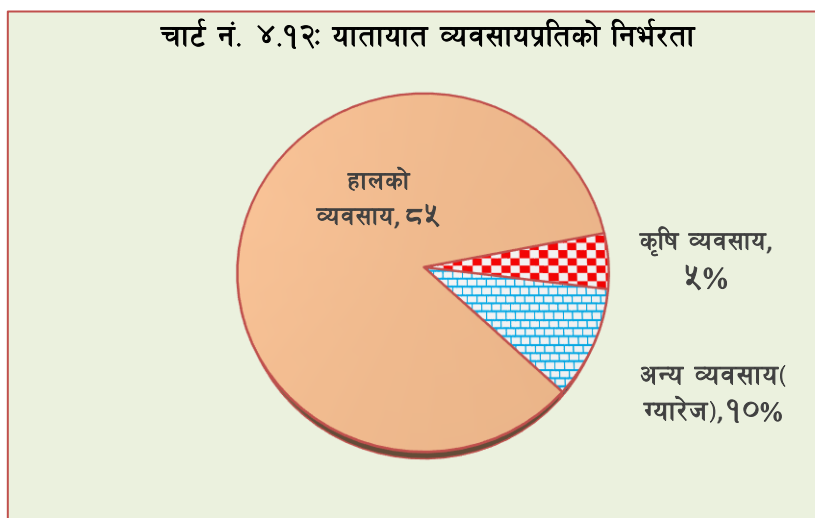
- कतिपय धार्मिकस्थल रहेको स्थान भौगोलिक रूपमा विकट र प्रविधिमा सहज पहुँच नभएका कारण वरपरका होटलको सेवा तथा सुविधाको आधुनिकीकरण तथा विविधिकरण हुन नसकेको ।
- होटल सञ्चालनका लागि आवश्यक पर्ने पूर्वाधारहरु जस्तै : विद्युत, पानी, खाद्यन्नको आपूर्ति नियमित हुने सुनिश्चतता नभएकोले ग्रामीण इलाकामा रहेका धार्मिकस्थल वरपर पर्यटकस्तरीय होटलको स्थापना तथा विस्तार हुन नसकेको ।
- बैकिङ्ग ज्ञान तथा वित्तीय चेतनाको कमी, विद्युत तथा इन्टरनेट सेवाको अनियमितता तथा कतिपय अवस्थामा भुक्तानी सेवा प्रदायकले प्रदान गर्ने सेवाको कमजोर गुणस्तरका कारण होटल सेवा वापतको रकम भुक्तानी स्वीकार गर्न भुक्तानीका आधुनिक माध्यम/उपकरणहरु जस्तै: QR Codes, POS Machine आदिको प्रयोग तथा विस्तारमा समस्या रहेको ।
- मौसमी अवस्था तथा धार्मिक तिथि मितिले पर्यटकको आवागमनमा प्रभाव पार्ने भएकोले अनुकूल मौसम तथा धार्मिक चाँडपर्वका अवसरमा पर्यटकको आप्रवाह अधिक भई होटलको क्षमता अपुग हुने तर अन्य समयमा होटलको Occupancy अत्यन्त न्यून/खाली हुने गरेको ।
- ग्रामीण इलाकामा रहेका पर्यटकस्तरीय होटलमा पर्यटकको रुचि/माग अनुसारको खाद्यान्नका परिकार तयार गर्ने तालिम प्राप्त जनशक्ति अभाव रहेको ।
- पर्यटकको रुचि/माग अनुसारको खाद्यान्नका परिकारका लागि आवश्यक पर्ने खाद्य सामग्री, तरकारी तथा फलफूल आदिको स्थानीयस्तर बाटै आपूर्ति हुने गरी कृषिजन्य वस्तुको पर्याप्त उत्पादन नभएकोले पर्यटकको रुचि/माग अनुसारको खाद्य परिकारको विविधिकरण गर्न समस्या रहेको ।

धार्मिक धार्मिकस्थलहरुमा यातायात सेवाको अवस्था

यातायात व्यवसाय सञ्चालनको अवस्था

- ४.४१ धार्मिक पर्यटकीय स्थललाई आफ्नो मुख्य गन्तव्यको रूपमा वा मार्ग भएर सवारी सञ्चालन गर्ने सर्वेक्षणमा सहभागी अधिकांश यातायात व्यवसायीहरु पुरुष रहेका छन् भने यस व्यवसायमा महिला सहभागिता शून्य प्राय देखिएको छ । यस व्यवसायमा संलग्न भएका ८५.० प्रतिशत व्यवसायीहरु पूर्ण रूपमा यस व्यवसायमा मात्र निर्भर रहेको देखिएको छ भने १०.० प्रतिशत व्यवसायीहरु प्रत्यक्ष वा अप्रत्यक्ष रूपमा हालको यातायात व्यवसायसँग अन्तरनिर्भर रहेका अन्य व्यवसायहरु जस्तै: सवारी साधन मर्मत गर्ने ग्यारेज, यातायात समितिका काउन्टरमा मासिक रोजगारी वा सवारी साधनका यात्रुलाई खानाको प्रवन्ध गर्ने स-साना होटल आदि पेशा तथा व्यवसायमाथि निर्भर रहेको देखिएको छ । त्यसैगरी, यातायात व्यवसायमा आंशिक रूपमा निर्भर ५.० प्रतिशत व्यवसायीले अन्य पेशा जस्तै: कृषि, व्यापार, र यातायात व्यवसायलाई सहायक पेशाको लिएको पाइएको छ । पहाडी क्षेत्रमा युवा लक्षित युवा स्वरोजगार कार्यक्रम सीमित रूपमा सञ्चालन भएको तथा भएका कार्यक्रमहरु

पनि प्रभावकारी रूपमा कार्यन्वयन नहुँदा यातायात व्यवसायप्रति बढी आकर्षण देखिएको छ, भने वैदेशिक रोजगारीलाई पनि विकल्पको रूपमा लिएकाले देखिएको छ।



स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

४.४२ सर्वेक्षणमा सहभागीमध्ये पाँच वर्ष भन्दा कम अवधि यातायात व्यवसायमा संलग्न रहेका व्यवसायीको संख्या ६५.० प्रतिशत रहेको पाइएको छ भने पाँचदेखि दश वर्ष अवधिसम्म यातायात व्यवसायमा संलग्न रहेका व्यवसायीको संख्या २०.० प्रतिशत रहेको पाइएको छ। १० वर्ष भन्दा बढी अवधिदेखि यस व्यवसायमा संलग्न रहेका व्यवसायीहरू १५.० प्रतिशत रहेको पाइएको छ। अधिकांश धार्मिक पर्यटकीय स्थलहरू विकट ग्रामीण इलाकामा अवस्थित भएको तथा द्वन्दकालमा सडक पूर्वाधार विस्तार तथा निर्माण र यातायात सञ्चालनमा अवरोध भएका कारण लामो समयदेखि यस क्षेत्रमा सहभागी भएका व्यवसायीहरूको उपस्थिति कम देखिएको छ।

४.४३ सर्वेक्षणमा सहभागी व्यवसायीहरूमध्ये ७०.० प्रतिशत व्यवसायीको व्यवसायलाई यथास्थितिमा सञ्चालन गर्ने योजना रहेको पाइएको छ भने २५.० प्रतिशत व्यवसायीको क्षमता विस्तार गरेर व्यवसाय सञ्चालन गर्ने योजना रहेको पाइएको छ। दुर्गम तथा पहाडी क्षेत्रमा यातायात सञ्चालन गर्दा उच्च जोखिम तथा प्रतिफल कम हुने भएकाले व्यवसायीले सुविधा तथा क्षमता विस्तार गर्न नचाहेको सर्वेक्षणले देखाएको छ भने हालको व्यवसाय बन्द गरी नयाँ व्यवसाय

तालिका ४.१८ : व्यवसाय सञ्चालनको योजना	
व्यवसाय विस्तारको योजना	प्रतिशत
क्षमता विस्तार गर्ने	२५
सुविधा विस्तार गर्ने	०
व्यवसाय बन्द गर्ने	५
यथास्थितिमा चालु राख्ने	७०

स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

सञ्चालन गर्ने योजनामा रहेका व्यवसायी केवल ५.० प्रतिशत मात्र रहेको देखिएको छ। पहाडी क्षेत्रमा रोजगारीका अन्य अवसर कम भएको, नयाँ व्यवसायका लागि आवश्यक बजार, पूँजी, सीप तथा दक्ष श्रमिकको अभाव आदि कारणले नयाँ व्यवसायको सुरुवात गर्न भन्दा हाल सञ्चालनमा रहेको व्यवसायलाई नै निरन्तरता दिन चाहेको देखिएको छ।

यातायात व्यवसायमा वित्तीय सेवाको पहुँच

४.४४ सर्वेक्षणमा सहभागी धार्मिकस्थललाई आफ्नो मुख्य मार्ग बनाएर व्यवसाय सञ्चालन गर्ने ३५.० प्रतिशत व्यवसायीलाई मात्र नेपाल राष्ट्र बैंकले जारी गर्ने विविध निर्देशन तथा मौद्रिक नीतिका बारेमा जानकारी रहेको पाइएको छ भने ६५.० व्यवसायीहरू अनविज्ञ रहेको पाइएको छ। बैंक तथा वित्तीय संस्थाबाट प्रवाह हुने

सहूलियतपूर्ण कर्जाका सम्बन्धमा जानकारी नभएको तथा जानकारी भएकाहरु पनि भन्कटिलो कर्जा प्रकृया पूरा नगरी कर्जा पाइदैन भन्ने धारणा रहेको तथा वित्तीय सेवाप्रति आकर्षण नभएको देखिएको छ ।

४.४५ सर्वेक्षणमा सहभागीमध्ये बैंक तथा वित्तीय संस्थाबाट कर्जा लिएका व्यवसायीहरुको संख्या ९०.० प्रतिशत रहेको पाइएको छ भने स्वपुँजी वा ठेक्कापट्टा प्रणालीबाट यातायातको सञ्चालन गर्ने व्यवसायी १०.० प्रतिशत रहेको पाइएको छ । सर्वेक्षणमा सहभागी व्यवसायीले न्यूनतम रु.३ लाखदेखि अधिकतम रु.२५ लाखसम्म र औसत रु.१२ लाख ७८ हजार कर्जा लिएको पाइएको छ । कर्जा लिँदा व्यवसायीले सवारीसाधनका अतिरिक्त अन्य अचल सम्पत्ती पनि धितो राखेर मात्र कर्जा लिएको देखिएको छ । स्थान विशेषका आधारमा विश्लेषण गर्दा सानो पाथीभरासम्म वा सो मार्ग भएर जाने यातायात सञ्चालन गर्ने व्यवसायीले औसतमा सबैभन्दा बढी कर्जा सुविधा उपभोग गरेको देखिएको छ । अन्य धार्मिकस्थलको तुलनामा यातायातको सहज पहुँच, बैंक तथा वित्तीय संस्थाको उपस्थितिको सघनताले गर्दा औसत कर्जा उपयोग रकम बढी देखिएको छ । यातायात व्यवसायमा सवारी खरिदकर्ता सवारीधनीले दोस्रो पक्षलाई निश्चित अवधिको लागि सवारी साधन सञ्चालन गर्न दिने र सम्झौता बमोजिमको तोकिएको अवधि समाप्त भई तोकिएको रकम प्राप्त भएपछि दोस्रो पक्षलाई सवारी साधनको स्वामित्व हस्तान्तरण गरिदिने ठेक्कापट्टा प्रणाली अत्याधिक प्रचलित रहको पाइएको छ ।

तालिका ४.१९: स्थान अनुसार कर्जा रकम	
स्थान	प्रति सवारी कर्जा रकम(रु.)
बराहक्षेत्र	३६६,६६७
हलेसी	१,५४०,०००
सानो पाथीभरा	१,५२५,०००
ठूलो पाथीभरा	१,५००,०००
औसत	१,२७८,५७१

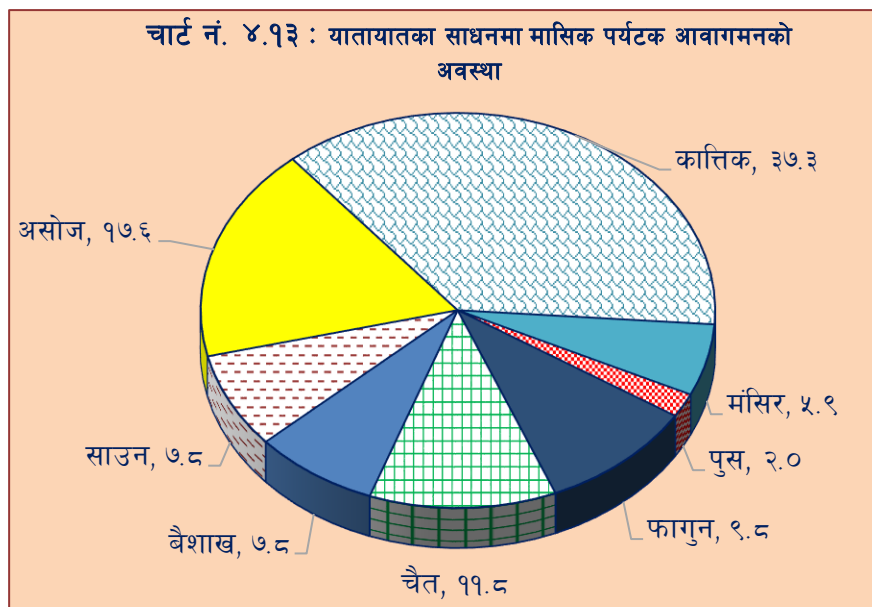
स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

४.४६ सवारी साधन खरिदको लागि बैंक तथा वित्तीय संस्थाबाट कर्जा लिएका सर्वेक्षणमा सहभागी व्यवसायीमध्ये ७२.० प्रतिशतले आफ्नो कर्जाको किस्ता नियमित भुक्तानी गर्ने गरेको पाइएको छ भने २८.० प्रतिशत व्यवसायीले नियमित रुपमा भुक्तानी गर्न नसकेको देखिएको छ । धार्मिकस्थललाई आफ्नो गन्तव्य वा मार्ग भएर जाने यातायातका साधनले बढी प्रतिस्पर्धा गर्नुपर्ने, सवारीहरु सिण्डिकेट प्रणालीमा आधारित भएर सञ्चालन गर्नुपर्ने, सडकको स्तर कमजोर भएकाले सवारी साधन मर्मतसम्भारमा बढी खर्च हुने गरेको र धार्मिक पर्यटकको आवतजावत वर्षेभरी एकनास नभई विशेष अवसर, चाडपर्वमा बढी हुने हुँदा सवारीसाधन पूर्ण क्षमतामा सञ्चालन हुन नसकी कर्जाको नियमित भुक्तानी नभएको देखिएको छ ।

सवारी साधनमा पर्यटक आवागमनको स्थिति

४.४७ सर्वेक्षणमा सहभागी यातायात व्यवसायीमध्ये ३७.३ प्रतिशत यातायात व्यवसायीले सबैभन्दा बढी पर्यटक आउने महिना भनेर कात्तिकलाई मानेका छन् भने १७.६ प्रतिशतले सबैभन्दा बढी पर्यटक आउने महिना भनेर असोज महिनालाई मानेका छन् । यातायात व्यवसायीका अनुसार धार्मिकस्थलमा पर्यटकको आवागमन बाह्रै महिना एकैनासको नभएर महिना अनुसार फरक फरक हुने गरेको छ । यातायात व्यवसायीका अनुसार विशेष गरी नयाँ वर्षको अवसरमा वैशाख महिनामा धार्मिकस्थलमा पर्यटकको आवागमन बढी हुने गरेको छ । जेठ र असार महिना पर्यटकीय दृष्टिकोणले उपयुक्त नरहेको तर साउन महिनामा महादेवका धार्मिकस्थलमा जल चढाउने उद्देश्यले पर्यटकको आवगमन बढी हुने गरेको देखिएको छ । भदौ र माघ महिना धार्मिकस्थलहरुमा पर्यटकको आवागमन न्यून रहेको पाइएको छ । यसरी, धार्मिक पर्यटकका दृष्टिकोणले आर्थिक वर्षको दोस्रो त्रयमास सबैभन्दा बढी उपयुक्त रहेको देखिएको छ । वर्षको पहिलो त्रयमास र तृतीय त्रयमास मध्यम र चौथो त्रयमास सामान्य रहेको सर्वेक्षणबाट देखिएको छ । पहिलो त्रयमासको अन्तिम महिना असोज तथा दोस्रो त्रयमासको सुरुको महिनामा कात्तिकमा नेपालीहरुको महान चाड वडादशैं तथा तिहार पर्ने तथा लामो सार्वजनिक विदा समेत हुने

भएकोले कर्मचारी, व्यवसायी तथा व्यापारीका लागि घुमघाम गर्न उपयुक्त समय भएकाले धार्मिकस्थलमा धार्मिक पर्यटकको संख्या उल्लेखनीय रूपमा बढ्ने गरेको देखिएको छ ।



स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

४.४८ सर्वेक्षणमा सहभागी यातायात व्यवसायीका अनुसार छनोटमा परेका धार्मिकस्थललाई अन्तिम गन्तव्य बनाउने वा सो मार्ग भएर जाने यातायात व्यवसायीले वर्षमा औसतमा १६ पटक धार्मिक पर्यटक लिएर रिजर्भमा जाने गरेको पाइएको छ । रिजर्भ संख्याका आधारमा हलेसीसम्म वा सो मार्ग भएर जाने यातायात व्यवसायीले वर्षभरिमा औसतमा सबैभन्दा बढी १९ पटकसम्म रिजर्भमा जाने गरेको पाइएको छ । त्यसैगरी ताप्लेजुडको पाथीभरासम्म जाने व्यवसायीले वर्षमा औसतमा १८ पटकसम्म रिजर्भमा जाने गरेको पाइएको छ । सानो पाथीभरासम्म वा सो मार्ग भएर जाने यातायात व्यवसायीले वर्षमा सबैभन्दा कम १० पटक सम्ममात्र रिजर्भमा जाने गरेको पाइएको छ । यस धार्मिकस्थलसम्म सडक यातायातको सहज पहुँच रहेको तथा सार्वजनिक सवारीका साधनको सुविधा समेत रहेका कारण रिजर्भमा जाने संख्या न्यून रहेको देखिएको छ ।

स्थान	रिजर्भ संख्या
बराहक्षेत्र	१६
हलेसी	१९
सानो पाथीभरा	१०
ठूलो पाथीभरा	१८
औसत	१६

स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

४.४९ सर्वेक्षणमा सहभागी यातायात व्यवसायीहरूको मासिक आय औसत रु.१ लाख २ हजार रहेको देखिएको छ । स्थान विशेषका आधारमा बराहक्षेत्रलाई आफ्नो मुख्य गन्तव्य बनाएर यातायात सञ्चालन गर्ने व्यवसायीको मासिक औसत आय सबैभन्दा कम रु.३७ हजार देखिएको छ भने ताप्लेजुडको ठूलो पाथीभरालाई आफ्नो मुख्य गन्तव्य बनाएर जाने यातायात सञ्चालन गर्ने व्यवसायीको मासिक औसत आय सबैभन्दा बढी रु.१ लाख १८ रहेको देखिएको छ । बराहक्षेत्रमा विशेषगरी टेम्पो वा अटो जस्ता साना सवारी साधन चल्ने गरेकाले मासिक औसत आय सबैभन्दा थोरै भएको देखिएको छ । त्यसैगरी, हलेसी वा ठूलो पाथीभरालाई आफ्नो मुख्य गन्तव्य बनाएर सञ्चालनमा रहेका यातायातले एकैपटक मा धेरै यात्रु ओसारपसार गर्न सक्ने तथा एकैदिनमा पनि पटक पटक यात्रु ओसारपसार गर्ने गरेकाले आय अधिक देखिएको छ ।

हेलिकोप्टर मार्फत हुने धार्मिकस्थलको भ्रमण अवस्था

४.५० प्रदेश नं. १ स्थित खोटाङको हलेसी महादेवस्थान र ताप्लेजुङको पाथीभरा मन्दिर पर्यटकहरूले हेलिकप्टरबाट उल्लेख्य रूपमा भ्रमण गर्ने गरेका धार्मिक पर्यटकीयस्थलहरू हुन्। उक्त स्थानहरूमध्ये ताप्लेजुङको पाथीभरा मन्दिर हेलिकप्टर मार्फत सबैभन्दा धेरै भ्रमण हुने धार्मिक पर्यटकीयस्थलमा पर्दछ। उक्त धार्मिक पर्यटकीयस्थलहरू बाहेक अन्य धार्मिकस्थलहरूमा पर्यटकले छिटफुट रूपमामात्र हेलिकप्टर मार्फत भ्रमण गरेको पाइएको छ। हेलिकप्टर कम्पनीहरूले मुख्य रूपमा काठमाण्डौ-पाथीभरा, धरान-पाथीभरा, सुकेटार-पाथीभरा र फिक्कल-पाथीभरा गरी चारवटा रुटको प्रयोग गरी पाथीभरा मन्दिर भ्रमण गर्ने पर्यटकलाई सेवाप्रवाह गर्दै आएको पाइएको छ। सन् २०२१ जनवरी देखि डिसेम्बर महिनासम्मको तथ्याङ्कको आधारमा हेलिकप्टर मार्फत पाथीभराको दर्शन गर्ने पर्यटकको संख्या २,२९१ रहेको पाइएको छ (तालिका ४.२१)। पर्यटकहरूले सबैभन्दा बढी नोभेम्बर (कात्तिक-मंसिर) महिनामा हेलिकप्टर मार्फत पाथीभरा मन्दिरको भ्रमण गरेको देखिएको छ भने जून र अगष्ट महिनामा हेलिकप्टरबाट कुनै पनि भ्रमण नभएको पाइएको छ। सन् २०२१ मा पाथीभरा मन्दिर नजिकै रहेको सुकेटार विमानस्थलमा अवतरण “ल्याण्डिङ्ग” गरी जाने उडान संख्या २०५ तथा यात्रु ४२१ रहेका छन् भने विमानस्थल प्रयोग नगरी “ओभर फ्लाई” मार्फत सिधै पाथीभरा जाने यात्रुको संख्या १,८७० रहेको छ (तालिका ४.२१)।

क्र.स.	महिना	ल्याण्डिङ्ग		ओभर फ्लाई	
		संख्या	यात्रु संख्या	संख्या	यात्रु संख्या
१	जनवरी	०	०	१	५
२	फेब्रुवरी	२	५	१	५
३	मार्च	२४	४९	८	४०
४	अप्रिल	६	१५	२१	१०५
५	मे	०	०	४	२०
६	जुलाई	१	२	०	०
७	सेप्टेम्बर	०	०	१	५
८	अक्टोबर	५३	१४२	११५	५७५
९	नोभेम्बर	९१	१८४	१७१	८५५
१०	डिसेम्बर	२८	२४	५२	२६०
	कुल	२०५	४२१	३७४	१८७०

स्रोत : सुकेटार विमानस्थल कार्यालय

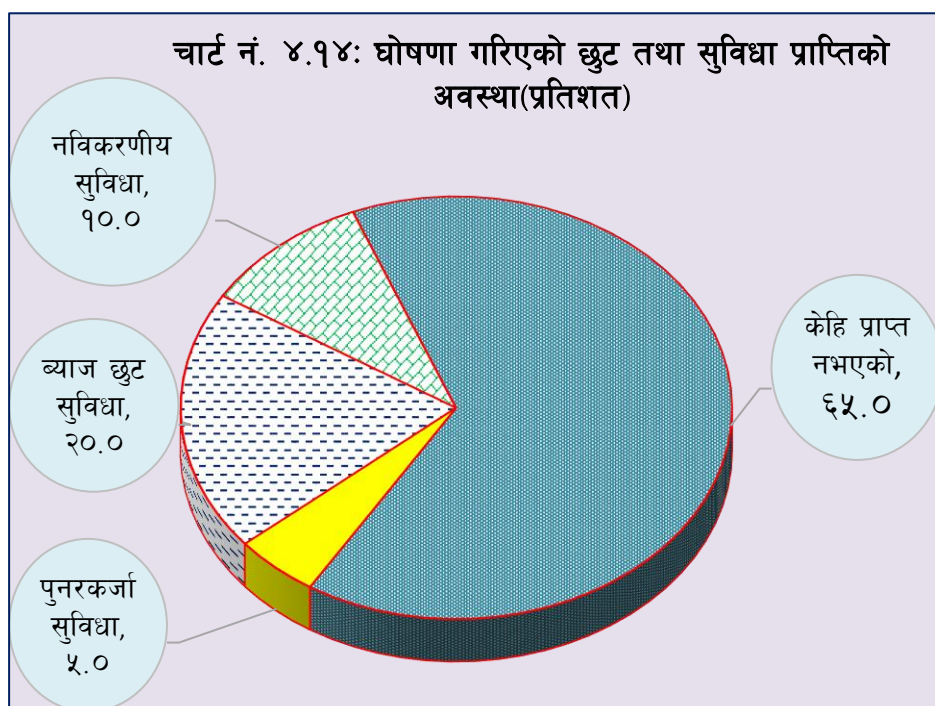
४.५१ धार्मिकस्थलमा उडान गर्ने हेलिकप्टर कम्पनीहरूले ट्राभल्स एजेन्सीसँग समन्वय गरी हेलिकप्टर चार्टर तथा उडान गर्ने गरेको पाइएको छ। काठमाण्डौदेखि पाथीभरासम्मको प्रतिव्यक्ति अधिकतम शुल्क रु.७०,००० रहेको पाइएको छ भने सुकेटारदेखि पाथीभरासम्मको प्रतिव्यक्ति शुल्क रु.१०,००० रहेको पाइएको छ। त्यसैगरी, काठमाण्डौदेखि हलेसीसम्मको अधिकतम शुल्क रु.३५,००० रहेको पाइएको छ (तालिका ४.२२)। धार्मिकस्थलसम्म जाने हेलिकप्टरमा एकपटकमा ४-५ जनासम्म पर्यटकले मात्र यात्रा गर्न सक्ने भएकाले समूह बनाएर हेलिकप्टरबाट यात्रा गर्ने पर्यटकले लागतमा केही छुटको सुविधा समेत प्राप्त गरेको पाइएको छ। त्यसैगरी, हेलिकप्टर कम्पनीहरूले पर्यटकहरूको धार्मिकस्थल भ्रमणलाई लक्षित गरी २ जनाकर्मचारीको समेत व्यवस्था गरेको पाइएको छ।

मुख्य रुट	औसत भाडा(रु.)
काठमाण्डौ-पाथीभरा	६०,०००-७०,०००
धरान-पाथीभरा	३०,०००-३२,०००
सुकेटार-पाथीभरा	८,०००-१०,०००
फिक्कल-पाथीभरा	२८,०००-३०,०००
काठमाण्डौ-हलेसी	३०,०००-३५,०००

स्रोत : सिम्रिक एयर, प्रभु हेलिकोप्टर

यातायात व्यवसायमा कोभिड-१९ को प्रभाव

४.५२ सर्वेक्षणमा सहभागी ६५.० प्रतिशत यातायात व्यवसायीहरूले कोभिड-१९ को कारण जारी बन्दाबन्दी र निषेधाज्ञाको समयमा नेपाल सरकार तथा नेपाल राष्ट्र बैंकले घोषणा गरेको कुनैपनि सुविधा तथा सहूलियत प्राप्त नगरेको देखिएको छ भने २०.० प्रतिशत व्यवसायीले उक्त अवधिको ब्याज छुट प्राप्त गरेको पाइएको छ । त्यसैगरी, १०.० प्रतिशत व्यवसायीले कर्जा नवीकरणको सुविधा प्रयोग गरेको तथा ५.० प्रतिशत व्यवसायीले मात्र पुनरकर्जा सुविधा प्राप्त गरेको पाइएको छ भने सर्वेक्षणमा सहभागी कसैलेपनि कर्जा पुनरतालिकीकरणको सुविधा लिएको देखिएको छैन । धार्मिकस्थललाई आफ्नो गन्तव्य बनाएर वा सोही मार्ग भएर यातायात सञ्चालन गर्ने अधिकांश व्यवसायीले बैंक तथा वित्तीय संस्थाबाट कर्जा नलिई अर्कै सवारी धनीको सवारी साधन ठेक्कापट्टा प्रणालीमा सञ्चालन गर्ने गरेको पाइएकोले बैंक तथा वित्तीय संस्थाले दिएको छुट तथा सुविधाका बारेमा जानकारी नभएको पाइएको छ । यसरी कानुनी रूपमा सवारी साधनको स्वामित्व भएको सवारी धनीलाई मात्र बैंक तथा वित्तीय संस्थाले प्रदान गर्ने छुट तथा सुविधा प्राप्त हुने भएकोले नेपाल सरकार तथा नेपाल राष्ट्र बैंकले घोषणा गरेको कुनै पनि सुविधा प्राप्त नगरेका व्यवसायीको संख्या अधिक देखिएको हो ।



स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

४.५३ सर्वेक्षणमा सहभागी यातायात व्यवसायीको कोभिड-१९ अघिको औसत मासिक आय रु.१ लाख १८ हजार रहेकोमा कोभिड-१९ महामारीपछि १३.५ प्रतिशतले घटेर रु.१ लाख २ हजार पुगेको देखिएको छ । स्थान विशेषका आधारमा हलेसी महादेव मन्दिरलाई आफ्नो मुख्य गन्तव्य वा सो मार्ग भएर यातायात सञ्चालन गर्ने व्यवसायीको औसत मासिक आय अन्य स्थानका यातायात व्यवसायीको तुलनामा सबैभन्दा बढी दरले घटेको देखिएको छ भने बराहक्षेत्रलाई गन्तव्य बनाएर यातायात सञ्चालन गर्ने व्यवसायीको औसत मासिक आयमा नगन्य परिवर्तन भएको देखिएको छ । तर कोभिड-१९ महामारी अवधिभर साविकका रुटमा सवारीसाधन नियमित रूपमा सञ्चालन नभएता पनि विरामी बोक्ने प्रयोजनका लागि सवारी साधन प्रयोग गर्दा साविक रुटमा सञ्चालन हुँदाको अवधि भन्दा अत्याधिक आय आर्जन गरेको पाइएको छ ।

तालिका ४.२३ : यातायात व्यवसायको आम्दानीमा कोभिड-१९ महामारीको प्रभाव			
स्थान	कोभिड-१९ अगाडीको औसत मासिक आय(रु.)	कोभिड-१९ पछाडिको औसत मासिक आय(रु.)	प्रतिशत परिवर्तन(%)
बराहक्षेत्र	३७०००	३७२००	०.५
हलेसी	१५७०००	१३१०००	-१६.६
सानो पाथीभरा	१३६०००	११६०००	-१४.७
ठूलो पाथीभरा	१४२०००	१२४०००	-१२.७
औसत	११८०००	१०२०५०	-१३.५

स्रोत: फिल्ड सर्वेक्षण

यातयात क्षेत्रका मुख्य समस्याहरू

- प्रमुख राजमार्गबाट कतिपय धार्मिकस्थलसम्म पुग्ने सहायक पहुँचमार्ग केवल ट्रयाक मात्र खोलेको, ग्राभेल समेत नभएको तथा पहिरोका कारण सवारी साधन बर्षै भरी सञ्चालन हुन नसकेको ।
- कच्ची राजमार्ग र जीर्ण ग्रामीण सडकका कारण सवारी साधनको दैनिक सञ्चालन खर्च तथा मर्मत खर्च अत्याधिक भई भाडादर महङ्गो भएको ।
- धार्मिकस्थल वरपर व्यवस्थित पार्किङ्गस्थलको अभाव रहेको ।
- धार्मिक तिथि मिति र मौसमको अवस्थाले पर्यटकको आवगमन प्रभावित हुने हुँदा बर्षैभरी एकनासले सवारी साधन सञ्चालन गर्न नसक्दा कतिपय समयमा सवारी साधनलाई घरमा थन्काउनु परेको वा दैनिक सञ्चालन लागत नै नउठ्ने अवस्थामा समेत अन्य रुटमा सञ्चालन गर्नु पर्ने अवस्था रहेको ।
- वित्तीय चेतनाको अभावका कारण बैंक तथा वित्तीय संस्था भन्दा अनौपचारिक क्षेत्रबाट महङ्गो दरमा कर्जा लिएर सवारी साधन खरिद गर्ने गरेको ।

धार्मिकस्थलहरूको व्यवस्थापनको अवस्था

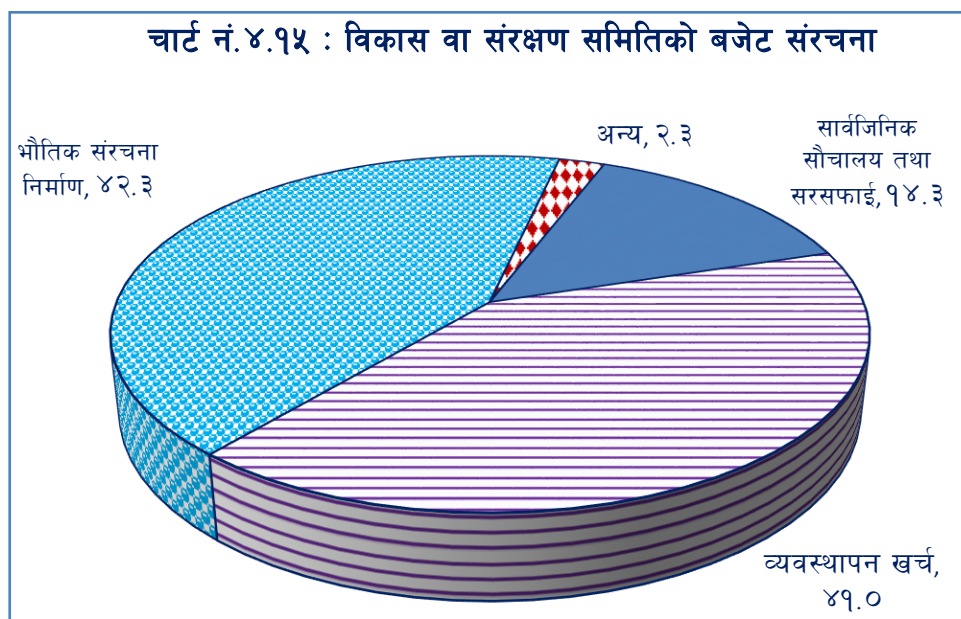
४.५.४ धार्मिकस्थलहरूको व्यवस्थित रूपमा सञ्चालन गरी भक्तजन तथा दाताले चढाएको भेटी, सुन, चाँदी, द्रव्य, रत्नहरूको पारदर्शी रूपमा व्यवस्थापन तथा संरक्षण गरी धार्मिकस्थलको विकास तथा प्रवर्द्धन गर्नका निम्ति मन्दिर व्यवस्थापन/विकास/संरक्षण समिति गठन गर्ने प्रचलन रहेको छ । स्थानीयतहहरूमा जनप्रतिनिधिहरू चयन भएसँगै स्थानीय प्राकृतिक, साँस्कृतिक, धार्मिक तथा ऐतिहासिक स्थलको संरक्षण तथा सम्बर्द्धन गर्ने कार्यमा स्थानीय तह तथा प्रदेश सरकारले पनि अग्रसरता लिन सुरु गरेको देखिएको छ । अध्ययनको लागि छनोटमा परेका धार्मिकस्थलहरूमा साविकमा रहेका पुरानो व्यवस्थापन समितिलाई पुर्नगठन गरी विकास/संरक्षण मञ्च गठन भएको देखिएको छ । स्वयम् नेपाल सरकारले धार्मिक तथा ऐतिहासिक महत्व बोकेका धार्मिकस्थलहरूको संरक्षण, विकास तथा व्यवस्थापन गर्नका लागि साँस्कृती, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय मातहत रहने गरी विकास वा संरक्षण समिति गठन गरी कार्यान्वयनमा ल्याएको पाइएको छ । अध्ययनको लागि छनोटमा परेका प्रदेश नं. १ का धार्मिकस्थलहरूमध्ये खोटाङस्थित हलेसी महादेव मन्दिर र ताप्लेजुङस्थित पाथीभरा मन्दिर संघीय सरकारको साँस्कृती पर्यटन तथा नागरिक मन्त्रालय मातहत रहेको छ भने इलामस्थित सानो पाथीभरा मन्दिर, प्रदेश सरकार मातहत रहेको पाइएको छ । यस किसिमका विकास/संरक्षण समिति गठन गर्नाले एकातर्फ धार्मिकस्थलको भौतिक संरक्षण गर्न मद्दत पुगेको देखिएको छ भने अर्कोतर्फ मन्दिरमा उठेको भेटी, दान, दातव्यको व्यवस्थित अभिलेखिकरण हुने र कारोवारको व्यवस्थापनमा पारदर्शिता आउने देखिन्छ । धार्मिकस्थलमा संकलन भएको भेटी सम्बन्धित सरोकारवालाको सहमतिमा गणना गरी बैंकमा जम्मा गर्ने चलन रहेको देखिएको

छ। धार्मिकस्थलको विकास तथा सञ्चालन गर्नका निम्ति प्राप्त हुने आयका मुख्य स्रोतहरु देहाय बमोजिम रहेका छन् ।

- भक्तजनले मन्दिर तथा दानपेटिकामा चढाएको नगद भेटी तथा नगद दान,
- विभिन्न समयमा भक्तजनले मन्दिरको नाममा दिएको जग्गाजमिन, गर-गहना, सुन चाँदी तथा अन्य दान, दातव्य,
- पूजा सामाग्री बेच्ने स्थान उपलब्ध गराए बापतको भाडा,
- स्थानीय, प्रदेश र संघीय सरकारले दिने अनुदान ।

धार्मिकस्थलको खर्च संरचना

४.५५ धार्मिकस्थलमा संकलन भएको नगद रकम तथा स्थानीय/प्रदेश/संघीय सरकारले प्रदान गर्ने अनुदान रकमको आधारमा धार्मिकस्थलको वार्षिक बजेट निर्माण हुने गरेको देखिएको छ। आर्थिक वर्ष २०७६/७७ को बजेट अनुसार धार्मिकस्थलको कुल बजेटमा सञ्चालन खर्चको हिस्सा ५७.७ प्रतिशत रहेको पाइएको छ भने विकास निर्माण/पूँजीगत खर्चको हिस्सा ४२.३ प्रतिशत रहेको पाइएको छ। पुजारी तथा अन्य कर्मचारीको तलव तथा विभिन्न तहका सरकारले नियुक्त गर्ने कर्मचारीको खर्च पनि मन्दिरको स्रोतमा निर्भर रहनु परेकाले व्यवस्थापन खर्च अधिक रहेको देखिएको छ। त्यसैगरी, मन्दिर तथा वरपरका क्षेत्रमा शौचालय तथा परिसरको सरसफाइ गर्दा हुने खर्च १४.३ प्रतिशत रहेको पाइएको छ।



स्रोत: मन्दिर व्यवस्थापन/विकास समिति

धार्मिकस्थलको प्रवर्द्धन तथा विकासमा देखिएका चुनौती

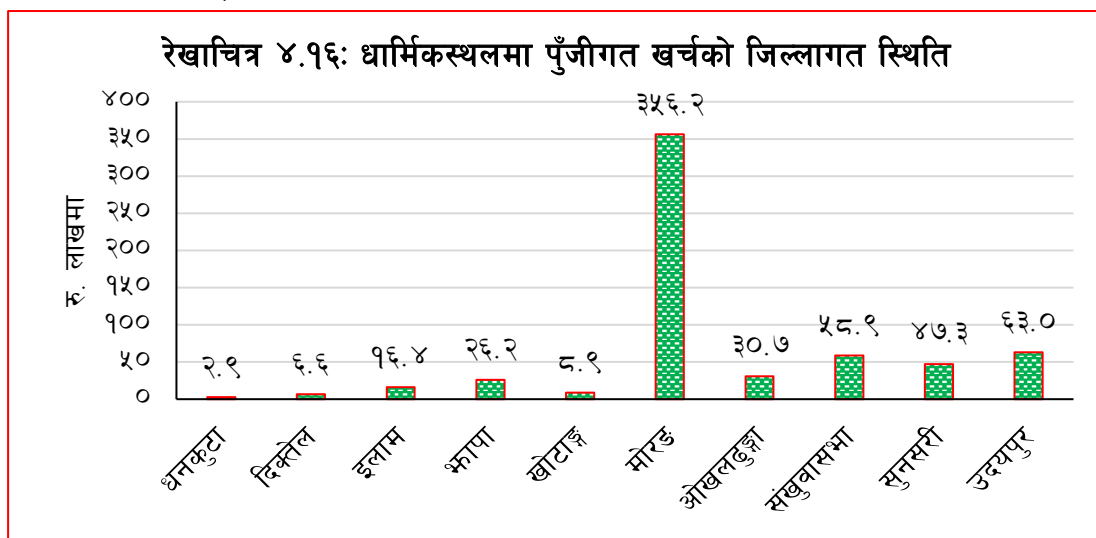
- धार्मिकस्थलको व्यवस्थापनका लागि गठन भएका पुरानो मन्दिर संरक्षण समिति र सरकारी (स्थानीय/प्रदेश/संघीय) विकास समितिबीच मन्दिरको आम्दानी र खर्चमाथिको अधिकार, निर्णय प्रक्रियामा सहभागिता तथा निकायगत आधिकारिकता जस्ता विषयमा देखिने विवादको स्थायी निरुपण गरी धार्मिकस्थलको विकास निर्माण, प्रचार प्रसार तथा प्रवर्द्धन गर्ने कार्यलाई व्यापकता प्रदान गर्नु ।
- मन्दिरलाई दानदातव्य स्वरुप प्राप्त विभिन्न स्थानमा रहेका जग्गा जमिनको भोगचलन स्थापित गर्ने तथा अभिलेख व्यवस्थापनलाई अद्यावधिक गरी धार्मिकस्थलको आयका स्रोतहरु सुनिश्चित गर्नु ।

- धार्मिकस्थलको विकास तथा प्रवर्द्धन गर्न स्थानीय सरोकारवालालाई विश्वासमा लिने कार्य ।
- परम्परादेखि एकै धार्मिकस्थललाई फरक फरक धार्मिक सम्प्रदायले आ-आफ्नो देवी देवताको रूपमा पुजा आरधना गर्ने गरेकोले भिन्न सम्प्रदाय बीच हाल रहेको धार्मिक सहिष्णुतालाई कायम गर्नु ।
- धार्मिकस्थल नियमित सञ्चालनका लागि आवश्यक भौतिक तथा अन्य पूर्वाधार जस्तै: बिजुली, पानी, सरसफाई, सार्वजनिक शौचालय आदि व्यवस्थित गरी धार्मिकस्थलमा वर्षेभरी पर्यटकको आवागमन हुन सक्ने वातावरण निर्माण गर्नु ।
- प्रदेश नं. १ का प्रमुख धार्मिकस्थलको ख्याती, महिमा तथा महत्वका सम्बन्धमा स्वदेश तथा विदेशमा रहेका धार्मिक अनुयायी तथा श्रद्धालु भक्तजनसम्म पुग्ने गरी प्रचार प्रसार तथा प्रवर्द्धनात्मक कार्यक्रम सञ्चालन गरी धार्मिक पर्यटकको संख्या वृद्धि गर्नु ।

धार्मिक पर्यटनको प्रवर्द्धनमा प्रदेश नं. १ सरकारको भूमिका

४.५६ मुलुक संघीयतामा प्रवेश गरेसँगै स्थानीयस्तरमा रहेका तर पहिचान तथा समयानुकूल विकास हुन नसकेका धार्मिक तथा ऐतिहासिक स्थानको खोजी गरी प्रचारप्रसार तथा प्रवर्द्धन गर्ने, मौलिकता कायम रहने गरी भौतिक संरचना तथा पूर्वाधार निर्माण, प्राचीन वस्तुको उत्खनन् तथा संरक्षण, संग्राहालय निर्माण, प्राचीनता भल्किने गरी मन्दिरको जिर्णोद्धार, पर्यटकका लागि धर्मशाला निर्माण र पर्यटकहरुलाई आकर्षित गर्न विभिन्न कार्यक्रम सञ्चालन गरी धार्मिक पर्यटन प्रवर्द्धन गर्ने कार्यमा संघ, प्रदेश तथा स्थानीय सरकारले पहल गरेको देखिएको छ । प्रदेश नं. १ मा पर्यटन क्षेत्रसँग सम्बन्धित तालुक निकायको रूपमा पर्यटन तथा संस्कृति मन्त्रालय रहेको छ भने पर्यटन क्षेत्रको विकास तथा प्रवर्द्धन गर्न मन्त्रालय मातहत रहने गरी पर्यटन विकास योजना कार्यालय र पर्यटन कार्यालयहरु रहेका छन् ।

४.५७ प्रदेश नं. १ सरकारले आर्थिक वर्ष २०७७/७८ मा प्रदेश अर्न्तगतका विभिन्न जिल्लाहरुमा रहेका धार्मिकस्थलहरुमा भौतिक संरचना निर्माण, प्रचारप्रसार लगायत पर्यटन विकासका ५४ वटा आयोजनाका लागि बजेट छुट्याएको पाइएको छ । उपरोक्त ५४ वटा आयोजनामध्ये २३ वटा आयोजनाका लागि विनियोजन भएको रु.६ करोड ७६ लाखमध्ये रु.६ करोड १७ लाख खर्च भएको देखिएको छ । यस अध्ययनका लागि छनोटमा परेका ४ वटा धार्मिकस्थलहरुमध्ये प्रदेश सरकारको तहबाट आर्थिक वर्ष २०७७/७८ मा बराहक्षेत्रमा रु.३७ लाख ७० हजार, सानो पाथीभरामा रु.९ लाख ७० हजार र हलेसी महादेव मन्दिरमा रु.४ लाख ६० हजार गरी कुल रु.५२ लाख पुँजीगत खर्च गरेको पाएको छ ।



स्रोत : प्रदेश नं. १ सरकार, पर्यटन मन्त्रालय

४.५८ पुँजीगत खर्चका अतिरिक्त पर्यटन मन्त्रालयले १४ वटा जिल्लामा रहेका महत्वपूर्ण धार्मिकस्थलहरूको जानकारी सहितको बुकलेट तयार गर्ने, धार्मिकस्थलको बारेमा बहुभाषिक जानकारी पुस्तिका तयार गर्ने, धार्मिक, साँस्कृतिक तथा पर्यटकीय गन्तव्यहरूको रेडियो, टेलिभिजन तथा पत्रपत्रिकामार्फत प्रचार प्रसार गर्नका लागि सामग्री उत्पादन तथा प्रकाशन गरी वितरण गर्ने, प्रदेशस्तरीय धार्मिक पर्यटकीय गन्तव्यहरूको पहिचान गर्ने प्रयोजनार्थ सरोकारवालाहरूसँग छलफल गर्ने, अध्ययन, अनुसन्धान तथा सर्वेक्षणका कार्यहरू सम्पादन गर्ने, पर्यटन क्षेत्रसँग आवद्ध ट्राभल/ट्रेकिङ तथा टुर गाइडहरूको क्षमता विकासका लागि प्रशिक्षण कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने जस्ता विभिन्न कार्यहरू सञ्चालन गर्दै आएको छ ।

प्रदेश नं. १ मा धार्मिक पर्यटनको सम्भावना

- मनोकामना प्राप्तिको लागि गरिएको भाकल पूरा गर्न धार्मिकस्थल भ्रमण गर्ने पर्यटकको तुलनामा घुमघाम तथा मनोरञ्जन गर्ने उद्देश्य लिएर धार्मिकस्थल समेतको भ्रमण गर्ने पर्यटकले गर्ने खर्च अधिक हुने र आर्थिक गतिविधिमा तुलनात्मक रूपमा बढी योगदान पुऱ्याउने हुँदा प्रदेश नं. १ मा रहेका धार्मिकस्थल तथा वरपरका पर्यावरणीय क्षेत्रहरूको पहिचान तथा एकीकृत विकास गरी धार्मिक तथा मनोरञ्जनका उद्देश्यले भ्रमण गर्ने पर्यटकको संख्या वृद्धि गर्न सकिने ।
- धार्मिकस्थलको भ्रमणमा आउने पर्यटकलाई प्रदेश नं. १ को अनुपम भौगोलिक विविधताका विभिन्न पक्षहरू जस्तै: साहसिक पदयात्रा, पर्वतारोहण, कृषिमा आधारित ग्रामीण पर्यटन, प्राकृतिक क्षेत्रको अवलोकनका साथै घरेलु तथा प्राकृतिक चिकित्सा पद्धतिमा संलग्न गराई पर्यटकको बसाई अवधि लम्ब्याउन सकिने ।
- प्रदेश नं. १ मा रहेका प्रत्येक धार्मिकस्थलको विशिष्ट पौराणिक तथा धार्मिक महत्व रहेको तथा धार्मिक आस्था र विश्वासका आधारमा धार्मिकस्थलको भ्रमण गर्ने पर्यटकको संख्या ८५.० प्रतिशत भन्दा बढी रहेकोले प्रदेश नं. १ मा रहेका तर पहिचान हुन नसकेका अन्य धार्मिकस्थलको पहिचान, संरक्षण, विकास तथा प्रचारप्रसार गरी धार्मिक पर्यटकको संख्यामा वृद्धि गर्न सकिने । धार्मिकस्थलको भ्रमण गर्ने पर्यटकलाई पर्यटनका अन्य विधामा आकर्षित गरी स्थानीयस्तरको आर्थिक गतिविधिमा उल्लेख्य योगदान पुग्न सक्ने ।
- दोहोऱ्याएर धार्मिकस्थलको भ्रमण गर्ने पर्यटकको संख्या ४५.० प्रतिशत भन्दा बढी भएको सन्दर्भमा धार्मिकस्थलसँगै रहेका अन्य महत्वपूर्ण प्राकृतिक, जैविक तथा ऐतिहासिक स्थलको भ्रमण गर्ने गरी एकीकृत Tour Package बनाई बिक्री गर्नसके धार्मिक पर्यटनको विविधिकरण गर्न सकिने ।
- धार्मिकस्थलको मात्र भ्रमण गर्ने पर्यटकको भ्रमण अवधि छोटो हुने गरेकोले धार्मिकस्थल वरपर रहेका अन्य धार्मिकस्थलको पहिचान तथा विकास गर्ने, फनपार्कको निर्माण, धार्मिकस्थलमा पर्यटकको घुईचो हुने समय तथा तिथिमितिमा पर्यटक आकर्षित हुने मेला, महोत्सव, तथा मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम आयोजना गरी पर्यटकहरूको बसाई अवधि लम्ब्याउन तथा प्रतिदिन गर्ने खर्च बढाउने वातावरण बनाउन सकिने ।
- प्रदेश नं. १ मा रहेका पहिचान भएका धार्मिकस्थलहरूको पौराणिक अन्तर सम्बन्धका वारे अध्ययन अनुसन्धान गरी धार्मिक सर्किटको अवधारणामा धार्मिक पर्यटनको विकास गर्न सकिने ।
- धार्मिकस्थलमा पर्यटकको आवागमनको संख्या बढ्दो क्रममा रहेसँगै हाल सेवा प्रवाह गरिरहेका होटलहरूको सेवाको गुणस्तरप्रति पर्यटकको सन्तुष्टिस्तर औसत/सामान्य रहेको पाइएकोले स्तरीय होटलको निर्माण तथा मौजुदा होटलको सेवा तथा सुविधा थप गर्न लगानी विस्तार गरी रोजगारी सृजना तथा आर्थिक गतिविधि विस्तार गर्न सकिने ।

- प्रदेश नं. १ मा भारतीय र तेस्रो मुलुकका पर्यटकको संख्याको तुलनामा आन्तरिक पर्यटकको संख्या अधिक रहेको सन्दर्भमा आन्तरिक पर्यटकको माग अनुसारका स्थानीय उत्पादन, होटल, यातायात तथा पूजा सामाग्रीहरूको प्याकेज तयार गरी बिक्री गर्दा स्थानीय अर्थतन्त्र चलायमान हुनसक्ने ।
- प्रदेश नं. १ मा रहेका अधिकांश धार्मिकस्थल आसपास सडक यातायातको पहुँच विस्तार भएकाले धार्मिकस्थलको बारेमा डिजिटल माध्यमबाट प्रचारप्रसार गरी दुई ठूला छिमेकी मित्रराष्ट्र सहित अन्य मुलुकका हिन्दु, बौद्ध तथा अन्य धर्मावलम्बी पर्यटक आकर्षित गरी प्रदेश नं. १ को धार्मिक पर्यटन क्षेत्रको विकास गर्न सकिने ।
- केही धार्मिकस्थलमा हालसम्म पनि सडकमार्गको पहुँच विस्तार नभएको र सडक विस्तारको कार्य पनि भौगोलिक जटिलता तथा अन्य पर्यावरणीय सर्वाङ्गहरूका कारण कठिन रहेको सन्दर्भमा यातायातका वैकल्पिक साधनहरू जस्तै: घोडा, केवलकार निर्माण गरी आवतजावत सहज बनाई धार्मिक पर्यटकको संख्या वृद्धि गरी आर्थिक क्रियाकलाप बढाउन सकिने ।
- स्थानीय तहमा जनप्रतिनिधिहरू निर्वाचित भएसँगै आफ्नो स्थानीय तहमा रहेका धार्मिकस्थलको खोज, पहिचान, संरक्षण तथा विकासका लागि कार्यक्रम तथा बजेटव्यवस्था समेत हुन प्रारम्भ भएसँगै धार्मिक पर्यटनको विकासमा निजी क्षेत्र, सार्वजनिक क्षेत्र तथा सरकारी क्षेत्रको संलग्नतामा पर्यटकीय उत्पादन, रोजगारी तथा आयमा वृद्धि गर्न सकिने ।

प्रदेश नं. १ मा धार्मिक पर्यटनका चुनौतिहरू

- कतिपय एउटै धार्मिकस्थलमा पनि एक भन्दा बढी धार्मिक सम्प्रदायको आस्था तथा विश्वास जोडिएकाले एकातर्फ आफ्नो पहिचान/अस्तित्व कायम राख्ने नाममा धार्मिकस्थलमा गरिने निर्माणकार्यबाट धार्मिकस्थलको पौराणिक स्वरूप, आकृति र संरचनाको संरक्षण गर्नु र अर्कातर्फ हाल कायम रहेको धार्मिक सहिष्णुता अविच्छिन्न रूपमा कायम राख्दै धार्मिक पर्यटकीय क्षेत्रको विकास गर्नु ।
- धार्मिकस्थलसम्मको सडक विस्तार तथा स्तरोन्नतीले गर्दा बाहिरी जिल्लाहरूबाट जाने पर्यटकले आफ्नै सवारी साधनको प्रयोग गर्दा स्थानीय यातायात व्यवसायीले पेशाबाट विस्थापन हुने भयले सडक विस्तार र स्तरोन्नतीको कार्यमा गर्ने अवरोधको अन्त्य गरी निर्धारित समयमा नै कार्य सम्पन्न गर्नु ।
- कतिपय धार्मिकस्थल सडक यातायातको पहुँच नभएका भौगोलिक रूपमा दुर्गम ग्रामीण क्षेत्रमा रहेकाले ती धार्मिकस्थलको विकासका लागि सडकको विकल्पमा केवलकार वा अन्य माध्यमको विकास गर्न हुने बाधा अवरोधको अन्त्य गर्न स्थानीय व्यवसायीहरूलाई विश्वासमा लिनु ।
- ग्रामीण र दुर्गम क्षेत्रमा रहेका धार्मिकस्थलमा यातायातको सहज पहुँच नभएकाले धार्मिकस्थलमा पूर्वाधार निर्माणका लागि आवश्यक निर्माण सामाग्रीको ढुवानी लागत उच्च भई समग्र पूर्वाधार निर्माण कार्य तोकिएको बजेट र समय सीमामा सम्पन्न गर्नु ।
- धार्मिकस्थलमा रहेका स्थानीय होटल तथा पूजा सामाग्री व्यवसायमा आयातित वस्तु तथा सामाग्रीहरूको खपत/प्रयोग अत्याधिक रहेकोले उक्त सामाग्रीको उत्पादन गर्न स्थानीयलाई आकर्षित गरी रोजगारी र आयस्तर बढाउनु ।
- ग्रामीण दुर्गम क्षेत्रमा रहेका धार्मिकस्थलमा रहेका पर्यटकस्तरीय होटल तथा रिसोर्टहरूमा पर्यटकको माग अनुसारका आवश्यक सेवा तथा सुविधा तयार गर्ने दक्ष जनशक्तिको आपूर्ति/व्यवस्थापन गर्नु ।
- ग्रामीण दुर्गम क्षेत्रमा धार्मिकस्थल वरपर रहेका होटलहरूमा गुणस्तर मापदण्ड मूल्यांकन प्रणालीको विकास र विस्तार गर्नु ।

- ग्रामीण दुर्गम क्षेत्रमा रहेका धार्मिकस्थलमा पर्यटकस्तरीय होटल तथा रिसोर्टको सञ्चालन गर्न लगानीकर्तालाई आकर्षित गर्नु ।
- धार्मिकस्थलको संरक्षण, विकास र सञ्चालन गर्नका लागि गठन भएका विभिन्न विकास समिति, संरक्षण समिति तथा मञ्चबीच मन्दिरको भेटी, दान, दातव्य तथा आधिकारिकता लगायत विषयमा विवाद उत्पन्न हुँदा धार्मिकस्थलको यथोचित विकासमा अवरोध भएको देखिएको छ । यसका लागि प्रदेशको समग्र धार्मिकस्थलको संरक्षण तथा विकास गर्न अधिकार सम्पन्न सर्वपक्षीय संयन्त्र निर्माण गर्नु ।
- धार्मिकस्थलमा पर्यटकहरूले नियमित रूपमा गर्ने पूजा आराधना लगायतका धार्मिक क्रियाकलापले मन्दिरको भौतिक संरचानामा हुने क्षयीकरण र मौलिक स्वरूपमा पर्नसक्ने अल्पकालीन तथा दीर्घकालीन असर न्यूनीकरण गर्नु । विभिन्न धार्मिकस्थललाई जोड्ने सडक मार्गहरू तथा अन्य पूर्वाधारहरूको विकासमा लगानी वृद्धि गर्नु ।
- धार्मिक पर्यटकको औसत बसाई अवधि २.५ दिन रहेको सन्दर्भमा पर्यटकले धार्मिकस्थलसम्म आवतजावत, होटल बास लगायत अन्य स्थानीय आर्थिक क्रियाकलापमा सहभागी गराई पर्यटकको बसाईसँगै खर्चमा वृद्धि गर्नु ।
- मनोकामना पूरा गर्ने उद्देश्यले गरिएको भाकल तथा मनोकांक्षा प्राप्तिका लागि धार्मिकस्थलको भ्रमण गर्ने पर्यटकको संख्या अत्याधिक रहेको सन्दर्भमा उनीहरूलाई आर्थिक तथा मनोरञ्जनात्मक क्रियाकलापमा सहभागी हुने वातावरण बनाउनु ।
- केन्द्रीय बैंकले डिजिटल भुक्तानीलाई प्राथमिकता राखेको सन्दर्भमा ग्रामीण क्षेत्रमा रहेका धार्मिकस्थल वरपर आर्थिक कारोवार तथा दानभेटीको भुक्तानीका लागि आवश्यक डिजिटल भुक्तानीको माध्यम तथा इन्टरनेट लगायतका आवश्यक पूर्वाधारको विकास तथा सोको प्रयोग बढाउनु ।

परिच्छेद पाँच : निष्कर्ष तथा सुझाव

निष्कर्ष

धार्मिकस्थलहरूको स्थलगत सर्वेक्षणबाट प्राप्त तथ्याङ्क, स्थानीय व्यवसायी, उद्यमी, जनप्रतिनिधी तथा धार्मिक पर्यटनसँग सम्बन्धित सरोकारवाला निकायसँगको समन्वय तथा छलफल पश्चात् प्राप्त सूचना तथा जानकारीहरूको विश्लेषणका आधारमा अध्ययनका निष्कर्ष देहाय बमोजिम रहेका छन् ।

- धार्मिकस्थलहरूको भ्रमण गर्ने अधिकांश पर्यटकहरूले सामूहिक वा पारिवारिक रूपमा भ्रमण गर्ने गरेको देखिएको छ । धार्मिकस्थलको प्रचार प्रसारले पर्यटकलाई भ्रमणको लागि उत्प्रेरणा जगाउन सहयोगी भूमिका निर्वाह गरेको देखिएको छ । पर्यटकलाई धार्मिकस्थलको भ्रमण गर्न प्राकृतिक तथा जैविक विविधता, कलाकृति आदि भौतिक वस्तुको तुलनामा धार्मिकस्थल प्रतिको आस्था, विश्वास र आध्यात्मिक सोचले मुख्य उत्प्रेरकको भूमिका खेल्ने देखिएको छ ।
- धार्मिकस्थलको भ्रमण गर्ने पर्यटकको मुख्य उद्देश्य धार्मिक आस्था वा मनोकामना पूरा गर्न गरिएको भाकल पूरा गर्नु रहेको देखिएको छ । धार्मिकस्थलको भ्रमण गर्ने पर्यटकले उक्त स्थानमा दोहोर्‍याएर भ्रमण गर्ने गरेको पाइएको छ ।
- धार्मिकस्थलको भ्रमण गर्ने ३०-४५ वर्ष उमेर समूहका पर्यटकहरूको संख्या सबैभन्दा बढी रहेको देखिएको छ भने पेशागत रूपमा सबैभन्दा धेरै नोकरी/जागिरमा आवद्ध भएका पर्यटकले धार्मिकस्थलको भ्रमण गरेको देखिएको छ ।
- प्रदेश नं. १ मा रहेका धार्मिकस्थलहरूको भ्रमण गर्दा लाग्ने प्रति पर्यटक खर्च रु.११८०० रहेको पाइएको छ । पर्यटकको भ्रमण अवधि २.५ दिन रहेको र अधिकांश पर्यटकले मुख्य धार्मिकस्थल बाहेकका अन्य वरपर रहेका धार्मिकस्थलको भ्रमण नगरेको/योजना नबनाएको देखिएको छ ।
- धार्मिकस्थलको भ्रमणमा जाने पर्यटकको कुल खर्चमध्ये मुख्य खर्च यातायातमा हुने गरेको देखिएको छ । सार्वजनिक, निजी तथा रिजर्भका सवारी साधनबाट भ्रमणमा जाने पर्यटकको संख्या समान रहेको पाइएको छ ।
- प्रदेश नं. १ मा रहेका धार्मिकस्थलहरूको भ्रमण गर्दा पर्यटकले असोज, कात्तिक तथा चैत महिनालाई अन्य महिनाको तुलनामा बढी उपयुक्त महिनाको रूपमा लिएको पाइएको छ ।
- धार्मिकस्थल वरपर रहेका पूजा सामाग्री, उपहार तथा हस्तकला सामाग्रीको व्यापार गर्ने व्यवसायीको औसत ५ जनाको परिवार यस व्यवसायमा निर्भर रहेको देखिएको छ । कुल लगानी वार्षिक रु.७ लाख ३१ हजार तथा बिक्री आय वार्षिक रु.१५ लाख ८४ हजार रहेको यस व्यवसायको औसत नाफा २८.४ प्रतिशत रहेको पाइएको छ ।
- धार्मिकस्थल वरपर रहेका होटलहरूमध्ये विगत दश वर्ष अवधि देखि सञ्चालनमा रहेका होटलले प्रवाह गर्ने सेवा सुविधा आधुनिक तथा पर्यटकस्तरीय रहेको पाइएको छ ।
- धार्मिकस्थल वरपरमा रहेका होटलले सेवा प्रदान गरेवापत प्राप्त गर्ने अधिकांश भुक्तानी नगद मै हुने गरेको पाइएको छ । आधुनिक भुक्तानीका माध्यमहरू जस्तै: QR Code, इ-वालेट, Connect IPS, मोवाइल बैकिङ्ग आदिको प्रयोग नगन्य रहेको पाइएको छ ।

- धार्मिकस्थलसम्म वा सोही स्थलमार्ग भएर सञ्चालन गर्ने ९०.० प्रतिशत यातायात व्यवसायी यस व्यवसायबाट प्राप्त हुने आयमा पूर्ण रुपमा निर्भर रहेको पाइएको छ ।
- धार्मिकस्थलसम्म वा स्थलको बाटो भएर सञ्चालन भएका सवारी साधनले वार्षिक १६ पटकसम्म रिजर्भ जाने गरेको देखिएको छ । सवारी साधनको स्वामित्व व्यवसाय सञ्चालन गर्ने वास्तविक व्यवसायीको नहुँदा बैंक तथा वित्तीय संस्थाबाट प्राप्त हुने सुविधा तथा सहूलियत वास्तविक सवारी सञ्चालकले प्राप्त गर्न नसकेको देखिएको छ ।
- धार्मिकस्थल वरपर रहेका पूजा सामाग्री, उपहार, हस्तकलाको व्यापार गर्ने व्यवसायीहरु, यातायात व्यवसायी तथा पर्यटकस्तरीय होटल व्यवसायीहरु व्यवसायको क्षमता तथा सुविधा विस्तार नगरी यथास्थितिमा व्यवसाय सञ्चालन गर्ने योजनामा रहेको पाइएको छ ।
- महामारीको प्रभाव पूजा सामाग्री व्यवसायमा हालसम्म पनि कायम रहेको देखिएको छ । बन्दाबन्दी तथा लकडाउन हुनु पूर्वको बिक्री आयको तुलनामा कोभिडको दोस्रो लहर पश्चात्को बिक्री आय १२.९ प्रतिशतले कमी रहेको पाइएको छ । यद्यपी, पूजा सामाग्री व्यवसाय कोभिड-१९ महामारीका कारण बन्द हुने स्थितिमा नरहेको देखिएको छ ।
- कोभिड-१९ बाट अति प्रभावित क्षेत्रको रुपमा रहेको होटल व्यवसायको कारोवार बन्दाबन्दी पूर्वको तुलनामा कोभिड-१९ को दोस्रो लहर पश्चात् २७.६ प्रतिशतले कमी भएको देखिएको छ । यद्यपी, धार्मिकस्थलमा रहेका होटल व्यवसाय बन्द हुने अवस्थामा रहेको देखिदैन ।
- धार्मिकस्थल वरपर रहेका होटलले कोभिड-१९ महामारी पूर्व प्रति होटल ५ जनाका दरले रोजगारी प्रदान गरेकोमा कोभिड-१९ को दोस्रो लहर पश्चात् प्रति होटल ३ जनाका दरले मात्र रोजगारी प्रदान गरेको पाइएको छ ।
- कोभिड-१९ महामारी अवधिमा नेपाल सरकार तथा नेपाल राष्ट्र बैंकले घोषणा गरेका सहूलियत तथा सुविधा प्राप्त गर्ने यातायात व्यवसायी ५.० प्रतिशतमात्र रहेको पाइएको छ । अधिकांश यातायात व्यवसायीलाई यस्तो सुविधाका बारेमा जानकारी नभएको देखिएको छ । कोभिड-१९ महामारी पूर्वको तुलनामा कोभिड-१९ को दोस्रो लहर पश्चात्को यातायात व्यवसायको आय १३.५ प्रतिशतले कमी भएको पाइएको छ ।
- समग्र धार्मिक पर्यटनसँग सम्बन्धित क्षेत्रहरु : पूजा सामाग्री, उपहार तथा हस्तकला, यातायात, होटल व्यवसायको आय, मुनाफा र सिर्जना गरेको रोजगारी कोभिड-१९ महामारी सुरु हुनु पूर्वको अवस्थामा पूर्ण रुपमा फर्कि नसकेको र महामारीको प्रभाव हालसम्म पनि कायम रहेको देखिएको छ ।

सुझावहरु

१. अधिकांश पर्यटकहरुले धार्मिकस्थलको भ्रमण गर्दा पारिवारिक तथा समूहगत रुपमा गर्ने भएकोले स्थानीय होटलले प्रवाह गर्ने सेवाको प्याकेज पनि सामुहिक तथा पारिवारिक भ्रमणलाई अनुकूल हुने गरी बनाउनु पर्ने देखिन्छ । धार्मिक पर्यटकलाई आकर्षण गर्न स्थानीय होटलहरुले पारिवारिक तथा सामुहिक रुपमा भ्रमणमा आउने पर्यटकको चाहाना अनुसार बस्न तथा होटलले तयार गरेको नभई आफै पकाएर खान चाहनेहरुलाई सम्पूर्ण सुविधा उपलब्ध गराउन सकेको खण्डमा विभिन्न किसिमका धार्मिक पर्यटकलाई समेत आकर्षण गर्न सकिने ।

२. धार्मिकस्थल भ्रमण गर्ने पर्यटकको बढ्दो संख्यालाई दृष्टिगत गरी स्थानीय आर्थिक क्रियाकलापलाई धार्मिक पर्यटनसँग आवद्ध गरेर धार्मिक पर्यटनसँग सम्बन्धित वस्तु तथा सेवाको स्थानीयस्तरमा उत्पादन गर्दै उद्यमशिलताको माध्यमबाट स्वरोजगार र आत्मनिर्भरताको विकास गरी आर्थिक तथा सामाजिकस्तर उठाउन सकिने ।
३. सम्बन्धित सरोकारवाला निकायहरूले होटल तथा अन्य व्यवसाय सञ्चालन गर्नका लागि अत्यावश्यक मानिएका उपभोग्य पानी, बिजुली तथा अन्य पूर्वाधारहरूको उचित व्यवस्था/समन्वय गर्न स्थानीयतहले नेतृत्वदायी भूमिका निर्वाह गर्नु पर्ने ।
४. विगत १५ वर्ष भन्दा बढी अवधि देखि सञ्चालन भइरहेका होटलहरूले प्रदान गर्ने सेवा परम्परागत प्रकृतिको भएकाले पर्यटकलाई आकर्षित गर्न तथा उनीहरूले गर्ने दैनिक औसत खर्चलाई वृद्धि गर्नका लागि सेवाको विविधीकरण तथा आधुनिकीकरणमा जोड दिनुपर्ने ।
५. होटलले प्रदान गर्ने सेवा तथा सुविधाको बारेमा लक्षित पर्यटक (आन्तरिक र वाह्य) सम्म सूचना तथा जानकारी प्रवाह गर्न इन्टरनेट लगायत अन्य डिजिटल प्रविधिको प्रयोगलाई बढावा दिनुपर्ने जसले गर्दा एकातर्फ पर्यटक संख्या तथा आय बढ्ने देखिन्छ भने अर्कोतर्फ ग्राहकले सहज तरिकाले बुकिङ गर्न पाउँदा धार्मिक यात्रा अझ सहज हुने देखिन्छ ।
६. धार्मिकस्थलमा पर्यटकहरू धार्मिक उद्देश्यका लागि मात्र नभई प्राकृतिक दृश्यावलोकन, साँस्कृतिक सम्पदाको अवलोकन, पदयात्रा, मनोरञ्जनात्मक क्रियाकलाप आदिका लागि पनि भ्रमण गर्ने भएकाले उक्त स्थलहरूको समग्र विकासका लागि छुट्टै गुरुयोजना बनाउनुपर्ने ।
७. मन्दिरमा दान दक्षिणा गर्न, धार्मिकस्थलमा रहेका होटल तथा स्थानीय व्यापारको भुक्तानीका लागि आधुनिक भुक्तानीका साधनहरू जस्तै: इ-वालेट, मोवाइल बैकिङ, इन्टरनेट बैकिङ तथा अन्य डिजिटल भुक्तानीका माध्यमको प्रयोग बढाउनुपर्ने ।
८. धार्मिकस्थल वरपर रहेका पूजा सामाग्री व्यवसाय अनौपचारिक क्षेत्रको रूपमा मात्र रहेको तथा वित्तीय साधनको परिचालनबाट बञ्चित रहेको परिप्रेक्ष्यमा उक्त क्षेत्रलाई औपचारिक क्षेत्रको रूपमा विकास गर्नका लागि व्यवसाय दर्ता गरी नियमनको दायरामा ल्याई वित्तीय सेवा उपभोग गर्न सक्ने वातावरण बनाउनुपर्ने ।
९. जीर्ण तथा कमजोर गुणस्तरको सडक पूर्वाधारका कारण धार्मिक पर्यटकीयस्थल मुख्य गन्तव्य वा मार्ग भएर सञ्चालन हुने यातायात का साधनको इन्धन, मर्मत तथा सम्भार बापतको सञ्चालन खर्च अधिक हुने गरेको तथा पर्यटकको यात्रा समेत कष्टकर हुने हुँदा सहज र सुविधायुक्त यात्राकालागि बाह्रै महिना यातायातका साधन सञ्चालन गर्न सकिने गरी मुख्य राजमार्गबाट धार्मिकस्थलसम्मको पहुँच मार्गको नियमित मर्मत सम्भार तथा स्तरोन्नती गर्न सम्बन्धीत निकायले ध्यान दिनुपर्ने ।
१०. एउटै धार्मिकस्थलमा एक भन्दा बढी धमावलम्बीको आस्था तथा विश्वास जोडिएका कारण हालसम्म कायम रहेको धार्मिक सहिष्णुतालाई अझ मजबुद बनाउन स्थानीय तह तथा मन्दिर व्यवस्थापन समितिले दीर्घकालीन सोचका साथ विशेष पहल तथा विभिन्न समन्वयात्मक कार्यक्रम मार्फत परिपुरक (Symbiotic) सम्बन्ध स्थापना गर्न भूमिका निर्वाह गर्नुपर्ने ।
११. धार्मिकस्थलको भ्रमण गर्न चाहेने विदेशी पर्यटकलाई भ्रमणको लागि आवश्यक शान्ति सुरक्षाको प्रत्याभूति गर्ने, गुणस्तरीय, विश्वसनीय र सहजताका साथ उपलब्ध हुने हवाई/सडक यातायातका साधनको उपलब्धताका सम्बन्धमा

- पर्यटन व्यवसायीले डिजिटल विज्ञापनमा जोड दिनुपर्ने । पहाडी क्षेत्रमा विभिन्न कारणले बन्द भएका विमानस्थलहरु सुचारु गरी पर्यटकको आवागमनलाई सहज बनाउनुपर्ने ।
१२. धार्मिकस्थल रहेका स्थानीय तथा प्रदेश सरकारले गैर आवासिय नेपालीसँग सहकार्य गरी हिन्दु तथा बौद्ध धर्मसँग सम्बन्धित ऐतिहासिक धार्मिकस्थलको महत्व तथा आस्थालाई विश्वसामु पुऱ्याई अन्तर्राष्ट्रिय पर्यटकलाई आकर्षण गर्न विभिन्न प्रवर्द्धनात्मक कार्यक्रमहरु सञ्चालन गर्नुपर्ने ।
१३. शिव सर्किट, रामायण सर्किट जस्ता धार्मिक पर्यटन विकास तथा प्रवर्धनका एकीकृत/सृजनात्मक अवधारणा अनुरूप समान धार्मिक आस्था एवं विश्वास रहेका वरपरका धार्मिकस्थलको पहिचान गरी दुई वा दुईभन्दा बढी धार्मिकस्थल जोडने सडक मार्गको विस्तार तथा सडकमार्ग नभएका स्थलहरुमा अन्य विकल्पहरु जस्तै: घोडा सवारी, केवलकार वा साहसिक पदमार्ग निर्माण गरी पर्यटन गन्तव्य पहिचान, विकास तथा प्रचार प्रसार गर्नुपर्ने ।
१४. धार्मिकस्थलहरुमा पर्यटकको बसाई अवधि लम्ब्याउनका निम्ति स्थानीयस्तरमा विविध मेला तथा महोत्सव, साँस्कृतिक तथा मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रमहरु आयोजना गर्न स्थानीय निकाय तथा विकास समितिहरु सक्रिय हुनुपर्ने ।
१५. धार्मिक उद्देश्य राखेर भ्रमण गर्ने पर्यटकहरुलाई पहिचान भएका अन्य धार्मिकस्थलको जानकारी दिने तथा ती धार्मिकस्थलसम्म पुऱ्याउन आवश्यक पूर्वाधारको निर्माणमा जोड दिने ।
१६. साँस्कृतिक तथा धार्मिक रूपले महत्वपूर्ण मानिएका सम्पदाको संरक्षण तथा सम्बर्द्धनका निम्ति धार्मिकस्थल रहेका क्षेत्रमा सुरक्षा निकायको उपस्थिति, सि.सि.टि.भि. जडान तथा अग्नि नियन्त्रक उपकरणहरुको व्यवस्था हुनुपर्ने ।
१७. धार्मिक पर्यटन क्षेत्रको समग्र विकास गर्न, मन्दिरको दान-भेटीमा आर्थिक पारदर्शिता कायम राख्न, तथ्यमा आधारित नीति निर्माण गर्नका लागि पर्यटकको आवागमन संख्या, दान-भेटी तथा अन्य महत्वपूर्ण पक्षको व्यवस्थित अभिलेख राख्नुपर्ने ।
१८. धार्मिकस्थलको प्राकृतिक र परम्परागत स्वरूपमा मानवीय क्रियाकलापले पुग्ने क्षति न्यूनीकरण गर्दै पुरातात्विक वस्तुको संरक्षण तथा सम्बर्द्धन गर्ने कार्यमा नीतिनिर्माता तथा सम्बन्धित निकायले ध्यान दिनुपर्ने ।
१९. नेपालको राष्ट्रिय पर्यटन रणनीतिक योजना २०१६ सँग तादात्म्यता हुने गरी प्रादेशिक पर्यटन गुरु योजना तर्जुमा गर्ने ।
२०. प्रदेशमा पहिचान भएका ४९ वटा प्रमुख धार्मिक पर्यटकिय गन्तव्यहरुलाई अन्तर प्रदेश धार्मिक गन्तव्यसँग आवद्ध गर्ने ।
२१. धार्मिक स्थलहरुमा ध्यान तथा योग शिक्षा, परम्परागत उपचार पद्धती स्या, आध्यात्म केन्द्र स्थापना गरी पश्चिमा मुलुकका पर्यटक समेत आकर्षित गर्न सके गैर-हिन्दु धर्मावलम्बीले समेत उक्त स्थानको भ्रमण गर्न सक्ने ।

सन्दर्भ सूची

- केन्द्रीय तथ्याङ्क विभाग, प्रादेशिक राष्ट्रिय लेखा, २०१९, थापाथली, काठमाण्डौ ।
- नेपाल सरकार, संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय, *नेपाल पर्यटन तथ्याङ्क, २०१९* ।
- नेपाल सरकार, संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय, *नेपाल पर्यटन तथ्याङ्क, २०१८* ।
- नेपाल सरकार, संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय, *नेपालको राष्ट्रिय पर्यटन रणनीतिक योजना २०१६-२०२५*, सिंहदरबार काठमाण्डौ ।
- नेपाल सरकार, संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय, *पर्यटन नीति २०६५*, सिंहदरबार, काठमाण्डौ ।
- प्रदेश योजना आयोग, प्रदेश नं. १, *प्रथम आवधिक योजना २०७६/७७-२०८०/८१*, विराटनगर नेपाल ।
- प्रदेश योजना आयोग, प्रदेश नं. १, *प्रदेश पार्श्वचित्र, प्रदेश नं. १, नेपाल*, विराटनगर ।
- Choe, J., & O'regan, M. (2015). *Religious Tourism Experiences in South East Asia*. Institute for Tourism Studies, Macao, China.
- Digance, J. . (2003). Pilgrimage at Contested Sites. *Annals of Tourism Research*, vol. 30(1).
- Einstein, M. (2008). *Brand of Faith* (1st ed.). New York: Routledge.
- Griffin, K., & Raj, R. (2017). The Importance of Religious Tourism and Pilgrimage: reflecting on definitions, motives and data. *International Journal of Relegous Tourism and Pilgrimage*, Volume 5(3).
- Griffin, K., Gorman, C., Stacey, J., & O'Halloran, E. (2008). *The Use of Networking in Developing and Marketing the Irish Ecclesiastical Product*. Failte Ireland & Technological University, Dublin.
- Gurung, R. (2016). *Marketing Religious Tourism Destination*. Thesis, CENTRIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES.
- Orekat, F. (2016). *Understanding Visitors' Experiences at Religious Heritage Sites: A Case Study from Jordan*. University of Sydney, Jordan.
- Pathivara Chhetra Bikash Samiti. (n.d.). *Home Page*. Retrieved from <https://pathivara.gov.np/>
- Shackley, M. (2001;2008). *Managing Sacred Sites: Service Provision and Visitor Experience*. EMEA, London.
- Sutihar, D. N. (2013). *An Analysis of Religious Tourist Growth in Nepal*. Prithivi Narayan Campus T.U., Pokhara.
- UNWO. (2017). International Congress on Religious Tourism and Pilgrimage. *THE POTENTIAL OF SACRED PLACES AS A TOOL FOR SUSTAINABLE TOURISM*. Fatima, Portugal.

UNWTO. (2020, August/September). International tourism down 65% in first half of 2020. *World Tourism Barometer*, vol. 18(5), pp. 2-36.

UNWTO. (2020). *Travel Restriction Report*. Sustainable Development of Tourism Department.

UNWTO. (2020). Understanding Domestic Tourism and Seizing its Opportunities. *UNWTO BRIEF NOTE - TOURISM AND COVID-19*(13).

Wacker, W. (2012, February). *Religious and Pilgrimage Tourism – International*. (Mintel Group Ltd. London) Retrieved from <https://store.mintel.com/>

Wikipedia.(2021,November). Retrieved from wikipedia:

https://en.wikipedia.org/wiki/Religious_tourism

स्थलगत सर्वेक्षणका लागि तयार पारिएको प्रश्नावली

नेपाल राष्ट्र बैंक
विराटनगर कार्यालय
बैंकिङ विकास तथा अनुसन्धान इकाई
(Email: researchbrt@nrb.org.np)

विशेष अध्ययन: “प्रदेश नं. १ मा धार्मिक पर्यटनको स्थिति, सम्भाव्यता तथा चुनौतीहरू”

अनुसूची - १ (क)

आन्तरीक धार्मिक पर्यटकहरूका लागि तयार पारिएको स्थलगत सर्वेक्षण प्रश्नावली-२०७७

यस प्रश्नावली अर्न्तगत सोधिएका व्यक्तिगत विवरणहरू “तथ्याङ्क ऐन २०१५” अनुसार गोप्य राखिनेछन् । यी विवरणहरू तथ्याङ्कीय प्रयोजनका लागि मात्र प्रयोग गरिनेछन् ।

परिचयात्मक खण्ड :

- (क) नाम :
- (ख) ठेगाना:
- (ग) लिंग: **क. महिला** **ख. पुरुष**
- (घ) धर्म :
- (ङ.) उमेर :
- (च) मुख्य पेशा
- (क) व्यापार **ख) नोकरी** **ग) कृषि** **घ) वैदेशिक रोजगार** **ङ) अन्य.....**

मुख्य-खण्ड

१. तपाईंले गर्नुभएको भ्रमण कस्तो किसिमको रहेको छ ?

- (क) एकल **ख) पारिवारिक** **ग) सामुहिक** **घ) अन्य.....**

२. तपाईंले गर्नुभएको यस भ्रमणको मुख्य उद्देश्य के रहेको छ ?

- क) धार्मिक आस्था/भाकल पूरा गर्न
ख) घुमघाम/ मनोरन्जन
ग) अध्ययन/अनुसन्धान
घ) धार्मिक कार्य (ब्रतबन्ध, पितृकार्य, पूजापाठ, विवाह आदि)
ङ) अन्य.....

३. तपाईंलाई यस स्थलको भ्रमण गर्न के कुराले बढी प्रेरित गर्यो ?

- (क) धार्मिक विश्वास **ख) साथी-भाई** **ग) परिवार** **घ) प्रवर्द्धनात्मक कार्यक्रम** **ङ) अन्य.....**

४. तपाईं यस धार्मिकस्थलसम्म कुन माध्यमबाट यात्रा गरी आउनु भयो ?

(क) निजी सवारी साधन (ख) सार्वजनिक यातायात (ग) रिजर्भ सवारी साधन (घ) पैदल (ङ) अन्य.....

५. तपाईंको यस धार्मिकस्थलको भ्रमण कति औं पटक हो ?

.....पटक

१ पटक भन्दा बढी भएमा प्रश्न नं. ६ र ७ सोध्ने

६. अघिल्लो भ्रमणमा तपाईंले कुल कति रकम खर्च गर्नु भएको थियो ?

रु.....

७. अघिल्लो भ्रमणमा तपाईंले स्थानीय होटेलमा औसतमा कति दिन बिताउनु भएको थियो ?

..... दिन

८. यस धार्मिकस्थलको भ्रमणमा तपाईंको यात्रा कति दिनको रहने छ ?

.....दिन

९. यस पटकको भ्रमणमा कति रकम खर्च हुने अनुमान गर्नु भएको छ ?

रु.....

१०. तपाईंको यस भ्रमणमा भएका निम्न शीर्षकहरुमा खर्चको अंश कति रहेको छ ? प्रतिशतमा बताउनुहोस् ।

क) यातायात	=.....प्रतिशत
ख) खाना र होटल खर्च	=.....प्रतिशत
ग) पूजा सामाग्री/उपहार खर्च	=.....प्रतिशत
घ) अन्य (.....)	=.....प्रतिशत
कुल : १०० प्रतिशत	

११. यस क्षेत्रका पर्यटकस्तरीय होटेलको सेवाको स्तर कस्तो रहेको पाउनुभयो ?

(क) अति उत्तम (ख) उत्तम (ग) सामान्य (घ) न्युन स्तर

१२. यस धार्मिकस्थलका अतिरिक्त यस भ्रमणमा अन्य धार्मिकस्थलको भ्रमणको योजना बनाउनु भएको छ वा छैन ?

क) छ (ख) छैन

यदि छ भने कुन कुन १..... २..... ३.....

१३. यस धार्मिकस्थलमा तपाईंलाई राम्रो लागेका पक्षहरु के-के हुन् ?

क).....

ख).....

ग).....

घ).....

१४. तपाईंले भोग्नु भएका यस क्षेत्रका धार्मिक पर्यटनका समस्याहरु के-के हुन् ?

क).....

ख).....

ग).....

घ).....

१५. यस क्षेत्रमा रहेका धार्मिकस्थलहरुमा धार्मिक पर्यटनको विकास गर्न के गर्नुपर्ला ?

क).....

ख).....

ग).....

घ).....

१६. अन्य केही सूचना भए लेख्ने.....

तथ्याङ्क संकलकको नाम :.....मिति :.....

A Special Study: Status, Prospects and Challenges of Religious Tourism in Province 1

अनुसूची - १(ख)

बाह्य धार्मिक पर्यटकहरूका लागि तयार पारिएको प्रश्नावली

(Field Questionnaire Survey for External Tourists- 2077)

Disclaimer:

It is assured that the personal information related to this questionnaire will not be disclosed under Statistical Act-2015 and will be used on aggregate basis for statistical analysis only.

1. Introduction Part :

(A) Name:.....

(B) Gender: a) Male b) Female

(C) Age:

(E) Nationality:.....

2. Is it your first visit ? If no, how many times have you been here?

.....

3. If you had stayed here before, how many days did you stay?

.....

4. What type of trip is this?

(A) Single (B) Family (C) Group (D) Others.....

5. What is the purpose of your visit?

(A) Pilgrimage (B) Research (C) Holiday (D) Others

6. Do you have any plan to visit other religious places too? If yes, mention your preferred religious places in Nepal?

1..... 2.....

3..... 4.....

7. What is the means of transportation that you used to come to this place?

(A) Personal Vehicle (B) Public Vehicle (C) Travel agency (D) Others

8. What was Average Expenses Per Day in USD in your last visit?

.....

9. How many days will you be staying here?

.....

10. How much are you spending Per Day in USD in this visit?

.....

11. Who suggested you to visit this place or how did you know about this place ?

(A) By Friend (B) Self and internet (C) Promotion and advertizment (D) Tour operators and (E) Others

.....

12. Do you think to come back again?

(A) Yes (B) No

13. If Yes, What has attracted you the most?

(A)

(B)

(C).....

14) Do you have any suggestion to promote religious tourism?

(A).....

(B).....

(C).....

नेपाल राष्ट्र बैंक
विराटनगर कार्यालय
बैंकिङ विकास तथा अनुसन्धान इकाई
(Email: researchbrt@nrb.org.np)

विशेष अध्ययन: “प्रदेश नं.१ मा धार्मिक पर्यटनको स्थिति, संभाव्यता तथा चुनौतीहरू”

अनुसूची - २

स्थानीय पर्यटकस्तरीय होटेलहरूका लागि तयार पारिएको स्थलगत सर्वेक्षण प्रश्नावली-२०७७

यस प्रश्नावली अर्न्तगत सोधिएका व्यक्तिगत विवरणहरू “तथ्याङ्क ऐन २०१५” अनुसार गोप्य राखिनेछन् । यी विवरणहरू तथ्याङ्कीय प्रयोजनका लागि मात्र प्रयोग गरिनेछन् ।

परिचय-खण्ड

१. होटलको विवरण : होटलको नाम :-
: संचालकको नाम :-
२. होटल सञ्चालकको लिंग :- क) महिला ख) पुरुष
३. होटेल स्थापना मिति :साल
४. संचालकको किसिम :- क) स्थानीय बासिन्दा ख) बाहिर जिल्लाको बासिन्दा
५. व्यवसायिक तालिम/ शिक्षा लिएको : क) लिएको ख) नलिएको
६. सेवाको किसिम :- क) होटेल तथा लज ख) रेष्टुरान्ट ग) अन्य.....
७. होटलको क्षमता :- सेवा दिन सकिने कुल पर्यटक संख्या :.....

होटलको रुमको प्रकार, प्रति रुम भाडा र संख्या

Single Bed Room.....	वटा @ रु.
Double bed room	वटा @ रु.
More than two bed in a room...	वटा @ रु.
Classic room.....	वटा @ रु.
Delux Room	वटा @ रु.
अन्य.. ..	वटा @ रु.

मुख्य-खण्ड

८. तपाईंको होटल/लज बस्न आउने पाहुनाहरूले कोठा बुकिङ (**Room Booking**) कुन माध्यमबाट बढी गर्ने गर्दछन् ?
क) काउन्टरबाट सिधै ख) टेलिफोनबाट ग) इमेल वा इन्टरनेटबाट घ) अन्य.....
९. हाल तपाईंको यस होटेलबाट कति जना कामदारहरूलाई मासिक रुपमा तलब पाउने गरि प्रत्यक्ष रोजगारी रोजगारी दिनुभएको छ ?
.....जना ।

१०. कोभिड-१९ महामारी अगाडी तपाईको यस होटेलबाट कति जना कामदारहरुलाई मासिक रुपमा तलब पाउने गरि प्रत्यक्ष रोजगारी दिनु भएको थियो ?
.....जना ।
११. हाल तपाईको होटेलको मासिक औसत अकुपेन्सी (Monthly Average Occupancy) कति प्रतिशत रहेको छ ?
.....प्रतिशत ।
१२. कोभिड-१९ महामारी अगाडी तपाईको होटेलको मासिक औसत अकुपेन्सी (Monthly Average Occupancy) कति प्रतिशत रहेको थियो ?
.....प्रतिशत ।
१३. ग्राहकहरुलाई बिल रकम भुक्तानी गर्न के-कस्तो भुक्तानी साधनको सुविधा दिनु भएको छ ?
क) Cash ख) Payment Cards ग) Digital Wallet घ) Internet Banking ङ) QR Code
१६. भविष्यमा व्यवसाय विस्तार सम्बन्धी तपाईको के गर्ने योजना रहेको छ ?
(क) क्षमता बिस्तार गर्ने ख) सुविधा बिस्तार गर्ने ग) व्यवसाय बन्द गर्ने घ) यथास्थितिमा चालु राख्ने
१४. हाल तपाईको होटेलको मासिक औसत कारोबार (Monthly Average Transaction) कति रहेको छ ?
रु..... ।
१५. कोभिड-१९ महामारी अगाडी तपाईको होटेलको मासिक औसत कारोबार (Monthly Average Transaction) कति रहेको थियो ?
रु.....।
१७. यस होटेलले धार्मिक पर्यटकहरुलाई दिएको सेवामा मुख्य के के कुराको अपुग भएको पाउँनुभएको छ ?
क).....
ख).....
ग).....
१८. तपाईको विचारमा धार्मिक पर्यटनको प्रवर्द्धन गर्न मुख्य-मुख्य सुभावहरु के-के छन् ?
क).....
ख).....
ग).....
घ).....

नोट :- बैंकिङ कारोबारसँग सम्बन्धित जानकारीहरु (कर्जा रकम, बैंकिङ सेवा, कर्जा किस्ता भुक्तानी), उधारो विक्री, स्थानीय तहबाट प्रदान अनुदान/सुविधा, अतिरिक्त आयका स्रोत र भविष्यको योजना आदि बारेमा असंरचित प्रश्नावली (Unstructure Questionnaire) बाट लिइनेछ ।

तथ्याङ्क संकलकको नाम :.....मिति

नेपाल राष्ट्र बैंक
विराटनगर कार्यालय
बैंकिङ विकास तथा अनुसन्धान इकाई
(Email: researchbrt@nrb.org.np)

विशेष अध्ययन: “प्रदेश नं.१ मा धार्मिक पर्यटनको स्थिति, संभाव्यता तथा चुनौतीहरू”

अनुसूची - ३

स्थानीय व्यवसायीहरूका (पूजा सामग्री, उपहार, हस्तकला तथा अन्य) लागि तयार पारिएको स्थलगत सर्वेक्षण
प्रश्नावली-२०७७

यस प्रश्नावली अर्न्तगत सोधिएका व्यक्तिगत विवरणहरू “तथ्याङ्क ऐन २०१५” अनुसार गोप्य राखिनेछन्। यी विवरणहरू तथ्याङ्कीय प्रयोजनका लागि मात्र प्रयोग गरिनेछन्।

१. परिचयात्मक खण्ड :

- (क) नाम :.....
(ख) ठेगाना:
(ग) लिंगः. क) महिला ख) पुरुष
(घ) मुख्य पेशा :.....
(ङ) कुल परिवार संख्या :.....

मुख्य-खण्ड

१. हाल तपाईं सहित यो व्यवसायमा कति जना संलग्न हुनुहुन्छ ?

.....जना

२. तपाईंले गर्नुभएको यो पेशा वा व्यापार कति वर्ष भयो ?

.....वर्ष

३. तपाईंको पसलमा कुन सामग्री बढी बिक्री हुने गरेको छन् ?

क. पूजा सामग्री ख. फलफूल ग. उपहार/हस्तकलाका सामान घ. अन्य.....
४. तपाईं यो पेशाबाट सन्तुष्टि हुनुहुन्छ ?

(क) छु

(ख) छैन

५. भविष्यमा व्यवसाय विस्तार सम्बन्धी तपाईंको के गर्ने योजना रहेको छ ?

(क) क्षमता बिस्तार गर्ने ख) सुविधा बिस्तार गर्ने ग) व्यवसाय बन्द गर्ने घ) यथास्थितिमा चालु राख्ने

६. तपाईंको पसलबाट सामान्यतया कति रकम सम्मको खरीद हुने गरेको छ ?

क) घटीमा रु.....

ख) बढीमा रु.....

७. तपाईंले गर्नुभएको यो व्यवसायमा कुल जम्मा कति रकम लगानी गर्नुभएको छ ?

रु.....।

८. हाल तपाईंको व्यवसायको मासिक औसत बिक्री (Monthly Average Sales) कति रहेको छ ?

रकम : रु.....

९. हाल तपाईंको व्यवसायबाट औसत मार्जिन (Average Profit Margin) कति प्रतिशत हुने गरेको छ ?

.....प्रतिशत

१०. कोभिड-१९ महामारी अगाडी तपाईको व्यवसायको मासिक औसत बिक्री (Monthly Average Sales) कति रहेको थियो ?

रु.हजारमा :.....

११. तपाईले दिनुभएको सेवामा पर्यटकहरुको मुख्य मुख्य गुनासो के कस्तो रहेको छ ?

क).....

ख).....

ग).....

१२. तपाईको विचारमा धार्मिक पर्यटनको प्रवर्द्धन गर्न मुख्य-मुख्य सुझावहरु के-के छन् ?

क).....

ख).....

ग).....

तथ्याङ्क संकलकको नाम :.....मिति

नोट :- बैंकिङ कारोबारसँग सम्बन्धित जानकारीहरु (कर्जा रकम, बैंकिङ सेवा, कर्जा किस्ता भुक्तानी), स्थानीय तहबाट प्रदान अनुदान/सुविधा/प्रोत्साहन, अतिरिक्त आयका स्रोत र भविष्यको योजना आदि बारेमा असंरचित प्रश्नावली (Unstructure Questionnaire) बाट लिइनेछ ।

तथ्याङ्क संकलकको नाम :.....मिति

नेपाल राष्ट्र बैंक
विराटनगर कार्यालय
बैंकिङ विकास तथा अनुसन्धान इकाई
(Email: researchbrt@nrb.org.np)

विशेष अध्ययन : “प्रदेश नं. १ मा धार्मिक पर्यटनको स्थिति, संभाव्यता तथा चुनौतीहरू”

अनुसूची - ४

स्थानीय यातायात व्यवसायीहरूको लागि तयार पारिएको स्थलगत सर्वेक्षण प्रश्नावली-२०७७

यस प्रश्नावली अर्न्तगत सोधिएका व्यक्तिगत विवरणहरू “तथ्याङ्क ऐन २०१५” अनुसार गोप्य राखिनेछन्। यी विवरणहरू तथ्याङ्कीय प्रयोजनका लागि मात्र प्रयोग गरिनेछन्।

१. परिचयात्मक खण्ड :

- (क) नाम :.....
(ख) ठेगाना:
(ग) लिंगः. क) महिला ख) पुरुष
(घ) मुख्य पेशा :.....

मुख्य-खण्ड

२. तपाईंले यो पेशा/व्यवसाय गर्नुभएको कति वर्ष भयो ?

..... वर्ष

३. हाल तपाईंको व्यवसायको मासिक औसत कारोबार (Monthly Average Transaction) कति रहेको छ ?

रु.हजारमा :.....

४. कोभिड-१९ महामारी अगाडी तपाईंको व्यवसायको मासिक औसत कारोबार (Montly Average Transaction) कति रहेको थियो ?

रु.हजारमा :.....

४. तपाईंले यो व्यवसाय सञ्चालन गर्न बैंक तथा वित्तीय संस्थाबाट कर्जा लिनु भएको छ वा छैन ?

(क) छ ख) छैन

५. यदि छ भने तपाईंले कति रकम कर्जा लिनु भएको छ ?

रु. लाखमा :.....

६. यदि छ भने तपाईंले लिएको कर्जाको किस्ता समयमा नै चुक्ता गर्न सक्नुभएको छ वा छैन ?

(क) छ ख) छैन

७. नेपाल राष्ट्र बैंकले कर्जा सम्बन्धी लागु गरेको नीतिगत व्यवस्थाहरू बारे तपाईंलाई थाहा छ कि छैन ?

(क) छ ख) छैन

८. यदि छ भने तपाईंले लिएको कर्जामा बैंक तथा वित्तीय संस्थाहरूबाट के कस्तो सुविधा पाउनु भएको छ ?

(क) पुनरकर्जा ख) ब्याज छुट ग) पुनरतालिकीकरण घ) नविकरणीय सुविधा

९. भविष्यमा तपाईंको व्यवसाय विस्तार सम्बन्धी के योजना रहेको छ ?

१०. सबैभन्दा बढी कुन महिनामा यात्रुहरु आउने गरेका छन् ?

.....महिना

११. धार्मिक पर्यटकको लागि वर्षमा कतिपटक रिजर्वमा जानु भएको छ ?

.....महिना

१२. धार्मिक पर्यटनको प्रवर्द्धन गर्न तपाईंका मुख्य-मुख्य सुभावहरु के-के छन् ?

क).....

ख).....

ग).....

घ).....

१३. धार्मिक तीर्थयात्रुको सहज यात्राको लागि सवरीमा कस्ता सुविधा आवश्यक पर्छ जस्तो लाग्छ ?

क).....

ख).....

ग).....

घ).....

नोट :- बैकिङ कारोबारसँग सम्बन्धित जानकारीहरु (कर्जा रकम, बैकिङ सेवा, कर्जा किस्ता भुक्तानी), सेवा प्रदायक संख्या, समिति/कम्पनिबाट रोजगारी प्रदान संख्या र भविष्यको योजना आदि बारेमा असंरचित प्रश्नावली (Unstructure Questionnaire) बाट लिइनेछ ।

तथ्याङ्क संकलकको नाम :.....मिति

नेपाल राष्ट्र बैंक
विराटनगर कार्यालय
बैंकिङ विकास तथा अनुसन्धान इकाई
(Email: researchbrt@nrb.org.np)

विशेष अध्ययन : “प्रदेश नं. १ मा धार्मिक पर्यटनको स्थिति, संभाव्यता तथा चुनौतीहरू”

अनुसूची - ५

मन्दिर व्यवस्थापन/विकास समितिको लागि तयार पारिएको स्थलगत सर्वेक्षण प्रश्नावली-२०७७

यस प्रश्नावली अर्न्तगत सोधिएका व्यक्तिगत विवरणहरू “तथ्याङ्क ऐन २०१५” अनुसार गोप्य राखिनेछन् । यी विवरणहरू तथ्याङ्कीय प्रयोजनका लागि मात्र प्रयोग गरिनेछन् ।

१. परिचयात्मक खण्ड :

(क) संस्था/ समितिको नाम:.....

(ख) उत्तरदाताको नाम :..... (ख) पद:.....

मुख्य-खण्ड

२. तपाईं रहनुभएको समिति वा व्यवस्थापन समिति कस्तो किसिमको रहेको छ ?

(क) सरकारी (ख) सामुदायिक

३. समिति वा व्यवस्थापन समितिले यस धार्मिकस्थलमा आउनुहुने पर्यटकहरूको अभिलेख राख्ने गर्नुभएको छ वा छैन ?

(क) छ (ख) छैन

४. यदि छ भने, गत पाँच आर्थिक वर्षको पर्यटक आगमन संख्या ।

आ.व.	आन्तरिक पर्यटक	बाह्य पर्यटक
क) २०७१/७२
ख) २०७२/७३
ख) २०७३/७४
ग) २०७४/७५
घ) २०७५/७६
ङ) २०७६/७७
च) २०७७/७८

५. मन्दिर व्यवस्थापन/विकास समितिको वार्षिक बजेटको प्रमुख स्रोतहरू के-के छन् ?

(क).....

(ख)

(ग).....

घ).....

६. मन्दिरमा भक्तजनहरूबाट चढाईएको भेटी/दक्षिणा/प्रसाद यस समितिले संकलन गर्ने गर्नुभएको छ या छैन ?

(क) छ (ख) छैन

७. यदि छ भने, समितिले संकलन गरेको रकम विवरण (लाखमा)

आ.व.	वार्षिक संकलन रकम
क) २०७१/७२
ख) २०७२/७३
ख) २०७३/७४
ग) २०७४/७५
घ) २०७५/७६
ङ) २०७६/७७
च) २०७७/७८

८. संकलन गरेको रकम बैंक दाखिला/जम्मा गर्ने गर्नुभएको छ या छैन ?

- (क) छ (ख) छैन
९. यदि छ भने आ.व.२०७६/७७ मा संकलित भेटी रकम कुन-कुन प्रयोजनमा खर्च गर्नुभयो ?
- | मुख्य शिर्षक | खर्च (प्रतिशतमा) | बजेट २०७७/७८(अनुमानित) |
|--------------|------------------|------------------------|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
१०. यस व्यवस्थापन समितिले पर्यटकहरुको मुख्य गुनासो के कस्तो रहेको पाउनुभएको छ ?
- क).....
- ख).....
- ग).....
- घ).....
११. तपाईंको विचारमा धार्मिक पर्यटनको प्रवर्द्धन गर्न मुख्य-मुख्य सुझावहरु के-के छन् ?
- क).....
- ख).....
- ग).....
- घ).....

तथ्याङ्क संकलकको नाम :.....मिति

नोट :- स्थानीय धार्मिकस्थलमा संचालित पर्यटकियस्तरीय होटेलको संख्या, पूजा सामग्री, उपहार, हस्तकला तथा अन्य व्यापारीको संख्या, पूर्वाधार संरचना तथा आगामी योजना बारेमा असंरचित प्रश्नावली (Unstructure Questionnaire)बाट लिइनेछ ।

नेपाल राष्ट्र बैंक
विराटनगर कार्यालय
बैंकिङ विकास तथा अनुसन्धान इकाई
(Email: researchbrt@nrb.org.np)

विशेष अध्ययन : “प्रदेश नं. १ मा धार्मिक पर्यटनको स्थिति, संभाव्यता तथा चुनौतीहरू”

अनुसूची - ६

ट्राभल एजेन्सीको लागि तयार पारिएको स्थलगत सर्वेक्षण प्रश्नावली-२०७७

यस प्रश्नावली अन्तर्गत सोधिएका व्यक्तिगत विवरणहरू “तथ्याङ्क ऐन २०१५” अनुसार गोप्य राखिनेछन् । यी विवरणहरू तथ्याङ्कीय प्रयोजनका लागि मात्र प्रयोग गरिनेछन् ।

(क) संस्थाको नाम:.....

(ख) उत्तरदाताको नाम :.....

मुख्य-खण्ड

२. तपाईंको एजेन्सीमा धार्मिक पर्यटन भ्रमणको प्याकेज सुविधा कुन किसिमको रहेको छ ?
(क) व्यक्तिगत (ख) सामुहिक (ग) अन्य.....
३. तपाईंको एजेन्सीमा एकै प्याकेजमा एक भन्दा बढी मन्दिर दर्शनको सुविधा रहेको छ वा छैन ?
(क) छ (ख) छैन
५. तपाईंको एजेन्सीले प्रदेश नं. १ का धार्मिकस्थलको भ्रमण गर्ने प्याकेज विदेशीलाई बेच्ने गरेको छ वा छैन ?
(क) छ (ख) छैन
७. तपाईंको एजेन्सीको आफ्नै होटल छ वा छैन ?
(क) छ (ख) छैन
८. तपाईंको एजेन्सीको आफ्नै सवारी साधन छ वा छैन ?
(क) छ (ख) छैन
९. तपाईंहरूले पर्यटकहरूको भ्रमणमा गर्ने कुल खर्चमध्ये निम्न खर्च शीर्षकको हिस्सा (प्रतिशत) मा कति रहेको छ ?
क) होटल
ख) यातयात
ग) खाना
घ)
११. तपाईंको एजेन्सीको वार्षिक औसत भ्रमण प्याकेज कति वटा बिक्रि हुन्छ ?
.....
१०. वर्षभरीमा कुल आम्दानीको कति प्रतिशत नाफा हुने गरेको छ ?
.....प्रतिशत
१२. तपाईंको एजेन्सीबाट प्याकेजमा जाने प्रदेश नं. १ का प्रमुख धार्मिक पर्यटकिय स्थलहरू कुन कुन हुन् ?
क).....
ख).....
ग).....
घ).....
१२. प्रदेश नं. १ का धार्मिक पर्यटकिय स्थलहरूका विषयमा पर्यटकहरूको मुख्य गुनासो के कस्तो रहेको पाउनुभएको छ ?

क).....

ख).....

ग).....

घ).....

१३. तपाईंको विचारमा धार्मिक पर्यटनको प्रवर्द्धन गर्न मुख्य-मुख्य सुझावहरु के-के छन् ?

क).....

ख).....

ग).....

घ).....

तथ्याङ्क संकलकको नाम :.....मिति