नेपाल
द्वैमासिक
Nepal

वर्ष ५५ अङ्क २–३ संयुक्ताङ्क २५१–२५२ असोज/पुस, २०८२/८३

पर्यटन प्रवर्धन र राष्ट्रिय अर्थतन्त्र

सूचना तथा प्रसारण विभाग
सञ्चारग्राम, काठमाडौं

नेपाल
द्वैमासिक

Nepal
Bi-Monthly

वर्ष ५५ अङ्क २–३ संयुक्ताङ्क २५१–२५२ असोज/पुस २०८२/०८३

सम्पादक मण्डल
छबीन्द्र पराजुली
मिनकुमार शर्मा
पूर्णिमा उपाध्याय
प्रवीण श्रेष्ठ
रमेश भण्डारी
विनोद रोका

भाषा सम्पादन
डा.हरिदत्त पाण्डेय

लेआउट/डिजाइन
खगेन्द्र कार्की

आवरण
प्रवीण श्रेष्ठ

मुद्रक
मुद्रण विभाग

प्रकाशक
नेपाल सरकार
सञ्चार तथा सूचना प्रविधि मन्त्रालय
सूचना तथा प्रसारण विभाग
काठमाडौं, फोनः ०१–५९१९८९२
E-mail: photosuchana@gmail.com
Website: www.doib.gov.np

यस पुस्तकमा विषयसूची लेखकहरूको नामको अंग्रेजी वर्णानुक्रम बमोजिम राखिएको छ। यस प्रकाशनमा प्रकाशित लेखहरूमा समाविष्ट विचार लेखक स्वयम्का निजी हुन्। – सम्पादक मण्डल

सम्पादकीय...✍

प्राकृतिक सौन्दर्य, साँस्कृतिक वैभव र ऐतिहासिक धरोहरले सम्पन्न नेपाल विश्व पर्यटन मानचित्रको एक प्रमुख हिस्सेदार देश हो। हिमालको शिखरदेखि तराईको समथर भूभागसम्म फैलिएको भौगोलिक, जैविक र साँस्कृतिक विविधता आफैंमा अनुपम सम्पदा हो। यति प्रचुर सम्भावनाको बाबजुद पर्यटन क्षेत्र अझै पनि राष्ट्रिय अर्थतन्त्रको मूल प्रवाहमा अपेक्षित रूपमा समाहित हुन सकेको छैन। पर्यटन प्रवर्धनले विदेशी पाहुना भित्र्याउने, रोजगारी सिर्जना गर्ने, विदेशी मुद्रा आर्जन गर्ने, क्षेत्रीय सन्तुलन र समावेशी आर्थिक विकासमा समेत टेवा पुऱ्याउँदछ। जब पर्यटन सुस्त हुन्छ, तब होटल, यातायात, हस्तकला, कृषि र सेवा क्षेत्र सबै शिथिल हुन्छन्। यदि दूरदर्शी नीति र दिगो दृष्टिकोणका साथ पर्यटन प्रवर्धन गर्न सकियो भने पर्यटन क्षेत्र आर्थिक पुनरुत्थानको मेरुदण्ड बन्न सक्ने देखिन्छ। ग्रामीण, धार्मिक तथा साँस्कृतिक, साहसिक र पर्यावरणीय पर्यटनले स्थानीय अर्थतन्त्रलाई दरिलो बनाइ राख्दछन्। तसर्थ दिगो पर्यटन विकासका कार्यले आयआर्जन बढाउन, पर्यावरण र संस्कृति संरक्षण गर्न तथा प्राकृतिक स्रोतको दिगो उपयोगलाई समेत प्रोत्साहन गर्दछ।

सूचना तथा प्रसारण विभागद्वारा प्रकाशित नेपाल द्वैमासिकको असोज-पुस संयुक्ताङ्कका रुपमा पर्यटन प्रवर्धन र राष्ट्रिय अर्थतन्त्र विषयमा विज्ञहरूका विचारहरू समेटी प्रकाशन गरेका छौं। यस अङ्कमा विशेषगरी राष्ट्रिय अर्थतन्त्रसँग जोडिएर आउने क्षेत्रहरू नेपालको पर्यटन अर्थतन्त्र र पूर्वाधार कनेक्टिभिटि, कोट, गढी र किल्ला पर्यटकीय आकर्षणका क्षेत्र, खप्तड : पर्यटकीय महत्त्वको प्राकृतिक बगैँचा, सुदूरपश्चिम प्रदेश र पर्यटन विकास, नेपालमा पर्यटन विकासको अवस्था र सुधारका क्षेत्र, पर्यटन केन्द्रित आर्थिक विकासको मार्गचित्र र हिमवत्खण्डको केन्द्र नेपालमा धार्मिक पर्यटनलगायतका विषयवस्तुका साथ पर्यटन प्रवर्धन गरेर अर्थतन्त्रको विकास गर्न सकिने उपायहरू समेटी विज्ञहरूद्वारा लेखिएका लेखहरू यस अङ्कमा समेटेका छौं।

पर्यटन सम्बद्ध पूर्वाधारहरूको विकास गरी पर्यटन प्रवर्धन गर्दै राष्ट्रिय अर्थतन्त्र निर्माणका लागि संघ, प्रदेश र स्थानीय सरकारबीच नीतिगत सामञ्जस्यता, सरकारी तहबाट निजी क्षेत्रलाई लगानी प्रोत्साहनको वातावरण निर्माण, पर्यटनको बजारीकरण गर्दै लगानीमैत्री वातावरण निर्माण गरेर मात्र दीर्घकालीन रुपमा पर्यटन क्षेत्रको विकास भई गति लिनेछ भन्ने हाम्रो विश्वास हो। पाठकवर्गबाट प्राप्त सुझाव र प्रतिक्रियाले नै आगामी दिनमा गरिने प्रकाशनलाई अझ गुणस्तरीय बनाउन प्रेरणाको स्रोत हुने हुँदा यस संयुक्ताङ्कमा समावेश भएका विषयवस्तुमा पाठकहरूको रचनात्मक सुझाव तथा प्रतिक्रियाको अपेक्षा गरेका छौं।

सम्पादक मण्डल

विषय सूची

क्र.स.	शीर्षक	पृष्ठ
१.	आन्तरिक पर्यटन पवर्द्धनमा ज्योतिर्लिङ्गहरूको भूमिका ✍ अच्युतप्रसाद पौडेल 'चिन्तन'	१
२.	नेपालमा पर्यटन विकास : विद्यमान अवस्था र सुधारका क्षेत्र ✍ विष्णुहरि रेग्मी	१७
३.	पर्यटन : बहुआयामिक परिधि र उच्च प्राथमिकताको अपेक्षा ✍ डा. दामोदर पुडासैनी 'किशोर'	३५
४.	अर्थतन्त्रमा पर्यटन क्षेत्रको योगदान ✍ गोकर्णप्रसाद उपाध्याय	४९
५.	खप्तड : पर्यटकीय महत्त्वको प्राकृतिक बगैँचा ✍ डा.हरिदत्त पाण्डेय	५५
६.	कोट, गढी र किल्ला : पर्यटकीय आकर्षणका क्षेत्र ✍ कानुनलाल चौधरी	६५
७.	नेपालको पर्यटन अर्थतन्त्र र कनेक्टिभिटि पूर्वाधार ✍ कृष्णबहादुर रौल्या	७३
८.	पर्यटन केन्द्रित आर्थिक विकासको मार्गचित्र ✍ मुकुन्द प्रसाद निरौला	८५
९.	खोटाङमा पर्यटन विकासका सम्भावना ✍ नगेन्द्रराज रेग्मी	९३
१०.	नयाँ परिवेशमा नेपालको पर्यटन ✍ कुमारी निमा काफ्ले	१०५
११.	सुदूरपश्चिम प्रदेश र पर्यटन विकास ✍ रामचन्द्र ओझा	११७
१२.	नेपालमा पर्यटन विकासको अवस्था र सुधारका क्षेत्र ✍ रमेश अर्याल	१२९

१३. नेपालको परराष्ट्र मामिलामा आर्थिक कूटनीतिः एक नजर

✍ रमेश पाण्डेय १४१

१४. पर्यटन : सुख र समृद्धिको आधार

✍ प्रा.डा.रुद्र प्रसाद उपाध्याय रेग्मी १५९

१५. पर्यटन विकासमा दृष्टिकोण परिवर्तन

✍ डा.सावित्री देवी आचार्य १६९

१६. आर्थिक सदाचार : पर्यटनको आधार

✍ डा. त्रिलोचन पौडेल १७९

१७. हिमवत्खण्डको केन्द्र नेपालमा धार्मिक पर्यटनका संभावना

✍ डा. युब राज पाण्डे १९१

१८. Tourism Development in Nepal: Potentials and Challenges

✍ Aarati Neupane २०९

१९. Tourism and the Nepalese Economy
(How Nepal Needs to Master the Science and Art?)

✍ Anil Chitrakar २२५

२०. New Policies for Tourism Promotion in Nepal

✍ Bharat Mani Subedi २३५

२१. Sustainable Tourism Development Strategy for Nepal

✍ Mr. Chhabindra Parajuli २४७

२२. Patan Durbar Square: A Destination of Cultural Tourism

✍ Ramesh Raj Paudel २६१

आन्तरिक पर्यटन पवर्द्धनमा ज्योतिर्लिङ्गहरूको भूमिका

✍ अच्युतप्रसाद पौडेल 'चिन्तन'

सार

हाम्रो देश आफैंमा वेद भूमि हो, देव भूमि हो, तपो भूमि हो र यहाँ हरेक जल र स्थल कणहरूमा ईश्वरको बास छ र त साकारमा ईश्वर पूरै ब्रह्माण्ड हो। निराकारमा ईश्वर हरप्राणीको चित् स्वरुप हो। अध्यात्म बिनाको भौतिक जीवन लङ्गडो हुन्छ। सत्य युगमा नेपालको नाम सत्यपुर, त्रेतामा तपोवन, द्वापरमा मुक्ति सोपान र हाल कलिमा नेपाल छ। यहाँ जन्म लिन पाउनु नै ठुलो भाग्य हो, सौभाग्य हो, अरु देश कर्मभूमि मात्र होलान् तर यो देश कर्मभूमि र धर्मभूमि दुबै हो। साथै यो गुरु राष्ट्र पनि हो। यहाँ धर्मको वीउ पूँजी रहेन भने अन्यत्र कतै रहँदैन। शिव भूमिमा शिव प्रसङ्गहरू कम हुनु, शिव चर्चाहरू कम हुनु दुःख लाग्दो कुरो देखेर पंक्तिकारले स्कन्द पुराणमा आधारित नेपालका चौसट्ठी ज्योतिर्लिङ्गहरूको स्थलगत

पशुपतिनाथ मन्दिर क्षेत्र

✍ *स्वतन्त्र विश्लेषक*

भ्रमण गरी यसको सार यहाँ प्रस्तुत गर्ने जमर्को गरेको छ। पछिल्ला सन्ततिहरूलाई विज्ञानको मोह छ, राम्रो कुरो हो तर आधुनिक विज्ञानका चिकित्सक स्वयं श्री शिव हुन् भन्ने विश्वास हामीले दिन सकेका छैनौ। भरण पोषण मात्रै जीवन होइन मानव देह प्राप्तिमै ईश्वरको खोजी भएन भने अरु शरीरबाट पाउने आशा क्षीण हुन्छ। अहिले देवालय, शिवालयको अभ्यास गरिएन भने भोलिको कैलाश वा स्वर्ग सपना मात्रै हुन सक्छ। छिमेकी देशमा हामी द्धादश ज्योतिर्लिङ्गहरू भन्दै भौंतारिने गरेका छौं, स्वखोजी र स्वचिन्तनमा लाग्न सके हाम्रो समृद्धि पनि टाढा हुन्न। हाम्रो देशमा रहेका ज्यार्तिलिङ्गहरूको खोजी कार्य ढिलो भइसकेको छ। नेपालका चौसठ्ठी ज्योतिर्लिङ्गहरूमा पहिलो हालको सिन्धुलीको कुशेश्वर हो र अन्तिम पशुपति कैलाशको रुद्रगारेश्वर हो। आफ्नो समूहले ती ज्योतिर्लिङ्गहरूको भ्रमण, दर्शन, सकेसम्म विधिवत् पूजा र रुद्राभिषेक, यथासम्भव तत्तत्क्षेत्रमै वा सवारी साधनभित्र बसेर त्यहाँका विषयमा चर्चा, चिन्तन, भजन, किर्तन गर्ने क्रममा र पछिल्लोपल्ट उमेरको उत्तरार्द्धसँगै कतिपय यात्रा असहज, कठिन रहे पनि यात्रा पूरा गरी यो आलेख तयार भएको छ। केही यात्रा कठिन पनि छन् शिवपुरीको शतरुद्रेश्वर, ललितपुरको भारदेउ, कालेश्वर र मकवानपुरको नटारम्भेश्वर भने बूढो उमेरसँगै केही असहज हुन सक्छ।

१) **कुशेश्वर आदिलिङ्ग**

कुमारजी आज्ञा गर्नुहुन्छः प्राचीनकालमा भारतवर्षमा अन्तरवेदी नगरमा विरुपाक्ष नामका एक ब्रह्मण बस्थे, ती अनाचारी थिए। अनेक प्रकारका कुकर्म गर्ने, भक्षाभक्ष विचार नगर्ने, मद्यमांसको विचार नगर्ने, कुलतमा फसेका र मातृगमनको समेत दोष लागेका थिए उनी। गाउँ, नगरबाट निकालिएका उनले आफ्नो रोग निवारण र पापमोचनको प्रयासस्वरुप गंगाका किनार भई कौशिकी गंगा खोज्दै उत्तरतिर आए। धेरै दिनको कष्टपूर्ण यात्रापछि ती दुर्गा तीर्थमा आएर नेमुनिलाई भेटे, दर्शन गरे। ने मुनिलाई दण्डवत् प्रणाम गरे, आफ्ना सबै कुकृत्य पनि सुनाए। तपस्वी मुनिले उनको दुरावस्था देखेर दया लागी त्यसबाट मुक्ति दिलाउने प्रण गरे, ६४ ज्योतिर्लिङ्गहरूको दर्शन गराई पापमोचन गराउने संकल्प लिए। नेमुनिले विरुपाक्षलाई लिएर शिवलिङ्ग दर्शन गराउने क्रममा पहिलो ज्योतिर्लिङ्ग हालको सिन्धुली जिल्लाको दुम्जाक्षेत्र कुशेश्वर पुगे।

यो तीर्थ चित्रकुट पर्वतसंगै कौशिकी र रोसी नदीका बीच रहेको छ। परापूर्वकालमा ब्रह्माजीले सृष्टि गर्ने इच्छाले शिवजीको तप गर्दा शिवले कुशको टुप्पोजस्तो सानो ज्योतिरुप दर्शन दिनुभयो। ब्रह्माजीले त्यसलाई कुशेश्वर नामकरण गरी स्तुति पुकार गर्दा शिवजी खुसी भई तपाइँको सृष्टि गर्ने इच्छा र सामर्थ्य पूरा होस्

भन्ने आज्ञा दिँदै अन्तर्ध्यान हुनुभयो। ब्रह्माले त्यो शक्ति पाएर संसारमा अण्डज, श्वेदज, उदभिज र जरायुज चार प्रकारका प्राणी सृष्टि गर्नुभयो।

२) **भीमेश्वर ज्योतिर्लिङ्ग**

कुमारजी आज्ञा गर्नुहुन्छः हे अगस्त्यमुनि कुशेश्वर शिव चर्चा सुनेपछि उत्साहित विरुपाक्ष नेमुनिसंग प्रश्न गर्छन्, हे मुनि भीमेश्वर शिवलिङ्ग कहाँ छ, त्यहाँको प्रसंग बताउनुस् भन्दा नेमुनि भन्नुहुन्छ : हे विरुपाक्ष, भीमेश्वरदेखि कुशेश्वरको दुरी करिव ४० कि मि उत्तर छ। यो ताम्रकौशिकी र सुवर्णकौशिकी नदीका संगममा देव तीर्थ त्रिवेणी छ, त्यसको उत्तरतिर ताम्रचुड पर्वतमा भीमेश्वर मन्दिर छ। प्राचीन समयमा दानवहरूले देवताहरूलाई धेरै दुःख दिए। देवताहरूले पवित्र तीर्थमा स्नान गरी यस पर्वतमा बसी शिवजीको महामन्त्र जप गरी ठुलो तप गरे। माघकृष्ण औँसीका दिन शिवजी प्रकट भई भीमरुपको दर्शन दिनुभयो र देवताहरूलाई भन्नुभयो– "तपाइँहरू यहाँबाट उत्तर दिशामा ताम्रकौशिकी र दोलती नदीको संगममा गई दुर्गाको नवार्ण मन्त्र जप्दै तप गर्नू, दुर्गा प्रसन्न भई तपाइँहरूको मनोकामना पूरा गरिदिनुहुन्छ।" त्यहिँ वरदान दिएर शिवजी अन्तरध्यान हुनुभयो। देवताहरूले देवीका मन्त्रले जगत् जननीको स्तुति गर्दा देवीले प्रसन्न भई भन्नुभयो- "देवताहरू हो संग्राममा म सहयोग गरौँला, युद्धको तयारी गर।" भीषण युद्ध भयो, देवीले कालक आदि दानवहरूको वध गरिदिनुभयो, देवताहरू विजयी भए, गुमेको राज्य पाए।

प्राचीनकालमा एक रुद्र शर्मा नामका पितृभक्त ब्राह्मण थिए। एकदिन उनले आफ्नो पिताको एकोदृष्ट श्राद्ध गरेको दिन अर्को छाक भोजन गर्न नहुनेमा आमिषयुक्त भोजन गरेछन्। उनी मृत्यु पश्चात् यमपुरी पुगेछन्। यमको इच्छा अनुसार उनी बँदेल भएर धर्तीमा जन्मेछन्। बँदेल भई पानी पिउँन ती त्यहीँको देव तीर्थ पुगेछन्, अज्ञानतामै शिवलिङ्ग छोइएछ। शिवलिङ्गको स्पर्शले बँदेलको शरिर छुटेर शिवको दर्शन पाई मोक्ष भएछन्। मनले चिताएको फल पाइने सो क्षेत्रमा आजसम्म धेरै तीर्थयात्रुहरू दर्शनाभिलाषी भई जाने गरेका छन्। राजधानी काठमाडौँबाट पूर्व दोलखा जिल्लाको दोलखा बजार नजिकै दोलती, तामाकोसी र सुनकोसी नदीको संगममा देवतीर्थ रहेको छ। त्यहाँबाट उत्तरतिरको उच्च पर्वतका बीचमा भीमेश्वर, भीमसेन स्थान छ, एक मिटर अग्लो शिलाको मूर्ति रहेको छ। दोलखा भीमसेनलाई पसिना आउँदा राष्ट्रलाई क्षति हुन्छ भन्ने जनविश्वास छ।

३) **काफेश्वर महालिङ्ग**

कुमारजी अगस्त्यमुनिलाई बताउनु हुन्छः विरुपाक्षको प्रश्नमा ने मुनि भन्नुहुन्छः भीमेश्वर शिवक्षेत्रभन्दा पश्चिम करिव ४० कि मि पर स्वर्ण कौशिकी र शैलवती नदीका संगममा स्वर्ण तीर्थ रहेको छ। प्राचीनकालमा नित्य कर्म उलंघन भएका

एक ब्राह्मण जसलाई कफ्को रोग लाग्यो, उनलाई कफ कफ भन्न थाले सबैले, उनका पुत्रलाई काफ भनियो। एकदिन ती काफ नामका शिवभक्त ब्राह्मण आएर सुवर्ण तीर्थमा स्नान गरी मृगचर्म आसनमा बसी शिवको एक शिला स्थापना गरेर सुकुन्जेल तप गरिरहे। शिवको ध्यान गर्दागर्दै एकहजार वर्ष बित्यो। तपको प्रभावले प्रसन्न भएका नरमुण्डमाला, त्रिपुण्डधारी श्रीशिव आएर अचेत तिनलाई डमरुको स्वरले बिउँझाउनुभयो। शरीर सुनको जस्तै तेजिलो भयो। समय फाल्गुण पूर्णिमाको रात्रि थियो। शिवले तिम्रै नामबाट यहाँ काफेश्वर शिवका रुपमा म बस्छु भनेर आशीर्वचन दिएर शरीर पूर्ण सुन्दर र राम्रो होस् भन्दै त्रि-नेत्र होस्, दिव्य चक्षु खुलोस् भन्दै वरदान पनि दिनुभयो। यो स्थान अब दिव्य हुने भयो।

कौशिकी गङ्गाको उदय बारे ने मुनि भन्नुहुन्छः अघि पार्वती माताले पतिदेव खुसी गराउँन हिमालयमा आसनबद्ध गरी शिवजीको तपस्या गर्नुभयो। माताका शरीरबाट पहेँलो पसिनाको धारा निस्क्यो र गङ्गाको रुपमा बहन थाल्यो, नाम नै स्वर्णकौशिकी रह्यो। यहाँ स्नान गर्नेहरूले जन्म जन्म कमाएका पाप नाश गरी अक्षय पुण्य प्राप्त गर्न सक्छन्। अघि एक काश्यप नामका ब्रह्मण थिए। दम्पतिबाट एक कन्या जन्मिइन्, तर कुरुपा थिइन् उनी। रुप नराम्रो हुँदा कसैले बिबाह गर्न मानेनन् र उनी खराब चरित्रतिर उन्मुख भइन्, परित्यक्त म्लेच्छका रुपमा हेर्न थाल्यो समाजले। पछि बिबाह भयो, बिबाह भएर घरमा जाँदा त्यही नदीको बाटो थियो, नदी स्पर्श भएको थियो, एकपल्ट सुवर्णकौशिकी नदी तर्न लाग्दा चिप्लेर लडिन्, नदीको स्नान भएछ, तुरुन्तै दिव्य सुन्दरीको रुपमा भइन्, पछि उनको मृत्यु भयो। शवलाई नदीले बगायो, पवित्र गङ्गामा मृत्यु भएकाले उनले सिधै मुक्ति पाइन्, शिव सान्निध्य पाइन्। अतः यस नदीमा स्नान गर्नेहरूको भुक्ति, मुक्ति मिल्नेछ। भोटेकोशी र सुनकोशी नदी सङ्गममा काफेश्वर शिव मन्दिर रहेको छ। काठमाडौँ कोदारी राजमार्गमा पर्ने बाह्रबीसे, भोटेकोशीबाट आग्नेय कोणमा पर्छ यो सिन्धुपाल्चोक जिल्लामा रहेको छ।

४) **कश्यपेश्वर ज्योतिर्लिङ्ग**

कुमारजीले अगस्त्य मुनिलाई भन्नुभयो र ने मुनिले विरुपाक्षलाई भन्नुभयो– काफेश्वर सुवर्ण तीर्थबाट पश्चिम दिशा ककुद पर्वत, घना जङ्गलका बीच एक चौरमा कश्यपेश्वर शिव लिङ्ग रहेको छ। शिव लिङ्गको पूर्वतिर गौरीकुण्ड र पश्चिमतिर सरस्वती कुण्ड रहेको छ। ने मुनिले विरुपाक्षलाई यही कुण्डको जल, आचमन गराएपछि विरुपाक्षका प्रश्नहरूको उत्तर दिँदै यहाँको विस्तृत वर्णन गर्नुभयो। प्राचीन कालमा सृष्टिकर्ता ब्रह्माका मानसपुत्र मरीचि भए, उनकी कला नामकी पत्नी थिइन्। उनीहरूबाट ऋषि कश्यपको जन्म भयो। यिनी त्रिकालदर्शी थिए, शास्त्रका ज्ञाता भए, उनले शिवको तप गर्ने बिचार गरी उत्तरभेग लाग्दा यही सरस्वती कुण्डमा

आइपुगे, स्नान गरे, एक शिला स्थापना पनि गरे, वैदिक मन्त्रले श्रीशिवको प्राण प्रतिष्ठा गरे । ज्येष्ठकृष्ण अष्टमीका दिन शिवमन्त्र जपेर ध्यानस्थ भए, समाधि लिन लागे एक वर्षमा । अचेत अबस्थामै शिवजीले दर्शन दिनुभयो, डमरुको आबाजले कश्यपलाई बिउँझाइयो । बाघको छाला ओढेका, सर्पका गहना भएका, त्रिशूल र डमरु हातमा लिएका, मुकुटले सुशोभित, नरमुण्डमालाधारी वृषवाहन शिवलाई कश्यपले देखेर परिक्रमा, प्रदक्षिणा गरे तीनपल्ट ।

शिवले भन्नुभयो, "तिमीले स्थापना गरेको शिव लिङ्गको नाम तिम्रै नामबाट कश्यपेश्वर हुने भयो" । धेरै खुसी भएर कश्यपजीले वरदान मागे "सृष्टि गर्ने सामर्थ्य पाउँ, देवता, दैत्य, यक्ष, गन्धर्व, किन्नर, मानव, पशुपन्छी, सबै चराचर जगत्का प्राणीहरूको सृष्टि गर्ने शक्ति दिनुहोस्" । श्रीशिवले चाहेअनुसारको वरदान मागेअनुसार 'तथास्तु' भनिदिनु भयो । कश्यपकी दिती पत्नीबाट दानवहरू र अदिती पत्नीबाट देवताहरू जन्मे, मानिस लगायत यस संसारका जे जति प्राणीहरू, स्थावर, वनस्पतिदेखि जलचर, सबैको उदय भयो र संसार नै ढाक्यो । यो काभ्रेको मण्डन देउपुरमा पर्छ । पाँचखालबाट मेलम्ची जाने बाटोको दायाँतिर उचाइमा छ यो, सवारी साधन सजिलै जान्छ, उत्तर हाइटमा विशाल नगरपालिकाको कार्यालय छ जहाँबाट वरिपरि सबैतिर देख्न सकिन्छ, पर्यटकीय क्षेत्र भएको छ त्यो ।

५) स्फटिकेश्वर सिद्धलिङ्ग

कुमारजी अगस्त्यमुनिलाई भन्नुहुन्छ र नेमुनि विरुपाक्षलाई भन्नुहुन्छ- कश्यपेश्वर शिवको महिमा सुनेपछि विरुपाक्षले प्रश्न गर्दै स्फटिकेश्वर शिव बारे जानकारी दिन आग्रह गर्दा नेमुनि भन्नु हुन्छ। काकन्द पर्वत नजिक चन्द्रकान्ति र हिमश्रवा नदी सङ्गममा कान्ति तीर्थ रहेको छ, त्यहीँ नजिक स्फटिकेश्वर शिव विराजमान हुनुहुन्छ। कुरुपलाई पनि सुरुप दिने यी शिवको क्षमता छ। यो तीर्थमा स्नान गर्नाले मानिसहरूको शरिर राम्रो अनि चरित्रवान पनि हुन्छ। एकपल्ट स्वर्गका राजा इन्द्र उत्तर जुगल हिमाल भ्रमणमा निस्कँदा कामधेनुले दूध चढाएको दूधकुण्ड ढुपेश्वर भन्ने स्थानमा नुहाएर त्यहाँको दर्शन गरी पाँचपोखरी गए। पाँचपोखरीमा सिद्धेश्वर शिवको स्थापना गर्दा श्रीशिव प्रसन्न भई त्यहाँ स्थापना गरिएको शिवलिङ्गको नाम सिद्धेश्वर रहेको र राजा इन्द्रले त्यहाँ पूजा गर्दा ऐरावत हात्तीले मद बगाउँदा हात्तीको मदबाट नदीको उदय भयो। ऐरावत हात्तीको कारण यी नदी ऐरावती भइन्, तिनको नाम हिमश्रवा हो, पछि इन्द्रावती भनिन लाग्यो । यी नदीसंगै पश्चिमतिरबाट पवित्र अर्को नदी महिन्द्रावती बग्छिन्। यी दुबैको सङ्गम इन्द्रेश्वर हो, त्यहाँ इन्द्रेश्वर शिव स्थान पनि छ। यसको केही पर दक्षिणतिर काकन्द पर्वतको चन्द्रकान्ति गुफाबाट बग्दै आएकी चन्द्रकान्ति नदी र ऐरावती सङ्गममा कान्तितीर्थ रहेको छ।

चन्द्रकान्तिको उद्‌गमस्थल काकन्द पर्वतमा एकपल्ट दक्षले चन्द्रमालाई श्राप गरेर चन्द्रमाको कान्ति नष्ट भएको थियो। चन्द्रमाले यहीँ आएर तप गरेकाले उनको कान्ति यथावत रहँदा नदीको नाम चन्द्रकान्ति रहेको हो। अति प्राचीन समयमा ब्रह्माजी यहाँ आएर कान्ति तीर्थमा स्नान गरी विशाल शिलामा बसी शिवको आराधना गर्नुभयो। तप गरेको धेरै समय बितेपछि त्यो शिलाबाट स्फटिक जस्तो सफेद, कञ्चन ज्योतिस्वरुप श्रीशिवको स्वरुप देखियो। श्रीशवले ब्रह्मालाई तप बाट “म प्रसन्न भएँ, वरदान माग” भन्दा यो स्फटिकको ज्योतिर्लिङ्गको नाम स्फटिकेश्वर रहनु पर्ने र यहाँ दर्शन गर्ने भक्तहरू रुपवान्, धनवान् हुनु पर्ने वरदान मागियो। शिवजीले ‘तथास्तु’ भन्नुभयो।

दक्षपुत्रीहरूसंग चन्द्रमाको बिहे भएको र धेरै राम्री रोहिणीसंग बढी प्यार भएको देखी अन्य पुत्रीहरूको उजुरी अनुसार दक्षले चन्द्रमालाई कुरुप हुने श्राप दिएका थिए, कान्तिक्षय हुँदा श्राप मोचनका लागि चन्द्रमा यहाँ आएर व्रत बसे। पछि चन्द्रमा रुपवान् भएको देखेर स्वर्गका सारा देवताहरू पनि यहाँ आएर स्फटिकेश्वर शिवको कृपा पाउन लालयित रहे। स्फटिकेश्वरका एक भक्त थिए धर्मदास ब्राह्मण। ती नित्य कर्म राम्ररी गर्थे, सन्ध्या उपासना, भूत आदि पञ्च यज्ञ गर्थे सधैं।

१७) उद्दालकेश्वर

१८) गोपालेश्वर

१९) चम्पेश्वर

२०) उन्मत्तेश्वर

२१) नन्दीकेश्वर

२२) गोखुरेश्वर

२३) पाण्डुकेश्वर

२४) कुटेश्वर

२५) असितेश्वर

२६) भैरवेश्वर

२७) ब्रह्मेश्वर

२८) स्कन्देश्वर

२९) शतरूद्रेश्वर

३०) काकेश्वर

३१) मणिचुडेश्वर

३२) योगेश्वर

स्फटिकेश्वरको सधैँ आराधना पनि गर्थे । एक दिन त उनले आश्विन शुक्ल पूर्णिमाको दिन रातमा जाग्राम, दीपदान गरिरहँदा त्यहाँ कामधेनु गाईले आफ्ना थूनहरूबाट दूध चढाइरहेको र शिवलिङ्गलाई पादस्पर्श गरी उडेर आकाशमार्ग गएको देखे । यिनले गाईको दर्शन गर्दा श्रीशिवजीले "तिम्रो अकण्टक रुपमा कैलाशबास होस्" भनेर आशीर्वाद दिई अन्तर्ध्यान हुनुभयो । नेमुनिको उपदेश के रह्यो भने फाल्गुण कृष्ण त्रयोदशी, चतुर्दशी जसलाई शिवरात्रि पनि भनिन्छ त्यतिबेला यहाँको विशेष पूजा आराधना गर्दा, कान्तितीर्थमा स्नान गर्दा मानिसले अनेकौँ जन्ममा कमाएका पापहरू नाश गराउन सक्छन्, पृथ्वीतलको सम्पूर्ण ऐश र सुख भोग गरी अन्त्यमा मुक्ति पनि मिल्छ। यो क्षेत्र हालको सिन्धुपाल्चोकको फटकशिला नजिकै पर्छ। यो शिवलिङ्ग गोलाकार ठुलो छ, शिलास्वरुप हो। पूजाआजालाई सहज बनाउन अलि पूर्वतिर छुट्टै वि सं १८ सय सालतिरै पक्की ढुँगाको छानो सहित एकमात्र ढोका राखी शिखर शैलीमा मन्दिर निर्माण गरी शिवलिङ्ग स्थापना गरिएको छ। काठमाडौँबाट लप्सेफेदी, जहरसिँह पौवा हुँदै, नगरकोट हुँदै बा काभ्रेको पाँचखाल हुँदै मेलम्ची जाने बाटैबाट दुई मिनेट पूर्व, उत्तरतिर पर्छ यो ।

६) **चण्डेश्वर ज्योतिर्लिङ्ग**

कुमारजी अगस्त्य ऋषिलाई भन्नुहुन्छ- श्फटिकेश्वर शिवको चर्चा श्रवणपछि

विरुपाक्षको प्रश्नमा नेमुनि निम्नानुसार बताउनुहुन्छ-

प्राचीन समयमा चण्डासुर दैत्य धेरै बलियो थियो। उसले उग्रतीर्थमा आई स्नान गरेर उग्ररुप शिवजीको महामन्त्रले जप गर्दै कडा तप गऱ्यो। शिवले खुसी भएर चण्डासुरलाई दर्शन दिनुभयो र वरदान माग्न भन्नु हुँदा मानिसहरू कसैले पनि “मलाई मार्न नसकून्” भन्ने अभयी वरदान माग्यो। शिवजीले अभय दान बाहेक अरु कुरा माग गर्न भन्दा “स्त्रीबाहेक अरुका हातबाट मेरो मृत्यु नहोस्” भन्ने वर माग्यो। श्रीशिवले “तथास्तु” भन्नुभयो। दैत्यले आफू वलवान भएको सम्झी पातालमा गई दैत्य सेना जम्मा गरेर संग्रामका लागि तयार हुन स्वर्गमा देवताहरूलाई खबर पठायो। देव र दानवहरूको लामो समय घमासान युद्ध भयो, देवताहरूको भागाभाग भयो। देवताहरू भागेको खबर माता पार्वतीले गुफाका प्वालबाट हेर्नुभएको र दैत्यहरूबाट उहाँ क्रुद्ध हुनु भएको थियो। देवी सिँहबाहिनी भई रिसले क्रुद्ध भएर तेजले पूर्ण भई उग्रचण्डीको रुप लिएर दानवी फौजमा पसी आगोले ती दैत्यहरूलाई भष्म पारिदिनुभयो। संग्राममा पसेर चण्डासुरको पनि बध गरिदिनु भयो। दानवको बध देखेर देवताहले देवीलाई पुष्पवृष्टि गरे, माता चण्डेश्वरीको जय जय गरे। देवीले भन्नुभयो, “फेरि मेरो आबश्यक परेमा बोलाउनु” अनि माता चण्डेश्वरीकै रुपमा त्यहीँ बस्नुभयो।

स्कन्दपर्वतबाट बगेकी रुपवती नदी रुद्रावतीको सङ्गम उग्रतीर्थ संगै चण्डेश्वरी भगवतीको पीठ रहेको छ। अघि भृगु ऋषिका छोरा च्यवन, शिवजीको तप गर्न योग्य स्थान खोज्दै यहीँ आइपुगे, उग्रतीर्थमा वनस्पति, वन वाटिकाको रमणीय दृश्य देखेर शोभायमान, गुप्त यो स्थानमा शिवपञ्चाक्षरी मन्त्रले भगवानलाई स्मरण गर्ने प्रण गरे। स्कन्द पर्वतमा बसी जप गर्दै तप गर्दा बाह्र वर्ष बित्यो। आश्विन शुक्ल अष्टमी, मध्यरातमा शिवजीले ज्योतिर्लिङ्ग स्वरुप दर्शन दिनुभयो। च्यवनले साष्टाङ्ग दण्डवत् गरी सेवा ढोग गर्दा शिवले “हे च्यवन ! तिमी अब सबैका पुज्य ऋषि हुनेछौ, अन्त्यमा मोक्ष पनि पाउनेछौ” भनिदिनुभयो। शिव त्यसै ज्योतिर्लिङ्गमा अन्तर्ध्यान हुनुभयो, ऋषि च्यवन गुणवान् भई लोकप्रसिद्ध हुनुभयो। यो कुरो अन्धकको छोरो चण्डले सुन्यो र आफ्नो गुरुउपदेशले चैत्रशुक्ल नवमीका दिन उग्रतीर्थमा आई स्नान गरी भक्तिपूर्वक शिवलिङ्गको पूजा गरी धूलो खाएर अधोमुख गर्दै कडा तप गर्न थाल्यो। एक दशक पूरा भएपछि शिवले देव दानवले हराउन नसक्ने अभयी वरदान दिएर चण्डलाई चण्डेश्वर हुने वरदान दिएर त्यही ज्योतिर्लिङ्गमा अन्तरध्यान हुनुभयो। चण्डेश्वर शिव मन्दिर हालको काभ्रे जिल्ला, बनेपा नगर उत्तर पूर्व इशानकोणमा छ, अग्लो भूमिमा, ढुंगाको गाह्रो, बज्रको छानो, ढलौटको गजुर, पश्चिम फर्केको, एकमात्र ढोकासहितको, शिखर शैलीको मन्दिरभित्र शिवलिङ्ग रहेको छ, नजिकै माता चण्डेश्वरीको पनि भव्य मन्दिर रहेको छ। सहजै सवारी

सुविधा भएको त्यस स्थानमा सधैँजसो मेला लाग्छ, दशैँमा विशेष मेला लाग्छ, शिवलिङ्गमा नित्य रुद्राभिषेक हुन्छ।

७) **धनेश्वर महालिङ्ग**

अगस्त्य ऋषिको प्रश्नमा र विरुपाक्षको प्रश्नमा नेमुनि भन्नुहुन्छः

चण्डेश्वर शिवलिङ्गको सिधा नैऋत्य कोणमा रौद्रनामक पर्वत छ, त्यहाँ धनेश्वर शिवलिङ्ग रहेको छ। यहाँ बसेर ब्रह्माजीका मानसपुत्र भृगु ऋषिले सय वर्षसम्म तप गर्नुभयो। तप पूर्व नजिकैको कुण्डमा स्नान गर्नुभयो। पृथ्वीका अनेकानेक स्थान भ्रमण गर्दा यहाँको वातावरण उत्तम लागी मृगचर्म, पद्मासनमा बसेर शिवको प्रार्थना गर्दा उहाँलाई श्रीशिवले ज्योतिस्वरुप दर्शन दिनुभयो र भन्नुभयो" "कठिन तप पूरा गरेकाले देव, दानव, ऋषिहरू मध्ये तपाइँ श्रेष्ठ हुनुभयो, चिरञ्जीवी हुनू, नजिकै रहेको कुण्ड उग्रतीर्थका रुपमा सदाका लागि रहिरहोस्, र यो ज्योतिर्लिङ्गको नाम धनेश्वर रहनेछ, तपाइँ निरोगी रहनूस् अनन्तकालसम्म, यहाँ आई शिवलिङ्ग पूजन, रुद्राभिषेक गर्ने, दर्शन गर्नेहरू भाग्यमानी होऊन्, धनधान्यले सधैँ भरिपूर्ण होऊन्" भन्दै आशीर्वचन दिएर अन्तरध्यान हुनुभयो। भृगुले कुण्डस्वरुप शिवलिङ्ग स्थापना गरी नवरत्नहरूले पूर्ण गरी विधिपूर्वक श्रीशिवको पूजा गर्नुभयो। धनेश्वर शिव मन्दिर काभ्रे बनेपा बजार, पनौती जाने बाटोबाट केही माथि रहेको छ। सवारी छोडेर केही हिँड्नु पर्छ, रङ्गिन इँटको गाह्रो, वज्रको छानो, ढलौटको गजुर भूइँ तलामा एकमात्र ढोकाभित्र कुण्डाकार शिवलिङ्ग छ, पाञ्चायन मूर्तिहरू पनि छन्, मन्दिरको दक्षिणातिर कञ्चन जलपूर्ण कुण्ड छ, यही जलले शिवको स्नान गराइन्छ, धान्यपूर्णिमालगायत अरु दिनमा पनि यहाँ विशेष मेला लाग्छ, मन्दिर परिसरमा अरु धेरै दिव्यमूर्तिहरू छन्, स्थान प्रकृतिले भरिपूर्ण, शान्त छ।

८) **विकटेश्वर स्वयम्भू लिङ्ग**

कुमारजी आज्ञा गर्नुहुन्छः हे अगस्त्यमुनि, यता नेमुनि भन्नुहुन्छः हे विरुपाक्षः धनेश्वर शिवभन्दा केही वायव्यतिर द्रोणाचल पर्वतको फेदीमा पुण्य गङ्गा, ललित गङ्गा र हत्यामोचन गङ्गाको सङ्गममा त्रिवेणी रुद्रतीर्थ छ। यहाँ विकटेश्वर शिवलिङ्ग रहेको छ। विकट नामको एक व्याधाले स्थापना गरेको हो। अगस्त्यमुनिले व्याधात्राट कसरी ? भन्ने पश्नमा कुमारजी भन्नुहुन्छः। महापापी दुराचारी, हत्यारो, हिँस्रक, प्राणीहरूको वध गर्ने त्यो विकट यो क्षेत्रमा आएर पापको प्रायश्चित्त गर्दै, शरिर नश्वर भन्ने बुझेर, जीवघात गरी मांसाहार गर्ने कार्य बन्द गरी आफ्ना धनुर्बाणहरूलाई बिसाएर यहाँको जलपान गर्‍यो, उसको बुद्धिको बिर्को खुल्यो, विरक्त भयो, पुण्यवती नदीमा नुहायो, शरीर शुद्ध गरायो, सदाचारी भयो। यहीँ बसेर शिव आराधना गर्ने

३३) नारायणेश्वर ३४) ज्योतिर्लिङ्गेश्वर ३५) रत्नचूडेश्वर ३६) वागेश्वर
३७) किलेश्वर ३८) वाल्मीकेश्वर ३९) मङ्गलेश्वर ४०) विमलेश्वर
४१) अनन्तलिङ्गेश्वर ४२) विश्वरूपेश्वर ४३) सोमेश्वर ४४) गोभराटेश्वर
४५) भृङ्गेश्वर ४६) त्रिलिङ्गेश्वर ४७) कुपितेश्वर ४८) सर्वेश्वर

बिचार गर्दै बाह्र वर्षसम्म शिवजीको आराधना गर्‍यो, घाम, पानी, हुरी सबै बिर्स्यो । कडा व्रतबाट श्रीशिव प्रसन्न भई ज्योतिरुप लिई त्यो म्लेच्छ सामु प्रकट हुनुभयो, यो समय माघकृष्ण तृतीयाकाको मध्यरात्रि थियो, पत्थर रुप शिवलिङ्ग स्थापना भयो । शिवजीले भन्नुभयो "यहाँ देवताहरू पनि आउनेछन्, तिमीले तिम्रै नामबाट मेरो पूजा गर, विकटेश्वरको नाममा, तिम्रो सबै हत्या, हिँसाको पाप मैले धुनेछु र तिमी शिवगणका नायक हुनेछौ" भन्दै शिवलिङ्गमै अन्तरध्यान हुनुभयो । विकटेश्वरको पूजा गर्नाले हिँसाबाट मुक्ति मिल्छ ।

विकटेश्वर शिव मन्दिर हालको काभ्रे साँगा भञ्ज्यागबाट नजिकै बनेपा जाने बाटैको उत्तरतिर पर्छ, बाटैबाट देखिन्छ, मन्दिर पूर्वतिर नदी सङ्गम त्रिवेणी छ, तामाको गजुर, बज्रको छानो, भूइँतलाको मन्दिरमा केही खाल्डो परेको कालो शिवलिङ्ग छ, नित्य जलधारा भइरहने त्यहाँ मुकुटले ढाकिएका शिलाका गणेश मूर्तिहरू छन्, तीनतिर झ्यालहरू र पूर्वतिर एकमात्र ढोका छ । हाल समितिले पूजा व्यवस्थापन गरेको छ, उत्तरतिर मनकामना मूर्ति र मन्दिर परिसरमा नारायणको शिर मात्र रहेको मन्दिर, भैरव र अरु शिवमूर्तिहरू छन् ।

९) इन्द्रेश्वर महालिङ्ग

अगस्त्यजीको प्रश्नमा कुमारजी र विरुपाक्षको प्रश्नमा नेमुनि भन्नुहुन्छः धनेश्वर

शिवक्षेत्रदेखि केही आग्नेयतिर कुञ्ज पर्वतको फेदीमा रुद्रमती र पदमावदी नदीको सङ्गम छ। यहाँ देवराज इन्द्र र महारानी शची भएर तप गर्दा श्रीशिव उत्पन्न भई इन्दलाई श्रापमोचन गराइएको प्रसङ्गले यहाँको महत्व बढेको छ र यस क्षेत्रलाई शचीतीर्थ भनिन्छ।

अघि बह्माजीकी धेरै राम्री पुत्री थिइन् अहिल्या। अहिल्याको बिहे ऋषि गौतमसंग भएको थियो। एक दिनको कुरो हो, दुबै टहल्दै थिए वगैँचामा। राजा इन्द्र त्यही बाटो आएछन् र मोहित भएछन् अहिल्याको रुप देखेर। समय मिल्नासाथ अहिल्यासंग कामवासनामा डुब्ने उनको प्रतिज्ञा रहेछ। ऋषि तपस्वी थिए, नित्य गङ्गास्नान गर्नु पर्ने। एकपल्ट मध्यरात्रिमा गङ्गास्नान गर्न गएको स्नान गर्दा तिलको कमी भयो, तुरुन्तै आफ्नो कुटीमा आए। उनी नभएका समय इन्द्रले गौतमको भेष गरी अहिल्याको सतीत्व नाश गराई कुटीबाट निस्कँदै गरेको देखेर इन्द्रलाई श्राप गरे। "छली इन्द्र तेरो शरिर हजार योनियुक्त होस्"। अहिल्यालाई पनि उनले गाली दिए र भने "तँ परपुरुष पनि नचिन्ने ढुंगा भइरहेस् अब"। इन्द्र कुरुप भए हजार स्त्रीयोनी, स्वर्गमा हल्लिखल्ली भयो, अहिल्या ढुङ्गा भइन्। त्रेतायुगमा रामको चरणस्पर्शले अहिल्या चोखो भइन्, रुपवती पनि। उता इन्द हजारयोनी हुँदा गुरु वृहस्पतिसामु गएर विलौना गर्न थाले। वृहस्पतिले भन्नुभयोः "पृथ्वीको पवित्र तीर्थ छ, हिमालको फेदीमा, पद्मावती र लीलावती नामको नदी सङ्गम गएर शिवजीको तप गर्नू ठीक हुन्छ"।

गुरुका उपदेशले पत्नी शचीलाई लिएर इन्द्र यहाँ आए, दुबैले त्यहाँ स्नान गरी पद्मासन बाँधी एक शिला स्थापना गरी ॐ नमः शिवाय को मन्त्रले तपस्या गरे। शचीले देवीको मन्त्र सिद्धि गरिन्, भगवती खुसी भई गङ्गा सङ्गममा पद्मावती भई बग्न थालिन्, दिव्य एक वर्ष बित्यो, आषाढ शुक्ल पूर्णिमाको रातमा शिवजीले आफ्नो ज्योतिस्वरुप दर्शन दिनुभयो। दुबैले शिवजीको साष्टाङ्ग प्रणाम गरे। शिवजी प्रसन्न भई भन्नुभयो- "यहाँ उदय भएको ज्योतिर्लिङ्ग तिम्रै नाममा रहने भयो, इन्द्रेश्वरको रुपमा, शचीले स्नान गरेको क्षेत्र शचीतीर्थ हुन्छ, तिम्रो रुप पूर्ववत् हुन्छ, अबदेखि जो यहाँ आएर स्नान र शिवलिङ्गको आराधना गर्छ, रुद्राभिषेक गर्छ, सबै किसिमको पापबाट मोचित हुनेछ"। इन्द्र शची सहित गुरु वृहस्पतिसामु गएर ढोग गरे, स्वर्ग गए, राज्य प्राप्त गरे, शिव अन्तरध्यान हुनुभयो।

अर्को प्रसङ्ग के छ भने श्रुतिश्रवा नामका एक वेदज्ञ, कर्मेष्ठि ब्राह्मण थिए। उनी इन्द्रेश्वर शिवका आराधनामा रहे। शची तीर्थमै स्नान गरेर शिवगणमा सामेल भए, शिवकृपाबाट परमधाम पाए, कैलाशबासी भए। जसले यहाँ इन्द्राणीको समेत पूजाआजा गरी शिव आराधना गर्छ ऊ ईश्वको परमभक्त हुन्छ। यी कथा

विरुपाक्षलाई सुनाइयो र विरुपाक्षलाई माघकृष्ण अष्टमीमा व्रत गराएर, रात्रिमा जाग्राम बसाएर नेमुनिले उनलाई व्रत पारायण गमेत गराउनु भयो ।

यो शिवलिङ्ग हालको काभ्रे जिल्ला पनौती नगर, रुद्रमती जसलाई रोसी भनिन्छ र पद्मावती जसलाई पुण्यवती भनिन्छ, सङ्गममा छ। तेलिया इँटको गारो, झिँगटी छानो, सुनको गजुरसहितको ३ तले मन्दिर, प्राचीन नेपाली शैलि, चार ढोका, यसभित्र अग्लो शिवलिङ्ग रहेको छ। मन्दिर परिसरमा अरु धेरै मूर्तिहरू छन्। पनौतीमा १२ वर्षे स्नान मेला लाग्छ, धेरै घुइँचो हुन्छ भक्तहरूको, अति पवित्र तीर्थ हो यो। पनौतीलाई भूकम्प सुरक्षित क्षेत्र पनि भनिन्छ, अरनिको राजमार्ग बनेपा सहरबाट केही कि मि टाढा दक्षिणतिर पर्छ ।

१०) **भालेश्वर ज्योतिर्लिङ्ग**

इन्द्रेश्वर शिव बारे जानकारी पाएका अगस्त्य खुसी भई कुमारजीसंग र विरुपाक्षले नेमुनिसंग विभिन्न प्रश्नहरू राख्दा कुमारजी भन्नुहुन्छः

अघि दक्षपुत्री सतीदेवीसंग शिवले बिहे गरेपछि आफ्ना ज्वाइँसंग बडो क्रुद्ध भएको दक्षले शिव बिनाकै ठुलो महायज्ञ गर्दा आफ्ना पति संसारकै पितालाई कुनै भाग नराखी ठुलो यज्ञ गरेको देखेर र शिवनिन्दा सुनेर सतीले पिताकै यज्ञमा प्राण छोडिन् । शिवले सतीको मृत शरिर लिएर संसार घुम्ने क्रममा लीलावती गङ्गा र सुखश्रवाको सङ्गममा रहेको निकुञ्जाचल पर्वतमा आइपुग्दा ललाट पतन भयो। ललाट पतन भएको स्थानमा भालेश्वर शिवको उदय भयो ।

एकदिन स्वर्गको इन्द्र सभामा धेरै अप्सराहरू नृत्य गर्दै थिए। गीत गाउने क्रममा इन्द्रसभामा सुमुख नामको गन्दर्भ अप्सरा रम्भासंग काममोहित भएछ। आँखा आँखा कटाक्ष हुँदा रम्भा रिसाएर स्वर्गमा बस्न लायक नठानी सुमुखलाई श्राप गरिन् 'हे सुमुख तँ स्वर्गच्यूत भई मर्त्यलोक जानू, मानिस भएर जन्मनू' । श्राप परेपछि लामो समयदेखि सुमुख मर्त्यमण्डलमा घुम्दै रह्यो। निकुञ्जाचल पर्वतको जङ्गलमा गालवमुनिको आश्रम रहेछ। त्यो गन्धर्व आएर यहीँ त्रिकालदर्शी गालवको शरण परेछ। गालव ऋषिले उसको करुणा सुनेर प्रारब्ध हेर्दै भनेछन् 'तिम्रो कामुक मन, श्राप मोचनका लागि भालेश्वर शिवको प्रार्थना गर, लीलावती र सुखश्रवा नदीका बीचमा शिवको कृपा नहुञ्जेल शिवमै समर्पित भएर बस'। सुमुखले गुरुआज्ञा पालन गरेर दिव्य एक वर्ष शिव ध्यानमा रत भएको देखेर शिव खुसी भई उसलाई दर्शन दिनुभएछ। सुमुखले साष्टाङ्ग प्रणाम गर्दा शिवले भन्नुभयो "अब तिमी पापमुक्त भयौ, स्वर्ग फर्क, आफ्नो काममा लाग" । शिव त्यहीँ अन्तर्ध्यान हुनुभयो । भालेश्वरमा शिव पूजा गर्नेहरूले आफ्नो मनोकामना पूरा गर्नेछन्, एक वर्षभित्र मनले चिताएको काम पूरा हुने यहाँको विशेषता नै भएछ। सुमुखले भालेश्वरको

दर्शन पाएर दिव्य एक हजार वर्षसम्म स्वर्गमा गायक भएर बस्ने सौभाग्य प्राप्त गर्न सफल भएछ ।

यो क्षेत्र हालको काभ्रे जिल्ला पनौती नगरदेखि पश्चिम उकाली डाँडोमा पर्छ । लीलावती नदी जसलाई अचेल बिहेबर खोला भनिन्छ र सुखश्रवा जसलाई रोसी भनिन्छ, अर्को पहराबाट निःसृत खोल्सो छ, जसलाई कलावती नदी भनिन्छ, यिनीहरूको सङ्गम, त्रिवेणीमा एक ढोका, बज्रलेपको छानो, तामाको गजुर, भूइँतले, गुम्बजशैलिको दक्षिण फर्केको मन्दिरभित्र तामाको अर्घोतामाथि शिवलिङ्ग रहेको छ । लिङ्गको शिरभाग तामाको पाताले छोपिएको छ, नित्य जलधारा, रुद्राभिषेक हुने गरेको छ । मन्दिर पूर्वतिर दाह संस्कारक्षेत्र त्रिवेणीघाट, पश्चिमतिर कैलाश, निकुञ्ज पर्वत रहेको छ, अन्य देव देवीस्थानहरू पनि छन्, पूर्वतिर पानीको झर्ना, पानी घट्ट हेर्न लायक छ । पनौती बजारबाट माथि निजर्भ सवारी साधनहरू पुग्छन्, केहीबेर मात्र हिँड्नु पर्छ ।

११) **गुप्तेश्वर ज्योतिर्लिङ्ग**

भालेश्वरदेखि नैऋत्य, काठमाडौँ पशुपतिदेखि दक्षिण, कुञ्ज पर्वतको शिखरमा गुप्तेश्वर शिवक्षेत्र रहेको छ । यसको तलतिर प्रभावती र सिद्धरसा नदी सङ्गम छ । यहाँ स्नान गरी गुप्तेश्वरको दर्शन, पूजा गर्नाले मानिसलाई पूर्वजन्मको स्मृति समेत हुन्छ । नेमुनि बताउनुहुन्छ, कुमारजी बताउँदै गर्नुहुन्छः

सत्ययुगमा एक वृषासुर थियो, उसले कैलाशबासी शिवजीको घोर तप गर्‍यो । शिवले वरदान माग्न भन्दा 'नाइँ' भन्यो । तर कुनै न कुनै वर माग्नुपर्छ भन्ने शिवको आग्रहमा उसले 'मेरो हातले जसको शिर छुन्छ, उसको तत्काल मृत्यु होस् त्यो वर माग्छु' भन्यो । शिवजीका शिरमा हात राखी पछि पार्वती आफ्नो बनाउने उसको अभिलाषा रहेछ । शिवले तपबाट खुसी हुँदा वरदान 'मागेअनुसार होस्' भन्नुभयो । असुर त थियो, परिक्षा गर्छु भन्दै शिवकै पछि लाग्यो, उहाँ भाग्नुभयो पर्वतका शिखरमा कसैले नदेख्नेगरी गुफाभित्र लुक्नुभयो । कैलाशमा हल्लीखल्ली भयो, विष्णुलोकमा खबर गयो, जाली वृषासुरबाट शिवजीलाई बचाउन भन्दै विष्णुले योवनवती, मोहिनी रुप लिएर बाटोमा बस्नुभयो, हस्याँगफस्याँग गर्दै कुदिरहेको असुर रोकिएर युवतीतिर हेर्न लाग्यो, परिचयको क्रममा आफूसंग जसलाई छोयो उसको भष्म गराउन सक्ने खुवी रहेको बतायो । युवतीले भनिन्, 'भाँग, धतुरो खाने शिवको लहैलहैमा नलाग, उनले दिएको वरदान कहाँ पूरा हुन्छ, नपत्याए आफ्नै शिर माथि राखेर हेर, अलिअलि तातो आयो भने हात झिक्नू', युवतीको कुरामा विश्वास गर्‍यो उसले । वरदान अचुक थियो, क्षणभरमै ऊ खरानी भइहाल्यो । विष्णुले आफ्नो रुप लिएर शिवजी लुकेको गुफामा गएर वातचित गर्दै वृषासुरको

वध भइसकेको बताउनु भयो। शिवजीले त्यहाँ गुप्तबास बसेकाले त्यो गुफाको नाम गुप्तेश्वर रह्यो। त्यो क्षेत्रका लागि आबश्यक शक्ति दिएर दुबै आआफ्नो धाममा जानुभयो।

पहिले एक चतुर ब्राह्मण रहेछन्, गुरुभेटी, दक्षिणा, कुनै गुरु बिना नै बेस्सरी विद्या आर्जन गरेछन्, चोरी गरेर पनि विद्यामा निपुण भएछन्। त्यो पापले ती ब्रह्मराक्षस भई जन्मेछन्, सिद्ध तीर्थमा आएर जलपान गरेछन्। त्यहाँको जलपानको प्रभावले ब्रह्मराक्षसबाट उनी ब्रह्मज्ञानी भएछन्, राक्षस मती गएछ, देवमती भएछ, नाम पनि अब शिवदास रहन पुगेछ। भरद्धाज ऋषि सामु गएर 'म देवत्व पाउन चाहन्छु' भनेपछि 'गुप्तेश्वर शिवको ध्यान गर्नू, चाँडै नै तिमीले सिद्धि पाउँछौ', यो उपदेश पाएछन् तिनले गुरुबाट। नभन्दै लामो समय यहाँ आएर शिवदासले शिवमन्त्र जपेर तप गर्दा शिव प्रसन्न भईही दर्शन दिएर 'अब तिमी मेरा भक्त भयौ' भनिदिनु भएछ। यहाँ आएर मेरो स्वरुपको चिन्तन गर्ने जोकोहीले पन मोक्ष पाऊन् भन्ने वरदान दिनुभएछ। शिव त्यहाँ अन्तरध्यान हुनुभयो, शिवदास पनि खुसी भए। नेमुनिले यो कथा विरुपाक्षलाई सबै वृतान्त सुनाएर माघकृष्ण दशमीमा दर्शन गराई व्रतमा राखेर रात्रिमा जाग्राम, दिपदान, शिव पुकार गराएर व्रत पारायण पनि गराउनुभयो।

यो क्षेत्र हालको ललितपुर गोदावरी ठीक दक्षिण फूलचोकी डाँडामा पर्छ, डाँडाको गुफाभित्र शिवलिङ्ग रहेको छ, गुप्तरुपमा शिव बसेकाले गुप्तेश्वर भनिएको हो, गुफाको बाहिरतिर छत्राकार सानो मन्दिर छ, नजिकै फूलचोकी भगवतीको मन्दिर पनि छ, अन्य देव देवीका शिलारुपहरू छन्, घनाजङ्गलको शिखरमा छ यो। थरिथरिका रुखहरू छन्, प्रकृति मनमोहक छ, फूलचोकी पर्वत भन्ने गरिएको छ यसलाई। ललितपुर जिल्लाको भारदेउक्षेत्र हो यो। टिकाभैरव लेले हुँदै गाटीखेलतिर जाने बाटो छोडेर कस्सिएर २ घण्टा उकाली चढ्नुपर्छ, सिँढीहरू भएकाले खासै हिँड्न असहज हुन्न, माथि चारघरे तिरबाट घुमेर सवारी साधन अलि परसम्म जान्छ, तर पनि हिँड्नुपर्छ केही समय।

१२) **तिलेश्वर महालिङ्ग**

नेमुनि विरुपाक्षलाई भन्नुहुन्छः

एकपल्ट अङ्गिरा ऋषिका पुत्र देवगुरु वृहस्पतिलाई शिवजीको तप गर्ने इच्छा भयो। माघे संक्रान्तिका दिन तीर्थयात्राको क्रममा मुकुन्द पर्वत, मनः श्री तीर्थमा आएर स्नान गरेर तिलको थुप्रो बनाएर उनले विधि र भक्तिपूर्वक शिवको आराधना गरे। सिद्धरसा नदीको जल श्रीशिवस्वरुप मानी तिलको पहाडमा अर्पण गरे। वैदिक मन्त्रका साथ जलधारा सहित अखण्ड र अविरल रुदाभिषेक पाठ गरे। तीन दिनपछि महादेवले काली शक्तिका साथ दर्शन दिनुभयो। महादेवको घोर रुप थियो, हातमा

४९) गोलोकेश्वर

५०) चन्दनभराटेश्वर

५१) यक्षेश्वर (आदेश्वर)

५२) चण्डिकेश्वर

५३) धर्मेश्वर

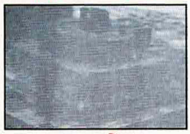
५४) गोकर्णेश्वर

५५) कोटेश्वर

५६) वाणेश्वर

५७) ज्ञानेश्वर

५८) पर्वतेश्वर



५९) जलेश्वर

६०) गुह्येश्वर

६१) किराँतेश्वर

६२) भष्मेश्वर

६३) भुवनेश्वर

६४) रुद्रगारेश्वर

ठुलो त्रिशूल, डमरु, खप्पर, मुण्डमाला, दक्षिणामूर्ति स्वरुप, एक मुख, चार हात, त्रिनेत्र, सर्पको जनै लगाएका, आकाशको जस्तो तेज देखिने यस्ता महादेव थिए भने संगै महादेवी घोररुपा, गहनाले सजिएकी, त्रिनेत्र भएकी, झ्याँक्रा फिँजाएकी, दुई हातकी, मुण्डमालाधारी, कालस्वरुपा कालीले पनि त्यहीँ दर्शन् दिइन् । तिलको थुप्रोबाटै श्रीशिव प्रकट हुनुभएको थियो ।

वृहस्पतिलाई शिवले दर्शन दिँदै भन्नुभयो, तिमी यहाँ बसेर सरस्वतीको आह्वान गर, अहिले सरस्वती शुक्राचार्यसंग छिन्, उनी पात लिएर पानी'को रुप लिई यहाँ आउँछिन्, तिमीले उनलाई अञ्जुलीमा लिएर पिइदिनू, तिम्रो वाक्सिद्धि हुनेछ, देवतासहित सबैले तिमीलाई गुरु मान्नेछन्, सरस्वती कुण्डका रुपमा आएकीले यहाँको कुण्डलाई सरस्वती कुड भनिनेछ" । तिलको थुप्रो शिवलिङ्ग भयो, यसो भनेर शिव पनि त्यसैमा अन्तरध्यान हुनुभयो ।

वृहस्पतिले मनोमतीमा स्नान गरेर सरस्वतीको आव्हान गरे । आफूसंग रहेकी सरस्वती आफूबाट छुट्टिन लागेको देखेर शुक्राचार्यले श्राप दिँदै भने "तिमी स्थिर थियौ, चञ्चला हुन लाग्यौ, अवदेखि नदी भएर बग्नू" । सरस्वती पनि रिसाइन्, आफू जल भई बग्नुअघि श्राप गरिन् "हे शुक्र, तिमी पनि जल बूँद भई रहनू"। जलस्वरुप सरस्वती कुण्ड बन्यो, शिवजीको नाम तिलेश्वर रह्यो । वृहस्पतिले मनमनै आह्वान

गरिएकीले नदीको नाम मनःश्री रह्यो । दश गङ्गा समानको शक्ति रह्यो त्यहाँ । तिलेश्वर नजिकको कुण्ड रुद्रकुण्डको नामले प्रसिद्धि पायो । शुक्राचार्य जलबूँद भई बग्न थाले, वृहस्पतिले आफ्नो दाहिने हातको आधा अञ्जुलीले जल पान गरे । जलस्वरुपा सरस्वतीको अनुनय विनय प्रार्थना पनि गरे । वाक्सिद्धि प्रदान गर्ने रसरुप महासरस्वतीलाई भारती, ब्राह्मी नामले पुकार गरे । यति गरेपछि वृहस्पति सम्पूर्ण शास्त्रका ज्ञाता बने, महान् कवि, विद्धान् तीक्ष्ण स्मृतिशक्तिका बने ।

शक्तिवान् बनेका वृहस्पतिले आकाशतिर हेरेर शुक्राचार्यलाई सम्बोधन गर्दै भने, 'हे शुक्राचार्य, तिमी रिसाएर सरस्वतीलाई श्राप गर्‍यौ, मेरै अगाडि यस्तो देख्नु परेकाले तिमीलाई पनि म श्राप दिन्छु, सुन- आजैदेखि तिमी पनि पातलिएर प्राणीका गर्भमा रहने शुक्रकीट हुनू' । शुक्राचार्य शुक्रकीट भए, प्राणीका गर्भमा शुक्रकीट भई रहने भए, उनले महादेवको तप गरे, महादेवकै अङ्गबाट अर्को जन्म लिए, शुक्रका नामबाट प्रसिद्धि पाई दैत्यहरूबाट पूजित भइरहे ।

वृहस्पतिले पुनः पुनः तिलेश्वर शिवको प्रार्थना गरे। फेरि शिवले आशीर्वाद दिनुभयो, वृहस्पति स्वर्गमा बस्ने देवताका महान् गुरु बने । सरस्वती पनि एक वर्षपछि पापामोचित भई सत्यलोक फर्किइन् । तिलेश्वर शिव मन्दिर गुप्तेश्वरको वायव्यतिर रहेको छ। हाल काठमाडौँको दक्षिण ललितपुर लेलेक्षेत्रमा पर्छ, शिलाको गारो, तीनतिर झ्याल, ढलौटको गजुर, पश्चिम फर्केको मन्दिरभित्र शिवलिङ्ग रहेको छ। नजिकै मनःश्रीगङ्गा, उत्तरमा सरस्वती गङ्गा, मन्दिरपूर्वतिर सर्प आदि प्राकृतिक वनवाटिकाले भरिपूर्ण छ र यहाँ माघे संक्रान्तिमा विशेष मेला लाग्ने गर्छ ।

सन्दर्भ सामग्रीहरूः

स्कन्दपुराण, हिमवत्खण्ड

पशुपति पुराण, शिव पुराण, लिङ्ग पुराण

वायुपुराण, श्रीमद्भागवत सार

तीर्थ पर्यटनः युवराज शर्मा गौतम, २०६१

शिव महिमा, पशुपति क्षेत्र विकास कोष, अच्युतप्रसाद पौडेल 'चिन्तन'

बागमती महिमा र गोकर्णेश्वर : विभिन्न धार्मिक पुस्तकहरू, अच्युतप्रसाद पौडेल 'चिन्तन'

नेपालका चार धाम र प्रसिद्ध मठ मन्दिरहरूः अच्युतप्रसाद पौडेल 'चिन्तन'

वास्तु शास्त्र र केही चाडपर्वहरूः अच्युतप्रसाद पौडेल 'चिन्तन'

श्रीस्वस्थानी व्रत कथाः पं चित्रप्रसाद सुवेदी ।

+++

नेपालमा पर्यटन विकास : विद्यमान अवस्था र सुधारका क्षेत्र

✍ **विष्णुहरि रेग्मी**

सार

नेपाल मनोरम प्राकृतिक सुन्दरता, वहुआयामिक र बहुउपयोगी विविधता एवम् अनेकन् सम्भावनायुक्त अनुपम देश हो । विश्वभरका मानिसका विभिन्न उद्देश्य मनोरञ्जन, रमणीय दृश्यावलोकन, तीर्थ गमन, साहसी खेल प्रदर्शन र अध्ययन अनुसन्धान गर्नका लागि नेपालमा विभिन्न देशहरूबाट अनेक थरी पर्यटकहरू आउने गर्दछन् । पर्यटक आगमनका कारण लघु तथा घरेलु उद्योग, कृषि उत्पादन, होटल तथा रेस्टुरेन्ट लगायतका क्षेत्र चलायमान बन्छन् । यसबाट रोजगारी सिर्जना, स्वरोजगारी प्रवर्धन, स्थानीय उत्पादनको खपत, सबल पक्षको प्रचार प्रसार, कुल गार्हस्थ्य उत्पादन वृद्धि, राजस्व वृद्धि लगायत अर्थतन्त्रमा सकारात्मक प्रभाव पर्दछ । पर्यटन क्षेत्रको अपार सम्भावना र अर्थतन्त्रमा पर्यटन क्षेत्रको गुणात्मक प्रभावहरूलाई मध्यनजर गरी नेपाल सरकार र निजी क्षेत्रबाट विभिन्न सुधारका कामहरू चालिएका छन् । सरकारले हवाई, होटल र पर्यटन क्षेत्रलाई खुला गरी साझेदारीमा आधारित पर्यटन विकासको नीति तथा कार्यक्रमहरू अगाडि बढाएको छ। पर्यटनसम्वद्ध नीति, योजना, कानून तथा कार्ययोजना निर्माण, परिमार्जन र कार्यान्वयनका लागि संस्थागत, प्रोत्साहनकारी र व्यवहारिक प्रबन्धहरू गरिदै आइएको छ। तीन तहका सरकार र राज्य बाहेकका क्षेत्रहरू समेतको पहलकदमीको प्रतिफलस्वरुप सन् २०२४/२५ मा कुल पर्यटक आगमन बढेर ११ लाख ४७ हजार ५ सय पुगेको छ। यस क्षेत्रले २ लाख प्रत्यक्ष रोजगारी र हजारौं अप्रत्यक्ष रोजगारी सिर्जना गरेको छ। नेपालको कुल गार्हस्थ्य उत्पादनमा पर्यटन क्षेत्रले औषतमा करिब २ प्रतिशत योगदान

✍ *उपसचिव, नेपाल सरकार*

गरेको छ। यद्यपि प्रति पर्यटक औषत बसाइ र प्रतिपर्यटक प्रतिदिन खर्चलगायतका सूचकले कमजोर अवस्था इङ्गित गर्दछ। कमजोर पूर्वाधार, सञ्जाल र सेवा सुविधा, राजनीतिक अस्थिरता, प्रशासनिक जटिलता, निजी क्षेत्रको जोखिम लिन नखोज्ने तर लाभको मात्र अपेक्षा गर्ने प्रवृत्ति, समुदाय तथा नागरिकको दोहनकारी सोच र आतिथ्यता विपरितका व्यवहारलगायतका कारणहरूले गर्दा पर्यटन क्षेत्रबाट अर्थतन्त्रमा क्षमताको तुलनामा अत्यन्त कम योगदान रहेको देखिन्छ। पर्यटन क्षेत्र प्रवर्धन गरी अर्थतन्त्रलाई सबल बनाउन शासनका सबै पात्रहरूको क्रियाशीलता र उच्चतम योगदान आवश्यक छ। नवीन गन्तव्यस्थलहरूको विकास, पूर्वाधार तथा सञ्जालहरूको विस्तार एवं सुदृढीकरण, प्रभावकारी शान्ति सुरक्षा र सुशासनको प्रत्याभूति, विविध सम्पदा एवं संस्कृतिको दिगो संरक्षण र 'अतिथि देवो भवः' को धारणाको व्यवहारिक कार्यान्वयन अपरिहार्य देखिन्छ।

१. अर्थतन्त्रको परिचय

एउटा निश्चित भौगोलिक क्षेत्रभित्र वस्तु तथा सेवाको उत्पादन, विनिमय, वितरण र उपभोगको समग्र प्रणाली अर्थतन्त्र हो। वस्तु तथा सेवाको आयात वा उत्पादन गरी भौगोलिक क्षेत्रभित्रको आवश्यकता पूरा गरिन्छ। उत्पादनका लागि परम्परागत साधनहरू जस्तै भूमि, पुँजी, श्रम र संगठन तथा आधुनिक साधनहरू जस्तै ज्ञान, प्रविधि र तथ्यांकको प्रयोग गरिन्छ। सीमित रुपमा उपलब्ध उत्पादनका साधनहरूको उच्च प्रतिफलजन्य र फाइदाजनक क्षेत्रमा परिचालन गरी आर्थिक वृद्धि र विकास हासिल गरिन्छ। प्रकृति र प्रवृत्तिका आधारमा अर्थतन्त्रलाई विभिन्न तरिकाले वर्गीकरण गर्न सकिन्छ। भौगोलिक रुपमा स्थानीय अर्थतन्त्र, प्रादेशिक अर्थतन्त्र, राष्ट्रिय अर्थतन्त्र, क्षेत्रीय अर्थतन्त्र र विश्व अर्थतन्त्रका रुपमा यसको अध्ययन गरिन्छ। उदारता र अन्तरआवद्धताको आधारमा यसलाई खुला र बन्द अर्थतन्त्र भनिन्छ। अर्थराजनीतिक दर्शनका आधारमा पुँजीवादी, समाजवादी र मिश्रित अर्थतन्त्रको रुपमा अध्ययन गरिन्छ। स्वामित्व र लाभका आधारमा दोहनकारी अर्थतन्त्र र समावेशी अर्थतन्त्रमा वर्गीकृत गर्न सकिन्छ। अर्थतन्त्रमा योगदानको आधारमा कृषिमा आधारित अर्थतन्त्र, सेवाप्रधान अर्थतन्त्र, तेल अर्थतन्त्र, बौद्धिक अर्थतन्त्रलगायतमा विशिष्टिकरण गरिएको छ। विकासको अवस्थाका आधारमा विकसित अर्थतन्त्र, विकासोन्मुख अर्थतन्त्र र अतिकमविकसित अर्थतन्त्रमा वर्गीकरण गरिएको छ।

अर्थतन्त्रका प्रमुख पाँच क्षेत्रहरू पहिचान गरिएका छन्। पहिलो वास्तविक क्षेत्र हो। यसको प्राथमिक क्षेत्रमा प्रकृति वा भूमिबाट प्राप्त गर्न सकिने कच्चा पदार्थको स्रोतहरू पर्दछन्। कृषि, वन, मत्स्यपालन, खानी उत्खनन लगायत प्राथमिक क्षेत्र

जिप फ्लाइ

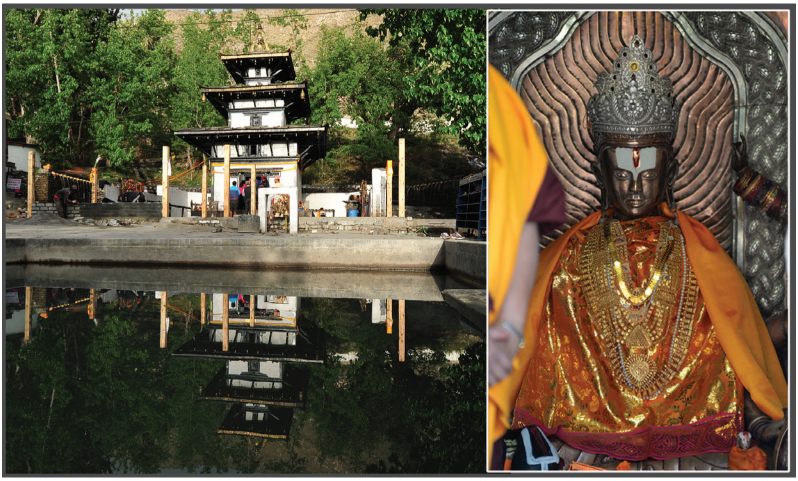
हुन् । द्वितीय क्षेत्रले प्राथमिक क्षेत्रबाट प्राप्त कच्चा पदार्थलाई प्रशोधन गरी अर्ध प्रशोधित वा प्रशोधित वस्तु र सेवाहरू उत्पादन गर्दछ । उत्पादनमूलक उद्योग, निर्माण क्षेत्र, विद्युत, ग्याँस तथा पानी द्वितीय क्षेत्रका उदाहरण हुन् । उत्पादन र वितरण प्रणालीलाई सघाउने तथा मानवीय जीवनयापनलाई सहज र सुविधायुक्त बनाउने सेवाहरू तृतीय क्षेत्रको रुपमा रहन्छन् । शिक्षा, स्वास्थ्य, यातायात, ढुवानी, प्रशासन, पर्यटन, सूचना प्रविधि लगायतका सेवाहरू यस अन्तर्गत पर्दछन् । पछिल्ला दिनहरूमा ज्ञानमा आधारित क्षेत्रहरू जस्तै अध्ययन अनुसन्धान, वौद्धिक सम्पत्ति, नवप्रवर्तन लगायतलाई वास्तविक अर्थतन्त्रको चतुर्थ क्षेत्र भनिन्छ । विशेष प्रकृतिका तालिम, प्रशिक्षण, परामर्श, तथ्यांक विश्लेषण समेत यसै क्षेत्रमा पर्दछन् । सरकारी, व्यावसायिक तथा सामाजिक क्षेत्रको उच्चस्तरीय निर्णय निर्माणलाई वास्तविक अर्थतन्त्रको पाँचौ क्षेत्रको रुपमा अध्ययन गर्न सुरु गरिएको छ ।

वास्तविक अर्थतन्त्रको तृतीय क्षेत्रमा समाहित पर्यटन क्षेत्र अर्थतन्त्र र विकासको अथाह सम्भावना बोकेको क्षेत्रको रुपमा परिचित रही आएको छ । नेपालमा पाइने २०८ प्रजातिका स्तनधारी, ८६७ प्रजातिका चरा, १२३ प्रजातिका सरिसृपहरू, ५५ प्रजातिका उभयचर, २३० प्रजातिका माछाहरू, ६५१ प्रजातिका पुतलीहरू, २८४ प्रजातिका फूल फुल्ने वनस्पतिहरूलगायतका जैविक विविधता, १०० भन्दा बढी प्रकारका पारिस्थितिक प्रणालीहरू, १४२ भन्दा बढी जातजाति, १२४ भन्दा बढी भाषाभाषी, विभिन्न १० धर्मावलम्बीहरू, ८ हजार मिटरभन्दा अग्ला ८ हिमालहरू, ६००० भन्दा बढी नदीनालाहरूलगायतका अनेकन विविधताले नेपालमा पर्यटन क्षेत्रको अपार संभावना र अर्थतन्त्रमा पर्यटनको योगदान क्षमतालाई चित्रित गर्दछ ।

२. पर्यटनको परिचय

निश्चित उद्देश्य प्राप्तिका लागि आफू बसिरहेको स्थायी बसोबासस्थल छाडेर १

बर्षभन्दा कम अवधिका लागि अन्यत्र भ्रमण वा यात्रा गर्नु पर्यटन हो। पर्यटन अर्थतन्त्रको एक पक्षमात्र नभएर मानव जीवनयापनको एक तरीका पनि हो। अस्थायी रुपमा वा अल्पकालीन यात्रा वा भ्रमणमा निस्कने व्यक्तिलाई पर्यटक भनिन्छ। पर्यटकहरूलाई आवश्यक पर्ने विभिन्न सेवा सुविधाहरूको उत्पादन, व्यवस्थापन र प्रवाह गरेर अर्थोपार्जन गर्नु पर्यटन व्यवसाय हो। UNWTO को अनुसार पर्यटनको परिभाषा यसप्रकार छः– "A social, cultural and economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal or business/professional purposes." वर्तमान विश्वमा पर्यटन सम्बन्धी कार्यलाई विभिन्न आधारमा वर्गीकरण गरी अध्ययन तथा विश्लेषण गरिन्छ। देशभित्र गरिने भ्रमणलाई आन्तरिक पर्यटन र एक देशबाट अर्को देशमा गरिने भ्रमणलाई वाह्य पर्यटन भनिन्छ। मध्यमवर्गीय परिवारको संख्या उच्च रहेको र तिनको आयस्तरमा केही सुधार भएकाले आन्तरिक पर्यटन फस्टाउँदै गएको छ। भ्रमणको उद्देश्यका



धार्मिक पर्यटकीयस्थल मुक्तिनाथ

आधारमा मनोरञ्जनात्मक पर्यटन, साँस्कृतिक पर्यटन, धार्मिक पर्यटन, स्वास्थ्य र चिकित्सा पर्यटन, शैक्षिक पर्यटन, खेल पर्यटन, पर्यापर्यटन, ग्रामीण वा दुर्गम क्षेत्रको पर्यटन, खाद्य पर्यटन, अन्तरिक्ष पर्यटनलगायतमा वर्गीकरण गरी अध्ययन गरिन्छ। पर्यटकको बसाइ अवधि एक हप्ताभन्दा कम भएमा अल्पकालीन पर्यटक, एक हप्तादेखि एक महिनासम्म अवधि भएमा मध्यमकालीन पर्यटक र केही महिना वा सो भन्दा बढी अवधिको भए दीर्घकालीन पर्यटक भनिन्छ। मौसमका आधारमा

शीतकालीन, ग्रीष्मकालीन वा सदावहार पर्यटनमा वर्गीकरण गरिन्छ। पर्यटकको संख्या र प्रकृतिको आधारमा एकल यात्रा, पारिवारिक भ्रमण, सामूहिक भ्रमण, संस्थागत वा व्यावसायिक भ्रमण लगायतमा समूहीकरण गर्न सकिन्छ।

पर्यटन क्षेत्रको इतिहास मानव सभ्यता जत्तिकै पुरानो रहेको छ। प्राचीन समयमा मानिसहरू तीर्थयात्रा, व्यापार वा युद्धका लागि एक ठाउँबाट अर्को ठाउँमा जाने गर्दथे। ५ औँ शताब्दीदेखि १५ औं शताब्दीको अवधिमा धार्मिक र शैक्षिक पर्यटनको व्यापक विस्तार भयो। काशी, प्रयाग, मक्का, मदिना जस्ता तीर्थहरू प्रसिद्ध भए। महान युरोपियन पुनर्जागरण पश्चात अध्ययन अनुसन्धानका लागि अन्तरमहादेशीय भ्रमण, खोज र नयाँ नयाँ स्थानहरू पत्ता लगाउने कामले तीव्रता पायो। भ्रमणको क्रममा कोलम्बस अमेरिका पुगे र अमेरिका पत्ता लगाएको श्रेय पाए। अठारौँ र उन्नाइसौँ शताब्दीमा औद्योगिक क्रान्ति भयो। वाष्प इन्जिनमा आधारित लामो दुरीका सार्वजनिक सवारी साधनहरू जस्तै रेल र पानीजहाजको विकास भएसँगै मध्यमवर्गका मानिसहरू समेत त्यस्ता साधनहरूको प्रयोग गरी यात्रा र भ्रमणमा निस्कन सुरु गरे। प्याकेज टुर लगायतका व्यवस्थित र आधुनिक पर्यटनको सुरुवात सोही अवधिमा भयो। सोका लागि होटल, ट्राभल एण्ड टुर जस्ता व्यवसायहरूको विकास भयो।

अशोक स्तम्भ, लुम्बिनी

दोस्रो विश्वयुद्धपछि पर्यटन विकासका लागि देशहरूको लगानी वृद्धि हुँदै गयो। हवाइक्षेत्र खुला गर्नुका साथै पर्यटन लक्षित हवाइउडानहरू सुरु हुन थाले। सन् १९४६ मा गठन भएको UNWTO ले पर्यटन क्षेत्रको विकासमा विश्वव्यापी योगदान पुऱ्यायो। २१ औँ शताब्दीको सुरुवातसँगै दिगो विकास अनुकूल हुने गरी पर्यापर्यटनमा जोड दिन थालियो। पर्यटन व्यवसायको भ्रमण, टिकेटिङ, वुकिङ जस्ता कार्यहरूमा अनलाइन सेवा सुरु भयो। अनलाइन नक्सा, मोवाइल एप र सामाजिक सञ्जालमा आधारित विज्ञापनहरू हेरेर पर्यटकहरूले यात्राको निर्णय

सगरमाथा पदयात्रा

लिने र भ्रमण गर्न थाले। हाल पर्यटन क्षेत्रको विविधीकरण, विस्तारीकरण र विद्युतीकरण तीव्र हुँदै गएको छ।

३. नेपालमा पर्यटन क्षेत्रको विकास

नेपाल ऐतिहासिक कालखण्डदेखि नै सम्पदा र वैभवयुक्त देशको रुपमा परिचित रहदै आएको छ। यहाँका अनेकन विविधता र सम्पदाका कारण विगतदेखि नै यात्रा तथा भ्रमण गन्तव्यका रुपमा नेपालले ख्याति कमाएको छ। प्राचीन र मध्यकालीन नेपालमा विदेशीहरू धार्मिक, साँस्कृतिक र व्यापारिक भ्रमणमा नेपालमा आउने गर्दथे। नेपालीहरू पनि धार्मिक र व्यापारिक उद्देश्यले घुमफिर गर्दथे। हिन्दु धर्मावलम्बीहरूले पशुपतिनाथ, मुक्तिनाथ, गोसाइकुण्ड, स्वर्गद्वारीलगायतका धार्मिकस्थलमा तीर्थाटन गर्छन्। बौद्धमार्गीहरू लुम्बिनी, स्वयम्भुनाथ, बौद्धनाथलगायतका पवित्र स्थलहरूको भ्रमण र दर्शन गर्दछन्। सम्राट अशोकको लुम्बिनी भ्रमण र त्यहाँ उनले बनाएको अशोक स्तम्भले बौद्धमार्गीहरूको पर्यटनलाई प्रमाणित गर्दछ। विदेशी व्यापारीहरू नेपालहुँदै भारत र तीब्बतसँग व्यापार गर्दथे। कला र संस्कृतिको प्रचार प्रसार एवं साँस्कृतिक कुटनीतिका लागि अरनिको, भृकुटी लगायतले विदेश भ्रमण गरेका थिए। सन् १७६८ देखि १९५० सम्म राणाशासनको समयमा बेलायतीबाहेक अन्य देशका नागरिकलाई नेपालमा भ्रमण गर्न खुला थिएन। विसं २००७ मा राणाशासनको अन्त्य पछि नेपालमा पर्यटन तथा हवाइक्षेत्र खुला गरिएसँगै आधुनिक पर्यटनको सुरुवात भयो। सन् १९५० मा फ्रान्सेली टोलीले ८००० मिटरभन्दा अग्लो अन्नपूर्ण प्रथम हिमालको सफल आरोहण गरेसँगै नेपालमा

आधिकारिक रुपमा पर्वतारोहण पर्यटनको सुरुवात भएको थियो। सन् १९५३ मा तेन्जिङ नोर्गे शेर्पा र सर एडमण्ड हिलारीले गरेको सर्वोच्च शिखर सगरमाथाको सफल आरोहण नेपालको पर्यटन क्षेत्रलाई विश्वभर चिनाउने घटना बन्यो। त्यसपश्चात नेपालले पर्यटन क्षेत्रको विकासका लागि विभिन्न संस्थागत कदमहरू अगाडि बढायो। सन् १९५७ मा पर्यटन विभागको स्थापना गरियो। सन् १९५९ मा UNWTO संस्थाको सदस्य बनी नेपालले पर्यटन विकासका लागि अन्तर्राष्ट्रिय साझेदारी बढायो। सन् १९७० देखि १९९० को अवधि नेपालमा पर्यटन विकासका लागि स्वर्णयुगको रुपमा रह्यो। यस अवधिमा त्रिभुवन अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थलको विस्तार तथा स्तरोन्नति गरियो। काठमाडौंदेखि चितवन र पोखरा जाने सडकमार्ग निर्माण तथा सुधार गरियो। निजी क्षेत्रको पहलमा होटल, लज, पर्यटक गाइड जस्ता सेवा व्यवसायहरू संस्थागत हुँदै गए। सन् १९७९ मा Trekking Agency Association of Nepal (TAAN) को स्थापना गरियो। सगरमाथा लाङटाङ अन्नपूर्ण क्षेत्रमा पदयात्रा विस्तार भयो। धार्मिक तथा साँस्कृतिक सम्पदाको संरक्षण अन्तर्गत काठमाडौं उपत्यकाका दरबार तथा मन्दिरहरूलाई विश्वसम्पदा सूचीमा समावेश गरियो। विसं २०४६ को राजनीतिक परिवर्तनपछि पर्यटन क्षेत्र थप खुला गर्नुका साथै निजी क्षेत्रको भूमिका बढाइयो। फलस्वरुप पर्यटन क्षेत्रमा निजी लगानी विस्तार र व्यवसाय विविधीकरण भई अर्थतन्त्रमा योगदान बढ्यो। पहिलो राष्ट्रिय अभियानका रुपमा नेपालमा सन् १९९८ मा भ्रमण नेपाल वर्ष भव्य रुपमा मनाइयो। राजनीतिक अस्थिरताको बीचमा वि.सं. २०५२ देखि सुरु भएको सशस्त्र विद्रोहका कारण पूर्वाधार विकास र पर्यटन विस्तारका गतिविधिहरू १० बर्षसम्म ओझेलमा परिरहे। आ.व. २०६२/६३ को जनआन्दोलन, विस्तृत शान्ति सम्झौता र सो पश्चात भएको संविधानसभाको निर्वाचनसँगै देशमा पुनः विकास अभियान सक्रिय भयो। पर्यटन पुनर्उत्थानको क्रममा नेपाल पर्यटन वर्ष-२०११ र गन्तव्य नेपाल-२०२० जस्ता अभियानहरू संचालन गरिए। कोरोना महामारीले थिलथिलिएको पर्यटनक्षेत्रमा उर्जा भर्नका लागि विभिन्न छुट, सहुलियतहरू प्रदान गरेसँगै आर्थिक वर्ष २०८१/८२ मा पर्यटकको संख्यामा वृद्धि भई ऐतिहासिक रेकर्ड कायम भयो। भूकम्पपछि विभिन्न सम्पदाहरूको पुननिर्माण अझै चलिरहेको छ। भैरहवा तथा पोखरा विमानस्थल निर्माण सम्पन्न भएका छन्। उत्तर दक्षिण कोरिडोरहरू, मध्यपहाडी र मदन भण्डारी राजमार्ग, हुलाकी राजमार्गलगायतका सडक संजालका कारण पर्यटक र यात्रीका लागि आवागमनमा सहजता थपिदै गएको छ। नेपालले सन् १९७२ मा पर्यटन गुरुयोजना बनायो। सन् १९७७ मा पर्यटन मन्त्रालयको स्थापना गरियो। सन् १९७८ मा पर्यटन ऐन जारी गरियो। सन् १९७८ मा नेपाल पर्यटन बोर्डको गठन पनि गरियो। सन् २०२३ देखि २०३२

लाई पर्यटन दशक घोषणा गरिएको छ। दिगो, समुदायमा आधारित र गुणस्तरीय पर्यटनका लागि विभिन्न सुधारात्मक कार्यहरू भइरहेका छन् । हालसालै UNESCO ले ललितपुर महानगरलाई सृजनात्मक सङ्गीतको शहर घोषणा गरी पर्यटन क्षेत्रका लागि सुखद सन्देश दिएको छ।

४. अर्थतन्त्रमा पर्यटन क्षेत्रको योगदान

पर्यटन क्षेत्रले अर्थतन्त्रमा वहुगुणी र सकारात्मक प्रभाव पार्दछ। पर्यटक आउँदा विभिन्न पेशा, व्यवसाय र उद्योग गतिशील बन्छन् । कर तथा गैरकर राजस्व भुक्तानी बढ्छ। देशले विदेशी मुद्रा आर्जन गर्नुका साथै स्वदेशी मुद्राको प्रतिस्पर्धी क्षमता बढेर जान्छ। परम्परागत र स्थानीय व्यवसाय, साना तथा घरेलु उद्योगहरू प्रवर्धन भएर जान्छ। होटल तथा रेष्टुरेन्ट क्षेत्रको विकास हुन्छ। प्रत्यक्ष तथा अप्रत्यक्ष रोजगारी एवं स्वरोजगारीका अवसरहरू सिर्जना हुन्छन् । स्थानीय कला, संस्कृति र सम्पदाको संरक्षण एवं प्रचार प्रसार हुन्छ। नवीन ज्ञान तथा अनुभवको आदान प्रदानबाट असल सभ्यता एवं संस्कृतिको विकास र आधुनिकीकरणमा टेवा पुग्छ। उपभोग र मागमा बढोत्तरी भई उद्योगधन्दा र कलकारखाना चलायमान हुन्छन् । अन्तर्राष्ट्रिय क्षेत्रमा देशको प्रचार प्रसार हुनुका साथै सद्भावयुक्त सफ्ट पावरको विकास हुन्छ। राज्यको वार्ता, सम्झौता र कुटनीतिक क्षमता बढेर जान्छ। विदेशी मुद्रा सञ्चिती, भुक्तानी सन्तुलन, मुद्राको सबलीकरण लगायत बाह्य क्षेत्रमा सकारात्मक प्रभाव पर्दछ। सही तरिकाबाट व्यवस्थापन, सहजीकरण र नियमन हुन नसके अपराधिक मानसिकतामा बढोत्तरी, प्रदुषण र महाकारी, समाजिक भड्काउ र साँस्कृतिक अतिक्रमण हुने जोखिम समेत रहन्छ।

५. विश्वका असल अभ्यास र सफल उदाहरणहरू

भुटानमा उच्च मूल्य कम प्रभाव (High Value Low Impact) को मान्यतासहित दिगो पर्यटन नीति अख्तियारी गरी Nature, Culture / Heritage को संरक्षणमा जोड दिइएको छ। गुणस्तरीय पर्यटक आकर्षण गरी सबैलाई दैनिक दिगो विकास शुल्क अनिवार्य लगाइएको छ। भुटानले Mass Tourism लाई निरुत्साहन गरी साँस्कृतिक र आध्यात्मिक पर्यटनमा जोड दिएको छ। कोस्टारिकामा शुद्ध जीवन (Pura Vida) नारा आत्मसात गरी Carbon Neutral Economy विकास गर्न राष्ट्रिय निकुञ्ज र संरक्षित क्षेत्रको सञ्जाल विस्तार, होमस्टे प्रवर्धन, प्राकृतिक गाइडहरूको क्षमता र गुणस्तर अभिवृद्धिमार्फत अर्थतन्त्रमा पर्यटन क्षेत्रको योगदान बढाउँदै लगिएको छ। न्यूजील्याण्डले १००% Pure New Zealand ब्रान्डमार्फत High Yield Tourist लाई आकर्षित गरेको छ। देशमा प्रवेश गरेका पर्यटकलाई वातावरण संरक्षणको शपथ खुवाइन्छ। साहसिक, स्थानीय, साँस्कृतिक र चलचित्र पर्यटन विकासमा

जोड दिएको छ। स्पेन विविधतामा आधारित पर्यटनका अतिरिक्त Sun and Beach Tourism, Smart City, High Speed Rail Network, ग्रामीण तथा वाइन पर्यटन विकासमा केन्द्रित भएको छ। Tourism Destination Quality System लागु गरी सुरक्षित पर्यटन पूर्वाधार र सेवा प्रदान गर्दै आएको छ। वार्षिक रुपमा अधिकतम पर्यटकहरूले भ्रमण गर्ने देशमध्येको फ्रान्समा कला, संस्कृति र इतिहासमा आधारित पर्यटनमा जोड दिइएको छ। त्यहाँ सम्पदा एवं स्मारकहरूमा रात्रिकालीन भ्रमण खुला गरिएको छ। पर्यटक सुरक्षा र अतिथि सत्कारको विशेष मापदण्ड बनाइएको छ। Real Time Tourist Information System लागु गरी पर्यटकको निरन्तर नियमन र सहजीकरणको प्रबन्ध मिलाइएको छ। पर्यटकीय टापु माल्दिभ्सले एक टापु एक रिसोर्टको अवधारणामा Luxury Destination विकास गरेको छ। टापुको निजीकरण र अन्तर्राष्ट्रिय चेन होटलको लगानी आकर्षण गर्नुका साथै Underwater Restaurant's and Villas बनाएको छ। माल्दिभ्सले Wellness / Honeymoon Tourism का लागि स्वर्गका रुपमा देशलाई ब्रान्डिङ गरिरहेको छ। सानो देश भएपनि सिङ्गापुरले अत्याधुनिक र योजनावद्ध शहरी पूर्वाधार विकास गरी Man Made Attraction मार्फत उच्च पर्यटन आय गर्दै आएको छ। Tourist Hub को रुपमा परिचित Changi Airport, Gardens by the Bay लगायतका विश्व चर्चित पर्यटकीय गन्तव्यहरू सिङ्गापुरले विकास गरी पर्यटक आकर्षण गरिरहेको छ।

६. नेपालमा पर्यटन क्षेत्रको अवस्था र अर्थतन्त्रमा यस क्षेत्रको योगदानको विश्लेषण

नेपालमा पर्यटन विकासको औपचारिक यात्रा सन् १९५६ मा फ्रान्स सरकारको प्राविधिक सहयोगमा तयार गरिएको पहिलो पर्यटन योजनाबाट प्रारम्भ भएको मानिन्छ। यस योजनाले नेपालमा आधुनिक पर्यटन व्यवस्थापनको आधार तयार गरिदियो। त्यसपछि सन् १९७२ मा सार्वजनिक भएको पर्यटन गुरुयोजनाले दीर्घकालीन दृष्टिकोणसहित संरचनात्मक पर्यटन विकासका लागि मार्गनिर्देशन प्रदान गऱ्यो। यसै क्रममा वि.सं. २०३५ मा जारी पर्यटन ऐनले पर्यटन क्षेत्रको कानुनी नियमन, प्रशासनिक स्पष्टता र संगठनात्मक व्यवस्थापनका लागि महत्त्वपूर्ण आधारशिला प्रदान गऱ्यो।

नेपाल सरकारले निजी क्षेत्रलाई पर्यटन विकासको प्रमुख वाहकका रूपमा स्थापित गर्दै पूर्वाधार निर्माण, नीतिगत सहजीकरण, अनुगमन र नियमनजस्ता आधारभूत भूमिकामा आफूलाई केन्द्रित गर्दै आएको छ। पछिल्ला वर्षहरूमा स्वदेशी तथा विदेशी लगानीको विस्तारसँगै अन्तर्राष्ट्रिय स्तरका चेन होटेलहरू नेपालमा भित्रिने क्रम बढ्दै गएको छ। त्यस्तै, ट्राभल तथा टुर्स सेवा, रिसोर्ट, रेष्टुरेन्ट, साहसिक पर्यटन, हवाइलगायतका यातायात सेवा जस्ता क्षेत्रमा पनि निजी क्षेत्रको प्रत्यक्ष लगानी बढ्दै गएको छ।

नेपाली नागरिकहरूको क्रयशक्तिमा भएको वृद्धि, नयाँ गन्तव्यस्थलको भ्रमण र अन्वेषण गर्ने चाहना र भ्रमण संस्कृतिको विस्तारका कारण आन्तरिक तथा ग्रामीण पर्यटन गतिविधिमा समेत उल्लेख्य वृद्धि भएको छ। कोभिड-१९ महामारी तथा अन्य प्राकृतिक विपत्तिबाट कमजोर बनेको पर्यटन क्षेत्रलाई पुनर्जीवित गर्न पर्यटन क्षेत्रलक्षित राहत तथा सहुलियतका प्याकेज, क्षतिग्रस्त सम्पदा पुनर्निर्माण, भौतिक संरचना सुधार तथा नीतिगत सहजीकरणमार्फत पुनरुत्थानका प्रयासहरू निरन्तर अघि बढाइएका छन् ।

समग्रमा हेर्दा, नेपालले पर्यटन संरचना, नीति निर्माण र संस्थागत विस्तारका क्षेत्रमा उल्लेखनीय प्रगति गरेको भए पनि कार्यान्वयन क्षमतामा सुधार नगरी दीर्घकालीन लक्ष्य पूरा गर्न कठिनाइ रहने देखिन्छ। नेपालमा आवधिक योजनाहरूको सुरुवातदेखि नै पर्यटन क्षेत्रलाई राष्ट्रिय विकासको प्रमुख स्तम्भका रूपमा समावेश गरिँदै आइएको छ। समयानुकूल नीति तथा रणनीति अद्यावधिक गर्ने उद्देश्यले पर्यटन नीति, २०५२, पर्यटन नीति, २०६५ तथा राष्ट्रिय पर्यटन रणनीतिक योजना, २०१६-२०२५ कार्यान्वयनमा ल्याइएका छन् । संस्थागत संरचनाको सुदृढीकरणका लागि संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय, पर्यटन विभाग, नेपाल पर्यटन बोर्ड, नागरिक उड्डयन प्राधिकरण र विभिन्न क्षेत्रीय पर्यटन सूचना केन्द्रहरू स्थापना गरिएका छन्। यी संस्थागत संयन्त्रहरूले पर्यटन प्रवर्धन, व्यवस्थापन र सरोकारवालाहरूसँग समन्वयमा महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्दै आएका छन् ।

नेपालमा पर्यटनक्षेत्रको नीतिगत संरचना पर्याप्त भए पनि कार्यान्वयन पक्ष भने अपेक्षित रूपमा प्रभावकारी बन्न सकेको छैन । राष्ट्रिय योजना आयोगद्वारा वि.सं. २०७७ मा सम्पन्न पर्यटन नीति, २०६५ को समीक्षा प्रतिवेदन अनुसार नीतिले प्रस्ताव गरेका १६ कार्यनीतिहरूमध्ये केवल २ मात्र पूर्णरूपमा कार्यान्वयन भएका छन्। ३ कार्यनीतिहरू ६०-६५ प्रतिशत, ६ कार्यनीतिहरू ३०-४५ प्रतिशत र ४ कार्यनीतिहरू २७ प्रतिशतभन्दा कम मात्र कार्यान्वयन भएको देखिन्छ। एउटा कार्यनीतिको भने कार्यान्वयन नै सुरुवात भएको देखिएन । यसबाट नेपालमा पर्यटन नीति कार्यान्वयन फितलो रहेको स्पष्ट हुन्छ ।

नीति कार्यान्वयनमा देखिएका सीमा र अवरोधहरू अनेक किसिमका छन् । नीतिभित्रै रहेका अस्पष्ट प्रावधान तथा परस्पर विरोधाभास, विभिन्न सरकारी निकायबीचको नीतिगत र कार्यगत असामञ्जस्यता, कार्यान्वयनका लागि स्पष्ट कार्ययोजनाको अभाव र प्रभावकारी अनुगमन-मूल्याङ्कन संयन्त्र निर्माण नहुनु प्रमुख कमजोरीका रूपमा देखिएका छन्। साथै, भूकम्प, नाकाबन्दी र कोभिड-१९ महामारीजस्ता बाह्य प्रतिकूलताहरूले पनि नीति कार्यान्वयन प्रक्रियामा गम्भीर चुनौती थपिदिएका छन्। गुणस्तरीय र दिगो पर्यटन विकासका लागि नीति र व्यवहारलाई लचिलो

बनाई बहुपक्षीय सहकार्यमा आधारित पर्यटन विकास मोडलको अवलम्बन र कार्यान्वयन गरी प्रभावकारी अनुगमन एवं सुधार गर्दै जानुपर्दछ ।

७. पर्यटन क्षेत्रका प्रमुख सूचक

नेपालको अर्थतन्त्रमा पर्यटन क्षेत्रको योगदान उतारचढावपूर्ण तर महत्त्वपूर्ण रहँदै आएको छ । विगत १० वर्षमा पर्यटन क्षेत्रका प्रमुख सूचकहरू देहायबमोजिम रहेका छन्ः

सूचक	**विगतको अवस्था (सन् २०१५)**	NTSP २०१६–२०२५ **को लक्ष्य (सन् २०२५ सम्म)**	**हालको अवस्था**	**अन्तर विश्लेषण**
पर्यटक आगमन संख्या (हजारमा)	५ लाख ३९ हजार	२० लाख	११ लाख ४७ हजार	लक्ष्यको आधामात्र उपलब्धि ।
प्रति पर्यटक दैनिक खर्च (USD)	६७.८० डलर	७५ डलर	५१ डलर	सन् २०१५ भन्दा १६.८ डलरले गिरावट ।
प्रति पर्यटक बसाइ अवधि (दिन)	१२.४ दिन	१४ दिनभन्दा बढी	१३.१ दिन	लक्ष्यभन्दा लगभग १ दिनले कम ।
रोजगारीमा प्रत्यक्ष योगदान (संख्या)	४ लाख २६ हजार ५ सय	रोजगारीमा उल्लेख्य वृद्धि गर्ने	११.५ प्रतिशत	रोजगारीमा अपेक्षित विस्तार भएन ।
अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थलको संख्या	१ (त्रिभुवन अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थल)	नयाँ विमानस्थलहरू सञ्चालनमा ल्याउने	३ (त्रिभुवन, गौतम बुद्ध र पोखरा)	संख्या बढ्यो तर पूर्ण क्षमतामा चलेन ।
अन्तर्राष्ट्रिय हवाइ सेवा सम्झौता भएको देश	२७	हवाई सिट संख्या र सम्झौता विस्तार गर्ने	४२	हवाई सम्झौता संख्या वृद्धि भएको ।
५ तारे वा सो माथिका होटलको संख्या	तथ्याङ्क उपलब्ध छैन	उच्चस्तरीय होटलहरूको संख्या र क्षमता बढाउने	१५	उच्चस्तरीय होटल संख्यामा वृद्धि ।

विगतमा भ्रमण व्ययभन्दा भ्रमण आय बढी हुने र पर्यटनको माध्यमबाट विदेशी मुद्रा आर्जन हुने गरेकोमा विगत केही वर्षदेखि भ्रमण व्यय उच्च भई आ.व. २०८१/८२ को अन्तमा भ्रमण खाता रु.१३५.०६ अर्बले ऋणात्मक रहेको छ। विगत १० वर्षमा नेपाल भ्रमण गर्ने पर्यटकको संख्या, अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थल, हवाई सेवा प्रदायक र सुविधासम्पन्न होटलको संख्यामा बढोत्तरी भएको छ तर उपलब्धि अपेक्षाकृत लक्ष्यभन्दा अझै कमजोर रहेको छ। पर्यटकको औषत बसाइ खास बढेको छैन भने प्रतिपर्यटक प्रतिदिन औषत खर्च झने घटेर गएको देखिन्छ। यसबाट पर्यटकको गुणस्तर झनै खस्किएको देखिन्छ। पर्यटन क्षेत्रको राजस्व, रोजगारी र कुल गार्हस्थ्य उत्पादनमा योगदान समेत उल्लेखनीय हुन सकेको छैन। विगतमा कुल गार्हस्थ्य उत्पादनमा ११ प्रतिशतसम्म योगदान गरेको यस क्षेत्रको योगदान कोरोना महामारी कालमा खस्किएर १.६ प्रतिशतसम्म झरेको थियो। पछि केही सुधार भएर ३.६६ प्रतिशतसम्म पुगेको अध्ययनबाट देखिएको छ। सन् २०२४ मा कुल गार्हस्थ्थ उत्पादनमा भ्रमण आयको योगदान १ प्रतिशतमात्र रहेको अध्ययनले देखाएको छ। यसबाट पर्यटन क्षेत्रमा लगानीको तुलनामा राज्यले प्रतिफल हासिल गर्न नसकेको स्पष्ट हुन्छ। आन्तरिक तथा बाह्य पर्यटन दुवै क्षेत्रमा विद्यमान सम्भावना र अवसरलाई समावेशी तथा सहभागितापूर्ण ढङ्गले उपयोग गर्दै पर्यटनबाट उत्पन्न हुने लाभको समुदायस्तरसम्म समानुपातिक रूपले वितरणको सुनिश्चितता गर्नु अपरिहार्य भएको छ।

८. पर्यटन क्षेत्रको समस्या एवं चुनौती

८.१. पर्यटन क्षेत्रका समस्या

नेपालको पर्यटन क्षेत्र अझै पनि कमजोर संरचनागत आधारका कारण स्थिर हुन सकेको छैन। विमानस्थल, सडक, सुरक्षा, आवास, स्वास्थ्य सेवा, सूचना तथा सञ्चार प्रविधि, सरसफाइ र स्वच्छता तथा आपतकालीन सेवा जस्ता आधारभूत पूर्वाधारहरू पर्याप्त, लागत प्रतिस्पर्धी तथा गुणस्तरीय छैनन्। पर्यटन क्षेत्रलाई अत्यावश्यक यातायात सहजता, सुरक्षित उडान सेवा, समयमै उद्धार सुविधा, डिजिटल भुक्तानी, स्मार्ट सूचना प्रणाली र मानवमैत्री पूर्वाधारहरू बनाउने कार्यलाई तीव्रता दिन सकिएको छैन। संजाल तथा संरचना कमजोर तथा सेवाको न्यून गुणस्तर तर बढी लागतका कारण पर्यटकलाई सुरक्षित, विश्वसनीय र आरामदायी अनुभव दिन कठिनाइ परेको छ।

पर्यटन प्रवर्धन र गन्तव्य व्यवस्थापनका आयोजना तथा कार्यक्रमहरू अपेक्षाकृत प्रभावकारी नहुँदा नेपाल विश्वको मात्र हैन, दक्षिण एसियामा समेत पर्यटकहरूको पहिलो गन्तव्य बन्न सकेको छैन। नेपालका साँस्कृतिक, प्राकृतिक र साहसिक

गन्तव्यहरूको एकीकृत पहिचान, वहुक्रियाकलापगत पूर्वाधार विकास तथा सेवाको गुणस्तर प्रबर्द्धन कमजोर छ। योजना तथा निर्णय प्रणाली बजार अनुसन्धान र तथ्यमा आधारित एवं चलायमान छैन। उत्पादन र सेवाको गुणस्तर प्रमाणीकरणको प्रणाली विश्वसनीय र व्यवस्थित छैन। अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थलको साँघुरोपना र कमजोर सुरक्षा एवं अस्वस्थ प्रतिस्पर्धाका कारण हवाइसेवाको लागत विश्वकै महँगो रहेको छ। डिजिटल ब्रान्डिङ, लक्षित बजार रणनीति, दक्ष जनशक्ति विकास तथा पर्यटन क्षेत्रको व्यावसायिकता कमजोर हुँदा देशको पर्यटकीय छवि सुध्रन सकेको छैन। तहगत सरकार एवं निजी क्षेत्रबीच समन्वय कमजोर हुँदा प्रशासनिक कामकारवाही झन्झटिला र साझेदारीका आयोजनाहरू अनिर्णित छन्। पर्यटकलाई रिझाउने, घुमाउने, सिकाउने, अल्मल्याउने, खर्च गर्न लगाउने लगायतका लागि आवश्यक पूर्वाधार, कार्यक्रम र अवसरको पक्षमा सुधार नहुँदा पर्यटकको औषत बसाइ र प्रति पर्यटक खर्च अति न्यून रहेको छ।

वातावरणीय विविधता एवं अन्य सम्पदाहरूको संरक्षण समेत प्रभावकारी भएन। निजी क्षेत्र र घर परिवारमा समेत पर्यावरणीय संवेदनशीलता र समुदाय-मैत्री पर्यटन अभ्यास संस्थागत हुन सकेको छैन। समावेशी, दिगो, उत्थानशील र न्यून प्रभाव पर्यटन प्रवर्धन हुन नसक्दा पर्यटनमा आधारित वातावरणीय ह्रास एवं प्रदुषण बढ्दो छ। विपद तथा जलवायु परिवर्तनका असरहरू बढ्दै गएकाले पर्यटक तथा व्यवसायीको धनजनको क्षति र जोखिम उच्च छ। आम नागरिकहरूमा पर्यटनप्रतिको पेशागत शिक्षा, व्यावसायिक व्यवहार र आतिथ्यता संस्कृतिको विकास समेत कमजोर छ। पर्यटकलाई ठगी गर्ने र झुठा घटनामा उद्धार र वीमाको रकम खर्च गर्ने लगायतका हर्कतले विश्व समुदायमा नेपालप्रतिको सदिक्षा समेत खस्कदो छ। पर्यटनसम्बन्धी तथ्यांक प्रणाली अद्यावधिक एवं स्वचालित नहुँदा Real time monitoring हुन सकेको छैन। राजनीतिक अस्थिरता, नीतिगत निरन्तरताको अभाव, पूर्वाधार परियोजना निर्माणमा ढिलाइ र पर्यटन संकट व्यवस्थापन प्रणाली कमजोर हुँदा पर्यटन क्षेत्र निरन्तर जोखिममा परेको छ।

८.२. **पर्यटन क्षेत्रका चुनौती**

नेपाललाई अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा वहुअवसरयुक्त, खर्च मितव्ययी, गुणस्तरीय र उच्च मूल्य खर्च गर्ने पर्यटकका लागि सुरक्षित, आकर्षक, मनोरम र प्रतिस्पर्धी गन्तव्य बनाउने ठुलो चुनौती छ। सरकारले सहजकारी, ठुला पूर्वाधार विकास, प्रभावकारी पर्यटन कुटनीति, तहगत समन्वय र निजी क्षेत्रसँग दिगो साझेदारी गरी संस्थागत सुशासनमा आधारित पर्यटकीय छवि विकास गर्नुछ। साना मझौला र ठुला उद्योगीलाई पर्यटन व्यवसायमा आकर्षण गरी पर्यटकीय लाभलाई समावेशी

र दिगो बनाउन कठिनाइ छ। बलियो, सुरक्षित, लागत मितव्ययी र छनोटयुक्त सडक सञ्जाल, हवाइ तथा अन्य यातायात सेवा प्रवाह सुनिश्चित गरी पर्यटकको पहिलो रोजाइमा नेपाललाई स्थापित गर्न सकिएको छैन। उच्चस्तरको आवास तथा Hospitality सेवा, वहुक्रियाकलापयुक्त पर्यटकीय गन्तव्यहरू, पर्यटन क्षेत्रको विविधीकरण सहित सघन पर्यटन ब्रान्डिङ गर्न जरुरी छ। पर्यटन बीमा र सुरक्षा संयन्त्रको सुदृढीकरण, वास्तविक समयमा पर्यटक निगरानी र बहुभाषिक सूचना प्रणाली विकास गरी जोखिमरहित पर्यटन विकास गर्नु चुनौतीपूर्ण छ।

मौसमी तथा आकस्मिक आर्थिक उतारचढाव, विपद तथा महामारी, भौतिक तथा मानवीय सुरक्षा जोखिम, जलवायु परिवर्तन, क्षेत्रीय एवम् अस्वस्थ प्रतिस्पर्धा र बदलिँदो उपभोग व्यवहारको प्रभावबाट बचाउन उत्थानशील पर्यटन विकास गर्नुपर्नेछ। साहसिक पर्यटन, साँस्कृतिक पर्यटन, स्वास्थ्य तथा आध्यात्मिक पर्यटन, MICE पर्यटन र ग्रामीण तथा पर्यापर्यटनलाई दिगो रूपमा विस्तार गरी पर्यटन उद्योगलाई लचिलो, दिगो, सुरक्षित र अर्थतन्त्रमा उच्च मूल्य सिर्जना गर्ने ढंगले रूपान्तरण गर्न दीर्घकालीन चुनौती रहेको छ।

९. समस्या र चुनौती समाधानका उपाय

क) पर्यटन पूर्वाधार सुदृढीकरण

प्रमुख तथा नवीन पर्यटकीय स्थलसम्म पुग्ने सडक, पुल र यातायात मार्गलाई दिगो रूपमा सुधार गर्नुपर्छ। अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थलहरूको क्षमता वृद्धि गर्नुपर्छ र क्षेत्रीय विमानस्थललाई नियमित उडानसहित सञ्चालन गर्नुपर्छ। सबै गन्तव्य स्थलमा भरपर्दो इन्टरनेट, मोबाइल सेवा र डिजिटल भुक्तानीका पूर्वाधार विस्तार गर्नुपर्छ। ट्रेकिङ र हिमाली क्षेत्रमा विश्रामस्थल, मार्ग-सङ्केत, स्वास्थ्य सहायता केन्द्र र आपत्कालीन सञ्चार सेवा स्थापना गर्नुपर्छ। सरसफाइ, सुरक्षित पिउने पानी, नवीकरणीय ऊर्जा र फोहोर व्यवस्थापन प्रणाली मजबुत बनाउनुपर्छ।

अपांगता भएका व्यक्तिलाई अनुकूल हुने "बाधारहित पर्यटन पूर्वाधार" स्थापना गर्नुपर्छ। विपद् उत्थानशील, समावेशी, स्थानीयपनमा आधारित पूर्वाधार तथा पूर्वपश्चिम एवम् उत्तरदक्षिण सुरक्षित कोरिडरहरूको विकास गरी पर्यटकलाई आवागमन सहज र मितव्ययी बनाउनुपर्दछ।

ख) पर्यटन सेवा र पर्यटकको गुणस्तर अभिवृद्धि

प्राकृतिक, साँस्कृतिक, धार्मिक, साहसिक, खेल, स्वास्थ्यलगायतमा विविधीकरण गरी पर्यटन उत्पादनहरूलाई वहुआयामिक छनोटयुक्त बनाउनुपर्दछ। सेवाप्रदायक होटल, रेस्टुरेन्ट, गाइड, ट्राभल एजेन्सी र यातायात प्रदायकलाई गुणस्तर मापदण्ड बनाई कडाइका साथ लागु गर्नुपर्छ। स्थानीय उत्पादन, हस्तकला, परिकार र

लोकसंस्कृतिलाई पर्यटन-अनुकूल ब्रान्डिङ र प्रचार प्रसार गरी व्यावसायिक बनाउनुपर्छ। पर्यटकलाई प्रदान गरिने सेवामा मूल्यमा मितव्यिता, प्रतिस्पर्धा र पारदर्शिता सुनिश्चित गर्नुपर्छ र अस्वस्थ प्रतिस्पर्धा नियन्त्रण गर्न कडा अनुगमन गर्नुपर्छ। होमस्टे, सामुदायिक पर्यटन र गाउँस्तरका सेवामा सरसफाइ र स्वच्छता, आतिथ्य एवं व्यवस्थापन सीप विस्तार गर्नुपर्छ। विविध र विशिष्टीकृत पर्यटन व्यवसायमा लगानी आकर्षित गर्न करछुट, सहुलियतपूर्ण वित्तीय सुविधा, अनुदान र उद्यमशीलता विकासमा सहयोग कार्यक्रम सञ्चालन गर्नुपर्छ। स्टार्टअप र नवप्रवर्तन सहायता कार्यक्रम संचालन गर्नुपर्छ।

ग) नेसन ब्रान्डिङ र प्रचार प्रसार

नेपाललाई "अनुभवयुक्त अलौकिक गन्तव्य", "स्वच्छ र रमणीय प्राकृतिक विश्वविद्यालय" र "हिमालय तपोभूमि र आध्यात्मिक केन्द्र" का रूपमा ब्रान्डिङ गरी विश्वभर सुपरिचित बनाउनुपर्छ। अन्तर्राष्ट्रिय मिडिया, पत्रकार, अभियन्ता, इन्फ्लुएन्सर, ब्लगर र फिल्म निर्माताहरूसँग साझेदारी गरी प्रचार प्रसारलाई विस्तार गर्नुपर्छ। बजार र सेवाग्राही लक्षित विभिन्न भाषा र शैलीमा प्रचार सामग्री, भिडियो, भर्चुअल टुर र डिजिटल Story Telling उत्पादन र वितरण गर्नुपर्छ। नेपालको जनसांख्यिक एवं साँस्कृतिक विविधता, मौलिक पहिचान, आतिथ्यता संस्कृति र सुरक्षित एवं स्वच्छ वातावरणलाई अन्तर्राष्ट्रिय कूटनीतिक सम्बन्धमार्फत प्रचार गर्नुपर्छ। अन्तर्राष्ट्रिय पर्यटन मेला, सम्मेलन, फेसन शोहरूमा सार्वजनिक निजी साझेदारी गरी नेपालको उपस्थिति प्रभावकारी बनाउनुपर्छ। डिजिटल सामग्रीहरूको प्रचारका लागि सामाजिक सञ्जालमा एकीकृत ह्यासट्याग अभियान सञ्चालन गर्नुपर्छ र डिजिटल विज्ञापनलाई सघनरुपमा विस्तार गर्नुपर्छ।

घ) साझेदारी तथा पर्यटन कुटनीति सुदृढीकरण

नेपालका विदेशस्थित नियोग, दूतावास र कन्सुलेट कार्यालय, वैतनिक, अवैतनिक र सद्भावना दूतहरूलाई पर्यटन-विशेष जिम्मेवारी प्रदान गरी नियमित अनुगमन र आवधिक प्रतिवेदन एवम् मूल्यांकन गर्नुपर्छ । भारतीय हिन्दू पर्यटक आकर्षणका लागि रामायण सर्किट, लुम्बिनी मुक्तिनाथ कैलाश सर्किट, पशुपतिनाथ डोलेश्वर गोसाइकुण्ड महादेव सर्किटको विकास र तीर्थ, हेरिटेज र पहुँच मार्गलाई सहज, सुरक्षित र व्यवस्थित बनाउनुपर्छ। चिनियाँ बौद्ध पर्यटकका लागि बुद्धिष्ट सर्किट, ध्यान-केन्द्र, लुम्बिनी-काठमाडौं-पोखरा-मुक्तिनाथ मार्ग विस्तार तथा स्तरोन्नति गर्नुपर्छ। नेपालका योग, ध्यान, आयुर्वेद, बौद्ध दर्शन र हिमाली संस्कृति जस्ता सफ्ट पावर स्रोतलाई कूटनीतिक ब्रान्डिङमा समावेश गर्नुपर्छ। SAARC, BIMSTEC, चीन-भारत-नेपाल त्रिपक्षीय संवाद जस्ता क्षेत्रीय संवादमार्फत पर्यटन सहकार्य

मजबुत बनाउनुपर्छ। क्षेत्रीय उडानमा वृद्धि, भिसामा सहजता र सेफ ट्राभल करिडोर सम्झौताहरू विस्तार गर्नुपर्छ। कुटनीतिक कर्मचारीको भाषा, वार्ता तथा सम्झौता क्षमता अभिवृद्धिका कार्यक्रमहरू संचालन गर्नुपर्छ।

ङ) गुणस्तरीय सेवा र पर्यटक सन्तुष्टि अभिवृद्धि

पर्यटन प्रहरीको क्षमता विकास र विकेन्द्रीकरण गर्नुपर्छ । आपतकालीन उद्वार प्रणाली सुदृढ बनाउनुपर्छ। जोखिम पहिचान, मौसम-पूर्वानुमान, उद्धार सेवा र जीपीएस ट्र्याकिङ प्रणाली सबलीकरण एवं विस्तार गर्नुपर्छ। होटल, गाइड, चालक, रेस्टुरेन्ट तथा होमस्टे प्रदायकलाई अन्तर्राष्ट्रिय आतिथ्यता तालिम दिनुपर्छ। पर्यटकलाई आमोद प्रमोद सहित स्वतन्त्र घुमफिरको वातावरण बनाउनुपर्छ। प्रमुख सहर र गन्तव्यमा साँस्कृतिक कार्यक्रम, संगीत, कला, खेलकुद र मनोरञ्जन गतिविधि नियमित सञ्चालन गर्नुपर्छ। पर्यटक गुनासो सम्बोधन र फिडब्याक प्रणालीमा सुधार गर्नुपर्छ।

च) पर्यटन विविधीकरण र पूर्वाधार विकास

ग्रामीण, स्वास्थ्य, कृषि, धार्मिक, साहसिक, खेल, शैक्षिक, इको-टुरिज्म र MICE पर्यटनलाई सम्भाव्यताको आधारमा विस्तार गर्नुपर्छ। बहुक्रियाकलापयुक्त गन्तव्यमा ट्रेकिङ, साइक्लिङ, जलक्रीडा, हवाइ-क्रीडा र साँस्कृतिक अनुभव समेट्ने मोडेल बनाउनुपर्छ। नयाँ पर्यटन क्षेत्र पहिचान र गन्तव्य विकास गर्न अध्ययन अनुसन्धान, भौगर्भिक सर्वेक्षण र Community Engagement कार्यक्रम विस्तार गर्नुपर्छ। जलवायु परिवर्तनअनुकूल, विपदउत्थानशील र सुरक्षित ट्रेकिङ, ट्राभल र संजाल मार्ग एवं अवतरणस्थल बनाउनुपर्दछ।

छ) संस्थागत सुधार

पर्यटनसम्बन्धी ऐन नियम र कार्यविधिलाई अद्यावधिक गरी कार्यान्वयन, अनुगमन र सुधार गर्नुपर्छ। तीन तहबीच अधिकार, दायित्व र सहकार्य संयन्त्र स्पष्ट बनाउनुपर्छ। पर्यटन शिक्षा, तालिम र सीप विकास कार्यक्रम आधुनिक र प्रतिस्पर्धी बनाई दक्ष जनशक्ति विकास दिनुपर्छ। सार्वजनिक निजी साझेदारीलाई सघन, विश्वसनीय र नतिजामूलक बनाउनुपर्छ।

१०. निष्कर्ष

नेपालमा पर्यटन क्षेत्रको अपार सम्भावना हुँदाहुँदै पनि अर्थतन्त्रमा यसको योगदान अति न्यून रहेको छ। कमजोर संस्थागत प्रबन्ध, अपर्याप्त र असुरक्षित पूर्वाधार, छनोट अवसरको कमी, अविश्वसनीय छवि, विपद जोखिम र असुरक्षा तथा कमजोर सुशासन सूचकहरूका कारण नेपालमा पर्यटन क्षेत्रको विकास अपेक्षाकृत हुन

सकेको छैन। सुधारका लागि गुणस्तरीय पर्यटकमैत्री शासन, सबल पूर्वाधार, सहज प्रकृया र वहुक्रियाकलापमा आधारित अवसरयुक्त विविध पर्यटनको विकासमा सर्वपक्षीय साझेदारी बढाउन ढिला भैरहेको छ। डिजिटल सेवा व्यवस्थापन, संस्थागत सुशासन प्रवर्धन र सबल कूटनीतिक साझेदारीमार्फत पर्यटन व्यवसायको सबलीकरण गर्नुपर्छ। तीन तहका सरकारहरू लक्ष्य निर्धारणसहित पर्यटन प्रवर्धनको महाअभियानमा केन्द्रित हुने हो भने रोजगारी, राजस्व, निर्यात व्यापार लगायत समग्र अर्थतन्त्रमा पर्यटन क्षेत्रको उच्च परिमाणात्मक एवं गुणात्मक योगदान सुनिश्चित गर्न सकिन्छ। यसबाट सहजै र शीघ्र आर्थिक समृद्धि हासिल हुन्छ।

सन्दर्भसामग्री

Annapurna Post. (2024). पर्यटनः कुन देशमा कति योगदान ? https://www.annapurnapost.com/story/472296/

Investment Board Nepal. (2024). Tourism sector profile 2024. https://ibn.gov.np/uploads/documents/tourism-sector-full-versionpdf-1746-132-1730779901.pdf

Investment Board Nepal. (2024). Tourism summary report 2024. https://ibn.gov.np/uploads/documents/summarytourismpdf-1746-745-1730783669.pdf

Ministry of Culture, Tourism and Civil Aviation. (n.d.). Official website. https://tourism.gov.np

Ministry of Culture, Tourism and Civil Aviation, Government of Nepal. (2022). पर्यटन नीति २०८२. Retrieved November 28, 2025, from https://www.tourism.gov.np/content/595/tourism---policy--2072--pdf-/

Ministry of Finance. (2025). Economic survey: 2081/82 BS.

Naya Patrika. (2024, May 27). अर्थतन्त्र डोऱ्याउँदै पर्यटन। https://www.nayapatrikadaily.com/public/news-details/141904/2024-05-27

Nepal Law Commission. (n.d.). नेपालको संविधान Retrieved November 28, 2025, from https://lawcommission.gov.np/content/13437/nepal-s-constitution/

Nepal Rastra Bank. (n.d.). Current macroeconomic and financial situation 2081/82. Current Macro-Economic and Financial Situation Archives.

Nepal Tourism Board. (2017). National Tourism Strategic Plan 2016–2025. Retrieved November 28, 2025, from https://trade.ntb.gov.

np/downloads/national-tourism-strategic-plan-2016–2025/

Nepal Tourism Board. (2025). Nepal Tourism Insights 2025. NTB.

Nepal Tourism Board. (n.d.). Tourism Insight – May 2025. https://trade.ntb.gov.np/wp-content/uploads/2025/06/Tourism-Insight-May-2025.pdf

National Planning Commission. (n.d.). सोह्रौं आवधिक योजना । Government of Nepal.

OnlineKhabar. (2024, September). अर्थतन्त्रमा पर्यटन क्षेत्रको योगदान महत्त्वपूर्ण https://www.onlinekhabar.com/2024/09/1545805/important-contribution-of-tourism-sector-to-improve-nepals-economy-acting-prime-minister-singh

OnlineKhabar. (2025, October). Tourism insights: Data analysis platform launched by Tourism Board. https://www.onlinekhabar.com/2025/10/1781460/tourism-board-launches-tourism-insights-facilitates-data-analysis

Wikipedia contributors. (n.d.). Tourism in Nepal. Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_Nepal

✦✦✦

पर्यटन : बहुआयामिक परिधि र उच्च प्राथमिकताको अपेक्षा

✍ डा. दामोदर पुडासैनी 'किशोर'

१. पृष्ठभूमि

मानिस स्वभावैले घुमन्ते प्राणी हो । उ कहिल्यै पनि एकै ठाउँमा स्थिर बनेर बसिरहन सक्दैन । नयाँ नयाँ ठाउँमा घुमफिर गर्दा मान्छेलाई नयाँ नयाँ ज्ञान र मनोरञ्जन मात्र प्राप्त हुने होइन कि आफ्नो जीवनलाई नवीन परिवेशमा ढाल्न र नयाँ जीवनशैली अपनाउन समेत सहयोग मिल्दछ। यसरी एक ठाउँबाट अर्को ठाउँमा घुमफिर गर्दा मान्छे मान्छे बीचमा समझदारी बढ्ने, एक अर्काको भूगोल, संस्कृति, जातजाति र धर्ममाथि सम्मानको भावना जाग्ने गर्दछ। त्यस बाहेक घुमन्ते पाहुनाको लागि बसोवास, खानपिन, घुमाइफिराई र ज्ञान प्रदान गर्ने सहयोगीको भूमिका निर्वाह गर्दा आर्थिक स्रोतहरूको लेनदेन गर्ने भएकोले पर्यटन आर्थिक पक्षको लागि अब्बल हिस्सा बन्न पुगेको छ।

सभ्यताको शुरुवातदेखि नै मान्छे एक ठाउँबाट अर्को ठाउँमा घुमफिर गर्न थालेको हो । शुरुमा पारिवारिक भेटघाट, अन्न अनाजको खोजमेल र पशु शिकारको लागि ठाउँ चाहार्दै हिँड्ने मान्छे पछि गएर नयाँ ठाउँहरू पत्ता लगाएर नयाँ संभावना खोजी गर्न र मनोरञ्जन हासिल गर्न पनि नयाँ नयाँ स्थानमा पुग्न थाल्यो । पर्यटनको विश्व इतिहासलाई अध्ययन गर्ने हो भने सत्रौं शताब्दीको अन्त्यदेखि पर्यटनको आधुनिक अवधारणा अघि सारिएको देखिन्छ, जुनबेला पश्चिमी तथा उत्तर युरोपेली देशका केही युवा शासकहरूले फ्रान्स, जर्मनी, इटली र ग्रिसजस्ता मुलुकहरूको भ्रमण गरेका थिए। त्यसलाई 'ग्र्याण्ड टुर' नाम दिइएको थियो। त्यो यात्राको प्रमुख उद्देश्य ती देशहरूको इतिहास, कला र साँस्कृतिक सम्पदा नियाल्नु रहेको थियो ।

✍ *निवर्तमान नायव महालेखापरीक्षक*

त्यो भ्रमणले यात्रा गर्नु शिक्षाको लागि उपयुक्त बाटो रहेछ भन्ने पनि उनीहरूले महसुस गरे । अठारौँ शताब्दीको शुरुवातदेखि भने विश्वभर नै घुमफिरको माहोलमा वृद्धि आयो । त्यसको शुरुमा धार्मिक क्षेत्रहरूको भ्रमणलाई प्राथमिकता दिएको पाइन्छ। अठारौं शताब्दीको मध्यतिर युरोपमा औद्योगिक क्रान्ति शुरु भएपछि आर्थिक, सामाजिक र प्राविधिक क्षेत्रको विस्तार संसारव्यापी भयो । यसको लागि औद्योगिक क्षेत्रमा धेरै कामदारहरू चाहिने भयो । कामदार खोज्न टाढा टाढाका देशहरूमा पुग्ने र कामदारहरूको आवतजावत बढेको कारण पनि होटल, रेस्टुरेन्ट र खानपान बजारको विस्तार हुन थाल्यो । उन्नाइसौँ शताब्दीको शुरुमा युरोपमा 'थोमस कुक एण्ड सन' नामको ट्राभल एजेन्सी खुलेपछि संस्थागत रुपमै पर्यटन विकासको कार्य अघि बढेको देखिन्छ । उक्त ट्राभल एजेन्सीले विदा मनाउन अन्य क्षेत्रमा घुमफिर गर्न जान चाहने पर्यटकको लागि यातायात, बसोवास, खानपान र टिकटको सस्तोमा व्यवस्था गर्न थालेपछि यस क्षेत्रमा सबैको आकर्षण बढेको देखिन्छ। बीसौं शताब्दीमा बस र कारको माध्यमबाट घुमफिर गर्नेको संख्या बढेकोमा दोस्रो विश्वयुद्धपछि रेल, हजाइजहाज, पानीजहाज र पैदल माध्यमबाट यात्रा गर्नेहरूको संख्या अभूतपूर्व रुपमा बढ्न थालेको थियो । वर्तमानमा पर्यटन क्षेत्र धेरै मुलुकको लागि ठुलो आर्थिक बल र अन्तर्राष्ट्रिय राजनीतिक मुद्दा समेत बन्न सफल भएको छ ।

वर्तमान समयमा पर्यटनले स्थानीय आर्थिक गतिविधि मात्र नभई सामाजिक संरचना, संस्कृति र जीवनशैलीमा समेत गहिरो प्रभाव पार्न थालेको छ। पर्यटन सर्वाङ्गीण विकासमा मद्दत पुऱ्याएता पनि वातावरणीय क्षेत्रमा केही नकारात्मक असर पनि पुऱ्याउनसक्ने भएकोले यो चुनौतीतर्फ सबैको चासो पुग्न जरुरी देखिएको छ ।

२. नेपालमा पर्यटन

प्याराग्लाइडिङ

एक ठाउँबाट अर्को ठाउँमा घुम्नु यात्रा गर्नु हो भने पर्यटन भनेको विशेष प्रकारको यात्रा हो जुन विदा मनाउन, व्यवसायिक क्रियाकलापको लागि, ज्ञान आर्जन गर्न र मनोरञ्जनको उद्देश्यले चौविस घण्टा भन्दा बढी नयाँ ठाउँको भ्रमण गरिन्छ। माथि भनिएझैँ कुनै पनि पर्यटकले नयाँ ठाउँमा पुगेपछि नयाँ ज्ञान र मनोरञ्जन प्राप्त होओस् भन्ने अभिप्रायलेनै भ्रमण गर्दछ। नेपाल साँस्कृतिक रुपमा भरिपूर्ण, भौगोलिक रुपमा सुन्दर र साहसिक, जनजीवन, जैविक र भौगोलिक विविधताको बाहुल्यता भएको मुलुकको कारण विश्व जनमानसको लागि आकर्षणको थलो बनेको छ।

नेपालमा मुख्यतः साहसी पर्यटन, जल पर्यटन, साँस्कृतिक पर्यटन, वातावरणीय पर्यटन र वनजन्य पर्यटनका व्यवसाय र उद्योगहरू सञ्चालन गरिँदै आएको पाइन्छ। नेपालमा असंख्य हिमालहरू र पर्वत शृङ्खलाहरू सौन्दर्य छर्दै उभिएका छन्। विश्वको सर्वोच्च शिखर सगरमाथा (८८४८.८६ मिटर उचाइ) नेपालमै

सर्वोच्च शिखर सगरमाथा

छ। विश्वका आठहजार मिटरभन्दा अग्ला अति उच्च १४ हिमशृङ्खलामध्ये ८ हिमशृङ्खला त नेपालमै छन्। उच्च हिमाल र पहाडहरूको यात्रा गर्ने मात्र नभई त्यहाँको भूगोल र जनजीवन बुझ्नको लागि नेपाल आउने पर्यटकको संख्या कम छैन। विभिन्न आकर्षण, साहसिक गतिविधि, साँस्कृतिक विरासत र आध्यात्मिक स्थलहरू नेपालभरि छरिएर रहेका छन्। त्यसैको कारण देशका हरेक गाउँ, शहर र भूगोलमा पर्यटकीय आकर्षण बढिरहेको छ। पशुपतिनाथ, लुम्बिनी, बौद्ध, स्वयम्भु, चाँगुनारायण, छिन्नमस्ता भगवती, देउती बज्यै, बाला त्रिपुरा सुन्दरी, शैलेश्वरी, गढिमाई, बडीमालिका, ग्वाल्लेक केदार, रौला केदार, सिगास केदार, निङ्गलाशैनी, रणशैनी, मेलौली, वैद्यनाथ, देवताल धाम जस्ता मन्दिर एवं धार्मिक स्थलहरूमा

दर्शनार्थीहरूको सधैं भीड चलिरहन्छ। काठमाडौँ, भक्तपुर र ललितपुरको शहरी क्षेत्रमा लिच्छवीकालिन र मल्लकालिन सभ्यताहरूले भरिएका सम्पदाहरू अवलोकन गर्नेहरूको ताँती चलिरहन्छ। चितवन राष्ट्रिय निकुञ्ज, शेफोक्सुण्डो राष्ट्रिय निकुञ्ज, रारा राष्ट्रिय निकुञ्ज, सगरमाथा राष्ट्रिय निकुञ्ज, कोशी टप्पु वन्यजन्तु आरक्षण केन्द्र, ढोरपाटन शिकार आरक्षण जस्ता निकुञ्ज र आरक्षण केन्द्रमा वातावरणीय दृष्टिले घुम्ने पर्यटकहरूको संख्या बढिरहेछ। नेपालमा जातीय विविधता र साँस्कृतिक विविधता व्यापक रहेको पाइन्छ। फरक संस्कृति, चाडपर्व, रीतिस्थिति अवलोकन गर्ने आन्तरिक तथा बाह्य पर्यटक पनि दिनानुदिन बढिरहेछन्। हाम्रा रीतिरिवाज, चालचलन, साँस्कृतिक परम्परा, भेषभूषा, संस्कार र जैविक विविधता नियाल्न नै हो आउने अत्यधिक पर्यटक। नेपाल साँस्कृतिक वैभवले सम्पन्न छ। भौगोलिक छटाले सुसज्जित छ। काठमाडौँ उपत्यकालाई मात्र नियाल्ने हो भने केवल सात किलोमिटरको परिधिभित्र विश्व सम्पदा सूचिमा समेटिएका पशुपतिनाथ, बौद्धनाथ, स्वयम्भु, चाँगुनारायण, काठमाडौँ दरवार स्क्वायर, पाटन दरवार स्क्वायर, भक्तपुर दरवार स्क्वायर जस्ता प्रसिद्ध सम्पदाहरू विद्यमान छन्। यी सम्पदाहरू पर्यटकहरूलाई लोभ्याउन सधैं सक्षम देखिन्छन्।

बाह्रै महिना हिउँले ढाकेका अग्ला हिमालहरू, सुन्दर छाँगा, झरना, ताल, तलैया, नदी र खोचहरू, सुन्दर वन बाटिकाहरूको कारण नेपाल विश्व जनमानसको लागि आकर्षणको थलो बनेको छ। प्रकृतिले नेपाललाई त्यस्ता असंख्य चिजहरू दिएको छ, जुन पर्यटकहरूले अत्याधिक मन पराउँछन्। केही पर्यटकहरू नेपालको प्राकृतिक सौन्दर्य नियाल्न आउँदछन् त कोही ट्रेकिङ र हिमाल आरोहणका लागि पनि आउँछन्। कोही त यहाँको इतिहास, संस्कृति र कला नियाल्न आउनेहरू पनि देखिन्छन्। विदा मनाउन र मनोरञ्जन गर्न नेपाल भित्रिने पर्यटकहरूको पनि कमी छैन।

नेपालको अर्थतन्त्रमा पर्यटनले ठुलो भूमिका निर्वाह गरेको पाइन्छ। हाम्रो देशको विकासको लागि आवश्यक पर्ने वैदेशिक मुद्राको प्रमुख स्रोत पर्यटन नै भएको छ। पर्यटन व्यवसायी, होटल व्यवसाय, पथप्रदर्शक, सामान विक्रेता जस्ता धेरै क्षेत्रको रोजगारीको लागि पर्यटनले महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गरेको छ। नेपालबाट उत्पादन भएका हस्तकलाद्वारा सजिएका काष्टकला, धातुकला र मूर्तिकला विदेशी पर्यटकले अत्यधिक मनपराएका पाइन्छन्। यसको कारण हाम्रा हस्तकलामूलक घरेलु उद्योगहरूले प्रशस्त मात्रामा फाइदा लिन सक्तछन्। होटल व्यवसायको माध्यमबाट देशले कमाउनको लागि मुख्य कारक तत्व पनि पर्यटन व्यवसाय नै हो।

देशमा पर्यटक भित्रिँदा हाम्रो कला, संस्कृति, रीतिथिति चालचलन उनीहरूले सिक्दछन्, हामी उनीहरूबाट धेरै सिक्दछौँ। यसले संसारभरका मान्छेहरूबीच हाम्रो

सम्बन्ध सुमधुर बन्ने र नेपालको नाम अझ फैलिन मद्दत पुग्दछ ।

धेरै मुलुकहरूको लागि दिगो विकासको लागि पर्यटन प्रमुख क्षेत्र बनेको छ। नेपालमा ठुला उद्योगहरूमध्ये पर्यटन उद्योग सातौँ स्थानमा रहेको पाइन्छ। नयाँ आर्थिक गतिविधि बढाउन पर्यटनले एक महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्दै आएको छ।

नेपालमा प्रजातन्त्रको स्थापनापश्चात् सन् १९५२ पछि मात्र पर्यटन विकासको विधिवत थालनी भएको पाइन्छ। सन् २०११ मा हवाई र स्थलमार्गबाट सात लाख त्रिसट्ठी हजार पर्यटकले नेपालको भ्रमण गरेको आँकडा छ। सतही रुपमा यो संख्या उल्लेखनीय त हो, तर, पर्याप्त र अपेक्षित भने होइन। हामीले यो संख्यामा निकै वृद्धि गर्न जरुरी छ। हालको आँकडा अनुसार प्रतिवर्ष सरदर पाँच लाख पर्यटकले नेपाल भ्रमण गर्ने र त्यसबाट सरदर प्रतिवर्ष १६,८२५ लाख वैदेशिक मुद्रा आर्जन गर्दै आएको पाइन्छ। कुल ग्रार्हस्थ उत्पादनमा पर्यटन क्षेत्रले ७.८ प्रतिशत योगदान पुऱ्याएको र देशमा कुल रोजगारीमध्ये बीस प्रतिशत पर्यटन क्षेत्रलेनै योगदान पुऱ्याउँदै आएको देखिन्छ। नेपाली अर्थतन्त्रलाई मुख्यतः तीन क्षेत्रले विशेष टेवा पुऱ्याउँदै आएका पाइन्छन्। तीमध्ये एउटा पर्यटन क्षेत्र नै हो भने अरु दुईमा कृषि र जलस्रोत पर्दछन्। नेपालको पर्यटन उद्योग तथा बजारमा १५ खर्ब लगानी रहेको आँकडाले पनि यसको महत्व बढिरहेको प्रष्ट हुन्छ।

नेपालमा पर्यटन क्षेत्रको विकासको लागि केही चुनौतीहरू नभएका होइनन्। नेपालका सेवा प्रदायकहरूमा स्तरीयता नहुनु, पर्यटन पूर्वाधारको अपर्याप्तता, सरसफाइ तथा वातावरण संरक्षणमा पर्याप्त ध्यान नपुग्नु, सरकारी र निजी क्षेत्रसँग समन्वयात्मक ढङ्गबाट काम गर्ने नीति नियमको अपर्याप्तता, स्थानीय समुदायलाई प्रत्यक्ष लाभ पुऱ्याउने नीतिको अपर्याप्तता, पर्यटन विकासलाई गरिवी निवारणसँग जोड्न नसक्नु, आवधिक योजनाहरूमा पर्यटन विकासका लागि ठोस र व्यवहारिक नीतिहरू समेट्न नसक्नुजस्ता कारणहरूले हाम्रो पर्यटन क्षेत्रले त्यति उपलब्धि दिन सकेको छैन। यी पक्षहरूलाई सरकार र आम नागरिकले गम्भीर रुपमा चिन्तनमनन गरी सही सुधारतर्फ अघि बढ्न जरुरी छ। हाम्रो देशमा पर्यटन सम्बन्धी उचित नीतिको अभाव र पर्यटन क्षेत्रको विकासमा सर्वपक्षीय चासो नरहेको कारण देशमा भित्रिने पर्यटकहरूको संख्यामा उतारचढाव आइरहेको देखिन्छ। हरेक वर्ष पर्यटकको संख्या र पर्यटन क्षेत्रबाट प्राप्त हुने राजस्वमा वृद्धि हुनुपर्नेमा त्यसो नहुनु अर्को दुःखको विषय हो। सन् १९९५ मा नेपालमा अन्तर्राष्ट्रिय पर्यटक ३ लाख ६३ हजार ३९५ संख्यामा नेपाल भित्रिएकामा सन् २०११ मा सो संख्या ७ लाख ६३ हजार २१५ मात्र पुग्यो। सन् २०११ लाई नेपाल सरकारले नेपाल पर्यटन वर्षको रुपमा मनाएको कारण सन् २०१२ मा ९.१ प्रतिशतले पर्यटक वृद्धि भई ८ लाख ३

हजार ९२ पुगेको देखिन्छ। यो संख्या सन् २०१३ मा बढ्नु पर्नेमा ०.७ प्रतिशतले घटेर ७ लाख ९८ हजारमा झर्न पुग्यो। पर्यटकको संख्या र बसाइ अवधि बढाउन नसक्नु यो क्षेत्रको सोचनीय विषय भएको छ।

३. **नेपालमा पर्यटन क्षेत्रको समस्या**

जीवित देवी कुमारीको रथयात्रा

देशका विशेषतायुक्त स्थान, धरोहर, सम्पदा, भौगोलिक क्षेत्र, पर्व, चाड, मेला, धार्मिक तथा साँस्कृतिक महत्वका विषयहरूलाई हेर्न, बुझ्न र मनोरञ्जन हासिल गर्न नै पर्यटकहरूको चहलपहल हुने हो। खाडीका मुलुकहरूले मरुभूमिको भूगोल, आवहवा, संस्कृति प्रस्तुत गरेर पर्यटन उद्योग चलाइरहेछन्। युरोपेली मुलुकहरू समुद्र र प्राचीन सभ्यता देखाएर प्रशस्त आर्जन गरिरहेछन्। नेपाल जस्तो मुलुकमा हिमाली भूगोल, हिमाली जनजीवन र हिमसंस्कृति प्रस्तुत गर्न सकिने प्रशस्त क्षेत्रहरू छन्। तराइदेखि हिमालसम्म जैविक विविधता पनि अत्यधिक छ। अनेकौं जाती, भाषा, भेष र संस्कृतिले हाम्रा आन्तरिक र बाह्य पर्यटकको सरगर्मी बढाउन सक्ने यथेष्ट संभावनाहरू विद्यमान छन्। यति हुँदाहुँदै पनि नेपालले पर्यटन क्षेत्रबाट अपेक्षित ढङ्गले उपलब्धि हाँसिल गर्न सकेको छैन। यो नसक्नुमा केही समस्याहरू टड्कारो रुपमा देखिन्छन्, जुन निम्न अनुसार उल्लेख गरिन्छ :

(१) **जटिल नियमहरू**

भिसा प्रकृया र कर प्रणालीले पर्यटक र पर्यटन व्यवसायलाई गहिरो असर पार्दछन्। हाम्रा भिसा प्रकृया र कर प्रणालीले पर्यटन क्षेत्रलाई प्रोत्साहित गर्न सकेको छैन।

(२) **पर्याप्त सूचना र जानकारीको अभाव**

कुनै पनि पर्यटकलाई भ्रमण गर्नु पूर्व नै न्यूनतम जानकारी भयो भने उसमा भ्रमणप्रति उत्सुकता जाग्दछ। नेपालमा आन्तरिक तथा बाह्‍य पर्यटकलाई निश्चित क्षेत्रको विशेषता, खानपान, होटल लज, खर्च व्यवस्था र सुरक्षा व्यवस्थाको पर्याप्त जानकारी दिने प्रणालीको अभाव छ।

(३) **सुरक्षा व्यवस्थाको कमजोर प्रणाली**

पर्यटकले सबैभन्दा महत्त्वपूर्ण ढङ्गले चासो राख्ने सुरक्षा व्यवस्थाको हो। नेपालमा घुम्ने पर्यटकको लागि पर्याप्त सुरक्षा प्रणालीको प्रत्याभूति दिन सकिएको छैन।

(४) **यातायात व्यवस्थाको कमजोर प्रणाली**

नेपालमा सञ्चालित सार्वजनिक बस, ट्याक्सी, हवाइजहाजहरू ठिक ढङ्गबाट सुरक्षापूर्वक चल्न नसक्ने आरोप छ। ती क्षेत्रहरू नियमित छैनन् र भाडादर पनि मनपरि ढङ्गको छ भन्ने गुनासो पनि छ। सडकहरू र हवाइजहाजहरू सुरक्षित, नियमित र सर्वसुलभ नभएको कारणले पनि पर्यटकहरूलाई झस्काइरहने स्थिति छ।

(५) **अत्यावश्यक सुविधाहरूको अभाव**

धेरैजसो पर्यटन स्थलहरूमा पर्यटकलाई आवश्यक पर्ने सफा स्वच्छ होटल, लज, पदमार्ग, स्वास्थ्य सेवा र पथ प्रदर्शन सेवा जस्ता सुविधाहरू उपलब्ध छैनन्।

(६) **इन्टरनेट सुविधाको कमजोर पहुँच**

कतिपय स्थानमा इन्टरनेट सुविधा नै उपलब्ध हुन सकेको छैन। कतिपय स्थानमा उपलब्ध भएको इन्टरनेट सुविधा नियमित र भरपर्दो हुन सकेको छैन।

(८) **प्रदूषण र वातावरणीय विनास**

नेपालका प्रायः शहरी इलाकाहरूमा प्रदूषण बढ्दो छ। अत्यधिक जङ्गल फडानी, प्लास्टिकजन्य पदार्थहरूको यत्रतत्र छरिनु तथा जलाउनु, पुराना गाडीहरूको अत्यधिक चाप, भूक्षयको बढ्दो नकारात्मकता, ग्लोवल वार्मिङले हिउँ पग्लने र जनजीवनमा नकारात्मक असर पर्ने कारणले पनि पर्यटकहरूलाई भ्रमणमा उत्साहित गर्न सकिएको छैन। कतिपय क्षेत्रमा पर्यटककै कारण प्रदूषण भइरहेको पनि पाइन्छ। विशेषगरी सगरमाथा लगायत हिमाली क्षेत्रमा अत्यधिक पर्यटकको चाप हुने, उनीहरूले लगेका खानपान र सुविधाका सामानका बोतल, प्याकेट, सिसीहरू र प्रयोग नभएका सामानहरू त्यतिकै फालिदिने फोहरको डङ्गुर बढिरहेको छ।

४. सुधारका बाटाहरू

(१) पर्यटनका कुरा गर्दा 3CS (तीन सी) लाई मध्यनजर राख्नु पर्दछ। ती हुन् :

(क) Conservation (संरक्षण) : समुदायका आम वासिन्दाहरूलाई सहयोग र प्रोत्साहित गरी पर्यटकहरूलाई माया र सेवा भाव जगाउन सक्नु पर्दछ।

(ख) Culture (संस्कृति) : संस्कृतिले जिन्दगीलाई गति दिन्छ। स्थानीय खाना, कथा, परम्परा र रीतिरिवाज पर्यटकको लागि आकर्षणका विषय हुने गर्दछन्।

(ग) Commerce (व्यापार, व्यवसाय) : सम्बन्धित क्षेत्रको मूल्य सिर्जना गर्नाले व्यापार र व्यवसाय अभिवृद्धि हुन सक्दछ। पर्यटन केन्द्र भनिएका स्थान वा क्षेत्रको मूल्य सिर्जनातिर सरकार र स्थानीयको विशेष चासो हुनु जरुरी छ।

(२) माथि उल्लेख भए बाहेक नेपालको पर्यटन क्षेत्रलाई अझ सुधार र प्रतिफलमुखी बनाउन निम्न कदम चाल्न उपयुक्त हुन्छ :

(क) मुलुकका विभिन्न भूभागमा छरिएर रहेका पर्यटनका संभावनाहरू एकीन गरी पर्यटन विकासमा अग्रसर गराउनु पर्दछ।

(ख) पर्यटन नेपालको लागि दीर्घकालीन महत्त्वको क्षेत्र भएकोले यसको विकासको लागि राज्यस्तरबाटै विशेष प्राथमिकता दिइनु पर्दछ।

(ग) पर्यटकहरूलाई स्थानीय विशेषताहरू जानकारी गराई स्थानीय स्रोत साधनमा आकर्षित गर्नु पर्दछ।

(घ) हाल देशमा स्थानीय तहहरूको विशेष महत्त्व छ। स्थानीय तहहरूले पर्यटन गुरुयोजना र पर्यटन नीति निर्माण गर्दा स्थानीय जैविक विविधता, स्थानीय प्राकृतिक सौन्दर्य, सामाजिक विविधता, धार्मिक स्थल, साँस्कृतिक धरोहर, संग्राहालय, पुरातात्विक सम्पदा, ऐतिहासिक स्थानहरू, मानव निर्मित विभिन्न सम्पदाहरूलाई पर्यटनको आधारको रुपमा स्वीकार्नु जरुरी छ।

(ङ) धनीमानी विदेशीहरूलाई नेपालमा स्थायी रुपमा बस्ने व्यवस्था मिलाउनु उपयुक्त हुन्छ। यसले वैदेशिक मुद्रा आर्जन हुनुको साथै देशमै रोजगारी सृजना गर्न समेत सहयोग पुग्दछ।

(च) नेपालको अवस्थालाई मनन गर्दा कृषि पर्यटन र मेडिकल पर्यटनलाई प्रोत्साहित गर्नु उपयुक्त हुन्छ।

(छ) नेपाल गाउँ नै गाउँले भरिएको देश भएकोले ग्रामीण पर्यटनलाई जोड दिनु पर्दछ। ग्रामीण पर्यटनलाई प्रोत्साहित गर्न सकियो भने विपन्न वर्ग, बेरोजगार, उद्यमी, व्यवसायी आदि स्थानीय क्षेत्रको आर्थिक विकासमा सहभागी हुन सक्छन्।

(ज) संसारका कयौं देशहरूमा रिटायर्ड वर्गलाई ध्यान दिएर पर्यटन क्षेत्रको विस्तार गरेको पाइन्छ। सम्पन्न विदेशी, धनीमानी विदेशी, व्यापारी विदेशी र उद्योगी विदेशीलाई रिटायर्डमेन्ट भिसा कार्यक्रम सञ्चालन गरी नेपालमै घरबास बसाउने र घुमफिर गर्ने अवसर दिनाले आर्थिक स्रोतको आधार मजवुत पार्न मद्दत पुग्छ।

(झ) पर्यटन क्षेत्रमा कर प्रणाली प्रभावकारी हुन सकेको छैन। अझै पनि कतिपय पर्यटन व्यवसायीहरू करको दायरामा छैनन्। करको दायरामा ल्याई सबैसँग कर असुल गर्ने वातावरण बनाउनु पर्दछ। कर दाखिला गर्ने जटिल नीतिको कारण कतिपय करदाता कर प्रणालीको दायराभन्दा टाढा बन्न खोज्दछन्। त्यसैले सजिलो, सरल र झन्झटरहित कर प्रणाली विकास गर्न सकियो भने स्वेच्छाले कर तिर्ने वातावरण सिर्जना हुन सक्छ।

(ञ) पर्यटकलाई गन्तव्यसम्म पुग्न सडक यातायात, हवाई यातायात, ट्राभल एजेन्सी, गाइड, इन्टरनेट सुविधा, विद्युतीय सुविधा, होम स्टे, होटल, लज, पथप्रदर्शक, मेडिकल सुविधा, सूचना प्रणाली र सुरक्षा प्रणालीलाई भरपर्दो र मजवुत बनाउन जोड दिनु आवश्यक छ।

(ट) पर्यटन क्षेत्रको समस्या समाधानको लागि सार्वजनिक निजी सहभागितात्मक (Public Private Partnership (PPP) कार्यक्रम सञ्चालन गर्न उपयुक्त हुन्छ। यसले पर्यटन क्षेत्रमा विशेषज्ञता र आर्थिक स्रोत उपलब्धीमा सजिलो आइपर्दछ। सार्वजनिक र निजी सहभागिताको कारण नवीन पर्यटन उत्पादन एवं सेवाको सहजता प्राप्त हुन सक्छ।

(ठ) पर्यटनलाई दिगो विकासको मूलधारमा जोड्ने दीर्घकालीन नीति तय गरी लागु गरिनु पर्दछ। यसमा जिम्मेदार पर्यटन, समुदायमा आधारित पर्यटन र पर्यावरण मैत्री पर्यटनलाई जोड दिनु उपयुक्त हुन्छ।

५. उपसंहार

सुन्दर र आकर्षक भौगोलिक परिदृश्य र साँस्कृतिक विरासतका कारण नेपालमा पर्यटनको विशेष महत्त्व छ। नेपालको अर्थव्यवस्थामा पर्यटनको महत्त्वपूर्ण योगदान रहँदै आएको छ। नेपालमा पर्यटन उद्योगको प्रशस्त संभावना हुँदाहुँदै पनि यसको अघिल्तिरका कयौं चुनौतीहरूका कारण यस क्षेत्रबाट अपेक्षित उपलब्धि हासिल गर्न सकिएको छैन। यी चुनौतीहरू बहुआयामिक प्रकृतिका छन् र तिनको सामना गर्न वृहत दृष्टिकोणको जरुरत पर्दछ। यस्ता समस्या र चुनौतीहरू पार लगाउन सरकार, पर्यटन व्यवसायी र सर्वसाधारण समेतले दिलचस्पीका साथ कार्य गर्न जरुरी देखिन्छ।

पर्यटनले राष्ट्रिय परिवेशमा बहुआयामिक भूमिका निर्वाह गर्दछ। यो क्षेत्रको सरगर्मीले आर्थिक असर त पर्दछ नै राष्ट्रिय सुरक्षा, सम्वृद्धि, मानवीय भाइचारा र देशको गौरवको परिधिसमेत फराकिलो बनाउने भूमिका निर्वाह गर्न सक्दछ। त्यसैले यो क्षेत्रलाई उच्च महत्त्वका साथ अंगिकार गरेर बहुपक्षीय चासोका साथ अघि बढाउन जरुरी देखिन्छ।

सन्दर्भ सामग्री

नेपाल सरकार (), आर्थिक सर्वेक्षण, आ.व. २०११/२०१२, काठमाडौं : अर्थ मन्त्रालय

नेपाल सरकार (), आर्थिक सर्वेक्षण, आ.व. २०१३/२०१४, काठमाडौं : अर्थ मन्त्रालय

नेपाल सरकार (), आर्थिक सर्वेक्षण, आ.व. २०८१/२०८१, काठमाडौं : अर्थ मन्त्रालय

नेपाल सरकार (), सोह्रौं योजना, (२०८१/८२-२०८५/८६), काठमाडौं : राष्ट्रिय योजना आयोग

अर्थतन्त्रमा पर्यटन क्षेत्रको योगदान

✍ गोकर्णप्रसाद उपाध्याय

१. विषय प्रवेश

वर्ल्ड ट्राभल एण्ड टुरिजम काउन्सिलका अनुसार सन् २०२४ मा ट्राभल र टुरिजम क्षेत्रले विश्वको कुल गार्हस्थ उत्पादनमा १०.९ ट्रिलियन योगदान गरेको छ। जुन विश्व अर्थतन्त्रको करिब १० प्रतिशत हुन आउँछ। सोही वर्ष पर्यटन क्षेत्रमा रोजगारी सिर्जनाको अवस्था हेर्दा विश्वभर ३५७ मिलियनलाई रोजगार प्रदान गरेको देखिन्छ। अर्थात हरेक १० जनामा १ जना पर्यटन क्षेत्रमा रोजगारीमा संलग्न रहेको देखिन्छ। यी सूचकहरूको आधारमा भन्न सकिन्छ, "विश्वमा पर्यटन क्षेत्रको योगदान आर्थिक गतिशीलता कायम गर्न, अर्थतन्त्रलाई चलायमान बनाउन र रोजगारी सिर्जना गर्न उल्लेखनीय रहेको छ।

विश्वभर पर्यटकको संख्या दिनानुदिन बढिरहेको तथ्य नोभेम्बर २०२५ मा प्रकाशित वर्ल्ड टुरिजम ब्यारोमिटरबाट समेत प्रष्ट देख्न सकिन्छ। ब्यारोमिटर अनुसार सन् २०२५ को सुरुको ९ महिना (जनवरी-सेप्टेम्बर) अवधिमा विश्वभर १.१ बिलियन पर्यटकले यात्रा गरेका छन्। सबैभन्दा ठुलो पर्यटन बजार युरोपमा यस अवधिमा पर्यटकहरूको संख्या गत वर्षको सोही अवधिको तुलनामा ४ प्रतिशत, उत्तरी अमेरिकामा ११ प्रतिशत र अफ्रिकी क्षेत्रमा १० प्रतिशत बढोत्तरी भएको देखिन्छ। एसिया प्रशान्त क्षेत्रमा समेत ८ प्रतिशत बढोत्तरी देखिन्छ।

देशगत रूपमा हेर्दा उक्त अवधिमा पर्यटक आगमनको अवस्था हेर्दा सबैभन्दा बढोत्तरी ब्राजिलमा भएको देखिन्छ। त्यहाँ गत वर्षको तुलनामा ४५ प्रतिशत बढोत्तरी भएको छ। भियतनाम र इजिप्ट दुवै देशमा २१-२१ प्रतिशत एवं इथियोपिया र जापान दुवै देशमा १८-१८ प्रतिशतले बढोत्तरी भएको छ भने दक्षिण एसियामा पर्यटक संख्या सबैभन्दा बढी बढोत्तरी हुने देश श्रीलंकामा १६ प्रतिशत बढेको देखिन्छ।

✍ *उपसचिव, नेपाल सरकार*

२. नेपालको वर्तमान पर्यटन क्षेत्र

सन् २०२४ मा नेपालले आफ्ना पर्यटकीय उत्पादनहरूलाई प्रचार प्रसारको लागि विभिन्न मुलुकमा पुऱ्याउने क्रमलाई तीव्रता दिएसँगै ११ लाख ४७ हजार ५४८ पर्यटक आगमन भएको देखिन्छ। त्यसैगरी सन् २०२५ मा ११ लाख ५८ हजार ४५९ पर्यटकलाई स्वागत गरिसकेको निम्न तथ्याङ्कले देखाउँछ।

नेपालमा पर्यटक भित्रिने मुख्य पाँच स्रोत देशहरूमा भारत (२,९२,४३८ जना), संयुक्त राज्य अमेरिका (१,१२,३१६ जना), चीन (९५,४८०), संयुक्त अधिराज्य (५८,६८४ जना), बंगलादेश (५७,५४५ जना), अष्ट्रेलिया (४९,३५७), श्रीलंका (३७,५५० जना), थाइल्याण्ड (३०,२४३ जना), जर्मनी (३०,२२७ जना) र जापान (२४७६३ जना) रहेका छन्।

नेपालमा सन् २०२१ मा पर्यटन क्षेत्रले कुल गार्हस्थ्य उत्पादनको १.६ प्रतिशत हिस्सा ओगटेको तथ्य UN Tourism ले सार्वजनिक गरेको छ। त्यसैगरी आ.व. २०७९/८० को वित्तीय नीतिमा सरकारले कुल राष्ट्रिय उत्पादनमा पर्यटनको योगदान ८.५ प्रतिशतको लक्ष्य लिएकोमा कुल राष्ट्रिय आयमा १.९८ प्रतिशत मात्रै योगदान रहेको देखिन्छ। यद्यपि नेपालमा पर्यटन क्षेत्रबाट २-३ प्रतिशत योगदान रहेको विभिन्न स्रोतहरूले विश्लेषण गरेको पाइन्छ।

नेपालमा रोजगारी सिर्जना र स्थानीय विकासमा समेत पर्यटन क्षेत्रको भूमिका महत्त्वपूर्ण देखिएको छ। सन् १९६४ मा करिब ९ हजार ५ सय पर्यटकलाई

भित्र्याएको नेपालले सन् १९९९ सम्म आइपुग्दा झण्डै ५ लाख पर्यटकलाई स्वागत गरेको देखिन्छ। कोरोना महामारी (सन् २०१९-२०२०) जस्ता केही विशेष परिस्थितिबाहेक नेपालमा पर्यटक आगमनको ग्राफ निरन्तर उकालो लागिरहेको छ। कोरोनापछि सुस्ताएको पर्यटक आगमन सन् २०२४ पछि पुनः लयमा फर्किन थालेको छ।

पर्यटकको खर्च प्रतिदिन १ सय २५ डलर, जिडिपीमा योगदान १० प्रतिशत पुऱ्याउने लक्ष्य छ। पर्यटकको बसाइँ अवधि लम्ब्याउनै पर्छ भनिएको छ तर कठिन छ। किनकि प्रविधिले आवागमनलाई चाँडो बनाइदिएको छ। अनि सुविधाहरूले घुमफिरलाई सहज बनाइदिएका छन्।

पर्यटन उद्योगमा बसाइँ अवधि प्रमुख सूचक हो, जसले पर्यटकको व्यवहारका विभिन्न पक्षहरू साथै पर्यटनको आर्थिक प्रभावबारे महत्त्वपूर्ण जानकारी प्रदान गर्छ। सन् २०२३ मा पर्यटकको औसत बसाइँ १३.२ दिन रहेकोमा सन् २०२४ मा १३.३ दिन हुनुले थोरै भएपनि पर्यटकको औसत बसाइँ अवधि सुधारोन्मुख मान्न सकिन्छ। पर्यटकको बसाइँ अवधि लम्बिदा समग्र रूपमा राष्ट्रिय आर्थिक विकास र स्थानीय समुदायको उत्थानमा पनि महत्त्वपूर्ण योगदान पुग्न जान्छ।

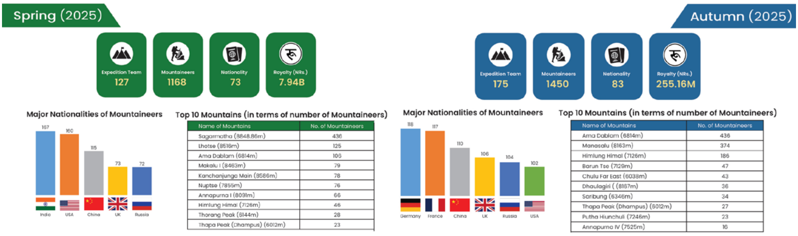
प्रतिपर्यटक दैनिक खर्च करिब ४२ अमेरिकी डलर छ। यसले स्थानीय अर्थतन्त्र, बजारीकरणका लागि गरिएका प्रयासहरू र पर्यटकको सन्तुष्टिको अवस्था सुधार भइरहेको सुसूचित गर्दछ। यस्ता सूचकहरू पर्यटन रणनीतिमा गर्नुपर्ने सुधार र आगामी योजना निर्माणमा सहयोगी हुन्छन्।

३. नेपालमा पर्वतारोहण

नेपालमा सन् २०२५ मा पर्वतारोहणबाट अर्थतन्त्रमा उल्लेखनीय योगदान पुगेको देखिन्छ। सन् २०२५ को वसन्त याममा ७३ देशका १२७ पर्वतारोहण टोलीका १,१६८ जनाले विभिन्न हिमालहरू आरोहण गर्दा ७.९४ बिलियन रुपैयाँ मुलुकमा भित्रियो। सोही शरद याममा सिजनमा ८३ देशका १७५ पर्वतारोहण टोलीका १,४५० जनाले विभिन्न हिमालहरू आरोहण गर्दा २.५५ बिलियन रुपैयाँ भित्रियो। वसन्त याममा सबैभन्दा बढी पर्वतारोही भारतका रहेकोमा शरद यममा भने जर्मनीका पर्वतारोही सबैभन्दा धेरै रहे। त्यसैगरी वसन्त याममा सबैभन्दा धेरै पर्वतारोहीले सगरमाथा आरोहण गरेकोमा शरद याममा अमादब्लम आरोहण गर्नेको संख्या सबैभन्दा धेरै देखिन्छ।

स्रोतः पर्यटन विभाग

सन् २०२४ को पर्यटक आगमनको प्रवृत्ति विश्लेषण गर्दा कुल आगमनको ६०.४ प्रतिशत पर्यटक विदा मनाउन आएको देखिन्छ। साहसिक पर्यटकको आगमन संख्या



Top 10 Mountains (in terms of number of Mountaineers)

Name of Mountains	No. of Mountaineers
Sagarmatha (8848.86m)	436
Lhotse (8516m)	125
Ama Dablam (6814m)	106
Makalu I (8463m)	79
Kanchanjunga Main (8586m)	78
Nuptse (7855m)	76
Annapurna I (8091m)	66
Himlung Himal (7126m)	46
Thorang Peak (6144m)	28
Thapa Peak (Dhampus) (6012m)	23

Top 10 Mountains (in terms of number of Mountaineers)

Name of Mountains	No. of Mountaineers
Ama Dablam (6814m)	436
Manasalu (8163m)	374
Himlung Himal (7126m)	186
Barun Tse (7129m)	47
Chulu Far East (6038m)	43
Dhaulagiri ((8167m)	36
Saribung (6346m)	34
Thapa Peak (Dhampus) (6012m)	27
Putha Hiunchuli (7246m)	23
Annapurna IV (7525m)	16

सन् २०२३ मा १३.१ प्रतिशत रहेकोमा २०२४ मा १४.५ प्रतिशत पुगेको छ।

त्यसैगरी व्यापारिक पर्यटक आगमन ३.६ प्रतिशत, औपचारिक तथा कार्यालय प्रयोजनका लागि आउनेहरू ४.४ प्रतिशत, स्वास्थ्य, भेटघाटलगायतका पर्यटक आगमन ९.८ प्रतिशत रहेको देखिन्छ। धार्मिक पर्यटक आगमन सन् २०२३ मा १३.१ प्रतिशत थियो भने सन् २०२४ मा १५.२ प्रतिशत पुगेको छ। धार्मिक पर्यटनमा हिन्दू र बौद्ध धर्मका पर्यटकहरू बढी देखिन्छन्।

४. नेपालको पर्यटन नीति

नेपालमा सर्वप्रथम फ्रान्स सरकारको प्राविधिक सहयोगमा सन् १९५६ मा तर्जुमा गरिएको पर्यटन योजनालाई नेपालको क्षेत्रगत योजनाको प्रथम खुड्किलोको रूपमा लिने गरिन्छ। सन् १९७२ को पर्यटन गुरुयोजनाले यस क्षेत्रलाई थप व्यवस्थित बनाएको देखिन्छ। पर्यटन ऐन, २०३५ नेपालको पर्यटन क्षेत्रको अर्को कोशेढुंगा हो।

नेपालमा पर्यटन क्षेत्रको विकासको लागि पहिलो पटक पर्यटन नीति, २०५२ जारी भयो। तर, जनयुद्धका कारण समग्र पर्यटन क्षेत्र फस्टाउन सकेन। दोस्रो पटक पर्यटन नीति, २०६५ तर्जुमा भयो।

पर्यटन नीति, २०६५ ले निर्धारण गरेका १६ वटा नीतिमध्ये २ वटा नीति पूरा कार्यान्वयन भएका, ३ वटा नीति ६०-६५ प्रतिशत कार्यान्वयन भएका, ६ वटा नीति ३०-४५ प्रतिशत कार्यान्वयन भएका, ४ वटा नीति २७ प्रतिशत भन्दा कम कार्यान्वयन भएका तथा एउटा नीतिको कार्यान्वयन शून्य रहेको भनी राष्ट्रिय योजना आयोगले २०७७ सालमा सार्वजनिक गरेको पर्यटन नीति पुनरावलोकन अध्ययन प्रतिवेदनले औंल्याएको पाइन्छ।

नेपालको राष्ट्रिय पर्यटन रणनीतिक योजना (सन् २०१६-२०२५) ले पर्यटनको विकासलाई थप व्यवस्थित गर्दै आएका छन्। पछिल्लो समय सरकारले पर्यटन नीति, २०८२ जारी गरेर कार्यान्वयनमा लगेको छ। पर्यटन क्षेत्रले आवधिक योजनाको सुरुवातदेखि प्राथमिकता पाउँदै आएको देखिन्छ।

संस्थागत विकासका रूपमा संघमा संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय,

प्रदेशमा प्रदेश पर्यटन मन्त्रालयहरू र स्थानीय तहहरूले समेत पर्यटन क्षेत्रको विकासको लागि काम गरिरहेका छन् । नेपाल सरकार कार्यविभाजन नियमावली, २०७४ ले संस्कृति नीति, पर्यटन नीति तथा हवाई नीति तर्जुमा र कार्यान्वयन कार्यहरूलगायत पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालयले ३३ वटा कार्यहरू गर्नुपर्ने गरी तोकेको छ ।

५. नेपालको पर्यटकीय सम्भावना

नेपालमा अथाह पर्यटकीय सम्भावनाहरू छन् तिनको विकास तथा प्रवर्धनको लागि पर्याप्त समन्वय र सहजीकरण गर्नुपर्ने देखिएको छ । प्रदेशगत रूपमा हेर्ने हो भने वागमती प्रदेश राजधानी भएको प्रदेश र केही समय अघिसम्म एकमात्र अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थल भएको नाताले नेपालको पर्यटनमा योगदान हुने नै भयो । सन् १९५० जुन ३ मा फ्रेन्च टोलीले अन्नपूर्ण प्रथम हिमालको सफल आरोहण गरेसँगै नेपालमा पर्वतारोहणको सुरुआत गर्ने प्रदेशको श्रेय गण्डकी प्रदेशलाई जाने नै भयो ।

सगरमाथा, अमादब्लम, मकालु नामै काफी छन् कोशी प्रदेशको लागि । मधेश प्रदेशको जानकी मन्दिर । कर्णाली र सुदूरपश्चिम प्रदेशका भर्जिन पर्यटकीय गन्तव्यहरू हेर्दा लाग्छ पर्यटकीय उत्पादनहरू एकसे एक छन् हरेक प्रदेशमा ।

आमादब्लम, सोलुखुम्बु

लुम्बिनी सिद्धार्थ गौतमलाई जन्म दिने बौद्ध तीर्थस्थल हुनु र एकै वर्षमा एकसय भन्दा बढी देशका नागरिकले भ्रमण गर्नु लुम्बिनी प्रदेशको मात्र नभई नेपालकै लागि गर्वको विषय हो । द न्युयोर्क टाइम्सले बुद्ध जन्मस्थल लुम्बिनीलाई सन् २०२५ मा घुम्न जानैपर्ने विश्वका उत्कृष्ट गन्तव्यमध्ये नवौ स्थानमा राखेको थियो । टाइम्सले महायानी सम्प्रदायको निकै चित्ताकर्षक र मनमोहक विहार मानिने "थाउजेन्ड टेम्पल"को चर्चा गरेको छ। लुम्बिनीमा सन् २०२४ मा एकसय बाह्र देशका पर्यटक पुगेको तथ्याङ्कहरूले देखाउँछन् ।

आ.व. २०८१/८२ मा रारा र खप्तड क्षेत्रमा पर्यटक प्रहरी राख्ने व्यवस्था मिलाइएको छ। त्यसको उचित व्यवस्थापन तथा निरन्तरता दिनु आवश्यक छ।

महाबौद्ध, ललितपुर

६. पर्यटन क्षेत्रमा विद्यमान समस्या

संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय पर्यटनका कामभन्दा अन्य कामहरूमा अलमलिदै गएको देखिन्छ। थुप्रै समिति, निगम, बोर्ड, संस्थान, प्राधिकरण आदिको कचिङ्गलले थिचिदै गयो। अनावश्यक र झन्झटिला दर्जनौ कार्यविधि, मापदण्ड र निर्देशिकामा जेलिदै गएको छ।

हाइ-भ्यालु, लो-भोल्यूम टुरिज्म मुलुकमा पर्यटकको संख्यात्मक वृद्धिमा मात्र केन्द्रित नभएर "हाइ-भ्यालु, लो-भोल्युम" पर्यटनमार्फत गुणस्तरीय पर्यटकलाई आकर्षक गर्न सकिएको छैन। पर्यटकको अनावश्यक भीडभाड (ओभर टुरिज्म) ले पर्यावरणीय सन्तुलनलाई चुनौती दिने, साँस्कृतिक अतिक्रमण गर्ने र पर्यटकहरूको मौलिक यात्रा अनुभवलाई बेस्वादिलो बनाउने जोखिमको विकल्पको रूपमा भुटानले "हाइ-भ्यालु, लो-भोल्युम" मोडल अँगालेको

छ। नेपालजस्ता देशले भुटानको यस मोडलबाट सिक्न सक्ने कुराहरू यसप्रकार छन्ः- पर्यटक आगमनको अधिकतम् सीमा तोकिदिने वा पर्यावरणको धान्न सक्ने क्षमतालाई मध्यनजर गरेर संख्या नियन्त्रण गर्ने, जथाभावी विज्ञापन र प्रचारप्रसार नगरेर क्रमिक रूपमा र आवश्यकता अनुसार मात्र गर्ने, पर्यटन क्षेत्रबाट प्राप्त राजस्व स्थानीय समुदाय र पूर्वाधारको विकासमा प्रयोगको सुनिश्चितता गर्ने। पर्यटनलाई आर्थिक सूचकसँग मात्र नजोडेर आयोजक र पाहुना दुवै पक्षको पर्यावरणीय र साँस्कृतिक स्वच्छता विकासमा जोड दिने।

पर्यटन क्षेत्रको विकासका लागि चाहिने गुणस्तरीय सडक पूर्वाधार र सुरक्षित तथा भरपर्दो यातायातको व्यवस्था गर्न सकिएको छैन। भिसा चाहिने देशका पर्यटकहरूका लागि आवश्यक भिसा सुविधामा, विदेशी मुद्राको चलनचल्ती र भुक्तानी आदि विषयमा पर्याप्त सहजीकरण गर्न सकिएको छैन।

गैरआवासीय नेपालीको संख्या घटाएर हेर्ने हो भने विशुद्ध पर्यटकको रूपमा नेपाल आगमन भएका पर्यटकको संख्या निकै कम हुन जाने देखिन्छ।

पोखरा अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थल, कास्की

पर्यटन विभागका अनुसार सन् २०२५ को अन्त्यसम्ममा नेपालमा पाँचतारे होटलको संख्या ३३ पुगेको छ। जसमध्ये २७ वटा पाँचतारे होटल, ३ वटा पाँचतारे डिलक्स र ३ वटा लक्जरी बुटिक/हेरिटेज होटल (पाँचतारास्तर) रहेका छन्। प्रदेशगत रूपमा हेर्दा २४ वटा बागमती प्रदेशमा रहेका छन्। पाँचतारे होटलहरूको संख्या बढेपनि अपेक्षित रूपमा पर्यटक भरिएका छैनन्। देशभर २७ वटा क्यासिनोहरू (सबैभन्दा धेरै लुम्बिनी प्रदेशमा १२ वटा) सञ्चालनमा रहेका छन्।

आन्तरिक उडानमा हुने अनियमितता पनि पर्यटन क्षेत्रको प्रमुख मध्येको एक चुनौती मानिएको छ। नेपालमा पर्यटकहरूले बेहोर्नु परेको अर्को मुख्य समस्या मौसमको पुर्वानुमान पनि हो जसका कारण यात्रा अनिश्चित बन्न पुग्छ र पर्यटक अवाक हुन्छ्न्। अन्तर्राष्ट्रिय हवाइ उडान समेत समस्याविहीन छैन। चालिसभन्दा बढी देशसँग द्विपक्षीय हवाइ सेवा सम्झौता भएको छ। तीनओटा अन्तरराष्ट्रिय वा क्षेत्रीय विमानस्थलहरू रहेका छन् तर तिनको नियमित सञ्चालन हुने वातावरण मिलाउन सकिएको छैन।

७. समस्या समाधानका उपाय

होटल तथा रिसोर्टलाई उद्योगसरह मान्यता दिने, विद्युत शुल्कमा औद्योगिक दर, निर्माण सामग्रीमा भन्सार छुट, बीमा प्रिमियममा कमी र आयकरमा छुट भई प्रतिस्पर्धात्मक मूल्यमा उच्चस्तरीय सेवा दिन मद्दत पुऱ्याउनेछ। यसका लागि सँस्कृति पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय, उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय र ऊर्जा मन्त्रालयबीच समन्वय आवश्यक छ। होटल तथा रेस्टुरेन्ट क्षेत्रलाई “ग्रिन होटल” मापदण्डमा लैजान सके विश्व बजारमा नेपालको ब्राण्डिङ अझ राम्रो बन्नेछ।

भुटानको जस्तो “हाइ-भ्यालु, लो-भोल्यूम” अवधारणा, कोस्टारिकाको Eco-Tourism, न्यूजिल्यान्डको Regional Trip Tourism Strategy, आइसल्याण्डको क्राउड म्यानेजमेन्ट सिस्टमको अवधारणा मार्फत गुणस्तरीय पर्यटनमा जोड दिएको देखिन्छ। नेपालले पनि आफू सुहाउँदो मोडल छनोट गरी कार्यान्वयन गर्दै जानुपर्छ।

नेपाल पर्वतारोहण संघ, नेपाल पर्यटन तथा होटल व्यवस्थापन प्रतिष्ठान जस्ता लामो इतिहास बोकेर हुर्किरहेका पर्यटनसम्वद्ध संस्थाहरूको प्रवर्धन र विकास गर्नुपर्ने देखिएको छ।

सगरमाथा दिवस अझ भव्यताका साथ मनाउनु पर्छ। नेपालको प्रमुख पर्यटकीय आकर्षण हिमाल हुन्। सगरमाथासहित आरोहणका लागि खुला भएका हिमालको सौन्दर्य बिक्री गर्नु पर्छ। त्यसैको लागि हिमालको संरक्षण गर्न र सफा राख्ने कार्यमा अलिकति पनि चुक्नु हुँदैन।

मौलाइरहेको घरबास (होमस्टे) लाई फस्टाउने वातावरण बनाउनु पर्छ। अभौतिक साँस्कृतिक सम्पदाको संरक्षण गर्नु पर्छ।

नेपाल वायुसेवा भन्ने वित्तिकै यात्रु बिच्किने अवस्थामा सुधार गर्नु छ।

राणा शासनको अन्त्य हुँदै गर्दा नेपालमा अन्तर्राष्ट्रिय हवाइ उडान सुरु भयो। अन्तर्राष्ट्रिय कनेक्टिभिटीसँगै नेपालमा पर्यटक आगमनले समेत गति लियो। अब नबनेका विमानस्थल बनाउनु छ। बनेका विमानस्थलमा नियमित हवाइजहाज चलाउनु छ। चलेका विमानस्थलको स्तर वृद्धि गर्नु छ। पोखरा र भैरहवामा अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थलमा पर्यटकलाई नियमित ओराल्नु छ। नेपालको हवाइ क्षेत्रलाई पर्यटनमैत्री बनाउनुका साथै विमानस्थलको स्तरोन्नति गरी अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थलमा अन्तर्राष्ट्रिय आवागमनका लागि पहल गर्नुपर्ने देखिन्छ।

पर्यटन क्षेत्रमा सन् १९७२ को पर्यटन गुरुयोजनाजस्ता ओजिला दस्तावेजहरू थोरै छन्। तिनको प्रभावकारी कार्यान्वयन गर्नुका साथै थप अध्ययन अनुसन्धानमा आधारित नीति, योजना तथा कार्यक्रमहरू लागु गर्दै जानुपर्ने देखिएको छ। पर्यटन सेवा प्रवाह व्यवस्थापन प्रणालीलाई प्रभावकारी र उत्तरदायी बनाउने साथै पर्यटन सेवा व्यवस्थापनमा अन्तरतह तथा अन्तरनिकाय समन्वय बढाउनुपर्ने देखिएको छ।

विश्वभर मौलाउदै गएको परम्परागत तथा प्राकृतिक चिकित्सा, ध्यान, योग र आरोग्य पर्यटनको प्रवर्धन गर्न सम्बन्धित संघ संस्थाहरूमार्फत सहकार्य बढाउदै जानुपर्छ।

पर्यटन प्रवर्धनमा निजी क्षेत्रको ज्ञान, सीप, अनुभव र उद्यमशीलताको प्रयोग गर्ने। साथै नेपालका विदेशस्थित कूटनीतिक नियोगका अतिरिक्त विभिन्न मुलुकमा रहेका गैरआवासीय नेपाली आवद्ध संघ-संस्थासँग समेत आवश्यकता अनुसार पर्याप्त सहकार्य गर्ने। फन पार्क, मनोरञ्जन क्षेत्र, टाकुरा/थुम्काजस्ता पर्यटकीय वस्तुहरूको विकासमा निजी क्षेत्रलाई आकर्षित गर्नुपर्ने देखिन्छ।

उच्चस्तरीय आर्थिक सुधार सुझाव आयोगको प्रतिवेदन (२०८०) ले समेत नेपालको पर्यटन क्षेत्रको सुधारको लागि पर्यटन नीतिमा समसामयिक सुधार गर्ने, सार्वजनिक-निजी साझेदारी मोडलको विस्तार गर्ने, नेपाललाई प्राकृतिक र आध्यात्मिक ब्राण्डिङ गर्ने, हवाइ पूर्वाधारहरूको विकासमा जोड दिने, डिजिटल प्रवर्धन र स्वदेशी उत्पादनको प्रयोगजस्ता पक्षहरूलाई समेटेर सुझावहरू सिफारिस गरेको छ।

८. निष्कर्ष

अबको विश्वमा नेपालजस्ता भूपरिवेष्ठित मुलुकले पर्यटन सेवा विस्तारमार्फत आफूलाई विश्व अर्थतन्त्रमा मजबुत बनाउनुको विकल्प देखिदैन। पर्यटन विकासका विविध सम्भावनालाई उपयोग गर्दै नेपाललाई विश्व समुदायमा आकर्षक पर्यटकीय

गन्तव्यको रूपमा स्थापित गर्दै पर्यटन क्षेत्रलाई नेपालको अर्थतन्त्रको मेरुदण्डको रूपमा विकास र विस्तार गर्नु आजको प्राथमिकता बनेको छ।

सन्दर्भ सामग्री

'पर्यटन अर्थतन्त्रको मेरुदण्डसँगै राष्ट्रको आत्मा, संस्कृति र पहिचानको मिश्रित अभिव्यक्ति हो' - Artha Sarokar : Nepal's No.1 Economic News portal.

समृद्धिको त्रिकोणीय आधार : संस्कृति, पर्यटन र नागरिक उड्डयन - Online Khabar

अर्थतन्त्र सुधार र पर्यटन उद्योगको पुनर्संरचना - क्यापिटल नेपाल : Capital Nepal – Nepali News Portal

Travel and tourism: contribution to global GDP 2024| Statista

Travel & Tourism Economic Impact Research (EIR)

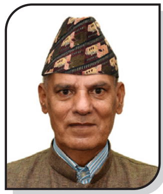
UN Tourism World Tourism Barometer | Global Tourism Statistics

World Tourism Barometer : January 2025 | UN Tourism

पर्यटन नीति, २०८२, नेपाल सरकार, संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय, सिंहदरबार, काठमाडौं

+++

खप्तड : पर्यटकीय महत्त्वको प्राकृतिक बगैँचा



✍ डा.हरिदत्त पाण्डेय

१. विषय प्रवेश

सुन्दरत्तम भू-बनोट, शान्त र रमणीय वातावरण, पारिस्थितिक विविधता एवं धार्मिक स्थलहरूले भरिपूर्ण खप्तड क्षेत्रलाई पर्यटक, तिर्थयात्री, ध्यानयोगी तथा अनुसन्धानकर्ताहरूको लागि अद्वितीय आकर्षण केन्द्रको रूपमा विकसित गर्न सक्ने प्रचुर सम्भावना रहेका छन् । समुच्च सुदूरपश्चिको संस्कृति, इतिहास र सभ्यताको भण्डार एवं जैविक विविधताको जिउँदो संग्रहालयको रूपमा अवस्थित यस क्षेत्रमा आधारभूत भौतिक सुविधाको अभावको कारण पर्यटकहरूको आवागमन अपेक्षित रूपमा बढ्न सकेको छैन । सुदूरपश्चिम प्रदेशको दुर्गम मध्यपहाडी क्षेत्रस्थित यस भूखण्डलाई स्कन्दपुराणमा "**खेचराद्री**" को संज्ञा दिइएको छ। झण्डै अढाई दशकपूर्व पाँच दशकसम्म खप्तड स्वामीले खप्तडमा साधना गर्नु भएको हुनाले उहाँ 'खप्तड बाबा' को नामले प्रख्यात हुनुहुन्थ्यो । वि.सं. २०५३ जेठ कृष्ण सप्तमीका दिन 'खप्तड' बाबाको निधन भएको थियो ।

खप्तड स्वामीका अनुसार 'खेचराद्री' शब्दको सरल नाम 'खेचर पर्वत (खेचरंआद्रि)' हो र खेचर पर्वतको अपभ्रंश 'खप्तड' हुन गएको हो। पौराणिककालमा ऋषिमुनीहरूले तपस्या गरको सो क्षेत्रलाई 'खेचराद्री' पर्वतका रूपमा स्कन्द पुराण (मानसखण्ड) मा वर्णन गरिएको छ । पाण्डवहरूले वनबासो केही समय खप्तडमा विताएका थिए भन्ने स्थानीय कथन रहेको छ। खप्तडमा पाण्डुपुत्र भीमले हलो जोत्दा माटोबाट थुम्का बनेको लोककथन छ । खप्तडस्थित केदारढुङ्गा पनि पाण्डुपुत्र भीमले भारतको केदारनाथबाट गादो (शरीरमा लगाएको कपडाको अगाडिपट्टिको

✍ *संस्कृतिविद्*

भाग) मा बोकेर त्यहाँ ल्याई पुऱ्याएको किम्वदन्ती पनि प्रचलित छ।

समुद्र सतहबाट २४०० मिटरदेखि ३७०० मिटरको उचाइसम्म फैलिएको सम्पूर्ण खप्तड क्षेत्रको क्षेत्रफल १०२४ वर्ग किलोमिटर छ। यसै भूखण्ड अन्तर्गत २२५ वर्ग किलोमिटर क्षेत्र "**खप्तड राष्ट्रिय निकुञ्ज**" को रूपमा संरक्षण गरिएको छ। यस राष्ट्रिय निकुञ्जको स्थापना वि.सं. २०४२ मा भएको हो। बझाङ्ग, बाजुरा, डोटी र अछाम जिल्लाको संगमस्थलको रूपमा रहेको खप्तड राष्ट्रिय निकुञ्ज डोटी जिल्लाको सदरमुकाम सिलगढीबाट करिब २५ कि.मि. र बझाङ्ग जिल्लाको सदरमुकाम चैनपुरबाट करिब ३२ कि.मि. टाढा छ। आकाशीय दूरीको हिसाबले मुलुकको राजधानी शहर काठमाडौं यस निकुञ्जबाट करिब ४५० कि.मि. मात्र टाढा रहेको छ। सिलगढीबाट खप्तड राष्ट्रिय निकुञ्जसम्म पुग्न सिलगढी, उडितोला, कलेना, वगलेख, झिग्राना हुँदै जानुपर्ने हुन्छ। त्यहाबाट बिचपानी हुँदै खप्तड क्षेत्र पुगिन्छ। बझाङ्ग (चैनपुर) बाट बसको बाटो तमैल हुँदै छान्ना घाटखोलासम्म (२ घण्टा) र त्यसपछि जीपबाट दारुगाउँसम्म (आधा घण्टा) त्यसपछि एक घण्टाको उकालो चढेर 'राउतको पाटन' भन्ने ठाउँमा पुगिन्छ। राउतको पाटनबाट दुई घण्टाको पैदल यात्राबाट खप्तडको त्रिवेणी पुग्न सकिन्छ।

२. सुदूरपश्चिमको प्रमुख पर्यटकीय गन्तव्य

खप्तड क्षेत्रको अधिकांश भाग भिरालो भूमिले ओगटेको भए तापनि यहाँका बाइसवटा पाटन (उच्च मैदान) तथा बाउन्नवटा तालहरू पर्यटकहरूका निम्ति

धार्मिक पर्यटकीयस्थल : खप्तड क्षेत्र

आकर्षणको केन्द्र बनेका छन् । खप्तडको प्राकृतिक सौन्दर्य निम्न लोक गीतहरूबाट थप प्रष्टसँग झल्कन्छ -

जेठी नेपाल कान्छी पाल्पा मजिल्ली धनगढी ।

बाइस पाटन बाउन्न ताल खप्तड त्रिवेणी ।।

घोडा दाउने पाटन, छेडा पाटन, चाल्ने पाटन, त्रिवेणी पाटन, छिन्नेढुङ्गा पाटन, वुकीदह पाटन, सुकीदह पाटन, चौमाला पाटन, दुधिली पाटन, पल्टाखोला पाटन, सहस्रलिङ्ग पाटन, गणेशमाडौँ पाटन, बल्लाजुडी पाटन, लुकासे पाटन, खपरदह पाटन, पुल्पुला पाटन, सुनथली पाटन, बलेमेला पाटन, फुर्के पाटन, ठुलोगैरा पाटन, हिमशैन पाटन र लम्पुछे पाटन नामक यी उच्च मैदानहरूमा बाह्रै महिना लटरम्म घाँस भरिएको हुन्छ । विभिन्न प्रकारका जडीबुटी तथा रङ्गीविरङ्गी फूलहरूले खप्तड क्षेत्रलाई आषाढदेखि आश्विनसम्म एक सुन्दर गलैँचाको रूपमा परिणत गरेको हुन्छ। विभिन्न घाँसे पाटनहरूको मनमोहक दृष्य हेर्दा खप्तड क्षेत्रलाई 'आकाशमाथिको बगैँचा' भन्न सकिन्छ। स्वर्गीय आनन्द दिने प्राकृतिक बगैँचामा विश्राम लिँदै कैलाश, अपी, सैपाल, ब्यास आदि हिमश्रृंखलाहरूका साथै बडीमालिका, रामारोशन, गन्याप, भागेश्वर, घण्टेश्वर, डागेश्वरी, रौलेश्वर, मेलौली, शिवनाथ तथा ग्वाल्लेक आदि पवित्र धार्मिक स्थलहरूको दूरदृष्यावलोकन गर्न सकिन्छ। समग्र खप्तड क्षेत्र र विशेष गरी यहाँका पाटन, ताल, नदी, गुफा आदि विभिन्न पौराणिक तथा धार्मिक कथा प्रसङ्गहरूसँग जोडिएका छन् । तपस्वीहरूको साधना केन्द्र, ईश्वरको क्रिडाक्षेत्र एवं धार्मिक व्यक्तिहरूको तीर्थधामको रूपमा पनि यस क्षेत्रले मानव सँस्कृतिको आरम्भदेखि नै अनुपम स्थान ग्रहण गरेको छ। खप्तड क्षेत्रको तल्लो भाग "**मानसखण्ड**" र उपल्लो भाग "**कैलाशपर्वत**" तथा "**मानसरोवर**" भएको भन्ने विश्वास सुदूरपश्चिमेली जनमानसमा व्याप्त छ ।

सत्ययुगमा भगवान शिवशङ्कर तथा जगदम्बिका पार्वतीले विवाह-सूत्रमा जोडिएपछि यसै रमणीय क्षेत्रको चन्दनगिरीमा मधुमास मनाएको, त्रेतायुगमा रामचन्द्र भगवानले यस पावन भूमिमा आई भगवान शिव र जगज्जननी पार्वतीको पूजा-आराधना गरेको एवं धनका देवता कुवेरले यसै क्षेत्र अवस्थित कञ्चनपुरी नामक पौराणिक नगरलाई आफ्नो राजधानी बनाएको जस्ता किम्बदन्तिहरू यहाँ प्रचलित छन् । कैलाशपति शिवले विवाहपूर्व वैद्यनाथधाम आश्रम (अछाम जिल्लास्थित बैद्यनाथ क्षेत्र) मा रहँदा खप्तड क्षेत्रकै जडीबुटीहरू प्रयोग गरी आयुर्वेदिक औषधोपचार पद्धति प्रचलनमा ल्याएका जस्ता वर्णनहरू स्कन्दपुराणमा गरिएको पाइन्छ ।

प्राचीनकालमा तिब्बतको स्वर्णभूमि र त्रिविशापदेखि भारतको गंगातटीय समथर भूमिसम्मको नून व्यापारको मार्ग यसै भूखण्ड हुँदै निर्माण गरिएको, पौराणिककालमा

यस क्षेत्रको वाटोभई मानसरोवरको तीर्थयात्रा गर्ने प्रचलन रहेको, उत्तरवैदिककालमा यक्ष, नाग, किराँत, किन्नर, सिद्ध आदि जनजातिहरूले प्रमुख कर्मथलोको रूपमा यसै क्षेत्रलाई प्रयोगमा ल्याएका, शक र हुणहरूले पनि यहाँ बसोवास गरेका जस्ता कुराहरू पनि स्थानीय जनजिब्रोमा जीवन्त रहिआएका छन् ।

नेपालको मध्यकालीन इतिहासको सम्बन्धमा पनि यस क्षेत्रको महत्त्व नकार्न सकिँदैन । खस साम्राज्यकालका विविध सूचनापरक पुरातात्वीक सामग्रीहरू यहाँ भेट्टाउन सकिन्छ। आधुनिक नेपाल राज्यको एकीकरणका क्रममा अमरसिंह थापा तथा वलवहादुर कुँवरले यस क्षेत्रमा निर्वाह गरेको साहसिक भूमिका सम्बन्धी महत्त्वपूर्ण तथ्यपरक पुरातात्विक प्रमाणहरू यहाँ प्रचुरमात्रामा उपलब्ध हुने संभावना रहेको छ। मातृभाषाको रूपमा नेपाली भाषाको प्रयोग गर्ने ब्राह्मण तथा क्षेत्रीहरू (खप्तडी खस) यसै ऐतिहासिक भूमि हुँदै राज्यका कुनाकन्दरासम्म फैलिएका हुनाले वर्तमान नेपाली भाषाको उद्गम थलोको रूपमा खप्तडलाई मान्नु पर्ने आधार समेत देखिन्छ।

३. **प्रमुख दर्शनीय स्थल**

खापरमाडौं, त्रिवेणी, सहस्रलिङ्ग, केदारढुङ्गा, डाँफेकोट, गणेश पाटन घोडा दौडाउने पाटन, बुकी दह आदि स्थानहरू ऐतिहासिक एवं धार्मिक दृष्टिकोणले अति महत्त्वपूर्ण छन् । यी स्थानहरूमध्ये प्रमुख दर्शनीय स्थान त्रिवेणी, सहस्रलिङ्ग, खापरदह र माइकाथान हुन् । यिनीहरूको संक्षिप्त चिनारी यसप्रकार रहेको छ :-

(**क**) **त्रिवेणी**

हिन्दु दर्शनअनुसार दुई नदीको सङ्गम भई उत्तरमुखी वहाव लिएको नदीखण्डलाई त्रिवेणी भनिन्छ। खप्तडको त्रिवेणी सोलिङ्ग (सहस्रलिङ्ग) र डाँफ्याकोट खोला मिली बनेको छ। सोलिङ्ग खोलाको रङ्ग सुकिलो र डाँफ्याखोलाको रङ्ग कालो छ। त्रिवेणीमा एक प्राचीन मन्दिर छ। वि.सं. २०३८ मा तत्कालीन राष्ट्रप्रमुख वीरेन्द्रको संकल्पमा नेपाली सेनाद्वारा त्रिवेणीमा एक नौलो मन्दिर निर्माण गरी त्यसभित्र गणेश, अन्नपूर्णादेवी, शिव, कुमार र बसाहा (साँढे) का मूर्तिहरू स्थापना गरिएका छन् । जेष्ठ शुक्ल दशमीका दिन गङ्गादशहराको पुण्य पर्व पर्दछ। नवमीका दिन सेती र महाकालीका प्रायः सबै जिल्लाहरूबाट नरनारीहरू सभक्तिपूर्वक मेला भर्न आउँछन् । दशैंको राती भजन, किर्तन तथा फाग गायन गरिन्छ ।

(**ख**) **सहस्रलिङ्ग**

समुद्र सतहबाट करिब एघार हजार फिटको उचाइँमा एक ठुलो शिला तथा तीन चुचुराहरू देखिन्छन् । यी तीनवटा चुचुराहरूमध्ये एक/एकवटा चुचुरा शिव, पार्वती र गणेशका प्रतीकका रूपमा मानिएका छन् । शिला अवस्थित ठाउँमा सर्वसाधारण जान अप्ठेरो भएको हुँदा शलाभन्दा करिब ४० फिट तल हवन, पूजा आदिको

व्यवस्था मिलाइएको छ। यहाँ जनैपूर्णिमाका दिन जात्रा लाग्दछ। शिलाबाट दक्षिणतर्फ करिब आधा किलोमिटरको दुरीमा ढुङ्गा निर्मित श्री गणेश भगवानको एक अति पुरानो मूर्ति छ जुन खप्तड क्षेत्रको सबैभन्दा पुरानो मूर्ति मानिन्छ।

(ग) **खापरदह**

उद्गमस्थान र निकास नभएको करिब पचास मिटर चौडा र एकसय मिटर लम्बाई भएको यस तालको किनारामा एउटा मन्दिर छ। यस मन्दिरलाई 'खापरमाडौँ' अथवा 'सार्कीमाडौँ' भन्ने गरिन्छ। यस मन्दिरका पुजारी सार्की जातका हुन्छन्। उनीहरूको भनाइअनुसार खापरमाडौँ रहेको स्थानमा उनका कुनै एक पूर्वजले निगालो काट्दा निगालोको बोटवाट रगत बग्न थालेछ। रगतलाई रोक्न निजले चामलको फाँको चपाई घाउमा राखेको र त्यस फाँकोबाट रगत रोकिएको हुँदा त्यसै बेलादेखि सार्की जातिकै मानिसले चपाएको चामलको फाँकोवाट सार्कीले नै यस मन्दिरमा पूजा गर्ने चलन रहिआएको छ। यस मन्दिरमा अनन्तचतुर्दशीको रात्रिकालमा भव्य मेला लाग्दछ।

खप्तड क्षेत्रको पूर्वबाट वग्ने समाजिरोगाड, दक्षिणतर्फबाट बग्ने फूलौटगाड एवं पश्चिमतर्फबाट वग्ने सैलीगाडमा स्नान गर्दा विभिन्न दीर्घरोगहरूबाट मुक्ति पाइने विश्वास गरिन्छ। यी तीनवटै गाडहरू लगायत यस क्षेत्र भई वग्ने अन्य खोला तथा झरनाहरू सेती नदीमा मिसिने भएकोले सेती नदीको धार्मिक तथा जलसाधनको महत्व वढ्न गएको छ।

(घ) **माइका थान**

बझाङ जिल्ला अन्तरगत खप्तड-छान्ना गाउँपालिकाको माइकाथानमा बैशाख, जेठ, कार्तिक र मंसिरमा भक्तजनहरू सत्यनारायणको पूजा गर्न जाने गर्दछन्। यहाँ पूजा गर्नाले अभिष्ट पूरा हुने विश्वास गरिन्छ। सन्तान प्राप्तिको लागि पनि यहाँ पूजा पाठ गर्ने चलन छ। पाँचऔँलेलगायतका बहुमूल्य जडिबुटी, निगालो (देउलो), बाघबुट्टे आदिका लागि माइका थान प्रख्यात छ।

४. जैविक विविधता

खप्तड क्षेत्रमा विविध प्रकारका अमूल्य वनस्पति, बृक्ष, पौँधा, घाँस, फूल, जनावर, पक्षी, किराफटेंग्राहरू पाइन्छन्। खप्तड क्षेत्रको पूर्वसम्भाव्यता अध्ययन अनुसार यहाँ २४ प्रजातिका रुख, २३ प्रजातिका झाडी, २२४ प्रजातिका जडीबुटी, ११ प्रजातिका घाँस, २० प्रजातिका जङ्गली जनावर, २६६ प्रजातिका चरा, १३ प्रजातिका पुतली, ५६७ प्रजातिका फूलहरू पाइन्छन्। यसको साथै विभिन्न स्थानहरूमा प्राचीन घर, ओखल, इनार आदिका भग्नावशेषहरू पनि पाइन्छन्।

५. बाबाको प्रमुख साधना केन्द्र

श्री १००८ परमहंस स्वामी सच्चिदानन्द सरस्वती (खप्तड बाबा) मानव जीवनको जन्म-मरणको ज्ञानको खोजी गर्न प्रकृतिको यस अलौकिक रमणीय एकान्त, सुन्दर, पवित्र, सघन वनभएको धामस्थित आश्रममा करिब आधा शताब्दी बस्नु भएको थियो । खप्तड बाबाको दिव्य तपस्याले यस खप्तड क्षेत्रको धार्मिक, साँस्कृतिक एवं वातावरणीय समुन्नतिमा महत्त्वपूर्ण योगदान पुऱ्याएको यथार्थ स्थानीय वासिन्दाहरू हार्दिक रूपमा स्वीकार गर्दछन् । खप्तड बाबाले यसै एकान्त अरण्याश्रममा बसी विचार विज्ञान, स्वास्थ्य विज्ञान, नारीधर्म तथा पुरुष धर्म, विज्ञान, म र मेरो कर्तव्य जस्ता अमूल्य कृतिहरूको सिर्जना गर्नु भएको थियो ।

६. खप्तडको साँस्कृतिक तथा मानवशास्त्रीय महत्व

बडिमालिका, बाजुरा

धार्मिक, ऐतिहासिक, जैविक विविधता एवं पुरातात्विक दृष्टिकोणले खप्तड क्षेत्र अति महत्त्वपूर्ण भएको कुरा माथि उल्लेख भइसकेको छ । यस अतिरिक्त, साँस्कृतिक तथा मानवशास्त्रीय दृष्टिकोणले समेत यो क्षेत्र साह्रै महत्त्वपूर्ण रहेको छ। यस क्षेत्र वरिपरि वसोवास गर्ने विभिन्न जात-जातिका जनसमुदायहरूले अवलम्बन गर्दै आएको बोली, भाषा, विश्वास, परम्परा आदि अन्य नेपाली समाजकोभन्दा निकै वेग्लै छन् । प्राचीन तथा मध्यकालीन शासक, विद्वान, विदुषी, कलाकार, शिल्पकार, किसान आदिका सन्तान-दरसन्तानहरूले स्थानीय वासिन्दाको रूपमा परम्परागत सामाजिक जीवन यापन गरिरहेका छन् । यसैगरी प्राचीनकालको कला, सँस्कृति र सभ्यताको संरक्षण र सम्वर्द्धन गर्दै आइरहेका छन् ।

खप्तड क्षेत्रमा मात्र होइन, सम्पूर्ण सुदूरपश्चिमेली ग्रामीण क्षेत्रहरूमा स्थानीय ग्राम्य

शैलेश्वरी, डोटी

देउताको शक्ति धामीमा अवतरित हुने लोक परम्परा छ। देउता अवतरित भएको बेला धामीबाट बोलिने बोली सामान्य दैनिक बोलीभन्दा केही भिन्न हुन्छ।

देवस्थलहरूमा लाग्ने धार्मिक जात्रा, सामाजिक चाडपर्व, पारिवारिक उत्सव आदिमा फाग, सगुन, ड्यौडा (न्याउल्या), भैन, भलौलो, ठुलो खेल, धुमारी ढुस्को, झोडा, भुओ, चाँचरी, भडा, छलो आदि खेल्ने, नाच्ने र गाउने परम्पराले प्रदेश विशेषको मौलिकता र पहिचान सुरक्षित राखी राष्ट्रिय सँस्कृतिलाई समृद्ध बनाउनमा ठुलो योगदान पुऱ्याएको कुरामा शायदै दुई मत होला।

अझै नागरजीवनमा अभ्यस्त भई नसकेका राउटे आदि जनजातिको बसोवास

केदार मन्दिर, भिटेजर्ग, बैतडी

अद्यापि खप्तड क्षेत्र वरिपरि समेत रहेको पाइन्छ। यिनीहरूको बोली, मौलिकता र रहनसहन मानवशास्त्रीय अध्ययनको लागि महत्त्वपूर्ण छ।

शिक्षाको कमी, समालोचनात्मक चेतनाशक्तिको अभाव, साधन र स्रोतमा समान पहुँचको अभाव, लैङ्गिक विभेद, जातीय छुवाछुतको चलन जस्ता विविध कारणहरूले गर्दा समाजमा पीडित एवं अन्यायमा पर्ने कतिपय व्यक्तिहरू आजको वैज्ञानिक युगमा पनि न्याय प्राप्तिको लागि न्यायिक/अर्धन्यायिक निकायहरूसम्म पुग्न असमर्थ रहेका छन्। आफू उपर थिचोमिचो गरिएमा अथवा कसैबाट ताडना-प्रताडना गरिएमा अथवा आर्थिक तथा सामाजिक शोषण गरिएको खण्डमा अन्याय गर्ने व्यक्तिलाई सजाय/जरिवाना गराई क्षतिपूर्ति भराई माग्न 'देउघात' (स्थानीय देउतासमक्ष उजुरी) गर्ने परम्परा खप्तड क्षेत्रको साथै काली-कर्णाली माझको समाजमा जीवन्त नै छ। अलौकिक देवशक्तिबाट न्यायनिष्पादन हुने विश्वास जनमानसमा ह्रास भएको पाइँदैन।

प्राकृतिक शक्ति, पिशाच, मानव योनीबाट मुक्ति नपाएका मृतक आत्मा एवं देउघातबाट आइलाग्ने दुःख पीडाहरूबाट मुक्ति प्राप्तिका लागि 'देउपुछाइ' गर्ने अथवा 'धम्यौलाइँ' गर्ने (स्थानीय देवता कमाउने), जागर लगाउने, धुनी जगाउने, खली लगाउने जस्ता क्रियाकलापहरूको आयोजना यहाँको समाजमा प्रचलित छ।

खप्तड क्षेत्र र अझै विस्तृतरूपमा पुरै सुदूरपश्चिम प्रदेशले वैदिक सँस्कृति र सभ्यताको संरक्षण गरेको छ। यहाँ प्राकृतिक साधन र स्रोतको प्रचुरता छ। अपितु, यस क्षेत्रका अमूल्य साँस्कृतिक, सामाजिक, प्राकृतिक र धार्मिक धरोहरहरूको समयोचित खोज, अनुसन्धान, प्रवर्धन तथा अपेक्षित प्रचार-प्रसार गर्ने कार्य बाँकी नै छ। खप्तडलाई पर्यटनको केन्द्र बनाई सुदूरपश्चिमको नौवटै जिल्लाका धार्मिक आस्थाका प्रमुख धरोहरको रुपमा रहेका केदारधामहरू (बड्डी केदार, सिगास केदार, रौलाकेदार, ग्वाल्लेक केदार र देउलेक केदार, भागेश्वर, वैद्यनाथ, सिद्धनाथ, तथा मालिकार्जुन एवं नौ बहिनी भवगतीहरू वडीमालिका, शैलेश्वरी, उग्रतारा, मेलौली, निङलाशैनी, त्रिपुरासुन्दरी, डिलाशैनी, कफलाशैनी, विजयाशैनी) को प्रचारप्रसार र सहज आवागमनको लागि आधारभूत पूर्वाधार निर्माण अत्यावश्यक छ। यी बहुस्वरूपात्मक साधन, स्रोत र सम्पदाहरूको बहुपक्षीय गुणहरूको सुदुपयोग गरी समग्र प्रदेश विशेषको आर्थिक समुन्नतिद्वारा राष्ट्रिय समृद्धिमा बल पुर्‍याउनेतर्फ व्यक्तिगत, सामुदायिक एवं राष्ट्रिय तहबाट प्रयास गरिनु आवश्यक छ।

७. खप्तड क्षेत्रको पारिस्थितिक प्रणालीको संरक्षण

राष्ट्रिय निकुञ्जको प्राथमिक कार्य पारिस्थितिक प्रणाली तथा प्रजातिहरूलाई लोप हुनबाट जोगाउनु हो। पारिस्थितिक प्रणाली, प्रजाति तथा आणुवांशिक विविधता

पाटन क्षेत्र, खप्तड

संरक्षणको क्रममा संरक्षित क्षेत्र वरिपरिको जनसहभागिता अपरिहार्य हुन्छ। यस्तो जनसहभागिता तवमात्र दिगो हुन सक्दछ जव ती जनसमुदायहरू संरक्षित क्षेत्रबाट आर्थिक लाभ आर्जन गर्न सक्दछन्। यही कारणबाट निकुञ्ज वरिपरिका जनताबाट प्राकृतिक वातावरणमाथि बढ्दै गइरहेको दवावलाई नियन्त्रण गर्न एवं उनीहरूलाई आत्मनिर्भर बनाउन अल्पकालीन एवं दीर्घकालीन उपाय यथाशीघ्र पहिचान गरी अवलम्वन गर्नु पर्ने बेला आइसकेको छ। यस परिप्रेक्ष्यमा खप्तड क्षेत्र एवं यसको पाश्ववर्ती भूभागहरूको बहुपक्षीय क्षमताको आँकलन गर्दै सम्पूर्ण सुदूरपश्चिम प्रदेशमा ग्रामीण, साँस्कृतिक एवं वातावरणीय पर्यटन कार्यक्रम एकीकृतरूपमा थालनी गर्नु पर्ने आवश्यकता महशुस गरी सम्बन्धित सबै वर्गले यसका निमित्त आवश्यक पूर्वाधार निर्माण गर्ने काममा जुट्नु नितान्त आवश्यक छ।

८. अन्तमा,

नेपालले पर्यटन संरचना, नीति निर्माण र संस्थागत विस्तारका क्षेत्रमा उल्लेखनीय प्रगति हासिल गरेको भए पनि कार्यान्वयन क्षमतामा सुधार नगरी दीर्घकालीन लक्ष्य पूरा गर्न कठिनाइ रहने देखिन्छ। नेपालमा आवधिक योजनाहरूको आरम्भदेखि नै पर्यटन क्षेत्रलाई राष्ट्रिय विकासको प्रमुख स्तम्भका रूपमा समावेश गरिँदै आइएको छ। समायानुकूल नीति तथा रणनीति अद्यावधिक गर्ने उद्देश्यले पर्यटन नीति, २०८२ तथा राष्ट्रिय पर्यटन रणनीति योजना, २०१६-२०२५ कार्यान्वयनमा ल्याइएका छन्। संस्थागत संरचनाको सुदृढीकरणका लागि सँस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय, पर्यटन विभाग, नेपाल पर्यटन बोर्ड, नेपाल नागरिक उड्डयन प्राधिकरण नेपालको वायुसेवा निगमलगायत निजी हवाइसेवाहरू र सुदूरपश्चिम प्रदेश

सरकारअन्तरगत पर्यटन मन्त्रालय, स्थानीय तह, खप्तड क्षेत्र विकास समिति तथा पर्यटनसम्वद्ध संघ-संस्था तथा निजी क्षेत्र सक्रिय छन् । यी संस्थागत संयन्त्रहरूले खप्तड क्षेत्रलगायत खप्तड वरिपरिका पर्यटकीय दृष्टिकोणले महत्त्वपूर्ण देखिएका स्थलहरूको पर्यटन प्रवर्धन, व्यवस्थापन र सरोकारवालाहरूसँगको समन्वयमा महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्दै आएका छन् ।

खप्तड क्षेत्रको पर्यटन विकासको लागि नीतिगत व्यवस्था विद्यमान भए पनि कार्यान्वयन पक्ष भने अपेक्षित रूपमा प्रभावकारी बन्न सकेको छैन । यसबाट पर्यटन नीतिको कार्यान्वयन फितलो रहेको स्पष्ट हुन्छ । नीति कार्यान्वयनमा देखिएका सीमा र अवरोधहरू अनेक किसिमका छन् । नीतिभित्रै रहेका स्पष्ट प्रावधान तथा परस्पर विरोधाभास, विभिन्न सरकारी निकायबीचको नीतिगत र कार्यगत असामञ्जस्यता कार्यान्वयनका लागि स्पष्ट कार्ययोजनाको अभाव र अनुगमन-मूल्याङ्कन संयन्त्र प्रभावकारी हुन नसकेको अवस्था विद्यमान छ। यस सम्बन्धमा खप्तड क्षेत्रको गुणस्तरीय र दिगो पर्यटन विकासका लागि नीति र व्यवहारलाई लचिलो बनाई बहुपक्षीय सहकार्यमा आधारित पर्यटन विकास रणनीति तर्जुमा गरी तदारुकतापूर्वक सोको अवलम्बन र कार्यान्वयन गरी प्रभावकारी अनुगमन एवं सुधार गर्दै जानु आजको आवश्यकता हो ।

सन्दर्भ सामग्री

http://fwdc.gov.np/ne/

http://www.prashashan.com

http://ne.wikipedia.org

पाण्डेय, हरिदत्त (२०७२), सुदूरपश्चिमका लोक सम्पदा, काठमाडौं : जनचेतना विकास समाज, बैतडी ।

✦✦✦

कोट, गढी र किल्ला : पर्यटकीय आकर्षणका क्षेत्र

✍ कानुनलाल चौधरी

नेपाल राज्यको निर्माण, विघटन र पुनःनिर्माणमा विभिन्न सभ्यता, धर्म र राजाहरूका महत्त्वाकाङ्क्षाले निर्णायक भूमिका खेल्दै आएको इतिहास छ। किराँत सभ्यता, मिथिला सभ्यता, विदेय सभ्यता, सिन्धु (हिन्दू) सभ्यता र खस सभ्यताको आधारमा प्रकृति धर्म, सनातन हिन्दूधर्म, मुस्लिमधर्म एवं बौद्धधर्मको उत्पत्ति, प्रचार र विस्तार गर्ने क्रममा स्थापित खस, बज्जी, विदेय, मिथिला-तिरहुत, बैशाली, शैलेश, सेन, विजयपुर, काठमाडौँ उपत्यका जस्ता राज्यहरू स्थापित र विघटित भए। ती राज्यहरूमा शैलेश, पाल, शाक्य, गोपाल, सेन महिषपाल, किराँत, लिच्छवी, जनक, मल्ल, शाह, चल्ल र विभिन्न खस वंशका राजाहरू भए।

शत्रुहरूको आक्रमण, पारस्परिक कलह, राज्य विस्तारको महत्त्वाकाङ्क्षा, औपनिवेशिक आक्रमण, भाइहरूबीच राज्यको भागबण्डा, दरबारिया भारदारी षड्यन्त्र र ऐतिहासिक आवश्यकताका कारणले राज्यहरू एकीकरण, खण्डीकरण, पुनः एकीकरण र विस्तार हुँदै गए। यसै क्रममा वर्तमान नेपाल राज्यले पनि इतिहासका कुनै कालखण्डमा विशाल आकार ग्रहण गऱ्यो भने कुनै कालमा बाइसे-चौबिसे, गोर्खा, काठमाडौँ, ललितपुर, भक्तपुर, सेन-पाल मकवानपुर, विजयपुरलगायत लगभग ५० वटा राज्यहरूमा विभाजित भयो।

अंग्रेज उपनिवेशवादीहरूले आक्रमण र नियन्त्रण गर्ने क्रममा विशाल भारतका ५०० भन्दा बढी गणराज्यहरू कब्जा गर्दै आउँदा नेपालका विभाजित राज्यहरूले आफ्नो अस्तित्व जोगाउन गाह्रो हुने, स-साना राज्यका राजाहरूको विचल्ली मच्चिने जस्ता पक्षहरूलाई दृष्टिगत गर्दै नेपाल राज्यका निर्माता पृथ्वी नारायण शाहको

✍ *कार्यकारी निर्देशक, स्थानीय विकास प्रशिक्षण प्रतिष्ठान*

दूरदर्शितापूर्ण एवं ओजस्वी नेतृत्त्वमा नेपाल राज्यको अखण्डता जोगाउनका निम्ति विदेशी फौजसँगको लडाईंमा हाम्रा सैनिक जवानहरूले गढी, किल्ला, कोटको सहारा लिएर बहादुरीपूर्वक लडेका छन् ।

श्री ५ वडामहाराजधिराज पृथ्वीनारायण शाह

नेपाल राज्य एकीकरण गर्ने क्रममा भएका लडाइको साथै बाइसे-चौबिसे लगायतका तत्कालीन अवस्थामा नेपालमा रहेका स-साना राज्यहरूबीचको लडाइमा समेत यी गढी, किल्ला र कोटहरूको प्रयोग भएको देखिन्छ । यी स्थलहरूको आडमा नेपालले अंग्रेज विरुद्ध सगौरव युद्ध गर्नु पर्यो । यस्ता दुर्ग, किल्ला, गढी आदीको ऐतिहासिक एवं पर्यटकीय महत्त्व रहेको छ ।

नेपालमा कोट, गढी, किल्लाहरू इतिहासका विभिन्न कालखण्डमा भएका लडाइँहरूमा सयौंको सङ्ख्यामा बनाइएको भए तापनि नेपालको एकीकरण अगाडिका कोट, किल्ला र गढीहरूको तथ्यसङ्गत इतिहास र प्रमाणित तथ्यहरूको नितान्त अभाव छ । त्यसैले एकीकरण आसपासको समय तथा एकीकरण अभियान र तत्पश्चात् आन्तरिक कलह र विदेशी फौजसँगको लडाईंमा बनाइएका र प्रयोग भएका मुख्य कोट, किल्ला र गढीहरूमध्ये यस आलेखमा सुदूरपश्चिम प्रदेश अवस्थित तथा महाकाली पश्चिम रहेका महत्त्वपूर्ण किल्ला/कोटको परिचयात्मक प्रस्तुति गरिएको छ ।

१. **जोरायलकोट** : जोरायलकोट डोटी जिल्लाको सदरमुकाम सिलगढीबाट करिब १५० कि.मि. दक्षिणतर्फ जोरायल डाँडामा अवस्थित छ । पन्ध्रौं शताब्दीको मध्येतिर डोटीका राजा निरैपालले यस कोटको निर्माण गरेका थिए । नेपालले भारतमा भएको सिपाही विद्रोह दमन गर्न यहाँस्थित गढी (किल्ला) को प्रयोग गरेको थियो ।

साथै यस कोटमा नेपाल-तिब्बत-चीन युद्ध तथा नेपाल-अंग्रेज युद्धको योजना बनाइएको र सैनिकलाई आवश्यक तालिम दिइएको थियो। दिपायलमा रहेका दिपायलकोट एवं तिखागढी समेत ऐतिहासिक दृष्टिकोणले निकै महत्त्वपूर्ण छन्।

२. **अमरसिंह गढी** : डडेलधुरा किल्लाको नामले परिचित यो गढी अमरसिंह थापाले बनाएका हुनाले यसलाई अमरगढी भन्ने गरिन्छ। यो डडेलधुरा बजारको मध्यभागमा एउटा डाँडामा अवस्थित छ। यो गढी अन्य गढीभन्दा फरक ढाँचाको छ। नेपाल एकीकरणपूर्व डडेलधुरा डोटी राज्यअन्तर्गत थियो।

३. **अजयमेरु कोट** : अजयमेरू कोट डडेलधुरा जिल्लाको हाट गाउँ र ढुली गाड (नदी) को छेउमा अवस्थित छ। तत्कालीन अवस्थामा यो कोट थुप्रै सम्पदाहरू र सभ्यताको केन्द्र थियो। डाँडामा बलियो किल्लाको रूपमा यो दरबार थियो। तेह्रौं शताब्दीतिर राजा नाग मल्लले बनाएको यो कोट डोटी राज्यको राजधानी थियो। राजा दिपु मल्लले डोटीको राजधानी

अजयमेरुकोट, डडेलधुरा

दिपायल सारेपछि यो ओझेलमा पऱ्यो। यहाँ दरबारबाट भूमिगत भइ भाग्ने बाटो रहेको थियो। साथै कोट परिसरमा सेन्ट्री पोस्टहरू, पानीका कुवा, धारा, पाहुनाघर, न्याय निष्पादन गर्ने घर र स्थानीय देवी देवताका विभिन्न मन्दिरहरू थिए। बुद्धि सीपले बनाइएको यो किल्ला अलौकिक छ। वास्तुकलाका दृष्टिकोणले समेत यो निकै मूल्यवान छ। यस कोटको निर्माणमा स्थानीय सीप र स्रोतको कलाकारिता पूर्ण रूपमा प्रयोग भएको

थियो। हाल भग्नावशेषको रूपमा रहेको यस कोटमा प्रयोग भएका ढुङ्गाहरूको आकार निकै ठुलो भएकाले ती ढुङ्गाहरू कहाँबाट कसरी ल्याइएका थिए र कोट तथा अन्य भवनहरूमा कसरी प्रयोग गर्न सम्भव भएको थियो भन्ने कुरा रहस्यपूर्ण नै छ।

४. **तिखा गढी** : तिखा गढी डोटी जिल्लाका शाही राजाहरूले बनाएका थिए। यो गढी सैनिक महत्त्वबाट उत्कृष्ट गढी हो। यहाँ युद्ध कलाका लागि चाहिने तोप र राइफल पड्काउने दुला, खानेपानी जमाउने इनार, कोट घर, कमान्ड बस्ने घर, किल्लाबाहिर खाडल र विभिन्न मन्दिरहरू रहेका छन्। नेपाल एकीकरणको सन्दर्भमा यहाँ सानो युद्ध भयो। नेपाल-अंग्रेज युद्धको बेलामा यहाँ सेना भर्ना गरी तालिम दिइन्थ्यो।

५. **मङ्गलसेन कोट** : राजा दलबहादुर शाहका पालामा बनेको मङ्गलसेन दरबारमा पछिल्ला राजाहरू राजेन्द्रबहादुर शाह र योगेन्द्रबहादुर शाहले शासन गरे। ऐतिहासिक दृष्टिकोणले यो कोट अत्यन्त महत्त्वपूर्ण छ।

६. **जयगढ** : अछामको मङ्गलसेनदेखि उत्तरतिर पूर्व-पश्चिम डाँडामाथि जयगढ अवस्थित छ। यसको पूर्वी भूभागलाई थुर्पुकोट भनिन्छ। तत्कालीन सिञ्जाली राजाले यो थुर्पुकोट छोरी ज्वाईंलाई दिएका थिए। सिञ्जाली राजाको पतनपछि पनि उनीहरू राजाकै रूपमा रहेका थिए। थुर्पुकोटका प्रथम राजा देवीचन्द्र थिए। देवीचन्द्रका छैठौँ पुस्तामा हिराचन्द्र भए। उनले आफ्नो मौसमी राजधानी बान्नीगढीमा सारेका थिए। बान्नीगढी जयगढदेखि पश्चिम पट्टिको पहाड माथि छ।

७. **बाजुरा कोट** : बाजुराको पुरानो सदरमुकाम टाँटेको ठिकमाथि बाजुरा कोट छ। भारतको चितौरगढबाट आएका पुशेश्वर रायका सन्तानमा भैरव सिंहका छोराहरूमध्ये भाउ सिंह बझाङ गए भने डुगर सिंहले बाजुरामा शासन चलाए। बाजुराली राजाले सिञ्जाली राजाबाट रजबारीको सनद प्राप्त गरी जुगाडाका पण्डितहरूको राज्यलाई पनि आफ्नो अधीनमा ल्याएका थिए। बाइसे राज्यकालअघि नै यो राज्य सञ्चालित थियो। तत्कालीन राजाको दरबार नै बाजुरा कोट हो।

८. **डुम्रा कोट** : डुम्रा कोट बझाङ्ग जिल्लामा अवस्थित छ। यो राजा अभय मल्लको शासनकालको महत्त्वपूर्ण राजधानी थियो। यसैप्रकारले यही नामको अर्को कोट डोटीको डुम्राकोटमा पनि रहेको छ। डोटी जिल्लास्थित यो कोट भने डोटीका शाही राजाहरूको दरबार थियो।

९. **तलकोट** : तलकोट बझाङ चैनपुरबाट सेती नदीको किनारै किनार करिब

बाह्र कि.मि. पूर्व नदीको दाहिने छेउमा र सेती नदीमा मिसिने तलकोटी खोलाको देब्रे छेउमा तलकोट गाउँपालिकाको वडा नं. ५ मा अवस्थित छ। राजा प्रबल सिंहका तीन छोरामध्ये माइला मेदीनी सिंह तलकोटमा बस्थे। यिनका छोरा दिलिप सिंहले छडी रावललाई मारेर तल्कोटमा शासन चलाएका थिए।

१०. **थलारा कोट** : पहिले डोटी राज्यअन्तर्गत रहेको थराला कोट पछि अलग राज्य भएको थियो। हाल यो बझाङ्ग जिल्ला अन्तर्गत जिल्लाको सदरमुकामबाट दक्षिण-पश्चिम भागमा पर्दछ। यहाँ भोटु खड्कालाई मारेपछि मलय बमको शासन चल्यो। मलय बमका छोरामध्ये जक्ति सिंहले थलाराकोटमा र शक्ति सिंहले बझाङ कोटमा शासन चलाए।

११. **बझाङ कोट** : बझाङ कोट बझाङ जिल्लामा पर्दछ। यो कोट बझाङ जिल्लाको सदरमुकाम चैनपुरबाट बाह्र कि.मि. पश्चिममा छ। यहाँ चितौरीगढबाट आएका जैमल फत्ताहरू र उनका उत्तराधिकारीले शासन गरेपछि यहाँ शक्ति सिंहल शासन गरे। उन्नाइसौँ पुस्ताका राजा गणराज सिंहका पालामा बझाङको राजधानी चैनपुर सारिएको थियो।

१२. **सिलगढी** : वि.सं. १८७९ र १८८८ बिचमा यो गढी पुस्कर शाहले बनाएका थिए। डोटी सदरमुकाम रहेको यो स्थानको निर्माण ढुङ्गैढुङ्गाले गरेको हुनाले यसको नाम सिलगढी राखिएको भनाइ छ। अहिले यो गढीमा सैनिक ब्यारेक रहेको छ।

१३. **दिपायलकोट** : डोटीको दिपायल-सिलगढी नगरपालिकामा अवस्थित यो कोट सेती नदीको उत्तरतर्फ दिपायल बजारको पूर्वी भागतिर गनेर गौडा नामक डाँडामा भूपति शाहका पालामा निर्माण गरिएको थियो। अजयमेरु कोटमा हिउँदमा जाडो हुने भएकाले डोटी राज्यको शीतकालीन राजधानी दिपायलमा सारिएको थियो र दिपायलकोटबाट नै शीतकालमा शासन चलाइन्थ्यो।

१४. **मालिका गढी** : दिपायलबाट करिब १५ कि.मि. पश्चिमतर्फको उच्च डाँडामा रहेको यो गढी डोटीको दिपायल-सिलगढी नगरपालिकाको तिखामा पर्छ। यो किल्लाभित्र मालिका देवीको मूर्ति छ। मालिका गढीभित्र रहेको मन्दिरको उत्तरपट्टिको भण्डार घरभित्र भगवती, मालिका र कालिकाका मूर्तिहरू राखिएका छन्। यसको दक्षिणपट्टि सेती नदी र उत्तरपट्टि मलान गाउँको डाँडो छ। यो ज्यादै उच्च डाँडामाथि बनेको किल्ला हो।

१५. **कुल्लेकोट** : बैतडी सदरमुकाम खलङ्गादेखि करिब दुई किलोमिटर दक्षिणमा सानो डाँडामाथि कुल्लेकोट दरबार थियो। यहाँ रन्धौलो राजाले शासन गरेका थिए। यिनकै सन्तानहरू सुजान धौलो, गुरु धौलो, केलान धौलो, कैल धौलो, मकैल धौलो, सैपाल, धोपाल, खडा नजल, खडदेउ, वडदेउ, सौरदेउले शासन गरेका थिए। यो कोट चन्द राजा गर्भ चन्दले बनाएको हो। यस कोटमा रहि शासन गर्ने अन्तिम राजा भ्रूली चन्द थिए। उनले आफ्नो शासनकालमा सामरिक दृष्टिले महत्त्वपूर्ण ठानिएको स्थान कौछेखाली र सल्मेतडाको मध्यभागको डाँडामा एउटा गढी बनाइएको थियो जुन भग्नावशेष रहेको ठाउँलाई हाल भ्रुलगुसाइँको गढी भनिन्छ।

१६. **सर्माली गढी** : सर्माली गढी बैतडी जिल्लाको सदरमुकामदेखि करिब ४८ कि.मि. दक्षिणमा शिवनाथ गाउँपालिका-२ मा अवस्थित छ। तत्कालीन अवस्थामा कुमाउँ गडवाल प्रवेश गर्ने यो एक मुख्य नाका भएकोले शत्रुले सजिलै आक्रमण गर्न नसक्ने, बस्नका लागि पर्याप्त ठाउँ भएकोले कुमाउँ-गडवाल कब्जा गर्न बनाइएको थियो।

महाकाली नदी पश्चिम तत्कालीन नेपाली सीमाभित्रका गढी किल्लाहरू

नेपालको विस्तार र खुम्चने क्रममा कतिपय नेपालले बनाएका गढी र किल्लाहरू हाल भारतीय भूमिमा परेका छन्। महाकाली नदी पश्चिम तत्कालीन अवस्थामा नेपाली सीमाभित्र रहेका केही गढी र किल्लाहरूको संक्षिप्त परिचय देहायानुसार रहेको छः

१. **बाहुलको किल्ला** : भारतको पिथौरागढ शहरको मध्य भागमा भएको विशाल किल्ला नेपाली सेनाले पिथौरागढ़ जितेपछि बनाएको हो। यसलाई गोर्खे किल्ला वा लन्डन फोर्टको नामले पनि चिनिन्छ। यहाँबाट नेपाली सेनाले अंग्रेजसँग पटक-पटक युद्ध लडेको थियो।

२. **अलमोडा किल्ला** (**अल्मोडा कोट**) : नेपाली सेनाले कुमाउँ जितेपछि अलमोडा बजारको बिचमा बनाएको यो भव्य किल्ला हो। यो सुरुमा चन्द राजाहरूको दरबार थियो। यस किल्लाबाट करिब एक कि.मि. दक्षिणमा नेपाली सेनाको ब्यारेक थियो जहाँ अहिले भारतीय फौँज बस्छ र यसलाई गोर्खा फोर्ट भनिन्छ।

३. **गोर्खागढ** (**गणनाथको लडाइँ**) : कुमाउको सदरमुकाम अल्मोडाबाट ४५ कि.मि. उत्तर गणनाथ इलाकामा बाटोबाट चार कि.मि. डाँडो चढेपछि गोर्खा गढ (किल्ला) पुगिन्छ। यहाँ शिवजीको मन्दिर छ। यसलाई गोर्खे किल्ला पनि भनिन्छ।

४. **नालापानी किल्ला** : भारतको देहरादुन सहरको पल्लो छेउमा हिउँदमा पानी नहुने तर वर्षातमा पानी बग्ने नालापानी खोलाबाट करिब चार कि.मि. माथि डाँडामा नेपाली सेनाले बनाएको किल्ला नै नालापानी किल्ला हो । युद्धपछि अंग्रेजले यो किल्ला नष्ट पारे । यसमा पाँच हजार अंग्रेज फौजले छ सय नेपाली सेनाविरुद्ध हमला गरे । पहिलो युद्ध हारेर अंग्रेज पछि हट्यो । केही दिनमा फेरि दोस्रो हमला गऱ्यो । त्यसमा अंग्रेज कमान्डरसहित धेरै सैनिक मारिए । केही दिनमै फेरि तेस्रो हमला गऱ्यो । त्यस हमलामा नेपालीहरूको ठुलो क्षति भयो र बाँकीले किल्ला छोडे । यहाँ कप्तान बलभद्र कुँवरको नेतृत्त्वमा बहादुरीपूर्ण युद्ध भएको नेपाली इतिहासमा अङ्कित छ ।

५. **नाहानको किल्ला** : नाहान सहरको बीचमा रहेको त्यहाँको राजाको दरबार नै नाहान किल्ला हो । सिरभौर राज्य नेपालमा गाभिएपछि राजधानी नाहानमा अंग्रेज फौजले हमला गर्नुअगाडि नै नेपालीले यो किल्ला छोडी यसको उत्तरतर्फको जैथकको किल्लामा गई बसे र त्यहीँबाट युद्ध लडेका थिए ।

६. **जैथकको किल्ला** : सिरभौरको राजधानी नाहानबाट ३० कि.मि. उत्तर डाँडामा रहेको जैथक किल्ला नेपाली सेनाले बनाएको हो । यहाँबाट नेपाली सेनाले एक वर्ष सात महिना नौ दिन युद्ध लडेका थिए ।

७. **आर्कीको किल्ला** : यो किल्ला आर्कीको राजधानी बघाटमा भएको दरबार हो । यस किल्लाबाट सिमलामा समेत शासन हुन्थ्यो । सतलजभन्दा अगाडिको युद्धमा यसको ठुलो भूमिका छ । सतलज उत्तर काँगडातर्फ बढेपछि पञ्जाबका राजाको सहयोगमा काँगडाको राजाले नेपालीमाथि हमला गरे । पछि पञ्जाबसँग सम्झौता भयो र सतलज नदी पश्चिमका सबै जमिन पञ्जाबलाई दिएर नेपाली सतलज नदीपूर्व आए ।

८. **मलाउ किल्ला (राजगढ)** : मलाउ किल्ला भारतको हिमाञ्चल प्रदेशको मलौन गाउँमा अवस्थित छ । यो किल्ला नालागढका राजाले बनाएका थिए । पछि यो नेपाली सेनाले कब्जा गरेका थिए ।

माथि वर्णित गढी, किल्ला, कोट (दरबारहरू) तत्कालीन समयमा राज्यको सिमानाको रक्षा तथा शत्रुहरूबाट राजा/सेना/जनताको रक्षार्थ बनाइएका थिए । नेपाल राज्य एकीकरणपूर्व बाइसे चौबिसे पाल्पा, गोर्खा, मकवानपुर, विजयपुर, मल्ल, किराँत गरी लगभग ५० वटा राज्य थिए । एकीकरण अभियानपछि नेपालपूर्वको टिष्टा नदीदेखि पश्चिममा सतलज काँगडासम्म फैलियो । अंग्रेज उपनिवेशवादीहरू, भोट र चीनसँग नेपालका युद्धहरू भए । यी सबै क्रममा निर्माण भएका गढी, किल्ला,

गोरखा दरबार, गोरखा

कोटहरू नेपाल राज्य निर्माणका ज्युँदा इतिहास हुन्। यी गढी, किल्ला तथा कोटहरूको संरक्षण र विकासले हाम्रो इतिहास, संस्कृति र परम्परको रक्षा हुन्छ। अध्ययनका लागि भ्रमण गर्न इच्छुकहरूका यी ज्यादै महत्त्वपूर्ण पर्यटकीय स्थलहरू हुन्। नेपालमा पर्यटनको विकास र प्रवर्धनका निम्ति यिनीहरूको खोज, अनुसन्धान, संरक्षण, विकास र प्रवर्धन गर्नुपर्ने देखिन्छ।

सन्दर्भ सामग्री

आचार्य, भीम (२०८१), 'नेपालका कोट, गढी र किल्लाहरूको पर्यटकीय महत्त्व', नेपालमा पर्यटन (अवस्था, चुनौती र सम्भावना), काठमाडौः पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन विभाग नेकपा (एमाले)।

पाण्डेय, हरिदत्त (२०५३), डोट्याली सँस्कृति, काठमाडौः लक्ष्मी पाण्डेय।

.... (२०७२), सुदूरपश्चिमका साँस्कृतिक सम्पदा, काठमाडौः जनचेतना विकास समाज बैतडी।

वस्न्यात, प्रेमसिंह (२०७७), नेपालका गढी-किल्ला दर्पण, काठमाडौँ : वीर भक्ति थापा प्रतिष्ठान।

सुवेदी, राजाराम, अछामको इतिहास।

............, बभाङ्गको इतिहास।

नेपालको पर्यटन अर्थतन्त्र र कनेक्टिभिटि पूर्वाधार

✍ **कृष्णबहादुर रौल्या**

सार

नेपालको पर्यटन मुख्यतयाः चारवटा विशेषताहरूद्वारा परिचित देखिन्छः नेपालको प्राकृतिक एवं भौगोलिक सुन्दरता, भू-साँस्कृतिक विविधता, सामाजिक सहिष्णुता र आतिथ्य सत्कार। विश्वव्यापारमा बलियो उपस्थिति जनाउने हो भने नेपालका सामु आफूले तुलनात्मक लाभका वस्तुहरूको सूचीको अग्रस्थानमा राखेको पर्यटन उद्योगलाई बढावा दिनुको विकल्प छैन। बर्सेनि चुलिँदो व्यापार घाटा पूर्ति गर्नका लागि होस् वा न्यून लागतमा उच्च प्रतिफल हासिल गर्नका लागि होस्, नेपालले पर्यटन क्षेत्रलाई उकास्नुभन्दा अर्को कुनै प्रभावकारी उपाय हुन सक्दैन। विश्वको सर्वोच्च शिखर सगरमाथा रहेको देश तथा विश्व शान्तिका दूत एवं बौद्ध धर्मका प्रणेता भगवान गौतम बुद्धको जन्मस्थल देश नेपालसँग पर्यटन विकासका प्रचुर सम्भावना हुँदाहुँदै पनि अपेक्षित उपलब्धि प्राप्त हुन नसक्नुमा नेपालको पर्यटकीय पूर्वाधार र त्यसमा पनि मुख्यतया कनेक्टिभिटि पूर्वाधारको न्यून विकास मुख्य रूपमा जिम्मेवार रहेको छ।

नेपालको पर्यटकीय विशेषताको बारे विश्वमञ्चमा प्रभावकारी प्रचार हुन सकेको छैन। तथापि नेपालको पर्यटकीय विशेषताका बारेमा जानकारी प्राप्त भई नेपाल घुम्न रहर गर्ने कैयौं विदेशी पर्यटकहरूलाई नेपालसम्मको पहुँच कायम गर्ने कनेक्टिभिटि किफायती एवं गुणस्तरीय हुन नसक्दा सो चरणबाट अगाडि योजना तय गर्न चाँहदैनन्। भूपरिवेष्ठित देश नेपालमा घुम्न आउने विदेशी पर्यटकहरूले नेपालसम्म पुग्नका लागि चाहने मुख्य दुईवटा कुरा हुन्- सस्तो दरमा हवाई टिकट

✍ *अधिकृत, नेपाल वायुसेवा निगम*

र बिचमा कतै रोकिनु नपर्ने गरी ट्रान्जिट विनाको सिधा उडान। नेपालमा उडान भर्ने छिमेकी देश चीन र भारत तथा नेपाली श्रमिकहरूको बढी आवागमन हुने केही खाडी मुलुकहरूका वायुसेवा प्रदायकहरूले मात्र नेपालमा ट्रान्जिटविना सिधा उडान सञ्चालन गर्दछन्। नेपालले हालसम्म ४२ वटा देशहरूसँग मात्र द्विपक्षीय हवाई सम्झौता गरेको छ। नेपाल नागरिक उड्डयन प्राधिकरणको तथ्याङ्क अनुसार नेपाल एयरलाइन्स, हिमालय एयरलाइन्स र बुद्ध एयर गरी तीनवटा स्वदेशी र २७ वटा विदेशी गरी ३० वटा वायुसेवा कम्पनीले नेपालमा सिधा अन्तर्राष्ट्रिय उडान भर्ने गरेका छन्। नेपालमा सिधा अन्तर्राष्ट्रिय उडान भर्ने सबै वायुसेवा प्रदायकहरू एसियामै सीमित रहेका देखिन्छन्। युरोपियन युनियनको सुरक्षा चासो (EU Safety List) का कारण युरोप, अमेरिका लगायतका लङ्ग हल (Long Haul) सेक्टरहरू र नेपालबिच सिधा उडान हुन सकेको छैन। यसले गुणस्तरीय पर्यटकहरूको आगमन हुने पश्चिमी मुलुकहरूसँगको नेपालको कनेक्टिभिटिमा प्रत्यक्ष असर पारेको छ।

नेपालको पर्यटन विकासमा कनेक्टिभिटि सुधार गर्नका लागि चाल्नुपर्ने पहिलो कदम अन्तर्राष्ट्रिय हवाई यातायातको सुदृढीकरण हो भने दोस्रो कदम आन्तरिक कनेक्टिभिटिका लागि आन्तरिक हवाई यातायात पूर्वाधार, सडक सञ्जाल एवं भरपर्दो यातायात पूर्वाधारको विकास, सुधार एवं सुदृढीकरण गर्नु हो। नेपालले यसका लागि आगामी आर्थिक वर्षहरूमा प्राथमिकतामा राखी बजेटको ठुलो हिस्सा छुट्याएरै भए पनि लगानी गर्नु पर्ने देखिन्छ।

१. हवाई नीति, २०६३ र नेपालको हवाई यातायात

नेपाल वायुसेवा निगमको हवाइजहाज

नेपाल सरकारले नेपालमा Flight Safety and Aviation Security लाई सुनिश्चित गर्दै सुरक्षित, सुलभ, मितव्ययी, बजारमुखी, भरपर्दो एवं प्रभावकारी हवाई यातायातको माध्यमबाट नेपालको पर्यटन तथा व्यापार प्रवर्धनमा सहयोग पुऱ्याउने उद्देश्यका साथ हवाई नीति, २०६३ कार्यान्वयनमा ल्याएको छ। यस नीतिले नेपालको विद्यमान उदार आकाशको नीतिलाई निरन्तरता दिँदै क्रमशः खुला

आकाशको नीति अवलम्बन गर्ने नीति अङ्गिकार गरेको छ। यसका लागि प्रचुर पर्यटकीय सम्भावना भएका मुलुकसँग समानता तथा पारस्परिकताका आधारमा नेपाललाई अधिकतम फाइदा हुने गरी द्विपक्षीय तथा बुहपक्षीय हवाई सम्झौता गर्न पहल गरिने नीति लिएको छ। त्यसैगरी यस नीतिले नेपालको हवाई यातायात सेवालाई सुदृढीकरण गर्दै हवाई यातायातसँग सम्बन्धित नेपाल नागरिक उड्डयन प्राधिकरण तथा नेपाल वायुसेवा निगमको क्षमता अभिवृद्धि गर्न संस्थागत तथा कानुनी सुधार गर्ने तथा निजी क्षेत्र समेतको लगानी आकर्षित गर्दै नेपाल वायुसेवा निगमको विमान संख्या थप गर्ने नीति अंगिकार गरेको छ।

नेपालको हवाई नीति, २०६३ ले महत्त्वपूर्ण विषयहरू समेटेको भए तापनि नेपालको आकाशलाई युरोप लगायतका विश्वका ठुलो पर्यटकीय सम्भावना भएका मुलुकका लागि सुरक्षित तुल्याउन असफल भएको छ भने नेपाल वायुसेवा निगममा निजी क्षेत्र समेतको लगानी परिचालन गरी विमान संख्या थप गर्ने तथा संस्थागत तथा कानुनी सुधार गर्ने विषयको कार्यान्वयन अझै हुन सकेको छैन। नेपाल वायुसेवा निगम ऐन, २०१९ मा समयानुकूल संशोधन गरी नेपाल वायुसेवा निगमको संस्थागत क्षमता अभिवृद्धि गर्न तथा निगममा निजी क्षेत्र तथा वैदेशिक लगानी परिचालन गरी विमानको संख्या थप गर्ने तथा Long Haul सेक्टरहरूमा नेपालको सिधा हवाई सम्पर्क विस्तार गर्दै जाने नीति अङ्गिकार गर्न आवश्यक देखिन्छ। नेपाल वायुसेवा निगमको सक्षमता विकासले नेपालको एयर कनेक्टिभिटिमा सुधार हुने मात्र नभई हवाई भाडामा हुने मनपरी शुल्क निर्धारण जस्ता गतिविधिहरूलाई नियन्त्रण गर्न सकिन्छ।

त्यसैगरी नेपालको लागि मुख्य पर्यटकीय पूर्वाधारका रूपमा रहने अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थलको विकास र स्तरोन्नतिलाई नेपालले प्राथमिकतामा राख्नु पर्दछ। देशको एक मात्र अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थलको रूपमा रहेको त्रिभुवन अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थलको विकल्पका रूपमा गौतम बुद्ध अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थल र पोखरा क्षेत्रीय अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थलको निर्माण गरी सञ्चालन गर्नका लागि तयार अवस्थामा रहेको भए तापनि गौतम बुद्ध अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थलमा छिटफुट उडान हुनु बाहेक पोखरा क्षेत्रीय अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थलको संरचनागत पक्षमा प्रश्न उठ्नुका साथै हालसम्म केही संख्यामा चार्टर्ड उडान बाहेक अन्तर्राष्ट्रिय उडान हुन सकेका छैनन्। त्यसैगरी छिमेकी मुलुक भारतले यी दुवै अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थलहरूका लागि सहज उडान रुट नदिँदा थप समस्या सिर्जना भएको अवस्थामा भारतसँग नतिजामूलक कूटनीतिक संवाद आवश्यक छ।

नेपाल नागरिक उड्डयन प्राधिकरण ऐन, २०५३ मा समयसापेक्ष संशोधन गरी नेपाल

नागरिक उड्डयन प्राधिकरणलाई युरोपियन युनियनले सुझाए मुताविक नियामक तथा सेवा प्रदायक गरी दुईवटा छुट्टाछुट्टै निकायहरूमा विभाजन गर्नका लागि संघीय संसदमा विधेयक दर्ता भई विचाराधीन रहेको अवस्थामा मिति २०८२ भदौ २३-२४ को जेन-जी आन्दोलन पश्चात् संसद् विघटन भई हालको अवस्थामा २०८२ सालको फागुनमा प्रतिनिधि सभाको चुनाव हुने तय गरिएको छ। अबको चुनावबाट बन्ने सरकारले नेपाल नागरिक उड्डयन प्राधिकरणको समस्या समाधान हुने गरी तथा नेपाली आकाशलाई सुरक्षित कायम गर्दै नेपालमा दर्ता भई सञ्चालन हुने वायुसेवा प्रदायक तथा वायुयानहरूका लागि युरोप तथा अमेरिका लगायतका देशहरूमा सहज रूपमा उडान सञ्चालन हुने कुराको सुनिश्चितता गर्नु पर्नेछ। यसबाट युरोपेली तथा अमेरिकी मुलुकहरूसँग नेपालको सिधा हवाई सम्पर्क स्थापित हुन गई नेपाल भित्रिने पर्यटकहरूको संख्या तथा गुणस्तरमा समेत सुधार आउने स्पष्ट छ।

२. **नेपालमा जल यातायात र नेपाल पानी जहाज कार्यालयको भूमिका**

समुद्रमा नेपालको राष्ट्रिय झण्डा प्रयोग भएको पानी जहाज सञ्चालन गर्ने र आन्तरिक यातायातलाई सुलभ, सुरक्षित र सुव्यवस्थित तुल्याउनका लागि देशभित्रका जलमार्गहरूमा जलयानहरूको सञ्चालन एवं व्यवस्थापन गर्ने उद्देश्यले २०७५ सालमा नेपाल पानी जहाज कार्यालयको स्थापना भएको थियो। नेपालजस्तो भूपरिवेष्ठित तथा समुद्रमा सिधा पहुँच नभएको देशका लागि पानी जहाज कार्यालयको आवश्यकता तथा औचित्य माथि नेपालभित्र बारम्बार प्रश्न उठ्ने गरेको पाइन्छ। तथापि सामुद्रिक कानुनसम्बन्धी संयुक्त राष्ट्रसंघीय महासन्धि, १९८२ ले नेपालजस्तो भूपरिवेष्ठित मुलुकहरूका लागि प्रदान गरेको सामुद्रिक अधिकारहरूको प्रयोगमार्फत् नेपालले व्यापारिक तथा पर्यटकीय लाभ हासिल गर्नका लागि नेपालको आफ्नै पानी जहाज हुनु जरुरी छ र यसका लागि नेपाल सरकारको स्वामित्व भएको पानी जहाज कार्यालय पनि उत्तिकै जरुरी छ।

> *“सामुद्रिक कानुनसम्बन्धी संयुक्त राष्ट्रसङ्घीय महासन्धि, १९८२ अनुसार समुद्री किनारबाट १२ नटिकल माइलसम्मको क्षेत्रलाई ‘टेरिटोरिएल सी’, २०० नटिकल माइलसम्मको क्षेत्रलाई ’एक्सक्लुसिभ इकोनोमिक जोन’ र सोभन्दा बाहिरको क्षेत्रलाई ’हाई सी’ भनिन्छ। ‘टेरिटोरिएल सी’ क्षेत्रमा पानी, पानीमाथिको आकाश, समुद्रको पिँध र जमिनमुनिसमेत तटीय राष्ट्रको पूर्ण अधिकार रहन्छ तर कुनै पनि पानीजहाजलाई तटीय मुलुकको शान्ति, सुरक्षामा खलल नपार्ने प्रकारले यात्रा गर्ने हक भने हुन्छ। ‘एक्सक्लुसिभ इकोनोमिक जोन’ क्षेत्रमा भएका प्राकृतिक स्रोतहरूमा तटीय मुलुकको पूर्ण अधिकार रहन्छ तर यसमा अन्य मुलुकका पानीजहाजलाई*

रोक्ने अधिकार हुँदैन। 'हाई सी' क्षेत्रमा तटीय तथा भूपरिवेष्टित सबै मुलुकको समान अधिकार रहन्छ। सो क्षेत्रमा अन्तर्राष्ट्रिय कानुनको पालना गर्दै कुनै पनि राष्ट्रको शान्तिपूर्ण रूपमा यात्रा गर्ने वा माछा मार्ने वा अध्ययन अनुसन्धान गर्ने अधिकार हुन्छ। सामुद्रिक कानुनसम्बन्धी संयुक्त राष्ट्रसङ्घीय महासन्धिको धारा ८७ मा रहेको यही प्रावधानका कारण भूपरिवेष्टित राष्ट्रहरूले समुद्रमा आफ्नै ध्वजाबाहक पानीजहाज चलाउने अधिकार सुनिश्चित भएको हो।"(महर्जन, २०८०)

नेपालबाट टाढा रहेका देशका पर्यटकहरूलाई नेपालसम्म हवाई यात्रा तय गर्नुभन्दा नेपालको ट्रान्जिट मुलुकहरूसम्म जलयात्रा तय गरी उक्त मुलुकहरूबाट सडक वा हवाई यातायातबाट यात्रा गर्दा वा नेपालले समुन्द्रदेखि ट्रान्जिट मुलुकका नदीहरूमा सञ्चालित आन्तरिक जल यातायात (जस्तै भारतले गंगा नदीमा सञ्चालन गरेको आन्तरिक जल यातायात) हुँदै नेपालका नदीहरूमा पनि जल यातायात सञ्चालन गर्न सकेको खण्डमा समय बढी लागे पनि खर्च धेरै बचत हुन जान्छ। नेपाल पानी जहाज कार्यालयले गरेको अनुसन्धानबाट नेपालमा जल यातायातका लागि जलयान सञ्चालनको सम्भावना बोकेका भनी पुष्टि भएका कर्णाली, काली गण्डकी, कोशी (अरुण), नारायणी र राप्ती नदीहरूमा आन्तरिक जलयातायातको सञ्चालन गरी नेपालको आन्तरिक यातायात तथा आन्तरिक पर्यटन प्रवर्धनमा समेत योगदान पुर्याउन सकिन्छ। तसर्थ नेपाल सरकारले भूपरिवेष्ठित मुलुकको हैसियतमा नेपाललाई प्राप्त सामुद्रिक अधिकारहरूको लाभ लिई नेपालको आन्तरिक तथा बाह्य पर्यटन र सीमापार व्यापारमा समेत टेवा पुग्ने गरी सञ्चालन गर्न तथा यस कार्यालयको औचित्य पुष्टि गर्नका लागि नेपाल पानी जहाज कार्यालयलाई साधन श्रोत सम्पन्न बनाउन आवश्यक लगानी सुनिश्चित गर्नु पर्दछ। यसबाट नेपालको जल यातायातलाई यातायातको वैकल्पिक पद्धतिका रूपमा विकास गरी नेपालको पर्यटन कनेक्टिभिटि तथा वैदेशिक व्यापारमा समेत टेवा पुर्याउन सकिन्छ।

३. सडक यातायात

आर्थिक सर्वेक्षण, २०८१/८२ अनुसार २०८१ फागुन मसान्तसम्म नेपालमा रणनीतिक सडक सञ्जाल र स्थानीय सडक सञ्जाल अन्तर्गत १९,१६३ किलोमिटर कलोपत्रे, ८,२०४ किलोमिटर खण्डास्मित र ८,७६५ किलोमिटर कच्ची सडक गरी सडकको लम्बाई ३६,१३२ किलोमिटर पुगेको छ। नेपालको सडक यात्रा हिउँदयाममा केही सहज भए पनि वर्षायाममा आउने भारी वर्षा र बाढी पहिरोले ठाउँ-ठाउँमा बिग्रिने भत्किने भई जोखिमपूर्ण र अस्तव्यस्त हुन जान्छ। यस्तो अवस्थामा नेपाल घुम्न आउने पर्यटकहरूले सास्तिको अनुभव बटुलेर जान्छन् र

बिपी राजमार्ग

विदेशमा सास्तिको अनुभव साट्दा नेपालका बारेमा नकारात्मक पक्षको प्रचार हुन गई नेपालको पर्यटन क्षेत्रमा नकारात्मक प्रभाव पर्न जान्छ।

सडक यातायातको मुख्य जिम्मेवार सरकारी निकायका रूपमा सडक विभाग रहेको छ। सडक विभागको मुख्य उद्देश्य दिगो, भरपर्दो, कम खर्चिलो, सुरक्षित, सुविधायुक्त एवम् आत्मनिर्भर, यातायात प्रणालीको विकास गरी नेपालको समग्र आर्थिक, सामाजिक, साँस्कृतिक, पर्यटकीय आदि क्षेत्रको विकासमा योगदान पुर्याउने हो। आफ्नो उद्देश्य मुताविक सडक विभागले नेपालको पर्यटकीय क्षेत्रहरूलाई जोड्ने सडकहरूको विकास र विस्तारलाई प्राथमिकतामा राख्दै नेपालको आन्तरिक कनेक्टिभिटिलाई प्रभावकारी तुल्याउन भूमिका खेल्दै आएको छ। सडक विभागलाई थप साधनश्रोत तथा जनशक्ति सम्पन्न बनाई नेपालको सडक सञ्जाललाई नेपालको आन्तरिक तथा बाह्य पर्यटन प्रवर्धन गर्नका लागि सहायकसिद्ध तुल्याउने सक्षमता विकास गर्नु पर्छ।

४. रेल यातायात

हवाईजहाज तथा हेलिकप्टरका लागि महँगो शुल्क तिरेर गर्नुपर्ने यात्राको विकल्पका रूपमा नेपालभित्र पर्यटकहरूले एक ठाउँबाट अर्को ठाउँसम्म पुग्नका लागि जोखिमपूर्ण एवं अस्तव्यस्त सडक यातायातबाट यात्रा गर्नु पर्ने बाध्यता रहेको छ। नेपालमा रेल यातायातको ठुलो माग रहेको भए तापनि हालसम्ममा ५२ कि.मि. खण्डमा मात्र रेल सेवा सञ्चालनमा रहेको छ (राष्ट्रिय योजना आयोग, २०८१)। नेपाल सरकारले रेल यातायातका लागि आवश्यक पूर्वाधार विकासका लागि

नेपाल रेलवे कम्पनी लिमिटेडले नेपालमा सञ्चालन गरेको रेल

पर्याप्त लगानी जुटाउन नसक्दा रेल यातायातको विकास सधैँ ओझेलमा पर्दै गएको छ। नेपालमा रेल यातायातको विकास तथा विस्तार गरी उद्योग, पर्यटन जस्ता क्षेत्रहरूको विकासमा टेवा पुर्याउने लगायतका उद्देश्यले नेपालमा रेल विभागको स्थापना भएको छ। तर पर्याप्त लगानीको अभावमा रेल विभागले अपेक्षित तवरमा रेल यातायात सेवाको विकास र विस्तारका लागि आवश्यक रेलमार्ग लगायतका पूर्वाधार विकास गर्न सकेको छैन।

त्यसैगरी नेपालमा रेल यातायात सञ्चालन गर्ने एकमात्र कम्पनी नेपाल रेलवे कम्पनी लिमिटेडले हाल जनकपुर-जयनगर-कुर्था खण्डमा यात्रुबाहक रेल सेवा सञ्चालन गरिरहेको छ। हाल यो कम्पनी पनि घाटामा सञ्चालन भइरहेको छ। नेपाल रेलवे कम्पनीको सक्षमता विकासका गरी नेपालमा रेलमार्गको विकाससँगै रेल यातायात सञ्चालन गर्न तयारी अवस्थामा राख्नु पर्दछ। नेपालमा पूर्व-पश्चिम राजमार्गको समानान्तर हुने गरी पूर्व-पश्चिम रेल मार्गको विकास र सञ्चालन गर्न सकेमा मात्र पनि नेपालका सबै जिल्लाहरूमा सडक यातायातको दूरी छोटो हुने निश्चित छ।

५. पर्यटन नीति, २०८२ र नेपालको पर्यटन

नेपाल सरकारले नेपालको पर्यटन उद्योगको विकासका लागि "अद्वितीय पर्यटकीय गन्तव्य नेपाल" को दूरदृष्टि, "नेपाललाई आकर्षक, जीवनपर्यन्त अनुभव, सुरक्षित एवं भरपर्दो र दिगो पर्यटकीय गन्तव्यका रुपमा विकास गर्ने" ध्येय, "राष्ट्रिय अर्थतन्त्रमा पर्यटन क्षेत्रको योगदान अभिवृद्धि गर्ने" लक्ष्य तथा विभिन्न ५ वटा उद्देश्यहरू, ६/६ वटा नीति र रणनीतिहरू तथा १८ वटा कार्यनीतिहरू सहितको

पर्यटन नीति, २०८२ कार्यान्वयनमा ल्याएको छ। यस नीतिले पर्यटन विकासका लागि अन्तरनिकाय समन्वय कायम गर्नका लागि संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालयका मन्त्रीको अध्यक्षतामा २७ सदस्यीय राष्ट्रिय पर्यटन परिषद्को संस्थागत प्रबन्ध गरेको छ।

पर्यटन नीति, २०८२ ले नेपालको पर्यटन विकासका लागि सबैभन्दा महत्त्वपूर्ण रहेको कनेक्टिभिटि सुदृढीकरण गुणस्तरीय एवं बहुपक्षीय पूर्वाधार विकासका लागि सार्वजनिक, निजी तथा वैदेशिक लगानी प्रवर्धन गरिनेछ भनी उल्लेख गरिएको छ। यस नीतिमा नेपालको आन्तरिक तथा बाह्य कनेक्टिभिटिसँग सम्बन्धित पूर्वाधार विकासका लागि नेपालको सम्बन्धित निकायहरूको सुदृढीकरण गरी ती निकायहरूलाई सम्बन्धित क्षेत्रको जिम्मेवारी तोकी प्रत्यक्ष प्रतिफल हासिल गर्ने किसिमको विषय समेट्नु जरुरी देखिन्छ। यसका लागि नेपाल नागरिक उड्डयन प्राधिकरण र नेपाल वायुसेवा निगम लगायतका निकायहरूलाई स्रोत साधन सम्पन्न तुल्याई ती संस्थाहरूको सक्षमता विकास एवं सुदृढीकरण गरी नेपालको हवाई यातायातलाई सुरक्षित, सुलभ, किफायती एवं प्रतिस्पर्धात्मक तुल्याई अन्तर्राष्ट्रिय जगतमा नेपाललाई सहज पहुँच भएको पर्यटकीय गन्तव्यको रुपमा स्थापित गर्दै नेपालको अन्तर्राष्ट्रिय कनेक्टिभिटिलाई समेत प्रभावकारी तुल्याउने विषय समेट्न सकिन्छ। त्यसैगरी नेपाल सरकारका सम्बन्धित निकायहरू जस्तै भौतिक पूर्वाधार तथा यातायात मन्त्रालय तथा अन्तरगतका निकायहरूसँग समन्वय गरी नेपालको आन्तरिक तथा सीमा जोडिएका छिमेकी मुलुकहरूसँगको कनेक्टिभिटि सुधार गर्न सकिन्छ। उदाहरणका लागि सडक विभागलाई पर्यटकीय क्षेत्रलाई जोड्ने सडकहरूको विकास, विस्तार र स्तरोन्नति गर्न प्राथमिकता दिने जिम्मेवारी दिन सकिन्छ भने पर्यटकीय पूर्वाधार विकासका लागि आवश्यक लगानी जुटाउन तथा सरकारको वार्षिक बजेट तथा कार्यक्रमलाई पर्यटकीय पूर्वाधार विकासमा लगानीका लागि प्राथमिकता दिने गरी विनियोजन गर्न अर्थ मन्त्रालयलाई जिम्मेवारी दिन सकिन्छ।

त्यसैगरी पर्यटन नीतिमा नेपालको विदेशस्थित कूटनीतिक नियोगहरू, ठुलो संख्यामा रहेको नेपाली डायस्पोरा, नेपाली श्रमिक, व्यापार व्यवसायी, विद्यार्थी तथा नेपाली पर्यटकहरूलाई नेपालको पर्यटकीय विशेषता तथा गन्तव्यहरूको विश्वमञ्चमा प्रचार प्रसार गर्न तथा नेपालमा पर्यटकीय पूर्वाधारको विकासका लागि लगानी जुटाउने कार्यमा परिचालन गर्ने नीति अवलम्बन गर्न सकिन्छ।

नेपालका छिमेकी मुलुकहरू चीन र भारत पनि पर्यटकीय हिसाबले विश्वमा उत्कृष्ट गन्तव्यका रूपमा परिचित रहेको सन्दर्भमा नेपालले ती छिमेकी मुलुकहरूमा भ्रमण

गर्न आउने पर्यटकहरूलाई नेपालतर्फ आकर्षित गर्ने अर्थात् छिमेकी मुलुकहरूको पर्यटकीय विकासको Spill Over Effect आकर्षित गर्ने नीति अङ्गिकार गर्नु पर्दछ। यसका साथै नेपालका छिमेकी मुलुकहरू हुँदै नेपाललाई दोस्रो गन्तव्य बनाएर नेपाल भ्रमण गर्ने पर्यटकहरूका लागि नेपालसम्मको यात्रालाई थप सहज र किफायती बनाउन उपयुक्त नीति अङ्गिकार गर्नु पर्दछ। यसका लागि समेत नेपालको छिमेकी मुलुकहरूमा रहेका कूटनीतिक संयन्त्रहरू तथा नेपाली डायस्पोरालाई परिचालन गर्ने नीति अवलम्बन गर्न सकिन्छ।

र्‍याफ्टिङमा रमाउँदै पर्यटक

नेपालको हावापानी तथा शान्त वातावरणका कारण नेपालमा खेल पर्यटनको ठुलो सम्भावना रहेको विभिन्न अध्ययनले देखाएका छन्। 'नेपालको हावापानीका हिसाबले यहाँ बाह्रै महिना खेल खेल्न सकिन्छ । नेपालको मौसम सबैलाई लोभ्याउने किसिमको छ । यसै सुन्दर मौसमका कारण नै नेपाललाई एक अन्तर्राष्ट्रिय न्युट्रल भेन्यु (तटस्थ भूमि)को हबका रूपमा प्रयोग र विकास गर्न सक्छौँ । दक्षिण एसियासँगै अन्य राष्ट्रलाई पनि नेपाललाई तटस्थ भूमिको रूपमा प्रयोग गर्न दिई अन्तर्राष्ट्रिय खेलकुद प्रतियोगिता आयोजना गराउन सकिन्छ' (घिसिङ, २०८०)। पछिल्लो पटक सुरू भएको नेपालको घरेलु क्रिकेट लिग नेपाल प्रिमियर लिग (एनपिएल) को बढ्दो लोकप्रियताले नेपालमा खेल पर्यटनको सम्भावनालाई थप उजागर गरेको छ। त्यसैगरी नेपालमा उपलब्ध अग्ला हिमाल तथा नदीनालामा हिमाल आरोहण, आइस स्केटिङ, पाराग्लाइडिङ, स्काइडाइभिङ, स्नोबोर्डिङ, र्‍याफ्टिङ, बन्जी जम्पिङ, माउन्टेन बाइकिङ, रक क्लाइम्बिङ, जिपलाइनिङ लगायतका साहसिक खेलकुदका लागि उपयुक्त रहेका छन्। साहसिक खेलकुद लगायतका खेल पर्यटनको माध्यमबाट नेपालको आन्तरिक तथा बाह्य पर्यटनको

विकास गर्दै मुलुकको कूल गार्हस्थ उत्पादनमा योगदान पुर्याउन सकिन्छ। यस अवस्थामा नेपालको पर्यटन नीतिमा खेलकुदसँग सम्बन्धित निकायहरूसँगको समन्वयमा खेलकुद तथा साहसिक खेल सम्बन्धी आवश्यक पूर्वाधार विकास तथा खेलकुद गतिविधिको प्रवर्धनमा लगानी बढाउँदै खेल पर्यटनको विकासलाई नीतिमा समावेश गर्नु उपयोगी हुने देखिन्छ।

नेपाल विश्व शान्तिका दूत तथा बौद्ध धर्मका प्रणेता गौतम बुद्धको जन्मस्थलका रूपमा विश्वमा सुपरिचित छ। त्यसैगरी हिन्दु धर्मावलम्बीहरूको आस्थाको केन्द्र मानिने पशुपतिनाथको मन्दिर पनि नेपालमै पर्दछ। यसका अलावा नेपालमा अवस्थित मठ मन्दिर, गुम्बा तथा अन्य विभिन्न धार्मिक स्थलहरूले विशेष धार्मिक महत्त्व बोकेका छन्। "क्रिस्चियनहरूका लागि 'भ्याटिकन', इस्लामका लागि 'मक्का' र हिन्दुका लागि 'चारधाम' मुख्य मानिन्छन्। बौद्ध धर्मावलम्बीका लागि लुम्बिनीलाई त्यस्तै धाम बनाउन सकिन्छ" (गोल्यान, २०८१)। विशेष गरी नेपाल सरकारले पर्यटन नीतिमा बौद्ध धर्मावलम्बी पर्यटकहरूलाई आकर्षित गर्नका लागि नेपालको लुम्बिनीलाई बौद्ध धर्मावलम्बीको हबका रूपमा विकास गर्ने नीति अवलम्बन गरी पर्यटन अर्थतन्त्रको विकासमा योगदान पुर्याउन सक्दछ। नेपाल सरकारले नेपालका धार्मिक महत्त्वका सम्पदाहरूको संरक्षण र संवर्धन साथै यस्ता विभिन्न धार्मिक स्थलहरूबिच कनेक्टिभिटि स्थापित गर्दै नेपाललाई धार्मिक पर्यटनको गन्तव्य मुलुकका रूपमा विकास गर्ने नीति अवलम्बन गर्नु जरुरी भइसकेको छ।

नेपालको पर्यटन विकासका लागि नेपाल सरकारको नीतिगत जिम्मेवारी बहन गर्ने मियो निकायका रुपमा संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय रहेको छ। यस मन्त्रालयले पर्यटन उद्योगको विकासबाट बहुआयामिक प्रतिफल हासिल गर्नका लागि नेपाल सरकारका सम्बन्धित नियकायहरूसँग समन्वय हुने राष्ट्रिय पर्यटन नीति एवं सम्वद्ध कानुनहरूको निरन्तर विकास, कार्यान्वयन र आवश्यक परिमार्जनका लागि पहल गर्दै आएको छ। नेपालको पर्यटन उद्योग विकासका लागि आवश्यक हवाई, सडकमार्ग, जलमार्ग, रेल वे, रोप वे जस्ता कनेक्टिभिटिसँग सम्बन्धित पूर्वाधारहरूको प्रभावकारी विकासका लागि मन्त्रालय एक्लैको प्रयासले मात्र पूरा गर्न असम्भव रहेको सन्दर्भमा यसका लागि मन्त्रालयले अन्य मन्त्रालयहरू जस्तै भौतिक पूर्वाधार विकास मन्त्रालय तथा अन्तरगतका निकायहरू जस्तै सडक विभाग, रेल विभाग, पानीजहाज कार्यालय तथा अर्थ मन्त्रालयसँग समेत अर्थपूर्ण एवं प्रभावकारी समन्वय हुने गरी राष्ट्रिय पर्यटन नीतिको विकास, परिमार्जन र कार्यान्वयन गर्नु उपयुक्त हुन्छ।

६. निष्कर्ष

नेपालको भौगोलिक अवस्थिति र भू-साँस्कृतिक विविधताले सिर्जना गरेको अद्वितीय पर्यटकीय सौन्दर्यले नेपालमा पर्यटनको विकासमार्फत् मुलुकको समग्र अर्थतन्त्रमा बहुआयामिक योगदान पुर्याउन सकिने ठुलो सम्भावनाबाट नेपाललाई प्राप्त पर्यटकीय लाभको महत्तम उपयोग गर्नका लागि कनेक्टिभिटि पूर्वाधारको विकास एउटा महत्त्वपूर्ण पूर्वशर्त हो। यसर्थ सम्बन्धित सबै क्षेत्रबाट यस सम्बन्धमा प्रभावकारी पहल आवश्यक छ।

नेपालले निरन्तर पर्यटन विकासको मन्त्र जप्ने तर पर्यटनका लागि आवश्यक कनेक्टिभिटि पूर्वाधारको विकासमा ठुलो लगानी गर्न संकोच मान्ने प्रवृत्तिले नेपालको अग्रगमनका लागि सहायकसिद्ध हुने पर्यटन क्षेत्र निरन्तर उपेक्षामा पर्ने र नेपालको विकास किन हुन सकेन भनी प्रश्न गर्ने अवस्था कायमै रहने देखिन्छ। तसर्थ, नेपालले पर्यटन उद्योगसँग सम्बन्धित कनेक्टिभिटि पूर्वाधारको विकासमा पर्याप्त लगानी सुनिश्चित गरी पर्यटन क्षेत्रको बहुआयामिक लाभ हासिल गर्नु पर्दछ।

सन्दर्भ सूची

गोल्यान, अक्षय. (२०८१ फाल्गुन ७). पूर्वाधार अघिअघि, पर्यटक पछिपछि. कान्तिपुर समाचार. काठमाडौः कान्तिपुर मेडिया ग्रुप. (https://ekantipur.com/32nd-anniversary-kmg/2025/02/19/new-generation-dreams-and-possibilitiesinfrastructure-first-tourists-behind-29-50.html)

घिसिङ, टंकलाल. (२०८० बैशाख १६). खेल पर्यटनको विकास. नयाँ पत्रिका. (https://www.nayapatrikadaily.com/news-details/113303/2023-04-29)।

नेपाल पानी जहाज कार्यालय. सम्भाव्यता अध्ययनहरूको संक्षिप्त सारंश. ललितपुरः नेपाल पानी जहाज कार्यालय. (nso.gov.np/pages/70999777/)

नेपाल नागरिक उड्डयन प्राधिकरण. Bilateral Air Service Agreement. (https://caanepal.gov.np/air-transport/basa)

नेपाल नागरिक उड्डयन प्राधिकरण Existing International Airlines Operating in Nepal. (https://caanepal.gov.np/air-

transport/airlines/international)

नेपाल सरकार, अर्थ मन्त्रालय. (२०८२). आर्थिक सर्वेक्षण, २०८१/८२. काठमाडौः मुद्रण विभाग.

नेपाल सरकार, संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय. (२०६३). हवाई नीति, २०६३. काठमाडौँः संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय.

नेपाल सरकार, संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय. (२०८२). पर्यटन नीति, २०८२. काठमाडौँः संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय.

महर्जन, तुलसीनारायण. (२०८०). नेपालको सन्दर्भमा जल यातायात. गोरखापत्र दैनिक. (https://gorkhapatraonline.com/news/89791)

राष्ट्रिय योजना आयोग. (२०८१). सोह्रौँ योजना (आर्थिक वर्ष २०८१/८२-२०८५/८६). काठमाडौः राष्ट्रिय योजना आयोग.

✦✦✦

पर्यटन केन्द्रित आर्थिक विकासको मार्गचित्र

✍ मुकुन्द प्रसाद निरौला

१. विषय प्रवेश

नेपालले आर्थिक रूपान्तरणका लागि खोजिरहेको दिगो आधार, प्रतिस्पर्धी सामर्थ्य र दीर्घकालीन मूल्य सृजना गर्ने क्षमताको दृष्टिबाट हेर्दा पर्यटन क्षेत्र अत्यन्तै रणनीतिक छ। नेपालको भौगोलिक बनावट, साँस्कृतिक विविधता, जलवायु, धार्मिक तथा आध्यात्मिक सम्पदा र हिमाली ब्राण्डले विश्व बजारमा असाधारण स्थान बनाएको छ। तर दीर्घकालीन दृष्टि, संरचना, नीति सुधार मोडलहरूको अभावले पर्यटन क्षेत्रले आफ्नो वास्तविक क्षमताको उपयोग गर्नसकेको छैन। पर्यटन केन्द्रित आर्थिक रूपान्तरणको उद्देश्य पर्यटनलाई केवल "आयकेन्द्रीय क्षेत्र" को रूपमा होइन, "औद्योगिकीकरणको उत्प्रेरक", "रोजगार सर्जक", "वैदेशिक मुद्रा स्रोत" र "कुल राष्ट्रिय उत्पादनमा योगदान दिने प्रमुख क्षेत्र" को रूपमा विकसित गर्नु हो।

२. नेपालको अर्थतन्त्र र पर्यटनको वर्तमान अवस्था

नेपालको समष्टिगत अर्थतन्त्र र पर्यटनको वर्तमान अवस्था एकअर्कासँग गहिरो रूपमा गाँसिएको छ, किनकि नेपालको आर्थिक संरचना बाह्य क्षेत्रबाट प्रभावित छ। देशको कुल गार्हस्थ्य उत्पादन गत दशकमा मध्यम र अस्थिर वृद्धि दरमा चलेको छ, जसको मुख्य कारण राजनीतिक अनिश्चितता, उत्पादनक्षेत्रको कमजोर विस्तार, र अत्यधिक आयातमा निर्भर खर्चमा आधारित आर्थिक मोडेल हो। विदेशमा रहेका श्रमिकहरूले पठाउने विप्रेषणले उपभोग त धानिरहेको छ, तर दीर्घकालीन उत्पादक क्षमतामा रूपान्तरण हुन नसक्दा अर्थतन्त्र संरचनागत रूपमा

✍ *सचिव, नेपाल सरकार*

झनै कमजोर बन्दै गएको छ। यस्तो अवस्थामा सेवा क्षेत्रभित्रको पर्यटन क्षेत्र आर्थिक आयामको सम्भावित क्षेत्रको रूपमा हेरिन्छ, तर यसको वास्तविक योगदान सम्भावित स्तरभन्दा निकै तल छ।

नेपालको पर्यटन क्षेत्रले औपचारिक रूपमा कुल गार्हस्थ्य उत्पादनको करिब साढे तीन प्रतिशत प्रत्यक्ष योगदान दिन्छ। रोजगार सृजनाको दृष्टिले समेत पर्यटन एक निर्णायक क्षेत्र हो। महामारीपछिको पुनरुत्थान पश्चात पर्यटकहरू भित्रिने लय पुनः बढ्दो छ, तर आगन्तुकको प्रति दिन खर्च दक्षिण एसियाका प्रतिस्पर्धी गन्तव्यको तुलनामा निकै कम छ। औसत ४१ अमेरिकी डलर दैनिक खर्चले नेपाललाई Low-Yield Destination को रूपमा राखिदिन्छ, जसको प्रत्यक्ष अर्थ आगन्तुक संख्या बढे पनि विदेशी मुद्रा आर्जन दर मनलाग्दो गतिमा अघि बढ्न सकेको छैन भन्ने बुझिन्छ। औसत बसाइ अवधि १३ दिन जति रहेको भए पनि उच्च मूल्य सिर्जनाकै दृष्टिले संरचना अझै कमजोर छ।

नेपालको पर्यटन संरचना अझै पनि तीन परम्परागत स्तम्भमा आधारित छः हिमाल र साहसिक गतिविधि, साँस्कृतिक तथा धार्मिक धरोहर, र संरक्षित क्षेत्र तथा ग्रामीण अनुभवमा आधारित प्राकृतिक पर्यटन। यी क्षेत्रमा नेपालको तुलनात्मक फाइदा अत्यन्त बलियो छ, तर विश्व पर्यटन बजार तीव्र गतिमा विविधीकरण भइरहेको छ। विशेष रूपमा स्याहार हेरचाह पर्यटन, वेलनेस तथा प्रिवेन्टिभ हेल्थ, पर्यटन, इन्टरनेट र डिजिटल प्रविधिको प्रयोग गरेर आफ्नो काम टाढाबाट गर्दै विभिन्न देश वा स्थानमा बसोबास गर्दै यात्रा गर्ने पर्यटकहरूको गतिविधि Digital Nomad Tourism, दीर्घ बसाइको Leisure Retirement Tourism, उच्च मूल्यको ध्यान र आध्यात्मिक Retreat पर्यटन जस्ता उदयीमान क्षेत्रहरूमा नेपालले पर्याप्त प्रगति गर्न सकेको छैन। यी क्षेत्रहरूका लागि आवश्यक पूर्वाधार, नियमन, लगानी वातावरण, तथा ब्रान्ड पोजिसनिङ अझै प्रारम्भिक चरणमै छन्। यसै कारण पर्यटनबाट पर्याप्त विदेशी मुद्रा प्रवेश गर्न सक्ने सम्भावनाबाट नेपाल धेरै टाढा छ। क्षमता र वास्तविक प्राप्तिबीचको यही दूरी नेपालको आर्थिक रूपान्तरणमा पर्यटनको खम्बालाई अझै अधुरो देखाउने प्रमुख कारण बनेको छ।

३. विश्व परिवेश र बदलिँदो पर्यटन प्रवृत्ति

विश्व परिवेशमा पर्यटन उद्योग तीव्र गतिमा विस्तार हुँदै गएको छ। यस विश्व प्रवृत्तिमा नेपालका लागि भारत, चीन, अमेरिका, युरोप, श्रीलंका तथा दक्षिण-पूर्वी एशिया महत्त्वपूर्ण स्रोत बजारका रूपमा देखिन्छन्। यससँगै विश्व पर्यटनको स्वरूप पनि परिवर्तनशील बन्दै गएको छ। प्रविधिको विकास, जलवायु परिवर्तन, सामाजिक-आर्थिक रूपान्तरण र विश्वव्यापी संकटहरूले पर्यटन क्षेत्रलाई पनि नयाँ

दिशातर्फ डोर्याइरहेका छन् । परम्परागत मनोरञ्जनमुखी पर्यटनबाट आजको पर्यटन दिगो, जिम्मेवार र अनुभवमुखी बन्दै गएको देखिन्छ ।

पहिले पर्यटन मुख्यतः रमाइलो, विलासिता र प्रसिद्ध स्थलहरूको भ्रमणमा केन्द्रित थियो । तर अहिले यात्रुहरू स्थानीय संस्कृति, जीवनशैली, खानपान र प्रकृतिसँग प्रत्यक्ष अनुभव खोज्न थालेका छन् । यसैले दिगो पर्यटन Eco Tourism, ग्रामीण पर्यटन र सामुदायिक पर्यटन जस्ता अवधारणाहरू विश्वभर लोकप्रिय बन्दै गएका छन् । जलवायु परिवर्तनले हिमाल, समुद्र तट र जैविक विविधतामा असर पारेसँगै पर्यावरणमैत्री पर्यटनको आवश्यकता झनै बढेको छ। कार्बन उत्सर्जन कम गर्ने यात्रा, स्थानीय स्रोतको प्रयोग र प्राकृतिक सम्पदाको संरक्षणमा केन्द्रित पर्यटन आजको प्राथमिकता बनेको छ ।

पर्यटकहरू अब केवल गन्तव्य भ्रमणमा सीमित नरही संस्कृति, जीवनशैली र स्थानीय अनुभवसँग प्रत्यक्ष जोडिने अनुभवमा आधारित पर्यटन खोजिरहेका छन् । त्यस्तै, स्वास्थ्य, वृद्ध सेवा, आयुर्वेद र योगसँग सम्बन्धित तथा Care Tourism, Work-from-anywhere संस्कृतिसँग जोडिएको Digital Nomad Economy, उच्च खर्च गर्ने Luxury Adventure, Heli–Tourism र Premium Trekking जस्ता क्षेत्रहरू तीव्र रूपमा बढिरहेका छन् । साथै, वातावरणमैत्री तथा २-५ घण्टाभित्र पुग्न सकिने Short-Haul Regional Tourism को माग उल्लेखनीय रूपमा वृद्धि भइरहेको छ। यी सबै बदलिँदो विश्व पर्यटन प्रवृत्तिलाई नेपालले रणनीतिक रूपमा उपयोग गर्न सके पर्यटनलाई उच्च मूल्य सिर्जना गर्ने दिगो आर्थिक स्रोतमा रूपान्तरण गर्न सक्ने स्पष्ट सम्भावना देखिन्छ। समग्रमा, विश्व परिवेशसँगै पर्यटन पनि केवल घुमफिरको साधन नभई आर्थिक विकास, साँस्कृतिक आदान-प्रदान र वातावरणीय संरक्षणको महत्त्वपूर्ण माध्यम बन्दै गएको छ। बदलिँदो पर्यटन प्रवृत्तिलाई बुझी स्थानीय सन्दर्भ अनुसार विकास गर्न सके पर्यटन दिगो र समावेशी बन्न सक्छ।

४. रणनीतिक चुनौती र संरचनागत समस्या

पर्यटन नेपालको अर्थतन्त्रको महत्त्वपूर्ण आधार हो, जसले रोजगारी, वैदेशिक मुद्रा आर्जन र क्षेत्रीय विकासमा योगदान पुऱ्याउँदै आएको छ। कोभिड-१९ पछि पर्यटन क्षेत्र क्रमशः पुनरुत्थानको अवस्थामा पुगेको भए पनि हालसालै भएको जेनजी नेतृत्वको विरोध प्रदर्शन, सामाजिक-राजनीतिक अस्थिरता, पूर्वाधार कमजोरी र विश्वव्यापी प्रतिस्पर्धाका कारण पर्यटनको गतिमा प्रभाव परी नेपालले अपेक्षित लाभ लिन सकेको छैन । यही सन्दर्भमा पर्यटन क्षेत्रले केही गहिरा रणनीतिक चुनौती र संरचनागत समस्याहरू सामना गरिरहेको छ ।

सबैभन्दा पहिलो चुनौती संरचना र पहुँचसम्बन्धी समस्या हो। प्रमुख अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थलको क्षमता सीमित हुनु, वैकल्पिक अन्तर्राष्ट्रिय तथा क्षेत्रीय विमानस्थलहरूको पर्याप्त उपयोग नहुनु, र पर्यटकीय गन्तव्यसम्म पुग्ने सडक सञ्जाल कमजोर हुनु पर्यटन विकासका बाधक छन्। साथै आन्तरिक हवाइसेवामा समयपालन र सुरक्षा सम्बन्धी विश्वसनीयताको कमी, र शौचालय, सुरक्षित खानेपानी, ट्रेल सुरक्षा, भिजिटर सेन्टर जस्ता आधारभूत संरचनाको अभावले पर्यटकको अनुभवलाई खल्लो बनाएको छ।

दोस्रो चुनौती सेवागुणस्तर र मूल्य-श्रृंखला सम्बन्धी कमजोरी हटाउनु हो। दक्ष र तालिमप्राप्त जनशक्तिको अभाव, आतिथ्य क्षेत्रमा उत्पादनशीलता र सेवा मापदण्डको कमजोरी, Destination Management मा स्पष्ट नेतृत्व र समन्वयको अभाव, र गुणस्तर, सरसफाइ तथा सुरक्षा सम्बन्धी अन्तर्राष्ट्रिय मापदण्डको अपर्याप्त अनुपालनले नेपाललाई विश्वस्तरीय पर्यटन गन्तव्य बनाउन कठिनाइ पुर्‍याएको छ।

त्यसैगरी, मार्केटिङ र ब्रान्ड पोजिसनिङलाई व्यवस्थित गर्नु अर्को चुनौती हो। भिजिट नेपालजस्ता राष्ट्रिय प्रचार अभियानमा निरन्तरता र स्पष्ट रणनीतिको अभाव, डिजिटल मार्केटिङ र अन्तर्राष्ट्रिय प्लेटफर्मको कमजोर प्रयोग, लक्षित बजार अनुसार प्याकेज विकासको कमी, र हिमाली गन्तव्यलाई Premium तथा High–Value Destination का रूपमा ब्रान्डिङ गर्न नसक्नुले नेपालको पर्यटनलाई वैश्विक स्तरमा मजबुत रूपमा प्रस्तुत गर्न कठिन बनाएको छ।

नेपालमा पर्यावरणीय तथा स्थानीय समुदायसँग सम्बन्धित चुनौतीहरू पनि छन्। केही गन्तव्यमा अत्यधिक भीड (विशेषगरी सगरमाथा क्षेत्र), फोहोर व्यवस्थापन र वातावरणीय वहनक्षमताको समस्या, साँस्कृतिक तथा ऐतिहासिक सम्पदाको संरक्षण कमजोर हुनु र पर्यटनबाट लाभ वितरणमा स्थानीय समुदायको स्वामित्व र सहभागिता खण्डित हुनुले पर्यटनको दीगो विकासमा चुनौती पुर्‍याएको छ।

५. अवसर

हिमालयको भौगोलिक विविधता, विश्व प्रसिद्ध सगरमाथा, ऐतिहासिक मठमन्दिर, साँस्कृतिक पर्व र परम्परागत जीवनशैलीले देशलाई विशिष्ट पर्यटन गन्तव्य बनाएको छ। तर पछिल्ला वर्षहरूमा जेनजी विरोध प्रदर्शन, राजनीतिक अस्थिरता, पूर्वाधार अभाव, गुणस्तर र सेवा सम्बन्धी कमजोरीले पर्यटनको स्थिरता र विश्वसनीयतामा असर पारेको छ। यी चुनौतीका बाबजुद, पर्यटन क्षेत्रले पुनरुत्थान र दिगो विकासको ठुलो सम्भावना बोकेको छ।

नेपालमा पर्यटन क्षेत्रलाई विविधतापूर्ण र दिगो बनाउन केयर टुरिज्म र वेलनेस

चाँगुनारायण, भक्तपुर

अर्थतन्त्रको विकास महत्त्वपूर्ण छ। वृद्ध हेरचाह रिट्रिट, जलवायु तथा स्वास्थ्य पुनःस्थापना बसाइ जस्ता कार्यक्रमले विशेष उमेर समूहका पर्यटकलाई आकर्षित गर्न सक्छ। साथै आयुर्वेद, प्राकृतिक उपचार र योग-ध्यान आवासीय कार्यक्रमले मानसिक शान्ति र शारीरिक स्वास्थ्यमा ध्यान दिने पर्यटकलाई नेपालमा बसाइ बढाउन उत्प्रेरित गर्दछ। यसले पर्यटनबाट हुने आयलाई मात्र बढाउँदैन, स्वास्थ्य र कल्याणको क्षेत्रमा पनि नेपालको छवि मजबुत बनाउँछ।

एभरेष्ट म्याराथन, सगरमाथा क्षेत्र

नेपाललाई साहसिक तथा प्रिमियम पर्यटनको केन्द्रका रूपमा स्थापित गर्न सकिन्छ। हेलि-स्किइङ, उच्च हिमाली म्याराथन, ट्रेल दौड र प्रिमियम ट्रेकिङ लज जस्ता

अनुभवहरूले उच्च बजेटका पर्यटकलाई आकर्षित गर्छन्। यी गतिविधिहरूले साहसिक पर्यटनको बजारमा नेपालको प्रतिस्पर्धात्मक स्थान मजबुत बनाउँछ र देशको आर्थिक विकासमा ठुलो योगदान पुऱ्याउँछ।

हालको प्रवृत्तिमा डिजिटल नोम्याड आकर्षण पनि महत्त्वपूर्ण हुँदै गएको छ। कम जीवनयापन खर्च, मैत्रीपूर्ण सामाजिक वातावरण र प्राकृतिक सुन्दरतायुक्त शान्त गन्तव्यहरूले दूर-दराजका कार्यरत पेशेवरहरूलाई नेपालमा लामो समय बसाइ गर्न आकर्षित गर्छ। यसले पर्यटनलाई मात्र होइन, स्थानीय व्यवसाय र सेवा क्षेत्रलाई पनि लाभ पुर्याउँछ।

नेपालमा ग्रामीण र गाउँ पर्यटन प्रवर्धन गर्दा स्थानीय जीवनशैली, परम्परागत खाना र हस्तकला देखाउने अवसर उपलब्ध हुन्छ। पर्यटकले स्थानीय समुदायसँग अन्तरक्रिया गर्न सक्ने अवसर पाएमा उनीहरूको अनुभव अझै समृद्ध हुन्छ। यसले ग्रामीण अर्थतन्त्रमा प्रत्यक्ष योगदान पुर्याउँछ र साँस्कृतिक संरक्षणमा सहयोग पुऱ्याउँछ।

अन्ततः, नेपालमा धार्मिक पर्यटनलाई अझ व्यवस्थित बनाउन सकिन्छ। पशुपतिनाथ, लुम्बिनी (गौतम बुद्धको जन्मस्थल), बुद्धनाथ स्तूप जस्ता प्रमुख तीर्थस्थलहरूले विश्वभरका श्रद्धालुहरूलाई आकर्षित गर्छन्। हिन्दू र बौद्ध धर्मका अन्य तीर्थस्थलहरूको विकास र अन्तर्राष्ट्रिय धार्मिक मेलाहरूको आयोजना गर्दा धार्मिक पर्यटनको प्रवृत्ति अझ बढ्न सक्छ। यसले नेपालको साँस्कृतिक धरोहरको संरक्षणसँगै विदेशी मुद्राको आम्दानीमा वृद्धि गर्छ।

६. समाधानका उपाय र कार्यान्वयन मार्गचित्र

पर्यटनको दिगो विकास र अन्तर्राष्ट्रिय प्रतिस्पर्धात्मक क्षमतामा पूर्वाधार विकासको सुस्तता, सेवा गुणस्तर, नीति र पर्यावरणीय चुनौतीहरूले गम्भीर प्रभाव पार्दै आएका छन्। यी समस्याहरूको दीर्घकालीन समाधानका लागि व्यवस्थित रणनीति र चरणबद्ध कार्यान्वयन योजना आवश्यक छ।

सबैभन्दा पहिला, आधारभूत पूर्वाधार सुधार गर्नु अत्यावश्यक छ। सडक, यातायात, आवास सुविधा, खानेपानी र स्वास्थ्य सेवा जस्ता सुविधा सबै पर्यटकलाई सहज अनुभव दिलाउन मद्दत गर्छ। पर्यटकको अनुभवलाई सहज र आकर्षक बनाउन विशेष गरी हिमाली र ग्रामीण क्षेत्रका ट्रेकिङ मार्ग, हेलिप्याड, सुरक्षित बस र पर्यटक आवास सुविधा सुधार गर्नु आवश्यक छ।

दोस्रो, पर्यावरणीय संरक्षण र दिगो विकासमा जोड दिनु पर्छ। हिमाल, जङ्गल, नदी र तालको संरक्षण, फोहोर व्यवस्थापन र प्लास्टिकको प्रयोग न्यूनीकरणमा ध्यान दिनुपर्छ। पर्यटकहरूको लागि शुद्ध वातावरण उपलब्ध गराउने र स्थानीय

अन्नपूर्ण आधार शिविरमा पर्यटक लिएर पुगको हेलिकोप्टर, कास्की

समुदायलाई संरक्षणको महत्व बुझाउने कार्यक्रम सञ्चालन गर्न सकिन्छ। यसले दीर्घकालीन रूपमा पर्यटनलाई मजबुत बनाउँछ।

तेस्रो, सुरक्षा व्यवस्थामा सुधार गर्नु अत्यावश्यक छ। पर्यटकको विश्वास बढाउन र नेपाललाई सुरक्षित पर्यटन गन्तव्यको रूपमा प्रस्तुत गर्न ट्रेकिङ, पर्वतारोहण, साहसिक खेलकुद जस्ता क्षेत्रमा प्रशिक्षित गाइडको व्यवस्था, आपत्कालीन उद्धार सेवा स्वास्थ्य सुविधा र सुरक्षा निर्देशन उपलब्ध गराउनुपर्छ।

चौँथो, पर्यटन प्रवर्धन र मार्केटिङमा सुधार आवश्यक छ। डिजिटल मिडिया सामाजिक सञ्जाल अन्तर्राष्ट्रिय मेलाहरू र सहकार्यमार्फत नेपालको प्राकृतिक सौन्दर्य, साँस्कृतिक सम्पदा र साहसिक खेलकुदको प्रचार गर्न सकिन्छ। साथै विदेशी पर्यटकलाई लक्षित गरी अनलाइन बुकिङ प्रणाली र बहुभाषिक वेबसाइट तयार गर्नाले पर्यटनलाई थप व्यवस्थित बनाउन मद्दत पुर्याउँछ।

पाँचौं, स्थानीय समुदायको सहभागिता आवश्यक छ। पर्यटनले स्थानीय जनजीवनमा सकारात्मक प्रभाव पार्नुपर्छ। पर्यटकलाई स्थानीय जीवनशैली अनुभव गर्ने अवसर प्रदान गर्न स्थानीय उत्पादन, हस्तकला, साँस्कृतिक कार्यक्रम र होमस्टे जस्ता परियोजनामा समुदायलाई समावेश गर्नुपर्छ। अन्त्यमा, सरकारी नीति र निजी क्षेत्रको सहकार्य अनिवार्य छ। दिगो पर्यटन विकासका लागि ठोस योजना बजेटको व्यवस्था र निजी क्षेत्रको लगानी सुनिश्चित गर्नु पर्छ। यसले नेपालको पर्यटनलाई व्यवस्थित, सुरक्षित र विश्वसनीय बनाउँछ।

७. निष्कर्ष

नेपालले पर्यटनलाई केवल सेवामूलक क्षेत्रको रूपमा होइन, आर्थिक रूपान्तरणको प्रमुख इञ्जिनको रूपमा विकास गर्ने ऐतिहासिक अवसर पाएको छ। विश्व बजारका संरचनागत परिवर्तन, छिमेकी मुलुकका मध्यम वर्गीय विस्तार, Spiritual Wellness Care पर्यटनको वृद्धि, र Himalayan Branding को असाधारण सम्भाव्यता नेपालका पक्षमा छन् । तर अवसर स्वतः लाभदायी हुँदैन, दीर्घकालीन र दिगो लाभका लागि नीति एकता, संरचनागत सुधार, प्राविधिक क्षमता, नियम पालन, र उच्च गुणस्तरीय सेवा प्रणालीको विकास अनिवार्य छ । योजनाबद्ध, डेटा-आधारित, र उच्च मूल्य पर्यटन प्रणालीले मात्र अस्थायी वृद्धि होइन, नेपालको अर्थतन्त्रलाई आयात-निर्भर उपभोग मोडलबाट उत्पादन-आधारित, विदेशी मुद्रा सञ्चय गर्ने, रोजगार सृजना गर्ने, र राष्ट्रिय पहिचान सुदृढ पार्ने दिशातर्फ रूपान्तरण गर्न सक्छ। सरकार, निजी क्षेत्र, स्थानीय समुदाय र अन्तर्राष्ट्रिय साझेदारहरू साझा राष्ट्रिय दृष्टि अन्तर्गत दृढ रूपमा अघि बढ्न सके तुलनात्मक लाभका क्षेत्रको रूपमा रहेको पर्यटन क्षेत्र नेपालको आर्थिक रूपान्तरणको संवाहकको रूपमा स्थापित भई नेपालको पर्यटन विश्वस्तरिय, प्रतिस्पर्धात्मक र दिगो आर्थिक स्रोतमा परिणत हुन सक्नेछ ।

सन्दर्भ सामग्री

सोह्रौं योजना (आर्थिक वर्ष २०८१/८२-२०८५/८६) ।

आर्थिक सर्वेक्षण (२०८१/८२)

Nepal Tourism Insights (2025)

Ministry of Culture, Tourism and Civil Aviation. (2025). Nepal tourism statistics 2024. Government of Nepal.

https://www.worldbank.org/en/news/feature/2022/06/03/harnessing-tourism-to-enhance-the-value-of-biodiversity-and-promote-conservation-in-nepal

OECD (2020), "Tourism Policy Responses to the coronavirus (COVID-19)", OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19), OECD Publishing, Paris,

Nepal Rastra Bank, Annual Report 2023/2024

+++

खोटाङमा पर्यटन विकासका सम्भावना

✍ नगेन्द्रराज रेग्मी

सार

पूर्वमा भोजपुर, पश्चिममा ओखलढुङ्गा, उत्तरमा सोलुखुम्बु र दक्षिणमा उदयपुर जिल्लालाई आफ्नो सीमाना बनाएर पवित्र कौशिकी नदी (सुनकोशी र दूधकोशी) को पावन गङ्गाले आचमन् गरेर बसेको एउटा जिल्लाको नाम हो– खोटाङ। यसले अहिलेसम्म आफ्नो प्राचीन इतिहास र गौरव धानेर सम्मानसाथ बसिरहेको छ। हलेसी तीर्थस्थलका कारणले मात्र यहाँको पर्यटन व्यावसायलाई अकर्षित गरेको नभई विभिन्न पुराणहरूमा वर्णित कौशिकी नदीको महत्ताले समेत यो

खोटाङ जिल्लाको सदरमुकाम दिक्तेल

✍ *स्वतन्त्र अनुसन्धाता/साहित्यकार*

जिल्ला पावन तपोभूमि र पर्यटकीय क्षेत्रका रुपमा अङ्कित छ । कौशिकीको तटमा बसेर विश्वामित्र लगायतका अनेकौं ऋषिमुनिहरूले यही क्षेत्रमा तप गरेको कुरा धार्मिक ग्रन्थहरूमा पाइन्छन् । कहिले देवगण, कहिले मुनिगण, कहिले भारतीय राजामहाराजाहरू कोशी क्षेत्रको महाकोशीप्रपातमा भेला हुने, विचार विमर्श गर्ने गर्दथे (पन्थी, २०६२ः २७) । कौशिकीतटका तपोधन, त्यहाँ आश्रम बनाई दीर्घकाल बस्ने प्रसिद्ध मुनिहरूमा कौशिक विश्वामित्र, विभिण्डक र उनका पुत्र शृङ्गी थिए । अरु केही समय बस्ने र आउने जानेहरू त अगणित सङ्ख्यामा पाइन्छन् (ऐ.पृ.३२) । त्यस्तै नेपालमाहात्म्य (५/१०–१२), हिमवत्खण्डजस्ता प्राचीन ग्रन्थहरूमा समेत यो जिल्लाका विभिन्न स्थान र नदीहरूको वर्णन गरिएको छ । किराँत धर्म र सभ्यतामा पनि सुम्निमा, पारुहाङ, तोयामा खियामा, खोलिवुङजस्ता अनेकौ उपाख्यान र मिथकका कारण माझकिराँतका नामले यो जिल्ला प्रसिद्ध छ । प्राचीन ग्रन्थ तथा इतिहासमा अङ्कित यस्ता अनेकौं धार्मिक, पौराणिक, साँस्कृतिक, पर्यटकीय तथा साहित्यिक विषयवस्तुका आधारले गर्दा खोटाङलाई निकै महत्वका साथ हेरिनु भनेको हाम्रो गर्व र गौरवको विषय हो ।

खोटाङ जिल्लाको पर्यटकीय वैशिष्ट्य

खोटाङ जिल्लामा धेरै पर्यटकीय स्थलहरू रहेका छन् । यहाँ मठ, मन्दिर, चैत्य, गुम्बा, चर्च र देवालयजस्ता धार्मिक स्थलहरू थुप्रै छन् । त्यसै गरी उच्च हिमशिखरहरू, प्रकृतिका अनेकौं सुन्दर छटा, हरिया चौर तथा नागी, सूर्योदय तथा सूर्यास्तका अनुपम दृश्य, झरना, पोखरी, टाकुरा, भञ्ज्याङ्ग, चौतारी, द्यौराली, गुफा, गाउँबेसी, फाँट, बनजङ्गल तथा खोलाखोल्साहरू सबैले जोकोही देशी विदेशी पर्यटकहरूको

मझुवा कालिका मन्दिर, दिक्तेल

मन सजिलै लोभ्याउने गर्दछ। पूर्वको पशुपतिनाथ भनेर चिनिने हलेसी क्षेत्र यही जिल्लाभित्र पर्दछ। त्यसैगरी मझुवा कालिका दिक्तेल बजार, टयाम्के चुचुरो, धिप्लुङको झरना, साकेला र देवाली थानहरू, सानी साल्पा, बाक्सिलाका कर्णखर, डुम्रेकोट, रावा र सावा खोला, साप्सु धाप, सनकोशी र दूधकोशी नदी, भानुमति त्रिवेणधाम, मालाथुमको तुवाचुङ डाँडा, खोटाङ कालिका भगवति, बाराहापोखरी, मुन्दुम ट्रेल चखेवा भञ्जाङ, रोक्सिम भञ्ज्याङ लगायतका विभिन्न रमणीय स्थलहरूमा भ्रमण गर्न यहाँ स्वदेशी तथा विदेशी पर्यटकहरूको जमघट हुने गर्दछ। यी यहाँका कुनै धार्मिक स्थल भएका नाताले आस्था प्रकट गर्न आएका हुन्छन् त कुनै साँस्कृतिक धरोहरहरू हुन् र कुनै विशुद्ध पर्यटकीय स्थलहरू। अहिले त यहाँका कतिपय स्थानहरू पर्यटकीय पदमार्गका रुपमा समेत विकास भइरहेका छन्।

क. धार्मिक तथा साँस्कृतिक पर्यटन

खोटाङ जिल्लाको हलेसी क्षेत्र भनेको देश विदेश सर्वत्र प्रसिद्धि पाएको एउटा धार्मिक आस्थाको केन्द्र हो। यसलाई जिल्लाकै प्रमुख पर्यटकीय नगरी पनि मान्न सकिन्छ। यसको दर्शन र अवलोकन गर्न अहिले धेरै पर्यटकहरू हलेसीमा आउने गर्दछन्। पर्यटकीय गन्तव्यका रुपमा हलेसीक्षेत्र स्वदेशी पर्यटकहरू भित्र्याउने राम्रो र अकर्षक स्थल बनेको छ। यहाँ भारत, भुटान, श्रीलंकाजस्ता दक्षिण एशियाली मुलुकका विदेशी पर्यटकहरू समेत उल्लेख्य संख्यामा आउने गर्दछन्। अहिले त झन् त्रिधामको रुपमा यसको महत्व सर्वोपरि बनिरहेको छ। हिन्दु, बौद्ध र किराँतहरूको महत्त्वपूर्ण साझा धार्मिक र पर्यटकीय स्थलका रुपमा यस क्षेत्रलाई सबैले आस्था प्रकट गर्दै भ्रमण गर्ने गरेको पाइन्छ। तर यत्तिमा मात्र यस स्थलले चित्त बुझाएर अझै बस्न सकेको छैन। जैन धर्मसंग पनि हलेसीको अत्यन्त निकटको सम्बन्ध र प्राचीन सन्दर्भहरू जोडिएका छन्। जुन कुरा त्यति चर्चा र प्रचारमा आइसकेको छैन। यसले पर्यटन प्रवर्धनमा अझ बढी मद्धत पुग्न सक्ने देखिन्छ। अतः जनसामान्यको अलावा सम्बद्ध सबैमा यो कुराको राम्रो जानकारी पुर्‍याउन सकेको खण्डमा जैन धर्मावलम्बीहरू समेत यसको दर्शन र अवलोकनमा आकर्षित हुने कुरा निश्चित छ।

जैन सम्प्रदायका प्रसिद्ध आचार्य भद्रबाहु उत्तर भारतमा अनिकाल पर्दा केही जैन मुनिहरूलाई साथमा लिएर नेपाल पसेका थिए। उनी नेपाल त पसे त्यो महत्त्वपूर्ण घटना त हुँदै हो त्यसमाथि पनि खोटाङकै हलेसी तीर्थस्थलमा आएर धेरैवर्षसम्म तपस्यारत रहे भन्ने कुरा विभिन्न लेखौट र पुराना इतिहासकारहरूबाट पनि जानकारीमा आउने गरेको छ। यो ज्यादै महत्त्वपूर्ण कुरा हो। विक्रम सम्वत् ३७९ पूर्व जैनचार्य भद्रबाहु हलेसीमा आएर तपस्यामा लिन भएको कुराले खोटाङको

हलेशी महादेव मन्दिर, खोटाङ

इतिहास अत्यन्त पुरानो मान्न सकिन्छ। अझ त्यति मात्र होइन, भद्रबाहुका अनन्य र मेधावी प्रिय शिष्य स्थूलभद्र पनि आठ वर्षसम्म हलेसीमा आएर अध्ययन गरेका थिए। भद्रबाहु हलेसीमा तपस्या गर्दै गरेको समयमा स्थूलभद्र जैन मुनिहरूका साथमा हलेसी पुगेका थिए भनिन्छ। भीक्षाटन गरेर मात्र त्यसक्षेत्रमा अध्ययन गरी बस्न सायद मुस्किल परेकोले पनि होला अन्तमा स्थूलभद्रमात्र भद्रबाहुका साथमा रहन पुगे। '...यसप्रकार नेपालको खोटाङ हलेसीमा आचार्य भद्रबाहु महाप्राण ध्यानको साधना गर्न कहिले पुगेका थिए ? खोटाङ हलेसीमा ? यो समय किटान गर्न त सकिदैन। तर स्थूलभद्र नेपालमा अध्ययन गर्न पस्नु भन्दा चारवर्ष पहिले नै आचार्य भद्रबाहु नेपाल पसिसकेका थिए। किनभने कुनै पनि साधना गर्ने साधकको नियम बाह्रवर्षको हुन्छ। आचार्य भद्रबाहु आजको खोटाङ जिल्ला हलेसी महादेवमा बाह्रवर्ष साधनारत भएर बसेको बुझिन्छ। आचार्य भद्रबाहु हलेसी पुगेर साधनारत भएको चारवर्षपछि पाँचसय जैनमुनिहरू हलेसी पुगेका थिए। ती जैन मुनीहरू अध्ययन गर्न नसकेर यताउति लाग्दा एकमात्र स्थूलभद्र अध्ययनरत रहेपछि आचार्य भद्रबाहुले स्थूलभद्रलाई आठवर्षसम्म नेपालको हलेसी गुफामा नै जैन दृष्टिवाद पढाएको कुरा इतिहासको बुँदा र पानाहरू किंवदन्ती र जैन ग्रन्थ तित्थोगालिय आदिबाट पुष्टि हुन्छ (प्रपन्नाचार्य, २०७०: १९–२४)।' यो तथ्यले अब हलेसीलाई त्रिधाम मात्र भनेर बस्न कदापि मिल्दैन। यो चारौ धाम भइसकेको छ। अतः यो जैन धर्मावलम्बीहरूको पनि पवित्र तीर्थस्थल हो। त्यसैले यसको पर्यटकीय विकास र प्रचार गर्ने दायित्व पनि हामी सबैको काँधमा आएको छ।

त्यसो त विक्रम सम्बत्को सातौ शताब्दीमा बौद्धाचार्य गुरु पद्यमसम्भव (रिम्पोछे) जो नेपाल र तिब्बतमा ज्यादै प्रख्यात थिए उनी पाकिस्तानबाट सिन्ध, सक्कर हुँदै काश्मिर, हिमाञ्चलप्रदेशका गुफाहरू चहार्दै कुमाउ गढवालका गुफाहुँदै नेपालको राजधानीस्थित दक्षिणकाली नजिक रहेको फर्पिङको गुफामा यिनले केही वर्ष तपस्या गरे । त्यसपछि उनी हलेसी गुफामा आएर तपस्या गर्न थाले । त्यसपछि यहीँबाट उनी तिब्बततिर लागेको कुरा इतिहासकारहरू बताउने गर्दछन् । यसले पनि बौद्धमार्गीहरूका लागि यो भूमि पुजनीय दर्शनीय बनेको त छ नै त्यसको अलावा कतिपय यो धर्म सम्प्रदायका मानिसहरू हलेसी क्षेत्रमा आएर कैयौ दिनसम्म बसेर ध्यान तथा तपस्यामा लीन हुने गरेका छन् । यसले पर्यटन प्रवर्धनमा समेत महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गरेको छ । यस्ता मुनि र महापुरुषहरू आएर यो जिल्लालाई तपोभूमि र ज्ञानभूमि बनाइदिए । यो खोटाङ र खोटाङेका लागि मात्र होइन समग्र देशकै लागि ठुलो सौभाग्यको कुरा हो । जसका कारण तीर्थाटनको माध्यमबाट पर्यटकहरू यस्ता पावन भूमि टेक्न र अवलोकन गर्न लालायित हुने गर्दछन् ।

हलेसीकै कुरा गर्नु पर्दा सार्क शिखर सम्मेलन हुनुभन्दा एक हप्ता अघि भुटानबाट अनपेक्षित अनुरोध आयो । सम्मेलनपछि थिम्पु फर्किनु अघि भुटानका राजालाई खोटाङस्थित हलेसी महादेवको दर्शन गर्ने इच्छा भएछ । 'आवश्यक प्रबन्ध मिलाउने दायित्व ममाथि थपियो' भन्दै पूर्व मन्त्री रमेशनाथ पाण्डेय आफ्नो 'कुटनीति र राजनीति' नामक पुस्तकमा बडो रोचक ढङ्गले हलेसीको महत्ता र यात्राको वर्णन गरेका छन्- 'म लामिडाँडा गएँ । पूर्वाञ्चलका विमानस्थलहरूमध्ये मलाई ज्यादै मन पर्ने ठाउँ लामिडाँडामा फलफूलको बगैँचा, मनमोहक दृश्य, शान्त वातावरण, सविधाजनक अतिथिगृह आदि यसका थप विशेषता हुन् । राति विमानस्थलकै अतिथिगृहमा बिताएर भोलिपल्ट म घोडामा हलेसी महादेवतिर लागेँ । महादेव मन्दिर पुगेपछि म आश्चर्यचकित भएँ । एउटा ठुलो ओडारको प्रवेशद्वार, चट्टानको भित्तामा गाईको थुनजस्तो मझौला आकारको मुन्टो रहेछ । आश्चर्य ! त्यसमा मुख गाडेर फुक्ता पूरै ओडारबाट शङ्खध्वनि घन्कियो । ...भुटानका राजा जिग्मे दोर्जी वाङ्चुकका छोरा नजन्मिए पछि निराश भएकी रानीले हलेसी महादेव (जसलाई बौद्धमार्गीहरू भगवान् बुद्धको रुपमा पूजा गर्छन्) को प्रार्थना गरेर राजगद्धीको उत्तराधिकारी जन्मिए विधिपूर्वक पूजा गर्ने भाकल गर्नु भएछ । त्यसपछि राजा जिग्मे सिङ्गे वाङचुकको जन्म भए पनि दुई देशबीच कूटनीतिक सम्बन्धको अभावले नेपाल आएर आफ्नो भाकल पूरा गर्न सम्भव भएको रहेनछ । वर्षौं बितेपछि नेपाल आउन लागेका छोरा (राजा) लाई मुमा महारानीले आफ्नो भाकल बताएर हलेसी महादेवको पूजा गर्न अराउनु भएछ (पाण्डेय, २०७२ः २४०)।' यसरी भुटानका राजपरिवारले अहिले निरन्तरता पाइरहेको छ । त्यस राजपरिवारमा हलेसीको कत्रो

प्रभाव परिरहेको होला ? स्वतह अनुमान गर्न सकिन्छ ।

ख.आध्यात्मिक पर्यटन

खाोटाङ जिल्ला आध्यात्मिक, परोपकार तथा मानवताको पक्षमा पनि अगाडि देखिन्छ। यस क्षेत्रमा लागेर विभिन्न साधु, सन्त, महन्त, सन्यासी र त्यागी महापुरुषहरूले खोटाङको माटोलाई उत्तिकै कृतकृत्य पारेका छन्। जोशमनी सम्प्रदायका महन्त रामदाश राई दिक्तेल दोर्पाबाट दार्जिलिङ प्रवेश गरेर चमत्कारपूर्ण कार्यहरू गरी सबैलाई चकित पार्नु भएको थियो । चिसापानी खुटामा जन्मनु भएका सच्चिदानन्द पुरीले विभिन्न जिल्लाहरूमा घुमेर मानव सत्कार्यका लागि कामहरू गरिरहनु भयो। खोटाङको दिप्रुङ चुइचुम्मा ४ दिनुवा पुर्ख्यौले थलो भएकी एक चेलीको नाम हो –प्रभुदासी हजुर। उनले दार्जिलिङमा जन्मेर काठमाडौं आइ नेपाल भारत दुवै देशमा पुर्‍याएको आध्यात्मिक चेत पनि अतुलनीय रहेको छ। चर्चित कथा वाचिका राधिका दासी जसले देश विदेशमा आफ्नो पुराण वाचन कलाले प्रसिद्धि कमाउनु भएको छ । उहाँको स्थायी निवास पनि खोटाङ जिल्लाको दिप्रुङ चुइचुम्मा गाउँपालिकाको प्वाला भन्ने स्थानमा भएको कुरा थाहा हुन्छ। हलेसी सेरोफेरोमा जन्मिएका भक्त गिरी पछि बालागुरु बनेर देशदेशावर कहलिन पुगे । यो माटोमा जन्मेका यस्ता अन्य थुप्रै साधुसन्त महन्त तथा ज्ञानी पुरुषहरूले चुमेको माटो पहिल्याउँदै अन्य आस्थावान् व्यक्तिहरू उक्त स्थलहरूमा आफ्ना पाइला पुर्‍याउन लालायित रहने गर्दछन्। यसले पर्यटन प्रवर्धनमा समेत महत्व भूमिका निर्वाह गरिरहेको छ ।

ग. साहित्यिक पर्यटन

विक्रम सम्वत् ११५२ साल अर्थात् शाके १०१७ पूर्व नै 'खोटाङ' भन्ने नाम प्रसिद्ध भइसकेको थियो। तत्कालीन गढवाल राज्यको राजधानी टेहरी राजदरवारको पुस्तकालयमा वामनजयादित्याचार्य विरचित 'काशिकावृत्ति' (अष्टाध्यायीको टीका) को टिप्पणी र 'काव्यसुधानिधि' (साहित्यविषयक) खोटाङबासी हर्कवली राईका यी दुई ग्रन्थहरू पाइएका छन् । यस्ता पुराना ग्रन्थहरू लेख्ने हर्कबली राईको जन्म खोटाङको कुन गाउँ र ठाउँमा भयो होला ? उनका मातापिताको नाम के थियो ? उनको शिक्षादीक्षा कहाँ भयो होला ? त्यस समयमा पनि उनलाई विद्याव्यशनमा प्रेरित गर्ने व्यक्ति भन् कति कति महान् र प्रज्ञा चेतले ओतप्रोत थिए होला ? उनका अन्य कृतिहरू पनि थिए कि ? यस्ता यावत् विषयवस्तु प्रति हाम्रो चासो, चिन्ता र जिज्ञासा हुनु स्वभाविक हो। तर अहिलेसम्म उक्त जिज्ञासाहरू जिज्ञासा मै सीमित रहन वाध्य छन्। त्यसलाई हामीले शान्त पार्न सकेका छैनौं । कतिले उनलाई खोटाङको दोर्पा निवासी हुन् भनेका छन् तर उक्त

कुरालाई प्रमाणले पुष्टि गर्न भने अझै सकिएको छैन । स्वामि प्रपन्नाचार्यज्यूले यतिसम्म भए पनि जानकारी गराइदिएर कृतकृत्य पारिदिनु भएको छ। भारतको गढवाल राज्यको टेहरी पुस्तकालयमा पुगेर थप अध्ययन अनुसन्धान गर्दा अरु धेरै कुराहरू पत्ता लाग्न सक्थे कि भन्ने अभिप्राय हो । यसको लागि हाम्रा सरकारी निकायहरूले अलि बढी चासो र सचेतना अपनाइदिएको खण्डमा यो जिज्ञासाको समाधान सायद भेटिने थियो कि ? अथवा उहाँबारे अन्य थप सत्यतथ्य कुराहरू पत्ता लगाउन सजिलो पर्ने थियो भन्ने लाग्दछ । त्यसैले यो अति महत्त्वपूर्ण सम्पत्ति हो हाम्रो लागि । यति पुरानो लिखित इतिहास सितिमिति अन्यत्र पाउन गाह्रो पर्छ । यत्रो इतिहास भएको व्यक्ति खोटाङ र खोटाङे साहित्यले पाएको छ। यो केवल एउटा जिल्लाको मात्र कुरा होइन, समग्र देशकै इज्जत र प्रतिष्ठाको विषय हो । यस्तो पुरानो कृति र कृतिकारको स्थान देख्न हेर्न जो कोही तयार हुनु स्वभाविक हो । यसले पनि साहित्यिक पर्यटन प्रवर्धनमा सहयोग पुऱ्याउन सकिन्छ ।

पृथ्वीनारायण शाहका एक समकालीन कविको नाम हो- उदयानन्द अर्ज्याल । कवि अर्ज्यालको जन्म विक्रम सम्बत् १८१५ मा भएको थियो भने उनको निधन चाहिँ विक्रम सम्बत् १८९४ मा भयो । यी वीरगाथाकालीन अन्तिम कवि हुन् । विक्रम सम्वत् १८१६ मा राजा मुकुन्दसेन द्वितीयबाट सप्तरीको हथनी र बैडवा बिर्ता पाए पछि उनी त्यतै बस्न थाले । पछि विक्रम सम्वत् १८७१ मा नेपाल इष्टइण्डिया कम्पनीसँग युद्ध हुँदा उदयानन्दको बैडवा बिर्ताको घर लुटियो । त्यसपछि उनी आफ्ना जहान परिवारलाई खोटाङको चिसापानी खुटा बिर्तामा लगी सुरक्षित राखे । उनले शिखर लागि बस्ने पहाडी घर भनेको चिसापानीको खुटा नै थियो (नेपालः प्रज्ञा, ११/१३)। उनका सन्तानले हामीले जान्दासम्म यसको उपभोग गरिरहेका थिए भनेर इतिहासकार ज्ञानमणि नेपालले लेख्नु भएको छ । उनको घर लुटिएपछि उदयानन्दले आफ्नो परिवार खोटाङमै राखी उतै बसोबास गर्ने गरेको कुरा थाहा पाइन्छ (रेग्मी, २०५४ः ५–६)। विक्रम सम्वत् १८७२ को आषाढमा प्रसिद्ध 'बेतालपचीसी' खण्डकाव्य उनले खुटामै रचेका थिए । नेपाली वीर कविताहरू वाइसी र चौविसी राज्यका गुफा कन्दरादेखि कुमाउ, गढवाल, काठमाडौं र खोटाङको भूभागसम्म निर्मित भएको देखिन्छ (भण्डारी, २०५३ः २९६)।

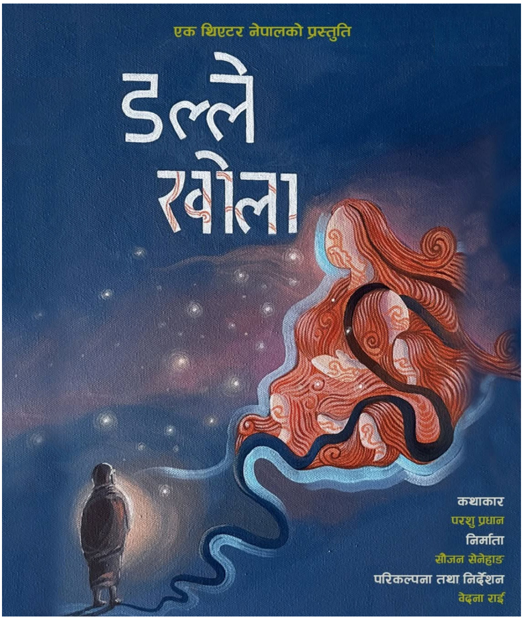
विदेशतिरको कुरा गर्ने हो भने पुराना पुराना घरका झ्याल ढोकाहरू किनेर राख्ने, सोफा, टेवल कुर्सी, घडी तथा सय वर्ष पुराना पुराना घडी तथा औंठीहरू परिवारका सदस्यहरूले संग्राहलयलाई दिएका कैयौ उदाहरणहरू पाइन्छन् । बेलायतका कवि जोन किट्स क्षयरोगका कारण केवल २५ वर्षको छोटो आयुमा बित्न पुगे । उनले उपचारको लागि अस्पतालमा पुगेर काटेको बिलजस्तो सानो कुरालाई पनि फ्रेमिङ

गरी सङ्ग्राहलयमा सुरक्षित रुपमा राखिएको छ। यो सुन्दा खुसी र छक्क दुवै लाग्ने गर्छ हामीहरूलाई। त्यस्तै अर्का साहित्यकार चार्ल्स डिकेन्स पनि ५८ वर्षमै बित्न पुगे तर दुईवर्ष त्यो पनि डेरामा बसेको ठाउँमा उनको कत्रो सम्मान र स्मारक बनाएर संस्मरण गरिएको देखिन्छ। बेलायतमै सेक्सपियरको जन्मघरको कत्रो महत्व छ। त्यहाँ विश्वका असंख्य पर्यटकहरू पुग्ने गर्छन्। उनको थप अध्ययन अनुसन्धान र अवलोकन गर्नेहरूको त्यहाँ घुइँचो लागिरहेको हुन्छ। नेपालमा चाहिँ यस्ता यस्ता पुराना कीर्ति गाथालाई जीवन्त बनाउने कार्यमा केही काम नै भएको छैन। यहाँ उदयानन्दको त के कुरा मोतिराम, लेखनाथ, सम, रिमाल, रुद्रराज कसको पो सङ्ग्राहलय बनेको छ र ? पछिल्लो चरणमा अलिकति देवकोटा र विकलको बाहेक। नत्र विपी कोइराला, विजय मल्ल, सिद्धिचरण श्रेष्ठ, लैनसिंह बाङ्गदेल, कृष्णचन्द्रसिंह प्रधान, मोहन कोइराला, चित्तधर, भूपि, पारिजात ककसको मात्र कुरा गर्नु ? कति स्रष्टाले कुन घरमा बसेर कुन कृतिहरू लेखे होला, कति स्रष्टाले डेरामा बसेर कलम चलाए होला, त्यहाँ कति उत्कृष्ट कृतिहरू जन्मिए होला, त्यसको कुनै हिसाव किताव छैन, लेखाजोखा छैन। देशका अनेक स्थानबाट अनेक ठाउँमा पुगेर कत्रा कत्रा साहित्यिक कृतिहरू नेपाली स्रष्टाले सिर्जना गरेका उदाहरण पाइन्छन् तर खै तिनको लेखाजोखा ? बेतालपचीसी जस्तो अति प्राचीन कृतिको त केही हिसावकिताव गरिएको छैन भने अरुको के आशा गर्नु ? खोटाङको खुटा भन्ने ठाउँ कता छ ? त्यहाँ त हामी जो कोही पुग्न सक्छौं। अहिले त झन् त्यहाँ यातायातको प्रबन्ध भइसकेको अवस्था छ। उनी बसेका घरको कुनै भग्नावशेष अझै पो थियो कि ? उनले लेखेको स्थानको कुनै निशानी पाइन्थ्यो कि ? उनका शाखा सन्तानहरू अझै त्यतै कतै पो थिए कि ? उनको नामलाई जिल्लाकै कति स्रष्टाले चिनेका छन् ? उनको अध्ययन र अनुसन्धान गर्नु पर्छ भनेर सर्वप्रथम त्यही जिल्लाले, त्यहीँका स्रष्टाहरूले चर्चा चलाउनु पर्ने होइन ? कमसे कम यसो भइरहको छैन। अनि अरुले उनी बारे केही गरिदिएन वा गरिदियोस् भन्नुको के अर्थ ? यो अत्यन्त गम्भीर विषय हो। खोटाङे साहित्यिक पर्यटनका लागि यस्ता स्थानहरू महत्त्वपूर्ण तीर्थस्थल पर्यटकीय स्थल हुन सक्छन्।

कला, साहित्य र संस्कृति भनेका समाजका गहना हुन्। त्यसैले लेखक/सर्जक सदैव पूजनीय, आदरणीय र वन्दनीय हुन्छन्, महत्त्वपूर्ण मानिन्छन्। खोटाङे सर्जकहरूले यस्ता छाप छाडिने गरी थुप्रै रचनाहरू सिर्जना गरेका छन् भने खोटाङ बाहिरका सर्जकहरूले पनि यस जिल्लाको परिवेशलाई लिएर लेखिएका कतिपय कृतिले यहाँको भूगोल, परिवेश र जनजीवन चिनाउन उत्तिकै मद्धत पुर्‍याइरहेको देखिन्छ। अतः सर्जकका कलममा पनि उत्तिकै छाएको छ– खोटाङ। तर यस्ता घटना र सन्दर्भहरू पनि ओझलमा छन्। त्यस्ता सर्जक र कृतिलाई खोटाङे

साहित्यकारले, पाठकले, अध्ययन अनुसन्धानकर्ताले अझ महत्वका साथ अगाडि ल्याउनु परेको छ।

खोटाङको परिवेशलाई लिएर लेखिएको परशु प्रधानको एउटा कथाको नाम हो– 'डल्ले खोलो'। यस्तो अमर र चर्चित कथा पायो खोटाङको एउटा खोलाले। भ्रष्टाचार र व्यथितिको चरम नमूना बोकेको यो कालजयी कथा आठ कक्षाको पाठ्यक्रममा समेत समावेश गरिएको छ। 'निश्चय/अनिश्चय' कथामा मुगामायाले रावाखोलामा आत्महत्या गर्छे कि साप्सु खोलामा उत्तर के दिने होला ? निश्चय/अनिश्चय नामक यो कथामा कथाकारले आफू प्रजिअ भएर दिक्तेलमा बस्दा कारागारमा परेकी एक खोटाङे महिलाको यथार्थ



वर्णन पस्किएका छन्। उनको अर्को कथाको नाम हो– 'एउटा लाश माथि'। दिक्तेल बजारको चर्चित लयालु होटलको सन्दर्भ उठाउँदै प्रजिअ भएर बस्दा आइपर्ने समस्यालाई बडो मार्मिक र स्पष्टसँग उदाङ्गो पारिएको छ यहाँ। यसले पनि उत्तिकै चर्चा पाएको थियो। विक्रम सम्वत् २०३६ सालदेखि २०३९ सम्म दिक्तेलमा प्रजिअ बनेर बसेको समयमा वरिष्ठ कथाकार परशु प्रधानले लेखेका यस्ता कतिपय कथाहरूमा खोटाङको भूगोल मात्र होइन यहाँका जनताको वास्तविक स्थिति र ग्रामीण जनजीवन उतारिएको छ।

खोटाङे स्रष्टा/सर्जकहरूको सुवास पनि त्यत्तिकै सुगन्धित रुपमा फैलिरहेको छ। पुराना कालजयी गायक तथा सङ्गीतकार बच्चु कैलाशको घर खोटाङ हो। हालको दिप्रुङ चुइचुम्मा गाउँपालिका अन्तर्गत पर्ने सापातेलको बस्नेत परिवारमा उहाँको जन्मनु भएको हो। खोटाङमा बाङ्देल त अझ गाउँ नै छ, जहाँबाट सुप्रसिद्ध सर्जक तथा कलाकार लैनसिंह बाङ्देलका बाबुबाजे प्रवास छिरेका थिए। टिष्टा बजार दार्जिलिङमा जन्म भए पनि अर्का साहित्यकार गुमानसिंह चामलिङको पुर्ख्यौले

थलो लफ्याङ खोटाङ हो। आसामका पूर्व मूख्यमन्त्री तथा साहित्यकार पवन चामलिङका पुर्खा पनि खोटाङको निर्मलीडाँडा लामाखुबाट सिक्किम दार्जिलिङतर्फ झरेको कुरा बताइन्छ। प्रसिद्ध सर्जक तोया गुरुङ खोटाङको खार्मी बाक्सिला क्षेत्रकी थिइन्। यस्ता अनेकौ उदाहरणहरू दिन सकिन्छ। प्रत्येक लेखक कवि कलाकार जन्मेको, हुर्केर बढेको, खेलेको, लेखेको घरको, डेराको वा स्थानको उच्च महत्व हुने गर्दछ। विदेशतिर यसको झनै उच्च मूल्याङ्कन र महत्व हुने गर्दछ। तसर्थ यस्ता स्थानहरूको खोजी, चर्चा र अन्वेषण गरेर त्यसलाई पर्यटकीय स्थलको रुपमा भने विकसित गर्न सक्नु अत्यन्त अपरिहार्य हुन्छ। समय छँदै सोचेर यसमा केही काम गर्न सकेको खण्डमा त्यसले दूरगामी महत्व बोक्छ नत्र भोलिका दिनमा समय बितिसकेपछि चुक्चुकाउनु शिवाय अरु विकल्प हँदैन। समय छँदै यसमा ध्यान पुऱ्याउन सक्नुमा हाम्रो बुद्धिमत्ता झल्कन्छ।

निष्कर्ष

यस्तो गौरवपूर्ण इतिहास बोकेको जिल्लामा त्यत्तिकै गौरवशाली स्थल, स्थान, प्राकृतिक मनमोहकपन, महापुरुषहरू आउनु वा हुनु कुनै अस्वाभाविक कुरा होइन। अतः यस जिल्लामा लुप्त र गुप्त रहेका कति अमूल्य रत्नहरू थिए होलान् जसलाई हामीले उत्खनन् गर्न सकेका छैनौ। त्यस्ता मणिहरूलाई, रत्नहरूलाई हामीले उत्खनन् गर्नु परेको छ, चिन्नु परेको छ। उनीहरूबारे थप अध्ययन अनुसन्धान र अन्वेषण गरेर जनसमाजलाई पस्कनु परेको छ। कतै हामीलाई भिल्लको देशमा मिल्किएका मणिहरूलाई स्याहार्न नसक्ने व्यक्तिका रुपमा अरुले उदाहरण पेश गर्ने त होइनन् ? आशङ्का उत्पन्न हुन्छ। एउटा विकट पहाडी मुलुकमा यति विघ्न यस्ता प्राकृतिक छटा तथा रत्नहरू पाइनु, जन्मनु अथवा अन्यत्र जन्मेका भए पनि खोटाङलाई छनौट गर्दै यहाँको माटो चुम्न आउनु भनेको कुनै चानचुने कुरा किमार्थ होइन। यसले यस क्षेत्रको पर्यटनको प्रबर्द्धन गर्दै आर्थिक समृद्धिमा समेत योगदान पुर्‍याउने कुरा निर्विवाद छ। यो हामी सबैको लागि अहोभाग्यको कुरा हो, हाम्रो गौरव र गर्वलायक विषय हो। अतः यस्तो पवित्र खोटाङको माटोलाई नमन गर्नु पर्दछ र यहाँ भेटिएका यस्ता अमूल्य सम्पदा तथा मणिहरूलाई सशक्त ढङ्गले देशदेशावर पुर्‍याउन सकेको खण्डमा समग्र राष्ट्रकै इज्जत र प्रतिष्ठा बढ्न जाने कुरा निर्विवाद छ, पर्यटनको प्रवर्धन समेत हुन सक्नेछ। खोटाङका कारण राष्ट्र चिनियो भने तपाई हामी स्वतह चिनिने छौं। त्यसैले इतिहासको गर्भ र गर्तमा लुकिरहेका अथवा हराइसकेका यस्ता स्थान, स्थल, स्मारक, व्यक्ति, घटना र सन्दर्भहरूलाई प्रकाशमा ल्याएर सम्बन्धित निकायको ध्यानाकर्षण गराउनु यस प्रसङ्गमा महत्त्वपूर्ण देखिन्छ।

श्री बुधेश्वर महादेव गुफा, खोटाङ

अहिले विश्वले प्रकृतिक पर्यटनमा मात्र होइन कृत्रिम पर्यटनमा समेत महत्त्वपूर्ण कार्य गरिआएको देखिन्छ। मृतात्मासँग कुरा गराउने वा भूत देखाउने भनेर नदी किनार जहाँ मृतात्माहरूको दाहसंस्कार गरिन्छ उक्त स्थानमा पर्यटकहरूलाई लगेर उसको नरकंकाल देखाउने, डरलाग्दा र अनौठा आवाजहरू सुनाएर पर्यटकहरूलाई आकर्षित गर्ने विविध प्रविधिहरूको विकास गरेका छन्। उच्च हिमशिखरहरूको आरोहण र हनी हन्टिङजस्ता साहसिक कार्य त हाम्रो देशमा प्रचलित छँदैछ। त्यसको अलावा अन्य साहसिक कार्यहरू गरेर रोमाञ्चित पार्दै पर्यटकहरूलाई भरपुर मनोरञ्जन दिलाएर फर्काउन सकिएको खण्डमा थप आयआर्जन गर्न सकिने कुरा निर्विवाद छ। यस्ता कामका लागि हाम्रो देश र यहाँका भूगोल अन्यन्त उर्वर मानिने हुँदा यसमा विभिन्न प्रविधिहरूलाई प्रयोग र संयोजन गरेर कृत्रिम पर्यटनको सम्भावनालाई समेत हामीले नकार्नु नहुने तथ्य सर्वथा स्वभाविक र समीचिन हुनेछ।

अन्त्यमा के भन्न सकिन्छ भने खोटाङको भूगोल, सम्पदा, यहाँ जन्मिएका र खोटाङलाई कर्मभूमि तथा साधनाभूमि बनाउन आएका आचार्य तथा मुनीहरू, प्रज्ञासाधक, प्रज्ञाद्योतित, सच्चरित्र र सद्गुणका निर्मल स्तम्भहरू, वरिष्ठ स्रष्टा सर्जकहरूबाट यो पावन भूमि सिञ्चित र पल्लवित छ। यस्तो ज्ञानभूमि र पवित्र तपोभूमिमा जन्मनु र बस्न पाउने सौभाग्य जो कोहीलाई सितिमिति मिल्दैन। अतः हामी अति भाग्यमानी छौं। त्यसैले यस्ता सम्पदाहरूको रसास्वादन गर्न पाउनु, यस्ता मनिषीहरूको तपोभूमिमा पाइला टेक्नु र उहाँहरूले छाडेर गएका पदचिन्हहरूलाई

नियाल्न पाउनु आफैमा गर्व र गौरवको विषय हो । कतिपय कुराहरू प्रचारप्रसारका अभावमा पर्यटन प्रवर्धनमा अवरोध सिर्जना भएको कुरालाई दृष्टिगत गरी त्यसमा समेत हामीले काम गर्नु पर्ने परिस्थिति टड्कारो देखिन्छ। त्यसका अलावा यो जिल्लामा यस्ता अन्य सम्पदा, विधा र क्षेत्रहरू अझै ओझेलमा छन् त्यस्ता क्षेत्रको बारेमा पनि थप खोजी, अध्ययन र अन्वेषण हुनु अत्यन्त आवश्यक छ। यसमा सम्बन्धित विज्ञ र क्षेत्रको ध्यान पुग्न सकोस् । अस्तु ॥

सन्दर्भसामग्री

१. पन्थी, डा.टीकाराम (२०६२), साँस्कृतिक चिन्तन, तम्घास गुल्मीः किरण पुस्तकालय ।

२. पाण्डे, रमेशनाथ (२०७२), राजनीति र कुटनीति, बागबजार काठमाडौंः साङग्रिला पुस्तक प्रा.लि.।

३. रेग्मी, नगेन्द्रराज (२०५३), खोटाङ जिल्लाको साहित्यिक रुपरेखा, दिक्तेलः खोटाङ जिल्ला विकास समिति ।

४. सुवेदी, धनप्रसाद (२०६६), खोटाङ जिल्ला विगत र वर्तमान, काठमाडौं नेपालःरावा–सावा प्राज्ञिक समाज ।

५. स्वामी डा.प्रपन्नाचार्य (२०५१), प्राचीन किराँत इतिहास, मीरघाट वाराणसीः किरातेश्वर प्रकाशन ।

६.. –––––––––––––(२०७०), मिल्केका झिल्का, स्वर्गपुरी, रवी, पाँचचरः किरातेश्वर प्रकाशन ।

नयाँ परिवेशमा नेपालको पर्यटन

✍ **कुमारी निमा काफ्ले**

न्यूयोर्कका मेयर जोहरान मम्दानीले निर्वाचन जितेको भोलिपल्ट, ज्याक्सन हाइट्स्सस्थित एउटा नेपाली रेस्टुरेन्टमा खाना खाए, टेबलमा मःम को प्लेट र भित्तामा शान्त मुद्रामा बसेको बुद्धको चित्रसहितको फोटो उनको सामाजिक सञ्जालमा तीव्र गतिमा फैलियो। संसारले त्यसबाट नेपालको एक अंश महसुस गऱ्यो। एक प्लेट मःम, बुद्धको शान्त मुद्रा र नेपाली समुदायको सरलता यी नै विश्वमा फैलिने नेपालको सफ्ट पावर हुन्।

संयोग नै मान्नुपर्छ, सांस्कृतिक पर्यटनको दृष्टिले नेपालले सन् २०२५ मा ठुलो उपलब्धि हासिल गरेको छ। न्यूयोर्क टाइम्सले विश्वका ५२ प्रमुख पर्यटकीय गन्तव्यको सूचीमा नेपालको बौद्ध जन्मस्थल लुम्बिनीलाई समावेश गरेको छ। यो नेपालको सांस्कृतिक पर्यटनको अन्तर्राष्ट्रिय मान्यता हो। त्यसैगरी, अमेरिकाको प्रतिष्ठित पत्रिका फोर्ब्सले विश्वका उत्कृष्ट १० पर्यटकीय गन्तव्यको सूचीमा नेपालको नाम राख्नु नेपालको बहुआयामिक पर्यटन क्षमता र अन्तर्राष्ट्रिय

✍ ***बोर्ड सदस्य, प्रेस काउन्सिल नेपाल***

आर्कषणको संकेत हो ।

नेपालको पर्यटनले पछिल्ला दशकहरूमा सकारात्मक संकेतहरू प्रस्तुत गरिसकेको छ । निजी लगानी बढेको छ, र यसले नेपालको पर्यटन क्षेत्रको दीर्घकालीन सम्भावना अझ स्पष्ट बनाएको छ । हाल पर्यटनले कुल गार्हस्थ उत्पादनमा करिब तीन प्रतिशत योगदान पुऱ्याइरहेको छ । विश्वका १० उच्चतम हिमालमध्ये आठ ओटा नेपालमा रहेकाले पर्यटन नेपालको चौथो ठुलो उद्योग र विदेशी मुद्रा प्राप्तिको प्रमुख स्रोत बनेको छ । विश्व बैंकले हालै प्रकाशित प्रतिवेदनले नेपालको संरक्षित क्षेत्र पर्यटन र स्थानीय समुदायमाथि परेको आर्थिक प्रभाव स्पष्ट गरेको छ । प्रतिवेदनका अनुसार, नेपाल भ्रमण गर्ने पर्यटकमध्ये करिब ४५ प्रतिशतले देशका प्राकृतिक सम्पदाहरू हिमाल, नदी, वन र जैविक विविधतामय क्षेत्र एक्सप्लोर गर्छन । नेपालमा हाल २० वटा संरक्षित क्षेत्र छन् । जसमा १२ वटा राष्ट्रिय निकुञ्ज समावेश छन् । यी संरक्षित क्षेत्रहरूले देशको करिब २० प्रतिशत भू भाग संरक्षण गरेका छन् र जैविक विविधता तथा वन्यजन्तुको दिगो व्यवस्थापनमा निर्णायक भूमिका खेलेका छन । यी क्षेत्र नै पर्यटनहरूको मुख्य आकर्षण बनेका छन् र यसले नेपालको पर्यटकीय ब्रान्डलाई अन्तर्राष्ट्रिय स्तरमा बलियो बनाएको छ ।

नेपालमा पर्यटनको दृष्टिले सम्झन योग्य वर्ष सन २०११ हो । त्यतिवेला नेपालको पर्यटनले कुल आन्तरिक उत्पादन(जीडिपी) मा करिब ६.७ प्रतिशत योगदान पुऱ्याएको थियो र २.२ अर्ब अमेरिकी डलरको आर्थिक कारोबार सिर्जना गरेको थियो । त्यही समयमा पर्यटनले प्रत्यक्ष तथा अप्रत्यक्ष गरी एक लाखभन्दा बढी रोजगारी सिर्जना गऱ्यो, जसमा करिब ८० प्रतिशत रोजगार दुर्गम र स्रोत अभाव भएका क्षेत्रहरूमा फैलिएको थियो । इतिहासमै पहिलो पटक नेपालको पर्यटनमा विदेशी पर्यटकहरू नेपालमा निर्धक्कसँग आवत जावत गर्न थालेका थिए । त्यसअघि व्यवसायिक रुपमा नेपालले सन १९९८ लाई “पर्यटन वर्ष” घोषणा गरेर पाँच लाख विदेशी पर्यटक भित्र्याउने लक्ष्य तय गरेको थियो । सन् २०३२ सम्म वार्षिक ३५ लाख पर्यटकलाई आर्कषित गर्ने नयाँ रणनीतिक लक्ष्य अघि सारिएको छ । यो लक्ष्य महत्वाकांक्षी देखिन्छ । वर्तमान तथ्यांकले देखाँउछ कि हालसम्म नेपालमा वार्षिक रुपमा आउने अन्तर्राष्ट्रिय पर्यटक संख्या करिब १० लाखको आसपासमै सिमित छ ।

कोभिड १९ महामारीले नेपालको पर्यटन क्षेत्रलाई कहिल्यै नभएको चुनौती दियो । जहाँ हरेक वर्ष हजारौ पर्यटक हिमाल, मन्दिर, साँस्कृतिक स्थल हेर्न आउथे, त्यो मार्ग अचानक बन्द भयो । अन्तराष्ट्रिय उडानहरू रोकिए, एयरलाइन्स सेवाहरू कटौती भए, र लकडाउनले पुरै होटल, रिर्सोट, ट्राभल एजेन्सी, गाइड र साहसिक

कोभिड महामारी (लकडाउन)का समयमा भद्रकाली-सिंहदरबारको दृश्य

पर्यटनका सबै सेवा बन्द हुन पुगे। होटलहरू खाली, ट्रेकिङ मार्ग सुनसान, सहरका सडकहरू सामान्यभन्दा शान्त भए। जो पहिला गन्तव्य पर्यटनको लागि लाखौ लगानी गर्थे, उनीहरू आर्थिक घाटामा परे। दैनिक आयमा निर्भर कर्मचारीहरू बेरोजगार भए, स्थानीय व्यवसायहरू धरापमा परे। तर समयसँगै घाउ विस्तारै निको हुँदै थियो। नेपाल पर्यटन बोर्डको तथ्यांकले भन्छ- सन् २०२४ नेपालका लागि पर्यटनको पुर्नजागरण र आशाको वर्ष बनेको थियो। कोभिडबाट थकित होटल व्यवसायीहरूमा नयाँ जोश आएको थियो। पोखरा र मुस्ताङका रिसोर्टहरूमा अग्रिम बुकिङले भरिएका थिए। हिमालको काखमा फर्कन आतुर पर्यटकहरूको संख्या लगातार बढ्दै पनि थियो। पर्यटन उद्योग फेरि स्थिरतामा फर्किदै थियो। यस्तै अवस्थामा, २०८२ भदौ २३ र २४ गतेको जेन जी आन्दोलनले पर्यटन क्षेत्रमा अस्थायी चुनौती सिर्जना गऱ्यो। सेप्टेम्बर ८, २०२५ मा बेलायती युट्युबर हयारी ज्याक्सन आफनो ट्राभल ब्लग 'वि हेट द कोल्ड' को लागि शान्तिपूर्ण काठमाडौको सडकमा पुग्ने योजना बनाएका थिए। तर त्यो दिन उनले कल्पना नगरेको काठमाडौको दृश्यले उनको यात्रा पूरै फेरिदियो। नेपालको ऐतिहासिक जेन जी आन्दोलनले सहरका सडकहरूमा धुँवाको मुस्लो उठिरहेको थियो। सवारी साधनहरू जलिरहेका थिए र मानिसहरू आक्रोशित भएर नारा लगाइरहेका थिए। भीडको उर्जाले आकाश नै कामेको जस्तो देखिन्थ्यो। हयारीले तुरुन्तै आफनो क्यामेरा निकालेर ती क्षण कैद गरे। "मिडियाले नदेखाएको नेपाल" शीर्षकको २३ मिनेट लामो भिडियोमा दृश्य होइन, नेपालको सामाजिक चेतना र बदलिँदो राजनीतिक युगको गहिरो प्रतिबिम्ब समेटिएको थियो। हयारी ज्याक्सनले अपलोड गरेको २३ मिनेट लामो भिडियो अहिले सम्म ३१ मिलियनभन्दा बढी पटक

हेरिएको छ। नेपालको यस घटनालाई अन्य अन्तर्राष्ट्रिय सञ्चार माध्यमले पनि प्राथमिकता दिएका थिए। रोयटर्स, द न्यूयोर्क टाइम्स, इन्डिपेन्डेन्ट, सिएनएन, बी.बी.सी. र अलजजिरा जस्ता विश्वका अग्रणी मिडियाहरूले यो आन्दोलनलाई विश्वभर प्रसारण गरे। तर तिनीहरूको दृष्टिकोणहरू फरक थिए। कतिले यसलाई भ्रष्टाचारविरुद्धको आन्दोलनको रुपमा चित्रित गरे, कतिले सामाजिक सञ्जाल प्रतिबन्ध र अभिव्यक्तिको स्वतन्त्रतामाथिको आक्रमणको कथा भनेर व्याख्या गरे र कतिले यसलाई राजनीतिक षडयन्त्रसँग जोडेर विश्लेषण गरे। तर वास्तविकता के थियो भने कुनै सामान्य आन्दोलन थिएन। यो एक पुस्ताको विद्रोह थियो। उनीहरूले सिस्टमलाई मात्र होइन, मानसिकता र स्थायित्वको मिथकलाई पनि चुनौती दिए। यो आन्दोलनले विश्वलाई सन्देश दियो : नेपाल अब सजग, शिक्षित र डिजिटल चेतनासम्पन्न पुस्ता बनिसकेको छ। उनीहरू आफूलाई ग्लोबल सिटिजन ठान्छन र देशलाई पनि त्यतिकै प्रेम गर्छन। उनीहरूको उर्जा सिर्जनशिलता र नैतिक प्रतिबद्धताले नेपाललाई नयाँ पहिचान दिलाएको छ : साहसको, नवप्रवर्तनको र पुनजागरणको देश।

नेपालको पर्यटन उद्योग अहिले फेरि एउटा महत्त्वपूर्ण मोडमा पुगेको छ। जहाँ विगतका दशकौँको संघर्ष, पुनर्निर्माण प्रयास र आशाका विचमा एउटा नयाँ चुनौतीले प्रवेश गरेको छ। वि.सं. २०४६ पछि बनेका हरेक राजनीतिक पार्टीका सरकारले पर्यटनलाई नेपालको आर्थिक मेरुदण्ड मान्ने दावी गरे, वि.सं. २०५२ पछि सुरु भएको माओवादी युद्ध, वि.सं. २०५८ को दरबार हत्याकाण्ड वि.सं. २०७२ को विनाशकारी भुकम्प, भारतसँगको नाकाबन्दी र कोभिड १९ महामारीले देशको विश्वव्यापी छवि र पर्यटन क्षेत्रलाई गहिरो चोट पुऱ्यायो। संसारको नक्सामा आफनो शान्त छवि बनाउन खोजिरहेको नेपालका लागि ती सबै घटना गहिरा घाउ थिए। प्रत्येक संकटभित्र एउटा अवसर लुकेको हुन्छ। नेपालले विगतमा भूकम्प, महामारी, राजनीतिक संघर्ष र युद्धजस्ता विनाशकारी अवस्थाबाट पनि उठेर विश्वलाई अचम्ममा पार्ने अद्‌भूत शक्ति प्रर्दशन गरिसकेको छ। जेन जी आन्दोलनलाई अराजकता वा अस्थिरताको दृष्टिले होइन, एक सामाजिक पुनर्जागरणको प्रतीकका रुपमा बुझ्नु जरुरी छ। यो विद्रोह कुनै विनाश होइन, चेतनाको पुनर्जन्म हो। यसलाई सही दृष्टिकोण र रणनीतिसँग प्रस्तुत गर्न सकियो भने यही आन्दोलन नेपालको नयाँ पर्यटन ब्राण्डिङको आधारशिला बन्न सक्छ। त्यसैले अहिले पनि निराश हुन हामीलाई छुट छैन। आज हामीसँग संकट पनि छ, तर त्यसमाथि उठने चेतना पनि छ। नेपालको पर्यटन पहिचान परम्परागत रुपमा हिमाल, बौद्ध स्तुपा आध्यामिकता र प्रकृतिको शान्तिमा आधारित थियो। बौद्ध ध्यान, योग, र आत्मअनुभूति खोज्ने अन्तर्राष्टिय यात्रुहरूको लागि नेपाल एक

आत्मिक गन्तव्य थियो। तर आजको विश्व केवल स्थान हेर्दैन, कथा सुन्छ। विश्वले अनुभूति चाहन्छ, जुन व्यक्ति, समाज, राष्ट्रका संघर्ष पुर्नजागरण चेतनासँग जोडिएको हुन्छ। त्यही भएर आजको युग 'स्टोरीटेलीङ' को युग हो। एक राष्ट्रको छवि अब धर्म, वा प्राकृतिक सौन्दर्यबाट मात्र बन्दैन। यो कथामा बनाइन्छ, त्यो कथा जुन सुन्दा मानिसले भन्छ : म यो देशलाई महशुस गर्न चाहन्छु हयारी ज्याक्सन जस्ता अन्तर्राष्ट्रिय युट्युबरहरूले नेपालका वास्तविक दृश्यहरू, विरोधका क्षणहरू, र यहाँका युवाको उर्जालाई जसरी विश्वमा प्रस्तुत गरे, त्यसले एक नयाँ कथा जन्मायो : नेपाल जो उठछ, बोल्छ, र परिवर्तन गर्छ। यही कथा नै नेपालको नयाँ ब्राण्ड बन्न सक्छ।

संकटलाई कथाको अवसरको रुपमा रुपान्तरण गर्न सक्ने दृष्टि अब हाम्रो पर्यटन नीतिको मूल आधार हुनुपर्छ। जब एउटा देश आफनो संघर्ष र पुनर्जागरणलाई विश्वसामु गर्वका साथ सुनाउँछ त्यो कथा सुन्ने होइन, अनुभव गर्ने गन्तव्य बन्छ।

भियतनामले दशौं वर्षको युद्धपछिको विनाशलाई राष्ट्रनिर्माणको कथा बनायो। उनीहरूले आफना घाउ लुकाएनन, बरु संसारलाई देखाए कि "हामी उठन सक्छौ"। आज भियतनामको हनोइदेखि हालोङ बेसम्म पुग्दा मानिसहरूले एउटा राष्ट्रको पुनर्जन्म महशुस गर्छन्। युद्धका सम्भनालाई उनीहरूले साहसको प्रतीक बनाए। अझ, दक्षिण कोरियाको यात्रा साच्चिकै प्रेरणादायी छ। १९६० को दशकपछि देशले लगातार राजनीतिक उथलपुथल, विद्यार्थी आन्दोलन, श्रमिक संघर्ष र तीव्र आर्थिक असमानताको सामना गऱ्यो। सहरका सडकहरू कहिल्यै शान्त थिएनन्। युवाहरू स्वतन्त्रता र समानताको लागि लडिरहेका थिए। तर, कोरियाली पुस्ताले यो संघर्षलाई राजनीतिक आन्दोलनको रुपमा होइन, आफनो साँस्कृतिक पहिचान निर्माण गर्ने माध्यमको रुपमा पनि प्रयोग गऱ्यो। त्यो नै दक्षिण कोरियाको ग्लोबल इमेजमा वास्तविक मोड थियो। जहाँ विरोध प्रर्दशन र पीडालाई गीत, नाटक, कथा र फेसनमा रुपान्तरण गरियो। आजको 'के पप' 'के ड्रामा' र 'के फेसन' त्यही एतिहासिक आन्दोलनहरूको सिर्जना थिए। आज कोरियाली संस्कृति एशियामा मात्र होइन, युरोपदेखि अमेरिका र अफ्रिकासम्मका युवाहरूको प्रेरणा बनेको छ। बिटिएस, ब्लाकपिंक, प्यारासाइट, स्क्विड गेम, नामहरू अब कोरियाको ब्राण्ड होइनन् ती कोरियाको आत्मसम्मान र सामाजिक रुपान्तरणका प्रतीक हुन। कोरियाले आफनो पीडा र संघर्षलाई विश्वका लागि प्रेरणाको कथा बनायो। त्यस्तै भूटानले 'ग्रस नेसनल ह्यापिनेस' लाई आफ्नै ब्राण्ड बनायो। कम्बोडियाले पनि नरसंहारको पीडा लुकाएन। पोल पोट शासनले लाखौं मानिस मारिएको देशले त्यो पीडालाई संग्राहलय, स्मारक र कलामार्फत संसार अगाडि राख्यो। जापानको कथा अझ गहिरो छ। हिरोशिमा र नागासाकीको छायाँबाट सुरु भएको देशले

विनाशलाई पुनर्जन्ममा बदलेको हो। भूकम्प, सुनामी, परमाणु दुर्घटना हरेक पटक उनीहरूले अनुशासन र नवप्रवर्तनको सहारा लिए। आज जापानमा पुग्दा प्रत्येक मानिसले एउटा कुरा महसुस गर्छ यो देश दुःखबाट भाग्दैन, उसले त्यसलाई अझ सुन्दर बनाउँछ। यी सबै उदाहरणहरूले एउटा सन्देश दिन्छ, राष्ट्रको छवि संकटले बिग्रिँदैन, गलत प्रतिक्रिया र दिशाहीनताले विग्रन्छ। नेपाल अहिले कता न कता त्यही मोडमा छ। नेपालको पर्यटन अब परम्परागत आधारमा मात्र सीमित छैन। संसार अहिले कथाको खोजीमा छ। नेपालले संकटबाट कथा निर्माण गर्ने, त्यसलाई ब्राण्डिङमा रुपान्तरण गर्ने, र विश्वलाई देखाउने मौका पाएको छ। नेपाल मात्र प्राकृतिक सुन्दरताको ठाँउ नभई मानिसहरूका सोच, भावना र संस्कृतिको गहिरो अनुभूति गराउने स्थान बन्न सक्छ। उदाहरणका लागि लुम्बिनी अब बुद्ध जन्मस्थलको ऐतिहासिक तथ्यमा सीमित रहनु हुदैन यसलाई आध्यात्मिक शान्ति, ध्यान, मनोवैज्ञानिक उपचार र आत्मज्ञान प्राप्तिको अन्तर्राष्ट्रिय केन्द्रको रुपमा विकास गर्न सकिन्छ। यो स्थानमा आउनेहरू केवल इतिहासमा मात्रै डुब्ने छैनन, आफनो मन आत्मासंग जोडिने अवसर पनि पाउने छन्।

पोखरा, प्राकृतिक सौर्न्दय शहरसँगै आत्म पहिचान निर्माण गर्ने, मानिसलाई नयाँ सोच र जीवन दर्शन सिकाउने, खुला संवाद र संस्कृतिको मेलमिलाप हुने ठाँउ बन्न सक्छ। यहाँ आउनेले सानो क्याफे र खुला स्थानहरूमा जीवनका गहिरा विषयहरूमा वार्ता गर्नेछन्, जसले उनीहरूलाई आफैलाई नयाँ तरिकाले बुझ्न र जीवनलाइ फेरि सोच्न मद्दत गर्नेछ।

त्यस्तै, काठमाडौ केवल भीडभाड र पुरातात्विक प्रतीकहरूको सहर होइन यो बहस, कविता, आन्दोलन, संगीत, राजनीतिक जागरण र साँस्कृतिक नव चेतनाको जीवित संग्रहालय हो। यहाँका हरेक गल्ली र चिया पसलले इतिहासका झलक र विचारहरूको धारा बोकेको छ। नयाँ विचारलाई जन्म दिन आँउछन्। नेपालले आफनो पर्यटन नीतिमा गहिरो साँस्कृतिक कथालाई केन्द्रमा राख्नु आवश्यक छ। यसले नेपाललको साँस्कृतिक शक्तिलाई मात्र बढाउदैन, बरु नेपालको रचनात्मक अर्थतन्त्र, साँस्कृतिक कूटनीति र विश्व युवा नेतृत्वको क्षेत्रमा शीर्ष स्थान दिलाउन सक्छ। यसरी नेपाल केवल एक गन्तव्य होइन, मानसिक आध्यात्मिक पुर्नसरंचनाको विश्वसनीय ज्ञान बन्न सक्छ जहाँ मानिसहरूलाई आफनो मनको आवाज सुन्न आउनेछन्।

जेन जी आन्दोलन पर्यटन आगमनमा बाधा बनेको छैन्। तथ्यांकले देखाँउछ, सुरुवाती क्षणमा यसको केही असर परेपनि विस्तारै पर्यटन अब लयमा फर्कदै छ। सेप्टेम्बर र अक्टोबर महिनाको होटल तथा ट्राभल बुकिङहरू क्रमशः ५०

देखि २५ प्रतिशतले घटेका थिए। समग्रमा, लामो अवधिसम्म नेपालको पर्यटन प्रवाहमा दीर्घकालीन असर भने परेन। नेपाल पर्यटन बोर्डको तथ्यांकले देखाँउछ, जनवरीदेखि अक्टोबर २०२५ सम्म नेपालले ९ लाख ४३ हजार ७ सय १६ पर्यटकलाई स्वागत गरेको छ। यो संख्या २०२४ को सोही अवधिभन्दा केही बढी रहेको छ। पर्यटन बोर्डका अधिकारीहरूले यस तथ्यांकलाई आगामी उच्च शीतकालीन पर्यटन सिजन अघि दिगो गति र उत्साहजनक संकेतको रुपमा व्याख्या गरेका छन्। पर्वतारोहण खण्डले पनि यस शरद ऋतुमा आफनो आकर्षण कायम राखेको छ। ८३ देशका १ हजार ४ सय ५० पर्वतारोहणकर्ताले १७५ अभियान टोलीसंग नेपालका प्रमुख शिखर आरोहण गरे, जसले २.५५ करोड रुपैया रोयल्टी उत्पादन गऱ्यो। यो तथ्यले भन्छ : साहसिक पर्यटन क्षेत्र अझै दिगो, आकर्षक र अन्तर्राष्ट्रिय लगानी र सहभागिताका लागि खुला छ।

यहाँ बुझ्नु पर्ने कुरा के हो भने नेपालको पर्यटनको ग्लोबल ब्राण्ड र अन्तर्राष्ट्रिय पहिचान अझै व्यापक रुपमा अन्तराष्टिय स्तरमा महशुस गरिएको छैन। सन १९५१ भन्दा पहिले, राणा शासनले कुनै पनि विदेशी नागरिकलाई नेपाल प्रवेश गर्न अनुमति दिदैन थिए। देशको भौगोलिक सीमा निकै कडा र कूटनीतिक रुपमा नियन्त्रणमा राखिएको थियो। जसले गर्दा अन्तर्राष्ट्रिय सम्पर्क सीमित थियो। यस परिस्थितिमा पर्यटन भनेको नेपालका लागि आर्थिक विकासको साधनको रुपमा स्थापित हुन सकेको थिएन। तर सन १९५३ मा सर एडमण्ड हिलारी र तेन्जिङ नोर्गे शेर्पाले सगरमाथाको पहिलो सफल आरोहण पूरा गरेपछि नेपाल विश्व पर्यटन मानचित्रमा पहिलोपटक चर्चित हुन थाल्यो। आधुनिक नेपालको पर्यटन इतिहास सन १९५३

सगरमाथा पदयात्रा

बाट सुरु भएको मानिन्छ। यसले नेपाललाई विश्व नक्शामा चिनायो। पर्वतीय पर्यटनको स्थायी प्रतिष्ठा स्थापना गऱ्यो। यस उपलब्धिले नेपाललाई पर्वतीय अन्वेषणको केन्द्रको रुपमा प्रस्तुत गऱ्यो, जसले विश्वभरका पर्वतारोहणकर्ताहरू र साहसिक पर्यटकलाई आकर्षित गर्न थाले।

त्यसपछि सन १९५१ मा राष्ट्रिय पर्यटन विकास बोर्डको स्थापना गरियो र रोयल नेपाल एयरलाइन्स कर्पोरेसन सञ्चालन भयो। यी संस्थागत पहलहरूले नेपालमा पर्यटनलाई औपचारिक उद्योगको रुपमा स्थापित गऱ्यो र विदेशी पर्यटकका लागि आधारभूत पूर्वाधार र व्यवस्थित सेवा प्रवाह सुनिश्चित गरियो। सन १९६० देखि १९७० को दशक नेपालको पर्यटन विकास इतिहासको एउटा निर्णायक समय हो। युरोप र अमेरिकालगायत पश्चिमी मुलुकमा भोगवाद, शीतयुद्ध, राजनीतिक असन्तोष र सामाजिक मूल्यहरूको संकटले युवाहरूमा वैकल्पिक जीवनशैली र आध्यात्मिकताप्रति ठुलो उत्सुकता पैदा भइरहेको थियो। यही समय "हिप्पी ट्रेल" नामक साँस्कृतिक यात्रा मार्ग विकसित भयो, जसले इस्तानबुलबाट भारत हुँदै नेपालसम्म हजारौ युवा यात्रुलाई ल्यायो। काठमाडौको ठमेल र झोंसे क्षेत्र 'फ्रीक स्ट्रीटको' रुपमा चिनियो। त्यसैगरी, तिब्बती शरणार्थीहरूको आगमनले नेपालको बौद्ध धर्म र साँस्कृतिक विविधता अन्तर्राष्टिय पर्यटकहरू माझ अझ लोकप्रिय बनायो। सन १९८० को दशकमा नेपाल पर्यटन बोर्डले सार्वजनिक रुपमा देशलाई एक उत्कृष्ट छुट्टै गन्तव्यको रुपमा प्रवर्धन गर्न थाल्यो। २००० को दशकदेखि, नेपालको पर्यटन निरन्तर बढदै गएको छ। ग्लोबल ब्राण्डको रुपमा नेपाल विश्वभरका पर्यटकहरूका लागि आकर्षणको केन्द्र बनेको छ। हिमाली सौन्दर्य, ट्रेकिङ मार्ग, पर्वतीय आरोहण, साँस्कृतिक धरोहर र स्थानीय जीवनशैली विदेशी पर्यटकलाई निरन्तर नेपालमा फर्कन प्रेरित गरिरहेको छ। नेपाल सरकारले पनि पूर्वाधार विकासमा ठुला कदम चालिसकेको छ। पोखरा र भैरहवामा अन्तराष्टियस्तरका विमानस्थल निर्माण भइसकेका छन् भने त्रिभुवन अन्तर्राष्टिय विमानस्थलको स्तरोन्नति र आधुनिकीकरणमा मात्र गत आार्थिक वर्षमा १५ अर्ब रुपैया खर्च भएको छ। वर्तमान समयमा (सन् २०२५) नेपालमा २७ वटा विदेशी वायुसेवा कम्पनीहरूले अन्तर्राष्ट्रिय उडान सञ्चालन गर्दैछन्, साथै नेपाल वायुसेवा निगम, हिमालय एयरलाइन्स र बुद्ध एयरले पनि सेवा प्रदान गरिरहेका छन्। अब नेपालले आगामी वर्षहरूमा आफनो पर्यटन क्षेत्रलाई विश्वस्तरीय प्रतिस्पर्धी र दिगो गन्तव्य बनाउने लक्ष्यमा पाँच ठोस रणनीतिक आयाममा केन्द्रित हुनुपर्छ।

क) भिसा प्रकृया सरल र शीघ्र बनाउने

पर्यटकको नेपालसँगको पहिलो सर्म्पक इमिग्रेसन काउन्टरबाट सुरु हुन्छ। यो

पहिलो अनुभवले पर्यटकको मनमा देशप्रतिको धारणा निर्माण गर्छ। यदि अत्यधिक कागजी प्रकृया, अस्पष्ट निर्देशन, लामो लाइन, र ढिला सेवा देखिन्छ भने त्यो अनुभवले नेपालप्रति सकारात्मक प्रभाव सृजना गर्न नसक्ने मात्र होइन, भविष्यमा भ्रमण घटाउने जोखिम पनि ल्याँउछ। नेपालले इभिसा, मल्टि इन्ट्री भिसा र लामो अवधि भ्रमण अनुमति प्रणाली लागु गरेर पर्यटकलाई सहज, छरितो र आकर्षक अनुभव दिन सक्नु पर्छ। भिसा प्रकारमा विविधता ल्याउने कुरामा पनि अन्तर्राष्टिय नमुना अध्ययन गर्न सकिन्छ। संयुक्त राज्य अमेरिकामा २० भन्दा बढी अस्थायी र स्थायी भिसा, चीनमा ११ मुख्य भिसा प्रकार र भारतमा १२ भन्दा बढी प्रकारका भिसा उपलब्ध छन्। यसमा नेपाल सरकारले पर्यटकको लागि सम्पूर्ण आवेदन, भुक्तानी, स्वीकृति र प्रवेश प्रकृया अनलाइन र रियल टाइम उपलब्ध गराइने, मोबाइल एप्लिकेशन र वेब प्लेटफर्मबाट आवेदन, स्थिति ट्र्याकिङ र प्रवेश अनुमति सहज बनाउने काम गर्नु पर्दछ।

ख) डिजिटल प्रवर्धन र ब्राण्डिङ

आधुनिक युग कथाको अनुभव र डिजिटल उपस्थितिको हो जहाँ एक देशको ब्राण्ड अनुभव र भावनात्मक कनेक्शनले तय हुन्छ। नेपालले डिजिटल प्रवंधनमा नवप्रर्वतन अपनाउन सक्ने ठाँउ धेरै छ। पहिलो सोसल मिडिया प्रभावहरू, ट्राभल ब्लगर, फुड ब्लगर, फोटोग्राफर, युट्युबर र व्यवसायिक इनफलुएन्सरलाई नेपालमा आमन्त्रण गरेर उनीहरूको शैलीमा अनुभव प्रस्तुत गर्नुपर्छ। उनीहरूले बनाएका भिडियो, फोटो, र कथाले अन्तर्राष्ट्रिय दर्शकको चेतनामा नेपालको जीवनशैली, साहसिकता, साँस्कृतिक विविधता र आध्यात्मिक गहिराइको अनुभव अंकित गर्छ।

दोस्रो, डिजिटल सामग्रीलाई थिमेटिक, इमर्सिभ, र इन्टरऐक्टिभ बनाउनु आवश्यक छ। उदाहरणका लागि एडभेन्चर नेपाल अर्न्तगत, पर्वतारोहण, ट्रेकिङ, राफ्टिङ, प्याराग्लाइडिङ हुन भने आध्यात्मतर्फ ध्यान, योग हुन्। यस्तै पाक नेपाल अर्न्तगत, स्थानीय खाना, साँस्कृतिक खाना महोत्सव र अनुभव रहेका छन्। यस्तो थिमेटिक सामग्रीले पर्यटकलाई नेपालमा अनावरण हुने अनुभवको पूर्वानुमान पनि दिनेछ।

तेस्रो, नेपालले अन्तर्राष्ट्रिय मिडिया र ब्राण्डिङ नेटवर्कसँग सहकार्य गर्नु अत्यावश्यक छ। सिएनएन, फोर्ब्स, न्यूयोर्क टाइम्स, बी.बी.सी. जस्ता प्रतिष्ठित मिडियामा 'सेफ एण्ड एडभेन्चर नेपाल', 'एक्सपियरेन्स अथेन्टिक नेपाल','कल्चरल नेपाल' जस्ता अभियान सञ्चालन गर्दा नेपाल केवल साहसिक पर्यटनको गन्तव्य नभई विश्वसामु भरोसायोग्य, सुरक्षित र प्रेरणादायी ब्राण्डको रुपमा स्थापित हुन्छ।

चौथो, प्रवर्धनमा इमर्सिभ टेक्नोलोजी र डिजिटल नवप्रर्वतनको प्रयोगले नेपालको ब्राण्डलाई अत्याधुनिक बनाउँछ। डिजिटल स्टोरी टेलीङ प्लेटर्फम प्रयोग

गरी पर्यटकले नेपाल भ्रमण नगरी पनि अनुभव गर्न सकिने वातावरण सिर्जना गर्नु आवश्यक छ। यसले विशेष गरी जेन जी र मिलेनियल्सलाई लक्षित गर्दै नेपाललाई डिजिटल अनुभवयोग्य गन्तव्यको रुपमा स्थापित गर्नेछ।

ग) अन्तर्राष्ट्रिय स्तरमा जेन जीलाई सम्मान र पहिचान दिने रणनीति

नेपालले आगामी दशकमा आफनो पर्यटन र साँस्कृतिक छविलाई विश्वसामु सशक्त बनाउन जेन जीलाई केन्द्रमा राखेर रणनीति निर्माण गर्न सक्छ। जेन जी विश्वका सबैभन्दा शिक्षित, स्मार्ट र डिजिटल रुपमा सशक्त पुस्ता हो। यस समूहले आफनो रुचि, अनुभव र सामाजिक पहुँचमार्फत मुलुकको सफ्ट पावर निर्माणमा महत्त्वपूर्ण भूमिका खेल्न सक्छ। नेपालले जेन जेडलाई लक्षित गर्दै साहसिक, साँस्कृतिक र डिजिटल अनुभव प्रदान गर्ने कार्यक्रम आयोजना गर्न सकिन्छ। नेपाल प्रिमियर लिग, विश्व बौद्ध सम्मेलन, अन्तर्राष्ट्रिय बलुन महोत्सव, ड्र्यागन बोट फेस्टिबल र विभिन्न राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय मेला र प्रदर्शनीहरूले पनि पछिल्लो वर्ष पर्यटक आगमन बढाउन महत्त्वपूर्ण योगदान पुऱ्याएका छन्। यस्ता विशेष थिमेटिक कार्यक्रमहरूले जेन जीलाई नेपालमा भित्र्याउने मात्र होइन, उनीहरूको सामाजिक सञ्जाल र डिजिटल प्रभावमार्फत विश्वव्यापी प्रवर्धनको अवसर पनि सिर्जना गर्नेछन्।

घ) पर्यटन वातावरण र सुरक्षाः पेशागत दृष्टिकोण

नेपालमा पर्यटनलाई दीगो र प्रतिस्पर्धी बनाउन सुरक्षा, पेशागत व्यवहार र सम्मान आधारभूत तत्व हुनुपर्छ। नेपाल घुम्न आउने कुनै पनि पर्यटकको अनुभव र अन्तरक्रिया टयाक्सी चालक, गाइड, स्थानीय अधिकारी, होटल कर्मचारीसँगको व्यवहारले नेपालप्रतिको धारणा निर्माण गर्छ। टयाक्सी सार्वजनिक यातायात र ट्रेकिङ मार्गमा यात्रुको सुरक्षा सुविधा र सहजता हुनुपर्छ। होटल रिसोर्टमा कर्मचारीहरूले (अतिथि देवो भव)को भावनालाई व्यवहारमा उतार्नुपर्छ। स्थानीय निकाय सुरक्षा अधिकारी र प्रशासनले सार्वजनिक स्थान, धार्मिक स्थल, ट्रेकिङ मार्ग र साहसिक गन्तव्यमा सुरक्षा मापदण्ड कडाइका साथ लागु गर्नुपर्छ। स्वास्थ्य सेवा आपतकालीन सहायता र डिजीटल ट्र्याकिङ प्रणालीले पर्यटकलाई पूर्ण सुरक्षा अनुभूति दिलाउन मद्दत गर्छ। महिला पर्यटकको सुरक्षा र सम्मानमा विशेष ध्यान दिनु अनिवार्य छ। होटल रेस्टुरेन्ट, ट्रेकिङ मार्ग र सार्वजनिक यातायातमा महिला र बालबालिकाको सुरक्षा सुनिश्चित गर्नु पेशागत जिम्मेवारी हो। यसले नेपाललाई सुरक्षित, सम्मानित र संवेदनशील पर्यटन देशको रुपमा स्थापित गर्छ। पर्यटकसंगको हरेक अन्तर्क्रियाले नेपाल ब्राण्डको इमेज निर्माण गर्छ। सम्मान र पेशागत व्यवहारको वातावरण सिर्जना गर्दा पर्यटक केवल भ्रमणमा सन्तुष्ट

हुदैनन् उनीहरूले नेपाललाई विश्वसामु आदर्श, स्वागतयोग्य र साँस्कृतिक रुपमा संवेदनशील गन्तव्यको रुपमा महसुस गर्छन ।

सन्देश स्पष्ट छ : नेपालमा तपाइ सुरक्षित हुनहुन्छ तपाइँ सम्मानित हुनुहुन्छ। तपाइँको अनुभव हाम्रो प्राथमिकता हो ।

ङ) **ट्राभल एडभाइजरी सुधार र अन्तर्राष्ट्रिय विश्वास पुनर्निमाण**ः केही मुलुकहरूले जारी गरेका ट्राभल एडभाइजरी सच्चाएर नेपाललाई सुरक्षित, रोमाञ्चक, र साँस्कृतिक गन्तव्यको रुपमा पुनः प्रवर्धन गर्नुपर्छ, सरकारी निकाय र निजी पर्यटन व्यवसायबीच सहकार्यले मात्र अन्तर्राष्ट्रिय विश्वास र दिगो पर्यटन वातावरण सुनिश्चित गर्न सक्छ ।

सन्दर्भ सामग्री

विश्व बैंक, नेपालको पर्यटन र आर्थिक रूपान्तरण सम्बन्धी अध्ययन सामग्री

एशियाली विकास बैंक, नेपालमा पर्यटन विकास र आर्थिक मूल्यांकन विश्लेषण सामग्री

नेपाल सरकार, अर्थ मन्त्रालय, पर्यटन क्षेत्रको आर्थिक अवस्था र प्रभाव विश्लेषण सामग्री

नेपाल पर्यटन बोर्ड, नेपाल पर्यटन तथ्यांक तथा क्षेत्रीय विश्लेषण प्रकाशन सामग्री

नेपाल राष्ट्र बैंक, पर्यटन आय र विदेशी मुद्रा प्रवाह विश्लेषण सामग्री

केन्द्रीय तथ्यांक विभाग, नेपालमा पर्यटन योगदान र रोजगारी संरचनाको तथ्याङ्क अध्ययन सामग्री

राष्ट्रिय योजना आयोग, पर्यटन आधारित आर्थिक रूपान्तरणका नीतिगत विश्लेषण सामग्री

उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय, पर्यटन उद्योगको दिगोपन र लगानी वातावरण विश्लेषण सामग्री

नेपाल वाणिज्य तथा उद्योग महासंघ, पर्यटन व्यापार, लगानी र निजी क्षेत्रको भूमिका सम्बन्धी विश्लेषण सामग्री

गृह मन्त्रालय, आन्तरिक तथा बाह्य पर्यटक आवागमन विवरणात्मक सामग्री

नेपाल नागरिक उड्डयन प्राधिकरण, अन्तर्राष्ट्रिय उडान, यात्रु संख्या र पर्यटन प्रवृत्ति विश्लेषण सामग्री

होटल संघ नेपाल, होटल उद्योग, पर्यटक आगमन र सेवा गुणस्तर विश्लेषण सामग्री

नेपाल पर्वतारोहण संघ, पर्वतारोहण, साहसिक पर्यटन र स्थानीय अर्थतन्त्रमा योगदान सम्बन्धी अध्ययन सामग्री

नेपाल चेम्बर अफ कमर्स, पर्यटन व्यापार, लगानी र बजार विस्तार विश्लेषण सामग्री

ट्रेकिङ एजेन्सी संघ नेपाल, ट्रेकिङ मार्ग, पर्यटक प्रवाह र ग्रामीण पर्यटनको आर्थिक प्रभाव विश्लेषण सामग्री

फोर्ब्स म्यागजिन, वैश्विक पर्यटन प्रवृत्ति र आर्थिक प्रभाव सम्बन्धी लेख

सुदूरपश्चिम प्रदेश र पर्यटन विकास

✍ रामचन्द्र ओझा

सारांश

सामान्यतयाः व्यापार, मनोरञ्जन वा रमाइलो गर्ने उद्देश्यका साथ गरिने यात्रालाई पर्यटन भनिन्छ। स्थायी बासस्थान भएको ठाउँबाट निश्चित समयका लागि अर्को स्थानमा जाने गरिन्छ। विश्व पर्यटन संगठनका अनुसार आफ्नो नियमित बासस्थानबाट बिदा मनाउने, व्यापार गर्ने वा त्यस्तै अन्य कुनै उद्देश्यले चौबीस घण्टा भन्दा बढी समय र लगातार एकवर्ष भन्दा कम समय बाहिर बिताउन निस्कने व्यक्तिलाई पर्यटक भनिन्छ।

झिलमिला ताल, कञ्चनपुर

✍ *निर्देशक, महालेखापरीक्षकको कार्यालय*

देउडा नाच

नेपालको सुदूरपश्चिम प्रदेश अर्थतन्त्रका विभिन्न अवयवहरूमध्ये पर्यटन क्षेत्र अधिक सम्भावना बोकेको प्रदेश हो। यहाँका प्रमुख पर्यटकीय गन्तव्यहरूमा शुक्लाफाँटा राष्ट्रिय निकुञ्ज, खप्तड राष्ट्रिय निकुञ्ज, घोडाघोडी सिमसार क्षेत्र, रामारोशन, अपी नाम्पा संरक्षण क्षेत्र, कर्णाली पुल, झिलमिला, वेदकोट ताल, लिङ्गा, टिकापुर पार्क आदि रहेका छन्। बैतडीको ग्वाल्लेक केदार धाम, त्रिपुरा सुन्दरी, निङ्लाशैनी र मेलौलो भगवतीको मन्दिरहरू, डडेल्धुराको उग्रतारा र भागेश्वर मन्दिर, बाजुराको बडीमालिका, अछामको बैद्यनाथधाम, डोटीको शैलेश्वरी, बडीकेदार, कैलालीको बेहँडाबाबा, दार्चुलाको मालिकार्जुनधाम लगायतका स्थापित धार्मिक एवं सास्कृतिक धरोहरहरूले यस क्षेत्रमा धार्मिक

सखिया नाच

पर्यटनको सम्भावना समेत उजागर गरेको छ। त्यसैगरी यसक्षेत्रको ड्यौडा नृत्य, थारुहरूको सखिया नाच, होरीपर्व, विभिन्न धार्मिक स्थलहरूमा लाग्ने जात (जात्रा) हरूको पनि यस क्षेत्रको पर्यटन प्रवर्धनमा योगदान रहेको देखिन्छ। यस क्षेत्रका प्राकृतिक, धार्मिक, साँस्कृतिक सम्पदाहरूले सुदूरपश्चिमको अर्थतन्त्रको श्रीबृद्धिमा केही न केही योगदान गरेकै छन्। प्राकृतिक, धार्मिक एवं साँस्कृतिक दृष्टिकोणले प्रचूर सम्भावना हुँदाहुँदै पनि अत्यावश्यकीय पर्यटकीय पूर्वाधारको अभावमा पर्यटकलाई आकर्षित गर्नु, पर्यटकीय गतिविधिहरूलाई दिगो, भरपर्दो, सुरक्षित र विश्वसनीय तुल्याई आर्थिक विकासमार्फत प्रदेशको जीवनस्तरमा सुधार ल्याउनु चुनौतीको रुपमा रहेको देखिन्छ। यथार्थमा भन्नु पर्दा यस प्रदेशमा बहुआयामिक विकासको प्रशस्त सम्भावना रहेर पनि सुदूरपश्चिम प्रदेशले विकासमा अझै फड्को मार्न सकेको छैन।

१. प्रमुख गन्तव्य एवं पर्यटन सम्भावना

क. खप्तड राष्ट्रिय निकुञ्ज : यो निकुञ्ज बझाङ, बाजुरा, डोटी र अछाम जिल्लाको संगमस्थलमा अवस्थित छ। करिब २२५ वर्ग किलोमिटर क्षेत्रफल ओगटेको यस निकुञ्जमा अधिकांश पर्यटकहरू पदयात्राका लागि आउने गर्दछन्। यहाँका घाँसे मैदान, स्वच्छ वायु, सल्लाको सुसेली आदिले पर्यटकलाई स्वर्गीय आनन्दको अनुभूति दिलाउँछन्। खप्तड बाबाको मन्दिर, त्रिवेणी, खप्तड दह र सहस्रलिङ्गले राष्ट्रिय निकुञ्जको धार्मिक महत्वलाई पनि उजागर गरेको छ। खप्तड खप्तडबाबाले तपस्या गरेको पवित्रस्थल पनि हो। यहाँ गंगा दशहरा, जनैपूर्णिमा जस्ता धार्मिक पर्वमा हजारौंको संख्यामा तीर्थयात्रीहरू भेला भई मेला भर्ने गर्दछन्।

त्रिवेणी, खप्तड

हिउँदमा निकुञ्ज हिम फूलले सेताम्य हुने गर्दछ। खप्तड भू-स्वर्गको रुपमा चिनिने गरेको छ। प्रदेशको अस्थायी राजधानी धनगढीबाट सार्वजनिक यातायात चढी डोटीसहित अन्य जिल्ला पुग्न सकिन्छ। पछिल्लो समय डोटीको झिग्रानामा झिग्राना र बझाङमा होमस्टे समेत सञ्चालनमा आएको देखिन्छ। होमस्टे खुलेपछि दुवै रुटबाट खप्तड प्रवेश सहज बनेको छ। खान, बस्न सुबिधासहितका होटल तथा अन्य पूर्वाधारको उचित व्यवस्था नभएका कारण पर्यटकका लागि निकै उत्कृष्ट गन्तव्यले अझै पनि अपेक्षित संख्यामा पर्यटक पाउन सकेको छैन।

ख) शुक्लाफाँटा राष्ट्रिय निकुञ्ज : कञ्चनपुर जिल्लामा अवस्थित यो निकुञ्ज धनगढी बिमानस्थलबाट करिब ६५ किलोमिटरको दूरीमा रहेको छ। यो राष्ट्रिय निकुञ्ज प्रकृति र वन्यजन्तुप्रेमी पर्यटकहरूका लागि उपयुक्त गन्तव्य हो। सुन्दर हरिया घाँसे मैदान, जंगली हात्ती, पाटेबाघ, चितुवा, घोडगधा, बाह्रसिंगे, जरायो,

बाह्रसिंगे

चित्तल, लगुना जस्ता स्तनधारी जनावर यस निकुन्जका प्रमुख आकर्षण हुन्। निकुञ्जको अवलोकनलाई विभिन्न चराचुरुङ्गीहरूको सुमधुर ध्वनीले थप आनन्दित तुल्याउँछ। करिव ३०५ वर्ग किलोमिटर क्षेत्रफलमा फैलिएको शुक्लाफाँटा राष्ट्रिय निकुञ्जमा ७०० प्रजातिका वनस्पति, ५६ प्रजातिका सरिसृप र २८ प्रजातिका माछा पाइन्छन्। त्यस्तै रानीताल तथा अन्य स-साना तालहरूमा मगर गोहीहरू प्रशस्त पाइन्छन् भने रैथाने र बसाइ सरी आउने गरी ४२४ भन्दा बढी चराचुरुङ्गीहरू पाइन्छन्। यहाँ आउने पर्यटकले निकुञ्जसँगै जोडिएको दोधारा चाँदनी झोलुङ्गे पुलको समेत अवलोकन गर्ने गर्दछन्।

ग) घोडाघोडी ताल : कैलाली जिल्लामा अवस्थित यो ताल धनगढीबाट करिब

५३ किलोमिटरको दुरीमा पूर्वमा रहेको छ। यो ताल पूर्व-पश्चिम राजमार्गसँगै जोडिएको छ। तालको पर्यटकीय तथा पौराणिक महत्व समेत रहेको छ। चरा अवलोकन र पैदलयात्राका लागि उत्कृष्ट गन्तव्य हो। यस सिमसार क्षेत्रमा तालैतालले ओगटेको क्षेत्रफल मात्र करिब २४८ हेक्टर रहेको छ। यहाँ रैथानेसहित आगन्तुक प्रजातिका चराहरूको अवलोकन गर्न सकिन्छ। थारु संस्कृति, माघी होम स्टे, सखिया नाँचलगायत साँस्कृतिक धरोहर यस क्षेत्रका अन्य आकर्षणका केन्द्र हुन्। यो तालसहितको घोडाघोडी सिमसार क्षेत्र सन २००३ मा विश्वरामसार क्षेत्रमा सूचीकृत भइसकेको छ।

घ) कर्णाली पुल : यो पुलको निर्माण सन् १९९४ मा भएको हो। कर्णाली नदीमाथि नेपालकै पहिलो एक खम्बामा अडिएको यो Cable-Stayed Bridge हो। यसले सुदूरपश्चिम र लुम्बिनी प्रदेशलाई जोडेको छ। यसको लम्बाई ५००

कर्णाली पुल

मिटर रहेको छ। कर्णाली नदी, स्वच्छ कञ्चन पानी, सुन्दर पहाडी दृष्यसहितको हरियाली, बर्दिया राष्ट्रिय निकुञ्ज, कर्णालीको ताजा माछा यस क्षेत्रका पर्यटकीय आकर्षण हुन्।

ङ) टीकापुर बृहत उद्यान (टिकापुर पार्क): यो नेपालकै सबैभन्दा ठुलो मानव निर्मित उद्यान हो। यसको क्षेत्रफल करिब ६.२ वर्ग किलोमिटर रहेको छ। यहाँ देशका विभिन्न भागलगायत भारतबाट समेत पर्यटकहरूको आगमन हुने गर्दछ। कुनैताका यहाँ महाराजधिराजलगायत तत्कालीन राजपरिवारका सदस्यहरू समेत आई बिश्राम गर्ने गर्दथे। उद्यानमा रहेका एतिहासिक बंगलाहरू, थारु संस्कृति एवं खाद्य परिकार, स्थानीय व्यावसायीले तयार गरेका केराका खाद्य परिकार (केराबाट बनाइने मम,

चटनी, वाइन, चिप्स आदि) ले यस क्षेत्रको आकर्षणलाई झनै बढाएको छ। यो उद्यान बनभोज कार्यक्रमका लागि समेत सुरक्षित एवं उपयुक्त गन्तव्य मानिन्छ।

च) रामारोशन क्षेत्र: अछाम जिल्लाको रामारोशन गाउँपालिका अवस्थित रामारोशन एक महत्त्वपूर्ण पर्यटकीय क्षेत्र हो। बाह्र बण्ड, अठार खण्डका नामले चिनिने यो क्षेत्रमा बाह्रवटा ताल र अठारवटा ठुलाठुला चउर छन्। प्राकृतिक दृष्टिकोणले अत्यन्तै रमणीय यो ठाउँमा बाह्र प्रकारका राष्ट्रिय फूल लालीगुराँस र नेपालको राष्ट्रिय चरा डाँफे पाइन्छ। बाह्रवटा तालहरूमा सबैभन्दा ठुलो ताल जिगाले ताल हो। जसको आकार अंग्रेजी अक्षर "सी" जस्तो छ जुन बाटुले तालभन्दा अली माथी छ। यहाँका तालहरूमध्ये सबैभन्दा सानो तालमा ताउने ताल हो। यो हाल पुरिने अवस्थामा छ। जिगाले ताल भन्दा माथि पनि धेरै तालहरू छन्। यो ताल भन्दा केही परपट्टि ठुलाठुला चउर छन्। जुन अठार खण्डका नामले प्रख्यात छन्। यस्ता चउरहरू मध्येमा किनेमिने चउर सबैभन्दा ठुलो चउर हो। जसको बिच भएर कैलाशखोला बग्दछ। यो अछामकै ठुलो चउर हो। यसको केही माथि पट्टि रोशन चउर छ। यो पनि निक्कै ठुलो छ।

छ) हिमाल आरोहण: यस क्षेत्रमा अपी, सैपाल, जेठी बहुरानी, बोबये चुली, नाम्पा, ओम पर्वत लगायतका अग्ला हिमालहरू रहेका छन्। छिमेकी मित्रराष्ट्र

अपि हिमाल

भारतलगायत देशका विभिन्न स्थानबाट पर्यटक आकर्षित गरी यी क्षेत्रमा पर्यटकको आवागन बढाउन सकिने सम्भावना रहेको छ। हिउँदमा यस क्षेत्रमा हिमपात हुने भएकोले पर्यटकको आकर्षण समेत बढ्ने देखिन्छ।

ज) ताल तलैया र अन्य क्षेत्रहरू:

झिलमिला र वेदकोट ताल– कञ्चनपुरमा रहेको झिलमिला र वेदकोट ताल सुन्दर, शान्त वातावरणमा रमाउन चाहनेहरूको लागि उपयुक्त गन्तव्य हो। भीमदत्त नगरपालिकामा रहेको झिलमिला ताल पानीले

मौसम अनुसार आफ्नो रङ्ग परिवर्तन गर्ने गर्दछ। यसले पर्यटकलाई थप आकर्षण गर्ने गर्दछ।

लिङ्गा– यस प्रदेशमा पर्यटकका लागि लिङ्गा धार्मिक क्षेत्र पनि उपयुक्त गन्तव्य रहेको छ। कञ्चनपुरको वेदकोट नगरपालिका-४ स्थित धार्मिक पर्यटकीयस्थल शिवलिङ्गेश्वरधामको नामले लिङ्गा प्रख्यात छ। चुरे पहाड खिइएर बनेको यस्तो अनौठो दृश्यले आन्तरिक एवं बाह्य पर्यटकलाई समेत लोभ्याउने गरेको छ।

झ) **साँस्कृतिक नृत्य–** थारू समुदायका महिलाले नाच्ने सखिया नाच मौलिक लोकनृत्य हो। थारू समुदायमा महिलाले महिला साथीलाई 'सखी' भन्ने गर्छन्। सखी अर्थात् साथीहरू मिलेर नाच्ने नाच भएकाले यसलाई सखिया नाच भनिएको बताइन्छ। त्यसैगरी प्रदेशका नौवटै जिल्लाहरूमा बडो धुमधामसँग मनाइने गौरापर्वलगायत देउडा नृत्य, छलिया नृत्य, भुवा, भोस्सो लगायतका लोक साँस्कृतिक नृत्यले समेत यहाँको पर्यटन क्षेत्रलाई धनी बनाएको छ। यसको प्रचार प्रसार गरी पर्यटक भित्र्याउन सकेको खण्डमा स्थानीय स्तरमा आर्थिक गतिविधि बढ्न जाने देखिन्छ।

ट) **धार्मिक स्थलहरू–** बैतडी जिल्लाको मिटेजर्गीस्थित शिवद्वाल केदारमन्दिर, बुढीमाडौं र देवलहाटका पञ्चदेवलको साथै त्रिपुरासुन्दरी (रणसैनी) भगवती, पुरातात्त्विक महत्वको डिलासैनी, मेलौलीमा, दार्चुलाको मालिकार्जुन मन्दिर,

बैद्यनाथधाम, अछाम

लटिनाथ मन्दिर, हुनैनाथ, बझाङमा सुर्मादेवी मन्दिर, डडेल्धुराको उग्रतारा, डोटीको शैलेश्वरी, अछामको बैद्यनाथधाम, बाजुराको बडीमालिका लगायतका शक्तिपीठहरू रहेका छन्। यिनको यथेष्ठ प्रचार-प्रसार गरी धार्मिक पर्यटकलाई आकर्षित गर्न सकेको खण्डमा यस क्षेत्रको आर्थिक गतिविधिमा बढोत्तरी हुने देखिन्छ।

२. **पर्टटन विकासले अर्थतन्त्रमा यसले पार्न सक्ने प्रभाव**

क) ग्रामीण पर्यटनलाई गरीबी निवारणसँग आबद्ध गरी जनताको जीवनस्तरमा सुधार ल्याउन सकिने,

ख) पर्यटन क्षेत्रको विविधीकरण र विस्तारद्वारा स्वरोजगारको अवसरहरू सृजना गर्न सक्ने,

ग) ग्रामीण एवं पहाडी भू-भागमा पर्यटकीय क्षेत्रहरूको तीव्र विकास गरी आर्थिक गतिविधि बढ्न गई पहाडबाट तराई बसाइ सर्ने क्रमलाई नियन्त्रण गर्न सकिने,

घ) ग्रामीण क्षेत्रमा रैथाने बालीको उत्पादन एवं उपभोगमा अभिबृद्धि हुनगई जमिन बाँझो राख्ने प्रबृत्ति घटेर जाने,

ङ) कृषिलाई पर्यटनसँग जोड्न सकिने जस्ले गर्दा कृषि उत्पादनमा वृद्धि हुन जाने,

च) प्रदेशभित्रका हिमाल, पहाड र तराइलाई जोडी आर्थिक सम्बृद्धि हासिल हुन जाने ।

पर्यटन क्षेत्रका विद्यमान समस्याहरू

पर्यटकीय स्थलको प्रचूर सम्भावना भएको सुदूरपश्चिममा आवश्यक पूर्वाधारको कमीका कारण यस क्षेत्रले गति लिन सकेको छैन। अपी, सैपाल हिमाल, बडिमालिका, टीकापुर पार्क, डल्फिन क्षेत्र, रामारोशन, पाताल भूमेश्वर, विभिन्न धार्मिक स्थललगायत पर्यटकीय क्षेत्रहरू रहेका छन् । यद्यपि अहिलेसम्म पर्याप्त संख्यामा पर्यटक भित्र्याउन सकेको देखिँदैन। मुलुकको पूर्वबाट आउने पर्यटक बर्दियासम्म पुग्ने गरेको पाइन्छ। शुक्लाफाँटा र खप्तड गरी दुई वटा राष्ट्रिय निकुञ्ज रहेको अवस्थामा पनि आशातीत रुपमा पर्यटक भित्र्याउन सकेको छैन। यस क्षेत्रमा विदेशी पर्यटकको आवागमन करिब शून्य जस्तै रहेको छ। यसका पछाडि पर्यटन पूर्वाधारको अभाव, प्रचार-प्रसारको कमी, पर्यटन व्यावसायीको न्यून चासो, सुरक्षाको उचित प्रबन्धको खाँचो, सुबिधायुक्त होटल तथा रेष्टुरेण्टको अभाव जस्ता समस्याहरू रहेका छन् । यस क्षेत्रमा विद्यमान प्रमुख समस्याहरू देहाय अनुसार छन्ः

क) अत्यावश्यक पर्यटकीय पूर्वाधरको अभाव (बाटोघाटो, होटल, सञ्चार आदि),

ख) दुर्घटना भएको अवस्थामा पर्यटकको सुरक्षित उद्धार गर्ने पूर्वतयारीका साधनहरू व्यवस्थापन नहुनु,

ग) स्थानीय स्तरमा पर्यटकको मागलाई धान्ने गरी स्थानीय उत्पादन बढाउन नसक्नु,

घ) सूचना, सञ्चार तथा पर्यटकीय शिक्षाको अभाव,

ङ) पहाडबाट तराइतिर तीव्र बसाइसराई,

च) न्यून स्थानीय एवं रैथाने उत्पादन ।

४) **यस क्षेत्रमा पर्यटन विकासको सम्भावना**

क) नेपाल सरकारको १६औं आवधिक योजनाले पर्यटन सेवाक्षेत्रलाई विदेशी मुद्रा आर्जनको माध्यमका रुपमा विकास गर्ने रुपान्तरणकारी रणनीतिका रुपमा लिइएको,

ख) नेपाल सरकारको १६औं आवधिक योजनाको परिच्छेद-२ मा देहायका प्रमुख कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने लक्ष्य राखिएको हुँदा यसले पर्यटन क्षेत्रमा सकारात्मक प्रभावको सम्भावना रहेको,

(अ) पर्यटन बजारको विकास, विस्तार तथा सुदृढीकरमा जोड दिइएको,

(आ) पर्यटन क्षेत्रमा लगानी आकर्षण, पर्यटकीय कृयाकलाप तथा गन्तब्यको विविधीकरणमा जोड,

(इ) एक जिल्ला एक पर्यटकीय गन्तव्य कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने,

(ई) एक स्थानीय तह बहुपर्यटन गाउँ प्रवर्धन गर्ने,

(उ) पर्यटक सुरक्षा, प्रचार-प्रसार तथा पर्यटन सूचाना सञ्जालीकरण गर्ने,

(ऊ) प्राकृतिक, धार्मिक एवं साँस्कृतिक विविध,

(ऋ) पर्यटन क्षेत्रको विकास एवं प्रवर्धनका लागि विभिन्न संस्थागत एवं संरचनागत व्यवस्था गरिएको ।

(ग) समाजिक एवं साँस्कृतिक विविधताले पर्यटन प्रवर्धनमा टेवा पुग्न जाने,

(घ) पर्यटन क्षेत्रमा निजी लगानीमा अभिबृद्धि हुनुका साथै यसक्षेत्रमा नयाँ-नयाँ होटल तथा रेष्टुरेण्ट खुल्दै जानु,

(ङ) स्थानीय तहबाट पर्यटकीय उत्पादनलाई बढावा दिइनु,

(च) आन्तरिक पर्यटनप्रतिको बढ्दो मोह,

(छ) तराइको गर्मी छल्न बिदाको समयमा पहाडी भू-भागमा घुम्न जाने बढ्दो प्रबृत्ति,

(ज) धनगढीबाट दिपायल लगायत अन्य पहाडी भू-भागमा हवाइसेवा सञ्चालन हुन सक्ने सम्भावना,

(झ) छिमेकी मुलुक भारतबाट समेत सुदूरपश्चिमका पहाडी भू-भागमा धार्मिक केही पर्यटक आउने गरेकोले यस्तो संख्या बढ्न सक्ने सम्भावना,

(ञ) होमस्टे सञ्चालन, स्थानीय बाटोघाटो निर्माणमा स्थानीय तहहरूको बढ्दो

सक्रियताले ग्रामीण पर्यटन प्रवर्धनमा सहयोग पुग्ने,

(ट) लगानी सम्मेलन मार्फत प्रदेश सरकारले पर्यटन क्षेत्रको विकास र विस्तारको लागि पहल गरिरहेको,

(ठ) सामाजिक, साँस्कृतिक एवं धार्मिक सम्पदाको प्रचुरता,

(ड) प्याराग्लाइडिङ्ग, जलयात्रा, हिमाल आरोहण, क्यानोनिङ्ग जस्ता साहसिक पर्यटनको अत्यधिक सम्भावना,

(ढ) भुकम्पपछिको पुनःनिर्माण तथा नव निर्माणमा जोड,

(ण) विदेशी पर्यटकहरूले नेपालप्रति देखाएको माया र

(त) सुविधा सम्पन्न यातायातका साधनको उपलब्धता ।

५. चुनौतीहरू

क) पर्यटन क्षेत्रबाट हुने समग्र आम्दानी अभिबृद्धी गरी कुल गार्हस्थ्य उत्पादनमा यस क्षेत्रको योगदान बढाउनु,

ख) भौगोलिक बिकटता, सिमित स्रोतसाधनका बावजुत गुणस्तरीय पर्यटकीय पूर्वाधारको विकास एवं विस्तार गर्नु,

ग) अव्यवस्थित एवं बढ्दो शहरीकरणलाई व्यवस्थित गर्दै प्राकृतिक सम्पदाहरूको संरक्षणमा जोड दिइ पर्यटन प्रबर्द्धन गर्नु,

घ) पर्यटन उद्योगको विकासका लागि तुलनात्मक लाभका आकर्षक गन्तब्य र नयाँ सेवाहरूको पहिचान, विकास र विविधीकरण गर्नु,

ङ) भौगोलिक तथा साँस्कृतिक विविधतासँग सामञ्जस्यता कायम गर्दै यसको महत्तम उपयोग गरी पर्यटन उद्योग एपं पर्यापर्यटनको विकास र विस्तार गर्नु,

च) नयाँ पुस्तामा मौलिक परम्परा एवं संस्कृति संरक्षणमा उदासिनता बढ्दै गएको अवस्थामा यसको संरक्षण गरी पर्यटकको आकर्षण अभिबृद्धि गर्नु,

छ) पहाडबाट तराइतर्फ हुने अव्यवस्थित वसाइसराइलाई रोकी स्थानीय रैथाने बालीको उत्पादन बढाइ पर्यटकको लागि आकर्षण बढाउनु,

ज) दक्ष जनशक्तिलाई टिकाइ नयाँ पुस्तालाई यस क्षेत्रप्रति आकर्षित गर्नु,

झ) प्राकृतिक र कृषि पर्यटनलाई समेत एकीकृत गरी पर्यटन विकासको अवधारणा तयार गर्नु,

ञ) पर्यटन पूर्वाधार विकासमा स्थानीय तह, प्रादेशिक तह तथा स्थानीय उपभोक्तालाई सुसूचित गर्दै पर्यटन क्षेत्रको दिगोपना कायम गर्नु,

ट) स्थानीय तह, प्रदेश र संघीय सरकारबिच उचित समन्वय कायम गरी स्रोतको

महत्तम उपयोग मार्फत पर्यटन विकासका गतिविधिलाई निरन्तरता दिनु,

ठ) प्राकृतिक सम्पदाहरूको अतिक्रमणलाई रोक्दै सम्पदाहरूको संरक्षण एवं सम्वर्द्धन गर्नु,

ड) पर्यटकहरूको पर्याप्त सुरक्षाको प्रबन्धसहित दुर्गम क्षेत्रमा समेत स्वच्छ र सफा गाँस, बासको व्यवस्था गरी पर्यटकलाई यस सम्बन्धमा आश्वस्त तुल्याउनु,

ढ) हवाइयात्राको सूचिमा नेपाल सुरक्षित रहेको सन्देश प्रबाह गरी विदेशी पर्यटकको संख्यामा अभिबृद्धि गर्नु,

ण) प्रदेश स्तरीय पर्यटकीय सूचना प्रणलीको विकास गरी यसमा पर्यटकको सहज पहुँच सुनिश्चत गर्नु,

त) यातायात सेवालाई सुरक्षित, भरपर्दो, नियमित र सुबिधा सम्पन्न बनाइ पहाडी भू-भागमा समेत बाह्रै महिना सेवा सुचारु गर्नु,

थ) पर्यटन व्यावसायमा नयाँ पुस्तालाई आकर्षित गर्दै तिनको प्रतिष्पर्धात्मक क्षमता अभिबृद्धि गरी दिगोपना कायम गर्नु,

द) मौलिक कला, संस्कृति, रीतिरिवाज, चाडपर्व, परम्पराआदिको संरक्षण एवं सम्वर्द्धन गरी पर्यटन क्षेत्रसँग आबद्ध गर्नु,

ध) पर्यटकीय शिक्षा र चेतना अभिबृद्धि गरी ज्ञानमा आधारित पर्यटनको विकास गर्नु,

न) व्यवसायिकता एवं दक्ष जनशक्तिको विकास गरी टिकाइ राख्नु।

६. सुधारको अपेक्षा

प्रादेशिक तहसम्मको पर्यटन प्रवर्धनका लागि नयाँ संरचनाहरूको निर्माण गर्ने, नयाँ परिस्थिति र अन्तर्राष्ट्रिय परिवेश अनुकूल हुने गरी नयाँ पर्यटन नीति बनाई लागु गर्ने, भूकम्पबाट क्षतिग्रस्त संरचना/सम्पदाहरूको तत्काल पुनःनिर्माण गर्ने, सुरक्षित, भरपर्दो हवाइसेवाको सुनिश्चितता गर्ने, पूर्वाधारमा लगानी बृद्धि गर्ने, पर्यटन विविधीकरण तथा गुणस्तरमा बृद्धि, परम्परागत मौलिक संस्कृतिहरूको संरक्षण र प्रवर्धन गर्ने, व्यवसायिक, दक्ष जनशक्ति विकास गर्ने, गन्तव्यहरूको पहिचान, प्रवर्धन तथा बजारीकरणमा जोड दिँदै जानु आजको टड्कारो आवश्यकता हो। अवसर र सम्भावनाहरूको भरपूर उपयोग गर्न सकेमा राष्ट्रिय अर्थतन्त्रमा यसको योगदान उल्लेख्य रुपमा बढ्न सक्ने देखिन्छ। यसका लागि पर्यटकीय सुरक्षा, सेवा सुविधाको गुणात्मक सुधार पहिलो शर्त हो। मुख्य सुधारका क्षेत्र निम्नानुसार प्रस्तुत गरिएका छन्।

क) यस देशमा आउने पर्यटकहरूको तथ्याङ्कलाई व्यवस्थित गरी पर्यटन सम्बन्धी

नीति तर्जुमा गर्दा तथ्य तथ्याङ्कमा आधारित भइ गरिनुपर्ने,

ख) सबै मौसममा पर्यटकीय क्रियाकलाप सञ्चालनका लागि बाह्यपर्यटनका अतिरिक्त आन्तरिक पर्यटनलाई समेत प्रोत्साहन गर्नुपर्ने,

ग) कर्णाली, मोहनालगायतका नदीहरूमा र्‍याफ्टिङ सञ्चालनसँगै अन्य पर्यटकीय पूर्वाधारको विकास गरी आन्तरिक तथा बाह्य पर्यटक आउने वातावरणको सिर्जना गर्ने,

घ) पर्यटन पूर्वाधारको दिगो विकास गर्नुका साथै तिनको दिगोपनामा जोड दिनइनुपर्ने,

ङ) वातावरण विनाश हुन नदिन फोहरको उचित व्यवस्थापन गर्नुका साथै पर्यटन शिक्षा कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने,

च) पर्यटन पदमार्गहरूको विकास गर्ने, मनोरञ्जन स्थल निर्माण तथा सञ्चालनमा निजीक्षेत्रलाई प्रोत्साहन गर्ने,

छ) पर्यटन पूर्वाधार विकासमा स्थानीय तह, प्रादेशिक तह तथा स्थानीय उपभोक्तालाई समेत संलग्न एवं सुसूचित गराउने,

ज) पर्यटन क्षेत्रलाई दिगो विकासको रणनीतिसँग आवद्ध गर्ने,

झ) पदयात्रा र साहसिक पर्यटकको आगमनमा अभिवृद्धि गर्न नयाँ पदमार्गहरूको पहिचान गर्ने,

ञ) पर्यटकीय सेवा सुविधा तथा सुरक्षाको प्रत्याभूति अभिबृद्धि गर्ने ।

सन्दर्भ सामग्रीः

नेपाल सरकार पर्यटन नीति, २०६५, काठमाडौंः नेपाल कानुन आयोग ।

स्थानीय सरकार सञ्चालन ऐन, २०७४ ।

http://shuklaphantanationalpark.gov.np/

https://dnpwc.gov.np/ne/conservation-area-detail/

https://www.untourism.int/glossary-tourism-terms

बस्नेत, केबी (२०८१), गोरखा पत्र दैनिक, २०८१ साउन २२

सुदूरपश्चिम प्रदेशमा धार्मिक पर्यटनको सम्भावना तथा चुनौतीहरू विषयक अध्ययन प्रतिवेदन ।

✦✦✦

नेपालमा पर्यटन विकासको अवस्था र सुधारका क्षेत्र

✍ रमेश अर्याल

सारांश

प्राकृतिक सौन्दर्य, अनुपम संस्कृति, अतुलनीय साँस्कृतिक सम्पदा र अनगिन्ती विशिष्टताका कारण नेपाल अन्तर्राष्ट्रिय जगतमा पर्यटकीय गन्तव्यस्थलको रूपमा परिचित छ। पर्यटन क्षेत्र विदेशी मुद्रा आर्जन र रोजगारी सिर्जनाको महत्त्वपूर्ण स्रोतको रुपमा रहेको छ। कुल गार्हस्थ्य उत्पादनमा पर्यटन क्षेत्रले करिव ३ प्रतिशत योगदान दिएकोले यसको विकासबाट देशको समग्र विकास गर्न मद्दत समेत पुगेको पाइन्छ। यद्यपि नेपालमा पर्यटन क्षेत्रको विकास गर्न सकिने पर्याप्त सम्भावना हुदाँहुदै पनि आवश्यकता र अपेक्षा अनुसार यस क्षेत्रको विकास हुन सकेको छैन। विभिन्न किसिमका समस्या र चुनौतीहरूले पर्यटन क्षेत्र जेलिएको छ। त्यस्ता समस्या र चुनौतीको समाधान गर्न सकेको खण्डमा देशको समग्र विकासमा पर्यटन क्षेत्रको योगदान अझ बढ्न सक्छ। यस लेखमा पर्यटनको परिचय, नेपालमा पर्यटनको सम्भावना, पर्यटन क्षेत्रको महत्व, नेपालमा पर्यटन क्षेत्रका प्रमुख परिसूचक, पर्यटन क्षेत्रका नकारात्मक पक्ष, नेपालको पर्यटन विकासको क्षेत्रमा विद्यमान समस्या र समाधानका उपायहरूका बारेमा समेत विवेचना गर्ने प्रयास गरिएको छ।

१. परिचय

पयर्टन (Tourism) भन्ने शब्द ल्याटिन भाषाको Tornus शब्दको अपभ्रंस हुँदै बनेको हो। यसको अर्थ हुन्छ - घुमघाम गर्नु। नेपाली वृहत शब्दकोषका अनुसार पर्यटन शब्दले अनेकौ ऐतिहासिक, दर्शनीय र महत्त्वपूर्ण स्थानहरू हेर्न वा मन वहलाउनका निमित्त देशविदेशमा गरिने भ्रमण वा यात्रालाई परिभाषित गरेको छ।

✍ *सहसचिव, नेपाल सरकार*

सोही शब्दकोषका अनुसार पर्यटन गर्ने, देशविदेश घुम्ने, भ्रमण गर्ने घुमक्कडलाई पर्यटक भनिएको छ भने देशविदेशबाट मन वहलाउन वा महत्त्वपूर्ण स्थलको अध्ययन, अवलोकन गर्न आउने व्यक्तिहरूको सुविधाको लागि स्थापना गरिने होटल वा दृश्यावलोकनका साधनहरू र त्यसबाट हुने विदेशी मुद्रा आर्जन सम्बन्धी उद्योगलाई पर्यटन उद्योगको रूपमा वर्णन गरेको पाइन्छ।

विश्व पर्यटन संगठनले भ्रमण गरी कुनै देशमा कम्तीमा चौबीस घण्टासम्म फुर्सद र व्यापारको प्रयोजनको लागि विताउनेहरूलाई पर्यटकको रूपमा मानेको छ। फुर्सदभित्र मनोरञ्जन गर्ने, विदा मनाउने, स्वास्थ्य वनाउने, अध्ययन गर्ने, धार्मिक कार्य गर्ने, खेलकुद गर्ने जस्ता प्रयोजनहरू समावेश गरिएको छ र व्यापारभित्र पारिवारिक काम, भेटघाट, व्यापार वृद्धि कार्यलाई लिइएको छ।

२. नेपालमा पर्यटन क्षेत्रको सम्भावना

विश्व मानचित्रमा नेपाल एशिया महादेशमा अवस्थित छ। चीन र भारत वीच दुईढुङ्गाको तरुलको रूपमा रहेको भूपरिवेष्ठित राष्ट्र नेपालले विश्वको कूल भूभागको ०.०३ प्रतिशत तथा एशिया महादेशको ०.३ प्रतिशत भूभाग ओगटेको छ। क्षेत्रफलको हिसावले सानो राष्ट्र भए तापनि विशालताभित्र पाइने सबै प्रकारका विशेषता, स्वरूप र लक्षण पाइने हुनाले नेपाल पर्यटकीय आकर्षणको दृष्टिकोणले संसारका प्रमुख गन्तव्यहरू मध्येको एक मानिन्छ। पर्यटकीय आकर्षणका अधिकांश विशेषताहरू र आफ्नै किसिमको अनौठो र विलक्षण भौगोलिक विशेषता पाइने नेपालमा प्राचीन संस्कृति, कला र कौशलका अनुपम नमुनाहरू पनि पाइन्छन्। प्राकृतिक दृश्यले सुशोभित र मनोहर नेपाललाई स्वीटजरल्याण्डसँग दाजिएको पाइन्छ। नेपालमा पर्यटन क्षेत्रको उज्ज्वल सम्भावना रहने आधारहरू निम्न छन् :

जिरी, दोलखा

अनुपम प्राकृतिक सौन्दर्यता : विश्वको सर्वोच्च शिखर सगरमाथालगायत ८ हजार मिटर भन्दा अग्ला १४ वटा शिखरमध्ये ८ वटा शिखरहरू नेपालमा रहेका छन् । विश्वको सर्वाधिक गहिरो गल्छी, विश्वको सर्वोच्च उचाईमा रहेको तिलिचो ताल लगायत फेवा, रूपा, वेगनास, रारा, शेफोक्सुण्डो जस्ता आकर्षक तालतलैया एवं रमणीय उपत्यका, हिमनदी, छहरा र अग्ला अग्ला पहाडको स्मरणीय दृश्य नेपालमा पाइन्छ ।

तिलिचो ताल

भौगोलिक विविधता : नेपालको भौगोलिक वनोट पनि विविधतायुक्त छ। बाह्रै महिना हिँउ जम्ने ठाँउदेखि लिएर ४५ डिग्री सेल्सीयस तापक्रम भएको तराइक्षेत्र पनि यहीँ रहेको छ । मध्य पहाडी तथा हिमाली क्षेत्रमा पदयात्रालगायत पर्वतारोहण जस्ता साहसिक पर्यटनको आनन्द लिन सकिन्छ ।

साँस्कृतिक एवं धार्मिक विविधता : नेपाल बहुजातीय, बहुभाषिक, बहुधार्मिक र बहुसाँस्कृतिक देश हो। विभिन्न धर्मका अनुयायीहरूको वसोवास भएको तथा विभिन्न जातजातिका भिन्न-भिन्न साँस्कृतिक परम्पराले गर्दा नेपाल सधै अन्वेषणको क्रिडास्थलको रूपमा रहेको छ। हिन्दु धर्मालम्बीको बाहुल्यता भए तापनि धार्मिक सहिष्णुता यहाँको जीवन शैली भएको छ। विश्व सम्पदा सूचीमा १० वटा सम्पदाहरू सूचीकृत भएको नेपालमा विभिन्न मठ, मन्दिर, देवल विभिन्न किसिमका चाडपर्वले गर्दा पर्यटकहरू आकर्षित गर्ने प्रशस्त संभावना छ। त्यस्तै गौतम बुद्धको जन्मस्थल, पशुपतिनाथको अवस्थिति, सीता र भृकुटी जस्ता आर्दश नारीहरूको जन्मस्थल भएकोले नेपाल धार्मिक पर्यटनका लागि प्रख्यात छ ।

जैविक विविधता : जैविक विविधताको दृष्टिले एसियामा ११ औं र विश्वमा २५ औ स्थान ओगट्ने नेपालमा विभिन्न राष्ट्रिय निकुञ्ज, वन्यजन्तु आरक्ष र संरक्षण

क्षेत्र छन् । घना जंगल, विविध किसिमका वोट विरुवा, थरिथरिका पशुपंक्षीको पर्याप्तताले विदेशी पर्यटकहरूको आकर्षणको रूपमा नेपाल रहेको छ ।

अतिथ्यको अनुपम उदाहरणः "अतिथि देवो भवः" भन्ने मान्यता रहेको नेपाली संस्कृति अतिथ्यको अनुपम उदाहरणको रूपमा रहेको छ ।

३. नेपालमा पर्यटन क्षेत्रको महत्व

नेपाल जस्तो विकासोन्मुख राष्ट्रको लागि पर्यटन क्षेत्र विभिन्न दृष्टिकोणबाट ज्यादै महत्त्वपूर्ण सेवामूलक व्यवसाय हो । यसको महत्वको बारेमा देहायअनुसार प्रकाश पारिएको छ ।

आर्थिक विकासको मेरुदण्ड : नेपालको आर्थिक विकासका लागि जलश्रोत, पर्यटन र कृषिलाई प्रमुख क्षेत्रको रूपमा लिने गरिन्छ। कृषि क्षेत्रमा लगानी गरे तापनि सुधार हुन नसक्दा विगतमा खाद्यान्न निर्यात गर्ने नेपाल अहिले खाद्यान्न आयात नगरे भोकभोकै हुने अवस्थामा पुगेको छ भने जलश्रोतको विकासको लागि ठुलो लगानी र धेरै समय चाहिने हुन्छ। पर्यटन मात्र यस्तो क्षेत्र हो जसमा गरिने कम लगानीले छोटो समयमा ग्रामीण र शहरी दुवै क्षेत्रका जनताले तुरुन्त प्रतिफल पाई देशको आर्थिक विकासमा टेवा पुग्दछ। तुलनात्मक लाभ प्राप्त उद्योगको रूपमा रहेको पर्यटन उद्योग वातावरणीय दृष्टिकोणले मैत्रीपूर्ण, स्थानीय सहभागिताको दृष्टिकोणले सुलभ र ग्राह्य तथा विदेशी मुद्रा आर्जनको महत्त्वपूर्ण र दिगो श्रोतको रूपमा रहेको छ। कुल गार्हस्थ्य उत्पादनमा पर्यटन क्षेत्रले २.४६ प्रतिशत योगदान रहेको छ ।

रोजगारमा बृद्धि : पर्यटन क्षेत्र रोजगारी दिने एउटा प्रमुख स्रोतको रूपमा रहेको छ । यसबाट विभिन्न किसिमका होटल, लज, मोटेल, रेष्टुरा, वार, पथप्रदर्शक, भरिया, ट्राभल तथा ट्रेकिङ्ग र ऱ्याफ्टिङ्ग एजेन्सीहरू, विमान सेवाहरू सबै लाभन्वित भई त्यसमा धेरै मानिसले प्रत्यक्ष वा अप्रत्यक्ष रूपमा रोजगारी प्राप्त गर्दै आएका छन् ।

उद्योगधन्दा एवं यातायातको विकास : पर्यटकहरू नेपालबाट क्युरियो, थान्का एवं अन्य हस्तकलाका सामानहरू लैजान मन पराउँछन् । यसबाट स्वदेशमा उत्पादित वस्तु एवं हस्तकला जस्ता सामाग्रीहरूको महत्व बढ्दछ र ती वस्तुहरूको उत्पादन गर्ने व्यवसायीहरू प्रोत्साहित भई घरेलु उद्योगहरूको विकासमा टेवा पुग्न जान्छ । पर्यटकहरूलाई आकर्षित गर्न सरकारले राजमार्गहरूलाई दृश्यावलोकन राजमार्गको रूपमा विकास गर्नुपर्ने, वातावरण अनुकूलित यातायात सेवा पुऱ्याउनुपर्ने, मनोरम दुर्गम स्थानमा समेत यातायात सेवा पुऱ्याउनु पर्ने, स्तरीय हवाई सेवा प्रदान गर्नुपर्ने जस्ता कुराहरूमा प्राथमिकता दिनुपर्ने भएकोले त्यसबाट यातायातको विकासमा पनि मद्दत पुग्दछ ।

नेपाली हस्तकला अवलोकन गर्दै पर्यटक

विचारको आदानप्रदान : पर्यटन क्षेत्रबाट विभिन्न देश विदेशका मानिसहरू वीच विभिन्न संस्कृति र सभ्यता परिचित र आदानप्रदान हुन जान्छ । यसले गर्दा अन्तर्राष्ट्रिय सौहाद्रता, भ्रातृत्व एवं मित्रता कायम गर्न गहन योगदान पुगेको हुन्छ । यसरी विभिन्न देशका मानिसहरूसँगको विचार आदानप्रदानले गर्दा नेपालीहरूको जीवनमा नयाँ विचारधारा उत्पत्ति हुन सक्छ ।

राष्ट्रिय सम्पदाको संरक्षण : पर्यटकहरू मनोरम प्राकृतिक दृश्य, पुरातात्विक एवं कलात्मक वस्तुहरू, धार्मिक, साँस्कृतिक एवं ऐतिहासिक महत्वका वस्तुहरूप्रति आकर्षित हुन्छन् । यसबाट विभिन्न जातका वन्यजन्तु, वनस्पतिहरू, चराचुरूङ्गी, माछा, पुतली, नदीनाला, ताल, तलाउ जस्ता प्राकृतिक सम्पदाहरू एवं स्मारक, पाटी, पौवा, मठ, मन्दिर, गुम्बाजस्ता साँस्कृतिक, धार्मिक एवं ऐतिहासिक महत्वका सम्पदाहरूको संरक्षण र सम्बर्द्धन गर्न प्रोत्साहन मिल्दछ किनभने पर्यटकहरूलाई आकर्षित गर्नका लागि भए पनि त्यस्ता सम्पदाहरूको संरक्षण गर्न अभिप्रेरित भइन्छ ।

राष्ट्रिय गौरव : पर्यटन क्षेत्रको विकासबाट नेपालको राष्ट्रिय गौरव पनि स्वभावैले बढ्न जान्छ । जसका कारण पर्यटकहरू आफ्नो देश फर्केर गएपछि नेपालको बारेमा चर्चा गर्दछन् । यसबाट अरू राष्ट्रसँग नेपालको सम्बन्ध र मित्रता बढ्न जान्छ । यसले गर्दा नेपालको नाम र कीर्ति विश्वको कुना कुनासम्म फैलिन्छ ।

उपर्युक्त कारणहरूबाट नेपाललाई विश्वमा चिनाउनुको साथै देशको समग्र विकासमा यथेष्ठ सहयोग पुऱ्याउने दिगो स्रोतको रूपमा पर्यटन क्षेत्रलाई लिन सकिन्छ ।

४. नेपालमा पर्यटन क्षेत्रका प्रमुख परिसूचक

स्थलमार्गबाट आउने भारतीय पर्यटक बाहेक सन् २०२३ मा १० लाख १४ हजार ८८२ पर्यटकको आगमन भएकोमा सन् २०२४ मा भने पर्यटक आगमनमा वृद्धि भई ११ लाख ४७ हजार ५४८ पुगेको छ। कुल पर्यटक आगमनको संख्यालाई देशगत रूपमा विश्लेषण गर्दा भारतबाट २७.७ प्रतिशत, अमेरिकाबाट ९.७ प्रतिशत, चीनबाट ८.९ प्रतिशत, बेलायतबाट ४.८ प्रतिशत, बंगलादेशबाट ४.३ प्रतिशत र अष्ट्रेलियाबाट ३.८ प्रतिशत रहेका छन्। प्रति पर्यटकको नेपालमा सरदर बसाइ अवधि १३.३ दिन रहेको छ। प्रतिदिन प्रति पर्यटक खर्च ४०.८ अमेरिकी डलर रहेको छ। सन् २०२४ मा आएका कुल पर्यटकहरूमध्ये ६०.४ प्रतिशतले बिदा/मनोरञ्जन/यात्राको उद्देश्यले नेपाल भ्रमण गरेका छन्। यसैगरी १४.५ प्रतिशत पर्वतारोहण/साहसिक पदयात्रा, १५.३ प्रतिशत तीर्थयात्रा र ९.८ प्रतिशतले अन्य उद्देश्यले नेपाल भ्रमण गरेका छन्। सन् २०२४ मा पर्यटन क्षेत्रबाट रू. ८३ अर्ब ३९ करोड बराबरको विदेशी मुद्रा आर्जन भएको छ।

५. संविधान, पर्यटन नीति, आवधिक योजना र बजेटमा पर्यटन

(क) नेपालको संविधान, पर्यटन नीति

पर्यटन सम्बन्धी नीति : हाम्रो वर्तमान संविधानमा नेपालका ऐतिहासिक, साँस्कृतिक, धार्मिक, पुरातात्विक र प्राकृतिक सम्पदाहरूको पहिचान, संरक्षण, प्रबर्द्धन एवं प्रचार प्रसार मार्फत् राष्ट्रिय अर्थतन्त्रको महत्त्वपूर्ण आधारको रूपमा पर्यावरण अनुकूल पर्यटन उद्योगको विकास गर्ने, पर्यटन संस्कृतिको विकास गर्न आवश्यक वातावरण एवं नीति निर्माण गर्ने तथा पर्यटन उद्योगको लाभ वितरणमा स्थानीय जनतालाई प्राथमिकता दिने प्रावधान रहेको छ। (धारा ५१(ठ))

(ख) पर्यटन नीति, २०८२ को दृष्टिकोण, लक्ष्य र उद्देश्य

पर्यटन नीति, २०८२ मा पर्यटन सम्बन्धी निम्न दृष्टिकोण, लक्ष्य र उद्देश्य रहेका छन्ः

दूरदृष्टि : अद्वितीय पर्यटकीय गन्तव्य नेपाल ।

ध्येय : नेपाललाई आकर्षक, जीवनपर्यन्त अनुभव, सुरक्षित एवं भरपर्दो र दिगो पर्यटकीय गन्तव्यका रूपमा विकास गर्ने।

लक्ष्य : राष्ट्रिय अर्थतन्त्रमा पर्यटन क्षेत्रको योगदान अभिवृद्धि गर्ने।

उद्देश्यहरू

(१) पर्यटकीय बस्तुको पहिचान, विकास, प्रवर्धन र विविधीकरण गर्नु।
(२) गुणस्तरीय र सुरक्षित पर्यटन पूर्वाधार तथा सेवाको विकास गर्नु।
(३) दिगो र उत्थानशील पर्यटन विकास गर्नु।

(४) पर्यटन क्षेत्रमा शासकीय दक्षता सुधार गर्नु ।

(५) पर्यटन प्रवर्धनमार्फत रोजगारी तया स्वरोजगारीका अवसर सिर्जना गरी समावेशी आर्थिक विकासमा योगदान पुऱ्याउनु ।

(ग) **सोह्रौं योजनामा पर्यटनसँग सम्बन्धित रणनीति तथा कार्यक्रम**

रूपान्तरणकारी रणनीति – कुल गार्हस्थ्य उत्पादनमा पर्यटन क्षेत्रको योगदान वृद्धि गर्न, पर्यटन क्षेत्रबाट मूल्य अभिवृद्धिमा सुधार गर्दै आम्दानी बढाएर कुल गार्हस्थ्य उत्पादनमा यस क्षेत्रको योगदान बढाउने; दिगो विकासको मर्मअनुरूप नेपालको पर्यटन उद्योगलाई पर्यापर्यटनसँग जोड्ने; स्वदेशी तथा विदेशी लगानी आकर्षित गरी पर्यटकीय पूर्वाधारको विकास एवम् विस्तार गर्ने; पर्यटन प्रवर्धनका लागि क्षेत्रगत रूपमा कृषि पर्यटनको विकास तथा विस्तार गर्ने; स्थानीय स्तरमा उत्पादन भएका पर्यटकीय उपजहरूको व्यावसायीकरण गर्ने; पर्यटनबाट प्राप्त लाभको समन्यायिक वितरणका लागि अग्र र पृष्ठ सम्बन्ध विकासको माध्यमबाट पर्यटनको लाभ स्थानीय समुदायसम्म पुऱ्याउने; पर्यटन क्षेत्रमा दक्ष जनशक्तिको उपलब्धता सुनिश्चित गर्न विश्वविद्यालय तथा शैक्षिक प्रतिष्ठानहरूसँग सहकार्य गरी यस क्षेत्रमा आवद्ध जनशक्तिको सीप र क्षमता विकास गर्ने; रणनैतिक महत्वका मुलुकहरूलाई लक्षित गरी पर्यटन प्रवर्धनको कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने, स्रोत बजारमा नेपालका पर्यटकीय गन्तव्य तथा सेवाको प्रवर्धन गर्ने र पर्यटकको सुरक्षा सुनिश्चित गर्ने ।

प्रमुख कार्यक्रम – पर्यटन क्षेत्रको विकास तथा सुदृढीकरण कार्यक्रम गर्नका निम्ति पर्यटन उपजहरूको विकास गरी प्रचार प्रसार एवम् आतिथ्य व्यवस्थापनमा सुधार, पर्यटन प्रर्वद्धनमार्फत पर्यटक आगमन संख्यामा वृद्धि गरी नेपाल बसाइको अवधि लम्ब्याउने, पर्यटकको दैनिक खर्च रकममा वृद्धि ल्याउने र पर्यटन व्यावसायबाट अधिकतम मूल्य अभिवृद्धि गर्ने उपायको अवलम्बन; रोजगारीका अवसरहरूमा वृद्धि तथा पर्यटन क्षेत्रको विविध विधामा अध्ययन अनुसन्धान; स्वदेशी तथा वैदेशिक लगानी आकर्षित गरी पर्यटन क्षेत्रको समग्र विकासका लागि पर्यटकीय पूर्वाधारहरूको विकास तथा विस्तार; धार्मिक, साँस्कृतिक सम्पदाहरूको संरक्षण तथा सम्वर्द्धन गरी थप आकर्षक गन्तव्यको पहिचान र विकास; प्रमुख पर्यटकीय स्थलहरूलाई अन्य पर्यटकीय गन्तव्यसँग जोडी आर्थिक लाभ हुने अवस्थाको सिर्जना; पर्यटनलाई साँस्कृतिक सम्पदासँग जोड्ने; सार्वजनिक निजी साझेदारीमा भारत, चीनलगायत अन्य मुलुकका पर्यटकहरूलाई लक्षित गरी पर्यटन प्रवर्धनकारी क्रियाकलापहरू सञ्चालन; स्थानीय उत्पादनलाई पर्यटकीय उपजको रूपमा प्रर्बद्धन गरी अग्र र पृष्ठ सम्बन्ध विकास; स्थानीय तहसँगको समन्वयमा ग्रामीण पर्यटन विस्तार; मुलुकभरका पर्यटकीय सम्पदामा स्थानीय समुदायको सक्रियता र

सहभागिताको सम्मान गर्दै पर्यटनबाट भएको आम्दानीको यथोचित सुव्यवस्था, बाँडफाँट तथा वितरण; पर्यटन उद्यममा पिछडिएको समुदाय, महिला, दलित तथा आदिवासी जनजातिको संलग्नतालाई प्रोत्साहन तथा क्षमता विकास जस्ता कार्यक्रमहरू समाविष्ट रहेका छन् ।

(घ) आर्थिक वर्ष २०८२/८३ को बजेटमा पर्यटन विकास सम्बन्धी व्यवस्था

आर्थिक वर्ष २०८२/८३ को संघीय बजेटमा पूर्वाधारको विकास, गुणस्तरीय सेवा विस्तार र बजारीकरणका माध्यमबाट नेपाललाई सुरक्षित र आकर्षक पर्यटकीय गन्तव्यको रूपमा ब्राण्डिङ्ग गर्ने, छिमेकी मुलुकका पर्यटकलाई लक्षित गरी प्रवर्धनका विशेष प्याकेज सञ्चालन गर्ने, पर्यापर्यटन, पर्वतीय तथा साहसिक पर्यटन, धार्मिक र साँस्कृतिक पर्यटनका प्रमुख गन्तव्य स्थलहरूमा पर्यटक लक्षित सेवा विस्तार गर्ने, प्राकृतिक, साँस्कृतिक, साहसिक, चलचित्र, आरोग्य र खेलमा आधारित पर्यटन प्रवर्धनका कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने, स्थलमार्गबाट आउने पर्यटकहरूलाई लक्षित गरी स्वागत तथा सेवा केन्द्र स्थापना गर्ने, पर्यटकीय गन्तव्यको विकासमा निजी क्षेत्रको लगानी आकर्षित गर्ने, राष्ट्रिय निकुञ्ज, आरक्ष तथा संरक्षित क्षेत्रमा जङ्गल सफारी, पदयात्रा र पर्या-पर्यटकीय पूर्वाधार विकासमा जोड दिने, प्रमुख पर्यटकीय क्षेत्रमा हिल स्टेशन, होटल, लज, रिसोर्ट लगायतका पर्यटन पूर्वधार निर्माणका लागि वन क्षेत्र लगायत सरकारी स्वामित्वको जमिन लिजमा दिने व्यवस्था गर्ने, निजी क्षेत्रसँगको सहकार्य र पर्यटन बोर्डको सहजीकरणमा पर्यटन प्रवर्धन कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने, उच्च पहाडी तथा हिमाली क्षेत्रको पर्यटन प्रवर्धन गर्न सुरक्षित पर्यापर्यटन पदमार्गहरूको बिकास गर्ने, सगरमाथा, पशुपतिनाथ, लुम्बिनी, जनकपुरधाम, मुक्तिनाथ, स्वर्गद्वारी, रारा, खप्तड लगायतका प्रमुख धार्मिक, साँस्कृतिक तथा पर्यटकीय गन्तव्यहरूमा पूर्वाधार विकास गर्ने, हवाई सेवालाई थप सुरक्षित र पहुँचयोग्य बनाउनेलगायतको समयसापेक्ष महत्त्वपूर्ण नीति/कार्यक्रम समाविष्ट छन् ।

६. पर्यटन क्षेत्रका नकारात्मक पक्ष

नेपालको आर्थिक विकासमा पर्यटन क्षेत्र अत्यन्तै महत्त्वपूर्ण सिद्ध भएको छ। तर यसको विकासबाट केही खरावीहरू पनि देखा पर्न सक्छन् । ती हुन् :

(१) **वातावरणीय असन्तुलन** : पर्यटनहरूको बढ्दो चापले गर्दा स्थानीय स्रोतहरूमा प्रतिकूल असर पर्न गई वातावरणीय सन्तुलन समेत खलवलिन पुगेको छ ।

(२) **स्थानीय संस्कृतिमा प्रतिकूलता** : पर्यटनसँग सम्बन्धित पेशामा लागेका कतिपय स्थानीय वासिन्दाहरू आफ्नो धर्म, संस्कृति र सामाजिक प्रथा

छाडी गैरसभ्यतातर्फ आकर्षित भएको पाइन्छ। त्यस्तै मन्दिर, गुम्बा आदिका मूर्ति, ग्रन्थ तथा अन्य सामानहरू हराउँदै गएका छन् ।

(३) **महंगी बढ्नु** : खुद्रा व्यापारीहरूले पर्यटकहरूलाई सामान विक्री गर्दा बढी मूल्य लिने गर्दछन् । यसले गर्दा पर्यटकले थाहा पाई वा नपाई बढी मूल्य तिरेर उनीहरूलाई आवश्यक पर्ने वस्तुहरू किनिदिन्छन् जसबाट आम स्थानीय गाहकहरूका लागि आवश्यक वस्तुको मूल्यमा अनावश्यक बृद्धि भई देशमा महंगी बढ्छ र मध्यम तथा निम्नवर्गका मानिसको आर्थिक जीवनमा धक्का लाग्दछ ।

(४) **गोपनीयता भंग हुने** : पर्यटकहरू जताजतै घुमिरहन्छन् । यसरी घुम्दा उनीहरूले देशका राम्रा नराम्रा सबै कुरा थाहा पाउँछन् । राम्रा कुराहरूलाई आफ्नो अनुकूल वनाउन हर प्रयास गर्छन। गुप्तचरीको माध्यमबाट गोप्य कुराहरूको भेद खोल्न सक्छन्। अतः एवं पर्यटन विकासका क्रममा उपर्युक्त नकारात्मक पक्षहरूबाट जोगिनाका लागि अधिकतम प्रयास/रणनीति अवलम्बन गरिनु जरुरी छ ।

७. नेपालमा पर्यटन क्षेत्रका समस्या

पर्यटन क्षेत्रमा देखिएका विद्यमान समस्याहरू देहाय अनुसार छन्ः

(१) पर्यटकीय स्थल एवं सुविधाको व्यापक प्रचारप्रसार नहुनु ।

(२) देशका केही सीमित स्थानमा मात्र पर्यटन पूर्वाधार विकास केन्द्रित हुनु ।

(३) पर्यटकको समयसापेक्ष माग अनुसारका पर्यटनस्थल र सेवाको विकास नहुनु ।

(४) पर्यटकीय क्रियाकलापको विविधिकरण नहुनु ।

(५) हवाई सेवा नियमित र भरपर्दो नहुनु ।

(६) नेपालको हवाइ क्षेत्रलाई युरोपियन युनियनले कालो सूचीमा राख्नु ।

(७) विदेशस्थित कूटनीतिक नियोगलाई पर्यटन प्रवर्धनका लागि पर्याप्त परिचालन नगरिनु ।

(८) सरकार तथा निजी क्षेत्र र निजी क्षेत्रभित्रै पनि कार्यक्रम तथा व्यवहारमा समन्वय नहुनु ।

(९) पर्यटकमैत्री संस्कृतिको अभाव भई अनावश्यक दुःख दिएर आफ्ना सामान विकाउने र पैसा कमाउने प्रवृत्तिको अन्त्य नहुनु ।

(१०) धार्मिक पर्यटन, खेलकुद पर्यटन र ग्रामीण पर्यटनलाई उच्च महत्व नदिइनु ।

(११) अव्यवस्थित शहरीकरण र वातावरण प्रदुषण हुनु ।

(१२) स्थानीय तहले स्थानीय स्तरको पर्यटन विकासमा सक्रियता नदेखाई पर्यटन मन्त्रालयको मुख ताकेर बस्नु ।

(१३) प्रशिक्षित र दक्ष जनशक्ति पर्याप्त मात्रामा नहुँदा पर्यटकलाई स्तरीय सेवा दिन नसक्नु ।

(१४) मुलुकमा समय समयमा राष्ट्रिय अस्थिरताको अवस्था देखिनु ।

८. पर्यटन प्रवर्धनका लागि सुझावहरू

माथि नै उल्लेख भइसकेको छ- नेपालमा पर्यटन विकासका प्रचुर सम्भावना रहेको छ । यस सम्भावनाहरूलाई कार्यरुपमा परिणत गर्न देहायनुसारका सुझावहरू प्रस्तुत गरिएका छन्ः

(१) आजको युग प्रचारप्रसारको युग भएकोले नेपाल उत्कृष्ट पर्यटकीय गन्तव्यस्थल हो भन्ने खालको प्रचारप्रसार सघन रुपमा विश्व सामु गरिनु अत्यावश्यक छ ।

(२) सीमित क्षेत्रमा मात्र फष्टाएको पर्यटकीय क्रियाकलापलाई देशका सबै क्षेत्रमा फैलाउन अन्य क्षेत्रमा भएका सुन्दरता, साँस्कृतिक एवं जातीय विविधताको प्रचारप्रसार एवं सेवा सुविधामा विस्तार गरी पर्यटकीय क्रियाकलाप बढाउनु पर्दछ ।

(३) हवाई यातायात सेवालाई सुदृढ र स्तरयुक्त बनाउनु पर्दछ । नेपाललाई हवाई क्षेत्रको कालो सूचीबाट हटाउन सुधारसहित आवश्यक पहल गरिनु पर्दछ ।

(४) विश्वका एक अर्बभन्दा बढी हिन्दुहरूको तथा करोडौं बौद्ध धर्मालम्बीहरूको सर्वाधिक पवित्र तीर्थस्थल नेपाल भएकोले भारत, चीन, जापान, सिंगापुर, श्रीलंका, थाइल्यान्ड, बर्मा, इन्डोनेसिया, मलेसिया, कोरियाजस्ता आर्थिक दृष्टिकोणले सम्पन्न राष्ट्रहरूका करोडौं हिन्दु र बौद्ध धर्मावलम्बी पर्यटकहरूलाई नेपाल भित्र्याउनु विशेष व्यवस्था हुनुपर्दछ ।

(५) पर्यटक आउँदा र फर्कदा आकर्षण वा विकर्षणको छाप पार्ने अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थल भएकोले विमानस्थललाई सफासुग्घर र व्यवस्थित, अध्यागमन प्रकृयालाई सरल र छरितो, विमानस्थलदेखि होटलसम्मको यात्रालाई सुरक्षित र व्यवस्थित तथा ट्राफिक जामको समस्यालाई प्रभावकारी ढंगले व्यवस्थापन गर्नुपर्दछ ।

(६) रोयल्टीबाट भन्दा पनि धेरै पर्यटक भित्र्याएर उनीहरूले अन्य क्षेत्रमा बढी खर्च गरून भन्ने चाहना राख्नका लागि पदयात्रा र आरोहण गर्दा लाग्ने दस्तुरलाई न्यून गर्नु उपयुक्त हुने देखिन्छ ।

(७) संख्यात्मक भन्दा पनि गुणात्मक पर्यटनमा जोड दिई स्थानीय उत्पादनको उपभोगमा वृद्धि गराई पर्यटकलाई बढी भन्दा बढी खर्च गर्ने र वसाइ

अवधि बढाउने वातावरण सिर्जना गरिनु पर्दछ।

(८) स्थानीय तहमा पर्यटन सम्वन्धी क्रियाकलाप सञ्चालन गर्ने गैसस लगायतका सबै निकायले सम्वन्धित स्थानीय तहको समन्वयमा दोहोरोपना नहुने गरी पर्यटकीय क्रियाकलाप सञ्चालन गर्नुपर्दछ।

(९) देशको मौलिक साँस्कृतिक, परम्परागत आर्ा तथ्य एवं जनजातीय रहनसहनलाई सम्बर्द्धन गरी पर्यटकीय आकर्षणको रूपमा प्रस्तुत गर्नु पर्दछ।

(१०) स्वदेशमा उत्पादित वस्तु एवं हस्तकलाका सामग्रीहरूलाई पर्यटकीय उपभोगका लागि उत्पादन र खपत गर्न गराउन विशेष जोड दिनुपर्छ।

(११) हरियो वातावरण, स्वच्छ र निर्मल पर्यावरणले सबैलाई आकर्षित गर्ने भएकोले वातावरण प्रदूषण र अव्यवस्थित शहरीकरण नियन्त्रण गरी पर्यटकलाई आकर्षित गराउनुपर्छ ।

(१२) क्रिकेट, हात्तीपोलो, ऱ्याफ्टिङ्ग, फुटबल, गल्फ, बेलुनिङ, क्लाइम्बिङ्ग, स्नोइङ्ग जस्ता खेलको अन्तर्राष्ट्रिय प्रतियोगिता गराई खेल पर्यटनलाई बढावा दिनुपर्छ।

हात्तीपोलो खेल्दै पर्यटक

(१३) पर्यावरणीय पर्यटन, साँस्कृतिक पर्यटन, चाडपर्व पर्यटन, ग्रामीण पर्यटन, मनोरञ्जनात्मक पर्यटनको प्रबर्द्धन गर्नुपर्छ।

(१४) नेपालमा पर्यटकको कमी आउनुमा उनीहरूले आफूलाई असुरक्षित ठान्ने पनि भएकोले नेपालमा शान्ति छ, नेपाल आउने पर्यटकको वातावरण अनुकल छ भन्नेजस्ता कुराको व्यापक प्रचार प्रसारको साथ यस पक्षमा

सुनिश्चितता प्रदान गर्नु जरुरी छ।

(१५) नयाँ गन्तव्यको पहिचान तथा मौजुदा गन्तव्यको विकास र प्रवर्धनका लागि पर्यटकीय गन्तव्यको प्रोफाइल तयार गर्नुपर्छ।

(१६) पर्यटकलाई एकद्वार प्रणालीमार्फत सेवा प्रवाह गर्ने व्यवस्था मिलाउनुपर्छ।

(१७) छिमेकी मुलुक भारत र चीन तथा अन्य मुलुकका प्रमुख शहरमा पर्यटक लक्षित रोड सो, मेला, महोत्सव जस्ता पर्यटन प्रवर्धन कार्यक्रम सञ्चालन गर्नुपर्छ।

९. निष्कर्ष

पर्यटन व्यवसायका दृष्टिले उर्वर भूमि नेपालमा पर्यटन क्षेत्रलाई उद्योगकै रूपमा विकास गर्न सके यस क्षेत्रले अर्थतन्त्रमा अझ महत्त्वपूर्ण योगदान पुर्‍याउन सक्दछ। पर्यटन क्षेत्रमा देखिएका समस्या समाधानका लागि संघीय सरकार, प्रदेश सरकार, स्थानीय तह, निजी क्षेत्र, गैरसरकारी क्षेत्र तथा नागरिक समाज प्रतिवद्ध र कटिवद्ध भई सहकार्य एवं समन्वय गरेमा पर्यटन क्षेत्रमा सुधार आउनेछ। अनि, समृद्ध नेपाल सुखी नेपालीको राष्ट्रिय आकांक्षा प्राप्तिमा सहयोग पुग्ने अपेक्षा गर्न सकिन्छ।

सन्दर्भ सामग्री

नेपालको संविधान, काठमाडौं, कानून किताव व्यवस्था समिति, २०७२

आर्थिक सर्वेक्षण (आर्थिक वर्ष २०८१/८२) काठमाडौं, अर्थ मन्त्रालय

सोह्रौं योजना (२०८१/८२-२०८५/८६), काठमाडौं, राष्ट्रिय योजना आयोग

आर्थिक वर्ष २०८२/८३ को बजेट वक्तव्य, अर्थ मन्त्रालय, काठमाडौं

पर्यटन नीति, २०८२, काठमाडौं, नेपाल सरकार

आर्थिक वर्ष २०८१/८२ को मन्त्रालयगत प्रगति विवरण, २०८२, काठमाडौं, अर्थ मन्त्रालय

रमेश अर्याल (२०८१), समसामयिक विषयहरू, काठमाडौं, गुडलक पब्लिकेशन

नेपालको परराष्ट्र मामिलामा आर्थिक कूटनीतिः एक नजर

✍ रमेश पाण्डेय

१. विषय प्रवेश

परराष्ट्र नीति कुनै राष्ट्रले अन्य देशहरू तथा अन्तर्राष्ट्रिय संस्थाहरूसँग सम्बन्ध विकास, विस्तार र सुदृढीकरण गर्न अपनाउने रणनीति तथा मार्गनिर्देशनको समूह हो । यसले राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक र साँस्कृतिक पक्षहरू समेट्दछ जसको मूल उद्देश्य राष्ट्रको दीर्घकालीन हितको प्रवर्धन गर्नु हो । प्रत्येक राष्ट्रले अन्तर्राष्ट्रिय क्षेत्रमा आफ्नो हितको संरक्षण र अभिवृद्धिका लागि परराष्ट्र नीति तय गर्ने गर्छ ।

यस नीतिलाई व्यवहारमा उतार्ने प्रमुख माध्यम कूटनीति हो । कूटनीतिक अभ्यासका विभिन्न प्रकारहरूमध्ये आर्थिक कूटनीति एक महत्त्वपूर्ण प्रकार हो । सरल भाषामा भन्ने हो भने आर्थिक कूटनीतिले परराष्ट्र नीतिको माध्यमबाट आर्थिक लक्ष्यहरू प्राप्त गर्न गरिने प्रयासहरूलाई जनाउँछ । यसर्थ, मुलुकको सर्वोपरि हित प्रवर्धनको लागि सञ्चालन गरिने परराष्ट्र नीतिको आर्थिक पक्ष कार्यान्वयन गर्न तय गरिने नीति नै आर्थिक कूटनीति हो । यसमा व्यापार, लगानी, वित्तीय सहकार्य, वैदेशिक रोजगार, पर्यटन, प्रविधि जस्ता आर्थिक उपकरणहरूको प्रयोग गरेर राष्ट्रको समग्र हितलाई अन्तर्राष्ट्रिय क्षेत्रमै प्रवर्धन गरिन्छ ।

विकासशील मुलुकहरूमा आर्थिक विपन्नता, बेरोजगारी, पछौटेपना, लगानी शिथिलता, उच्च व्यापार घाटा जस्ता समस्याहरू रहेकाले त्यसबाट मुक्त हुन ती राष्ट्रहरूले राष्ट्रिय विकास नीतिका पुरकका रुपमा व्यापार, लगानी, पर्यटन, पूर्वाधार रोजगारी जस्ता क्षेत्रमा राष्ट्रिय आवश्यकताको पहिचान गरी राष्ट्रिय हित र पहिचान सम्वर्धन गर्न कूटनीतिक सीप र क्षमताको विकास एवम् परिचालन गर्न आवश्यक

✍ *उपसचिव, नेपाल सरकार*

ठानेर सबै प्रकारका प्रयासहरू आर्थिक विकास र सामाजिक रुपान्तरणमा केन्द्रित भए। आर्थिक कूटनीति त्यसैको एउटा महत्त्वपूर्ण पक्ष हो।

विश्व एक ग्राम भएको जमानामा कुनै पनि मुलुकले एकाङ्की भएर प्रगति गर्न असम्भवप्रायः छ। विचार व्यापार, रोजगारको विश्वभर खुल्ला तथा निर्वाध प्रवाह एवम् सूचना प्रविधिको चरम विकासले विश्वका हरेक कुनाका मुलुकलाई नजिक मात्रै ल्याएको छैन एक अर्कामा परनिर्भर पनि बनाउँदै लगेको छ। आर्थिक विकास गर्ने, लगानी बढाउने, समृद्धि हासिल गर्ने र अन्तर्राष्ट्रिय जगतमा मुलुकको प्रतिष्ठा बढाउने जुनसुकै मुलुकको अभिष्ट रहेको हुन्छ। अचेल तेलका खानी भएका मरुभूमिका मुलुकहरूले आफ्नो मुलुकभित्र पिउने पानीको श्रोत नभए तापनि तिर्खै बस्नु पर्दैन भने नेपाल जस्ता स्वच्छ पानीका यथेष्ट श्रोत भएका मुलुकले इन्धनको अभावले अँध्यारोमा नै रुमल्लिनु पर्दैन। इच्छाशक्ति भएको खण्डमा आर्थिक कूटनीतिको माध्यमबाट खाडी मुलुकको तेल नेपाल जस्तो हिमाली मुलुकमा अनि नेपालजस्तो हिमाली मुलुकको स्वच्छ पिउने पानी खाडी मुलुकमा सुलभ ढँगबाट उपलब्ध गराई दुवै मुलुकले आफूसँग भएको श्रोतको पहिचान र परिचालनद्वारा आर्थिक उन्नयन गर्दै समृद्धि हासिल गर्न सम्भव हुँदै गएको छ।

सन् १९८० को दशकबाट चर्चामा आउन थालेको आर्थिक कूनटनीति कूटनीतिकै एउटा महत्त्वपूर्ण हाँगो हो। मुलुकभित्रका आर्थिक सम्भावनाहरू अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा पहुँच पुऱ्याउन र मुलुकले बाह्य बजारका आर्थिक अवसरहरूबाट भरपुर फाइदा लिनका लागि सरकारी वा गैरसरकारी तवरबाट तय गरिने सोच, नीति, योजना, रणनीति, कार्यक्रम र क्रियाकलापहरूको माध्यमबाट विश्व बजारमा पैरवी, प्रचार प्रसार, वार्ता, सम्वाद, छलफल, सहयोग, साझेदारी, समन्वय गर्नु नै आर्थिक कूटनीतिको कार्य हो।

कूटनीतिक संयन्त्रहरूको प्रयोग गरी स्वदेशी वस्तु तथा सेवाको अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा बजारीकरण गर्नु तथा विदेशी पर्यटक, प्रविधि, पूँजी र प्रत्यक्ष बैदेशिक लगानी भित्र्याएर देशको अर्थतन्त्रलाई गतिशील बनाउन विदेशी राष्ट्र, संस्था तथा सरोकारवालासँगको सम्बन्धलाई राष्ट्रको आर्थिक हितमा उपयोग गर्नु नै आर्थिक कूटनीतिको प्रमुख उद्देश्य हो।

परराष्ट्रविद् मधुरमण आचार्य (२०७१) का भनाइमा आर्थिक कूटनीतिका दुईवटा पाटा हुन्छन्। पहिलोः परराष्ट्र नीतिले लिएको उद्देश्य पूरा गर्नको निमित्त आर्थिक नीतिको प्रयोग गर्नु (Aid Diplomacy) र दोश्रो :आर्थिक उद्देश्य पूरा गर्नका निमित्त कूटनीतिको प्रयोग गर्नु।

त्यसैगरी, मुलुक विशेषको सम्भावनाका आधारमा ठोस कार्यक्रमहरू सञ्चालन

गर्न र प्राथमिकताका आधारमा देशहरू छनोट गरी खास-खास कार्यक्रमहरू बजेट केन्द्रित गर्न पनि आर्थिक कूटनीतिको देशगत तथा क्षेत्रगत रणनीति बनाई कार्यान्वयनमा ल्याउन जरुरी देखिन्छ।

नेपाल सरकारले विदेशस्थित नेपाली नियोगहरूबाट आर्थिक कूटनीतिका विभिन्न कार्यक्रमहरू सञ्चालन गर्न आर्थिक वर्ष २०६६/६७ देखि बजेट विनियोजन गर्दै आएको छ। हाल आर्थिक कूटनीतिलाई अझ व्यापक बनाउन विकास कूटनीति अन्तर्गत समेटिएको देखिन्छ।

परराष्ट्र नीति र आर्थिक कूटनीति : सारांश तालिका

विषयवस्तु	विवरण
परराष्ट्र नीति के हो ?	● राष्ट्रको हित प्रवर्धनका लागि अन्य देश तथा अन्तर्राष्ट्रिय संस्थाहरूसँग सम्बन्ध विकास गर्ने नीति।
मुख्य उद्देश्य	● राष्ट्रको राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक-साँस्कृतिक हितको संरक्षण र प्रवर्धन।
कार्यान्वयन गर्ने माध्यम	● कूटनीति
कूटनीति के हो ?	● परराष्ट्र नीतिलाई व्यवहारमा उतार्ने प्रक्रिया वा अभ्यास।
कूटनीतिक प्रकारहरू	● राजनीतिक कूटनीति ● आर्थिक कूटनीति ● साँस्कृतिक कूटनीति आदि।
आर्थिक कूटनीति के हो ?	● परराष्ट्र नीतिको आर्थिक पक्षमार्फत राष्ट्रको हित प्रवर्धन गर्ने नीति।
मुख्य उपकरणहरू	● व्यापार सम्झौता ● लगानी प्रवर्धन ● द्विपक्षीय/बहुपक्षीय आर्थिक सहकार्य
उदाहरणहरू	● नेपाल-भारत व्यापार सम्झौता ● चीनसँगको बीआरआई सहकार्य आदि।

२. आर्थिक कूटनीतिका आयाम

वैदेशिक व्यापार, प्रत्यक्ष वैदेशिक लगानी, पर्यटन, रोजगारी जस्ता विषय आर्थिक कूटनीतिका आयामहरू हुन्। वर्तमान वदलिदो परिवेशमा विश्वकेन्द्रित भएका

विषयहरू जस्तै, आर्थिक सम्बन्ध, जलवायु वित्त, प्राकृतिक साधनको व्यवस्थापन, ऊर्जा, क्षमता विकास र प्रविधि हस्तान्तरण पनि आर्थिक कूटनीतिका क्षेत्रभित्र अध्ययन हुने गर्दछन् ।

२.१. **वैदेशिक रोजगार**

(क) वैदेशिक रोजगारले आफ्नो वसोवासको देशभन्दा बाहिर गई, श्रम वा सीप प्रयोग गरी आर्थिक पारिश्रमिक प्राप्त गर्ने गतिविधिलाई जनाउँछ । देशमा विद्यमान श्रमशक्ति र उपलब्ध रोजगारीका अवसरबीचको अनुपात सन्तुलित नहुँदा श्रमको प्रतिस्पर्धात्मक मुल्यको खोजी गर्ने क्रममा श्रम बजारमा प्रवेश गर्ने जनशक्तिले विदेशमा रोजगारीका अवसरको खोजी गर्ने गर्दछ ।

(ख) नेपालको सन्दर्भमा, १९८० दशकको उत्तरार्धदेखि वैदेशिक रोजगार उल्लेख्य रूपमा बढेको छ। अन्तर्राष्ट्रिय श्रम संगठनका अनुसार नेपालका करिब ४० लाख नागरिक विदेशमा रोजगारीमा छन् । यस प्रक्रियामा श्रमिक आप्रवासन, रेमिट्यान्स आर्जन, सीप हस्तान्तरण र विदेशी बजारसँगको सम्पर्क आर्थिक कूटनीतिकाका महत्त्वपूर्ण आयामका रूपमा उदाएका छन् ।

२.२ **वैदेशिक व्यापार**

(क) खुला अर्थतन्त्र अभ्यास गर्ने मुलुकहरूले अन्तर्राष्ट्रिय व्यापारलाई आर्थिक वृद्धिको प्रमुख साधनका रूपमा लिएका छन्। नेपालले विद्यमान बहुपक्षीय, क्षेत्रीय र द्विपक्षीय व्यापार प्रणालीबाट अधिकतम लाभ लिन वाणिज्य नीति कार्यान्वयन गर्दै आएको छ ।

(ख) वाणिज्य नीति, २०८२ मा व्यापार प्रवर्धनलाई आर्थिक कूटनीतिको प्रमुख अङ्गका रूपमा कार्यान्वयन गर्ने, अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा पहुँच विस्तार गर्ने, तुलनात्मक रूपमा बढी व्यापार सम्भावना भएका मुलुक एवं क्षेत्रीय संगठनसँग स्वतन्त्र व्यापार सम्झौता गर्ने, अन्तर्राष्ट्रिय व्यापारको लागत कम गर्ने, तथा विदेशस्थित नेपाली नियोगलाई व्यापार कूटनीति, लगानी सम्भाव्यता र बजार अनुसन्धानका कार्यका लागि परिचालन गर्ने व्यवस्था समेटिएको छ ।

(ग) नेपाल व्यापार एकीकृत रणनीति, २०८० कार्यान्वयनमा रहेको छ, जसले निर्यातमुखी उत्पादन र बजार विस्तारलाई प्राथमिकता दिएको छ ।

(घ) विश्व व्यापार सङ्गठन, दक्षिण एसियाली स्वतन्त्र व्यापार क्षेत्र र बङ्गाल

उपसागर बहुक्षेत्रीय प्राविधिक तथा आर्थिक सहयोगमा आवद्धताले नेपालको अन्तर्राष्ट्रिय आर्थिक सम्बन्धलाई सुदृढ गर्ने अवसर प्रदान गरेको छ।

(ङ) राष्ट्रिय व्यापार पोर्टलको स्थापना गरी वैदेशिक व्यापार प्रवर्धनको प्रयास गरिएको भएपनि वैदेशिक व्यापारमा निर्यातको तुलनामा आयातको हिस्सा निकै ठुलो रहेको।

(च) अर्थतन्त्रमा उत्पादन भएका वस्तु तथा सेवाहरूलाई अन्तर्राष्ट्रिय बजारसम्म पुऱ्याई आन्तरिक रोजगारी सिर्जना, तुलनात्मक लाभको उपयोग र वैदेशिक मुद्रा आर्जन गर्ने उद्देश्यले निर्यात व्यापारलाई आर्थिक कूटनीतिको महत्त्वपूर्ण आयामका रूपमा लिइएको छ। यसका लागि अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा नेपाली उत्पादनको प्रतिस्पर्धात्मक क्षमता वृद्धि, व्यापार सञ्जाल विस्तार र लागत न्यूनिकरणजस्ता उपायहरूलाई दीर्घकालीन रूपमा संस्थागत गर्न आवश्यक छ।

२.३ प्रत्यक्ष वैदेशिक लगानी

(क) वैदेशिक लगानी बचत र लगानीबीचको अन्तर घटाउने प्रमुख साधन हो। नेपालले संविधानमार्फत आयात प्रतिस्थापन र निर्यात प्रवर्धनका क्षेत्रमा वैदेशिक पूँजी र प्रविधि आकर्षित गर्ने नीति लिएको छ। यसले उत्पादन वृद्धि, रोजगारी सिर्जना र आर्थिक विकासमा सहयोग पुऱ्याउँछ।

(ख) उदार अर्थतन्त्र अपनाउने मुलुकहरूले आफ्नो बजार खुला गर्छन्। उनीहरूले वैदेशिक पूँजी, प्रविधि र सीप भित्र्याएर आफ्नो अर्थतन्त्रलाई गतिशील र प्रतिस्पर्धी बनाउँछन्। नेपालले पनि अन्तर्राष्ट्रिय लगानीकर्तालाई आकर्षित गर्न खुला नीति र लगानीमैत्री वातावरण निर्माण गर्दै आएको छ।

(ग) उच्च र दिगो आर्थिक वृद्धि हासिल गर्न बहुपक्षीय सहकार्य आवश्यक हुन्छ। यसका लागि अर्थ मन्त्रालय, उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय, परराष्ट्र मन्त्रालय, नेपाली नियोगहरू, लगानी बोर्ड, र निजी क्षेत्रबीच समन्वय गरिन्छ। बहुपात्र प्रणालीबाट लगानी आकर्षण र पुनःलगानीलाई उत्प्रेरित गर्ने प्रयास भइरहेको छ।

२.४ पर्यटन

(क) मुलुकबीच सम्बन्ध सुदृढीकरण गर्ने, मुलुकको आयसँगै सामाजिक

तथा साँस्कृतिक पहिचान समेत विस्तार गर्ने माध्यमका रुपमा पर्यटन व्यवसाय रहेकाले यसलाई आर्थिक कूटनीतिको बलियो आधारका रुपमा लिइएको छ ।

(ख) पर्यटनको वृद्धिसँगै अर्थतन्त्रमा मुद्रा, लगानी, रोजगारी, उत्पादन र वितरणको वृद्धि हुन्छ । यसले अर्थतन्त्रलाई गतिशील र समृद्ध बनाउँदछ । यसबाट पूर्वाधार निर्माण, रोजगारी सिर्जना, स्थानीयस्तरसम्म लाभको समान वितरण भई सामाजिक न्याय कायम गर्न सघाउ गर्दछ ।

(ग) पर्यटन क्षेत्र व्यापक हुँदै गएको सन्दर्भमा पर्यटनका नवीन अवधारणाहरू जस्तैः पर्या पर्यटन, कृषि पर्यटन, ग्रामीण पर्यटन, विवाह र हनिमुन पर्यटन, साहसिक पर्यटन, खेलकुद पर्यटन जस्ता नवीन प्रवृत्तिहरू पहिचान गरी सोही अनुरुप हाम्रा पर्यटन सम्बन्धी क्रियाकलापलाई विशिष्टीकरण गर्नु आवश्यक छ ।

प्याराग्लाइडिङ, पोखरा

(घ) यसरी विशिष्टीकरण गर्दा भूगोल, स्थानीय संस्कृति, पूर्वाधारको उपलब्धता, शिक्षा तथा चेतनाको स्तर, मौसमी अनुकुलता सार्वजनिक निजी साँझेदारी र समुदायिक क्षेत्रसँगको सहकार्य जस्ता तत्वहरूको विचार गर्न जरुरी हुन्छ ।

२.५ क्षमता विकास र प्रविधि हस्तान्तरण

अल्पविकसित मुलुकहरूसँग विकासको लक्ष्य पूरा गर्न साधन मात्र कम भएको होइन सीप तथा क्षमताको पनि अभाव हो । आधुनिक क्षमता, सीप, प्रविधिको हस्तान्तरण पनि वैदेशिक सम्बन्ध र आर्थिक कूटनीतिको एउटा

आयाम हो । यसलाई तलको तालिकाबाट स्पष्ट पार्न सकिन्छ ।

तालिका : क्षमता विकास र प्रविधि हस्तान्तरण

क्र.सं.	आयाम	संक्षिप्त विवरण
१	वैदेशिक व्यापार प्रवर्धन	निर्यात बढाउने, आयातको सन्तुलन राख्ने र नयाँ बजार खोज्ने प्रयास ।
२	वैदेशिक लगानी आकर्षण	प्रत्यक्ष वैदेशिक लगानी (FDI) ल्याउने र लगानीमैत्री वातावरण सिर्जना गर्ने ।
३	पर्यटन प्रवर्धन	पर्यटक भित्र्याउन कूटनीतिक, साँस्कृतिक र प्रचारप्रसारका गतिविधि सञ्चालन गर्ने ।
४	प्रवासी नेपालीको योगदान	रेमिट्यान्स वृद्धि, सीप र प्रविधि हस्तान्तरणलाई प्रोत्साहन गर्ने ।
५	ऊर्जा तथा पूर्वाधार साझेदारी	जलविद्युत, यातायात र पूर्वाधारमा अन्तर्राष्ट्रिय सहकार्य गर्ने ।
६	क्षेत्रीय तथा बहुपक्षीय आर्थिक सहकार्य	सार्क, BIMSTEC, WTO जस्ता मञ्चमार्फत आर्थिक सहकार्य गर्ने ।
७	प्रविधि तथा ज्ञान आदानप्रदान	अनुसन्धान, नवप्रवर्तन र प्रविधि हस्तान्तरणका कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने ।

मन्त्रीस्तरीय BIMSTIC बैठक, काठमाडौं, सन् २०१८

८	कृषि तथा उद्योग विकास	अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा नेपाली उत्पादनको पहुँच विस्तार गर्ने ।
९	आर्थिक सहायता र अनुदान	मित्रराष्ट्र र अन्तर्राष्ट्रिय संस्थाबाट विकास सहयोग प्राप्त गर्ने ।
१०	ब्राण्ड इमेज निर्माण	नेपाललाई विश्वासिलो र आकर्षक आर्थिक साझेदारको रूपमा स्थापित गर्ने ।

३. आर्थिक कूटनीतिका उद्देश्य

देशअनुसार आर्थिक कूटनीतिको प्रमुख उद्देश्य फरक हुन्छ। अमेरिकाले आर्थिक र सामरिक रुपमा महाशक्ति बनिरहने विषयलाई आर्थिक कूटनीतिको प्रमुख उद्देश्य बनाउन सक्छ भने चीनले उच्च आर्थिक वृद्धि र विकासलाई कायम राखेर पहिलो आर्थिक शक्ति बन्ने उद्देश्य राख्न सक्छ। यसर्थ, यहाँ सारभूत रुपमा आर्थिक कूटनीतिका उद्देश्यहरू उल्लेख गरिएको छ।

(क) पर्यटनका क्षेत्रमा

(अ) नयाँ पर्यटकीय गन्तव्यस्थल पहिचान गरी पर्यटन प्रवर्धन गर्नु,

(आ) पर्यटनको बसाइ अवधि बढाउन विभिन्न आकर्षणका प्याकेजहरू बनाई कार्यान्वयनमा ल्याउनु ।

(ख) व्यापारका क्षेत्रमा

(अ) अन्तर्राष्ट्रिय व्यापार सहजीकरण गरी आयात व्यवस्थापन र निर्यात प्रवर्धन गर्नु,

(आ) अन्तर्राष्ट्रिय व्यापारिक स्पेस र मार्गको पहिचान गर्नु,

(इ) पारवहन सुविधाको सुनिश्चितता गर्नु ।

(ग) उद्योगका क्षेत्रमा

(अ) मुलुकमा सुरक्षित लगानीको वातावरण निर्माण गरी वैदेशिक लगानी प्रवर्धन गर्नु,

(आ) मुलुकको औद्योगिक विकासका लागि प्रविधि हस्तान्तरण गर्नु ।

(घ) रोजगारीका क्षेत्रमा

(अ) सुरक्षित र मर्यादित वैदेशिक रोजगारी व्यवस्थापन गर्नु,

(आ) नयाँ र सुरक्षित श्रम गन्तब्यको पहिचान र श्रम सम्बन्ध स्थापना गर्नु,

(इ) श्रम सम्बन्धमा सुधार र अन्तर्राष्ट्रिय श्रमिकको सुरक्षा गर्नु ।

(ङ) **वैदेशिक सहायताका क्षेत्रमा :** वैदेशिक सहायताको प्राप्ति तथा कुशल परिचालन गर्नु ।

(**च**) **स्रोतगत क्षेत्रमा**

(अ) आर्थिक कूटनीतिको लागि संस्थागत तथा जनशक्तिगत क्षमताको विकास गर्नु,

(आ) सूचना प्रविधिको यथेष्ट प्रयोग गर्नु ।

(छ) **अन्य क्षेत्रमा**

(अ) शिक्षा, स्वास्थ्य, सडक, उर्जा र उन्नत शीपयुक्त जनशक्ति जस्ता विकासका पूर्वाधारहरूको सुनिश्चितता गर्नु,

(अ) भू-राजनीतिक सन्तुलन कायम गर्नु,

(इ) अन्तर्राष्ट्रिय मञ्चहरूमा प्रभवाकारी प्रतिनिधित्व गर्नु,

(इ) उपयुक्त नीतिहरू निर्माण र नीतिगत स्थिरता कायम गर्नु आदि ।

कूटनीति, योजना, श्रोत, जनशक्ति, लगानी, सम्बन्ध, साझेदारी र लगानीको वातावरणसँग सम्बन्धित परस्परमा अन्तरसम्बन्धित विषयहरू नै आर्थिक कूटनीतिका उद्देश्यहरू हुन् ।

४. कूटनीतिक साधन

विशेषगरी कूटनीतिका लागि देहायका साधन वा माध्यमको प्रयोग हुन्छन् ।

(अ) अनुनय,

(आ) सम्झौता तथा वार्ता,

(इ) धम्की ती साधन हुन् ।

अन्तर्राष्ट्रिय कूटनीतिमा प्रयोगमा आउने सबैभन्दा प्रभावशाली र लोकप्रिय साधन अनुनय हो। सफल कूटनीतिज्ञमा यो कला हुनु आवश्यक मानिन्छ। सम्झौता कूटनीतिमा सहमतिमा पुग्ने एक उत्तम प्रक्रिया हो । सहमतिमा पुग्न असम्भव भएमा कूटनीतिको क्षेत्र समाप्त हुन पुग्दछ । यस अवस्थामा धम्की वा बल प्रयोग अनिवार्य हुन्छ। धम्की वा बलको प्रयोगले सम्बन्ध नै समाप्त हुन जान्छ। कूटनीतिमा पुरस्कारको प्रलोभन वा दण्डको धम्कीको सहारा समेत लिने गरिन्छ।

५. कूटनीतिक सम्बन्धमा भियना महासन्धि–१९६१

भियना महासन्धि, १९६१ कूटनीतिका सम्बन्धमा महत्त्वपूर्ण सन्धिका रुपमा रहेको र कूटनीतिक नियम तथा सिद्धान्तलाई समेत समेटिएको कानुनी दस्तावेज हो । यस

महासन्धिलाई अनुमोदन गर्ने राष्ट्रले यसको सारलाई आफ्नो कानुनमा समावेश गरी राष्ट्रियकरण गरेर वैधानिकता प्रदान गरेका छन् । जम्मा ५३ धारामा समाहित यस महासन्धिले खासगरी कूटनीतिक सम्बन्धको थालनी तथा प्रतिनिधिको नियुक्ति, कूटनीतिक प्रतिनिधिको वर्गीकरण, कार्य र उन्मुक्ति जस्ता विषयहरू समेटेको छ ।

भियना महासन्धिले उल्लेख गरेका कूटनीतिको निम्न पाँचवटा कार्य यस प्रकार छन्ः

(क) विदेशमा आफ्नो राज्यको प्रतिनिधित्व गर्ने,

(ख) अन्तर्राष्ट्रिय कानूनको व्यवस्था अनुसार विदेशमा आफ्नो नागरिकको हित रक्षा गर्नु,

(ग) अन्य राष्ट्रसँग विभिन्न विषयमा वार्ता गर्नु,

(घ) अन्य राष्ट्रको परिस्थितिको जानकारी प्राप्त गरी आफ्नो देशमा त्यसको सूचना र प्रतिवेदन पठाउनु,

(ङ) आर्थिक, साँस्कृतिक र वैज्ञानिक क्षेत्रमा मैत्रीपूर्ण सम्बन्ध स्थापना र विस्तार गर्नु ।

६. आर्थिक कूटनीतिका पूर्वशर्त

कूटनीति आफैमा जटिल र चुनौतीपूर्ण विषय हो। राष्ट्रिय चाख र पहिचानलाई वाह्य परिवेश र सीमामा विस्तार गर्नु आफैमा चुनौतीपूर्ण हुन्छ। त्यसैले कूटनीति सञ्चालनका लागि खास आधार र पूर्वशर्त हुन्छन्। आर्थिक कूटनीति परम्परागत कूटनीति माथिको पुनर्बोध भएकाले भिन्नै खाले क्षमता र वातावरणको माग गर्दछ। जस्तैः

(क) पारदर्शी, सक्षम नेतृत्व र उद्यमशील कूटनीति,

(ख) स्पष्ट नीतिगत आधार,

(ग) कार्यमूलक संस्थागत संरचना,

(घ) उदारीकृत आन्तरिक अर्थतन्त्र,

(ङ) नीति पुनरावलोकनको स्वचालित प्रक्रिया,

(च) सवल सूचना तथा तथ्याङ्कीय आधार,

(छ) प्रदर्शन र वार्ता क्षमता आदि ।

आर्थिक तथा सामरिक शक्तिसँग क्षमता देखाएर नै राष्ट्रिय पहिचान र आर्थिक स्वार्थ विस्तार गर्न सकिन्छ। तसर्थ, ससाना र अल्पविकसित मुलुकले वाह्य मञ्चमा प्रभावकारिता देखाउने भनेको आफ्नो क्षमता प्रदर्शन गरेर नै हो । वर्तमान उदारीकृत विश्वमा आर्थिक कूटनीति सोको सशक्त माध्यम हुनसक्छ ।

७. नेपालमा आर्थिक कूटनीति

आर्थिक कूटनीतिका लागि सरकारी तवरबाट परराष्ट्र मन्त्रालय, अर्थ मन्त्रालय, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय, विभिन्न मुलुकमा खोलिएका राजदूतावास, महावाणिज्य दूतावास, अन्तर्राष्ट्रिय नियोगहरूमा हुने प्रतिनिधित्व, राजदूत, महाँवाणिज्यदूतहरू, अवैतानिक वाणिज्यदूतहरू, उच्चस्तरीय राजनैतिक भ्रमणहरू, विभिन्न सरकारी भ्रमणहरूको महत्त्वपूर्ण भूमिका हुन्छ । त्यस्तै अन्तर्राष्ट्रिय सञ्चार माध्यमद्वारा प्रचार प्रसार, संयुक्त राष्ट्र संघ, विश्व बैंक, एसियाली विकास बैंक, विश्व व्यापार संगठन, सार्क, विमस्टेक जस्ता अन्तराष्ट्रिय संघ संस्था जस्ता विश्व शासनका अवयवहरूमा सहभागिताको माध्यमबाट समेत आर्थिक कूटनीति प्रवर्धन भइरहेको हुन्छ भने गैरआवासीय संघ संघठन, व्यापारिक दल, अन्तर्राष्ट्रिय व्यापार मेला, विभिन्न द्विपक्षीय, बहुपक्षीय मञ्चमा सहभागीता जनाई गैरसरकारी क्षेत्रले समेत आर्थिक कूटनीतिको आफ्नो उल्लेख्य योगदान पुर्‍याइरहेको हुन्छन् ।

सार्क सचिवालय, काठमाडौं

हालसम्म १८३ वटा मुलुकहरूसँग कूटनैतिक सम्बन्ध स्थापित गरेको नेपालले विश्व अर्थव्यवस्थाबाट तुलनात्मक तथा प्रतिस्पर्धी लाभ लिनको लागि आर्थिक कूटनीतिको माध्यमबाट अन्तर्राष्ट्रिय सम्बन्ध, सहयोग, लगानी र साझेदारीबाट दिगो आर्थिक विकास गरी समृद्धि हासिल गर्ने उद्देश्य राखेको पाइन्छ ।

नेपालको संविधानको धारा ५० (४) ले नेपालको स्वतन्त्रता, सार्वभौमसत्ता, भौगोलिक अखण्डता, स्वाधीनता र राष्ट्रिय हितको रक्षा गर्दै सार्वभौमिक समानताका आधारमा अन्तर्राष्ट्रिय सम्बन्ध कायम गरी विश्व समुदायमा राष्ट्रिय सम्मानको

अभिवृद्धि गर्नेतर्फ राज्यको अन्तर्राष्ट्रिय सम्बन्ध निर्देशित गरेको छ। त्यस्तै, धारा ५१ को खण्ड (ड) मा अन्तर्राष्ट्रिय सम्बन्ध सम्बन्धी नीतिको व्याख्या गरिएको छ। जस अन्तर्गत नेपालको सार्वभौमसत्ता, भौगोलिक अखण्डता, स्वाधीनता र राष्ट्रिय हितको रक्षा गर्न क्रियाशील रहँदै संयुक्त राष्ट्रसंघको बडापत्र, असंलग्नता, पञ्चशीलको सिद्धान्त, अन्तर्राष्ट्रिय कानून र विश्वशान्तिको मान्यताका आधारमा राष्ट्रको सर्वोपरि हितलाई ध्यानमा राखी स्वतन्त्र परराष्ट्र नीति सञ्चालन गर्ने राज्यको परराष्ट्र नीति रहेको स्षष्ट हुन्छ ।

संयुक्त राष्ट्रसंघका महासचिव एन्टोनियो गुटेरेसको पोखरा भ्रमण

परराष्ट्रविद् मधुरमण आचार्य (२०७१)का अनुसार नेपालका लागि आर्थिक कूटनीतिका देहायका ४ वटा महत्त्व छन् ।

(क) **राष्ट्रिय स्तर**: नीति सुधार, सबै निकायको समन्वित कार्य अवरोध हटाउने,

(ख) **द्विपक्षीय स्तर**: वार्ता, निजी क्षेत्रसँग साझेदारी, प्रवर्धनात्मक गतिविधिमा सहयोग, व्यवसायिक टोली,

(ग) **क्षेत्रीय स्तर**: सार्क, बिमस्टेक आदि मार्फत आर्थिक एकीकरण र सम्पर्क विस्तार, स्वतन्त्र व्यापार सम्झौता, लगानी,

(घ) **बहुपक्षीय स्तर**: सम्मेलन कूटनीति, बहुपक्षीय वित्तीय संस्थाहरूसँग सहकार्य।

८. कमजोरी

विदेशस्थित नियोगहरूको प्रमुख काम भनेको नेपालको आर्थिक विकासका लागि अवसरहरूको अन्वेषण गरी त्यसलाई उपयोगमा ल्याउन आवश्यक कार्य सम्पादन गर्ने हो । तर यो कार्य अपेक्षित रुपमा सफल हुन सकेको छैन । यसो हुनुका केही प्रमुख समस्याहरू यहाँ उल्लेख गरिएको छः

(क) आर्थिक कूटनीतिलाई परराष्ट्र मन्त्रालय र अन्तर्गत नियोगहरूले आफ्नो प्रमुख कार्यका लागि अन्तरबोध गर्न नसक्नु र विषयगत मन्त्रालयहरूले पनि यसलाई परराष्ट्र मन्त्रालयको मात्र काम हो भन्ने एकाङ्की सोच राख्नु,

(ख) परराष्ट्र मन्त्रालय र विषयगत मन्त्रालय तथा निकायहरूबीच संस्थागत सम्बन्ध र समन्वयको अभाव हुनु र यसलाई अनुकुल बनाउन राष्ट्रिय समन्वय संयन्त्रको क्रियाशीलता नदेखिनु,

(ग) आर्थिक सहायता, व्यापार र लगानी एक अर्काको पुरकका रुपमा रहने गरी रणनीतिनै निर्माण नहुनु, यसमा विषयगत मन्त्रालयहरूको चासो, अग्रसरता र क्षमताको पनि कमि देखिनु,

(घ) परराष्ट्र मन्त्रालय र नियोगहरूको भूमिका शिष्टचार भेटघाटमा सिमित भएको गुनासो बढ्नु तर राष्ट्रिय हित प्रवर्धन गर्न केन्द्रित नहुनु,

(ङ) नियोगहरूको नेतृत्व कि त कर्मचारीतन्त्र भयो कि त राजनैतिक भागबण्डाबाट तर विडम्बना व्यावसायिकता न त Career Diplomat मा देखियो न त Political Appointee मा,

(च) निजी क्षेत्र, नेपाली डायस्फोरा र अन्य अनौपचारिक संयन्त्रलाई आर्थिक हितका लागि परिचालन गर्न नसक्नु,

(छ) विभिन्न मञ्च तथा संगठनहरूमा भएको राष्ट्रिय प्रतिनिधित्व एवम् वार्तामा आर्थिक विषयलाई पर्याप्त महत्व दिन नसक्नुका साथै आन्तरिक तयारीमा कमजोरी हुनु,

(ज) नियोगको प्रमुख मुद्दा अर्थतन्त्र र आर्थिक वृद्धिलाई बनाउन नसक्नु,

(झ) वार्षिक रुपमा राजदूतहरूको कामको समिक्षा गर्ने परिपाटीले निरन्तरता नपाउनु,

(ञ) आर्थिक कूटनीति सम्बन्धमा "बाह्य आर्थिक सम्बन्ध समिति" गठन गरी कार्यान्वयन हुन नसक्नु,

(ट) आर्थिक कूटनीतिका सम्बन्धमा देशगत तथा क्षेत्रगत रणनीति तयार गरेर लागु गर्न नसक्नु आदि ।

नेपालमा आर्थिक कूटनीतिका सम्बन्धमा देहायका समस्याहरू रहेको पाइन्छः

(क) आर्थिक क्रियाकलापको दायरा वृद्धिअनुसार आर्थिक कूटनीति परिचालन गर्न नसकेको,

(ख) प्रत्येक वर्ष बजेट बढ्दै गए पनि आर्थिक कूटनीतिमा रहेका अवसरहरू पहिचान गरी यसलाई प्रभावकारी बनाउन नसकिएको,

(ग) आर्थिक मुद्दाहरूको बारेमा न्यूनतम राजनैतिक सहमतिको अभाव, उदाहरणका लागि MCC Project को राजनीतिकरण,

(घ) आर्थिक कूटनीतिलाई प्राथमिकतामा नपरेको तथा अध्ययन र अनुसन्धानको विषय बन्न नसकेको,

(ङ) आर्थिक र कूटनीतिक पृष्ठभूमि बिनाका राजदूत, महावाणिज्यदूतहरूको भागबण्डामा नियुक्ति हुने गरेको,

(च) राजदूत, महावाणिज्यदूतहरूको कार्यसम्पादन सम्झौता हुने नगरेको र नतिजाको आधारमा पुरस्कार र दण्डको अभाव,

(छ) तुलनात्मक लाभका वस्तुहरूको पहिचान, प्रवर्धन र लगानीमा कमी,

(ज) निर्यातयोग्य उत्पादनहरू प्राथमिक स्तरका Value add नभएका र कमसल गुणस्तरका,

(झ) लगानीका पूर्वाधारहरूको अभाव र Weak Connectivity,

(ञ) आपूर्तिका लागि पारवहन लगायतका अनेक अवरोधहरू,

(ट) पर्यटन पूर्वाधारको कमी, पर्यटकहरूलाई न्यूनतम् सुविधाको अभाव,

(ठ) आर्थिक कूटनीति कुन मन्त्रालयको कार्यक्षेत्रको हो भन्ने स्पष्टता नभएको तथा अन्तरनिकाय समन्वयको अभाव,

(ड) आर्थिक कूटनीतिको लागि गन्तब्य मुलुक विशेष लक्ष्यहरू तय नगरिएका,

(ढ) राजदूतावास तथा मिसनहरूको कमजोर प्रस्तुति तथा तिनीहरूको नाम मात्रको अनुगमन,

(ण) वैदेशिक सहायता, लगानी, पर्यटन, व्यापार र रोजगारीको प्रमुख पार्टनरको रुपमा रहेका चीन र भारत दुबैलाई विश्वस्त पार्ने सन्तुलित कूटनीति प्राथमिकतामा पर्न नसकेको,

(त) अस्वस्थ राजनीतिक वातावरणको प्रभावस्वरुप स्थिर र स्पष्ट कूटनीतिको अभाव,

(थ) विश्व आर्थिक मञ्चहरूमा प्रभावकारी प्रतिनिधित्व गर्दै आफ्ना प्रस्ताव प्रभावकारी ढंगले पेश गर्ने आत्मविश्वासको कमी,

(द) क्षेत्रीय मञ्चहरूको भरपुर लाभ लिन नसकेको,

(ध) अन्तर्राष्ट्रिय सूचकाङ्कमा कमजोर अंक,

(न) गैरआवासीय नेपालीको श्रम, शीप, सञ्चालन र लगानीको यथोचित परिचालन गर्न नसकिएको,

(प) अन्तर्राष्ट्रिय स्तरमा प्रचार प्रसार, समन्वय र साझेदारी गर्न निजी क्षेत्रको कमजोर क्षमता आदि ।

९. सुधारका क्षेत्र

आर्थिक कूटनीतिको भरपुर प्रयोग गरी यसबाट लाभ लिन सक्नेगरी हाम्रो सामर्थ्य बढाउन देहायका क्षेत्रमा सुधार गर्नुपर्ने देखिन्छः

(क) मुलुकको साझा दृष्टिकोण निर्माणमा,

(ख) आन्तरिक एवम् वाह्य संस्थागत तथा संरचनात्मक सुधारमा,

(ग) मानव पूँजी व्यवस्थापन वा जनशक्ति विकासमा,

(घ) अन्तर निकायगत समन्वय र सञ्चारमा,

(ङ) देशगत तथा क्षेत्रगत रणनीतिको विकासमा,

(च) राष्ट्रिय समन्वय संयन्त्र निर्माण तथा त्यसको वस्तुगत कार्यान्वयनमा,

(छ) आर्थिक सहायता, व्यापार र लगानीको विस्तारमा,

(ज) व्यावसायिकता विकासमा,

(झ) वार्ता क्षमताको विकास र व्यावसायिकता प्रवर्धनमा आदि ।

१०. अवसर केही छन् त ?

नेपालमा आर्थिक कूटनीतिलाई सही व्यवस्थापन गर्न देहायका केही अवसर छन्ः

(क) भारत-चीनलक्षित व्यापार, स्रोत, लगानी, पर्यटन, सहायता र रोजगारीका अवसर,

(ख) भारत र चीनको ठुलो जनसंख्या पर्यटकको रुपमा आउन सक्ने, चीनिया पर्यटकहरूको बढ्दो आगमन,

(ग) अन्तराष्ट्रिय क्षेत्रको नेपालप्रतिको गहिरो सद्भाव,

(घ) गैरआवासीय नेपालीले आर्जन गरेको पूँजी, प्रविधि, सञ्जाल र शीप आकर्षित गर्न सकिने,

(ङ) उर्जा संकटको समाधान तथा ठुला जलविद्युत परियोजनाहरूमा विदेशी लगानीकर्ताहरूको चासो,

(च) राजनैतिक स्थिरता कायम र श्रम सम्बन्धमा सुधार हुँदै गएको,

(छ) अति कम विकसित मुलुकबाट कम विकसित मुलुकमा स्तरोन्नति भएको,

(ज) प्रचुर प्राकृतिक स्रोतको भण्डार, भौगोलिक विविधता, भर्जिन पर्यटकीय स्थलहरू र अनुपम संस्कृतिको खानी,

(झ) कनेक्टिभिटी परियोजनाहरूको लागि OBOR / AIIB / BRICS बैंक समेतको लगानीको प्रतिबद्धता,

(ञ) अन्तर्राष्ट्रिय कनेक्टिभिटीको लागि चीनतर्फको मार्ग खुला,

(ट) चीन र भारतको लगानीमा चीन-नेपाल-भारत रेल सेवाको सम्भावना,

(ठ) निर्वाचित तीन तहका सरकारहरूको विकास र समृद्धि हासिल गर्ने उत्साह,

(ड) भ्रष्टाचार अनुभूति सूचकाङ्क CPI index मा उल्लेखनीय सुधार,

(ढ) परराष्ट्र मन्त्रालयले देशगत आर्थिक कूटनीतिका मुद्दाहरूको बारेमा थप अध्ययन तथा अनुसन्धान गर्दै आएको आदि ।

११. **अबको बाटो कता ?**

नेपालमा आर्थिक कूटनीतिबाट लाभ लिनका लागि नेपालले देहायको बाटो अवलम्बन गर्न जरुरी देखिन्छः

(क) आर्थिक मुद्दाहरूको बारेमा न्यूनतम राजनैतिक सहमति कायम गर्ने,

(ख) नेपालसँग तुलनात्मक लाभ भएको क्षेत्रको पहिचान, लगानी, प्रवर्धन, प्रचार र परिचालन गर्ने,

(ग) वस्तु र सेवाको ब्राण्डिङ्ग, लेभलिङ्ग, प्याकेजिङ्गमा जोड दिने,

(घ) प्राथमिक स्तरका भन्दा पनि Value Add गरेर मात्र निर्यात गर्नेतर्फ प्राथमिकता दिने,

(ङ) आर्थिक कूटनीतिको लागि वार्षिक योजना निर्माण गरी सो क्षेत्रको संस्थागत तथा जनशक्तिगत क्षमता विकास गर्ने,

(च) निजी क्षेत्रको क्षमता विकास गरी परिचालन तथा एनआरएनसँगको साझेदारीलाई सुदृढ पार्ने,

(छ) आर्थिक कूटनीतिको लागि छुट्टै संस्थागत प्रवन्ध, स्पष्ट नीति तथा अन्तरनिकाय समन्वयमा सुधार गर्ने,

(ज) आर्थिक कूटनीतिका लागि देशगत नीति तथा लक्ष निर्धारण गर्ने,

(झ) वैदेशिक सहायता, लगानी, पर्यटन, व्यापार र रोजगारीको प्रमुख साझेदारको रुपमा रहेका चीन र भारत दुबैलाई विश्वस्त पार्ने सन्तुलित कूटनीतिमा प्राथमिकता दिने,

(ञ) महावाणिज्य दूतावासहरूमा आर्थिक पृष्ठभूमिको व्यक्तिहरूको मात्र नियुक्ति र कार्यसम्पादन सम्झौता गर्ने,

(ट) लगानीको वातावरण, लगानीको सुरक्षाको प्रत्याभूति र मुनाफा फिर्ता लैजान सहजीकरण गर्ने,

(ठ) लगानीका पूर्वाधारहरूको निर्माण र पहुँचमा प्राथमिकता दिने,

(ड) वैदेशिक रोजगारीको लागि श्रम गन्तब्यहरू सुरक्षित र मर्यादित बनाउने र वैदेशिक रोजगारी प्रशासनमा सुशासन कायम गर्ने,

(ढ) पर्यटनका लागि नयाँ गन्तव्यहरूको पहिचान, लगानी, विकास, प्रवर्धन र प्रचार गर्नका लागि निजी क्षेत्रसँग साझेदारी स्थापित गर्ने,

(ण) प्रशासनयन्त्रको कार्यान्वयन क्षमतामा वृद्धि तथा स्रोत प्रशोचन क्षमतामा बढोत्तरी गर्ने आदि ।

१२. **निचोड**

आन्तरिक साधन परिचालन क्षमता न्यून भएको अवस्थामा आर्थिक सहायतामा जोड दिन, आन्तरिक रोजगारीको अवसरहरू कम हुँदा बैदेशिक रोजगारीलाई विकल्पका रुपमा लिन, अर्थतन्त्रको एउटा प्रमुख पक्षका रुपमा रहेको पर्यटन क्षेत्रलाई व्यवस्थित स्वरूप दिनलगायतका विषयमा आर्थिक कूटनीति आवश्यक रहेको छ ।

विश्वमा बढेको आर्थिक अन्तर सम्बन्धका कारण देशको परराष्ट्र नीतिलाई अझ बढी परिणाममुखी बनाउन नेपालजस्तो विकाशशील देशले आर्थिक कूटनीतिलाई थप प्रभावकारी बनाउनुपर्ने अवस्था रहेको छ ।

आर्थिक कूटनीतिमा सम्पूर्ण ध्यान वाणिज्य वा अर्थलाभमा केन्द्रित गरिएको हुन्छ । विदेशी पूँजीलाई भित्र्याउने, कच्चा पदार्थहरूको उचित मूल्य प्रदान गर्ने, वैदेशिक सहयोगहरू प्राप्त गर्ने र विदेशी बजारमा पहुँचको खोजी गर्ने आदि विषयहरू यसमा समावेश हुन्छन् । हामीले पनि हाम्रो स्वतन्त्रता, सार्वभौमसत्ता, भौगोलिक अखण्डता, स्वाधीनता र राष्ट्रिय हितको रक्षा गर्दै सार्वभौमिक समानताका आधारमा अन्तर्राष्ट्रिय सम्बन्ध कायम गरी विश्व समुदायमा राष्ट्रिय सम्मानको अभिवृद्धि गर्नेतर्फ राज्यको अन्तर्राष्ट्रिय सम्बन्ध निर्देशित हुने राज्यको निर्देशक सिद्धान्त बमोजिम आर्थिक कूटनीतिको सदुपयोग गर्नु पर्दछ ।

सन्दर्भ सूची

नेपाल सरकार, परराष्ट्र मन्त्रालय (२०७७), नेपालको परराष्ट्र नीति । काठमाडौंः परराष्ट्र मन्त्रालय ।

नेपाल सरकार (२०७२), नेपालको संविधान, काठमाडौंः कानुन, न्याय तथा संसदीय व्यवस्था मन्त्रालय ।

नेपाल सरकार, उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय, (२०८२), वाणिज्य नीति, २०८२, काठमाडौं ।

नेपाल सरकार, उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय, (२०८०), नेपाल व्यापार एकीकृत रणनीति, २०८०, काठमाडौं ।

नेपाल सरकार, अर्थ मन्त्रालय, आर्थिक सर्वेक्षणहरू (विभिन्न आ.व.), काठमाडौं ।

आचार्य, मधुरमण (२०७४), नेपालको परराष्ट्र नीति र कूटनीति, काठमाडौंः सांग्रिला बुक्स ।

नेपाल सरकार, श्रम, रोजगार तथा सामाजिक सुरक्षा मन्त्रालय, वैदेशिक रोजगार सम्बन्धी वार्षिक प्रतिवेदन (विभिन्न वर्षहरूको), काठमाडौं ।

नेपाल सरकार, संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय, पर्यटन तथ्यांक तथा नीति दस्तावेज, काठमाडौं ।

Asian Development Bank. Nepal:Country partnership strategy. Manila: Author.

Government of Nepal, Ministry of Finance. Economic survey. Kathmandu: Author.

International Labour Organization. Labour migration report: Nepal. Geneva: Author.

United Nations. (1961). Vienna Convention on Diplomatic Relations. New York: United Nations.

World Bank. Nepal development update. Washington, DC: Author.

World Trade Organization. Trade policy review: Nepal.

✦✦✦

पर्यटन : सुख र समृद्धिको आधार

✍ प्रा.डा.रुद्र प्रसाद उपाध्याय रेग्मी

१. विषय प्रवेश

कुनै पनि क्षेत्रको विकास गर्दा त्यसको भौगोलिक विशिष्टताको आधारमा गरिनु पर्दछ। नेपालको विशिष्टता भनेको यहाँको प्रकृति र संस्कृति नै हो। प्रकृति भनेको हिमाल, पहाड, तराई, जल, जमिन, जंगल जनावर, नदी-नाला, झरना, ताल-तलैया आदि हुन् भने संस्कृति भनेको जात-जाति, रहन-सहन, भेष-भूषा, मठ-मन्दिर, पौवा-पाटी आदि हुन्। यिनको मौलिकतालाई नष्ट हुन नदिने परिवेश अति आवश्यक छ। यो कुरा पर्यटन विकासको माध्यमबाट मात्र सम्भव छ। नेपालमा तुलनात्मक लाभ भएका केही सीमित क्षेत्रहरूमध्ये पर्यटन एक प्रमुख क्षेत्र हो। अतः प्रकृति र संस्कृतिको जगेर्ना गर्दै पर्यटक भित्र्याउन सकेमा मुलुकको दिगो आर्थिक विकास सम्भव छ।

२. नेपाली अर्थतन्त्रमा पर्यटनको योगदान

नेपाली अर्थतन्त्रमा पर्यटनको महत्त्वपूर्ण योगदान छ। गत वर्ष मात्रै यस क्षेत्रले बासठ्ठी करोड चौंतीस लाख रुपैयाँ राजस्व आर्जन गऱ्यो भने १२.२ लाख नेपालीलाई रोजगारी प्रदान गऱ्यो र कूल ग्राहस्थ उत्पादनमा ८ प्रतिशत भन्दा बढी योगदन पुऱ्यायो। एक अध्ययनअनुसार पर्यटन क्षेत्रले आर्जन गरेको रकममध्ये ५६ प्रतिशत आन्तरिक पर्यटकले खर्च गरेका हुन। गत बर्ष १५ लाख भन्दा बढी पर्यटकले लुम्बिनी भ्रमण गरेकोमा १२ लाख आन्तरिक पर्यटक थिए। नेपालमा आन्तरिक पर्यटकको संख्या अद्यावधिक रहेको पाइँदैन तापनि नेपाल पर्यटन बोर्डका अनुसार आन्तरिक पर्यटनको वार्षिक संख्या करिव ५० लाख छ। WTTC को रिपोर्ट अनुसार सन् २०२४ मा नेपालले करिब ११.५ लाख अन्तर्राष्ट्रिय पर्यटकलाई स्वागत गऱ्यो। सन् २०२५ को जनवरी-अप्रिलसम्ममा चार लाख पन्ध्र हजार

✍ *पूर्वप्राध्यापक, अर्थशास्त्र विभाग, त्रि.वि., पूर्व परिष्ठ सल्लाहकार रा.यो.आ.*

अठासी पर्यटक नेपाल भ्रमणमा आए ।

३. **व्यक्तिगत आय र कुल ग्राहस्थ उत्पादनको तुलनात्मक विवरण** : निम्न देशहरूको प्रति व्यक्ति आय र GDP मा पर्यटन क्षेत्रको तुलनात्मक विवरण तल प्रस्तुत गरिएको छः

तालिका–१

Austria	$56,833	NPR 8240000 (2024)	7.6% (2023)
Bhutan	$3839	NPR 556655 (2023)	5% (2023)
China	$13,303	NPR 1930.000 (2024)	4.2% (2023)
Maldives	$13,216	NPR 1915000 (2024)	18.7% (2023)
Nepal	$1447	NPR 210,000 (2023)	6.6% (2023)

स्रोत : *World Bank (2023-24) the weepa.com/Nepal Tourism Statistics 2025*

केही वर्ष अघि गरिएको एक अध्ययन अनुसार नेपालमा खेतीपाती/कृषि व्यवसाय कम हुने जिल्ला सोलुखुम्बुको प्रतिव्यक्ति आय १४७५ अमेरिकी डलर थियो भन्ने कुरा धेरैलाई थाहा नहुन पनि सक्दछ । यसबाट पनि पर्यटनले अर्थतन्त्रलाई पुऱ्याउन सक्ने योगदानको अनुमान गर्न सकिन्छ, जवकि त्यस वर्ष नेपालको सरदर प्रतिव्यक्ति आय ८०० यु.एस. डलरको हाराहारीमा थियो ।

त्यसैगरी युरोपेली मुलुक अष्ट्रियाबाट नेपालले धेरै कुरा सिक्न सक्दछ। समुद्र मात्र भएको मालदिभ्सको प्रतिव्यक्ति आय १३,२१६ अमेरिकी डलर र अष्ट्रियाको ५६,८३३ अर्थात ८२,४०,००० रुपैयाँ अमेरिकी डलर छ जवकि तीब्र औद्योगिकीकरणको पथमा अगाडि बढिरहेको चीनको प्रतिव्यक्ति आय क्रमशः १३,३०३ अमेरिकी डलर (१९,३०,००० रुपैया) (२०२४) छ (World Bank 2023-2024)

४. पर्यटन उद्योग

पर्यटन उद्योगका धेरै नै हाँगा-बिंगा हुन्छन्, जस्तै होटेल, रिसोर्टस, मोटेल, रेस्टुरेन्टस, यातायात व्यवसाय, गाइड, मनोरञ्जनका श्रोत, सपिङ्ग सेन्टर, बैंक र वित्तीय संस्था, इन्सोरेन्स, बारबर सप, फोटोस्टुडियो र फिल्म, लण्ड्रीज, सोभेनीयर, गिफ्टसप, थीएटर र कल्चरल प्रोग्राम, सिनेमा, नाइट क्लब र क्यासिनो, विशेष पर्व र जात्राहरू, प्रायोजित स्पोर्टस आदि । यी क्षेत्रहरूले असंख्य व्यक्तिलाई रोजगारी प्रदान गर्दछन् । यी र यस्तै अन्य कारणहरूले गर्दा पर्यटनलाई धुँवारहित उद्योग भन्ने गरिन्छ ।

पर्यटन उद्योगलाई आजको अवस्थामा ल्याई पुऱ्याउनमा निजी क्षेत्रको अहम् भूमिका छ। पर्यटन उद्योग यति महत्त्वपूर्ण हुँदाहुँदै पनि नेपालमा यसलाई राष्ट्रिय प्राथमिकता प्राप्त उद्योगका रुपमा स्थापित गर्न सकिएको छैन। वि.सं. २०६८ पौष १७ गते पूर्व मुख्य सचिव लिलामणि पौडेलको अध्यक्षतामा गठित उच्च स्तारीय समितिद्वारा पर्यटन उद्योगलाई अन्य राष्ट्रिय प्राथमिकता प्राप्त उद्योगका रुपमा मान्यता दिने सम्वन्धमा गरिएको अध्ययन प्रतिवेदन सिफारिश कार्यान्वयनमा ल्याइने अपेक्षा गरिएको छ। पर्यटन नेपाल र नेपाली जनताको एकमात्र रोजी-रोटीको आधार हो भन्ने कुरा जति छिटो हामीले बुझ्ने छौं त्यतिनै छिटो हामीले सुखी जनता र सम्बृद्धिशाली नेपाल देख्न पाउने छौं।

५. नेपाल भ्रमण वर्ष र नेपाल भ्रमण दशकहरूको संक्षिप्त समीक्षा

नेपाल सरकारले नेपाल भ्रमण दशक सन् २०२३-२०३२ लाई भव्यताका साथ मनाउनका लागि प्रचार-प्रसार गरिरहेको छ। यस पूर्व पनि नेपाल भ्रमण वर्ष मनाइएको हामीलाई स्मरण नै छ। जस्तै नेपाल भ्रमण वर्ष १९९८ र २०११। नेपाल भ्रमण वर्ष १९९८ र भ्रमण दशक २०११-२०२० को प्रष्ट उद्देश्य थियो। उक्त दुवै इभेन्ट ज्यादै सफल भएका थिए। अन्तर्राष्ट्रिय संचार जगतमा गुडबाई सांङ्गिला जस्ता सुनियोजित एवम् नकारात्मक प्रचार गरिरहेको अवस्थालाई नेपाल भ्रमण वर्ष दशक १९९८ ले गलत सावित गरेको थियो। त्यसै गरी नेपाल भ्रमण २०११ ले नेपालमा द्वन्द्व समाप्त भै शान्ति सम्झौता भैसकेको र नेपाल घुमफिर गर्न कुनै प्रकारको असुरक्षा नभएको सन्देश विश्व भरी फैलाएको थियो। नेपालमा पर्यटनको दिगो विकास गरेर प्रचुर लाभ लिने हो भने हामीलाई इभेन्टको होइन पूर्वाधारको आवश्यकता छ जुनकुरामा हामी निकै पछाडि छौं। अतः नेपाल सरकारले सन् २०२३-३२ लाई नेपाल भ्रमण दशकका रुपमा मनाउने र ३५ लाख पर्यटक भित्र्याउने योजना अघि सारेको छ। आसन्न नेपाल भ्रमण दशकले ३५ लाख पर्यटक भित्र्याउने र १० लाख अतिरिक्त रोजगारी सिर्जना गर्ने लक्ष्य राखेको छ। यसलाई पूरा गर्न बजार विविधिकरण, उत्पादन नवप्रवधन, इ-भिसा प्रणाली र प्रादेशिक कनेक्टिभिटी अनिवार्य छ।

संसारका प्रायः सबै प्रजातान्त्रिक मुलुकहरूमा पर्यटनलाई महत्व दिन थालिएको र पर्यटक आ-आफ्नो मुलुकमा भित्र्याएर आम्दानी गर्ने होडबाजी ग्वोबल लेभल र क्षेत्रीय लेभलमा चलिरहेको छ। यसै सन्दर्भमा एशियाली मुलुकहरूले के-कसो गरिरहेको छन् भन्ने कुरातर्फ ध्यान दिनु जरुरी छ। पर्यटनको विकासमा पूर्वाधारको अहम् स्थान हुने हुँदा भर्खरै चीनले वेइजीङमा पाँच वर्षभित्रमा ड्याविङसन अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थल निर्माण कार्य सम्पन्न गरको छ। ९८ वटा

फुटबल मैदान बराबर क्षेत्रफल ओगटेको यस विमानस्थलमा चारवटा रनवे छन् । सन् २०२५ सम्म ७ करोड ५० लाख यात्रुलाई एउटै टर्मीनलमा सेवा उपलब्ध गराउने र सन् २०४० सम्ममा प्रतिवर्ष १० करोड यात्रीलाई सेवा प्रदान गर्न ८ वटा रनवे बनाउने योजना चीन सरकारको रहेको छ भने हामीसँग तीनवटामात्रै अन्तर्राष्ट्रिय/क्षेत्रीय विमानस्थल छन् । त्यसमा पनि राजधानीमै रहेको त्रिभुवन अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थलको अवस्था पनि ज्यादै दयनीय छ। पोखरा र भैरहवाका विमानस्थलहरूले आफ्नो प्रभावकारिता सिद्ध गर्न सकिरहेका छैनन् । दुःखकासाथ भन्नुपर्छ कि इयूले ७ वटा कारण औँल्याएर विगत १२ वर्षदेखि नेपाली वायुसेवा कम्पनी र नेपालको नागरिक उड्डयन प्रणालीलाई कालोसूचीमा राखेको छ। यसले पर्यटन क्षेत्रलाई नराम्रो असर गरिरहेको छ। पटक पटक हवाइ दुर्घटना हुनु, विशेषज्ञताको कमी र अनुगमन प्रणाली फितलो भएकोले यसमा सुधार आवश्यक छ। (Kantipur, Yr. 33, Issue 259, 26 Kartik 02, Wednesday, P-2)।

आसन्न नेपाल भ्रमण वर्षलाई सफल तुल्याउन त्रिभुवन अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थलले आफ्नो सिमित पार्किङ क्षेत्रलाई प्रभावकारी ढंगले व्यवस्थापन गर्न सकेमा मात्र २० लाख पर्यटकले हवाइजहाजबाट नेपाल भ्रमण गर्न सम्भब हुनेछ। हालको अवस्थामा करीब १०.२४ लाख पर्यटक हवाइमार्गबाट नेपाल आउने गरेका छन् । यसको अर्थ के हो भने हामीले हवाइजहाज र पार्किङ क्षेत्र तीन गुना वृद्धि गर्न सकेमा मात्र हवाइमार्गबाट आउने पर्यटकलाई सेवा दिन सक्नेछौं । अतः सरकारले सिमित क्षेत्रको समस्यालाई गम्भीरतापूर्वक लिन नितान्त जरुरी देखिन्छ। यसै क्रममा काठमाडौं बाहिरका हवाइ मैदानलाई सम्भव भएसम्म चाडो प्रभावकारी ढंगले संचालनमा ल्याउने सम्बन्धमा थप प्रयास आवश्यक देखिन्छ। समस्याको अन्तिम समाधान गर्न गौतम बुद्ध अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थल र पोखरा अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थललाई पूर्ण रुपमा सञ्चालनमा ल्याउन सक्नु पर्दछ, जसले गर्दा भ्रमण दशकमा नेपाल आउने आधा अन्तर्राष्ट्रिय विमानहरू त्यहाँबाट संचालन गर्न सकिनेछ।

६. पर्यटनमा व्यवसायिकता

नेपालमा संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालयलगायत पर्यटन विभाग, नागरिक उड्डयन प्राधिकरण, नेपाल वायु सेवा निगमलगायत निजी वायुसेवा कम्पनीहरू, पर्यटन व्यवस्थायसँग सम्बन्धित विभिन्न संघ-संस्था, निजी कम्पनी तथा व्यवसायहरू वर्षौंदेखि सञ्चालन छन्। सरकारी निकायहरूमा अपेक्षित रुपमा विशेषज्ञताको विकास हुन सकेको छैन। राजनैतिक अस्थिरताले गर्दा नीति निर्माण, परिमार्जन एवं तदारुकतापूर्वक तिनको कार्यान्वयनमा आवश्यक विलम्ब

हुने गरेको छ। पर्यटनसँग सम्बन्धित निकायका कर्मचारीहरूको छिटोछिटो सरुवाले गर्दा उनीहरूमा जवाफदेहिताको अभावको साथै कार्यउत्प्रेरणाको अभाव देखिन्छ। नेपाल वायु सेवा निगमको व्यवस्थापकीय अवस्थाको बारेमा प्रायश सामाजिक सञ्जालमा निराशाजनक समाचार सुन्नु परिरहेको अवस्था छ। यी र यस्तै अन्य कमी कमजोरीलाई हटाई मुलुकमा पर्यटन क्षेत्रलाई उच्च विशेषज्ञतासहित प्रवर्धन गर्नु नितान्त आवश्यक छ।

७. मिडिया एण्ड टुरिजम

भनिन्छ, 'मिडिया क्यान मेक अर ब्रेक टुरिजम' । यो भनाइ नेपालमा सही साबित भएको छ। डेङ्गु नेपालमा भन्दा भारतमा धेरै देखिएको छ तर त्यहाँका मिडियाले त्यसको त्यति प्रचार गरेका छैनन् जति नेपालमा गरिएको छ। फलस्वरुप वेलायतलगायतका देशहरूले आफ्नो ट्राभल एडभाइजरीमा अत्यन्त जरुरी काम नपरी नेपाल भ्रमण नगर्न सुझाउने गरेका दृष्टान्तहरू पनि छन्। स्मरण रहोस् बेलायत र अमेरिका नेपाल भ्रमण गर्ने मुख्य पाँच राष्ट्रहरूमध्येका हुन। अब जाडोयाम शुरुहुनु गइरहेको अवस्थामा डेङ्गु स्वतः समाप्त पनि हुँदैछ। तर अब मिडियाले डेङ्गुको प्रकोप छैन भनेर लेख्ने काम गरिरहेको छैन।

त्यसैगरी बाढी पहिरोले यातायात ठप्प भएको बारे मिडियाले जोडका तोड प्रचार गरेर तर्साउने काम गऱ्यो। मिडियाको यो हर्कतले पर्यटक तर्सेर नेपाल भ्रमण रद्द गरिसकेको वा आउने सोच भएका पर्यटकहरूले पनि अन्यत्र यात्रा गर्ने निर्णय लिइसकेका हुन्छन् र यो अभ्यास हाल पनि जारी रहेको छ। भिजिट नेपाल दशक

२०२३-३२ को मुखैमा यस्तो प्रचारले सरकारको अभियानलाई नकारात्मक प्रभाव पार्ने कुरा निर्विवाद छ।

A screenshot of Chinese actress Xu Qing's Weibo post from the Annapurna mountains, Nepal.

मिडियाले चाहेको खण्डमा पर्यटनको विकासमा महत्त्वपूर्ण योगदान दिन सक्दछ भन्ने कुरा कार्तिक पहिलो साता चिनिया लोकप्रिय अभिनेत्री स्वी छिङलाई भ्रमण वर्ष २०२० को सद्भावनादूत घोषणा गरेपछि उनले आफ्नो फेसबुकमा अन्नपूर्ण वेस क्याम्पमा पुगेर सुन्दर हिमाल पछाडि राखेर खिचेको फोटो उनले सार्वजनिक गरेको २-३ घण्टाभित्र करीब १ करोड ६८ लाख ५२ हजार चिनिया युवा युवतीले लाइक गर्नुका साथै धेरैले नेपाल भ्रमण गर्न इच्छुक रहेको कमेन्ट गरेका थिए। त्यसैगरी कान्तिपुर दैनिकले यही कार्तिक १५ को कोसेली अंकमा नेपालः घुम्नै पर्ने भव्य संसार शीर्षक आवरण पृष्ठमा पूर्वदेखि पश्चिमसम्मका १२ गन्तव्यमा जनजीवन, प्रकृति र संस्कृतिसँग जोडिएका कथाहरूलाई आकर्षक ढंगले छापेर नेपालको पर्यटन क्षेत्रलाई ठुलो गुन लगाएको छ जुन ज्यादै सराहनीय छ।

८. पर्यटन कसैको चासोको विषय होइन

हुनत पर्यटनबाट नेपालमा धेरै मानिसहरूले लाभ उठाइसकेका छन् तर पर्यटन क्षेत्रलाई अनुशासित रुमपा विकसित गर्न गराउन कसैले पनि प्रयास गरेको छैन। उदाहरणका

लागि त्रिभुवन विश्वविद्यालयअन्तर्गत ४२ वटा केन्द्रीय विभागहरू छन् जस्तै मैथिली, हिन्दी, नेवारी, इतिहास, राजनीतिशास्त्र आदि । तर पर्यटन केन्द्रीय विभाग स्थापना गर्ने कसैको सोचसम्म रहेको देखिँदैन । नेपाल सरकार, पर्यटन बोर्ड, र विश्वविद्यालय मिलेर संयुक्त रुपमा यसतर्फ लाग्नु आजको टड्कारो आवश्यकता हो ।

९. **पर्यटन कहिल्यै नअस्ताउने उद्योग**

पर्यटनलाई सनराइज इन्डस्ट्रिज भनिन्छ । यो कहिल्यै पनि नअस्ताउने र बर्षेनी बढ्दै जाने उद्योग हो । यो कुराको पुष्टि बर्षेनी बढ्दै गइरहेका तारे होटल, रेस्टुरेन्ट, ट्राभल एजेन्सी र अन्य इन्टरप्राइजहरूले गरिरहेका छन् । उदाहणका लागि सन् २०१८ मा मात्रै ३० वटा नयाँ पर्यटकीय होटलहरू र ५०० कोठाहरू थप भएको देखिन्छ । त्यसैले होला बैंक र वित्तीय संस्थाहरूले आफ्नो कुल लगानीको ३५ प्रतिशत लगानी पर्यटन क्षेत्रमा गरेका छन् । यो क्रम अहिले पनि जारी छ ।

तालिका–२ : नेपालमा पर्यटन सम्बन्धित इन्टरप्राजेजहरूको विवरण (सन् २०२३–२०२४)

इन्टरप्राइजहरू	सन् २०१३ को अवस्था	सन् २०२४ को अवस्था	वृद्धि प्रतिशत
तारे होटल	१८२	२१४	१७.६
होटल	१२३४	१३६४	१०.५
कुल वेडसख्या	५४३७०	६२६४२	१५.२
ट्राभल एजेन्सीज	४८४५	४९६३	२.४
ट्रेकिङ एजेन्सीज	३१९१	३२५२	१.९
टुरिष्ट गाइड	५१२३	५२६९	२.८
ट्रेकिङ गाइड	२६२९२	२७१२८	३.२
रेष्टुरेण्ट			

Source: Nepal Tourism Statistics, 2025, MOCTCA, GoN

१०. **पर्यटनका सम्भावनहरू**

चीन र जापानले जस्तै नेपालमा तातोपानी कुण्डयात्री आकर्षण गरेर प्रचुर आर्जन गर्न सकिन्छ । हुनत नेपालमा कति तातोपानी कुण्डहरू छन् भन्ने बारे ठोस अध्ययन नै भएको पाइँदैन तथापि नेपाल र चीनको सिमानामा ५०-६० तातोपानी कुण्ड

रहेको खबर छ। म्याग्दी, मुस्ताङ, रसुवा, सुर्खेत, सिन्धुपाल्चोक, मनाङ, धादिङ्ग र गोरखामा तातोपानीको श्रोत रहेको खबर छ। म्याग्दीमा मात्रै ५०-६० डिग्री सिएलसीएस का १४ वटा कुण्ड बनाउन सकिने तातोपानीको श्रोत रहेको अनुमान छ। हाल म्याग्दीमा बर्षमा २० हजार कुण्डयात्री पुग्ने गरेको देखिन्छ। अतः नेपाललाई तातोपानी कुण्डको देश भनेर विश्व भरिका कुण्डयात्रीलाई आकर्षित गर्न धेरै सम्भव छ। हाम्रा तातोपानी कुण्ड उत्कृष्ट गन्तव्य हुन र हामीले चाहेमा यी कुण्डहरूलाई चीन र जापानले जस्तै विकास गरेर प्रचुर आय आर्जन तथा रोजगारिका अवसरहरू श्रृजना गर्न सक्छौं।

त्यसैगरी पहाडी लोकमार्गमा पर्ने र बन्ने भनिएका दश नयाँ सहरहरूलाई समयमै तयार गर्न सकियो र तिनलाई प्रदुषणमुक्त सहरका रुपमा योजनाबद्ध रुपमा विकसित गरियो भने उक्त क्षेत्रमा पर्यटकहरूको लर्को लाग्ने कुरा निर्विवाद छ।

हाल संसारको पर्यटन ट्रेण्ड चीन र भारतसहित एशिया प्रशान्त क्षेत्रमा केन्द्रित छ। करिव १४ करोड चिनिया नागरिक बर्षेनी देश बाहिर घुम्न निस्कन्छन् भने सोही हाराहारीमा भारतीयहरू पनि। त्यसैले नेपालले चीन र भारतकेन्द्रित कार्ययोजना बनाउन उपयुक्त देखिन्छ। नेपाल पर्यटन बोर्डले आफ्नो बजेट यूरोपका मेला महोत्सवका लागि परिचालन गरे पनि प्रतिफल अपलब्धिमूलक देखिदैन।

११. **ग्रामीण पर्यटन– नो डिष्ट्रीव्युटिभ जस्टीस इन टुरिज्म** : शहरकेन्द्रित पर्यटनका साथसाथै ग्रामीण पर्यटनलाई पनि उत्तिकै महत्व प्रदान गर्नु पर्दछ। यसो गरेमा मात्र युवाहरूको पलायन रोक्न सकिन्छ र शहर-बजारको असमानता घट्ने छ र गाउँदेखि शहर-बजार बसाइ सर्ने प्रवृत्तिमा पनि नियन्त्रण हुने अपेक्षा गर्न सकिन्छ।

अमृत भादगाउँलेका अनुसार मुलुकभित्र होम स्टे सुविधा भएका सयौं गाउँ छन्। होमस्टे पारिवारिक वातावरणमा ग्रामीण जीवनशैलीको सुवास पाइन्छ। आत्मीयता, मिठो खाना र सस्तो मूल्यका कारण होम स्टेमा पर्यटकको आकर्षण बढ्दै छ। त्यहाँ सामान्यतः आठ सयदेखि पन्ध्र सय रुपैयाँसम्मको एक राते प्याकेज पाइन्छ। प्याकेजमा ब्रेकफाष्ट, लन्च, डिनर र बेड सुविधा हुन्छ। भादगाउँलेका अनुसार उत्कृष्ट दर्जन होमस्टे यस प्रकारका छन्। सिरुबारी घलेगाउँ, (लमजुङ), ताङतिङ (कास्की), भादा (कैलाली), अमलटारी (चितवन), ठिनी (मुस्ताङ), शुक्लाफाँटा (कञ्चनपुर), नामजे (धनकुटा) जमुवा (सप्तरी) टुटपानी (तनहुँ) र डल्ला (बर्दिया)। यस्तो गर्न सकेको अवस्था No distributive justic in tourism को दोषबाट मुक्त हुन सकिन्छ।

११. **पर्यटन क्षेत्रका विद्यमान समस्या र चुनौतीहरू**

अवधारणात्मक स्पष्टताको अभाव, पर्यटनको मूल्यप्रतिको सचेतनामा कमी,

घलेगाउँ, लमजुङ

व्यावसायिकताको अभाव, पर्यटन सम्वन्धी संस्थाहरूबिच समन्वयको अभाव, बढ्दो प्रदूषण, अव्यवस्थित शहरीकरण, पूर्वाधारहरूको दयनीय अवस्था, दक्ष जनशक्तिको अभाव, सिमित क्षेत्रमा फैलिएको पर्यटन, राजनीतिक अस्थिरता र सामाजिक द्वन्द्व, नव पर्वतनात्मक सोचको अभाव, ओझेलमा रहेका महत्त्वपूर्ण पर्यटकीय आकर्षक विन्दूहरूको प्रवर्धनप्रतिको न्यून चासो, सुशासनको सुनिश्चितमा कमी आदि नेपालको पर्यटन क्षेत्रमा विद्यमान समस्या हुन्। यिनको यथाशीघ्र समाधान गर्नु चुनौतिपूर्ण भएता पनि यस क्षेत्रको विकासबाट हुने बहुआयामिक लाभलाई दृष्टिगत गर्दै सबै सरोकारवालाहरूको संयुक्त प्रयासबाट चुनौतीहरूको समाधान खोज्न सकिन्छ।

१३. **निष्कर्ष**

पर्यटनको माध्यमबाट नेपाललाई समृद्धशाली र नेपालीलाई सुखी बनाउने हामी सबैको सपना साकार पार्न पर्यटन क्षेत्रलाई अग्रणी क्षेत्रका रुपमा घोषणा गर्नु उचित हुनेछ। राष्ट्र निर्माण गर्न दूरदृष्टि चाहिन्छ। अतः हालको बढ्दो असमानता र गरिबीलाई हटाएर समृद्धिशाली र समावेशी नेपाल निर्माण गर्ने नै हो। यसका निम्ति पनि पर्यटनलाई प्रचुर ध्यान दिनु जरुरी छ। यसो गर्ने क्रममा शहरकेन्द्रित पर्यटनलाई मात्रै नभएर ग्रामीण पर्यटनलाई पनि उत्तिकै महत्व दिनु पर्ने हुन्छ। देशको जर्जर आर्थिक अवस्थाबाट मुक्ति पाउन (From the state of poverty to prosperity) हालको विकासको दिशा परिवर्तन गर्न ढिलो गर्नु हुँदैन। यसो गर्न सकेमा मात्र देशमा व्याप्त गरिबी र बेरोजगारीबाट मुत्तिः पाउन सकिन्छ। सुरक्षा र ट्रष्ट सुदृढीकरण, डिजिटल भिसा र स्मार्ट बोर्डर, एअर कनेक्टिभिटी प्याकेज, उत्पादन विविधिकरण, धार्मिक बजार विस्तार, सुरक्षा उड्डयन सुधार, ब्राण्ड रिपोजिशनिक, भिजिट नेपाल कार्यान्वयनबाट पर्यटन क्षेत्रको विकासमा फड्को मार्न सकिनेछ।

सन्दर्भ सामग्री

World Bank (2023-24), the weepa,.com/nepal tourism statistics-2025

Nepal Tourism statistics, 2025 MoCTCA, GoN.

रुद्रप्रसाद उपाध्यायका पर्यटन विषयक विभिन्न लेखहरू ।

Upadhyay, Rudra (2002) "Tourism Income and Economic Develpment" (al), NTTR, March, 11-17

Upadhyaya, Rudra (2005) "Teunison Industry Need Much Openness to New thought &) Ideas, part 1 & 2 (al) NTTR, June 6-12 & 13-19

Upadhyaya, Rudra (2006) Rual Tourism: A Critical Andysis, A seminar paper presented on July 28, Jointly organized by UNDP TROAP & NTB for Journalist in Nepalese Tourism.

Upadhyay, Rudra (2006) Tourism & Economic Development in Nepal, Northern Book Centre, New Delhi.

Upadhyay, Rudra Namen in Nepalese Tourism: Opportunities & Challenges, Pilgrims Publishing, Varanasi - Delhi

Upadhya, Rudra (2008) A Case Study of Rula Tourism in Bandipur, Ghalegaon & Sirubari (9) in Rudra Upadhyay edited book Readings in Rural Tourism.

Nepal Tourism Statistics (2024) GoN, MOCTCA, 2025.

भादगाउँले अमृत, उत्कृष्ट दर्शन होम स्टे, परिवार, माघ २०७६, पृ. १०० -१०४

नेपाल घुम्नै पर्ने मध्य संसार, कान्तिपुर वर्ष २५ अंक २४८, शनिवार, कार्तिक १५,२०८२, पृ. १ नेपालमा पर्यटन : विकास र सम्मृद्धिको आधार, सूर्य थापा सम्पादित, केन्द्रीय पर्यटन प्रवर्धन विभाग, ने.क.पा (एमाले) २०७५, पृ. ८७-९०

✦✦✦

पर्यटन विकासमा दृष्टिकोण परिवर्तन

✍ डा.सावित्री देवी आचार्य

सारांश

कोभिडपछि पर्यटन क्षेत्रमा पुनर्जीवन आएको छ। क्षेत्रीय यात्रा बढेको छ। कम चिनिएका गन्तव्यहरू लोकप्रिय बन्दैछन्। यात्रुहरूको अपेक्षा अनुभवमूलक र व्यक्तिगत यात्रातर्फ सरेको छ। यसले पर्यटन क्षेत्रलाई नयाँ व्यवसायिक मोडेल र नवप्रवृत्तिमूलक रणनीति अपनाउन सहज बनाएको छ। पर्यटन क्षेत्र अब विगत सम्झने होइन, भविष्य निर्माण गर्ने शक्ति बनेको छ। दिगो र अनुभवकेन्द्रित पर्यटनले अर्थतन्त्र र समाजमा नयाँ सम्भावना सिर्जना गरिरहेको छ। नीतिगत रूपमा, सरकारले दिगो र समावेशी पर्यटनलाई प्राथमिकता दिनुपर्छ। स्थानीय समुदायको सहभागिता, लाभ र समान वितरण सुनिश्चित गर्नुपर्छ। नयाँ गन्तव्य पहिचान र सम्भावनाको खोजीमा पूर्वाधार, डिजिटल प्रविधि र सीप विकासमा लगानी आवश्यक छ। सार्वजनिक-निजी सहकार्यलाई बलियो बनाउनुपर्छ। यसरी पर्यटन क्षेत्रलाई विगत सम्झने होइन, भविष्य निर्माण गर्ने रणनीतिक क्षेत्रका रूपमा विकास गर्न सकिन्छ।

१. विषय प्रवेश

कोभिड महामारीपछिका वर्षहरूले पर्यटन क्षेत्रमा ठुलो असर पारेको थियो। लामो समयसम्म मानिसहरूको यात्रा सीमित भएकोले पर्यटन उद्योगले ठुलो चुनौती भोगेको थियो। तर अहिले फेरि मानिसहरू नयाँ गन्तव्य खोज्न, अनुभव संकलन गर्न र जीवनलाई अझ रोचक बनाउन उत्साहित छन्। क्षेत्रीय यात्रा बढेको छ, र कम चिनिएका गन्तव्यहरूको लोकप्रियता द्रुत रूपमा बढिरहेको छ। यसले पर्यटन र आतिथ्य क्षेत्रमा नयाँ ऊर्जा भर्नुका साथै स्थानीय र राष्ट्रिय अर्थतन्त्रमा महत्त्वपूर्ण

✍ *सह-प्राध्यापक, अर्थशास्त्र विभाग, त्रिचन्द्र क्याम्पस*

योगदान दिइरहेको छ।

नयाँ यात्रुहरूको बिशेषता र अपेक्षामा पनि परिवर्तन आएको छ। अब यात्रुहरू केवल लोकप्रिय गन्तव्य भ्रमणमा सन्तुष्ट छैनन्। उनीहरू अनौठो, व्यक्तिगत र अनुभवमूलक यात्राको खोजीमा छन्। साहसिक गतिविधि, साँस्कृतिक कार्यक्रम, स्थानीय जीवनशैली र परम्परागत अनुभवमा संलग्न हुन उत्सुक छन्। यसले पर्यटन उद्योगलाई नयाँ दृष्टिकोण र व्यवसायिक मोडेलमा परिवर्तन ल्याउन बाध्य बनाएको छ। "भ्रमण अब अनुभव मात्र होइन, सम्भावनाको सिर्जना हो" भन्ने भाष्य निर्माण भएको छ ।

पर्यटन अब केवल विगत सम्झने माध्यम होइन। यसले भविष्य निर्माण गर्ने भूमिका खेलेको छ। केवल प्रसिद्ध स्थल र अतीतका उपलब्धि स्मरण गर्नु पर्याप्त छैन। अब पर्यटनले नवप्रवृत्ति, सिर्जनात्मकता र दीर्घकालीन अवसरलाई प्राथमिकता दिएको छ। यसले व्यवसायिक रणनीति, अनुभवको मूल्य, स्रोत बजार र गन्तव्यहरूको छनोटमा पूर्ण नयाँ सोच आवश्यक भएको तथ्यलाई औल्याउँदछ । पर्यटन व्यवसाय, स्थानीय समुदाय, सरकार र निजी क्षेत्रले दिगो, नवप्रवृत्तिमूलक र अनुभवमूलक रणनीति निर्माण गर्नुपर्छ। केवल प्रसिद्ध स्थल वा लोकप्रिय गन्तव्यमा निर्भर रहनु पर्याप्त छैन। नयाँ गन्तव्य, डिजिटल प्रविधि, व्यक्तिगत अनुभव र नवप्रवृत्तिले उद्योगलाई दिगो र प्रतिस्पर्धी बनाउँछ।

पर्यटन क्षेत्रलाई केवल अवलोकनको माध्यम नभई अर्थपूर्ण र सिर्जनात्मक अनुभवको स्रोतको रूपमा हेर्न आवश्यक छ। पर्यटनले मानिसहरूलाई नयाँ संस्कृति, नयाँ दृष्टिकोण र नयाँ सम्भावनासँग परिचित गराउँछ। यसले व्यक्तिगत जीवन मात्र होइन, समाज, अर्थतन्त्र र उद्योगमा पनि नयाँ उर्जा र अवसर सिर्जना गर्छ। त्यसैले भन्ने गरिन्छ "पर्यटनले विगत सम्झँदैन, भविष्य बनाउँछ; यात्रा अनुभव मात्र होइन, सम्भावनाको सिर्जना हो।"

२. **स्थानीय र क्षेत्रीय पर्यटनको बढ्दो महत्त्व**

स्थानीय र क्षेत्रीय पर्यटनले केवल मनोरञ्जनको माध्यम मात्र होइन। यसले समुदाय, संस्कृति र अर्थतन्त्रसँग प्रत्यक्ष सम्बन्ध राख्छ। जब पर्यटक घर नजिकैको गन्तव्यमा यात्रा गर्छन्, उनीहरूले स्थानीय व्यवसाय, उत्पादन र सेवा क्षेत्रसँग अन्तरक्रिया गर्छन्। यसले रोजगार सिर्जना गर्छ र स्थानीय आय बढाउँछ। गाउँ, साँस्कृतिक नगर, ताल-तट र पर्वतीय क्षेत्रका स्थानीय पर्यटन स्थलहरू अहिले बढी लोकप्रिय बन्दैछन्। पर्यटकले त्यहाँको परम्परागत खाना, हस्तकला, साँस्कृतिक कार्यक्रम र प्राकृतिक सौन्दर्यको अनुभव गर्न चाहन्छन्। यसले स्थानीय पर्यटन उद्योगलाई नवप्रवर्धन र दिगो विकासको मार्ग देखाउँछ।

पर्यटन क्षेत्रमा बजारको दृष्टिले पनि परिवर्तन आएको छ। परम्परागत यूरोप,

खोकना महोत्सवमा स्थानीय

अमेरिका र जापानको यात्रु वर्ग भन्दा एशिया, अफ्रिका र दक्षिण अमेरिकाबाट आउने नयाँ यात्रु समूह बढ्दैछ। यी नयाँ स्रोत बजारले छुट्टै प्रवृत्ति र प्राथमिकता लिएर आउँछन्। त्यसैले गन्तव्यहरूले आफ्नो मार्केटिङ रणनीति र सेवा मोडेललाई अनुकूल बनाउनुपर्छ। स्थानीय पर्यटन स्वास्थ्य, सुरक्षा र लागतप्रति संवेदनशील छ। कोभिड महामारीले मानिसहरूलाई लामो दूरीको यात्रा गर्न असहज बनाएको थियो । यसले छोटो, सुरक्षित र सुलभ गन्तव्यको महत्व बढाएको छ। घर नजिकैको यात्रा पर्यटकलाई मनोवैज्ञानिक सुरक्षा र सहजता दिन्छ। अन्ततः घर नजिकको पर्यटनले दिगो विकास सुनिश्चित गर्छ। यसले स्थानीय उत्पादन, साँस्कृतिक संरक्षण र रोजगार सृजना गर्ने अवसर दिन्छ। केवल अनुभवको लागि होइन, भविष्य निर्माणका लागि पनि स्थानीय पर्यटन महत्त्वपूर्ण छ। यसले देखाउँछ कि पर्यटन अब केवल बाहिरको मात्र यात्रा होइन; यो समाज र अर्थतन्त्रको सशक्तिकरणको माध्यम पनि हो।

३. नयाँ यात्रु वर्ग र अनुभवको माग

विश्व पर्यटनमा नयाँ यात्रु वर्ग उदाउँदैछ। यी यात्रुहरू परम्परागत भ्रमण र सामान्य अनुभव मात्र चाहँदैनन्। उनीहरू विशेष, अनुकूलित र अर्थपूर्ण अनुभव खोज्छन्। अनुभवमूलक पर्यटन (Experiential Travel) यसको उदाहरण हो। यसमा यात्रुहरू केवल स्थल अवलोकनमा सीमित रहँदैनन्। उनीहरू स्थानीय जीवनशैली, खाना, कला, साँस्कृतिक कार्यक्रम र साहसिक गतिविधिमा सहभागी हुन चाहन्छन्। यसले यात्रालाई स्मरणीय बनाउँछ र अनुभवलाई मूल्यवान बनाउँछ। लक्जरी पर्यटन (Luxury Travel) मा उच्च-आय भएका यात्रुहरूको माग तीव्र रूपमा बढेको छ। उनीहरू केवल सुविधा मात्र चाहँदैनन्। निजी सेवा, विशिष्ट अनुभव,

आरामदायी वातावरण र मौलिकता उनीहरूको प्राथमिकता हो । लक्जरी अनुभवले यात्रुमा व्यक्तिगत सन्तुष्टि र विशिष्टता प्रदान गर्छ । यस प्रवृत्तिले होटल, रिसोर्ट, ट्राभल कम्पनी र गाइडहरूलाई आफ्ना सेवामा नवप्रवृत्ति र व्यक्तिगत अनुकूलन बनाउन प्रेरित गरेको छ ।

परम्परागत भ्रमण अब पर्याप्त छैन । केवल स्थल अवलोकन वा लोकप्रिय गन्तव्य भ्रमणले यात्रुहरूको अपेक्षा पूरा गर्दैन । नयाँ यात्रु वर्गले अनुभवको मौलिकता, व्यक्तिगत रुचि र साँस्कृतिक सम्पर्क चाहन्छ । यसका कारण व्यवसायिक संगठनहरूले नयाँ मोडेल विकास गर्नुपर्छ । सेवा, मार्गदर्शन र कार्यक्रमहरूलाई यात्रुको प्राथमिकतामा आधारित बनाउनुपर्छ । यसले प्रतिस्पर्धामा अग्रस्थान सुनिश्चित गर्छ ।

भविष्य निर्माणका लागि पर्यटन क्षेत्रले अनुभवमूलक र लक्जरी यात्रुहरूको मागलाई ध्यानमा राखेर रणनीति बनाउनुपर्छ । डिजिटल प्रविधि, नवप्रवृत्ति, व्यक्तिगत सेवा र स्थानीय अनुभवको समावेशीकरण आवश्यक छ । केवल पुराना मोडेल दोहोर्याएर व्यवसायिक सफलता प्राप्त हुँदैन । उद्योगले यात्रुको बदलिंदो प्राथमिकता, रुचि र अनुकूल अनुभवको मूल्याङ्कन गरेर योजना बनाउनु जरुरी छ । यसले पर्यटनलाई दिगो, सृजनात्मक र आर्थिक रूपमा समृद्ध बनाउँछ ।

४. गन्तव्य र स्रोत बजारमा परिवर्तन

परम्परागत र लोकप्रिय गन्तव्यहरू मात्र अब पर्यटकको मुख्य केन्द्र होइनन् । नयाँ र उपेक्षित ठाउँहरूले पर्यटकको ध्यानाकर्षण गर्न थालेका छन् । ग्रामीण पर्यटन स्थल, पहाडी गाउँ, ताल-तट क्षेत्र र कम चिनिएका साँस्कृतिक स्थलहरू अहिले आकर्षक गन्तव्यको रूपमा विकसित हुँदैछन् । यी गन्तव्यहरूमा पर्यटकहरूले मौलिक अनुभव, स्थानीय जीवनशैली र साँस्कृतिक सम्पर्क खोज्न सक्छन् । यसको

पाँचपोखरी, सिन्धुपाल्चोक

अर्थ केवल संख्या बढाउनु मात्र होइन; अनुभवको गुणस्तर र स्थानीय विकास सुनिश्चित गर्नु पनि महत्त्वपूर्ण छ।

स्रोत बजारमा पनि ठुलो परिवर्तन आएको छ। परम्परागत यूरोप, अमेरिका र जापान जस्ता स्रोत बजारको प्रभाव कम हुँदै गएको छ। यसको सट्टा एशियाली, अफ्रिकी र दक्षिण अमेरिकी नयाँ यात्रु वर्ग तीव्र रूपमा बढ्दैछ। यी नयाँ यात्रुहरू प्रायः युवा, प्रविधिमा सुसज्जित र अनुभवमूलक यात्रा खोज्ने प्रवृत्तिका छन्। उनीहरू केवल अवलोकनका लागि होइन, साँस्कृतिक सहभागिता र व्यक्तिगत अनुभवको लागि यात्रा गर्छन्। यसले पर्यटन नीति, प्रचार रणनीति र लगानी प्राथमिकतामा पुनः विचार गर्न बाध्य बनाएको छ।

नयाँ गन्तव्य र स्रोत बजारको पहिचानले केवल पर्यटक संख्यामा वृद्धि मात्र गराउने होइन, दीर्घकालीन दिगो विकास र प्रतिस्पर्धात्मक लाभलाई पनि सुनिश्चित गर्छ। उपेक्षित स्थलहरूमा लगानी, स्थानीय समुदायको सहभागिता र पूर्वाधार सुधारले पर्यटनको दिगोपन सुनिश्चित गर्छ। स्रोत बजारको विश्लेषण र लक्षित रणनीतिले नयाँ अवसर सिर्जना गर्छ। यसरी, भविष्यको पर्यटन केवल अनुभव मात्र होइन; नयाँ गन्तव्य, नयाँ बजार र नवप्रवृत्तिको संयोजनबाट सम्भावनाको सिर्जना गर्छ।

५. डिजिटल प्रविधि र नवप्रवर्तन

पर्यटन उद्योग डिजिटल युगमा प्रवेश गरेको छ। प्रविधिले केवल सुविधा प्रदान गरेको छैन; यसले अनुभवको सम्पूर्ण परिभाषा परिवर्तन गरेको छ। आजको यात्रु केवल स्थान हेर्न चाहँदैन। पर्यटकहरूले अनलाइन जानकारी खोज्छन्, योजना बनाउँछन्, बुकिङ गर्छन् र वास्तविक समयमा अनुभव समायोजन गर्छन्। जनरेटिभ एआई (Generative AI/Gen AI) ले यात्रालाई अझ व्यक्तिगत र सहज बनाउँछ। डिजिटल सहायकले सुरुदेखि अन्तसम्म यात्रुहरूसँग संवाद गर्छ। बुकिङको समयमा यात्रा योजनाहरू तयार पार्छ। यात्रा क्रममा प्राथमिकता अनुसार सुझाव दिन्छ। अप्रत्याशित समस्यामा तुरुन्त समाधान प्रदान गर्छ। यसले अनुभवलाई निर्बाध, समयमै र मनपर्ने बनाउँछ।

नयाँ स्रोत बजारका यात्रुहरू प्रविधि-प्रेमी छन्। आजकल विभिन्न एपस् को सहायताबाट भौतिक परिचयपत्र बिना यात्रा गर्न सकिन्छ। यस्तो प्रविधि यात्रुलाई सहज बनाउँछ। अनलाइन बुकिङ, स्मार्ट होटल प्रणाली र डिजिटल मार्केटिङले व्यवसायलाई नयाँ दिशा दिएको छ। होटल र रिसोर्टले आफ्नो सेवा डिजिटल माध्यमबाट अनुकूल बनाउन सक्छ। मोबाइल एपस्, भर्चुअल टुर, र रियल टाइम फिडब्याकले भ्रमण सम्बन्धि निर्णय गर्न सहज बनाउँछ। यसले केवल सेवा सुधार मात्र गर्दैन; सम्पूर्ण पर्यटन इकोसिस्टमलाई सुधार गर्दछ। डिजिटल नवप्रवर्तनले

दीर्घकालीन लाभ पनि सुनिश्चित गर्न मद्दत गर्छ। डेटा संकलन र विश्लेषणबाट गन्तव्यको क्षमता मूल्याङ्कन गर्न सकिन्छ। यातायात, भौतिक पूर्वाधार र मानव संसाधन योजना सहज हुन्छ। प्रविधि र नवप्रवर्तनले अनुभव मात्र होइन, भविष्यको पर्यटनको संरचना र दिगोपन सुनिश्चित गर्छ। डिजिटल प्रविधि र नवप्रवर्तनले पर्यटनलाई भविष्य निर्माणको उपकरण बनाएको छ। यसले अनुभव व्यक्तिगत, प्रभावकारी र सृजनात्मक बनाउँछ। प्रविधिको सहयोगी मात्र होइन, अनुभवको सिर्जना गर्ने भविष्य बोकेको क्षेत्र हो।

६. **नयाँ स्रोत बजार र रणनीतिहरू**

ऐतिहासिक स्रोत बजार अझै महत्त्वपूर्ण छन्। तर ती मात्र पर्याप्त छैनन्। नयाँ बजारबाट यात्राको माग तीव्र गतिमा बढ्दैछ। यस मागलाई अवसरमा बदल्न स्पष्ट रणनीति आवश्यक छ। बिना रणनीति बृद्धि सम्भव हुँदैन। पहिलो रणनीति हो यात्राको बाधा घटाउने। धेरै यात्रु प्रक्रियाको झन्झटले यात्रा छोड्छन्। भिसा, पहिचान र चेक-इन जटिल हुँदा यात्रा आकर्षक हुँदैन। प्रक्रिया सरल भए यात्रु संख्या बढ्छ। अजरबैजानको उदाहरण स्पष्ट छ। २०१७ मा भारतीय यात्रुका लागि इलेक्ट्रोनिक भिसा सुरु गरियो। दुई वर्षमै आगमन पाँच गुणाले बढ्यो। यसले देखाउँछ- नीतिगत सानो सुधारले ठुलो परिणाम दिन सक्छ। दोस्रो रणनीति हो साँस्कृतिक रूपमा प्रासंगिक मार्केटिङ। नयाँ यात्रु वर्ग एउटै सन्देशबाट आकर्षित हुँदैन। भाषा, संस्कार र रुचि बुझेर सन्देश दिनुपर्छ। स्थानीय कथासँग जोडिएको प्रचार प्रभावकारी हुन्छ। यस्तो मार्केटिङले गन्तव्यलाई पहिलोपटक यात्रा गर्नेहरूको अर्को तहको जानकारीमा पुऱ्याउँछ।

तेस्रो रणनीति हो प्रविधि अनुकूलन। नयाँ स्रोत बजारका यात्रु डिजिटल सुविधा खोज्छन्। मोबाइल एप, डिजिटल भुक्तानी र अनलाइन जानकारी अनिवार्य बनेका छन्। प्रविधि बिना सेवा अपूर्ण हुन्छ। सहज प्रविधिले विश्वास बढाउँछ र अनुभव सुधार गर्छ। चौथो रणनीति हो विभिन्न बजेट अनुसार अनुभव सिर्जना। सबै यात्रु उच्च खर्च गर्न सक्दैनन्। तर सबैले गुणस्तरीय अनुभव चाहन्छन्। कम बजेटका लागि सस्तो तर अर्थपूर्ण विकल्प आवश्यक हुन्छ। जापानका क्याप्सुल होटल यसको उदाहरण हुन्। सुरुमा आवश्यकता थियो। पछि अनुभव बने। आज ती स्वयं आकर्षण हुन्।

भविष्य निर्माण भनेको सबैका लागि अवसर सिर्जना गर्नु हो। पर्यटन केवल उच्च वर्गका लागि सीमित हुनु हुँदैन। समान पहुँच र विविध अनुभवले मात्र पर्यटन दिगो हुन्छ। नयाँ स्रोत बजारलाई बुझ्ने र अनुकूल रणनीति अपनाउने गन्तव्य नै भविष्यमा सफल हुन्छ। नयाँ स्रोत बजार अवसर हुन्। तर अवसर रणनीतिबिनाको हुँदैन।

बाधा घटाउने, संस्कृति बुझ्ने, प्रविधि अपनाउने र सबैका लागि अनुभव सिर्जना गर्ने गन्तव्य नै दीर्घकालीन रूपमा सफल हुन्छ ।

७. भविष्यका गन्तव्यहरू

भविष्यका गन्तव्य केवल परम्परागत प्रसिद्ध देश वा शहरहरूमा सीमित हुँदैनन् । आजका यात्रु नयाँ अनुभव खोज्छन् । उनीहरू त्यस्ता स्थानमा जान चाहन्छन् जहाँ कम भीड, नयाँ संस्कृतिहरू र अनौठा अनुभव उपलब्ध हुन्छन् । यसले पर्यटन उद्योगलाई नयाँ अवसर दिन्छ । नयाँ स्रोत बजारका यात्रु प्रायः प्रविधि-प्रेमी छन् । उनीहरू सहज, छिटो र व्यक्तिगत सेवा अपेक्षा गर्छन् । एपको माध्यमबाट भौतिक परिचयपत्र बिना नै देशभित्र यात्रा गर्न सक्छन् । यसले यात्रा प्रक्रियालाई सरल र सुविधाजनक बनाउँछ ।

एपले यात्रालाई अझ सहज बनाउँछ । स्वतः मेनु अनुवाद, मुद्रा रूपान्तरण र अन्य सुविधा उपलब्ध गराउँछ । प्रतिस्पर्धीहरूले यी सुविधाहरू प्रायः उपलब्ध गराउँदैनन् । यसले स्पष्ट देखाउँछ कि नयाँ यात्रुहरूको प्रविधि अपेक्षा पूरा गर्नु गन्तव्यको सफलता सुनिश्चित गर्न महत्त्वपूर्ण छ । विश्वका शीर्ष दश गन्तव्य (संयुक्त राज्य अमेरिका, स्पेन, चीन, फ्रान्स, साउदी अरब, टर्की, इटाली, थाईल्याण्ड, जापान र भारत) अहिले कुल पर्यटन खर्चको ४५ प्रतिशत प्राप्त गर्छन् । तर, धेरै पर्यटक अब कम भ्रमण भएका नयाँ गन्तव्यमा आकर्षित हुँदैछन् । उदाहरणका लागि, थाईल्याण्डसँग सिमाना भएका लाओस र मलेसिया नयाँ पर्यटकहरूको ध्यानाकर्षण गरिरहेका छन् ।

यसको औचित्य स्पष्ट छ । नयाँ गन्तव्यले कम भिड, नयाँ अनुभव र स्थानीय संस्कृति प्रस्तुत गर्छ । पर्यटकले नयाँ अनुभव खोज्ने भएकाले नयाँ गन्तव्यको

गोरु जुधाई, तारुका, नुवाकोट

माग बढ्छ। यो दीर्घकालीन दिगोपन र प्रतिस्पर्धात्मक लाभका लागि महत्त्वपूर्ण छ। भविष्यका गन्तव्य केवल वर्तमान शीर्ष सूचीमा आधारित हुँदैन। यात्रुको प्राथमिकता, खोजी र प्रविधि अपेक्षा नै गन्तव्यको लोकप्रियता निर्धारण गर्छ। नयाँ गन्तव्यले बजारमा आफ्नो पहिचान बनाउन सक्छ।

८. दीर्घकालीन रणनीति र दिगोपन

भविष्य केन्द्रित पर्यटन केवल आगमन बढाउने उद्देश्यमा सीमित हुनु हुँदैन। यसले दीर्घकालीन दिगोपन र समुदायको समृद्धि सुनिश्चित गर्नुपर्छ। गन्तव्य व्यवस्थापन, पूर्वाधार सुधार, स्थानीय सहभागिता र सेवाको अनुकूलन नै आधारभूत रणनीति हुन्। भीड व्यवस्थापन (Overcrowding Mitigation) अत्यन्त महत्त्वपूर्ण छ। धेरै पर्यटकले प्राकृतिक र साँस्कृतिक सम्पदामा नकारात्मक प्रभाव पार्न सक्छन्। उदाहरणका लागि, प्रसिद्ध हिमालयन ट्रेल वा साँस्कृतिक नगरहरूमा भीड नियन्त्रण नगर्दा वातावरणीय क्षति र स्थानीय जीवनशैलीमा असर पर्न सक्छ। सही योजना, समय-सीमा आधारित टिकट प्रणाली, र पर्यटक मार्ग निर्धारणले गन्तव्यको संरक्षण गर्न सहयोग गर्छ। यसले दीर्घकालीन अनुभव सुनिश्चित गर्छ।

पूर्वाधार विकास अर्को महत्त्वपूर्ण उपाय हो। यातायात, आवास, खानेपानी, र स्वास्थ्य सुविधा जस्ता आधारभूत संरचनाको सुधारले यात्रु अनुभव सहज र प्रभावकारी बनाउँछ। राम्रो पूर्वाधारले सुरक्षा, सुविधा र आकर्षण दुवै बढाउँछ। उदाहरणका लागि, डिजिटल टिकटिंग प्रणाली, स्मार्ट होटल व्यवस्था र यातायात सुधारले पर्यटकको समय र ऊर्जा बचत गर्छ।

स्थानीय सहभागिता पर्यटनको दिगोपनका लागि अनिवार्य छ। स्थानीय समुदायलाई रोजगार र लाभमा सहभागी गराउने मोडेल अपनाउनुपर्छ। यसले केवल आर्थिक लाभ दिनु मात्र होइन, साँस्कृतिक संरक्षण र समुदायको सशक्तिकरण पनि सुनिश्चित गर्छ। उदाहरणका लागि, गाउँ पर्यटन, हस्तकला प्रदर्शनी र साँस्कृतिक कार्यक्रममार्फत स्थानीय समुदायले प्रत्यक्ष लाभ पाउँछन्।

अनुकूलनयोग्यता आजका यात्रुहरूको बदलिंदो प्राथमिकता अनुसार सेवा र अनुभव सुधार गर्न आवश्यक छ। व्यक्तिगत रुचि, उमेर, बजेट र प्रविधि उपयोगका आधारमा अनुभवलाई निरन्तर सुधार्नु पर्यटनको दीर्घकालीन सफलता सुनिश्चित गर्नु हो। डिजिटल प्रविधि, मोबाइल एप, अनलाइन बुकिङ र भर्चुअल गाइडको उपयोगले यात्रु अनुभव व्यक्तिगत र सहज बनाउँछ। भविष्य निर्माण भनेको केवल गन्तव्य लोकप्रिय बनाउनु मात्र होइन। यो सम्भावनालाई आकार दिनु, दिगो विकास सुनिश्चित गर्नु, र सबैका लागि अवसर सिर्जना गर्नु हो। दीर्घकालीन रणनीति अपनाएर मात्र पर्यटन उद्योगले प्रतिस्पर्धामा टिक्न सक्छ र सामाजिक, साँस्कृतिक र

आर्थिक लाभ सुनिश्चित गर्न सक्छ।

निष्कर्ष

विश्व पर्यटनले देखाएको मुख्य पाठ स्पष्ट छ–भ्रमण अब केवल अनुभव सम्झने माध्यम मात्र होइन। यो भविष्य निर्माण गर्ने शक्ति हो। केवल विगतमा आधारित लोकप्रिय गन्तव्य वा अनुभवको दोहोर्याइले काम गर्दैन। नयाँ दृष्टिकोण, नवप्रवृत्ति र भविष्य केन्द्रित रणनीतिले मात्र पर्यटन उद्योगलाई दिगो र प्रतिस्पर्धात्मक बनाउँन आवस्यक छ।

घर नजिकको गन्तव्य र क्षेत्रीय पर्यटनलाई प्राथमिकता दिनु अहिलेको आवश्यकता हो। छोटो दूरीको यात्रा, सुरक्षित र सुलभ अनुभवले यात्रुहरूको मनोवृत्ति र रुचि अनुरूप सेवा दिन्छ। यसले स्थानीय अर्थतन्त्र सुदृढ पार्छ, रोजगार सिर्जना गर्छ र साँस्कृतिक तथा प्राकृतिक सम्पदाको संरक्षण सुनिश्चित गर्छ। भविष्यको पर्यटन केवल विदेशी गन्तव्यमा मात्र निर्भर छैन; स्थानीय अवसरको उपयोगले दीर्घकालीन लाभ सुनिश्चित गर्छ।

दिपंकर बुद्ध, ललितपुर

अनुभवमूलक र लक्जरी यात्रा प्रवृत्ति पनि महत्त्वपूर्ण छ। नयाँ यात्रु वर्ग व्यक्तिगत, विशेष र अनुकूलित अनुभव खोज्छ। होटल, रिसोर्ट, ट्राभल कम्पनी र गाइडहरूले अब व्यक्तिगत सेवा, वैयक्तिक अनुभव र नवप्रवृत्तिमा लगानी गर्न आवश्यक छ। यसले न ग्राहक सन्तुष्टि बढाउँछ, न गन्तव्यको मूल्य र प्रतिस्पर्धात्मक क्षमता पनि वृद्धि गर्छ।

डिजिटल प्रविधि र नवप्रवर्तनले पर्यटनको रूपान्तरण गरिरहेको छ। जनरेटिभ

एआई, डिजिटल सहायक, अनलाइन बुकिङ र स्मार्ट होटल प्रणालीहरूले यात्रा अनुभवलाई सहज, व्यक्तिगत र प्रभावकारी बनाउँछ। प्रविधि-प्रेमी नयाँ स्रोत-बजारका यात्रुहरूको अपेक्षा पूरा गर्दा गन्तव्यको लोकप्रियता बढ्छ। डिजिटल नवप्रवृत्ति र व्यक्तिगत अनुभवसँगको समन्वयले पर्यटन उद्योगलाई दिगो र भविष्यप्रति उत्तरदायी बनाउँछ।

अन्ततः, भिन्न बजेट स्तर भएका यात्रुका लागि अनुकूल अनुभव, भीड व्यवस्थापन, पूर्वाधार सुधार, दिगोपन र स्थानीय सहभागिता जस्ता उपायहरूले पर्यटनलाई सिर्जनात्मक, समृद्ध र दिगो बनाउँछन्। पर्यटन अब केवल भ्रमण र अवलोकनको माध्यम मात्र नभई; यो सम्भावनाको सिर्जना गर्ने शक्ति हो। पर्यटनले विगतमा अड्किदैन, भविष्य बनाउँछ; यात्रा अनुभव मात्र होइन, सम्भावनाको सिर्जना हो।

सन्दर्भ सामग्री

UNWTO (World Tourism Organization). Tourism Recovery and Resilience after COVID-19.

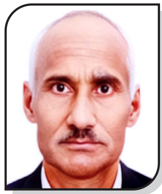
OECD. Rebuilding Tourism for the Future: COVID-19 Policy Responses and Recovery.

World Travel & Tourism Council (WTTC). Global Economic Impact and Trends in Tourism.

UNDP. Tourism and Local Economic Development in the Post-Pandemic Context.

Nepal Tourism Board (NTB). Tourism Recovery Strategy and Policy Documents.

आर्थिक सदाचार : पर्यटनको आधार



✍ डा. त्रिलोचन पौडेल

सार

नेपाल मनोरम प्राकृतिक सौन्दर्य, अनुपम एवं उत्कृष्ट संस्कृति, भौगोलिक विविधता, आतिथ्यपूर्ण व्यवहार, विशिष्ट रहनसहन, अद्वितीय रीतिरिवाज, भेषभूषा, खानपान, ऐतिहासिक वैभव, सहिष्णुता र सामाजिक सद्भावका कारण विश्वका सबै उमेर समूह र रुचिका पर्यटकहरूका लागि सदावहार आकर्षक गन्तव्यको रूपमा परिचित छ। नेपालको प्राकृतिक, साँस्कृतिक, ऐतिहासिक र धार्मिक सम्पदाको संरक्षण र उपयोगमार्फत आर्थिक विकासको प्रमुख आधारस्तम्भ पर्यटन क्षेत्र बन्न सक्ने उच्च सम्भावना छ। तर तीव्र पर्यटन विस्तारसँगै असमान लाभ वितरण, प्रशासनिक कमजोरी, भ्रष्टाचार, आर्थिक अनियमितता र वातावरणीय क्षयजस्ता चुनौतीहरू पनि देखा परेका छन् । यी र यस्ता अन्य चुनौतीहरू सम्बोधन गर्दै नेपाल सरकारले पर्यटन नीति, २०८२ कार्यान्वयनमा ल्याई दिगो, समावेशी र पारदर्शी पर्यटन विकासको दृष्टिकोण अगाडि बढाइएको छ। यो आलेख विशेषतः पर्यटनसँग बढी नजिक भएको कारण पर्यटन नीतिमाथि तुलनात्मक रुपमा बढी केन्द्रित गरिएको छ।

प्रस्तुत आलेखले दिगो पर्यटनको मूल जगका रूपमा आर्थिक सदाचार, जवाफदेहिता, पारदर्शिता र न्यायसंगत व्यवहारका सिद्धान्तहरूमाथि विवेचना गर्दै नेपालका नीति, योजना र कार्यक्रमहरूको विश्लेषण गरेको छ। नेपालको संविधानले निर्देशित ऐतिहासिक, धार्मिक, पुरातात्त्विक र प्राकृतिक सम्पदाको संरक्षणसहित स्थानीय समुदायलाई प्रत्यक्ष लाभ सुनिश्चित गर्नु दिगो पर्यटनको अनिवार्य शर्त हो भन्ने दृष्टि यस आलेखमा प्रस्तुत गरिएको छ।

✍ *निर्देशक, नेपाल नागरिक उड्डयन प्राधिकरण*

आर्थिक सदाचार र दिगो पर्यटनबिचको संयोजनले नेपालको सामाजिक, आर्थिक र साँस्कृतिक दिगोपना प्रवर्धन सुनिश्चित गर्न सक्ने यस आलेखको निष्कर्ष रहेको छ। यसका लागि नीति सुधार, प्रशासनिक दक्षता, प्रविधिमैत्री शासनको विकास, नागरिक सहभागिता, सामाजिक परीक्षण, नागरिक निगरानी र अन्तर्राष्ट्रिय सहकार्य अपरिहार्य देखिन्छ।

शब्दकुञ्जी : आर्थिक सदाचार, दिगो पर्यटन, हरित विकास।

१. **पृष्ठभूमि**

आर्थिक सदाचार र दिगो पर्यटन प्रवर्धनबिचको सम्बन्ध वर्तमान समाजिक संरचनाको मुख्य विषयवस्तु बनेको छ। नेपाल जस्तो विकासोन्मुख देशका लागि आर्थिक सदाचार सार्वजनिक प्रशासनमा मात्र सीमित नभई सामाजिक मूल्य, नीति निर्माण र कार्यान्वयन तहमा समेत यसको महत्त्वपूर्ण भूमिका रहन्छ। नेपालको प्रमुख आयस्रोतका रुपमा पर्यटन स्थापित गर्नका लागि पर्यावरणीय, साँस्कृतिक र सामाजिक क्षेत्रमा हरेक दृष्टिले दिगोपन ल्याउनु आवश्यक देखिन्छ।

नेपालमा पर्यटन क्षेत्रले राष्ट्रिय अर्थतन्त्रमा ठुलो योगदान पुऱ्याउँछ। यद्यपि अव्यवस्थित पर्यटन विकास, अनियन्त्रित पूर्वाधार निर्माण र भ्रष्टाचारले यसको दीर्घकालीन लाभमा जोखिम सिर्जना गरेको छ।

२. **आर्थिक सदाचार**

सत्यनिष्ठा, शिष्टाचार, सकारात्मक सोच, उच्च नैतिक चरित्र, पारदर्शिता, जवाफदेहिपन, कानुनको अनुसरण र निष्पक्षपूर्वक धन आर्जन गर्नु आर्थिक सदाचार हो। आर्थिक सदाचार भन्नाले कर्मचारीतन्त्रमा नियम पालन र औपचारिक संरचना आधुनिक प्रशासनको आधार हुन् (वेबर; १९२२)। हाम्रा पौरस्त्य शास्त्रहरूले सदाचारको आवश्यकता र महत्त्वमाथि विहङ्गम ढङ्गले चर्चा गरेको पाइन्छ। जति धनसम्पत्ति र अन्नबाट पेट भरिन्छ, त्यति मात्र धनसम्पत्ति सङ्कलन र उपभोग गर्ने मानवलाई अधिकार हुन्छ, शेष धनसम्पत्ति र अन्न आफ्नो मृत्युपश्चात् पृथ्वीमा नै रहने कुरा हाम्रा पूर्वीय शास्त्रहरूले स्पष्ट उल्लेख गरेका छन्। श्रीमद्भागवद गीतामा भनिएको छ- आवश्यकताभन्दा बढी धनसम्पत्ति जसले सङ्कलन गरी बचत गर्दछ, त्यो चोर, पापी र भ्रष्टाचारी हो, उसले अधिकतम दण्ड पाउनु पर्दछ (श्रीमद्भागवत ७।१४।८)। यस अर्थमा धर्मसम्मत धनसम्पत्ति आर्जन गरी धर्मसम्मत नै उपभोग गर्नु आर्थिक सदाचार हो।

श्री गरुड पुराणमा उल्लेख गरिएको सदाचार सम्बन्धी एक सानो अंश निम्नानुसार रहेको छ। कुनै व्यक्ति आफैले दिएको वा अरु कसैले दिएको अर्काको धनसम्पत्ति

हरण गर्दछ भने ६० हजार वर्षसम्म विष्टा (मल) को किरो भएर जन्मिन्छ। आफैले दिने फेरि आफैले खोस्ने जस्तो पापी जहिलेसम्म यो संसारमा रहन्छ त्यति बेलासम्म नरकमा रहन्छ। यही नै आर्थिक सदाचारको मार्ग हो (श्रीगरुड पुराण-प्रेतकल्प ५।४५)। अन्तर्राष्ट्रिय अध्ययनले आर्थिक सदाचार कायम भएको अवस्थामा भ्रष्टाचार कम हुने, लगानी आकर्षित हुने, नीति, ऐन, नियम प्रभावकारी कार्यान्वयन हुने र दिगो विकास लक्ष्य पूरा हुने निष्कर्ष निकालेको छ।

३. दिगो पर्यटन

साँस्कृतिक कार्यक्रममा रमाउँदै पर्यटक, भक्तपुर

दिगो पर्यटनले आर्थिक, सामाजिक र वातावरणीय सन्तुलन कायम गर्छ। दिगो पर्यटनले पर्यावरणीय संरक्षण सुनिश्चित, साँस्कृतिक धरोहरको संरक्षण हुने, स्थानीय समुदायलाई प्रत्यक्ष लाभ पुऱ्याउँने र दीर्घकालीन आर्थिक लाभ सुनिश्चित गर्छ। UNEP / UNWTO (२०१९) का अनुसार दिगो पर्यटनले आय मात्र नभई सामाजिक समावेशीकरणको विकास र वातावरणीय संरक्षणमा योगदान पुऱ्याउँछ।

४. हरित विकास

सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक र साँस्कृतिकलगायत हरेक क्षेत्रमा हुने प्रकृतिअनुकूल सकारात्मक परिवर्तन विकास हो। विकासले व्यक्ति, परिवार, समाज र समग्र देशको प्रतिनिधित्व जनाउने हुनुपर्छ। विकास आर्थिक वृद्धि एवं गतिविधिमा मात्र केन्द्रित हुनु हुँदैन। यसको सरोकार मानवीय क्षमतामा वृद्धि, जीवनस्तरमा सुधार, सदाचार प्रवर्धन, सुशासन, समानता, पारदर्शिता, न्याय र दिगोपनमा

समेत हुनुपर्छ। विकासले आर्थिक वृद्धि हासिल गर्दा प्राकृतिक स्रोतको दिगोपन, पर्यावरणीय सन्तुलन, र भविष्यका पुस्ताका आवश्यकताहरूको संरक्षण सुनिश्चित गर्छ। प्रकृतिप्रदत्त निरन्तर चलिरहने विकास प्रवाहमा अवरोधको सङ्केत नआउने गरी मानवद्वारा सञ्चालन गरिने वातावरणमैत्री प्रविधि, स्वच्छ प्रविधि, नवीकरणीय ऊर्जा, साधनस्रोतको उच्चतम उपयोग र कार्बन उत्सर्जन घटाउने अभ्यासमार्फत दिगो र समावेशी आर्थिक समृद्धिसम्बन्धी गतिविधि नै हरित विकास हो।

हरित विकास सम्बन्धमा विश्वबैंकको धारणा यसप्रकार रहेको छः

Green development is a growth process that is environmentally sustainable and socially inclusive, promoting low-carbon and resource-efficient development paths. (World Bank, 2012)

(हरित विकास भनेको वातावरणीय दृष्टिकोणले दिगो र सामाजिक रूपमा समावेशी वृद्धि प्रक्रिया हो। यसले न्यून कार्बन उत्सर्जन र साधनस्रोतको दक्ष उपयोयोगमा जोड दिन्छ।) यसैगरी हरति अर्थतन्त्रका सम्बन्धमा संयुक्त राष्ट्रसंघ वातावरण कार्यक्रमको भनाइ निम्नानुसार रहेको छ।

"Green economy and development improve human well-being and social equity while significantly reducing environmental risks and ecological scarcities." (UNEP 2011) *अर्थात् हरित अर्थतन्त्र र विकासले मानव कल्याण र सामाजिक समानता अभिवृद्धि गर्दै वातावरणीय तथा प्राकृतिक अभाव जोखिम न्यूनीकरण गर्न सहयोग पुऱ्याउछ।*

५. हरित विकास र आर्थिक सदाचारबिच अन्तरसम्बन्ध

हरित विकास दिगो अर्थतन्त्रको नैतिक पाटो हो। आर्थिक सदाचारका मूल्यमान्यता पारदर्शिता, जवाफदेहिता र न्यायसंगत नीतिको सशक्त कार्यान्वयन हरित विकासका आधार हुन्। सदाचारयुक्त, भ्रष्टाचारमुक्त र उत्तरदायी शासन प्रणाली बिना हरित विकासको कल्पना गर्न सकिदैन।

६. आर्थिक सदाचार र दिगो पर्यटनबिच अन्तरसम्बन्ध

आर्थिक सदाचार स्थापित स्वच्छ वातावरणमा पर्यटन क्षेत्रको लगानी पारदर्शी र प्रभावकारी हुन्छ। नियम र कानुनको पालनाले नीति, योजना तथा कार्यक्रम दिगो, पारिस्थितिक र सामाजिक रूपमा अनुकूल हुन्छ। यसप्रकार आर्थिक सदाचार र दिगो पर्यटन एक अर्काका परिपूरक हुन्।

७. सार्वजनिक प्रशासन र आर्थिक सदाचार

नेपालमा आर्थिक सदाचार प्रवर्धन गर्न अख्तियार दुरूपयोग अनुसन्धान आयोग, राष्ट्रिय सतर्कता केन्द्र, महालेखापरीक्षकको कार्यालय र सम्पत्ति शुद्धीकरण विभाग,

राजस्व अनुसन्धान विभाग, सार्वजनिक खरिद अनुगमन कार्यालय, राष्ट्रिय सूचना आयोग जस्ता निकायहरू स्थापना भएका छन् ।

८. पर्यटन नीति, २०८२ का प्रमुख पक्षहरू

पर्यटन नीति, २०८२ का प्रमुख पक्षहरूलाई तल प्रस्तुत गरिएको छ-

(१) संविधानले पर्यटनलाई तीनै तहका सरकारको साझा जिम्मेवारीका रूपमा परिभाषित गरेको छ । यो नीतिले संघ प्रदेश र स्थानीय तीन वटै संरचनालाई प्रभावकारी सम्बोधन गर्न सफल भएको छ। पर्यटन नीतिले बहुस्तरीय समन्वयलाई सुदृढ गर्दै गुणस्तरीय पूर्वाधार, विविधीकरण, दिगोपन र समावेशितामार्फत पर्यटन क्षेत्रलाई रूपान्तरण गर्ने लक्ष्य लिएको छ ।

(२) यस नीतिले अध्यात्म, स्वास्थ्य, खेल र शैक्षिक पर्यटनजस्ता उदीयमान आयामलाई प्राथमिकतामा राख्दै निजी क्षेत्र, स्थानीय समुदाय र सरकारी साझेदारीलाई मजबुत बनाउने प्रावधान ल्याएको छ ।

(३) नीतिले समग्र पर्यटनलाई रोजगारी, लगानी र आर्थिक समृद्धिको प्रमुख आधारका रूपमा परिकल्पना गर्दै संघीय संरचनाको भावनाअनुसार कार्यान्वयन उन्मुख मार्गचित्र प्रस्तुत गर्छ । राष्ट्रिय अर्थतन्त्रमा पर्यटन क्षेत्रको योगदान अभिवृद्धि गर्ने । विश्वकै आकर्षक र अनुपम अनुभव प्रदान गर्ने प्रमुख पर्यटकीय गन्तव्यका रूपमा नेपाललाई परिचित गराउनु नीतिको दूरदृष्टि रहेको छ। उत्कृष्ट सेवा, सुरक्षा, विश्वसनीयता र दिगोपनामा आधारित पर्यटकीय वातावरण निर्माण गर्दै नेपाललाई दीर्घकालसम्म सम्झनलायक अनुभव दिलाउने आकर्षक र प्रतिस्पर्धी गन्तव्यका रूपमा विकास गर्नु नीतिको ध्येय छ । त्यस्तै नीतिको लक्ष्यमा पर्यटन क्षेत्रको समग्र योगदान राष्ट्रको अर्थतन्त्रमा उल्लेख्य रूपमा वृद्धि गर्दै रोजगारी, लगानी र समावेशी आर्थिक विकासलाई समर्थन जनाउने रहेको छ ।

(४) पर्यटकीय वस्तुको पहिचान, विकास, प्रवर्धन र विविधीकरण गर्नु, गुणस्तरीय र सुरक्षित पर्यटन पूर्वाधार तथा सेवाको विकास गर्नु, दिगो र उत्थानशील पर्यटन विकास गर्नु, पर्यटन क्षेत्रमा शासकीय दक्षता सुधार गर्नु र पर्यटन प्रवर्धनमार्फत रोजगारी तथा स्वरोजगारीका अवसर सिर्जना गरी समावेशी आर्थिक विकासमा योगदान पुऱ्याउनु यस नीतिका उद्देश्य रहेका छन् । यस नीतिमा ६ वटा नीति, १८ वटा रणनीति र ९४ वटा कार्यनीति रहेका छन् ।

(५) निजी क्षेत्रका संघसंस्थालाई उच्च प्राथमिकता दिइएको यस नीतिमा नीति कार्यान्वयन प्रभावकारी बनाउन संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रीको अध्यक्षतामा सातै प्रदेशका पर्यटन मन्त्री, पर्यटन हेर्ने राष्ट्रिय

योजना आयोगका सदस्य, विभिन्न मन्त्रालयहरूका ९ जना सचिव, निजी क्षेत्रका संघसंस्थासहित ३३ सदस्यीय राष्ट्रिय पर्यटन परिषद्को गठन नीतिमा व्यवस्था गरिएको छ। निजी क्षेत्र उच्च प्राथमिकतामा परेको यस नीतिको प्रभावकारी कार्यान्वयन भएको अवस्थामा पर्यटन प्रवर्धन तथा रोजगारीमा पर्याप्त उपलब्धि हासिल हुने आकलन गर्न सकिन्छ। राष्ट्रिय पर्यटन परिषदमा निजी क्षेत्रको बलियो उपस्थिति रहेको र मन्त्रीसँग प्रत्यक्ष संवाद हुँदा दिगो पर्यटनमा उल्लेख्य सहयोग पुग्ने विश्वास लिन सकिन्छ। निजी क्षेत्रलाई संस्थागत सामाजिक उत्तरदायित्व (Corporate Social Responsibility) अन्तर्गत पर्यटकीय क्षेत्रको वातावरण संरक्षण र जनशक्ति विकासमा योगदान गर्न प्रोत्साहित गरिने उल्लेख भएकोले यस नीतिबाट निजी क्षेत्रको महत्त्व अझ बढेको छ। परिषदमा सरकार र निजी दुवै क्षेत्रको समान उपस्थितिका कारण आर्थिक सदाचारमा समेत उल्लेखनीय वृद्धि हुने अपेक्षा गर्न सकिन्छ।

(६) नीतिले पारदर्शिता, उत्तरदायित्व र सहभागितामूलक शासन व्यवस्थाको मुख्य आधार लिई योजना निर्माण गरेको छ। यसको मुख्य अंशमा समुदाय केन्द्रित विकास, हरित पर्यटन प्रवर्धन, आचार संहिता, डिजिटल गभर्नेन्स र सामाजिक उत्तरदायित्व समावेश छन्। नीति कार्यान्वयनका क्रममा निजी र सार्वजनिक क्षेत्रबिच समन्वय, स्थानीय तहको संलग्नता र अनुगमन प्रणालीलाई बलियो बनाइएको छ।

(७) मूर्त र अमूर्त साँस्कृतिक सम्पदाको खोज, अन्वेषण तथा संरक्षण गरिने,

विष्का जात्रा भक्तपुर

वैज्ञानिक तथा खोजमूलक अध्ययन, अनुसन्धानका लागि आवश्यकता अनुसार अन्तर्राष्ट्रिय अनुसन्धातालाई प्रोत्साहन गरिने कुरा पनि यस नीतिमा उल्लेख गरिएको छ । यस्तै पर्यटन क्षेत्रको विकासका लागि स्वदेश तथा विदेशका विश्वविद्यालय र अनुसन्धान केन्द्रसँग सहकार्य गरिने, नेपाललाई खेल पर्यटन गन्तव्य, हिमाललक्षित पर्यटकीय क्रियाकलाप र ज्येष्ठ नागरिक बसोबास जस्ता गन्तव्यका रूपमा विकास गरिने छ। ऐतिहासिक, धार्मिक र साँस्कृतिक सम्पदाको संरक्षण, संवर्धन र विकास गर्दै स्थानीय कला, संस्कृति र साहित्यको जगेर्ना गर्न प्रदेश सरकार तथा स्थानीय तहसँग समन्वय गरिने व्यवस्था नीतिमा समाविष्ट छ ।

(८) पर्वतारोहण, पदयात्रा, जलयात्रा, स्काई डाइभिङ, बन्जी जम्पिङ, प्याराग्लाइडिङ, उच्च हिमाली स्किइङ जस्ता साहसिक पर्यटकीय

प्याराग्लाइडिङ, पोखरा

गतिविधि सञ्चालन, परम्परागत तथा प्राकृतिक चिकित्सा, ध्यान, योग र आरोग्य पर्यटनको प्रवर्धनमा सहकार्य, अन्तर्राष्ट्रिय चलचित्र छायाङ्कनका लागि अन्तर्राष्ट्रियस्तरको स्टुडियो निर्माण, बहुमौसमी पर्यटनको प्रवर्धन गरिने नीति छ ।

(९) व्यावसायिक पर्यटनका लागि नेपाल उत्कृष्ट गन्तव्य रहेको सन्देश अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा प्रवाह गरिने, डिजिटल प्रविधि तथा कृत्रिम बौद्धिकताको प्रयोग गरी

डोरीमा भुन्डिएर भीरमौरीको मह काढ्दै स्थानीय, सिन्धुपाल्चोक

पर्यटकीय विशेषता झल्काउने श्रव्यदृश्य सामग्री बहुभाषामा प्रकाशन गर्नुका साथै सञ्चार माध्यम तथा सामाजिक सञ्जालबाट प्रसारण गरिने छ। यसै गरी पर्यटन प्रवर्धन गर्न विदेशस्थित नेपाली कूटनीतिक नियोग, अवैतनिक महावाणिज्यदूत एवं वाणिज्यदूतसँग सहकार्य गरिने, गैरआवासीय नेपालीलाई लगानी गर्न प्रोत्साहन गरिने एवं विदेशस्थित गैरआवासीय नेपालीसँग रहेको पर्यटनसँग सम्बन्धित ज्ञान, सीप र प्रविधिको आदानप्रदान गरिने यस नीतिको अर्को महत्त्वपूर्ण पक्ष रहेका छ।

(१०) राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थल निर्माण र सञ्चालन गर्न निजी क्षेत्रलाई प्रोत्साहित गर्नुका साथै प्रदेश तथा स्थानीय तहमा खेल पर्यटन प्रवर्धन गर्न सार्वजनिक-निजी साझेदारीमा खेलकुद पूर्वाधारमा लगानीलाई आकर्षण, हरित अर्थतन्त्र तथा पर्यापर्यटनको मापदण्ड तर्जुमा, वनस्पति उद्यान जस्ता विशिष्ट पारिस्थितिकीय प्रणालीको संरक्षण, संवर्धन र प्रदर्शन स्थलको रूपमा विकास, वातावरणीय प्रदूषण प्रभाव न्यूनीकरण गर्न प्रोत्साहन, पर्यटन क्षेत्रसम्बद्ध स्थानीय जलवायु अनुकूलन योजना तर्जुमा, जलवायु परिवर्तनबाट पर्यटकीय सम्पदामा पर्न सक्ने जोखिम र प्रभाव न्यूनीकरणबारे व्यापक प्रचारप्रसार, पर्यटकका साथमा जाने पथप्रदर्शक र सहयोगीलाई वातावरण संरक्षणसम्बन्धी तालिम तथा अभिमुखीकरण

जस्ता प्रावधानहरूलाई पनि यस नीतिले जोड दिएको पाइन्छ।

(११) संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयनमन्त्रीको अध्यक्षतामा नीति कार्यान्वयनको मार्गदर्शन, अन्तरनिकाय तथा अन्तरतह समन्वय गर्न सातै प्रदेशका संस्कृति तथा पर्यटनमन्त्री र पर्यटन, पर्वतारोहण तथा संस्कृतिसम्बद्ध निजी क्षेत्रका ३३ सदस्यीय राष्ट्रिय पर्यटन परिषद् गठन गरिएको छ। समितिले आफ्नो कार्यविधि आफैँ निर्धारण गरी समितिको बैठक वर्षमा कम्तीमा एक पटक बस्ने व्यवस्था छ। समितिले बैठकमा आवश्यकता अनुसार सरोकारवाला निकायलाई आमन्त्रण गर्न र खास उद्देश्यका लागि विषयगत उपसमिति गठन गर्न सक्ने व्यवस्था रहेको छ। राष्ट्रियस्तरमा पर्यटन प्रशासनको सञ्चालन सङ्घीय मन्त्रालयले गर्ने, मन्त्रालयमातहत विभाग, बोर्ड, प्राधिकरणबाट पर्यटनसम्बन्धी नीति, योजना तथा कार्यक्रम तर्जुमा, कार्यान्वयन, अनुगमन, समीक्षालगायतका कार्यसम्पादन हुने एवं साबिक राष्ट्रिय पर्यटन परिषद्मा प्रधानमन्त्री अध्यक्ष रहने व्यवस्था हटाई संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयनमन्त्री अध्यक्ष रहने व्यवस्था नीतिको उल्लेख्य विशेषता हो।

९. नीतिको कार्यान्वयनका सम्भाव्य समस्याहरू

(१) **बजेट कार्यान्वयन** : दिगो पर्यटन कार्यक्रमका लागि विनियोजित बजेट कार्यान्वयनलाई उपलब्धिमूलक, पारदर्शी र जवाफदेहिपूर्ण बनाउनु प्रमुख चुनौतीका रुपमा लिन सकिन्छ। अधिकांश योजना तथा कार्याक्रम खर्चमुखी बन्न पुग्दा दीर्घकालीन विकासको अवधारणा कमजोर भएको छ। योजना, कार्यक्रम एवं परियोजना छनौट, बोलपत्र आव्हान विद्यमान व्यवस्था र कार्यान्वयन पक्षमा देखिने अपारदर्शिता, मूल्याङ्कन तथा अनुगमनको न्यूनताले आर्थिक सदाचार कमजोर हुन पुगेको छ। यसले पर्यटन पूर्वाधारको गुणस्तरका ह्रास ल्याई आमसेवाग्राही र सार्वजनिक विश्वसनीयता कमजोर बनाउँछ।

(२) **कमजोर नियम पालन** : पर्यटनसम्बन्धी नीति, कानुनी व्यवस्था र मापदण्डहरू प्रष्ट भए तापनि कार्यान्वयनमा कमजोरी विद्यमान छ। वातावरणीय र सार्वजनिक मूल्याङ्कन प्रक्रिया प्रायः औपचारिकतामा मात्र सीमित हुने गरेको छ। नियामक निकायबिच समन्वयको अभावले नीति कार्यान्वयन असंगठित बनाउँछ। यसले दिगो पर्यटनको मूलाधार मानिने पारदर्शिता,

सदाचार र उत्तरदायित्वमा क्षति पुऱ्याउँछ।

(३) **प्रशासनिक दक्षताको कमी** : पर्यटन क्षेमामा दक्ष जनशक्तिको अभाव, सूचना प्रविधिमैत्री नहुनु र संस्थागत व्यवस्थापन अभावले नीति योजना तथा कार्यक्रम प्रभावकारी रूपमा कार्यान्वयन गर्न कठिन बनाएको छ। योजना, अनुगमन र मूल्याङ्कन प्रणाली कमजोर हुँदा परिणाममुखी प्रशासन सम्भव हुँदैन। विशेषतः स्थानीय तहमा पर्यटन व्यवस्थापनसम्बन्धी ज्ञान, स्रोत र सीपको अभावले आर्थिक सदाचारमा आधारित सुशासन स्थापनामा चुनौती सिर्जना गरेको छ।

१०. नीति कार्यान्वयनका सम्भाव्य सवल पक्ष

(१) **विद्युतीय प्रशासन प्रणाली कार्यान्वय** : नेपालको सार्वजनिक प्रशासनमा सुशासन र आर्थिक सदाचार सुनिश्चित गर्न विद्युतीय प्रशासनको कार्यान्वयन अत्यन्तै प्रभावकारी माध्यमका रूपमा देखा पर्न थालेको छ। विद्युतीय प्रणालीले प्रशासनिक कार्यमा दक्षता, पारदर्शिता र जवाफदेहिताको स्तर उच्च बनाउने मात्र होइन, सेवा प्रवाहमा हुने ढिलासुस्ती, व्यक्तिगत पहुँच र गैरकानूनी प्रभाव घटाउने सम्भावना पनि सिर्जना गरेको छ। नेपाल सरकारले आर्थिक सदाचार र वित्तीय अनुशासनको विकास गर्न सेवाप्रदायक तथा सेवाग्राहीबिच आर्थिक कारोबारमा प्रत्यक्ष आमनेसामने नहुने गरी नगदरहित, सम्पर्कबिहीन, कागजरहित र अनुहारबिहीन नीति अवलम्बन गरेको छ।

(२) **पारदर्शिता वृद्धि** : सार्वजनिक प्रशासनको अनुगमन र मूल्याङ्कनका लागि सूचना प्रविधिमा आधारित विद्युतीय खरिद प्रणाली, अनलाइन बजेट ट्र्याकिङ, डिजिटल अभिलेखीकरण र अनुगमन ड्यासबोर्डहरू प्रभावकारी माध्यम बन्दै गइरहेका छन्। यस्ता प्रविधिले नीति निर्माण र निर्णय प्रक्रिया तथ्य र प्रमाणमा आधारित दृष्टिकोणलाई प्रोत्साहन गरेको छ, जसले भ्रष्टाचार नियन्त्रण, आर्थिक अनियमितता तथा हिनामिना र ढिलासुस्ती घटाउने दिशा स्पष्ट गरेको छ।

(३) **सकारात्मक सङ्केत** : आर्थिक अनियमितता, भ्रष्टाचार नियन्त्रण र सुशासन प्रवर्धनका सन्दर्भमा विद्युतीय प्रशासनले पारदर्शी र खुला वातावरण सिर्जना गर्न सहयोग पुऱ्याएको

छ। कार्यालयहरूमा नगद कारोबार घट्दै डिजिटल भुक्तानी प्रणाली बढ्दै जाँदा अनियमितता र घुसखोरीका सम्भावना घटेका छन्। यसका अतिरिक्त सार्वजनिक खर्च र बोलपत्र् आव्हान प्रक्रियामा जनसहभागिता तथा सार्वजनिक सूचना पहुँच विस्तार भएपछि उत्तरदायित्व र जवाफदेहिताको अभ्यास सुदृढ भएको छ।

११. **निष्कर्ष**

नेपालमा आर्थिक सदाचार र दिगो पर्यटन बीच गहिरो सम्बन्ध छ। आर्थिक सदाचारले लगानी पारदर्शी र प्रभावकारी बनाउँछ। दिगो पर्यटनले राष्ट्रिय आय, रोजगार, सामाजिक समावेशी विकास र वातावरण संरक्षणमा योगदान पुऱ्याउँछ। हरित विकासले आर्थिक प्रगतिलाई वातावरणीय सन्तुलनसँग जोड्छ। यसले वर्तमान पुस्ताको आवश्यकता पुरा गर्दै भविष्यका पुस्ताको अधिकार सुनिश्चित गर्छ। नेपालजस्ता विकासोन्मुख देशका लागि हरित विकास नीति र अभ्यासले दिगो पर्यटन, ऊर्जा रूपान्तरण र प्राकृतिक स्रोत संरक्षणमा दीर्घकालीन समाधान प्रदान गर्न सक्छ। दीर्घकालीन लाभ सुनिश्चित गर्न नीति सुधार, प्रशासनिक सुधार, स्थानीय समुदायको सक्रिय सहभागिता र अन्तर्राष्ट्रिय सहकार्य आवश्यक छ।

स्रोतसन्दर्भ

नेपाल सरकार (२०७२), नेपालको संविधान, काठमाडौं : कानुन किताब व्यवव्था समिति।

पौडेल, त्रिलोचन (२०८२), अर्थतन्त्रको आधार पर्यटन, काठमाडौं : गोरखापत्र संस्थान। https://gorkhapatraonline.com/news/१६७४४६

नेपाल सरकार (२०८२), पर्यटन नीति, काठमाडौं : संस्कृति, पर्यटन तथा नागरिक उड्डयन मन्त्रालय।

नेपाल सरकार (२०७८), नेपाल परिचय, काठमाडौं : सूचना तथा प्रसारण विभाग ।

United Nations Environment Programme (UNEP). (2011).

Towards a green economy: Pathways to sustainable development and poverty eradication. UNEP.

United Nations Development Programme (UNDP). (2020). Human development report 2020: The next frontier-Human development and the Anthropocene. UNDP.

Weber, M. (1922). Economy and society. University of California Press.

World Bank. (2012). Inclusive green growth: The pathway to sustainable development. World Bank Publications.

✦✦✦

हिमवत्खण्डको केन्द्र नेपालमा धार्मिक पर्यटनका संभावना

✍ डा. युब राज पाण्डे

१) पृष्ठभूमि

ऐतिहासिक र दर्शनीय स्थानहरू हेर्न वा मन बहलाउनका निम्ति देश विदेशमा गरिने भ्रमण या यात्रालाई पर्यटन भनिन्छ। देशविदेशबाट दर्शनीय स्थलहरूको अवलोकन, दर्शन गर्न देशविदेशमा पुग्ने मानिसलाई पर्यटक भनिन्छ र पर्यटकलाई आवश्यक पर्ने बस्ने, खानेलगायतका सेवा सुबिधा र बस्तुको व्यापार गर्ने उद्धेश्यले संचालन गरिने उद्योग व्यवसायलाई पर्यटन उद्योग वा व्यवसाय भनिन्छ। पर्यटन र पर्यटन व्यवसायको इतिहास मानव इतिहास जत्तिकै पुरानो छ भन्ने कुरा संसारको सबभन्दा पुरानो कृति वेद , ऋग्वेदका ऋचाहरूबाट स्पष्ट हुन्छ।

"राजाले नदी, सागर र पर्वतबाट विभिन्न प्रकारका सम्पदाको संकलन गरेर संग्रह गर्नुपर्छ" -ऋग्वेदले भनेको छ (ऋग्वेदः १०:६९:६; भावार्थ : स्वामी दयानन्द सरस्वती)। "विद्वानहरूले पाठशालामा देशदेशान्तरमा घुमेर अज्ञानी मानिसहरूलाई विद्यारुपी ज्ञान दिएर विद्वान बनाउनुपर्छ" भन्नेकुरा समेत ऋग्वेदले बताएको छ (१:३:७)। "जुन विद्वान र बुद्धिमान मानिसहरूले अग्नि तथा जल आदि पदार्थको गुणको अध्ययन गरेर विभिन्न ठाउँमा जानआउन सक्ने विमान, रथ आदि बनाउन सक्छन् तिनले कहिले पनि दुःख पाउँदैनन्" भन्ने कुरा पनि ऋग्वेदले बताएको छ (१:२०:३)। समुद्री मार्गबाट यात्रा गर्नका निम्ति ठुला वा लामा लामा नौका वा जहाजमा साना साना नौकाहरू जोडेर ठुला ठुला नौका वा जहाज बनाउनुपर्छ" भन्ने कुरा पनि ऋग्वेदले बताएको देखिन्छ (ऋग्वेदः १: १८२: ६)। "समुद्र, पृथ्वी वा आकाशमा राम्रोसँग चल्ने-खाने, बस्ने र चुस्ने वा चाट्ने पदार्थ समेत भएका- रथ

✍ *पूर्वसचिव, नेपाल सरकार*

या यानमा बसेर निकै सजिलोसंग यात्रा गर्न सकिन्छ (ऋग्वेदः १:१८३:३; भावार्थः स्वामी दयानन्द सरस्वती) ।

यसरी टाढा टाढाको यात्रा गर्दा मानिसरुका खाने, बस्ने वा रात विताउने वा वासको व्यवस्था गर्ने जस्ता आवश्यकताको परिपूर्ति जरुरी हुन्छ। ती आवश्यकताको पूर्ति गर्नका निम्ति मानिसहरूले आफुलाई चाहिने वस्तु र सेवा स्थानीय बासिन्दाहरू - व्यापारी व्यवसायीहरूबाट किन्नुपर्ने कुरा पनि स्पष्ट छ। यसरी वैदिक कालमा पनि पर्यटन उद्योग र व्यवसाय मानिसहरूको आय आर्जनको एउटा महत्त्वपूर्ण श्रोत वा माध्यम रहेको हुनुपर्छ भन्नेकुराको अनुमान गर्न सकिन्छ।

मानिसहरूले गर्ने यात्रा वा भ्रमणको उद्देश्यका आधारमा पर्यटन र पर्यटन उद्योग वा व्यवसायलाई धार्मिक पर्यटन वा तीर्थ पर्यटन, शैक्षिक पर्यटन, स्वास्थ्य पर्यटन, रोजगार पर्यटन, मनोरञ्जन वा दृश्यावलोकन पर्यटन जस्ता विभिन्न भागमा पनि विभाजन गर्न सकिन्छ। धार्मिक महत्वका स्थल वा मठ-मन्दिर वा गुम्बा व स्तुपा जस्ता स्थलहरू वा केन्द्रहरूको अवलोकन भ्रमण वा दर्शन वा पुजाआजा गर्नका निम्ति गरिने यात्रा वा भ्रमण वा पर्यटनलाई धार्मिक पर्यटन वा तीर्थ पर्यटन भनिन्छ। त्यसैगरी औषधि उपचार गर्न चिकित्सकहरू वा वैद्यहरूले विमारी रहेका ठाउँहरूसम्म र बिमारीहरूले औषधिउपचार गराउनका निम्ति चिकित्सकहरू र चिकित्सालयहरू भएको ठाउँसम्म गर्ने यात्रा वा भ्रमण स्वास्थ्य पर्यटनको घेराभित्र पर्ने कुरा पनि स्पष्ट छ। अश्विनी कुमारहरूले विमारीको उपचार गर्नका निम्ति बिमारीको घर वा आवाससम्मको यात्रा गरेका र बिमारीहरूले पनि अश्विनीकुमारहरूसंग औषधि उपचार गराउनका निम्ति अश्विनी कुमारहरू भएको ठाउंसम्मको यात्रा गरेका सन्दर्भहरू वेदमा पनि रहेका छन् ।

द्वापर युगमा कृष्णले प्रद्युम्न आदिसित नेपालको भ्रमण गरेर बाग्मतीमा स्नान गरी पशुपतिनाथको दर्शन तथा पूजाआजा गरेको र चाँगुनारायण क्षेत्र लगायतका तीर्थस्थलहरूको भ्रमण गरेको कुरा हिमवत्खण्डमा उल्लेख भएको पाइन्छ (अनुवादः प्रा.डा. वेणीमाधव ढकालहिमवत्खण्डः अभिनव सम्पादन र योगी नरहरी नाथ नामक नेपाली भाषानुवाद सहित; अध्याय १७३, १८५) । पाण्डवहरूले टाढा टाढाको यात्रा गरेर अनेकौ तीर्थस्थलहरूमा पुगेर भ्रमण, स्नान र पूजाआजा गरेका धेरै सन्दर्भहरू महाभारतमा उल्लेख भएका छन् । त्यसैगरी त्रेता युगमा रामले पनि नेपालको भ्रमण गरेर गण्डकीमा स्नान गरेर पशुपतिनाथको दर्शन गर्न गएको (आनन्द रामायण, यात्रा काण्ड, सर्ग ६, श्लोक ७१, ७२) र लंका विजय गरेर फर्केपछि देवघाटमा अश्वमेध यज्ञ गरेको कुरा समेतले (योगी नरहरि नाथ, हाम्रो देश दर्शन, २०७७, पृष्ठ १५) उल्लेख भएको पाइन्छ। रामले मान सरोवरको यात्रा गर्ने

क्रममा हिमाली भूभाग पार गरेर मानसरोवर र कैलाशसम्म जान नसक्ने मानिसहरूले हिमालवारी नै उत्तिकै पवित्र स्थानमा स्नान तथा पूजा आजा गर्न सकुन् भनेर जमिनमा वाणको प्रहार गरेर रारा ताल र बफ्फाङ्गको सुरमा सरोवरको निर्माण गरेको कुरा जगद्गुरु बालसन्त मोहन शरण देवाचार्य (योहो टेलिभिजन, जुलाइ १६, २०२३) समेतका अध्येता र अनुसन्धाताहरूले बताएका छन् ।

रारा ताल, मुगु

अध्येता र अनुसन्धताहरूले नेपाललाई वैदिक सनातन हिन्दूधर्मको उद्गमस्थलको रुपमा पहिचान गरेका छन् । महर्षी महेश योगीले नेपाललाई वेदको उद्भव भएको भूमि (वेदको भूमि) भनेर बताएका थिए। उनले २०३१ साल कार्तिक २३ गते काठमाडौँको खुलामञ्चबाट हिन्दूधर्म र दर्शनमा नेपालले विश्वको नेतृत्व गर्न सक्छ र गर्नुपर्छ भन्ने घोषणा गरेका थिए (Maharshi Mahesh Yogi ,The Rising Nepal, Nov. १८, १९७४ एवं महर्षि सन्देश, २०८२)। “नेपाल देवाधिदेव पशुपतिनाथद्वारा संरक्षित र आद्याशक्ति जगज्जननी देवीको नित्य वासस्थान रहिआएको भूमि हो र नेपालले शैव दर्शन, जनक दर्शन, बौद्ध दर्शनसहित अनेकौं सद्शास्त्र र दर्शन विश्वलाई प्रदान गरेको छ (व्यासाचार्य किशोर किमार गौतम, महर्षि सन्देश, २०८२) । नेपाल हिमवत्खण्डको केन्द्र हो । यो हिन्दु, बौद्ध र किरात सभ्यताको केन्द्र हो, उद्गमस्थल हो। सभ्यताको दृष्टिकोणले नेपाल संसारको सबैभन्दा महत्त्वपूर्ण भूमि मानिन्छ (अर्जुन ज्ञवाली, नीर कुमार क्षेत्रीसँगको अन्तर्वार्ता, फेब्रुवरी ८, २०२५) ।

नदी सभ्यताको हिसाबले नेपाल कर्णाली सभ्यता, गण्डकी सभ्यता, बाग्मती सभ्यता, कोशी सभ्यतासमेतको केन्द्रको रुपमा पनि चिनिन्छ। यथार्थमा नेपाललाई सभ्यताको विश्व केन्द्रको रुपमा लिन सकिन्छ। संसारका अन्य राष्ट्रहरू एउटा

सभ्यता र संस्कृतिका आधारमा विश्वमा परिचित रहेकोमा नेपाल वैदिक सनातन हिन्दु सभ्यता, बौद्ध सभ्यता, किरात सभ्यता, बोन सभ्यताजस्ता पृथक पृथक सभ्यता र संस्कृतिका विश्व केन्द्रको रुपमा रहेको कुरालाई हामीहरूले नेपालको ठुलो गौरव र विशिष्ट सम्पदाको रुपमा लिनुपर्दछ। अझ एउटै मूल सभ्यताबाट सभ्यताका शाखाहरूको विकास भएर नेपालमा सभ्यताको विशिष्टीकृत संजालकै निर्माण भएको र एकीकृत नेपाली सभ्यताको विकास भएको छ। विविध सभ्यताहरूको बिचको समन्वय र सहिष्णुतालाई एकीकृत नेपाली सभ्यताको पहिचान र विशिष्टताको रुपमा लिनुपर्छ।

विश्वका केही महान तथा विशिष्ट सभ्यताको जन्म र विकास भएको भूमिको रुपमा प्रतिष्ठित नेपालले धार्मिक र साँस्कृतिक महत्त्वका केन्द्रहरूको संरक्षण, विकास र प्रचार-प्रसार गर्ने र त्यस्ता केन्द्रहरूसित सम्बन्धित पूर्वाधार संरचनाको आवश्यक मात्रामा निर्माण गर्न सक्ने हो भने मात्रै मुलुकको कुल राष्ट्रिय उत्पादन र रोजगारीमा उल्लेख्य वृद्धि भएर मुलुकको समृद्धिको दिगो आधार निर्माण हुन सक्छ। त्यसैले धार्मिक पर्यटनको विकासलाई नेपाली अर्थतन्त्रको उत्थानको निम्ति नेतृत्वदायी वा शीर्ष क्षेत्रको रुपमा लिन सकिन्छ र त्यसो गर्न आवश्यक समेत देखिन्छ।

२) **नेपालका धार्मिक स्थल र सम्पदाः**

पशुपतिनाथ मन्दिर क्षेत्र

हिमालयको काखमा रहेको पशुपतिक्षेत्र भगवान शङ्करको अत्यन्त प्रिय मानिन्छ। यस नगरलाई भगवान शङ्करले कहिले पनि छाड्दैनन् भन्ने कुरा स्कन्द पुराणमा उल्लेख भएको छ (हिमवत्खण्ड, अध्याय ७२, पृष्ठ ५९६)। अयोध्या, मथुरा, माया, काशी, कांची, अवन्तिका र द्वारावती नाम गरेका ७ वटा पुरीहरू मोक्षदायक मानिन्छन्। ती

सबैभन्दा पशुपतिपुरी अझ बढी पुण्यदायी मानिन्छ। पशुपतिपुरीमा वाग्मती/वाग्वती नदीको नजिकै भगवान शिवको ज्योतिर्लिङ्ग विराजमान छ। सत्ययुगमा कांशीनगरी, द्वापरयुगमा अवन्तिकापुरी र त्रेतायुगमा माया तथा अयोध्यापुरी र कलियुगमा द्वारिका तथा मथुरापुरी बढी मोक्षदायी मानिन्छन्। पशुपतिपुरी ती पुरीहरूभन्दा सर्वश्रेष्ठ मानिन्छ। यस पशुपतिपुरीले चारै युगमा चारै पुरुषार्थ र महापुण्य प्रदान गर्छ। पशुपतिपुरीलाई उत्तर काँशी पनि भनिन्छ। अघि सम्पूर्ण पृथ्वी पानीले डुबेको बेलामा बिष्णु र ब्रह्मा दुवैले आफु नै सर्वश्रेष्ठ ईश्वर भएको दावी गरेको कारणले विवाद उत्पन्न भएको बेलामा त्यस ठाउँमा एउटा तेजस ज्योतिर्लिङ्गको उत्पत्ति भएको सन्दर्भ स्कन्दपुराणमा उल्लेख छ। शिवले जसले यो शिवलिङ्गको फेद वा टुप्पाको छेउ पत्ता लगाउँछ त्यो नै यो संसारको सृष्टिकर्ता हुन्छ भनेर बताएछन्। ब्रह्मा, बिष्णु कुनैले पनि ज्योतिर्लिङ्गको छेउ भेटाउँन सकेनछन्। ब्रह्माले झुटा साछी पेश गरेर टुप्पो भेटाएको दावी गरेपछि शिवले उनलाई दण्डित गरेको कुरा समेत उल्लेख भएको पाइन्छ। त्यसबेला बिष्णु र ब्रह्माको अघिल्तिर प्रकट भएका ज्योतिर्लिङ्ग नै शिव थिए, रुद्र थिए (हिमवत्खण्ड, नेपाल महात्म्य प्रकरण, अध्याय ७४-७६)। यस पशुपतिपुरीमा रहने समस्त स्त्री पुरुषहरूलाई स्वर्गमा रहने देवताहरूले महेश्वरका गणका रुपमा हेर्छन् भन्ने कुरा समेत पुराणमा उल्लेख भएको छ। कमिला, कीरा, फट्याङ्गा, रुख र पशुहरूले पनि यस ठाउँमा बसेर मुक्ति प्राप्त गर्छन् भनेर स्कन्दले महर्षी अगस्त्यलाई बताएका छन्। यस पुण्यक्षेत्रभन्दा ठुलो पुण्यक्षेत्र १४ भुवनमै अर्को छैन भन्ने कुरा समेत स्कन्द पुराणले उल्लेख गरेको छ (हिमवत्खण्ड, नेपाल महात्म्य प्रकरण, अध्याय ७३, पृष्ठ-१२७) ।

पशुपतिपुरीको मृगस्थलीमा शिवले मृगको रुप लिएर विहार गरेका थिए र पार्वतीले पनि यसै स्थानमा बसेर शिवको आराधना तपस्या गरेकी थिइन्। गुह्येश्वरी देवी

गुह्येश्वरी मन्दिर, काठमाडौं

पनि पशुपती क्षेत्रमा अवस्थित छन्। शिवलाई खोज्दै मृगस्थली पुगेका ब्रह्मा, बिष्णु र इन्द्रलगायतका देवताहरूले मृगरुपी शिवको सिङ् समातेर तान्न खोज्दा सिङ् भाँचिएर तीन टुक्रा भएको कुरा समेत हिमवत्खण्डमा उल्लेख भएको छ (स्कन्द पुराण- हिमवत्खण्ड, अध्याय ८४)।

महाभारतकालमा पाण्डवहरू गुप्तवासमा रहेको बेलामा अर्जुनले गुप्त रुपमा पशुपति क्षेत्रको भ्रमण गरेका रहेछन्। उनले वाग्वतीमा स्नान गरेर पशुपतिनाथको पुजा गरेछन् र त्यसपछि अरु शिवलिङ्गहरूको पुजा गरेर किरातेश्वर शिवलिङ्गको पुजा गरेछन्। त्यसैबेला एउटा ढुङ्गामा राखेर फलफुल खाइरहेका धनुर्धारी किरातहरूले उनलाई फलफूल खान आग्रह गरेछन्। अर्जुनको अीस्वृतिबाट रिसाएका किरातहरू र अर्जुनको बिचमा युद्ध भएछ र किरातरुपधारी शिव किरातहरूको पक्षमा उभिएर अर्जुनसँग युद्धमा उत्रिएछन्। बीचमा एकछिन युद्धविराम गरेर अर्जुनले शिवको पुजा गरेछन् । त्यसपछि किरातरुपधारी शिवले अर्जुनलाई कौरवहरूसँगको युद्धमा विजय प्राप्त गर्ने वर दिएछन् (हिमवत्खण्ड, अध्याय १५६, किरातेश्वर शिवलिङ्गको महात्म्य)। यसरी अर्जुन शिवको आराधना गर्नको निम्ति पशुपति क्षेत्र र मृगस्थलीमा आएको हुनाले पनि यस क्षेत्रको धार्मिक महत्व उजागर हुन्छ। किरातेश्वर शिव किरातहरूका आराध्य देवता भएको कुरा समेत यस सन्दर्भले स्पष्ट पार्छ।

पशुपति क्षेत्र विश्वभरका वैदिक सनातन हिन्दू धर्मका अनुयायीहरूको सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण तीर्थस्थल हो, र हुनसक्छ। हिन्दू सनातन धर्ममा विश्वास राख्ने मानिसहरूको निम्ति पशुपति क्षेत्र जीवनमा एकपटक पुग्नैपर्ने स्थलको रुपमा प्रतिष्ठित छ। नेपालीहरूले त झन पशुपतिनाथलाई राष्ट्रदेवकै रुपमा सम्मान गर्छन्।

स्कन्द पुराणले गोकर्णेश्वर महादेवको लिङ्गको महिमामाथि पनि प्रकाश पारेको छ। मृगस्थलीमा मृगरुपधारी शिवलाई सिङमा समात्न खोज्दा सिङ् भाँचिएर भएका तीन टुक्रा मध्ये ब्रह्माको हातमा परेको सिङ्को बीचको भागलाई उनले शिवको आज्ञा अनुसार त्यहिँ नजिकै रहेको चन्द्रभागा नदीको किनारमा गोकर्णमा स्थापना गरेका थिए। जसले जप तथा भेटी चढाएर गोकर्णेश्वर महादेवको पुजा गर्छ त्यो व्यक्ति ईश्वरमा गएर लीन हुन्छ भन्ने मान्यता रहेको छ। गोकर्णेश्वर शिव लिङ्गको पुजा गर्नाले पितृहरूको उद्धार हुन्छ, योगीहरूलाई सिद्धि प्राप्त हुन्छ र मानिसहरूका कामना पूर्ण हुन्छन् भनेर स्वयं ब्रह्माले बताएका छन् (हिमवत्खण्ड, अध्याय ८५)। कुबेरकी आमालाई साथमा लिएर विश्रवाले गोकर्णेश्वर भगवानको निरन्तर पूजा गरेका थिए। आफ्नी आमालाई साथमा लिएर कुबेरले पनि शिवको पूजा आराधना गरेका थिए। त्यहिं सुमाली नाम गरेका राक्षसकी छोरी नैकसीसँग विश्रवाले विवाह गरेका थिए र नैकसीका गर्भबाट रावणको जन्म भएको थियो। पछि रावणले आफ्नी

आमाको परामर्श अनुसार गोकर्णेश्वर भगवानको पूजा गर्न थाल्यो । पूजाको क्रममा दश टाउका भएका दशानन रावणले आफ्ना टाउका काटेर पुर्णाहुति दिन थाल्यो । रावणको आराधनाबाट प्रसन्न भएका शिव र ब्रह्माबाट वर पाएर शक्तिशाली भएको रावण दलबलसहित लंका प्रस्थान गरेको थियो ।

गोसाइँकुण्ड र भैरवकुण्ड, रसुवा

गोसाइँकुण्ड अर्थात नीलकण्ठ सरोवर नेपालमा रहेको अर्को महत्त्वपूर्ण शिव तीर्थ हो। अघि कुनै कल्पमा देवता र दानवहरूले समुद्र मन्थन गर्दा निस्केको हलाहल विषबाट सम्पूर्ण प्राणीहरूको हित र रक्षाका निमित्त भगवान शङ्करले पिएका थिए। विष उनको घाँटीमा अड्किएर शिवको घाँटी नै निलो हुन पुग्यो । विषको डाहाले पीडित भएका नीलकण्ठ शिव त्यसको पीडा शान्त गर्नका निम्ति वेतको लट्ठी र त्रिशूल बोकेर हिमालय पर्वतमा चढेछन्। वेतको लट्ठी वेत्रकोट पर्वतमा छाडेर शिव त्रिशुलपर्वततिर लागेछन्। वेत रोपेका ठाउँबाट जल निस्केर वेत्रगङ्गा वा वेत्रावतीको उत्पत्ति भएछ। त्रिशुल पर्वतमा पुगेर महादेवले त्रिशुल गाडे र त्यहाँबाट त्रिपथगामिनी त्रिशूलीको उत्पत्ति भयो। महादेव त्यहाँबाट नीलपर्वतमा जानभनी चन्दनाचल नाघेर निलाचलको पाखाको फेदमा पुगे र त्यहाँ उनले गौरीको पसिनाबाट बगेकी धर्मधारा नदीको स्मरण गरेर त्रिशूल रोपे। त्यसबाट निलाचलका तीन चुलीबाट तीन धारा तल खसेर दहमा परिणत भए। नीलो र निर्मल जलले भरिएको दह देखेर महादेव खुशी भएर नीलदहमा प्रवेश गरेर सुते। दहमा पानी भरिएर खस्दै जाँदा त्यहाँ भैरव कुण्ड, सरस्वती कुण्ड आदि अनेक कुण्ड प्रकट भए (हिमवत्खण्ड, अध्याय ४५)। दुर्वासाको श्राप र यादवहरूको मद्यपानको पापको शान्तिका निम्ति भगवान बिष्णुले पनि नीलकण्ठ दहमा गएर स्नान गरेका थिए र भैरव कुण्डभन्दा तलतिर रहेको सरस्वती कुण्डमा आनन्दपूर्वक सुतेका थिए। बिष्णु सुतेका हुनाले त्यस कुण्डलाई बिष्णु कुण्ड पनि भनिन्छ। बिष्णु त्यहाँ सधैभरी बस्छन् भन्ने विश्वास गरिन्छ। देवीको श्रापले ग्रस्त ब्रह्माले पनि श्रापबाट मुक्त हुनका निम्ति नीलकण्ठ दहमा गएर स्नान गरेका थिए र बिष्णु कुण्डभन्दा तलतिर रहेको अर्को कुण्डमा गएर आनन्दसित सुतेका थिए। त्यसैले त्यस कुण्डलाई ब्रह्म

कुण्ड भनिन्छ। ती कुण्डमा दिव्य एक हजार वर्षसम्म सुतेपछि आफ्नो आफ्नो अंशलाई त्यसै कुण्डमा छोडेर आआफ्नो स्थानतिर लागेका थिए। त्यसपछि मरीचि, अत्रि, पुलस्त्य, पुलह, ऋतु, क्रतु, अङ्गिरा, वशिष्ठ, नारद, सनक, सनातन, सनन्दन, सनत्कुमार, ब्रह्मा, कपिल, कश्यप, मनु, धौम्य, उपमन्यू, दक्ष, दुर्वासा, मार्कण्डेय, शक्ति, परासर, वत्स, द्वितीय, त्रितय, गालव, च्यवन र भरद्वाज आदि ऋषिमुनिहरूले पनि नीलकण्ठ दहमा आएर स्नान गरेका थिए। गन्धर्व, किन्नर, सिद्ध, नाग, देवता, अप्सरा, यक्ष, राक्षस र पिशाचहरू पनि गोसाइँकुण्डमा स्नान गर्न आएका थिए। प्रमथ गण र योगिनी गणहरूले पनि त्यहाँ आएर स्नान गरेका थिए। गोसाइँकुण्डमा स्नान गर्ने मानिस तथा वनस्पति एवं कीरा, फट्याङ्ग्रा सबै सम्पूर्ण पापबाट मुक्त हुने वर भगवान गोसाईँ शिवले दिएका छन् (हिमवत्खण्ड, अध्याय ४६)। त्यहाँ स्नान गर्ने मानिसले हजार कल्पसम्म शिवजस्तै भएर शिवलोकमा विचरण गर्न पाउँछ भन्ने कुरा हिमवत्खण्डमा उल्लेख भएको छ। श्रावण पूर्णिमाको दिन गङ्गा आदि गरिएका साढे तेत्तीस करोड तीर्थहरू सबै त्यसै कुण्डमा आउँछन् भन्नेकुरा समेत हिमवत्खण्ड (अध्याय ४७)ले उल्लेख गरेको छ।

आफुसँग पापमोचनका निम्ति उपाय बताइदिन आग्रह गरेका विरुपाक्षलाई कोशी नदीको तटमा तपस्या गरिरहेका, मरीचिका छोरा, ने मुनिले नेपालको पूर्वदेखि पश्चिमसम्मका विभिन्न स्थानमा देवता, दानव र गन्धर्वले वर प्राप्तिका निम्ति पूजा गरिएका ६४ शिव लिङ्गहरू रहेको कुरा बताएर पहिले कौशिकी नदीमा स्नान गरेर त्यहाँ रहेको आदिलिङ्ग (कुशेश्वर)को पूजा गर्न र त्यसपछि ने मुनिलाई लिएर अन्य ६३ लिङ्गहरू भएको स्थानमा गई शिवको भक्तिपूर्वक पूजा गर्न सल्लाह दिएको प्रसङ्ग हिमवत्खण्डमा रहेको पाइन्छ। विरुपाक्षले ने मुनिको परामर्श अनुसार ६३ शिव लिङ्गहरूको पूजा गरेका थिए (हिमवत्खण्ड, अध्याय १५४)।

विरुपाक्ष, पशुपति

जगद्गुरु वालसन्त मोहनशरण देवाचार्यले शिवका द्वादश ज्योतिर्लिङ्गहरू सबै नेपालमै रहेको निष्कर्ष निकालेका छन्। जगदगुरुको अध्ययन र अनुसन्धान अनुसार

दार्चुला जिल्लामा मल्लिकार्जुन र नागेश्वर ज्योतिर्लिङ्गहरू रहेका छन् । वैतडीमा केदारनाथ, रामेश्वर र विश्वनाथ बैतडी जिल्लामा रहेका छन् । अछाममा वैद्यनाथ, मुस्ताङ्गमा सोमनाथ, दोलखामा भीमेश्वर, रामेछापमा घुश्मेश्वर र खोटाङ्गमा ॐकारेश्वर ज्योतिर्लिङ्गहरू रहेका छन् । सिन्धुलीमा त्र्यम्बकेश्वर र ताप्लेजुङ्गमा महांकालेश्वर ज्योतिर्लिङ्गहरू छन् (जगद्गुरु वालसन्त महाराज, "सप्रमाण भन्दैछु- १२ ज्योतिर्लिङ्ग नेपालमै छन्", १६ जुलाई २०२३; जीवराम भण्डारीसँगको अन्तर्वार्ता, २८ नोभेम्बर २०२१, योहो टेलिभिजन) ।

अध्येताहरूले नेपालीहरूले कुलदेवताको रुपमा पुजा गर्ने मस्ट, मस्टो पनि शिव नै हुन् भन्ने कुरा बताएका छन् । महादेव शिव वा रुद्रलाई नै पार्वतीका माइतीहरूले ज्वाइँको रुपमा "महा इष्ट" मानेर पुजेका हुन् र "महा इष्ट" भन्दाभन्दै समयको क्रममा उनलाई नै "मष्ट" वा "मष्टो" भन्न थालिएको हो भन्ने निष्कर्ष अध्येताहरूले निकालेको पाइन्छ । कैलाश पुगेर महादेव शिवको पुजा आराधना गरेर मानसरोवरको जल ल्याएर मात्र मष्टो धामीहरूले मष्टो देवताको पूजा गर्ने कुलपरम्परा रहेको हुनाले पनि मस्टो/मष्टो पुजन परम्परा महादेव शिवलाई मान्ने परम्परा हो भन्ने देखिन्छ। देवराज इन्द्रका छोरा जयन्त र शिवका गणहरूका सन्ततिहरू पनि शिवपुजक नै भएकोले मष्टो पूजकहरूले उनीहरूलाई पनि मष्टो नै मानेको पाइन्छ (अर्जुन ज्ञवाली, २० नोभेम्बर २०२५, फेसबुक पोष्ट)। अर्कातिर मष्टो पूजकहरूले शिव, देवी, बिष्णु, सूर्य आदि हिन्दु देवताहरूको पूजा गर्ने प्रचलन रहेको कुराले पनि मष्टो पूजकहरू हिन्दु सनातन धर्मावलम्बी हुन् भन्ने कुरा प्रमाणित हुन्छ ।

एकता शक्ति दुर्गा भवानी चण्डीको अवतार नेपालको कञ्चनजङ्घाको काखमा/क्षेत्रमा भएको मानिन्छ (योगी नरहरि नाथ, २०७७, पृ.३)। हिमवत्खण्डको ४० औं अध्यायमा पार्वतीको पसिनाबाट कोशी नदीको उत्पत्ति भएको कुरा उल्लेख भएको

कञ्चनजङ्घा हिमाल

छ। कोशीतटमा ऋषि कुशिक वा विश्वामित्रले आराधना गर्दा पार्वती कोशी नदीबाट बाहिर निस्केको र आफूलाई जगदम्बा र जगदिश्वरीको रुपमा चिनाएको कुरा हिमवत्खण्डको सो अध्यायमा उल्लेख भएको छ। कोशी नदीको तटमा आदिलिङ्ग (कुशेश्वर महादेव) रहेको स्थानको नजिक कोशी नदीमा स्नान गरेर कुशिकले शिवजीको तपस्या गर्न लागेका थिए। उता शुम्भ, निशुम्भ र रक्तबीजले कश्यप ऋषिसंग शिवको तपस्या गर्नका निम्ति कुन ठाउँ उपयुक्त छ भनेर सोध्दा ऋषिले कोशीको तटमा आदिलिङ्ग रहेको कुरा उल्लेख गरी कोशीमा स्नान गरी आदिलिङ्गको पूजा गर्ने सल्लाह दिएका थिए। शुम्भ, निशुम्भ र रक्तबीजले कश्यपको सल्लाहअनुसार कोशीमा स्नान गरी आदि लिङ्गको पूजा गरेछन्। उनीहरूको तपस्यादेखि खुशी भएका रुद्रले उनीहरूलाई देवता, राक्षस, गन्धर्व र अरु पुरुषहरूले जित्न नसक्ने र उनीहरूले सम्पूर्ण प्राणीहरूमाथि शासन गर्न पाउने वरदान दिएछन्। रुद्रको वरदान पाएपछि उनीहरू स्वर्ग गए र देवताहरूलाई युद्धमा हराएर आफैले शासन गर्न थालेछन्। युद्धमा पराजित भएका देवताहरू ब्रह्माको शरणमा गएछन् र ब्रह्माले उनीहरूलाई कोशी नदीको तटमा आदिलिङ्ग भएको ठाउँमा लिएर गएछन् र कोशी नदीमा स्नान गरी दुर्गाको आराधना गर्न भनेछन्। देवताको स्तुति सुनेर देवी पार्वती १८ हात भएको रुप लिएर कोशी नदीबाटै प्रकट भइछन् र देवताहरूलाई शुम्भ निशुम्भको अत्याचारबाट मुक्त गराउने आश्वासन दिइछन्। त्यसैबेला शुम्भ आदि असुरहरू पनि देवतालाई खोज्दै त्यहाँ आएछन्। शुम्भले देवीलाई समातेर आफुभएको ठाउँमा ल्याउन चण्ड मुण्ड आदि असुरहरूलाई पठाएपछि देवी र असुरहरूको बीचमा युद्ध प्रारम्भ भएछ। युद्धमा चण्ड, मुण्ड, रक्तबीज, शुम्भ, निशुम्भ

पाथिभारा मन्दिर, ताप्लेजुङ

आदि असुरहरू मारिएछन् (हिमवत्खण्ड, अध्याय ४०, ४१ र ४२)। यस सम्दर्भले देवी दुर्गाको, कालीको आविर्भाव कोशी तटमा भएको र त्यहिँ नै देवीको शुम्भ, निशुम्भ लगायतका असुरहरूसँग युद्ध भएको कुरा स्पष्ट हुन्छ। कोशी तटमा प्रकट भएकी देवी त्यहिँ पाथिभारामाथि स्थापित भएको कुरा योगी नरहरिनाथले उल्लेख गरेका छन्। त्यो तिथि श्रावणी पूर्णिमा थियो। अहिले पनि पाथिभारामाथि जनै पूर्णिमाको मेला लाग्छ। देवी दुर्गाले महिषासुरको संहार गरेको क्षेत्र पनि यहि कौशिकी प्रदेशमा पर्छ (योगी नरहरि नाथ, २०७७, पृ.७)। त्यसैगरी पर्वतराज हिमालयकी पुत्री पार्वतीको जन्म पर्वत जिल्लाको पाङ पर्वतको कुसुमपुरमा भएको कुरा योगी नरहरि नाथले उल्लेख गरेका छन्। पार्वतीको जन्म भएपछि उनले पहिलोपटक स्नान गरेको पार्वती गङ्गालाई अहिले पाङखोला भनिन्छ (योगी, २०७७ पृ.१०)।

महर्षी विश्वामित्रले गायत्री मन्त्रको जप गरेर गौरीशंकर हिमवच्छिखरमा देवी गायत्रीसँग साक्षात्कार गरेका थिए (योगी, पृ. ६,७)। यसरी कोशी तटमै गायत्री मन्त्रको उद्‌भव भएको देखिन्छ।

बिष्णुका दस अवतारमध्येका प्रथम अवतार मत्स्यनारायणको प्रादुर्भाव नेपालमै भएको विश्वास गरिन्छ। पहिले काठमाडौँ उपत्यकामा ठुलो सरोवर रहेको समयमा काठमाडौँ जिल्लाको चन्द्रागिरी क्षेत्रमा रहेको मत्स्य नारायणको मन्दिरलाई मत्स्य अवतार भएको स्थानको रुपमा हेर्ने गरिएको पाइन्छ। योगी नरहरिनाथले पहिले कास्की पोखरामा विन्दु सरोवर रहेको समयमा त्यसबेलाका कास्कीका तपस्वी राजा प्रियव्रतका अर्घ्याञ्जलीमा बिष्णुको प्रथम अवतार मत्स्यावतार भएको कुरा उल्लेख गरेका छन् (योगी, २०७७, पृ. २१)। यसबाट बिष्णुको प्रथम अवतार नेपालमा भएको देखिन्छ। बिष्णुको तृतीय अवतार अर्थात वराह अवतार भएको ठाउँ पनि नेपालको सप्तकौशिकी सङ्गम कोकातीर्थ वराह क्षेत्र हो (योगी नरहरिनाथ,

वराह क्षेत्र, सुनसरी

२०७७, पृ. ४)। मुक्तिनाथधाममा हिरण्यकशिपुले सायुज्य मुक्ति पाएको कुरा योगीले उल्लेख गरेका छन् (योगी, २०७७, पृ.२५) । सोलुखुम्बु जिल्लाको दूधकुण्ड वा दूधसागर नै बिष्णुको वासस्थानको रुपमा परिचित क्षिर सागर हो भन्ने कुरा जगद्गुरु वालसन्त महाराजले बताएका छन् । सत्यवतीको उत्तरपट्टी हिमालयको काखमा कुम्भको उत्पत्ति भएको कुरा पुराणहरूले उल्लेख गरेका छन् । सत्यवती भनेको नेपालको नाम हो । त्यसैले समुद्रमन्थन नेपालको उत्तरपट्टि भएको हो (जगद्गुरु वालसन्त मोहनशरण सेवाचार्यसँग योहो टेलिभिजनको तर्फबाट जीबराम भण्डारीले २८ नोभेम्बर २०२१ मा लिएको अन्तर्वार्ता)। यसबाट नेपाल बिष्णुको नित्य वासस्थान हो भन्ने निष्कर्ष निस्कन्छ ।

रामको विवाह पनि नेपालकी छोरी जनकनन्दिनी सीतासँग भएको थियो । द्वापर युगमा कृष्णले पनि प्रद्युम्नसँग नेपालका तीर्थस्थलहरूको भ्रमण गरेका थिए । कतिपय विश्लेषकहरूले नेपालकै हिमाली क्षेत्रमा कल्की अवतार हुने मान्यता समेत राखेको पाइन्छ ।

लुम्बिनी प्रदेशको लुम्बिनी वनमा मायादेवीको कोखबाट गौतम बुद्धको जन्म भएको थियो । बुद्ध कपिलवस्तुको तिलौराकोटका राजा शुद्धोदनका छोरा थिए । बुद्धको मावल पाली भाषा केन्द्र पाली परासी माझखण्डका देवदह (देवदा) थियो । शाक्यमुनि बुद्धभन्दा अगाडि ऋकुच्छन्द बुद्ध पनि कपिलवस्तुमै जन्मेका थिए । बुद्धको जन्मस्थल भएको हुनाले नेपालको लुम्बिनी संसारभरीका बौद्ध धर्माबलम्बीहरूको पावन भूमिको रुपमा रहेको छ ।

मायादेवी मन्दिर, लुम्बिनी

हिन्दु, बौद्ध, किरात र जनक सभ्यता समेतका महत्त्वपूर्ण सभ्यताको केन्द्रको रुपमा रहेको नेपालमा पूर्वीय शिक्षा पद्धति र परम्पराको पनि निकै विकास भएको थियो।

सुर्खेत जिल्लाको लाटीकोइलीमा पर्ने काँक्रेविहार एउटा प्राचीन विश्वविद्यालय थियो भनिन्छ। पाल साम्राज्यकालमा तथा मल्ल साम्राज्यकालमा पनि यस सुरक्षेत्र अर्थात सुर्खेत क्षेत्रमा विचित्र कला-शिल्प-कल्पित काँक्रेविहार जस्ता विहार थिए (योगी नरहरि नाथ, पृ. ३९)। तक्षशिला विश्वविद्यालय र नालन्दा

काँक्रेविहार, सुर्खेत

विश्वविद्यालय नष्ट गरिएपछि पनि काँक्रेबिहार विश्वविद्यालय लामो समयसम्म पूर्वीय शिक्षाको सर्वाधित प्रतिष्ठित शिक्षण संस्थानको रुपमा रहेको थियो भन्नेकुरा कतिपय अनुसन्धाताहरूले बताएका छन् (अर्जुन ज्ञवालीसँगको अन्तर्वार्तामा नीर कुमार क्षेत्री)।

पशुपति क्षेत्रमा रहेको मृगस्थली पनि पूर्वीय शिक्षा परम्पराको केन्द्र रहँदै आएको इतिहास छ। यो आदि गुरु गोरखनाथले लामो समयसम्म साधना गरेको क्षेत्र समेत हो। पछिल्लो समयमा योगी नरहरि नाथले पनि यहाँ रहेर शिक्षा दिने काम गरेका थिए। स्वयं एउटा विश्वविद्यालयका प्रतीकको रुपमा लिन मिल्ने योगी नरहरि नाथका इतिहास, धर्मसंस्कृति र आयुर्वेदलगायतका कतिपय दुर्लभ रचनाहरूको चोरी भएको र अन्य कतिपय रचनाहरू प्रायोजित ढङ्गले नष्ट गरिएको कुरा समेत अध्येताहरूले बताउँछन्। पशुपतिक्षेत्रमा कैयन अरु साधुसन्त र सिद्ध पुरुषहरूले पनि शिक्षा दिने गरेको इतिहास पाइन्छ।

मिथिला विश्वविद्यालय नेपालमा रहेको अर्को प्राचीन विश्वविद्यालय थियो। राजर्षि जनक स्वयं एउटा शिक्षाविद् तथा दार्शनिक थिए र उनको दरबारमा याज्ञवल्क्य, अष्टाबक्र, गार्गी, मैत्रेयीलगायतका महान दार्शनिक तथा शिक्षकहरूले सेवा दिएका थिए।

देव देश हिमालका देवताहरू माघी संक्रान्ति प्रभृति पर्व-पर्वमा लोककल्याणार्थ सभा गर्थे (योगी नरहरि नाथ, २०७७, पृ.१५)। वशिष्ठको गुफा तथा आश्रम रहेको देवघाटधाम पनि शिक्षाको एउटा प्राचीन केन्द्र थियो। हिमवत्खण्ड अन्तरगत नेपालका विभिन्न स्थानमा सञ्चालित विश्वविद्यालय र शिक्षण संस्थानहरूमा धर्म, दर्शन, न्याय, ज्योतिष, गणित, अर्थ व्यवस्था, राजनीति, भाषा, व्याकरण र आयुर्वेद चिकित्सा पद्धति लगायतका विभिन्न विधाहरूको अध्ययन, अध्यापन र अनुसन्धान हुन्थ्यो भन्ने विश्वास गरिन्छ।

सांख्य योगका प्रणेता महर्षि कपिलको कर्मभूमि नेपालको कपिलवस्तु थियो। महर्षि वशिष्ठको गुफा र आश्रम देवघाट धाममा छन्। यहीँ बसेर वशिष्ठले योगवाशिष्ठको अध्यात्म कथा रामलाई सुनाएका थिए। तनहुँमा जन्मेका व्यासले एउटै वेदलाई ऋक्, यजु, साम र अथर्व गरी ४ संहितामा लिपिवद्ध गरेका थिए। न्याय दर्शनका प्रणेता गौतम पनि नेपाली थिए (योगी नरहरीनाथ, २०७७)। दैलेखको माथिपट्टि जैमिनी मुनिको आश्रम जैमिनिकोट रहेको छ (योगी, २०७७, पृ.४३)। यसबाट नेपालले जैमिनी दर्शनको जन्म र विकास भूमिको गौरव समेत पाएको देखिन्छ। नेपालको रुरुक्षेत्रमा नटराज शिवबाट योगको शिक्षा लिएर पतंजलीले योग दर्शनको प्रतिपादन गरेको मानिन्छ। वैशेषिक दर्शनका प्रणेता कश्यप वा कणादले नेपालका विभिन्न तीर्थस्थलहरूको भ्रमण गरेर ती मध्ये कतिपय ठाउँमा पुगेर र लामो समयसम्म बसेर अध्ययन, अनुसन्धान र साधना गरेको कुरा प्राचीन ग्रन्थहरूमा उल्लेख भएको पाइन्छ। पाणिनीले रुरुक्षेत्रमा नटराज शिवसँग व्याकरणको शिक्षा लिएर अर्घाखाँचीको पणेनामा बसेर व्याकरण अष्टाध्यायीको रचना गरेका थिए (योगी नरहरि नाथ, २०७७, ३१)। कोशी तट महर्षि विश्वामित्रको जन्म तथा कर्मभूमि थियो। वाल्मीकि, पुलह, पुलस्त्य, च्यवन, गर्ग, माण्डव्य, ऋष्यशृङ्ग, वत्स, बात्सायन, जैमिनी, धौम्य, उपमन्यू, शृङ्गी, दुर्वासा, द्रोणाचार्य, नेमुनि आदि ऋषि, महर्षि तथा विद्वानहरूको कर्मभूमि समेत नेपाल रहेको छ। त्यसैले नेपाल प्राचीनकालमा ज्ञान र शिक्षाको विश्वकेन्द्र रहिआएको देखिन्छ।

नेपाललाई महाकाली, कर्णाली, भेरी, सेती, राप्ती, गण्डकी, त्रिशुली, वेत्रावती, बाग्मती, कोशी, मेची लगायतका अनेकौं पवित्र नदीहरूले सिंचित गरेर पवित्र र उर्वर बनाएका छन्। अनेकौं ताल तथा कुण्डहरूले पनि यसको पवित्रता र सुन्दरतामा चारचाँद लगाएका छन्। पवित्र नदी र ताल तथा कुण्डहरूको उपस्थितिको कारणले

पनि हिमवत्खण्डको केन्द्रको रुपमा नेपालको गरिमा, पवित्रता उँचो हुन पुगेको पाइन्छ।

शालिग्राम शिलारुपी भगवान बिष्णुलाई गर्भमा धारण गर्ने भएकोले कालीगण्डकी सबै नदीहरूमा श्रेष्ठ मानिन्छिन्। कालीगण्डकीमा भगवान बिष्णु अंशावतार लिएर परिवारसहित बसेको विश्वास गरिन्छ। गण्डकी श्री जगदम्बा गौरीको पसिनाबाट पैदा भएकी नदी मानिन्छिन्। त्यसैले गण्डकी नदीमा स्नान गर्दा अरु तीर्थको भन्दा करोडौं गुणा बढी फल प्राप्त हुन्छ भन्ने मानिन्छ। तीर्थराज प्रयाग कुरुक्षेत्र र नैमिषारण्यमा सय पटक स्नान गर्दा मानिसलाई जति फल प्राप्त हुन्छ त्यति फल कालीगण्डकीमा एकपटक स्नान गर्दा प्राप्त हुन्छ भन्ने मान्यता छ। कालीगण्डकीको तटमा बसेर श्राद्ध गर्दा सबै पितृहरूको उद्धार हुन्छ भन्ने मान्यता छ। मुक्तिधारा र कागवेनीमा बहने जलले युक्त भएको स्थानलाई सर्वोत्तम तीर्थ मानिन्छ। यस तीर्थप्रति देवताहरूको पनि ठुलो लालसा रहेको हुन्छ भन्ने मान्यता छ (हिमवत्खम्ड, अध्याय ५५, पृ.४९२-४९३)।

शिवकुट पर्वतमा ब्रह्माले स्नानका निम्ति गङ्गाको स्मरण गर्दा ब्रह्मगङ्गाको उत्पत्ति भएको कुरा हिमवत्खण्डमा उल्लेख भएको छ। त्यसपछि उक्त गङ्गामा स्नान गरेर ब्रह्माले भगवान शङ्करको उपासना गर्दा प्रसन्न भएका शङ्कर त्यस ठाउँमा आएर ब्रह्मालाई वर माग्न आग्रह गर्दै गर्दा भगवान शङ्करको मुखबाट खसेको ब्रह्मविन्दु गङ्गाको रुपमा तरङ्गित भएर वाग्वती नदीको आविर्भाव भएको कुरा समेत हिमवत्खण्डमा उल्लेख भएको छ। त्यसरी उत्पन्न भएकी वाग्वती नदीलाई ब्रह्माले कलियुगमा तीस हजार वर्षसम्म तिमी वाग्वतीको नामले प्रसिद्ध हुनेछौ र पाँच हजार वर्ष वितेपछि तिम्रो नाम गङ्गा हुनेछ भनेर बताएको कुरा हिमवत्खण्डमा उल्लेख भएको छ। बिष्णुले मानिसले जुन जुन कामना लिएर वाग्वती/बाग्मती नदीमा स्नान गर्छन् ती ती व्यक्तिले आफूले चाहेको फल प्राप्त गरेर मोक्ष प्राप्त गर्छन् भनेर बताएका छन्। शिवले वाग्वतीलाई तिमी मबाट उत्पन्न भएकी शिवगङ्गा हौ र तिमीलाई सबै मानिसहरूले भारती भन्नेछन् भनेर बताएका छन् (हिमवत्खण्ड, अध्याय ८७)। वाग्वतीमा स्नान गर्दा भागिरथीमा स्नान गरेको फलभन्दा सय गुणा बढी फल प्राप्त हुन्छ भनिएको छ (हिमवत्खण्ड, अध्याय ८८, श्लोक ६२)। सय गङ्गाको फल वरावर शङ्खमूलमा स्नानको फल रहेको (श्लोक८२) कुरा समेत सो अध्यायमा उल्लेख भएको छ।

कोशी नदी पनि पार्वतीको पसिनाबाट उत्पन्न भएकी नदी मानिन्छिन्। गण्ड ऋषिले पहिले स्नान गरेको कारणले गण्डकी नदीको नाम गण्डकी भएजस्तै महर्षि कौशिकको नामबाट कौशिकी नदीको नाम कौशिकी अर्थात कोशी रहन गएको

देखिन्छ। देवीको (आफ्नो) मूर्ति स्वरुप भएको कोशी नदीमा स्नान गर्ने व्यक्ति उसका सम्पूर्ण जन्ममा गरेका पापबाट मुक्त हुन्छ भन्ने कुरा स्वयं देवीले बताएकी छन् (हिमवत्खण्ड, अध्याय ४०)।

कर्णाली नेपालको अर्को पवित्र नदी हो। कर्णालीलाई कैलाश पर्वतको दक्षिण पश्चिममा रहेको गुर्ला मानदाता पर्वतको फेदीबाट निस्केको मार्चा खम्बाब अर्थात मयुरको मुखबाट निस्केको नदी भनिन्छ। गुर्ला मानदाता पर्वतको मयुर आकारको फेदबाट निस्कने् मुललाई कर्णालीको उद्‌गम भनिन्छ (प्रेम बहादुर सिंह, कर्णाली नदी कैलासदेखि गङ्गासम्म, घटना र बिचार न्युज डेस्क, ४ श्रावण, २०७७)। राक्षस तालको तलपट्टिबाट बगेको हुनाले कतिपय मानिसहरूले कर्णाली नदी राक्षस तालबाट निस्केको हो भन्ने सोच राखेको पाइए पनि "कर्णाली राक्षस तालबाट निस्केको नदी होइन" (सबिना श्रेष्ठ, कर्णाली नदीको श्रोत राक्षस ताल होइन, चैत्र ५, २०८१; प्रदिप सुबेदी, मार्च ८, २०१९, https://khojpatra.com। महादेव शिवको निवास रहेको मानिने कैलाशबाट आएको नदी भएकोले यो नदीलाई हिन्दुहरूको पवित्र तीर्थस्थल मानिन्छ। मुगु जिल्लामा रारा तालको पानी यस नदीमा मिसिन्छ। त्यसैले कर्णाली नदीमा कैलास मानसरोवरमा स्नान गर्दा जत्तिकै पुण्य प्राप्त हुन्छ भन्ने विश्वास गरिन्छ। इतिहासमा रेशमी मार्गका रुपमा परिचित कर्णाली कोरिडोर भोट र बंगाल जोड्ने ठुलो व्यापारिक आर्थिक कोरिडोर रहेको थियो। प्राचीनकालमा गुरु पद्मसंभव यस क्षेत्रमा आएका हुनाले बौद्ध परम्परानुसार पनि यसलाई पवित्र तीर्थ मान्छन्। हिमाली क्षेत्रमा रहेका बौद्ध धर्माबलम्बीहरूले यस नदीलाई तृष्णा-क्षण (तृष्णा मेट्ने) शक्तिका रुपमा सम्मान गर्छन्। भारतको अयोध्यामा कर्णाली नदीलाई सरयु भनिन्छ। सरयु नदीलाई पौराणिक ग्रन्थहरूले अत्यन्त पवित्र नदीको रुपमा लिएको तथ्यले पनि कर्णालीको पवित्रता प्रतिबिम्बित गर्छ ।

नेपालको पश्चिमी सीमामा रहेको महाकाली नदी स्वयंमा देवी महाकालीको प्रतीक मानिने हुनाले यो अत्यन्त पुण्यदायी तीर्थस्थल हो भन्ने कुरा प्रमाणित हुन्छ।

हिमालयको शृङ्खलामा रहेका जति पनि हिमालहरू छन् ती सबै ध्यानमुद्रामा बसेका भगवान शिवका स्वरुप मानिन्छन् (महायोगी सिद्धबाबा, नेपाल कस्तो भूमि हो ?, ३ नोभेम्बर २०२५, @SiddhaMahayog। त्यसैले पर्वतहरूबाट, हिमालयबाट बग्ने जति पनि नदीहरू छन् ती सबैलाई गङ्गा भनिन्छ। त्यसैले हिमवत्खण्डमा कोशी, गण्डकी, त्रिशुली, वेत्रावती, वाग्मती आदि जस्ता नदीलाई गङ्गा भनेर संवोधन गरिएको छ। नेपालका सबै नदीहरू गङ्गा हुन्, गङ्गाजस्तै पवित्र छन्। त्यसैले वालसन्त जगद्‌गुरु मोहनशरण देवाचार्यले स्नान गर्दा नाम लिनुपर्ने नदीहरूको नाम यसरी उल्लेख गरेका छन् -

गण्डकी, कौशिकी चैव गोदावरी च बाग्मती
वेत्रा, नारायणी, शुक्ला जलेस्मिन् सन्निधिं कुरु !
महाकाली तथा सेती भेरी कर्णाली मेव च
स्नानकाले स्मरेत्नित्यं महापातक नाशनम् !!

विश्वभरका हिन्दू तथा बौद्ध धर्माबलम्बीहरूमा नेपाल जीवनमा कम्तीमा पनि एकपटक तीर्थ यात्रा गर्न वा धार्मिक स्थलहरूको अवलोकन गर्नका निम्ति जानै पर्ने ठाउँ हो भन्ने विश्वास उत्पन्न गर्न सकियो भने मात्रै पनि धार्मिक पर्यटन नेपाली अर्थतन्त्रको अगुवा वा शिर्ष क्षेत्रमा परिणत हुन्छ र नेपालको अर्थतन्त्र समृद्धि वा उत्थानको दिशातिर अग्रसर हुन सक्छ। कतिपय मुलुकमा त्यहाँको एउटै धार्मिक केन्द्र वा स्थलमा घुम्ने पर्यटकहरूले गर्ने खर्चको कारणले मात्रै अर्थतन्त्रको रुपान्तरणमा मद्दत गरेको पाइन्छ भने नेपालमा त हिन्दू धर्मका शैव, शाक्त र वैष्णवलगायतका सम्प्रदायका सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण र दुर्लभ तीर्थस्थल छन् र बौद्ध धर्मावलम्बीहरूको सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण तीर्थस्थल लुम्बिनी रहेको छ। नेपाल तन्त्र साधनाको केन्द्र समेत मानिन्छ। त्यसैगरी सिन्धु घाँटीको सभ्यतामा प्रचलित अष्टमातृका पुजा लगायतका कतिपय परम्पराहरूले नेपालमा अहिले पनि निरन्तरता पाइरहेको देखिन्छ। करोडौं वर्ष पुराना मानव अस्थिपंजरका अवशेषहरू र १०/१२ हजार वर्ष भन्दा पहिलेका मानव बस्तीका प्रमाणहरू समेत नेपालमा प्राप्त भएको कारणले नेपाली सभ्यता संसारकै सबभन्दा पुरानो सभ्यता हो भन्ने निष्कर्ष कतिपय अनुसन्धाताहरूले निकालेका छन् (Dr.Yuba Raj Pandey, 223, Economic Interpretation the Bhagavad Gita and Its Relevance in Recent Development Policies of Nepal, 2023)। त्यसैले पौराणिक तथा ऐतिहासिक स्थलहरूको अनुसन्धानले नेपालको पर्यटकीय संभावनालाई अझै बलियो बनाउन सक्ने देखिन्छ।

पछिल्लो समयमा नेपालका कतिपय तीर्थस्थलहरूलाई अरु मुलुकका तीर्थस्थलसित जोडेर परिक्रमापथ निर्माण गर्ने जस्ता परिकल्पनाहरू पनि अघि आउन थालेका छन्। तर नेपालको सीमावर्ती क्षेत्रका तीर्थस्थलहरूलाई छिमेकी मुलुकका भित्र-भित्रसम्मका र अर्का छेउसम्मका पर्यटन केन्द्र वा तीर्थस्थलसँग जोडेर परिक्रमापथ निर्माण गर्ने त्यस्ता परिकल्पनाहरूको कार्यान्वयनबाट पर्यटकहरू अर्को मुलुकका होटेलमा वास बसेर त्यहिँ बिहानको खाना खाएर हाम्रो मुलुकमा दिउँसो आउने र तीर्थस्थल हेरेर साँझ अर्कै/उसै मुलुकमा रहेको आफ्नो वास वा होटेलमा फर्कने ट्रान्जिटको नियतिमा सन्तोष गर्नुपर्ने

जोखिम व्यहोर्नुपर्ने हुन सक्छ। त्यसैले देशभित्रैका धार्मिक महत्वका केन्द्रहरू जोड्ने परिक्रमा पथको विकास गर्ने कुरा मात्र हाम्रो प्राथमिकता हुनुपर्छ। त्यसैले बुद्ध परिक्रमा पथको कल्पना गर्दा नेपालभित्रकै बौद्ध तीर्थस्थल जोड्ने परिक्रमापथको निर्माण गर्ने कुरा हाम्रो प्राथमिकता बन्नुपर्छ। शालिग्रामलाई बिष्णुको एउटा रुप मानिन्छ। शालिग्राम नेपालमा मात्रै पाइन्छन्। त्यसैले कालीगण्डकीको शिरदेखि नारायणीको त्रिवेणीसम्मको अर्को परिक्रमापथको कल्पना समेत गर्न सकिन्छ। त्यसैगरी देवी वा शक्तिको उद्भव वा कर्मसित जोडिएका तीर्थहरूको परिक्रमापथको निर्माण गर्दा नेपालभित्रकै देवीको जन्म र कार्यसित जोडिएका तीर्थस्थलहरू जोड्ने परिक्रमा पथ निर्माण गर्न जरुरी हुन्छ र रामसँग सम्बन्धित तीर्थस्थल जोड्ने परिक्रमापथको परिकल्पना गर्दा पनि नेपालकै देवघाट, माडी, जनकपुर, रामदी, काठमाडौँ र जुम्लाको रारा लगायतका ठाउँसम्म जोड्ने परिक्रमापथको परिकल्पना गर्न आवश्यक र उपयुक्त हुन्छ। हाम्रा सम्भावनाहरूको पहिचान र उपयोग गर्न सक्ने हो भने नेपाल धार्मिक पर्यटनको विश्वको सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण केन्द्र बन्न सक्छ।

३) **उपसंहार**

यसरी नेपालका प्रत्येक ठाउँ तीर्थमय छन्, हामीहरूले तिनको पहिचान गर्ने र तिनको महत्वको प्रचार प्रसार गर्न मात्रै जरुरी छ। धार्मिक महत्वका सबै तीर्थहरू धार्मिक महत्वका पर्यटकीय केन्द्र समेत हुन सक्छन्। हामीले तिनको पहिचान, विकास र प्रचार-प्रसार गर्न जरुरी छ। गण्डकी महात्म्य, कौशिकी महात्म्य, नेपाल महात्म्य जस्ता हिमवत्खण्डमा रहेका नेपाली तीर्थस्थलसम्बन्धी विवरणलाई पुस्तिकाको रुपमा प्रकाशन गरेर देशविदेशमा प्रचार-प्रसार समेत गर्न जरुरी देखिन्छ। यस्ता विषयहहरूलाई सामाजिक शिक्षाको पाठ्यक्रममा समावेश गर्न र यस्ता स्थानको अध्ययन अनुसन्धानमा विद्यार्थीहरूलाई प्रेरित गर्न पनि जरुरी छ। कतिपय अरु मुलुकमा धार्मिक महत्वको एउटै स्थानले ती देशको अर्थतन्त्रको मेरुदण्डको काम गरेको पाइन्छ। नेपालमा त हिन्दू, बौद्ध र किरात परम्पराका दुर्लभ केन्द्रहरू रहेका छन्।

✦✦✦

Tourism Development in Nepal: Potentials and Challenges

✍ **Aarati Neupane**

Abstract

The core foundations for tourism promotion are peace and security, easy and reliable transportation infrastructure, accessible information technology, and quality services at destination sites. A critical challenge remains the extension of this essential infrastructure from urban centers to the attractive rural and remote regions. Furthermore, it is challenging to increase the tourism sector's contribution to the national economy; develop and expand tourism potential; diversify services; conserve resources; standardize and beautify infrastructure; promote employment-centric businesses; ensure air travel is safe, accessible, as well as reliable; and strengthen business networks to an international level. A concerted effort from the government, private sector, business community, and diplomatic missions is required to address these issues.

1. Background

Nepal is established as a premier destination for both domestic and international tourism. The presence of captivating natural

---

✍ Under-Secretary, Government of Nepal, Department of Tourism

and socio-cultural recreational sites creates immense potential for robust growth in the tourism business here. Given these limitless tourism prospects, the sector is recognized as a fundamental pillar for the nation's overall economic and social development.

Mt. Machhapuchhre

The country's distinct characteristics- moderate climate, religion, culture, and geography- provide abundant scope for developing locally appropriate tourism infrastructure across the Himalayas, Hill, and Terai, thereby promoting the tourism business. There is a huge possibility for facilitating easy access for tourists seeking natural recreational views, particularly in rural areas, which directly enhances local-level employment and income opportunities. It is clear that, owing to this boundless potential, the tourism business can be extended to the rural level, ensuring its benefits reach all regions, classes, castes, and the poorest, helpless, and marginalized populations.

The fact that Nepal shares borders with the two most populous countries in the world, India and China, also presents a significant opportunity to develop the country as a major tourist hub for them. Furthermore, citizens from many other countries, including Sri Lanka, Japan, Thailand, Malaysia, Singapore, Russia, Korea, Germany, Belgium, America, Britain, and Australia, have already experienced Nepal's tourist appeal. This positioning as a chosen

destination for citizens of its populous neighbours and other world nations means there is substantial potential for the tourism development and expansion.

2. Key Strengths for Tourism Development

Nepal is recognized globally as a principal tourist destination from natural, cultural, adventurous, and historical perspectives. The country's climatic diversity across the Himalayas, Hills, and Terai regions, the attractive geographical structures, and the religious and cultural multiplicity provide an essential, ample foundation for the tourism business. Furthermore, the lifestyle, languages, attire, and hospitality of Nepali society also support tourism promotion. The nation is recognized by its two large, populous neighbours as an extremely easy and accessible tourist site for both religious and natural purposes. Because tourism businesses can be operated relatively easily using small local investment, skills, and resources, it is possible to run locally-suited enterprises in most rural and remote areas of the country.

The key strengths for tourism development in Nepal are explicitly as follows:

(1) Mountaineering Infrastructure: The necessary physical and managerial frameworks for climbing the high, attractive, world-famous snow peaks of the Himalayan region have been prepared.

(2) Religious Significance: The importance and attraction of Lumbini, the birthplace of Gautam Buddha (pioneer of peace), alongside Pashupatinath Temple, a primary religious site for Hindus, is growing.

(3) Trail and Infrastructure Development: Various nature trails are being constructed, and essential infrastructure along these routes is continually being developed and upgraded.

(4) Protected Areas: National parks, conservation areas, hunting reserves, and other protected areas, each with distinct characteristics across the Himal, Pahad, and Terai, have

been developed.

(5) Natural Aesthetics: There is ample natural beauty throughout every part of the country- including attractive rivers, lakes, adventure bridges, waterfalls, adventurous hills, and gorges- sufficient to delight tourists.

(6) Entertainment Infrastructure: The frameworks for organizing entertainment programs tailored to tourist demands are being prepared at major tourist sites.

Tourists Enjoying *Ropai Mahotsav*

(7) Global Perception and Promotion: There is extensive promotion of Nepal's tourism sector in both domestic and international markets, coupled with a positive global perception towards it.

(8) Connectivity: Transportation infrastructure (including air transport), hotel businesses, and information & communication technology connecting major tourist sites have been developed and upgraded.

(9) Destination Diversification: New destination sites are continually being identified and diversified.

(10) Policy Frameworks: Necessary master plans, updated policies, strategies, and programs for tourism promotion are

being formulated and implemented at the federal, provincial, and local levels.

(11) Service Quality in Remote Areas: The availability of quality and sufficient services for tourists is being ensured, even in remote tourist destinations.

(12) Modern Products: The foundations for modern tourism products, such as cinema tourism, adventure tourism, entertainment tourism, research tourism, business tourism, mountaineering tourism, and agro-tourism, are being prepared.

(13) Institutional Structure: Key foundational structures have been established, including the Ministry of Culture, Tourism and Civil Aviation, Department of Tourism, Nepal Tourism Board (NTB), Nepal Academy of Tourism and Hotel Management (NATHM), Nepal Mountain Academy, and the Tourist Police.

(14) Investment and Infrastructure Expansion: Increasing government and private sector in-vestment in the tourism business is leading to the expansion of infrastructure, even in re-mote tourist locations.

(15) International Promotion: Diplomatic missions, Non-Resident Nepali (NRN) organizations, and their networks abroad have institutionalized the task of regularly disseminating information about Nepal's tourist appeal to attract visitors.

3. Current Status of Tourism Development

In the recent period, the tourism sector has been undergoing a revival. As a result, hotel businesses are operating even in remote locations. Consequently, income derived from the tourism business is also increasing. The tourism business has been negatively impacted by various natural disasters, adverse social and pandemic conditions, and unfavourable political events occurring at different times. The recent "Gen Z" movement and the associated vandalism of private sector hotels during

this movement are seen to have an adverse impact on tourist arrivals and business investment. While tourist arrivals stood at 1,014,000 by mid-December to mid-January (Poush) 2080 B.S., this number increased by 13% to 1,147,000 by Poush 2081 B.S.. Due to increasing tourism development activities, income from tourism in 2024 reached Rs. 83.09 billion. According to statistics for this year, the average tourist stay in Nepal is 13.3 days, and the average daily expenditure per tourist is . Although the total number of foreign tourists visiting Nepal is increasing, the volume of tourist arrivals from the large-population country, China, has not seen the expected improvement. In 2024, tourist arrivals by nationality were India (27.7%), the USA (9.67%), China (8.37%), the UK (4.67%), Bangladesh (4.27%), Australia (3.83%), Sri Lanka (2.7%), Thailand (2.61%), Germany (2.61%), South Korea (2.35%), and other countries (30.57%).

The number of both domestic and international tourists visiting Nepal is increasing. There has been a significant improvement in the trend of Nepalis residing both in and outside the country traveling within Nepal. An environment is being created where tourism businesses can operate year-round. Domestic and foreign investment in the tourism sector has increased, leading to the operation of large-scale international chain hotels. The enthusiasm of the private sector to invest in travel & tour services, adventure tourism services, air services, and their expansion has grown. Alongside improvements in the purchasing power of Nepalis and a growing trend of searching for and visiting new destinations, rural tourism activities have seen notable improvement. The number of five-star hotels (including deluxe) reached 214 by Falgun 2081 B.S.. The number of tourist-standard hotels, lodges, and resorts (excluding star-rated but including deluxe/luxury/heritage/boutique) reached 1,364 by Falgun 2081 B.S.. Furthermore, the number of international air services operating in Nepal reached 31 in 2024. Similarly, the number of countries with bilateral air service agreements reached 41. The

number of domestic air services (Fixed + Rotor Wing) is 22. Out of 54 all-weather, black-topped airports, 35 are currently operational. With the strengthening of essential foundational infrastructure throughout the country, the potential for tourism business development is also increasing.

4. Policy and Programmatic Framework

Planned development efforts for tourism in Nepal have been ongoing since the early stage of planned development. The Tourism Plan formulated in 1956 with technical assistance from the French Government is considered a significant initial effort. The Tourism Master Plan was prepared in 1972. After the promulgation and implementation of the Tourism Act, 2035 B.S., a vital legal foundation was established for the development of the tourism sector. Furthermore, a separate Tourism Policy was implemented in 2052 B.S. and its revised version, the Tourism Policy, 2082 B.S., is currently in effect. The current Constitution of Nepal, periodic plans, and annual policies and programs also provide clear direction for tourism development:

a) Constitutional Provision: Article 51 of the Constitution outlines the state's policies, which include developing an environment-friendly tourism industry as an important foundation of the national economy through the identification, conservation, promotion, and publicity of Nepal's historical, cultural, religious, archaeological, and natural heritage. The core policy also mandates creating the necessary environment and policies for developing a "tourism culture" and giving priority to local people in the distribution of benefits from the tourism industry.

b) Provision in the Periodic Plan: Based on the fundamental policy for tourism development stipulated in the Constitution, strategies, action policies, and programs for the development of the tourism business are formulated and implemented in the periodic plans. Objectives prioritized in the periodic plans include developing Nepal as a safe, quality, and tourist-friendly attractive

hub, and diversifying tourist destinations to increase the sector's contribution to the economy. The strategy adopted by the periodic plan for the development of the tourism sector is as follows:

(1) Widely promoting and publicizing Nepali tourism in neighboring countries and other major tourist markets.

(2) Developing tourism in an integrated manner by incorporating sectors with tourism potential, such as education, health, and sports.

(3) Encouraging domestic and foreign investment to develop, market, and promote modern tourism infrastructure based on the Public-Private Partnership (PPP) concept.

(4) Having the provincial and local levels take the lead, in cooperation with the private sector, to identify, develop, and diversify tourist destinations.

(5) Linking tourism products to the value chain and distributing the benefits of this sector down to the local level.

c) Provision in the Annual Policy and Program: The government has formulated the following policies and programs for tourism business development for the fiscal year 2082/83 B.S.:

(1) Nepal will be developed as a safe and attractive destination for natural, cultural, adventurous, and film tourism.

(2) Positive thinking will be enhanced through yoga and meditation, promoting Nepal as an attractive site for health and meditation tourism.

(3) The direct benefits of tourism will be extended to the local community through public-private cooperation.

(4) Civil aviation regulations will be made more effective to ensure air travel safe, accessible, and reliable.

5. Problems and Challenges in Tourism Development

Numerous policies, plans, and programs have been formulated and are under implementation for the development of the tourism sector. However, the implementation of these ideally formulated

and ambitious policies, strategies, plans, and programs has not been effectively ensured. Consequently, the targets set by periodic and annual policies and programs have not been achieved. The 15th Plan, for example, set goals to increase foreign tourist arrivals to 3.5 million, extend the average stay of foreign tourists to 15 days, increase the average daily expenditure to 100 USD, and create 328,000 additional direct employment opportunities during the plan period, but these targets were not achieved.

The major problems and challenges observed in Nepal's tourism development sector are as follows:

1.1 Problems

(1) Security: Inability to ensure a secure environment for tourists to visit and stay comfortably due to security-adverse events such as general strikes, protests, closures, arson, and vandalism directed against the government.

(2) Air Services: Tourists are not sufficiently encouraged to visit Nepal because national and international air transport services are not adequate, high-quality, or reliable.

(3) Destination Access: Failure to identify new and attractive destinations and develop the transportation and basic service facilities necessary to reach those areas.

(4) Diversification: Failure to achieve the expected development and diversification of tourism products and activities in the context of tourism development.

(5) Promotion: Inability to conduct adequate and high-standard tourism promotion at the international level.

(6) Heritage Conservation: Failure to engage and coordinate with local private and community organizations in the conservation and development of religious and cultural heritage.

(7) Entrepreneurship Linkage: Inability to link entrepreneurship development with tourism sector development.

(8) Modernization: Failure to make tourist activities and businesses technology-friendly and modern.

(9) Investment Security: Inability to secure and encourage investment in the tourism sector, including the hotel business.

(10) Restoration: Failure to timely complete the reconstruction and maintenance of natural and religious heritage sites damaged by natural disasters.

(11) Sectoral Integration: Inability to broadly interlink the tourism business with sectors like agriculture, industry, sports, yoga, meditation, and research to achieve diversification.

(12) Visitor Retention: Inability to develop and expand new and entertaining programs to lengthen the stay and increase the spending of foreign tourists in Nepal.

(13) Policy Adaptation: Inability of the government and non-governmental bodies primarily responsible for tourism development to implement new strategies, action policies, and programs suited to the changed context.

(14) Research Gap: Inability to conduct regular study and research into the potential, existing problems, challenges, and areas for future improvement in the tourism sector, and consequently, failure to find way forward for improvement based on such findings.

1.2 Challenges

6. Reforms Necessary for Tourism Development

(1) Integrated Infrastructure: Advancing an integrated effort in the development of tourism infrastructure from the federal to the local level in coordination with the federal, provincial, and local governments.

(2) Domestic Tourism: Making internal tourism easy, accessible, and diverse while respecting the desires and

trends of Nepali travellers.

(3) Global Positioning: Establishing Nepal as a major and attractive tourist destination in the global tourism market.

(4) Air Service Quality: Ensuring the safety, reliability, and expansion of air services.

(5) Service Quality: Improving the quality of tourism services and facilities.

(6) Diversification: Identifying and diversifying new tourist sites.

(7) Investment: Attracting domestic and foreign investment for tourism infrastructure development.

(8) Strategic Development: Preparing a vision and formulating an implementation strategy to develop Nepal as a "tourism industry" and "tourism economy".

(9) Climate Resilience: Taking necessary precautions and control measures to reduce the adverse effects of climate change on the tourism sector.

(10) Targeted Strategy: Preparing a strategy based on necessary study and research to attract high-quality tourists.

(11) Service Excellence: Making tourism services prompt, tourist-friendly, safe, and reliable.

(12) Modernization: Modernizing the tourism business by utilizing successful methods, equipment, and technology from around the world.

(13) Stakeholder Coordination: Making the cooperation among governmental bodies from the local to the international level, the private sector, business communities, social organizations, and various unions and organizations effective for the promotion and expansion of the tourism business.

(14) Opportunity Conversion: Developing the potential and opportunities of tourism development to an appropriate

level and converting them into income generation.

Despite the tourism sector having vast potential and opportunities, the expected achievements in the development of Nepal's tourism sector have not been realized. Despite long-standing efforts by both the government and the private sector, targets related to attracting a sufficient number of tourists and increasing their stay and spending in Nepal have not been met. The nation's political sector has failed to be honest and committed to the development of the tourism sector, and the strikes, closures, conflicts, and vandalism by political parties have resulted in a lack of a peaceful and secure environment, hindering efforts to attract tourists and prolong the stay of those who arrive. Consequently, enthusiastic investment in the tourism business sector has not been successfully promoted. In this context, the following reform measures are pertinent for the development and expansion of the tourism business in the country:

(1) The strategies, plans, and programs of the government and the private sector for the tourism business must be conducted in line with the spirit and objectives of the revised and implemented Tourism Policy, 2082 B.S..

(2) The government and responsible individuals from political parties must be committed and proactive to ensuring an environment of peace, security, and easy movement and travel across the country.

(3) The government must increase investment in the development of structural and physical infrastructure to modernize and diversify the tourism business.

(4) Diplomatic missions based abroad, Non-Resident Nepalis (NRNs), and their organizations must be mobilized for the extensive promotion and dissemination of information about Nepal's attractive tourist sites, programs, and facilities.

(5) Tourists who choose to visit Nepal repeatedly should be

honoured as "Brand Ambassadors" for promoting Nepal and should be provided with special facilities.

(6) New tourist destinations specific to each province must be identified, developed, and promoted for both domestic and foreign tourism.

(7) The private sector should be encouraged to develop man-made tourist structures, such as hill stations, to cater to recreational, leisure, and seasonal tourists.

(8) The diversification, classification, and effective regulation of tourism service facilities at every tourist site must be given continuous attention to ensure quality improvement.

(9) There is a need to identify and develop new short and long adventurous trekking routes.

(10) The certainty and adequacy of direct air connectivity to major tourist destinations must be ensured.

(11) To increase the number of tourists arriving via land routes (especially from neighbouring and third countries like India and China), extensive promotion must be done at border checkpoints and cities, and the entry routes must be developed and upgraded.

(12) Priority should be given to integrated tourism development that includes education, health, sports, and adventure tourism.

(13) The Nepal Tourism Board and tourism entrepreneurs must make a joint effort to create special packages with special facilities for off-season visitors to create conductive environment where tourists visit Nepal year-round.

(14) Special initiatives must be taken to attract foreign investment, alongside public-private-cooperative partnerships, in all tourist areas, including remote regions.

(15) Major tourism assets and sites should be made accessible and technology-friendly and connected with modern and

recreational transportation facilities.

(16) Inter-country tourism promotion and development must be carried out by conducting joint and coordinated programs through regional and international organizations like SAARC, BIMSTEC, KOSCAP, and the World Tourism Organization (UNWTO).

(17) Business-friendly policies and programs, including necessary training and accessible loans, must be implemented to increase the participation of the youth workforce in the tourism business.

(18) Attractive packages must be regularly made available to utilize the capital and skills of Nepalis who are in foreign employment for the promotion of tourism enterprises with facilities.

(19) Prioritizing the mobilization of diplomatic missions, NRN, and business organizational networks to institutionalize original brands like "NATURALLY NEPAL: ONCE IS NOT ENOUGH" and present Nepal's new identity to the world.

(20) Regular maintenance and upkeep of natural and cultural tourist sites must be ensured, and their connection with modern information technology and electrical infrastructure must be strengthened.

(21) The quality of basic services for tourist convenience, such as telephone communication, internet, e-payment, and easy currency exchange, must be guaranteed.

(22) All forms of theft, fraud, harassment, and cut-throat competition in the tourism business must be strictly controlled.

7. Conclusion

The development of the tourism sector, which holds immense potential for the country's overall economic and social

advancement, is indispensable for elevating the people's standard of living. Nepal, established as a major destination for natural, social, and adventure tourism, possesses high potential for the development and expansion of the tourism business. The attractiveness of its natural recreational sites to neighbouring countries and the global community makes strengthening Nepal's tourism market straightforward.

The tourism sector provides a strong basis for creating respectable employment opportunities within the country. Consequently, the development of this sector can attract the youth workforce toward employment within the nation. For this to happen, an integrated effort from the government and the private sector, spanning from the federal to the local levels, is necessary. The tourism business is inherently a primary foundation for the development of the national economy, and by generating employment opportunities for individuals at every level down to the local communities, it provides a strong support mechanism for poverty reduction. Furthermore, through the diversification and expansion of this business, the livelihood and employment opportunities of the general public can be increased, leading to an improvement in their quality of life.

To realize this, it is essential to properly conserve and promote the diverse resources available in the country; develop all types of infrastructure related to tourism services, including international air transport services; and achieve quantitative and qualitative growth in the tourism service industry. Similarly, it is imperative to identify, develop, and expand tourist sites of diverse character across the Terai, Hill, and Himalayan regions for every type of tourist with new, adventurous, and varied interests and preferences. Since easy access to tourist sites, quality and reliable hotel services, and a peaceful and secure environment are the primary concerns of tourists, it is necessary for the federal government, local levels, stakeholders, and all businesses to be aware and vigilant in ensuring these conditions.

References

- Constitution of Nepal, Nepal Law Book Management Board, Kathmandu: Government of Nepal, 2015.
- Annual Policy and Program, F.Y. 2082/83 B.S., Ministry of Finance
- Budget Speech, F.Y. 2082 B.S., Ministry of Finance
- Sixteenth Plan (2081/82-2085/86), National Planning Commission, Kathmandu: Government of Nepal
- Tourism Policy, 2082 B.S., Ministry of Culture, Tourism and Civil Aviation, Kathmandu: Government of Nepal
- Various Reports and Annual Progress Details, Ministry of Culture, Tourism and Civil Aviation, Kathmandu: Government of Nepal

✦✦✦

Tourism and the Nepalese Economy

(How Nepal Needs to Master the Science and Art?)

✍ **Anil Chitrakar**

1. Introduction

Less than one percent of the tourists who come to Nepal end up spending more than one hundred and twenty-five dollars a day. This is the segment of our clients that we need to grow and hence we need to focus our promotion and branding efforts on them. When we calculate one percent of 1.3 million, we are talking about thirteen thousand tourists which is a real small number. We are doing so badly that the initial impact we can create with our promotion work should be easy. For this we need to start by shifting the target of bringing in two million tourists to Nepal per year and concentrate on how much each spends in Nepal.

Estimates show that the Nepali tourism sector generates about 2.7 billion US dollars each year and generates about 1.19 million jobs. This is about 6.7 percent of Nepal's GDP. The whole world is working towards a twelve trillion-dollar economy that can be created around "experience tourism market". We can do much better in branding Nepal for the purpose and regularly monitor the economy to see if our share of the global market is growing

✍ Social Entrepreneur

or not. Number of tourists visiting Nepal is less important than what they contribute to the economy of Nepal and improving the quality of lives while keeping our destinations safe and well preserved.

The principal reason why people in remote areas of Nepal still stay back is due to tourism and the money it brings. It is seasonal and hence there is time for local people to travel and be back for the "tourist season". The historical reason for which people lived in their villages have become redundant and many have already moved to areas near highways, urban centers, Kathmandu valley and beyond Nepal. Even those who have left Nepal have a reason to go back to the village once or twice a year with a group of tourists. This is a great way for Nepalis all over the world to help Nepal and also stay connected to their roots.

2. Art of branding

Air quality and safety for single travelers are obviously important in tourism. No one wants to spend so much money, travel half way around the world to be sick. How sad would it be if tourists were making the decision not to go to Nepal because the air quality in Kathmandu was really bad. The Nepali Times reports that forty thousand people die each year due to air pollution. The news competes with the positive index that indicates that Kathmandu is the safest place to be for a single female traveler. We need to keep our cities safe but we must clean the air too. The recent move to clean energy will bring good results but more needs to be done.

Dubai likes to brand itself as, "Two thirds of humanity are eight hours' flight from Dubai." This is a very powerful statement in a world where business and business travelers are growing and spending a lot of money. Close to a hundred million passengers travel through Dubai annually. Nepal's total annual number including Nepalis with foreign passports comes to 1.3 million. Dubai does not have the highest mountain in the world, it does not have the birthplace of the Buddha. We must learn from places

like Dubai. Nepal is a destination that one has to decide to go to. It is not on the way to some other place. This is a brand in itself. Our unique selling point.

Nepali 'tourists' are going abroad and spending more than two times what foreign tourists are spending in Nepal. This is a very strange situation in a country where there is so much "talk" about how tourists can be a great foreign exchange earner. The numbers may not be accurate due to loopholes in the data. Once a Hong Kong immigration officer asked me a simple and yet profound question, "We hear that Nepal is a poor country. The passport of the visitor from Nepal says his occupation is 'farmer', and the purpose of the visit to Hong Kong is tourism. How?" The point is we need better data so that we can draw the right decisions on where we should put our scarce promotion budget into. Nepalis travelling and working globally could become the best way to promote Nepal.

3. Human capital

Tourism is all about services and hence branding the services is all about the quality of human resources we have. Efforts and

Swyambhu Mahachaitya, *Known as Monkey Temple*

agencies have come up for the purpose. Things are getting better all the time, but we are not there yet. We need guides who know more than to say monkey temple and we did not see tigers because of bad luck. We need tour managers who can explain the life and teachings of the Buddha beyond showing the visitor the marker stone, the nativity statue and the Ashok pillar at Lumbini. Tourists today are sophisticated and in one feedback session they mentioned that the guide should not have used a lesser pointer to explain the body parts of an animal in the wild. Our human resources need to grow with the quality of the tourists that we seek.

Tourists often ask many strange questions like, "How come Nepal does not celebrate independence day?" or "How come you have the largest number of political parties named after Mao, Marx and Lenin?" These questions actually help visitors to understand Nepal better and go beyond temples, mountain peaks and the jungle. We hear often that the best part of the trip to Nepal was talking to locals and the young. They love to speak to school children and visit schools on trek routes or outside protected national parks. Nepal is the result of their history and culture and will engage the tourists in a deeper conversation than what a guide could offer. For example, visiting an artist at the studio is better than going to a store.

Nepal's tourism destinations spread from the birthplace of the Buddha at Lumbini to the south and Muktinath to the north. Tour operators, managers and guides have to know and be able to explain a lot. We may know the history of Lumbini, but what can we say about the teachings of the Buddha or the conservation principles that are enabling the protection of the site and the challenges we face. How do we tell the story of Ram, Sita, and the Ramayana at Janakpur? How do we explain Nepal's geology when we are in Mustang? How much do we know about the various wildlife species and the way Nepal has done so well in conservation and plans we have going ahead ?

Ram Janaki Mandir, Janakpur

There is a saying that when we pay peanuts we get monkeys. The recent story of how much Nepalis are earning in Norway to build stone trails has been circulating in the media. We need good people if we are going to build a strong tourism economy or we shall continue to see people join the sector, earn some experience and then move to other parts of the world where the pay is better. We know what it costs to run a household in Nepal and the cost of education for children and the ever rising cost of health care. Branding and promoting Nepal will be about the quality of the people we have.

4. Getting to Nepal

Tourism as we know it today began in Nepal in 1956 as when Thomas Cook brought twenty-two American tourists to Nepal. The pace of growth has been low but the amount of money tourists spend in Nepal has not grown at all. Yes, the dollar is stronger against the Nepali rupee. Further, the biggest expenses for the tourists coming to Nepal is the cost of air ticket. This revenue does not come to Nepal due to the fact that Nepal Airlines has a very small share of the seats sold in the tourism market. The national carrier continues to lose money and has lost its reputation and is not a reliable means to get in and out of Nepal. This will take much longer to fix but we need to remember that the money is in airline seats.

We know that tourism is vulnerable to many factors that are beyond our control. For example, the safety record of Boeing planes and the fatal air pocket accidents affect tourism. In Nepal, political movements that spill on to the streets take their toll. This time, the arson of hotels and the fact that they carried globally recognized brands did not help and will not help brand Nepal as a safe place to travel to. We need to review and improve security and have a plan in place to prevent similar things from taking place in the future. Safety is usually on the top of the list of things to check before making the decision to visit Nepal. Safety is a non-negotiable when it comes to branding Nepal.

5. Evidence based promotion

We are not able to manage what we do not know. Many tourists who come to Nepal and many Nepalis who are engaged in the tourism sector would like to believe that Nepal's economy depends on tourism and hence should be a priority area for investment and promotion. The problem is we do not know what the exact contribution of tourism is to the Nepali economy. The estimates vary from 3-6 percent. Part of the challenge is that many transactions take place in the informal economy like many other transactions in Nepal. In the same way the number of Nepalis who have jobs in the tourism sector cannot be stated with accuracy.

What we do know and use are the ratios. One that is globally accepted, for example, one tourist can contribute to ten to twelve jobs directly and indirectly. The challenge here is the fact that many of these jobs are seasonal and hence part time. When we use numbers like 1.3 million to describe tourist arrivals, we are often talking about airport arrivals and not road arrivals. We also tend to include Nepalis with foreign passports who are visiting family during festivals. All this becomes a challenge for us to manage our promotional work and its impact on the overall economy of Nepal.

The central idea that we must cater to the needs and wishes of

A Tourist Making a Pot at Pottery Square, Bhaktapur

the tourists and keep them happy at any cost is being challenged globally. Many places in the world that promoted tourism for decades are now protesting against over-tourism. Tourists cause hyperinflation and crowd out housing for the local people. Tourism is often blamed for diluting local cultures by making them less authentic. In Nepal we are happy that tourism is a great way to distribute wealth to remote areas and also has served as an incentive for conservation of our natural, cultural and built heritage. It will be good to keep our eyes open to negative impacts.

When it comes to pricing our services and products, we seem to have failed to look at how much a tourist pays in Nepal and whether we have calculated what it costs to host them. There are

the direct costs like food, air tickets, transport etc. but what about the people who cook and clean the hotels and lodges? What about water and trash management? The point is that we cannot sell our tourism destinations at a price that will not allow us to manage and protect these sites. We would be "killing the goose that lays the golden egg." There is a minimum that we cannot go below if we are going to keep Nepal attractive to tourism. We cannot use the excuse that everyone is cutting prices and I have to follow them.

6. Branding beyond built and natural assets - Year round tourism

When a tourist arrives in Chitwan, Khumbu, Kathmandu or the Kali Gandaki valley, they really value the interactions and time spent with local people. The experience of home cooked local foods, participation in local cultural events and even learning a few words in the local language seems to be mentioned by many visitors on top of the list of the things they remember about their time in Nepal. This is an aspect of branding and marketing we need to do a much better job with. The captive audience we have

A Panoramic View from the Bank of the Rapti River, Chitwan

with us before the cultural program begins at jungle lodges in Chitwan, for example, should not be missed. We need to use this time well and we need better story tellers to help brand Nepal.

The chariot festival of Karunamaya at Patan is just as much

The Chariot Festival of Karunamaya, Lalitpur

as tourism product as the Biskaa Jatra in Bhaktapur. For some reason Nepal got stuck with the concept of a "tourist season" and hence we have not been able to think outside the box. Nepal is and can be a year-round destination depending on who we decide to sell our product to. From wildlife to the Chhath festival, Nepal has some of the most unique flora, fauna, landscapes and culture in the world. Art and artists of the Kathmandu valley do well all year around. Different foods are served at different times and we can create a full culinary calendar for tourists. We should stop having momos all year around. It should be seasonal.

A wise person once explained to me that tourists like to go to places where toilets are clean and where animals are treated well. These are two great ways to test the Nepal brand and accept that we need to do a lot better on both fronts. Tourists also like places where safety standards are non-negotiable. Japan makes the top of this list along with Singapore. The fact that the Japanese flight crew were able to evacuate 400 passengers in 90 seconds is the kind of branding that the tourist is looking for. These things do not happen by chance and are by design, trainings and many hours of practice and discipline. Nepal still relies on luck and good fate. Nothing should be left to chance.

7. Destination preparedness and promotion

Tourism is one service sector where we should under promise and over deliver. We need to give it the element of positive surprises to the visitor, or we need to exceed their expectation. That is why taking feedback and using the input to improve the destination all the time is critical to be able to benefit from tourism. If we consider feedback as complaint, then we need to change our ways. Feedback is to help improve. Many improvements can be done for no new additional cost. In the change process we must keep what is uniquely Nepali.

We do have to set the expectations so that we do not end up doing permanent damage to the destination. Many pilgrims to Lumbini cannot understand why we have a noisy polluting boat on the central canal when their expectation at Lumbini was serenity. No one on the safari in Chitwan understands why we are in a noisy rattling jeep that is poorly maintained and driven by a driver who is in a hurry to get back for the next group. At heritage sites, a local shopkeeper does not get why tourists do not even buy bottled water so they can earn from tourism.

Branding Nepal as a place for a "lifetime experience" requires real effort. People do not want to buy and carry "stuff" anymore. We therefore need people with the stories and the skills to provide the experience. No one "likes" to be cheated in the process by those who think you can tell anything to the visitor. There is a big difference between bargaining and cheating. People all over the world work hard and save, so that they can travel to places like Nepal. They must leave happy and send more tourists to Nepal, willing to spend more. Nepal can do much better than what we have. For this, we need to look at branding as a strategy and invest in it. So far Nepal has sold itself with little or no effort because it has so many great destinations and the warmth of the people. We just need to build a great branding and promotion effort on top of what we have.

New Policies for Tourism Promotion in Nepal

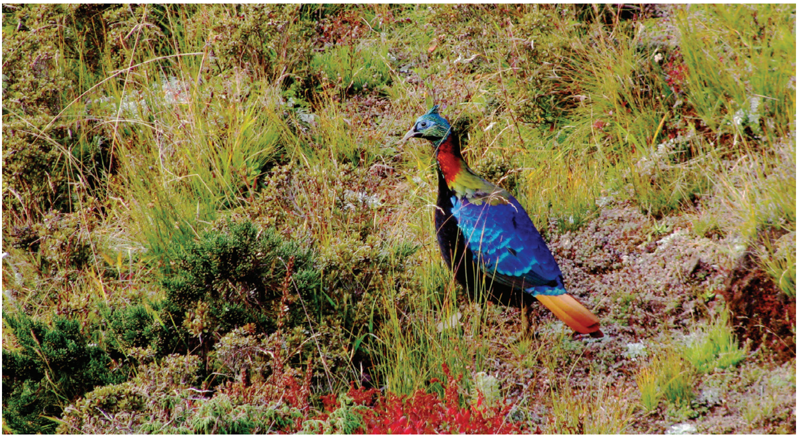
✍ Bharat Mani Subedi

1. Introduction

Scenic View of Rupa Lake with Rhododendron (Laliguras)

Tourism holds a significant relationship with the national economy of a country, especially in a developing economy like Nepal, which abounds with rich cultural and natural resources. Nepal is home to exotic flora and fauna, unique landscapes, cultures, traditions, and numerous sites of historical and religious significance. The tourism industry of Nepal can leverage this

✍ Former Secretary, Government of Nepal



Lophophorus Impejanus, *Danfe*

potential to create jobs, increase foreign exchange earnings and contribute to the strengthening of national infrastructure. It is clear, therefore, that Nepal, as a host country for visitors, should move beyond an orthodox perception of tourism as merely an act of recreation. The realization of the tourism potential, followed by the effective translation of this endowment into increased contributions to Nepal's national economy is indispensable today, which is only possible through tourism promotion.

Tiger

The National Tourism Strategic Plan (NTSP) was a dedicated policy framework tailored and developed specifically for this purpose. Nepal's tourism sector over the past decade has been steered by the guiding strategies outlined in this policy framework. The project, however, is approaching the end of its policy cycle in 2025. As a result, we are presented with an important opportunity to evaluate which interventions proposed in this document are still relevant today and should be consolidated in the next. Subsequently, to ensure that Nepal's tourism potential is effectively harnessed to the national economy in the future, we need to evaluate what a policy framework like the NTSP could include in its future strategic guidelines. This article will revolve around this central line of inquiry.

2. Tourism Promotion and the National Economy

It is important, first and foremost, to be clear about the material benefits promised by the nexus between tourism promotion and the national economy. A substantial primary outcome of this relationship is the attainment of the desired level of economic growth through an increase in foreign exchange earnings and balance of payments. Foreign reserves, crucial for shielding a nation from crises, meeting foreign obligations, and ensuring a stable economy, increase with an expansion in tourism promotion. Empirical studies based on developing countries such as Nigeria and Nepal affirm that while a positive correlation between tourism in general and foreign exchange earnings exists, the absence of effective promotion could only bring about negligible gains for the national economy. Thus, an increase in the number of tourists does not necessarily translate into an increase in foreign exchange earnings unless tourism is actively promoted (Matthew et al. 2018; Bhattarai et al. 2021).

Tourism promotion can, furthermore, have a substantial effect on the Gross Domestic Product (GDP) and the national income of

a nation. A tangible stimulation of employment in the tourism sector is felt when tourists spend money on transportation, food, accommodation, services, etc. Studies indicate that over a million jobs are created in Nepal in the tourism sector, and the whole industry accounts for almost 10 percent of the national GDP of Nepal (Adhikari 2024). Similarly, various studies showed a sharp rise in the number of tourists arriving over the last decade, with prospects of a significant and steady increase in tourist arrivals in Nepal in the upcoming years (Khadka et al. 2025; Chaudhary 2025). If exploited properly and fully through strategic tourism promotion, the share that this industry could bestow upon national coffers will see a proportional rise.

Lastly, the matter of utmost importance for Nepal as a political entity, especially following its adoption of the federal system of government is the harmonious and inclusive development of all regions of the country. The Constitution of Nepal grants power to local levels in creating tourism policies and collecting revenue from tourism. Integrating tourism promotion into the development plans of local governments, consistent with their broader plans, can help extend development beyond major urban cities to address regional disparities if applied with careful consideration (Saarinen 2014). Besides, tourism can also facilitate broadening the economic base through diversification as Nepal's economy is predominantly dependent on agriculture.

Similarly, promoting tourism at the local level also directly uplifts local communities which eventually aids the perpetual replenishment of the national treasury. Local tourism promotes infrastructure investment and strengthens community participation through the involvement of locals in agenda development. The ecology and local heritage are better protected, social cohesion improves, and wages increase. As a result, the success of a well-planned local tourism promotion encourages the establishment of rural tourism, cultural tourism, eco-tourism, etc., throughout

Nepal, all of which will enrich local economies and serve as a sustainable contributor to the national economy. It is evident that rural and regional areas in Nepal that host touristic activities are crucial beneficiaries of tourism, where the per capita income is significantly higher than the national average.

It is in Nepal's real and ultimate self-interest, therefore, to attract potential tourists through effective tourism promotion. A sound area for investment, this practice has also been successfully adopted by nations around the world to stimulate visitor arrivals and spending. To achieve this, however, we ought to first look at the best tourism promotion strategies in NTSP that could still be considered strong and valid for their inclusion in the upcoming tourism policy framework.

3. NTSP: An Old Yet Useful Policy Framework

NTSP contains several well-considered, contextual, and nuanced tourism promotion strategies to harness Nepal's touristic assets so as to render the tourism industry a significant contributor to the national economy. that were centered upon extracting higher volumes of foreign currency, generating employment, and boosting Nepal's GDP. First, NTSP emphasized destination diversification. Through a diversion from the traditional tourism hubs in Kathmandu and Pokhara, the policy suggested a dispersion of tourism concentration to promote tourism in rural areas, where the locals get an equitable share of the benefits from tourism. A continuation of this strategy would ensure economic progress as the emphasis on indigenous entrepreneurship and employment generation in remote regions. While releasing the tourism potential of previously unheard of destinations and shedding pressure on overburdened destinations, sustainable job creation and stimulation of local entrepreneurship ensure the alignment of tourism promotion with inclusive and sustained economic growth and balanced regional development.

Another central component of NTSP that should be consolidated in the next policy framework is the concept of creating an image of Nepal as a place like no other. That is to say, a focus on persuading the tourists that Nepal hosts a combination of numerous activities that is impossible to experience elsewhere. This strategy pinpoints Nepal's comparative advantage in areas like religious tourism, spiritual tourism, adventure tourism, and heritage tourism. Leaving behind the concept of an orthodox single-product destination, catering to the desires of experience-driven tourism, enhanced by digital storytelling and promotion, increases Nepal's appeal and visibility. This demonstration of multidimensional branding should be continued as this creates a distinct impression on tourists who, consequently, would prefer to increase their stay and perhaps spend more in Nepal.

Along with the emphasis upon creating an image of a tourism sector whose market is quite diverse, NTSP urges the need to proactively diversify markets in the tourism sector. By diversifying its traditional base of sources for visitors and entering new markets, the plan sought to lessen exposure to external shocks like economic downturns, health crises, or political instability to build long-term economic resilience. In addition, quality

Kuri Village, Dolakha

enhancement was also identified as a key element in tourism promotion in NTSP. Better accommodation, safety, outstanding hospitality services, trained guides, in short, better standards of service were seen as a vital strategy that could sustain Nepal's image. Promotion without quality will inevitably bring about long-term erosion of destination credibility. Consequently, the next policy cycle has to integrate the importance of diversified marketing efforts in sync with an elevated service quality in its tourism promotion strategies.

Furthermore, the new policy framework must retain the previous strategy of developing community-based sustainable tourism. Schemes such as homestay and village tourism have allowed rural communities to engage directly in tourism value chains and bring the economic benefits of tourism to the local level. This helps with income generation, preservation of cultural identity, social inclusion, and reduced rural-urban migration. Besides, in combining tourism promotion with environmental protection, implications of these strategies acknowledge that Nepal's natural resources are as much ecological assets as they are economic ones. As a result, sustainability-based tourism promotion must be continued to sustain long-term economic returns and benefits from tourism.

With regard to economic governance, NTSP laid stress upon institutional coordination and partnership between public and private entities. This is imperative as developing tourism necessitates cooperation between the public sector, private investors, local authorities, and communities. With the introduction of federalism in Nepal, the need for coordination among various levels of government has become even more crucial to prevent policy disintegration and duplication. Stronger institutional structures, clearer regulations, and more investment-friendly environments will be essential in the following policy cycle to translate tourism promotion strategies into tangible

economic results.

To conclude, tourism promotion strategies of NTSP, such as creating a unique brand image, destination diversification, market expansion, quality and human resource development, community participation, sustainability, and institutional coordination are still highly compatible with Nepal's economic expectations. With such policies continuously sustained and further honed in the next policymaking cycle, Nepal would not be amiss to claim that tourism promotion continues to be a robust and long-term sustainable contributor to national economic development.

4. Lackings of NTSP and Suggestions Improvement

It has already been demonstrated that revisiting Nepal's National Tourism Strategic Plan of the last decade yields a solid foundation for promoting tourism as a key contributor to the economy in terms of GDP, employment generation, foreign exchange earnings, and poverty alleviation. Having said that, there are a few blind spots in the policy framework that need to be explored and addressed to make the Visit Nepal Decade (2025-2035) a resounding success.

Among the most obvious strategic gaps of NTSP (2016–2025) is its failure to provide destination-level tourism marketing master plans. Although the plan does recognize the need for diversification and better national branding, it treats Nepal for the most part as an undifferentiated tourism product. This ignores the fact that the sacred religious sites, the biodiversity of Terai, the wetland ecosystems of the Koshi region, and the Himalayan cultural corridors regions in Nepal demonstrate an ecologically, culturally, and experientially diverse touristic center. The inclusion of destination-based tourism promotional master plans in the upcoming policy would enable each destination to be promoted according to its distinct comparative advantage. The master plans can include regionally customized branding narratives, season-based promotion themes, and targeted investment guidelines,

which thereby lead to a sharper, more competitive, and spatially balanced tourism promotion.

A second unaddressed area in NTSP is the lack of an integrated border and regional tourism marketing strategy. Failing to recognize the lucrative geographical reality of Nepal, which is situated between two most populous states in the world, the framework falls short in providing a clear conceptual framework on how to take advantage of cross-border flows of tourists by joint promotion, travel facilitation, or joint tourism circuits. Moreover, this omission is particularly significant in light of the huge potential of short and long-haul travel of Indian pilgrims and the rapidly growing travel potential from the Tibet region of China. Therefore, including border tourism in Nepal's upcoming tourism strategy could allow Nepal to more effectively tap into these markets through focused campaigns, such as streamlined visa and mobility arrangements. While the share of tourism revenues, without a doubt, will increase, this approach will establish economic resilience through the broadening of source markets.

NTSP also reveals a strategic void in its limited focus on upmarket and sustainable tourism segments. While the emphasis in the policy lies on achieving more arrivals, in so doing, it does little to encourage a shift from the volume-based model of tourism promotion towards a value-led approach. Nepal has interdicted itself, therefore, from marketing itself as a high-end destination for luxury experiential travel, wellness retreats, and green adventure tourism. Subsequent policy formulations, which include focused master plans for high-end and sustainable tourism segments, could significantly augment per tourist spending as well as project Nepal's image as a responsible and niche destination. By identifying and targeting priority markets and framing these promotional narratives in a local context, Nepal

can attract selective travelers looking for quality, authenticity, and sustainability.

In the same vein, the importance of technology-based digital tourism marketing is not sufficiently recognized in the policy framework. In a rapidly evolving digital environment where nations predominantly compete for their tourism sector promotion, older branding and promotion techniques do not suffice. Data-driven marketing, influencer partnerships, immersive digital storytelling, and increased social media engagement is indispensable for Nepal to gain visibility and competitiveness in the international markets. It is critical, therefore, for future tourism policies to outline a comprehensive digital marketing strategy for Nepal along with older methods. A comprehensive and purposeful tourism promotion will gain a broader audience in an effective manner. No one can deny that this path can lead us to have an interactive engagement with both current and future travelers. It has a positive effect on destination impressions, in particular among younger, tech-savvy groups.

The absence of the involvement of the local communities and the private sector in tourism promotion represents another significant strategic shortcoming in NTSP. Although it formally acknowledges the involvement of stakeholders, it does not specify any concrete mechanisms for how private businesses and local communities would participate in the national and international promotion of tourism. This has resulted in a lack of dialogue and weak coordination between national campaigns and the grassroots-level tourism initiatives. Introducing formal private-sector collaboration and community-based branding approaches into the next generation of policy would foster a more integrated and participatory system of promotion. It could also mean greater authenticity, better service, and assurance that tourism promotion truly represents the local communities while generating direct economic benefits for them.

Finally, NTSP's general commitment to diversification is not backed up by dedicated promotional master plans for niche and thematic tourism products. New areas like wellness tourism, film-induced tourism, agro-tourism, and creative economy circuits, and new forms of travel such as digital nomad tourism require different types of specialized promotional tools that are blindsided by the policy. The inclusion of sector-specific master plans in future tourism policy documents would allow Nepal to actively respond to changing global travel trends. Targeted promotion of these niche segments will not only widen Nepal's tourism portfolio but also reduce reliance on conventional products of tourism products, thereby fostering long-term sustainability and enhancing national economic resilience.

5. Conclusion

Tourism industry in Nepal is becoming profitable by the day. Thanks to a steady rise in the number of tourist arrivals who seek to enjoy our natural and cultural heritage. From the perspective of the national economy, however, the profits seem modest despite Nepal's vast tourism potential. Dedicated policies have been made in the past to redress this issue through the promotion of tourism. NTSP introduced several unique strategies that helped Nepal achieve global visibility and attract tourists, but it was not comprehensive enough. To address the demands of our rapidly changing times, new future-oriented policies related to tourism promotion should explore new possibilities, especially by charting the frontiers of digital tourism promotion. This will eventually build a tourism industry that will strengthen Nepal's fiscal position, necessary for accomplishing the overarching development and political goals of Nepal.

References

Adhikari, S. R. (2024). *Analyzing the financial dynamics of tourism and their economic impact in Nepal*. The Gaze: Journal of Tourism and Hospitality, 14(1), 1–12. https://doi.org/10.3126/gaze.v14i1.81694

Bhattarai, K., Upadhyaya, G., & Bohara, S. K. (2021). Tourism, Employment Generation and Foreign Exchange Earnings in Nepal. *Journal of Tourism and Hospitality Education*, *11*, 1–21. https://doi.org/10.3126/jthe.v11i0.38232

Government of Nepal, Ministry of Culture, Tourism and Civil Aviation. (2016). नेपाल राष्ट्रिय पर्यटन रणनीतिक योजना सन् २०७३–२०२५ [National Tourism Strategic Plan 2016–2025]. https://palpadurbar.lumbini.gov.np/media/downloads/नेपाल राष्ट्रिय पर्यटन रणनीतिक योजना सन् २०७३–२०२५.pdf

Khadka, B. K., Bhattarai, R. P., & Karki, S. (2025). Demographic and Economic Facets of Tourism Trend of Nepal. *Journal of Advanced Academic Research*, *12*(1), 6–13. https://doi.org/10.3126/jaar.v12i1.85132

Matthew OA, Ede C, Osabohien R, Ejemeyovwi J, Ayanda T, Okunbor J. Interaction Effect of Tourism and Foreign Exchange Earnings on Economic Growth in Nigeria. *Global Business Review*. 2019;22(1):7-22. doi:10.1177/0972150918812985

Saarinen, J., & Lenao, M. (2014). Integrating tourism to rural development and planning in the developing world. *Development Southern Africa*, *31*(3), 363–372. https://doi.org/10.1080/0376835X.2014.888334

Sustainable Tourism Development Strategy for Nepal

✍ Mr. Chhabindra Parajuli

Abstract

Nepal's economic environment remains heavily shaped by the tourism industry sector. The tourism industry supports the development of other industries as well; hence, it is necessary to enhance investors' confidence to accelerate the investment & growth of this sector.

Nepal is a multiethnic, multilingual, multi-religious, multicultural nation. Nepal is a home of mountains. Eight of the world's fourteen highest 8000-meter mountains are located in Nepal. Over 1300 peaks rise to a highest of 6000-meters or more. About 301 of these

Panaromic View of Fewa Lake, Kaski

✍ Director General, Department of Information and Boradcasting

summits are in Mustang alone. In addition to Himalayas, Nepal is also a home to more than 5 thousand lakes. Some stunning lakes are Rara, Shey Phoksundo, Fewa, Tilicho and Gosaikunda.

Nepal's mountains have become the greatest attraction for global mountaineering tourism activities. Mountain Tourism is a leading tourism industry and catalyst for economic development in Nepal. The development of Mountain Tourism promotes the extensive integration of culture, nature and adventure. Climate change has significant impacts on the country's environment as well as the tourism sector and its whole value chain ecosystem. It is the most urgent challenge to be addressed how to safeguard our mountains and natural assets from the climate induced disasters and its impacts. In this context, Government of Nepal would focus to preserve the mountains, nature and mountainous culture for enhancing the tourism sector income as part of its sustainable development. By visiting Nepal, global tourists could have the "Lifetime Experience" with its unique blend of nature, adventure, and culture; embracing the most hospitable people during their visit in Nepal. So, proper care and preservation of local culture as well as utilization of the mountains and mountain assets would be the top priority for the sustainable tourism development of Nepal.

Key Words: Mountain tourism; Climate change; Tourism Development Strategy; Tourism Products; Value chain strategy; Religious tourism promotion strategy; New tourism products development strategy; sustainable tourism development strategy

Background

Nepal is a multiethnic, multilingual, multi-religious, multicultural nation. Nepal is a home of mountains. Eight of the world's fourteen highest 8000-meter mountains are located in Nepal. Over 1300 peaks rise to a highest of 6000-meters or more. About 301 of these summits are in Mustang alone. In addition to Himalayas, Nepal is also a home to more than 5 thousand lakes. Some stunning lakes are Rara, Shey Phoksundo, Fewa, Tilicho and Gosaikunda. Since

Gupta Daha and the Reflection of Mount Sisne, Rukum East

ancient times, Nepal has been known as the land of Veda, the lord of meditation, the land of peace, land of knowledge, the land of Buddha. It is also the land of living Goddess Kumari, the land of Sagarmatha (Mt. Everest), the highest peak of the world, the land of Sherpas, the greatest mountaineers.

Tourism now plays a pivotal role in global economy as well as Nepal's economy. The development of Nepal's tourism industry has the potential to drive industrial linkages, supply chain maintenance, and create employment opportunities. Tourism also significantly contributes to the country's economic prosperity by creating employment opportunities, which in turn reduce poverty rates, and improve the standard of living of its people. The rapid economic development of the both our neighboring countries India and China has also created the extra milestone for the enhancement of the Nepal tourism Industry. Nepal welcome all the global tourists to explore its breathtaking landscapes and diverse cultural experiences. With better policies equipped by the sufficient safeguard measures regarding the tourism sectors investment projects, Nepal is keen to expanding its market for meetings, conferences, holiday leisure, trekking and mountaineering activities and events.

Nepal in respect of cultural heritage is one of the richest members of the world cultural community. It is a homeland of several

caste/ ethnic groups of people. The differences in life styles of these people, in aggregate, reflect verities in culture. The culture, festivals, food habits, clothing and languages of people differ from place to place. Nepal would be prioritized to protect and promote these cultural diversity as its strength and assets.

Nepal's mountains have become the greatest attraction for global mountaineering tourism activities. Mountain Tourism is a leading tourism industry and catalyst for economic development in Nepal. The development of Mountain tourism promotes the extensive integration of culture, nature and adventure. The major issues facing today is about the climate change and its impact to the natural environment in the Himalayas range. Nepal is a home for high mountains and scenic -Himalayas range. Nepal is focusing to preserve the mountains and the mountain assets. Nepal's greatest attraction are the Nepal's mountains backed by its people's incredibly welcoming attitudes and hospitable behavior taking tourists as a god. The traditions and famous hospitality of its many diverse ethnic and cultural ethnic groups are indeed an indigenous strength and assets of what makes Nepal so famous, so special and so unique. Now, preserving the Nepal's mountains and to reduce the climate change/ induce effects on the mountain region is the prime challenge for Nepal. Hence, protecting the Mountains climate and better utilization of the mountain resources and indigenous cultural assests are the major issues for the sustainable mountain tourism in Nepal.

Given the growing size of the tourism industry, the business requirements for its sustainability have increased tremendously. Tourism is the second largest source of foreign currency earnings after the remittances. The source of remittances should not be the reliable source for foreign currency earnings for the country since the global job market would always be fluctuated. So, it is necessary to focus on the tourism products and its market promotion initiatives. The tourism industry has also created a strong linkage for the enhancement of the other sectors like

handicrafts, small and micro enterprises, curios among others.

Climate change is having a profound impact on the global climate scenario as well as Nepal's mountains status and adopting to climate change effects would require more dedicated as well as coordinated efforts for preserving the mountain assets in order to promote the sustainable mountain tourism. It is an urgent need to protect our mountains from the adverse climate effects in this time. Mountains are the valuable assets and could make essential efforts to protect and preserve them in their original natural conditions. In this context, Government's would focus to preserve the mountains, nature ant mountains culture for accelerating the tourism sector's income in a sustainable way. This article will be help to explore the sustainable tourism development strategy for Nepal.

Nepal's Mountain Tourisms activities, products and Adventure activities

Everest Base Camp, Solukhumbu

Nepal's mountains are unique on a number of levels, ranging from small mountains to the world's top mountain and by offering their natural beauty. Home of the world's highest mountain range and containing eight of the world's ten tallest mountains including the most attractive place for the mountaineers, rock climbers, trekkers, and adventure seekers. Mountain flights would offer a natural view of the golden mountains in a just few hours of mountain flights.

Nepal mountains are ready to offer activities like-Mountain climbing, trekking, watching the mountain beauty by mountain flights, Rock Climbing, Rafting / kayaking / canyoning, hot air ballooning, bungy jumping, paragliding, ultra-light aircraft, mountain biking among others.

Nepal has long been popular among mountaineers, trekkers and adventure seekers. Tourists could receive the extra energy, natural and cultural stimulus in every visit to Nepal. Hence, make a plan to visit Nepal without any delay. By visiting Nepal you could get a chance to recharge your thinking, and support to achieve the next successful milestone in your corporate and business goals and missins. Nepal's mountains would be the ideal and unique destination for the corporate sectors leaders who want to be the high performer in their corporate world.

Famous Mountains Assets of Nepal

The highest mountains under the Himalayan system centered under the main Himalaya have peaks over 8000 meter high. In the mighty Himalaya range south of the Himalaya coast lie 1311 peaks of over 6000-meter height. Besides the Sagarmatha (Mt. Everest), the highest peak on earth, Mt. Kanchanjunga, the world's third highest peak, Lhotse, Makalu, Choyu, Dhawalagiri, Manaslu, Annapurna; these are one and half-dozens of peaks in Nepal out of the two dozen of such peaks in the world. Of the 14 highest mountains over 8000 meters in the world, eight located in Nepal.

(1) **Mt. Sagarmatha (8848.86m.)**: Mt. Sagarmatha (Mount Everest) is the world's highest mountain. Sagarmatha rises to 8848.86 meters above the sea level. Since the late 19th century, adventurous spirits have been fascinated with the ascent of the highest mountain in the world. Tenzing Norgey Sherpa of Nepal and Sir Edmund Hillary from New Zealand became the first people to stand on the top of the world on May 29, 1953 through South Col. They went through Khumbu Glacier and continued

their ascent to the summit via the South East Ridge.

(2) **Mt. Kanchenjunga (8586m.)**: Mt. Kanchenjunga main deserves world's third highest peak. It rises to 8586 m. above the sea level. Mt. Kanchenjunga Main lies in the far eastern part of Nepal. Mr. George Christopher Band of UK scaled Mt. Kanchenjunga first time on May 25, 1955 via South West Face.

(3) **Mt. Lhotse (8516m.)**: Mt. Lhotse lies in eastern part of Nepal beside the Mt. Everest. Mt. Lhotse rises to 8516 m. above the sea level. Mr. Ernst Reiss of Switzerland scaled Mt.Lhotse first time on May 18, 1956 via West Face.

(4) **Mt. Yalun Kang (8505m.)**: Mt.Yalungkang lies in the far eastern part of Nepal. Mt.Yalungkang rises to 8505 m. above the sea level. Mr. Yutaka Ageta of Japan scaled Mt. Yalungkang first time on May 14, 1973 via South West Face.

(5) **Mt. Makalu (8463m.)**: Mt. Makalu lies in eastern part of Nepal. Mt. Makalu rises to 8463 m. above the sea level. Mr. Jean Couzy from France scaled Mt. Makalu first time on May 15, 1955 via West Face.

(6) **Mt. Cho-O-Yu (8201m.)**: Mt. cho-O-yu lies in the eastern part of Nepal at Khumbu region. It rises 8201 m. above the sea level. Mr. Maciej Berbeka from Poland first time scaled this mountain on February 12, 1984 via South East Piller.

(7) **Mt. Dhaulagiri (8167m.)**: Mt. Dhaulagiri lies in western

Mt. Dhaulagiri, Gandaki

part of Nepal. Mt. Dhaulagiri rises to 8167 m. above the sea level. Mr. Ernest Forrer of Switzerland scaled Mt. Dhaulagiri first time on May 13, 1960 via North East Ridge.

Mt. Manaslu

(8) **Mt. Manaslu (8163m.)**: Mt. Manaslu lies in the western part of Nepal. Mt. Manaslu rises to 8163 m. above the sea level. Mr. Toshio Imanishi of Japan first time scaled this mountain on May 9, 1956 via North East Face.

(9) **Mt. Annapurna I (8091m.):** Mt. Annpurna I lies in the western part of Nepal. It rises to 8091 m. above the sea level. Mr. Maurice Herzog of France first time scaled this mountain on June 3, 1950 via North Face.

Nepal's Tourism Facts:

Tourism sector earnings facts:

Fiscal year	**2018/19**	**2019/20**	**2020/21**	**2021/22**	**2022/23**
US Dollars (Millions)	667.7	523.5	61.6	268.5	470.6

Source: *Statistical Year Book, 2023*

The tourism sector's earning is still fluctuating year on year. However they can be increased with additional tourism promotional events and more dedicated efforts.

Status of the Average Length of Tourist stay:

Year	**Average Length of Tourist stay (Days)**
2019	12.7

2020	15.1
2021	15.5
2022	13.1
2023	13.2

Source: *Statistical Year Book, 2023*

Status of the Tourist Visits (Purpose-wise)

Year	Holiday Purpose	Trekking and Mountaineering	Pilgrims	Others
2019	65	16.52	14.36	4.12
2020	60.5	12.4	15.6	11.5
2021	66.8	10.3	7.4	15.5
2022	64.7	10	12.9	12.4
2023	62.5	15.2	13.1	9.2

Source: *Statistical Year Book, 2023*

The above table clearly depicts that Nepal would need to focus to attract the tourists, especially the tourists for the purpose of like the mountaineering and trekking, holiday, religious meetings and conferences etc. The efforts should be directed in order to attract these clusters of tourists by investing more on the tourism related infrastructures development. The three clusters would be the priorities of interventions for the tourism promotion activities and outreach events. It is also necessary to increase the average length of tourist stay in Nepal by enlarging the tourism activities clusters and year-round tourism promotional events.

Tourism Development Strategy for Nepal

The following strategies would be essential in order to develop and promote the tourism industry in a sustainable way:

i. Developing Kathmandu valley as a living cultural museum strategy;

ii. Nepal’s cultural heritages digitization strategy;

iii. Nepal Airlines Corporation restrengthening strategy and operationalization of the Gautam Buddha International airport, Bhairahawa and Pokhara International airport with full capacity utilization;

iv. Potential tourism source market identification and tourism market diversification strategy;

v. Attracting the additional investments from both private and public sectors on the development of tourism related infrastructures;

vi. Capacity enhancement of the tourism related stakeholders- Nepal Airlines, Nepal Tourism Board including the non-state actors and the private sectors as well;

vii. Insulating the tourism activities and products from the political unrest & climate-induced disasters as well as human-induced disasters;

viii. Security enhancement strategy for the hospitality sector and their products and services;

ix. Promoting Nepal's tourism brand in the global tourism originating markets;

x. Introducing the year-round Nepal visit programs by breaking the seasonality tourism products and destinations activities;

xi. Preserving and protecting the available Mountains and the biodiversity assets:

xii. Religious and tourism places connecting strategy - by connecting Nepal's religious places with India's religious places and China's religious places;

xiii. Dedicated Religious tourism promotion events strategy focusing on religious tourism places,

xiv. Resilience Tourism infrastructures development strategy including improving the connectivity, investing for upgrading the physical infrastructures like hilly trekking

routs, construction of Cable Cars, beautification of the rivers and other infrastructures construction like the water fountain and maintenance at the mountain's Lake and the construction of the ethnic cultural museums- memorial parks among others;

xv. Preserving the local community's cultures and their cultural festivals as well as protecting and empowering the Local community's customs and intangible cultural heritages;

xvi. High quality Tourism activities related Human capital development strategy;

xvii. Development of the new tourism products and integrating their value chain with other sectors development strategy;

xviii. Promotion of Local community's traditional local cultural assets;

xix. Linking tourism promotion champions with others ethnic cultural activities and events;

xx. Protecting the intangible cultural heritage strategy;

xxi. Branding and marketing strategy of the Nepal's unique tourism products;

xxii. Dedicated Safety and security measures strategy of the tourists, tourism products and activities;

xxiii. Wildlife tourism promotion activities by establishing dedicated and endangered wildlife museums;

xxiv. Tourism activities expansion and sustainable economic enhancement strategy;

xxv. Preserving and protecting the mountains strategy in their natural condition's;

xxvi. Mainstreaming tourism policies and programs with other sectoral policies and programs;

xxvii. Developing new tourists' sites with additional recreational

facilities and services;

xxviii. Providing the investment opportunities for the private sector's in the construction and development of the tourism related infrastructures and services;

xxix. Enhancing the safety, security and reliability of the air services strategy;

xxx. Promoting new starts up focusing on tourism entrepreneurs and Link to local tourism products with global tourism supply chain strategy;

xxxi. Attracting the Indian and Chinese tourists by promoting the tourism products at the potential tourists originating cities;

New Tourism Brands/products for Nepal

The following products and tools would be considered for developing the new tourism products in Nepal.

I. Company Board Meetings at the Everest Base Camp, Machhapurchhe viewing city - Pokhara, Birth place of Gautam Buddha city - Lumbini, Janak city - Janakpurdham, Holi place - Muktinath of Mustang, at Makalu Base camp and at the Koshi River Boat;

II. Jungle Safari at the Sagarmatha National Park, Chitwan Nation park, Bardia National wildlife Reserve, Koshi Tappu Wild Life Reserve among others;

III. Night city tours among others;

IV. Boating competitions at the major rivers;

V. Viewing famous mountains of Nepal;

VI. Develop Tour packages connecting between cities and cultural heritages with recreational activities and facilities;

VII. Enjoying with high mountains cable cars and scenic natural beauty;

VIII. Reenergized packages with natural habitat and high altitudes places.

Conclusion

Nepal is the most potential and rapidly growing tourism market for the global tourists. By visiting Nepal, tourists could have the "Lifetime Experience of Nepal" with its unique blend of nature, adventure, and culture; embracing the most hospitable people during their visit in Nepal. Likewise, visiting Nepal including its mountains as well as religious places tourists would feel to reach more closure to nature, more closure to mountain and mountain's ecology and more closure to cultural assets and more importantly very closer to the people Similarly visiting Nepal tourists would enjoy with the beauty of Nepal's Himalayas and its cultural diversified people's cordial behaviors for their life long experience and good memory. Tourism industry is a significant part of Nepal's economy, contributing approximately 8% of the country's Gross Domestic Product (GDP) and providing more than one million jobs. The tourism industry has also created a strong linkage for the enhancement of the other sectors like handicrafts, small and micro enterprises, curios among others. Tourism now plays a pivotal role in global as well as domestic economy. The development of tourism industry in Nepal has the potential to drive industrial linkages, supply chain maintenance, and create employment opportunities. With better policies equipped by the sufficient safeguard measures regarding the tourism sectors investment projects, Nepal is keen to expanding its market for meetings, conferences, holiday leisure, trekking and mountaineering activities and events. Finally, it would be an urgent need to protect the mountains and its ecology as well the tangible as well as intangible cultural assets for the future generation. So, proper care and utilization of the mountains, mountain resources and local history of civilization and cultures are the integral needs, especially in the context of the climate change and sustainable tourism development in Nepal.

Reversing Nepal's tourism sector is not only about sustaining the tourism industry, nor is it merely about expanding tourism activities and the overall ecosystem. Rather, it is about building a tourism sector that is more resilient, more productive, and fully secure from unrest and turbulence.

References

Nepal-China Relations, Institute of Foreign Affairs, Nepal, July 2005.

A Generic Guidelines for Development through Economic Diplomacy, Institute of Foreign Affairs, Nepal, April 2008.

Ministry of Culture, Tourism and Civil Aviation, Nepal, Nepal Tourism Statistics 2014.

The fifteenth Plan, National Planning Commission Secretariat, Government of Nepal, Singhadurbar, Kathmandu.

Economic Survey 2020/21, Ministry of Finance, Nepal.

Sixteenth Plan (2081/82-2085/86), National Planning Commission, Government of Nepal, Singhadurbar, Kathmandu.

Nepal LDC Graduation Smooth Transition Strategy, National Planning Commission, Singhadurbar, Kathmandu, February 2024.

Mountaineering In Nepal Facts and Figure, Ministry of Culture, Tourism and Civil Aviation, Department of Tourism, Government of Nepal.

Tourism Vision-2020, Ministry of Tourism and Civil Aviation, Government of Nepal, Kathmandu, Nepal.

The HRM Nepal Journal, Fostering HR and Business, Volume 5, Issue 2, Kartik 2082.

www.globaltimes.cn, July 20, 2023.

Nepal Statistical Year Book, 2023, National Statistical Office, Kathmandu.

Ishan Parajuli, Nepal's Economy in 2026. Navigating Political Transition, Structural Constraints, and growth Re-anchoring, January 22, 2026.

Ishan Parajuli, Nepal's Economy: Frame Survival to structural Renewal January 11, 2026.

Patan Durbar Square: A Destination of Cultural Tourism

✍ **Ramesh Raj Paudel**

Abstract

Patan Durbar Square, Lalitpur

Cultural tourism is associated with cultural attributes. Patan Durbar and its premises is other-wisely known as Patan Durbar Square, the Palace complex in Patan, which is an important hub of cultural tourism. The history of Patan goes back to the *Malla* period and earlier. It is a beautiful medieval settlement, and a

✍ **Executive Director, Patan Museum**

site of heritage and archaeological importance. Inside the Durbar Square area, there is a beautiful Patan museum. Tourists enjoy the Patan Durbar Square in different ways, such as just observation, public space enjoyment, study tours, research activities, and pilgrimage. Now it is managed jointly by three tiers of government, the private sector, and communities. However, the use of its full potentialities with regard to cultural tourism is still missing. It needs to take immediate, short-term, and long-term initiatives to fill the missing elements.

Keywords: Cultural tourism, Cultural attributes, Patan Durbar Square, Patan Museum, and Initiatives

1. Background

The Kathmandu Valley World Heritage Property (KVWP) consists of seven sites. Out of these seven sites, there are three historic palace complexes, viz. Patan palace complex, Hanumandhoka palace complex, and Bhaktapur palace complex. All these palace complexes consist of similar values and attributes. However, there are some distinctive features in terms of their origin, management, tourism potentialities, touristic facilities, etc. This article focuses on the Patan palace complex from the perspective of cultural tourism.

Cultural tourism is associated with cultural attributes that plays a significant role in making the pull factors for tourism. According to Petroman et al. (2013), cultural tourism

refers to the movement of tourists for cultural enjoyment. It differs from other types of tourism, and the management of cultural tourism also differs from other types. For instance, eco-tourism focuses on the marketization of the available ecological properties, whereas cultural tourism focuses on the marketization of the cultural properties. Here, cultural properties refer to both tangible and intangible properties.

The area encompassing by the Patan Durbar Square is full of monuments that reflect an open museum. The history of Patan goes back to the *Malla* period and earlier. Besides this, Patan Durbar itself is a beautiful medieval settlement and a site of heritage and archaeological objects. Inside the Durbar Square area, there is the beautiful Patan museum, previously known as the Metal Art Museum. The Government of Nepal (GoN) established this Museum in 1997 A.D.

2. Key Touristic features of Patan Durbar Square

The Patan Durbar Square lies in the Lalitpur Metropolitan City, Bagmati Province, Nepal. As a tourism destination, it reflects the history, people and their relationships of the old Patan city (Shrestha & Chitrakar, 2020). The Krishna temple, a famous

Krishna Temple, Lalitpur

medieval stone temple is a core monument that lies within the Patan Durbar square. There are some other monuments alongside the Krishna Temple such as *Bhimsen* temple, *Bishweshwar* temple, *Narsingh* temple, etc. Just in front of the Krishna temple, there is a beautiful palace complex that houses the Patan museum. The existing museum boundary is the extension of the palace of the Malla Kingdom of that period. Besides this core area, there are several historic courtyards, *Choks* and monuments with spectacular arts and architectures around the museum.

Sundari Chok, Lalitpur

The Patan museum consists of three major historic courtyards (*Sundarichok*, M*ulchok*, and *Keshavnnarayanchok*), and an open space (Bhandarkhal area) embracing a pond, and a garden. All of these historic square-shaped courtyard buildings are full of art and architecture. Furthermore, each and every courtyard consist of beautiful historic structures within the courtyard. For instance, *Sundari Chok* has a sunken golden spout and stone images of deities placed in the wall niches and a stone seat of King *Siddhinarshingh Malla* for spiritual activities. Inside the museum galleries, there are several museum objects, such as images, artistic struts, old pictures, and inscriptions. Some notable objects inside the galleries are the ivory window, the

throne of King *Shreeniwas Malla*, the Golden gate, images of deities, architectural columns, etc.

Hiranyavarna Mahavihar, Lalitpur

The area surrounding the Patan Durbar Square is also full of historic monuments. Some notable examples are monasteries, temples, other structures such as *Hiranyavarna Mahavihar* (Other wisely known as golden temple), *Rudravarna Mahavihar, Jesthavarna Mahavihar, Machchindra Bahal, Ratnakar Mahavihar/Kumari Ghar, Mahabouddha* temple, *Sundhara* (golden spout), etc. Besides these monuments, the medieval settlement has also contributed cultural values to the visitors. In addition, some other historic structures in the outer area of the Patan Durbar Square are the gate in the west-north direction from the durbar square, which is still famous as the *Patan Dhoka* in this regard.

Most of the temples and monasteries mentioned above are associated with living heritage. The intangible culture associated with these tangible heritages add specific cultural values to make them tourism product. With a long history of several intangible cultures such as rituals, feasts, festivals, traditions etc. which are still in practice such as the celebration *Rato Machchindranath*

Kartik Nach, Lalitpur

Bhimshen Jatra, Lalitpur

jatra, Kartik nach, Shree Krishna Janmashtami (the birthday of the lord Krishna), *Bhimshen Jatra* etc.

3. Key tourist services delivered by the Patan Durbar Square

Patan Durbar Square is a hub for cultural tourism. Although it is a cultural heritage site, visitors get several tourist services here.

In other words, these services represent the products for cultural tourism. The first and foremost service is a free and clean space within the city area for enjoyment. The visitors also enjoy the traditional structures that was constructed with classical materials such as bricks, mud, stone, wood, etc. The monuments and the pavements in the core area are some examples in this regard.

Another service is the dense network of historic monuments. Temples of distinctive styles, monasteries, and traditional settlements are the main attractions. Tourists enjoy these historic monuments according to their goals. As illustrated, some tourists just observe the monuments, while some enjoy the monuments as resource materials. In other words, the whole monument zone has become a resource center for students, heritage professionals, researchers, etc., through tourism. Moreover, the whole monument zone has delivered open resource materials for researchers in the areas of history, culture, art, architecture, iconography, and intangible cultures. In addition, objects of the *Lichchavi* period and the *hiti* (Water management system) are other notable attractions that are in this area.

Another service is pilgrimage. People visit Patan Durbar Square to take part in several religious events. Both daily and occasional rituals associated with tangible heritage add value to pilgrimage. Shree Krishna *Janmashtami* is a famous religious event in this area. Similarly, *Rato Machchindra Jatra, Kartik Nach, Jya Punhi*, etc., are other events. General people, monks, religious people, etc., enjoy the Patan Durbar Square as a sacred pilgrimage. It is also an open archival area where visitors can enjoy the several inscriptions. The notable stone inscriptions in this regard are *Keshav Narayan Chok* inscription (643 A.D.), *Manga Hiti* inscription (570 A.D.), *Bhimsen* temple inscription, etc.

The next service is the Patan Museum. Although the whole Patan Durbar Square itself serves as an open museum, the Patan museum provides a different flavor to tourists. It is an

outstanding destination of cultural tourism with a full range of art and architecture (Nyaupane, 2025). The tourists at first enjoy the artistic and historic monument buildings. Second, the tourists enjoy the historic courtyards and associated structures. Third, the tourists enjoy galleries where there are different museum objects arranged according to the norms of the museum management.

Besides these services, some other fundamental services also make a significant contribution to promoting tourism in the Patan Durbar Square area. Hotels and restaurants are the first service providers in this regard. Tourists enjoy Newari traditional foods, beverages, and hospitality through these hotels and restaurants. According to Maharjan et al. (2022), the Newari community always prioritize the promotion of cultural tourism. Another attraction is that some hotels and restaurants are operated within the heritage buildings. In addition, curio shops of Nepalese art, modern toilets, tourist guide services, etc., are some auxiliary services that the tourists enjoy.

In summary, Patan Durbar Square delivers several services for the tourists. However, the tourists enjoy two categories of services such as common service and specific service. The common service consists of just observation, public space enjoyment, etc., while specific services cater to personal interests. For instance, a historian visits Patan Durbar Square to gain new knowledge in history, a culturist visits this area to gain cultural knowledge, a researcher of tourism visits this area to seek new ideas to promote tourism, and a student visits this area to study social studies through field observations, and so on.

4. Management and Promotion of Tourism

GoN has already declared the Patan Durbar Square as the protected monument zone. It is also a UNESCO World Heritage site. Therefore, the Department of Archaeology is primarily responsible for the maintenance of cultural heritage of Patan Durbar Square under the federal Ministry of Culture, Tourism, and Civil Aviation. As per the Constitution, Provincial authorities and

Lalitpur Metropolitan city are also responsible for the management and culture conservation of Patan Durbar Square. Besides these government institutions, the role of the private sector and other institutions is also significant. Patan Chamber of Commerce and Industry, Patan Tourism Development Organization, Patan Stay Association, Patan Tole Development Institutions, Ethnic societies, and general people are some examples.

There is a one door entry ticket system for the tourists to entry the Patan Durbar Square and the Patan museum since the fiscal year 2016/17. One door entry ticket management committee manages the one door ticket entry system for the tourists. The committee is chaired by the mayor of the Lalitpur metropolitan city with the representation of some experts and the executive director of the Patan Museum. The committee staff handle the management of entry and exit of tourists as per the tickets. According to the records of the one door entry ticket management committee, the following table provides the statistics of tourist flow in the Patan Durbar Square based on the number of tickets sold.

Table 1: Tourists' entry in the Patan Durbar Square including Patan Museum

Fiscal Year	Nepalese Students	Nepalese	South Asian	Foreigners	Total
2016/17	24219	43857	17110	91718	176904
2017/18	31209	65607	26884	120513	244213
2018/19	30,894	67,127	31,180	133,247	262,448
2019/20	21,851	45,088	19,887	89025	175,851
2020/21	4144	20691	725	751	26311
2021/22	19000	57200	15869	15534	107603
2022/23	41450	110350	37785	67847	257,432

2023/24	44100	119050	41998	106550	311,698
2024/25	42450	123800	36163	117549	319962

Source: *One Door Tourism Fee Management and Implementation Committee/ Patan Museum, Lalitpur*

The table shows an increasing trend of tourist arrivals except during the COVID-19 period. However, the Patan Durbar Square is a public place and no entry ticket requirement for the Nepalese citizens to enter the Durbar Square except Patan Museum. Therefore, the above table does not provide the actual flow of tourists/visitors in the durbar square area.

Patan Durbar Square is an important destination of the tourism in Nepal. As per the latest statistics of the One Door Tourism Fee Management and Implementation Committee, 19472 tourists visited the Patan Durbar square in October, 2025. These statistics infer more than fifteen percentage tourists enter the Patan Durbar Square in comparison with the national statistics of the foreign tourists 128443 in this October (Nepal Tourism Board, 2025).

5. Promotion of Tourism activities for the coming days

The tourism activities of the Patan Durbar Square are not limited to the discussions mentioned above. In other words, the potentiality goes far beyond the existing scenario. The existing scenario just reflects the recovery from the earthquake devastation of 2015. Other factors such as infrastructure, tourism products, coordination among the stakeholders, and tourism environment are also responsible for the promotion of tourism for the coming days. In addition, community participation with technological innovations plays a significant role in promoting tourism at the cultural heritage site (Baral, 2024).

The primary attention for the coming days is to keep the outstanding universal value of the world heritage property. Zero tolerance in the property encroachment, follow-up of the heritage-

friendly development activities, conservation awareness among the stakeholders, etc. are some notable initiatives in this regard. These initiatives should be addressed by the Department of Archaeology in coordination with other institutions, such as provincial institutions, Lalitpur Metropolitan City, and communities. Similarly, the craftsmanship of Patan should be retained to promote cultural tourism for the coming days (Shakya & Tiwari, 2022)

Another attention is infrastructure development such as a good road network, foot trails, cycle trails, toilet facilities, hotels, and restaurants. Through the good network, a circuit of cultural tourism can be developed joining the monument area within the Patan Durbar Area. The development of circuit should also be extended beyond the Patan Durbar Square in the future. The next is guide services for which trained guides with good ability are in demand for the future. Furthermore, dedicated guides should provide proper services as per the needs of tourists. Similarly, an improvement in hospitality will contribute as a catalyst.

The management of entry tickets should have complete information and technology (ICT) based. Existing ticket counters should extend in numbers to manage the entry leakage. The immediate action may be the revival of entry points just before COVID-19. Similarly, an additional recording system for Nepalese citizens should be introduced to update actual number of tourists. More information centers, latest brochures, revision of fees, etc., are other initiatives to be taken. For the short-term and long-term perspectives, planned tourism activities should be carried out as per the recommendations of the experts, stakeholders, and local communities. The expectation of tourists of the twenty-first century should necessarily be taken into consideration.

6. Conclusion

Cultural tourism primarily focuses on the cultural attributes. However, its importance goes beyond the cultural attributes.

Tourist Purchasing Local Art and Crafts

Patan Durbar Square is a world heritage site with several cultural attributes, such as monuments, objects, and associated intangible culture. Visitors enjoy not only these attributes but also the open spaces, traditional construction materials, pilgrimage, and a research center for their interests and purposes. However, the existing scenario is not sufficient. For this, immediate as well as mid-term and long-term initiatives should be taken. Immediate initiatives consist of an enhancement of existing management practices such as entry management, infrastructure improvement, and promotional activities. On the other hand, short-term and long-term initiatives should be taken considering the demand of the tourists for the coming days.

References

Baral, A. (2024). Issues and Challenges in Cultural Heritage Tourism in Nepal. *Nepalese Journal of Business, 11*(3), 32-50. https://doi.org/https://doi.org/10.3126/njb.v11i3.79278

Maharjan, S., Devkota, N., Poudel, U. R., & Klímová, M. (2022). Newari community's attitude to promote cultural tourism development: Evidence from Kathmandu Valley, Nepal. *Journal of Tourism*

and Services, 13(24), 164-189. https://doi.org/https://doi.org/10.29036/jots.v13i24.349

Nepal Tourism Board. (2025). *International Visitor Arrivals October*.

Nyaupane, P. (2025). Visitor Management Strategies at Patan Museum: A Tourism Perspective. *Nepalese Culture, 18*, 31-42. https://doi.org/https://doi.org/10.3126/nc.v18i1.78286

Petroman, I., Petroman, C., Marin, D. C., Văduva, L., & Pandur, I. (2013). Types of cultural tourism. *Scientific Papers: Animal Science and Biotechnologies, 46*(1), 385-388.

Shakya, D., & Tiwari, S. R. (2022). Craft Conservation and Tourism Development (A case in Lalitpur Core, Patan). *Proceedings of 11th IOE Graduate Conference*, 154-161.

Shrestha, B., & Chitrakar, R. (2020). The significance of historic urban squares in generating contemporary city identity: Case study of Patan Durbar Square. In *Revisiting Kathmandu Valley's Public Realm: Some Insights into Understanding and Managing Its Public Spaces* (pp. 29-52).

Stamatoudi, I., & Roussos, K. (2024). A Sustainable Model of Cultural Heritage Management for Museums and Cultural Heritage Institutions. *ACM Journal on Computing and Cultural Heritage*. https://doi.org/https://doi.org/10.1145/3686808

Photo Credits:

- Min Kumar Sharma
- Praveen Shrestha
- Suman Chandra Rauniyar
- Dr. Hari Datt Pandeya
- Suman Bajracharya
- Shalik Ram Koirala
- Ram Krishna Maharjan (Cover)
- Khagendra Karki
- Krishna Kumar Jha
- Bishnu Prasad Sharma Parajuli
- Hari Gopal Shrestha (Cover)
- Subash Rai
- Bipul Pandey
- Kiran Kumar Panday
- Dipesh Shrestha
- Sujan Gurung
- Pradeep Raj Onta
- Bikash Karki
- Prakash Mathema
- Dipen Shrestha
- Laxmi Prasad Ngakhusi
- Nisha Bhandari (Cover)
- Nabin Kumar Shrestha
- Kuldeep Nyaupane
- Bal Krishna Thapa
- Tashi Ghale
- Dilip Ali
- Sunil Sharma
- Archana Shrestha
- Bhashwar Ojha
- Bikash Dware
- Madhup Shrestha
- Surya Prasad Shrestha
- Giri Raj Banskota
- Jamuna Barsha Sharma
- Department of Archaeology
- Department of National Parks and Wildlife Conservation
- Nepal Airlines Corporation
- Nepal Railway Company Ltd.
- Zohran Mamdani, Mayor of New York (Instagram)
- Hou Yanqi, Ambassador for China (Facebook)
- Xu Qing Chinese Actress (https://www.cgtn.com/)

जि.प्र.का. काठमाडौं दर्ता नं. १४३/०५७/५८

नेपाल सरकार
सञ्चार तथा सूचना प्रविधि मन्त्रालय
सूचना तथा प्रसारण विभाग
काठमाडौं, फोनः ०१-५९१९८९२
www.doib.gov.np

ISSN 2795-1820

मुद्रणः मुद्रण विभाग, सिंहदरबार, काठमाडौं