पोखरा महानगरपालिका
POKHARA METROPOLITAN CITY

Business Promotion Center

पोखरा महानगरपालिका
व्यवसाय प्रवर्द्धन केन्द्र

उद्यम क्लिनिक

समष्टिगत प्रतिवेदन

२०८१

POKHARA
RESEARCH CENTRE

पोखरा महानगरपालिका
व्यवसाय प्रवर्द्धन केन्द्र

उद्यम क्लिनिक

समष्टिगत प्रतिवेदन
२०८१

प्रतिवेदन तयार पार्ने निकाय
पोखरा रिसर्च सेन्टर
पोखरा

अनुसन्धानकर्ताहरु:

डा. प्रदिप सापकोटा (उप प्राध्यापक, पोखरा विश्वविद्यालय)

डा. दिपेश रानाभाट (उप प्राध्यापक, पोखरा विश्वविद्यालय)

सुजन रेग्मी (प्रबन्ध निर्देशक, पोखरा रिसर्च सेन्टर)

सुवास मल्ल (उप प्राध्यापक, पोखरा विश्वविद्यालय)

होमबहादुर क्षेत्री (उप प्राध्यापक, वनविज्ञान अध्ययन संस्थान, त्रिभुवन विश्वविद्यालय)

बिनिता सुबेदी (पोखरा रिसर्च सेन्टर)

सुरक्षा पोखेल (पोखरा रिसर्च सेन्टर)

प्रतिवेदन तयार पार्ने निकाय:

पोखरा रिसर्च सेन्टर

पोखरा महानगरपालिका वडा नं. ११, कास्की

+९७७ ०६१ ५८७ १११, ९८५६० ३८१४३

contact@pokharacentre.org

विषय सूची

परिचय	१
पृष्ठभूमि	१
अध्ययनको औचित्य	२
अध्ययन विधि	३
स्थानीय तहमा पर्यटन	४
पोखराको पर्यटन क्षेत्र तथ्याङ्क	५
सर्वेक्षण परिणाम प्रस्तुति	६
पूर्वाधारसँग सम्बन्धित	७
नीति नियमसँग सम्बन्धित	८
वित्तीय पहुँचसँग सम्बन्धित	१४
आन्तरिक वित्तीय व्यवस्थापनसँग सम्बन्धित	१६
बजारीकरणसँग सम्बन्धित	१७
व्यवसायको आन्तरिक व्यवस्थापनसँग सम्बन्धित	१९
विज्ञहरूका सल्लाह तथा सुझावहरू	२०
वित्तीय तथा आर्थिक व्यवस्थापनका अभ्यासहरू	२०
बजारीकरण व्यवस्थापनका अभ्यासहरू	२२
सुशासन व्यवस्थापनका अभ्यासहरू	२५
पूर्वाधार विकासका अभ्यासहरू	२७
उद्यम क्लिनिकको लागि प्रस्तावित मोड्युल	२९
उद्यम क्लिनिक सञ्चालन प्रक्रिया	३४
अनुसूची १ : उद्यम क्लिनिक सम्बन्धि प्रश्नावली (पर्यटन, मार्केटिङ, आर्थिक, सुशासन)	३५
अनुसूची २ : अध्ययनमा संलग्न उद्यम क्लिनिक आवेदन फारम भर्ने उद्यम व्यवसायहरू	४४

तालिकाको सूची

तालिका १ : लगातार तीन आर्थिक वर्षहरूमा पोखरा महानगरले उठाएको पर्यटन शुल्क तथा व्यवसाय कर

चित्रहरूको सूची

चित्र १ : पोखरामा पर्यटन क्षेत्रसँग सम्बन्धित तथ्याङ्कहरू

चित्र २ : अध्ययनमा संलग्न व्यवसायहरुको वर्गीकरण

चित्र ३ : अध्ययनमा संलग्न व्यवसायहरूमा कार्यरत कर्मचारी सङ्ख्या

चित्र ४ : व्यवसायीहरूले भोगेका पूर्वाधार सम्बन्धी चुनौतीहरु

चित्र ५ : पोखरा महानगरको पछिल्लो तीन बर्षको पर्यटनमा बजेट विनियोजनको अनुपात

चित्र ६ : सरकारी नीति नियम बनाउने प्रक्रियामा परामर्श/ छलफलमा संलग्न भएका व्यवसायहरूको अनुपात

चित्र ७ : अध्ययनमा सहभागी व्यवसायहरूमा प्रशिक्षणको आवश्यकता

चित्र ८ : अध्ययनमा सहभागी व्यवसायहरूले प्रशिक्षणको बारेमा जानकारी पाउने माध्यम

चित्र ९ : अध्ययनमा सहभागी व्यवसायहरूमध्ये अहिलेसम्म कुनै पनि प्रशिक्षण/तालिमको आवेदन भर्ने/नभर्नेको सङ्ख्या

चित्र १० : व्यवसायहरुले अनुदान/ऋण प्राप्त गर्न भोगेका समस्याहरू

चित्र ११ : अध्ययनमा संलग्न व्यवसायीहरूको आन्तरिक वित्तीय व्यवस्थापनको अवस्था

चित्र १२ : अध्ययनमा संलग्न व्यवसायीहरूको सामाजिक सञ्जालमा उपस्थिति

चित्र १३ र १४ : अध्ययनमा संलग्न व्यवसायहरूमा आपतकालीन परिस्थिति तथा खतराहरूको लागि तयारीको अवस्था चित्रः अध्ययनमा संलग्न व्यवसायहरूमा सि.सि.टि.भी. जडानको व्यवस्था

चित्र १५ : अध्ययनमा संलग्न व्यवसायीहरूले आफ्ना कर्मचारीहरूकालागि प्रशिक्षण/तालिम आयोजना गरेको तथ्याङ्क

चित्र १६ : उद्यम क्लिनिकको प्रस्तावित मोड्युल

चित्र १७ : उद्यम क्लिनिकको प्रस्तावित मोड्युल अन्तर्गत उद्यम क्लिनिक सञ्चालनको प्रक्रिया

परिचय

पृष्ठभूमि

धेरै पहिले देखि नै विदेशीहरूको रोजाइमा पर्ने पोखरा संघीयता पश्चात् आर्थिक चहलपहल र गतिविधिमा वृद्धि भएको छ । राष्ट्रिय आर्थिक गणना २०७५ को तथ्याङ्क अनुसार पोखरा महानगरपालिकामा कुल २८,२१५ उद्यम तथा व्यवसाय सञ्चालनमा रहेको देखिन्छ । महानगरमा दर्ता कायम भएका कुल ८६३४ उद्यम व्यवसायको २० प्रतिशत अर्थात् १७२६ उद्यम व्यवसायहरू पर्यटन तथा आतिथ्य सेवा लक्षित छन् । महानगरले यति ठुलो क्षेत्रलाई व्यवस्थित र विकसित गर्न पर्यटन विकास ऐन २०७७ निर्माण गरेको हो । यस ऐनले पर्यटन, संस्कृति, मुल्यमान्यता, आर्थिक , सामाजिक, व्यवसाय, वातावरणीय तथा सञ्चार प्रविधि विकास गर्ने मुख्य उद्देश्य राखेको पाइन्छ । यसका साथसाथै २०७८ मा पर्यटनलाई ब्रान्डका साथै राष्ट्रिय एवम् अन्तराष्ट्रिय बजारसम्म प्रवर्धन गर्ने उद्देश्य राखेर रणनीतिक योजना तयार गरिएको थियो । यसै गरी ऐनको उद्धेश्य प्राप्तिका लागि आवश्यक कार्यक्रमहरु सुव्यवस्थित रुपले सञ्चालन गर्न, गराउन २०८० मा पर्यटन विकास समिति पनि गठन भएको छ । ऐनले पोखरा महानगरको दिगो पर्यटकीय विकासका लागि योगदान गर्ने दृढसंकल्प अनुरुप आगामी वर्षहरुमा हुने विकास निर्माणलाई मार्गदर्शन गर्ने हेतुले दीर्घकालीन सोच पोखरा २१००" को सारलाई पुनः पुष्टि गरेको पाइन्छ । वि.सं.२०७७ मा तयार गरिएको भिजन कागजात पोखरा महानगरको एक पञ्चवर्षीय योजना हो, जसले आगामी २५ वर्षमा पोखरा महानगरमा हुने विकास निर्माणलाई मार्गदर्शन गर्ने हेतुले रणनीतिक विकासको लागि आवधिक योजना प्रदान गर्दछ । दीर्घकालीन सोचले आर्थिक वृद्धिको सबैभन्दा बढी सम्भाव्यता भएको महानगरपालिकाको प्राथमिकताको क्षेत्रको रुपमा पर्यटनलाई मान्यता दिएको छ ।

महानगरले प्राथमिकतामा राखे अनुसार अपेक्षित सफलता भने हासिल गर्न सकेको छैन् । प्राकृतिक मात्र नभई भौगोलिक, सांस्कृतिक, सामाजिक र पूर्वाधारका हिसाबले पनि अपार पर्यटकीय सम्भावना बोकेको यो सहरले सम्भावनालाई पूर्णरूपमा सम्बोधन गर्न सकेको छैन । पोखरा महानगरपालिका भित्र पर्यटनको समान विकास गरि महानगरलाई पर्यटन क्षेत्रबाट अत्याधिक लाभ पुर्‍याउनको लागि महानगरपालिकाले २०८० चैत ४ गते पोखरालाई प्रदेशको पर्यटकीय राजधानी घोषणा गरेसँगै उक्त घोषणाको सफलता सुनिश्चित गर्न विभिन्न कदमहरु चाल्न थालेको छ । यसका साथै शहरलाई कार्बन न्यूट्रल पर्यटकीय गन्तव्यका रूपमा स्थापित गर्ने प्रयास भइरहेको छ ।

“समुन्नत पर्यटकीय पोखरा“ भन्ने नारा आत्मसाथ गर्दै, महानगरले पोखरालाई पर्यटन सेवासँग सम्बन्धित व्यवसायको मुख्य केन्द्र बनाउने लक्ष्य राखेको छ । आर्थिक वर्ष २०८०/०८१ मा, महानगरले वार्षिक बजेट र कार्यक्रमअनुसार पर्यटन पूर्वाधार निर्माणलाई

प्रमुख प्राथमिकतामा राखेको थियो । महानगरको "समृद्ध पोखरा, सुखी सहरवासी" अभियानले पर्यटनसँगै अन्य क्षेत्रहरूको दिगो विकास र समृद्धिलाई प्रवर्धन गर्ने उद्देश्य लिएको छ । यस अभियानले नवप्रवर्तनशील, सिर्जनशील, र प्रतिस्पर्धी नयाँ उद्यमहरूको विकास र अभिवृद्धिमा ध्यान केन्द्रित गरेको छ । महानगरीय क्षेत्रमा उद्यमशीलताको प्रवर्धनले रोजगार सृजना र स्थानीय आर्थिक वृद्धिलाई सहयोग पुऱ्याउने लक्ष्य लिएको छ।

महानगरपालिकाले वार्षिक नीति, कार्यक्रम, र बजेटमा पर्यटनलाई प्रमुख प्राथमिकता दिएको छ। महानगर प्रमुखको संयोजकत्वमा स्थापना गरिएको व्यवसाय केन्द्रमार्फत पर्यटन उद्यम र उद्यमीको प्रवर्धनका लागि विभिन्न नीति र कार्यक्रमहरू ल्याइएको देखिन्छ। पर्यटन क्षेत्रलाई विकासको संवाहक मानिए पनि, यस क्षेत्रले ठुलो हिस्सा ओगटेको छ। तर, महानगरले पर्यटन व्यवसायीहरूको समस्याको दिगो समाधान गर्न भने अझै प्रभावकारी कदम चाल्न सकेको छैन । पर्यटन उद्यमहरूको प्रवर्धनमा महानगरको प्रयास भए पनि चुनौतीहरू समाधानमा अपेक्षित प्रगति हुन बाँकी छ। यसले व्यवसायीहरूको दीर्घकालीन समस्या समाधान गर्न अझ सक्रियता आवश्यक रहेको देखिन्छ।

अध्ययनको औचित्य

पोखरा महानगरपालिका आर्थिक विकास महाशाखा व्यवसाय प्रवर्धन केन्द्रले महागनगरपालिकाको अभियान समृद्ध पोखरा महानगर र सुखी महानगरवासीको लक्ष्य पुरा गर्न महानगर क्षेत्रभित्र रहेका पर्यटन व्यवसायहरूलाई "उद्यम क्लिनिक" मार्फत व्यवसायको चेक, जाँच, समस्या पहिचान गर्नुका साथै समाधानका उपाय पहिचान गरी व्यवसायलाई दिगो बनाउने उद्देश्य राखेको छ। उक्त क्लिनिक सञ्चालनका लागि मिति २०८१/१/१८ मा व्यवसाय प्रवर्धन केन्द्रद्वारा प्रकाशन गरिएको सूचनाको अधीनमा रही पोखरा रिसर्च सेन्टरले विज्ञता भएको संस्थाको रूपमा आशयपत्र पेश गरेको थियो।

कार्यक्रमको पहिलो चरणमा, क्लिनिकबाट आवश्यक सहयोग माग गर्ने पर्यटन व्यवसायहरूबाट आवेदनहरू आह्वान गरिएको थियो। प्रारम्भिक छनोट प्रक्रियामा १४ वटा व्यवसायहरू चयन गरिएका थिए । व्यवसाय प्रवर्धन केन्द्र, पोखरा रिसर्च सेन्टरले, विज्ञ, र पर्यटन व्यवसायीबीच पहिलो चरणको बैठक आयोजना गरिएको थियो । बैठकको उद्देश्य व्यवसायीहरूको आवश्यकता र अपेक्षाहरू बुझ्नु थियो।

कार्यक्रमको दोस्रो चरणमा, पोखरा रिसर्च सेन्टरले सर्वेक्षण मार्फत आवेदकहरूको व्यवसाय चेक, जाँच, समस्या पहिचान गर्ने काम भयो । व्यक्तिगत सर्वेक्षण बाहेक, विज्ञहरूको उपस्थितिमा समस्या पहिचान गर्न र अल्पकालीन तथा दीर्घकालीन समाधानहरू पहिल्याउन फोकल रूप डिस्कसन र सरोकारवालाहरूसँगको परामर्श गरिएको थियो। कार्यक्रम अन्तर्गत समस्या पहिचानका लागि नियुक्त गरिएको पर्यटन, मार्केटिङ, अर्थशास्त्र, वित्तीय, र सुशासन

सम्बन्धी विज्ञहरूको अध्ययन र अनुसन्धानपछि उद्योग व्यवसायीहरूले सामना गर्नुपरेको समस्याहरूका दिगो समाधानहरू खोज्ने प्रयास भयो।

कार्यक्रमको तेस्रो र अन्तिम चरणमा, सम्बन्धित व्यवसायको प्रतिवेदन, महानगर अन्तर्गत पर्यटन क्षेत्रका व्यवसायहरूको समष्टिगत प्रतिवेदन तयार गरिएको छ। उद्यम उपचार पश्चात सुधार प्रतिवेदन भने समष्टिगत प्रतिवेदन कार्यान्वयन भएको तीन महिनापछि कार्यान्वयनका पाटाहरू पहिल्याउँदै तयार गरिनेछ।

अध्ययन विधि

यस उद्यम क्लिनिक मूल्याङ्कन प्रतिवेदन तयार गर्ने क्रममा यस कार्यक्रमसँग सम्बन्धित सन्दर्भ सामग्रीहरू पुनरावलोकन, प्रचलित नियम, कानुन, पुनरावलोकन र प्रभावित क्षेत्रको विवरणको बारेमा जानकारी सङ्कलन गर्न स्थलगत निरीक्षण गरिएको छ । कार्यक्रमको पर्यटन, मार्केटिङ, अर्थशास्त्र, वित्तीय, र सुशासनको बारेमा जानकारी सङ्कलनको लागि पर्यटन विज्ञ, मार्केटिङ र अन्य विज्ञ टोलीहरूद्वारा Walkthrough Survey/Direct Observation र सरोकारवालाहरूसँग छलफल गरिएको थियो। उक्त क्लिनिक सञ्चालनका लागि मिति २०८१/१/१८ मा व्यवसाय प्रवर्धन केन्द्रद्वारा प्रकाशन गरिएको सूचनाको अधीनमा रही पोखरा रिसर्च सेन्टर (पीआरसी) ले विज्ञता भएको संस्थाको रूपमा आशयपत्र पेश गरेको थियो।

यस उद्यम क्लिनिक मूल्याङ्कन अध्ययनका लागि पोखरा महानगरपालिका व्यवसाय प्रवर्धन केन्द्र र पोखरा रिसर्च सेन्टर बिच सम्झौता र क्लिनिक सञ्चालनका लागि क्षेत्र निर्धारण भएको थियो । पहिलो समूह केन्द्रित छलफल (Focus Group Discussion) मिति २०८१/०३/१० गते १५ सहभागीहरूसँग सञ्चालन गरिएको थियो र सम्बन्धित क्षेत्रका विज्ञहरू, सरोकारवालाहरू सहित पोखरा रिसर्च सेन्टरबाट यस कार्यक्रमका लागि जोडिनु भएका कर्मचारीहरू समावेश भएका थिए र प्रायः अध्ययनद्वारा पहिचान गरिएका चुनौतीहरूको सम्भावित समाधानहरूबारे छलफल गर्ने उद्देश्यले समूह केन्द्रित छलफल गरिएको थियो। सो छलफलमा सहभागी व्यवसायीहरूबाट प्राप्त समस्याहरू र सुझावलाई समावेश गर्दै प्रतिवेदन तयार गरिएको हो।

कार्यक्रमको सञ्चालन तथा अध्ययन चरणमा हुने प्रभावको मूल्याङ्कन पोखरा महानगरपालिकाद्वारा निर्मित उद्योग व्यवसायसंग सम्बन्धित ऐन, कानून र निर्देशिकामा दिईएका प्रावधानको आधारमा प्रभावहरूको व्यवस्थित विश्लेषण गरिएको छ । उल्लिखित विधि अपनाई गरिएको मूल्याङ्कन पश्चात् होटल व्यवसायीहरूको समस्या र गुनासो कम गर्न न्यूनीकरणका उपाय र सोको कार्यान्वयन योजना तयार गरी अन्य आवश्यक विषयवस्तु समेत समावेश गरी पूरक उद्यम क्लिनिक मूल्याङ्कन प्रतिवेदन तयार गरिएको हो।

स्थानीय तहमा पर्यटन

संविधानले पर्यटन क्षेत्रको व्यवस्थापनको अधिकांश जिम्मेवारी स्थानीय तहलाई दिएको छ।

पोखरा महानगरपालिकाको आठौं नगर सभाले जारी गरेको पर्यटन विकास ऐन, २०७७ ले महानगरले पर्यटकीय सम्पदाहरूको विकास, विस्तार, संरक्षण, र प्रवर्धन गर्ने जिम्मा लिएको छ । यस ऐनले सामाजिक, सांस्कृतिक, आर्थिक, संस्थागत, वातावरणीय र सूचना प्रविधि सहितको दिगो पर्यटकीय विकासका लागि आवश्यक पहल गर्ने प्रावधान समेटेको छ । महानगरले आर्थिक वर्ष २०८१/८२ को वार्षिक नीति तथा कार्यक्रममार्फत पर्यटनलाई प्राथमिकतामा राखेको छ । निजी क्षेत्रसँगको समन्वयमा सबै मौसमका लागि पोखरालाई आकर्षक गन्तव्य बनाउने पहल भइरहेको छ।

पर्यटन पोखरा महानगरपालिकाको वार्षिक योजना र कार्यक्रमहरूमा सधैँ प्राथमिक क्षेत्रको रूपमा रहँदै आएको छ। आर्थिक वर्ष २०८०/८१ मा पर्यटन पूर्वाधार विकास र प्रवर्धनलाई प्राथमिकतामा राखी ७० करोड बजेट विनियोजन गरिएको थियो । तर, चालु आर्थिक वर्षमा पर्यटन र शहरी विकासका लागि मात्र ५६ करोड रुपैयाँ छुट्याइएको छ। यो वर्ष कुल बजेटमा ५.०३% वृद्धि भए तापनि, पर्यटन क्षेत्रको बजेट १४ करोडले घटाइएको छ । आर्थिक वर्ष २०८१/०८२ को वार्षिक विकास कार्यक्रममा उल्लिखित पर्यटन क्षेत्रका प्रमुख कार्यक्रमहरू यस प्रकार छन :-

- नीति तथा प्रक्रियागत सुधार मार्फत वैदेशिक प्रत्यक्ष लगानी (एफडीआई) आकर्षित गर्न लगानी सम्मेलनको आयोजना,
- सन् २०२५ लाई पोखरा भ्रमण वर्ष २०२५ घोषणा गरी १५ लाख पर्यटक र नेपाल आउने कुल अन्तर्राष्ट्रिय पर्यटकमध्ये ६० प्रतिशत पोखरा ल्याउने रणनीति विकास,
- प्रवर्द्धनात्मक गतिविधिहरूमा निजी क्षेत्रको सहभागिता,
- अन्य पूर्वाधार र क्षेत्र विकास गतिविधिहरू।

पोखराको पर्यटन क्षेत्र तथ्याङ्क

कोभिड १९ महामारी हुनु अघि सन् २०१९मा पोखरामा १.१९ लाख पर्यटक भित्रिएका थिए

पोखराको दोस्रो ठूलो उद्योग १८.८०%

कुल १९४८९ जनालाई यो क्षेत्रले रोजगारी प्रदान गर्छ (१८.६६%)

थोक तथा खुद्रा व्यापार (२६.४%) पछाडि वार्षिक कारोबारको हिसाबले दोस्रो उच्च आर्थिक योगदान रहेको क्षेत्र (२५.४%)

आर्थिक वर्ष (२०७८/७९)मा पोखरा महानगरपालिकाको प्रतिव्यक्ति आय १८८३ अमेरिकी डलर रहेको छ।

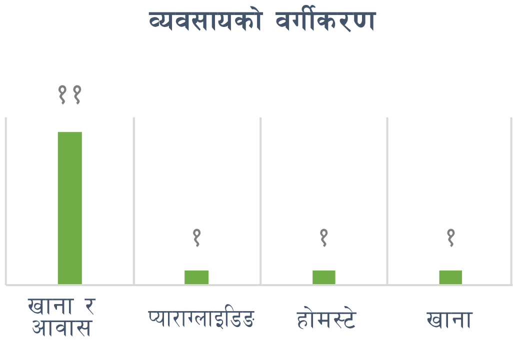
चित्र १: पोखरामा पर्यटन क्षेत्रसँग सम्बन्धित तथ्याङ्कहरू

पर्यटन उद्योग संसारको सबैभन्दा तीव्र गतिमा फैलिरहेको र सबैभन्दा ठूलो उद्योग मध्ये एक हो।

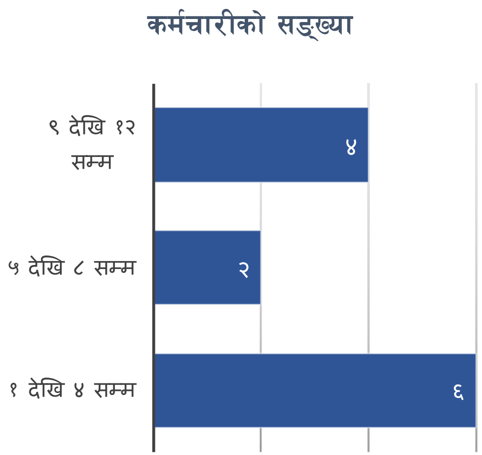
यो उद्योगले सन् २०१९ सम्मको अवधिमा विश्वको करिब १० प्रतिशत रोजगारी सिर्जना गरिरहेको थियो। विश्वको कुल घरेलु उत्पादनमा पनि पर्यटन क्षेत्रको योगदान सोही अनुपातमा देखिन्थ्यो। तर, सन् २०२० मा कोभिडको प्रभावले यस उद्योगमा ठूलो संकट उत्पन्न गऱ्यो। हालका वर्षहरूमा, यो उद्योग त्यस संकटबाट क्रमशः बाहिर निस्कदै गरेको देखिन्छ। विश्व पर्यटन संगठनका अनुसार, सन् २०२३ मा कोभिड अगाडिको अवस्थामा पर्यटनको ९० प्रतिशत पुनरुत्थान हासिल भएको छ। सन् २०२४ मा, पर्यटन क्षेत्रको विकास कोभिड पूर्वको अवस्थामा फर्किने अपेक्षा गरिएको छ। यसो गर्दा, पर्यटन उद्योगले पुनः रोजगार सिर्जना गर्ने र आर्थिक वृद्धिमा योगदान गर्ने क्षमता प्रस्तुत गर्दछ।

सर्वेक्षण परिणाम प्रस्तुति

यस अध्ययनमा गरिएको KII, FGD, र सर्वेक्षणमार्फत व्यवसायहरूको सामान्य विवरणका प्रवृत्तिहरू पहिचान गरी मुख्य समस्याहरूको विश्लेषण गरिएको छ। यस खण्डमा ती प्रवृत्तिहरू र समस्याहरूको विस्तृत विश्लेषण समेटिएको छ। साथै, यसले व्यवसायहरूको वर्तमान स्थिति र चुनौतीहरूको स्पष्ट चित्र प्रस्तुत गर्दछ । व्यवसाय प्रवर्धन केन्द्रको व्यवसाय क्लिनिकमा निवेदन दिने धेरैजसो व्यवसाय खाना र आवास सुविधामा केन्द्रित थिए।



चित्र २ : अध्ययनमा संलग्न व्यवसायहरुको वर्गीकरण

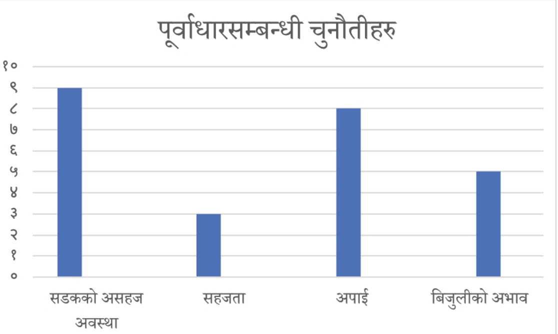


चित्र ३: अध्ययनमा संलग्न व्यवसायहरूमा कार्यरत कर्मचारी सङ्ख्या

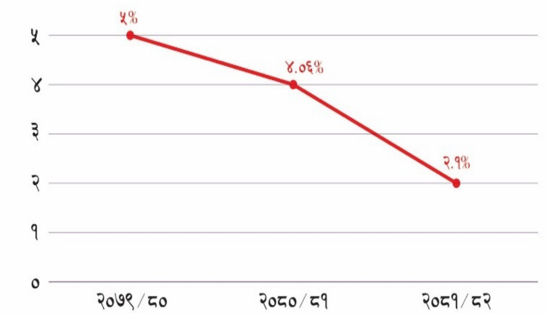
ती मध्ये एउटा व्यवसाय खाना मात्र र एउटा व्यवसाय बस्ने सुविधा प्रदान गर्न मात्र केन्द्रित थिए भने एउटा व्यवसाय साहसिक पर्यटनसँग सम्बन्धित देखिन्छ । सर्वेक्षण गरिएका मध्ये धेरैजसो व्यवसाय साना रहेको र परिवारका सदस्यहरुले नै चलाउने गरेको पाईयो । अध्ययनका क्रममा पत्ता लागेका चुनौतीहरूलाई हामीले पूर्वाधारसँग सम्बन्धित, नीति नियमसँग सम्बन्धित, वित्तीय पहुँचसँग सम्बन्धित, अन्तरिक वित्तीय व्यवस्थापनसँग सम्बन्धित, र बजारीकरणसँग सम्बन्धित गरी चारवटा शीर्षकमा विभाजन गरेका छौँ।

पूर्वाधार

अध्ययनमा संलग्न व्यवसाय मध्ये ५०% मा मात्र सबै प्रकारका सवारीका माध्यमबाट पुग्न सहज थियो। बेगनास/ लेखनाथ भेगका व्यवसायहरू सबै प्रायजसो निजी सवारीका माध्यमबाट मात्र पहुँचयोग्य थिए। लेखनाथ क्षेत्रमा तालचोक-बेगनास सडक खण्डको काम पूरा नहुँदा पर्यटकको आगमन निकै न्यून भएको छ। यसले व्यवसायीहरूलाई कठिनाइमा पारेर केही व्यवसायहरू बन्द भएका छन् भने, अन्यहरू बन्द हुने अवस्थामा पुगेका छन्।



चित्र ४ : व्यवसायीहरूले भोगेका पूर्वाधार सम्बन्धि चुनौतीहरू



चित्र ५: पोखरा महानगरको पछिल्लो तीन वर्षको पर्यटनमा बजेट विनियोजनाको अनुपात

सडक पूर्वाधारको सुधारले मात्र पर्यटनको विकासमा सकारात्मक प्रभाव पार्न सक्छ। पर्यटकीय राजधानीको रूपमा पोखरा महानगरले यसलाई घोषणा गरिसकेको छ। तर, यहाँ अन्य पूर्वाधार, जस्तै पर्यटकीय पूर्वाधारहरूको समुचित विकास हुन सकेको छैन। पर्यटकहरूको आगमन बिन्दुहरू, जस्तै पोखरा अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थल, कोत्रेपुल, नयाँ पुल, र कुभिण्डेमा पोखराको सूचना केन्द्रको अभाव छ।

राष्ट्रिय र अन्तर्राष्ट्रिय सञ्चार माध्यम, सामाजिक सञ्जाल, र डिजिटल प्लेटफर्महरूमा प्रवर्धन र बजारीकरणमा कमी देखिन्छ। पोखराका विभिन्न स्थलहरूको प्रवर्धन गर्ने कार्यक्रमहरू, जस्तै इभेन्टहरू, हुन सकेका छैनन्। यसले निरन्तरता नपाउँदा आन्तरिक र बाह्य कारणहरूले कार्यक्रम आयोजकहरूमा निराशा पैदा गरेको छ। सामूहिक प्रयास र उचित योजना बनाएमा मात्र पोखराको पर्यटन क्षेत्रलाई थप सफल बनाउन सकिन्छ।

नीति नियम

बजेटमा विभेद

नेपाल विश्व पर्यटनको एक आकर्षक गन्तव्यका रूपमा विकसित भइरहेको छ र यस क्रममा पोखराको आर्थिक विकासमा पर्यटनको मुख्य भूमिका छ। पोखरा महानगरले पर्यटन क्षेत्रबाट पर्यटन शुल्क र व्यवसाय करको माध्यमबाट आर्जन गर्दछ। आर्थिक वर्ष २०७९/०८० मा, पर्यटन शुल्कले कुल राजस्वको ०.२% र व्यवसाय करले ९.१% को योगदान दिएको छ। यसले पोखरामा पर्यटन क्षेत्रको महत्व र यसको आर्थिक प्रभावलाई स्पष्ट रूपमा देखाउँछ।

तालिका १: लगातार तीन आर्थिक वर्षहरूमा पोखरा महानगरले उठाएको पर्यटन शुल्क तथा व्यवसाय कर

आर्थिक वर्ष	२०७७/७८	२०७८/७९	२०७९/८०
पर्यटन शुल्क	२३७६००० (०.१%)	३०१०००० (०.२%)	१९७३००० (०.२%)
व्यवसाय कर	३१७००० (०.०१%)	७५८२२००० (७.१%)	८१४६९००० (७.१%)
आन्तरिक श्रोतबाट कुल राजस्व	१६७८५१२०००	१०५७३१४०००	८८५५७२०००

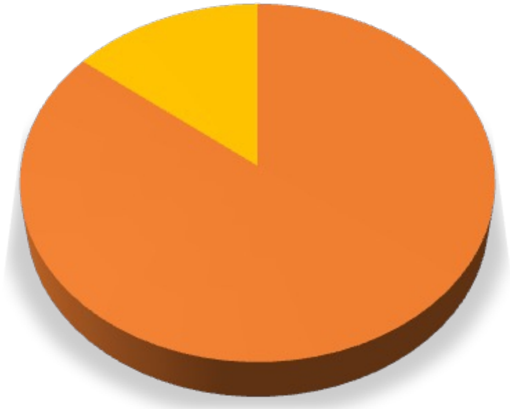
अन्य व्यवसाय तथा पर्यटनबाट आन्तरिक राजस्व सङ्कलनमा पुगेको योगदान बढ्ने क्रममा छ भने पर्यटन क्षेत्रको लागि गरिएको विनियोजन घट्दो क्रममा छ। आर्थिक वर्ष २०८०/८१ मा महानगरपालिकाले पुर्वाधार विकास र पर्यटन प्रवर्धनलाई प्राथमिकता दिई ७० करोडको बजेट विनियोजन गरिएको थियो । तर, चालु आर्थिक वर्षमा पोखरा महानगरपालिकाले पर्यटन र शहरी विकासका लागि जम्मा ५६ करोड रुपैयाँ विनियोजन गरेको छ। यस वर्ष कुल बजेटमा ५.०३% वृद्धि भए तापनि, पर्यटन र शहरी विकासको बजेटमा १४ करोडले कमी आएको छ। यसले पर्यटन क्षेत्रको विकासमा चुनौतीहरू ल्याएको छ।

एक त बजेट विनियोजन नै घट्दो छ, र त्यसको लागि पोखराको पर्यटन क्षेत्रको विकासका लागि विभिन्न सरकारी निकायबाट प्रवाह हुने बजेट मुख्यत: लेकसाइड र पुरानो पोखरा उपमहानगरपालिकामा केन्द्रित रहेको कुरा लेखनाथ क्षेत्रका पर्यटन व्यवसायीहरूको गुनासो हो। आर्थिक वर्ष २०८०/०८१ को बजेट विनियोजनमा हेर्ने हो भने, लेकसाइड (वडा नं. ६) मा आन्तरिक पर्यटन प्रवर्धन र धर्म, संस्कृति, कला, संरक्षण, र संवर्धनका कार्यक्रमहरूको लागि रु ५००,००० विनियोजन गरिएको छ। त्यस्तै, बेगनास क्षेत्र (वडा नं. ३१) मा त्यही शीर्षकमा मात्र रु ३००,००० बजेट विनियोजन गरिएको छ। महानगरले विशेषगरी लेखनाथ क्षेत्रमा विभिन्न पर्यटन विकासका लागि पर्याप्त बजेट विनियोजन नगरेको व्यवसायीहरू बताउँछन्।

अध्ययन अनुसन्धान र परामर्श

बजार अनुसन्धानले सरकारलाई मागमा आधारित कार्यक्रमहरू थप्नुको सट्टा तथ्य र प्रमाणका आधारमा लक्षित कार्यक्रमहरू बनाउन सक्षम बनाउँछ। त्यसैले समाधान समयमै गरिएको अनुसन्धान र तिनीहरूको अनुगमनमा निर्भर छ।

व्यवसायिक परामर्श



चित्र ६: सरकारी नीति नियम बनाउने प्रक्रियामा परामर्श/ छलफलमा संलग्न भएका व्यवसायहरूको अनुपात

पोखरा महानगरपालिकाको नीति र कार्यक्रमले बजार अध्ययन, उत्पादन अनुसन्धान वा व्यवसाय परामर्शलाई जोड दिएको छैन । अध्ययनमा सहभागी व्यवसाय मध्ये ८६% व्यवसायीहरूले कहिले पनि कुनै पनि परामर्शमा सहभागी नभएको बताए।

हरेक वर्ष नीति तथा कार्यक्रम तर्जुमा गर्दा स्थानीय सरकारले सबै सरोकारवालालाई योजनाको चरणमा संलग्न गराउनु पर्ने भएतापनि अधिकांश समय सरकारले प्रतिनिधित्व गर्ने संघसंस्थाका केही मात्र सदस्यलाई समावेश गरेको हुँदा त्यो संलग्नता खासै फलदायी हुन सकेको छैन । सरोकारवालाको यो संलग्नता प्रक्रिया वास्तविक पर्यटन व्यवसायहरूको प्रतिनिधित्व गर्न असफल भएको छ। अधिकांश व्यवसायीहरूको संस्थाका केही व्यक्तिहरूसँग मात्र परामर्श लिइएको र सम्पूर्ण समुदायलाई प्रायः वेवास्ता गरिएकोमा गुनासो रहेको छ। तसर्थ, नीति तथा कार्यक्रममा उनीहरूको आवश्यकताहरू समावेश हुँदैन।

स्थानीय सरकार को क्षेत्राधिकार

साथै नेपालको संघीयतामा क्षेत्राधिकारको ओभरल्याप र समन्वय समस्याहरू रहेका छन्, जसका कारण केही परियोजनाहरूमा जनता र सरकारी निकायबीच तालमेलको अभाव देखिन्छ।

क्षेत्राधिकारको बारेमा प्रस्ट रुपमा जनताहरु समक्ष अवगत गर्न नसक्नाका कारण यस अध्ययनमा व्यवसायीहरूले धेरैजसो असन्तुष्टि पोखरा महानगरपालिकाप्रति मात्र लक्षित गरेको पाईयो। यद्यपि, छलफल गरिएका अधिकांश समस्याहरू प्राय वडा स्तरीय जिम्मेवारी हो। स्थानीय सरकार सञ्चालन ऐन, २०१७ बमोजिम समुदाय र जनताको समानुपातिक संलग्नता रहेकोमा सहभागितामूलक दृष्टिकोणबाट वार्षिक योजना तथा कार्यक्रम तर्जुमा गर्नुअघि समुदाय वा टोल तहबाट आयोजनालाई प्राथमिकता दिने र छनोट गर्ने जिम्मेवारी वडा समितिको रहेको छ। वडा समितिले टोल विकास र उपभोक्ता समितिहरूलाई गठन र परिचालन गर्न पनि आवश्यक छ। वडाभित्रको भौतिक पूर्वाधारको व्यवस्थापन सँगै संरक्षण र मर्मत सम्भारको जिम्मेवारी वडा अधिकारीको हुन्छ। त्यसैले, आफ्नो असन्तोषलाई सही निकायतर्फ लक्षित गर्न वडा र महानगरपालिकाको जिम्मेवारीका सम्बन्धमा सरोकारवाला र आम जनतालाई सचेत गराउन आवश्यक रहन्छ।

परियोजना छनोट

परियोजना कार्यान्वयन गर्नु अघि सही योजनाको (planning) अभाव थप समस्या हो, जसले परियोजनाहरूलाई विफलतामा पुऱ्याउँछ। यसले कुनै पनि परियोजनाको दिगोपनालाई अस्तव्यस्त बनाउने मात्र होइन, स्थानीय जनताको जीवनसँग प्रत्यक्ष सम्बन्धित सरकारी प्रयासहरूप्रति नकारात्मक प्रभाव पनि पार्छ। तसर्थ, यसले सरकारी निकायप्रति जनताको अविश्वास अझ गहिरो हुन्छ।

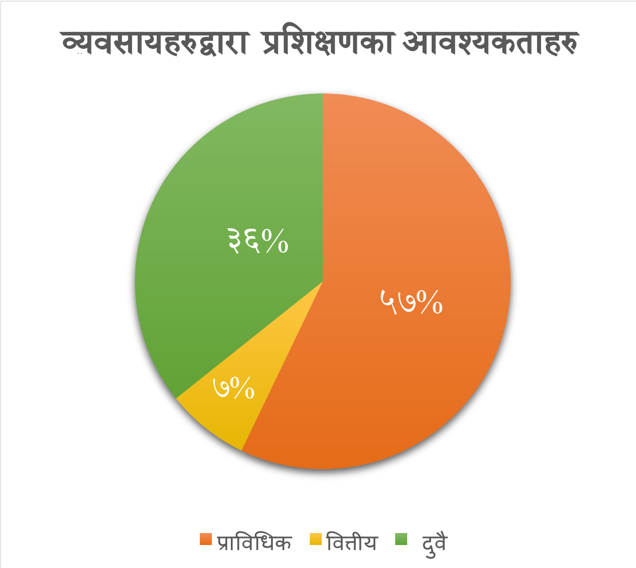
बेगनास क्षेत्रका सरोकारवाला व्यवसायीका अनुसार पचभैया उद्धार केन्द्र जस्ता ठुला सरकारी आयोजना र बेगनासमा जेट स्की डुङ्गा ल्याउने जस्ता साना आयोजनाहरु सम्भाव्यता अध्ययन र उचित विस्तृत परियोजना प्रतिवेदन (डीपीआर) नगरी सम्पन्न भएकाले सफल हुन सकेको छैन। यी आयोजनाहरू र तिनीहरूको असफलता र अनिश्चितताले सरकारी पहलहरूप्रति अविश्वास पैदा गरेको छ। यसले क्षेत्रको पर्यटन प्रवर्धनका अभियानमा यस्ता तत्वहरूलाई समावेश गर्ने सम्भावनामा पनि नकारात्मक असर पारेको छ।

दर्ता बिनाका व्यवसायहरू

पर्यटन क्षेत्रलाई आन्तरिक राजस्व कार्यालयले भ्याटको दायरामा राखेको भएपनि, कतिपय व्यवसायहरू दर्ता नगरी सञ्चालनमा रहेका छन्। यस्ता व्यवसायहरूले न वडा कार्यालयबाट इजाजत लिएका छन् न त अन्य सरकारी निकायमा दर्ता र नवीकरण गर्ने गर्दछन्। फलतः, यस्ता व्यवसायीहरूले कर तिर्न नपाउने हुँदा दर्तावालाहरूले मात्र कर तिर्नुपर्छ। यसकारण, वैधानिक रूपमा व्यवसाय सञ्चालन गर्ने व्यवसायीहरूको सञ्चालन खर्च बढिरहेको छ। एकातिर कर तिर्नु पर्छ भने, अर्कोतिर लेखापाल र लेखापरीक्षकको खर्चले गर्दा वैधानिक व्यवसायीहरू मारमा परिरहेका छन् । अवैध व्यवसायीहरूले विभिन्न छुटका आकर्षक प्याकेजहरू घोषणा गरिरहँदा, वैधानिक व्यवसायीहरू प्रतिस्पर्धा गर्नै नसक्ने अवस्थामा पुगेका छन् । यसले गर्दा राज्यले पनि ठुलो मात्रामा राजस्व गुमाइरहेको छ । यस्तो परिस्थितिमा, वैधानिक व्यवसायीहरू र सरकार दुवैलाई हानि भइरहेको छ । स्थानीय निकायहरूले अवैध व्यवसायको नियमन गरेर वैधानिक व्यवसायको संरक्षण गर्न आवश्यक छ। यसबाट पर्यटन क्षेत्रमा एक समान र स्वस्थ प्रतिस्पर्धा सृजना गर्न मद्दत मिल्नेछ।

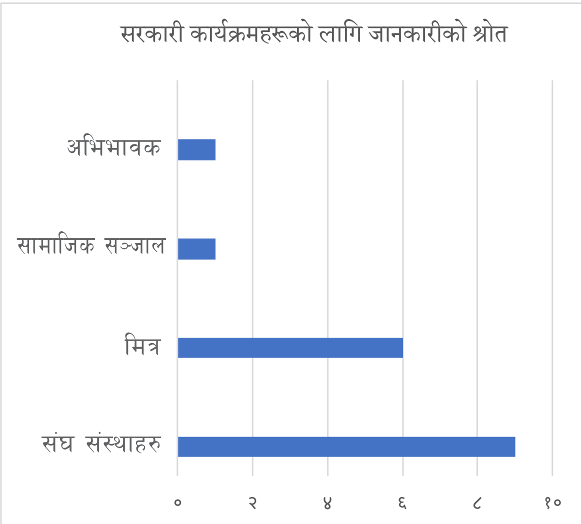
तालिम तथा प्रशिक्षण

तालिम तथा प्रशिक्षणको सम्बन्धमा गरिएको सर्वेक्षणमा लेखनाथ र बेगनास क्षेत्रका व्यवसायीहरूले महत्वपूर्ण समस्या उठाएका छन्। सरकारले आयोजना गर्ने तालिमको बारेमा सूचना पाउँदा पनि, स्थान र समयले उनीहरूलाई भाग लिन गाह्रो बनाउँछ। परिवारका सदस्यहरूले चलाउने अधिकांश व्यवसायहरू दिनभरि व्यस्त रहन्छन्, जसले गर्दा तालिममा सहभागी हुन व्यवसाय बन्द गर्नुपर्ने अवस्था आउँछ। यसैले, धेरै व्यवसायीहरूले तालिममा भाग नलिने निर्णय गरेका छन्। साथै, तालिमहरू प्रायः पोखरा लकेसाइडमा केन्द्रित हुने गरेका छन्, जसले गर्दा अन्य स्थानका व्यवसायीहरूलाई यात्रा गर्न कठिनाइ हुन्छ। यो कारणले गर्दा उनीहरूले लामो यात्रा गर्नुपर्ने र तालिममा जान असहज महसुस गर्ने गरेका छन्। व्यवसायीहरूको गुनासो छ कि तालिमहरू उनीहरूको व्यवसायको स्थानमा वा अधिक सुविधाजनक समयमा आयोजना गर्नुपर्दछ।

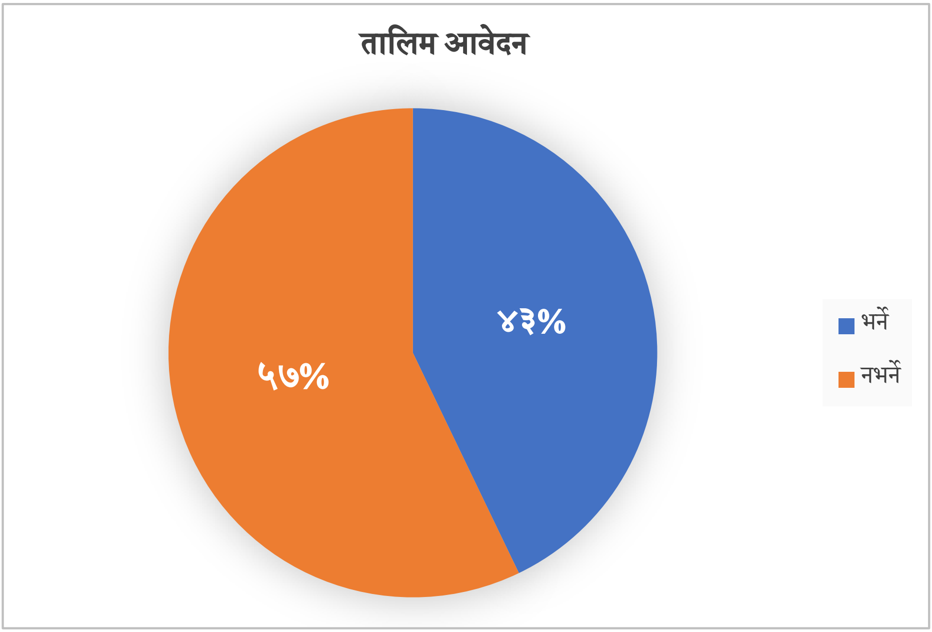


चित्र ७: अध्ययनमा सहभागी व्यवसायहरुमा प्रशिक्षणको आवश्यकता

सर्वेक्षणमा सहभागी व्यवसायीहरुले आतिथ्यता र कुक जस्ता तालिमहरू बाहेक, हाम्रो सूचीमा उल्लेखित कुनै प्रकारका तालिम (कोष व्यवस्थापन, लेखापरीक्षण, लेखा, डिजिटल मार्केटिङ आदि) कहिल्यै प्राप्त नगरेको पाईयो । यद्यपि, यस्तो प्रशिक्षणको अवसरका लागि उनीहरू इच्छुक रहेको पाइयो।



सरकारी कार्यक्रमहरु, नीति नियममा परिवर्तन, खुलाइएका आवेदन, कर तिर्ने अवधि इत्यादि सबै कुराको सूचना कुनै संस्थासँग आबद्ध भए मात्र पाइने व्यवसायीहरुको गुनासो रहेको छ। स्थानीय सरकारले सूचना प्रवाह गर्नकै लागि प्रायजसो पर्यटन तथा व्यवसायसँग सम्बन्धित संघ संस्थामार्फत गर्ने गरिएको छ । यसो गर्दा उक्त संघ संस्थासँग आबद्ध नभएका अथवा निकट नभएका व्यवसायहरु प्राय महत्वपूर्ण सूचना वा अवसरहरूबाट वन्चित हुने गरेको पाईयो।



चित्र ९: अध्ययनमा सहभागी व्यवसायहरुमध्ये अहिलेसम्म कुनै पनि प्रशिक्षण/तालिमको आवेदन भर्ने/नभर्नेको सङ्ख्या

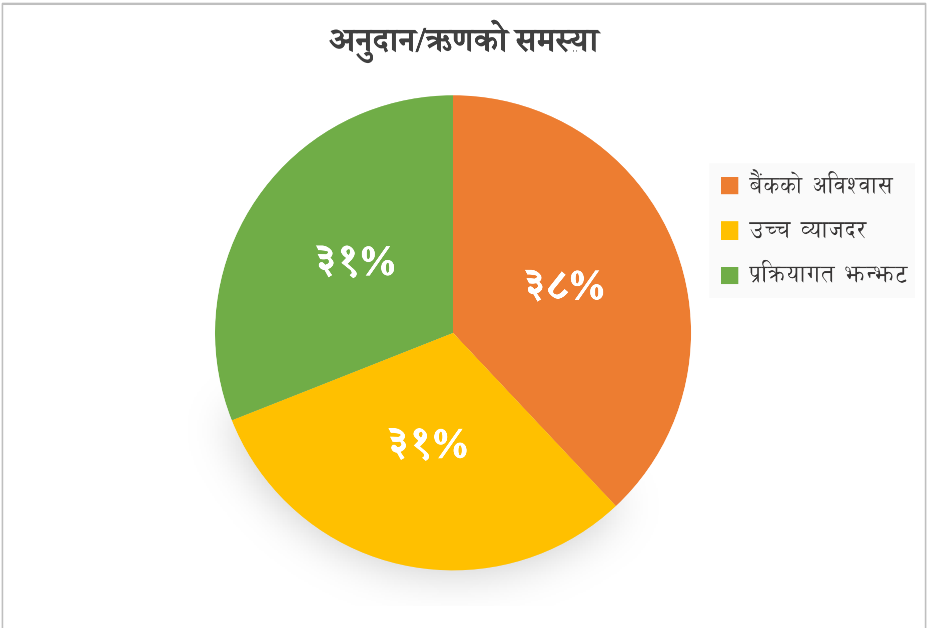
यसैगरी सूचनाकै कमीका कारण सरकारले पटक पटक तालिम प्रशिक्षण आयोजना गर्दा पनि आवेदन फारम नै नभर्ने गरेका व्यवसायीहरुको सङ्ख्या पनि ५७% रहेको पाइयो।

वित्तिय पहुँच

ऋण तथा अनुदान

२०२२ को CBS को दाता अनुसार, गण्डकी प्रदेशमा अरु प्रदेशभन्दा प्रत्येक वित्तीय संस्थाहरुले सेवा प्रदान गर्नुपर्ने जनसङ्ख्या सबै भन्दा कम रहेको छ। सेवाग्राहीको सङ्ख्याको चाप अन्य प्रदेश भन्दा कम भएता पनि वित्तीय पहुँच भने सुनिस्चित छैन। यस अध्ययनमा संलग्न व्यवसायीहरूमध्ये ७ प्रतिशतले मात्र ५०% बढी लगानी वित्तीय संस्थाको ऋणबाट गरेको पाइएको छ । कोभिडको मारमा परेका व्यवसायीहरूलाई लक्षित गरी तथा उद्यमशीलता विकासका लागि विभिन्न सरकारी तथा गैरसरकारी निकायहरूले प्रदान गरिरहेको सहुलियत कर्जा सुविधाबाट व्यवसायीहरू वञ्चित भएको गुनासो छ। सूचनाको अभाव तथा व्यवसायीहरूको सक्रियताको कमीले गर्दा उनीहरु यस्ता अवसरहरूबाट वञ्चित हुन परेको देखिन्छ। यसबारे धेरैलाई थाहा नभएको र यसका लागि कसरी आवेदन दिने, कहिले गर्ने भन्ने बारेमा जानकारी नभएको समेत उनीहरुको गुनासो छ । ४६% व्यवसायीहरूले अहिले सम्म सरकारी अनुदान वा सहुलियत ऋणको उपयोग नगरेको बताए।

वित्तीय संस्थाहरुबाट ऋण लिन पनि त्यतिकै समस्या रहेको पाईयो । वित्तीय संस्थाहरुले व्यवसायीहरुलाई ऋण दिदा विश्वास नगर्ने, उच्च व्याजदर र झन्झटिलो प्रक्रिया वित्तीय पहुँच नहुनुको मुख्य कारण रहेको छ।



चित्र १० : व्यवसायहरुले अनुदान/ऋण प्राप्त गर्न भोगेका समस्याहरू ।

अत्याधिक ब्याजदर

ऋण पाइहालेको खण्डमा पनि ब्याजदरको अत्याधिक बृद्धिले उद्योग र व्यवसायको अस्तित्व नै खतरामा परेको पाइन्छ। यस अध्ययनका लागि सर्वे गरिएका व्यवसायीहरुका अनुसार ६-७ प्रतिशत ब्याजदरमा ऋण लिएका व्यवसायहरूले सोही ऋणमा ११ प्रतिशत ब्याज तिर्दै आएका छन्। ब्याजदर कुनै बेला १८ प्रतिशतसम्म पुगेको यस अध्ययनमा पाइयो।

कोभिडपछि व्यवसायमा आएको शिथिलताले देश नयाँ आर्थिक संकट तर्फ उन्मुख भइरहेको छ। नेपाल भ्रमण वर्ष २०२० लाई लक्षित गरेर धेरै व्यवसायीहरूले व्यवसाय विस्तार गर्न ऋण लिएकोमा परिवर्तित परिस्थितिले व्यवसायीहरू किस्ता तिर्न समेत नसक्ने अवस्थामा थलिएका छन्। बैंक तथा वित्तीय संस्थाहरूले भने किस्तामा ढिला हुँदा तारन्तार ताकेता गरिरहँदा मानसिक पीडा परेको व्यवसायीहरू बताउँछन्।

बैंक तथा वित्तीय संस्थाहरूले कर्जा प्रवाह गर्दा लिने सेवा शुल्क तथा न्युनतम मौज्दात गरी अत्याधिक बढी (कतिपय अवस्थामा १०% सम्म) भएको समेत व्यवसायीहरूको गुनासो छ। व्यवसाय नै धरापमा परिरहेको अवस्थामा यस्ता सेवा शुल्कहरूले व्यवसायीहरूलाई नयाँ लगानी थप्न निरुत्साहित गरिरहेको छ।

साथै कोभिडको मारमा परेका व्यवसायीहरूलाई लक्षित गरी तथा उद्यमशीलता विकासका लागि विभिन्न सरकारी तथा गैरसरकारी निकायहरूले प्रदान गरिरहेको सहुलियत कर्जा सुविधाबाट व्यवसायीहरू वञ्चित भएको गुनासो छ। सुचनाको अभाव तथा व्यवसायीहरूको सक्रियताको कमीले गर्दा उनीहरू यस्ता अवसरहरूबाट वञ्चित हुन परेको देखिन्छ। यसबारे धेरैलाई थाहा नभएको र यसका लागि कसरी आवेदन दिने, कहिले गर्ने भन्ने बारेमा जानकारी नभएको समेत उनीहरूको गुनासो छ।

आन्तरिक वित्तीय व्यवस्थापनसँग सम्बन्धित

६९% व्यवसायीहरूले व्यक्तिगत र व्यवसायिक खाताहरू फरक–फरक रूपमा राख्ने गरेको बताएका छन् ।

५८% व्यवसायीहरूले कुनै लेखा सिद्धान्तहरूको पालना नगरी वित्तीय लेखाजोखा गर्ने गरेका छन् ।

८५% व्यवसायीहरूले व्यक्तिगत खर्चहरू व्यवसायिक खाताबाट व्यवस्थापन गर्ने गरेका छन् ।

७५% व्यवसायीहरूले मनुअल रुपमा नै लेखाजोखा राख्ने गरेका छन् ।

३९% व्यवसायीहरूले व्यवसायिक खाताबाट व्यक्तिगत खर्च गर्दा ती खर्चहरूलाई लेखाजोखा नगर्ने बताएका छन् ।

९२% व्यवसायीहरूले लेखा सम्बन्धी कुनै तालिम प्राप्त नगरेको पाइएको छ ।

चित्र ११: अध्ययनमा संलग्न व्यवसायीहरूको आन्तरिक वित्तीय व्यवस्थापनको अवस्था

व्यवसायीहरुको वित्तीय अभिलेख

अधिकांश व्यवसायीहरू वित्तीय अभिलेख व्यवस्थापनमा कमजोर देखिएका छन् । उनीहरूले आम्दानी र खर्चको हिसाबकिताब सही ढङ्गले राखेको पाइएको छैन । सरकारी अभिलेखका लागि कागजात मिलाए पनि व्यवसायको वास्तविक हिसाब उनीहरूसँग नरहेको देखिन्छ । कतिपय व्यवसायीहरूको व्यक्तिगत तथा व्यवसायिक बैंक खाता बेग्लै छैन र बेग्लै खाता भएकाले पनि हिसाबकिताब बेग्लै राखेको देखिँदैन । उनीहरूले व्यवसायिक योजना निर्माण गर्ने, वार्षिक कार्ययोजना तथा व्यवसायिक लक्ष्यहरू निर्धारण गर्ने, खर्च कटौती तथा आम्दानी अभिवृद्धि योजनाहरू निर्माण गर्ने, व्यवसायको वार्षिक वा आवधिक समीक्षा गर्ने जस्ता कार्यहरू नगरेको भेटिएको छ ।

बजारीकरण

बजारीकरण भनेको ग्राहकहरूको चाहना अनुसार वस्तु वा सेवाको उत्पादन वा सिर्जना गर्ने, सञ्चार गर्ने, वितरण गर्ने र आदानप्रदान गर्ने प्रक्रियाहरू हो । बजारीकरणको अभावमा उत्पादनले बजार प्राप्त गर्न सक्दैनन् । आजको संसारमा उत्पादकहरूको वृद्धि भएसँगै प्रतिस्पर्धा समेत उच्च छ। यसको प्रभावस्वरुप २१ औं शताब्दी नै प्रतिस्पर्धा र बजारीकरणको युगमा परिणत भइरहेको छ । पोखरा महानगरपालिका क्षेत्रका व्यवसायीहरूमा समेत बजारीकरणको सन्दर्भमा विभिन्न चुनौतीहरू देखा परेका छन् । व्यवसायीहरूसँग गरिएको अन्तर्वार्ता तथा लक्षित समूह छलफलबाट निम्न बमोजिम चुनौतीहरू देखिएका छन्।

सामाजिक सञ्जालमा उपस्थिति:

व्यवसायहरुको प्रचार प्रसारमा सामाजिक सञ्जालको निकै कम प्रयोग पाइयो । डिजिटल बजारीकरणको सन्दर्भमा समेत व्यवसायीहरूमा कम जानकारी पाइयो, जुन आजको पर्यटन उद्योगमा नभइ नहुने पूर्वाधार हो । अधिकांश व्यवसायीहरूमा बजारीकरणको बारेमा कम मात्र चेतना छ । उहाँहरू प्रचारप्रसारलाई मात्रै बजारीकरण भनिरहनुभएको छ । वस्तु वा सेवाको गुणस्तर वृद्धि नगरी गरिएको प्रचारप्रसारले झनै नकरात्मक अवस्था सिर्जना हुन सक्ने चेतनामा कमी देखिन्छ।

कुल सर्वेक्षण गरिएका व्यवसायहरूको ५८% कुनै पनि बुकिङ एपहरूमा सूचीबद्ध छैनन् ।

सर्वेक्षण गरिएका व्यवसायहरूमध्ये ३५% को आधिकारिक वेबसाइटहरू भएको पाईयो र तिनीहरूमध्ये ६४% को सामाजिक संजालमा खाताहरू छन् । यद्यपि, १४%ले मात्र सक्रिय रूपमा आफ्नो सामाजिक संजाल र वेबसाइट अद्यावधिक गर्ने गरेको पयियो ।

३८% व्यवसायहरूले आफूलाई बजारको प्रवृत्तिको बारेमा अद्यावधिक राख्नको लागि सामाजिक सञ्जाल प्रयोग गर्ने बताए भने २४% अझै पनि *word of mouth* मा भर पर्ने बताए ।

चित्र १२: अध्ययनमा संलग्न व्यवसायीहरूको सामाजिक सञ्जालमा उपस्थिति

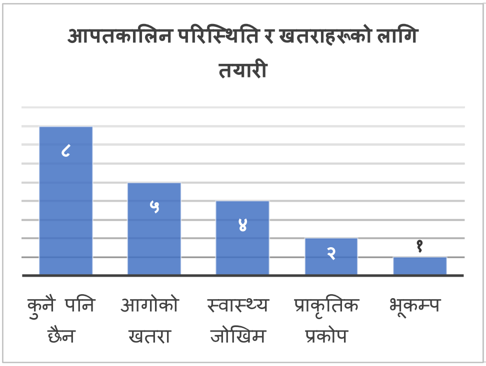
पर्यटनको ब्राण्डिङ

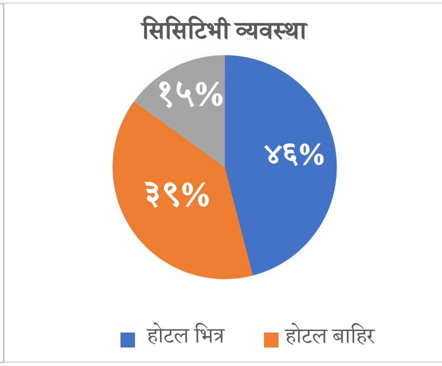
सबैजसो बेगनास/ लेकनाथ क्षेत्रका व्यवसायीहरूले सरकारी निकायले राष्ट्रिय तथा अन्तरास्ट्रिय स्तरमा ब्राण्डिङ्ग र प्रचार प्रसारमा खासै ध्यान नदिएको गुनासो पाईयो। सरकारी तथा गैर सरकारी निकायहरूले पोखराका थोरै मात्रै स्थलहरूको प्रचार प्रसार गरिरहेका छन्। महानगरभित्र धेरै नयाँ पर्यटकीय स्थल तथा बिन्दुहरूको विकास भइरहँदा फेवाताल केन्द्रित प्रचारप्रसारले अन्य स्थलहरु छायाँमा परिरहेका छन् । साथै व्यवसायी र व्यवसायिक संस्थाहरूको तर्फबाट पनि प्रचारप्रसारका गतिविधिहरू आवश्यक मात्रामा भएको देखिँदैन। अझै सरकारी निकायहरू (महानगरपालिका, प्रदेश सरकार तथा संघीय सरकार) ले प्रकाशित गरेको प्रचार सामाग्रीहरूमा पोखरालाई फेवातालको सहरका मात्रै चित्रित गर्दा अन्य तालकेन्द्रित व्यवसायीहरूलाई त्यसले भेदभावको भावना जागृत भएको छ । देश तथा विदेशमा गरिने पोखराको प्रचार प्रसार अभियानहरूमा समेत लेकसाइडका व्यवसायीहरूको मात्रै सहभागिता हुने परिपाटीले पोखराका अन्य स्थल तथा बिन्दुहरूका व्यवसायीहरूले असन्तुष्टि पोखेका छन्। यस्ता अभियानहरूका स्टलमा समेत लेकसाइड र वरपरका केही स्थल र विन्दुहरूलाई मात्रै समेट्ने गरिएको व्यवसायीहरूको गुनासो छ। यसका कारण पोखरा महानगरपालिका भित्रै एक खालको प्रतिद्वन्द्वीताको अवस्था सृजना भएको देखिन्छ।

बजारीकरणको स्वामित्व

बजारीकरणका लागि बजेट अत्यन्त आवश्यक हुन्छ। तर यहाँ खर्च हुने पैसा लगानी हो। व्यवसायी, व्यवसायिक संस्थाहरूले प्रचारप्रसारको जिम्मेवारी सरकारी निकायको हो भन्ने बुझाइमा समस्या देखिन्छ। अर्का तर्फ सरकारी निकायले समेत आवश्यक बजेट विनियोजन गरी प्रचार प्रसार गर्नुपर्नेमा त्यस प्रकारको पहल नभएको देखिन्छ।

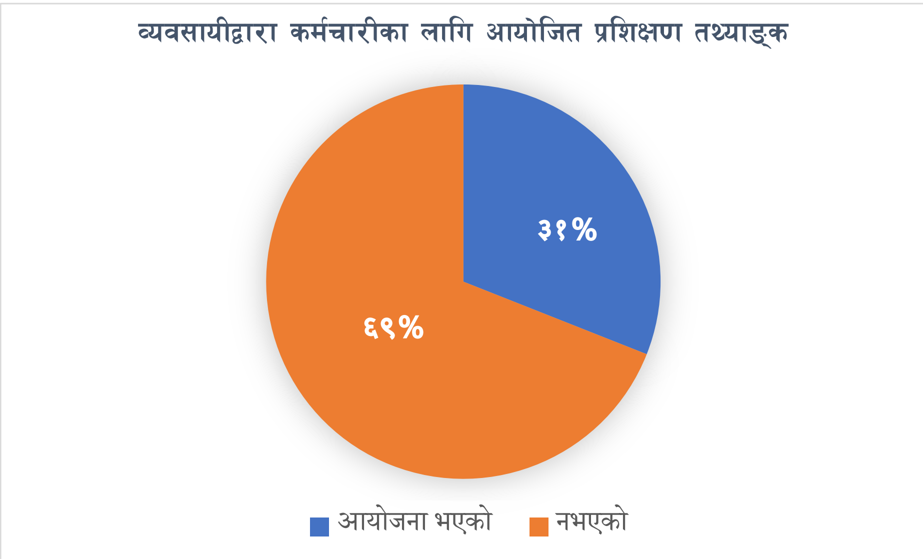
व्यवसायको आन्तरिक व्यवस्थापन





चित्र १३ र १४: अध्ययनमा संलग्न व्यवसायहरुमा आपतकालीन परिस्थिति तथा खतराहरुको लागि तयारीको अवस्था चित्र: अध्ययनमा संलग्न व्यवसायहरूमा सि.सि.टि.भी. ज्ञानको व्यवस्था

अध्ययनमा संलग्न व्यवसायीहरु मध्येधेरै जसो व्यवसायीहरु आपतकालीन परिस्थितिका लागि तयार नरहेको साथै आधा भन्दा कम व्यवसायीहरूले मात्र CCTV जडान गरेको पाईयो। खतराको तयारी अपर्याप्त भए पनि व्यवसायीले अहिलेसम्म सुरक्षाको दृष्टिकोणबाट कुनै समस्या नआएको र कुनै बाध्यकारी नीति नियम नभएका कारण उनीहरूले खतराको सम्भावनालाई त्यति ध्यान नदिएको बताए।



६९% व्यवसायीहरूले अहिलेसम्म आफ्नो तहबाट कहिले पनि कुनै पनि तालिम तथा प्रशिक्षणको कार्यक्रम नगरेको पाईयो।

विज्ञहरूका सल्लाह तथा सुझावहरू

वित्तीय तथा आर्थिक व्यवस्थापनका अभ्यासहरू

अल्पकालीन सिफारिसहरू: तत्काल गर्नुपर्ने (३ महिनाभित्र)

महानगरपालिकाले तत्काल गर्नुपर्ने
• पोखरा महानगरपालिका अन्तरगत व्यवसाय प्रबर्द्धन केन्द्रले वित्तीय साक्षरताह सामान्यतया बचत, लगानी, कर्जा तथा कर प्रणाली लगायत विभिन्न पद्धतिका विषयमा केन्द्रित कार्यशाला वा सेमिनारहरू संचालन गर्ने।   • व्यवसायिक योजना निर्माण, वार्षिक लक्ष्य निर्धारण, खर्च कटौती, आम्दानी अभिवृद्धि योजना बनाउने तथा व्यवसायको वार्षिक समीक्षा गर्न व्यवसायीहरुलाई वित्तीय अभिलेख व्यवस्थापन सम्बन्धी तालिम प्रदान गर्ने।बजार अनुगमनमार्फत अवैध व्यवसायहरूको अनुगमन गरी करको दायरामा ल्याई कडा कारबाही गर्न अभियान सञ्चालन गर्ने।   • पछिल्लो समय सामाजिक सञ्जालहरुको बढ्दो प्रयोगलाई मध्यनजर गर्दै उपलब्ध अनुदान र आर्थिक सहयोग कार्यक्रमहरूको बारेमा सामाजिक मिडियाको व्यापक प्रयोग गरी नियमित सचेतना अभियानहरू सञ्चालन गर्नुपर्ने।   • कोभिड–१९ र अन्य संकटका कारण प्रभावित व्यवसायीहरूलाई महानगरले वित्तीय संस्थाहरूसाग साझेदारी गर्दै बिना जरिवाना कर्जाको अवधि थप गर्न र सहुलियतपूर्ण स्थिर ब्याज दरमा नयाा कर्जा उपलब्ध गराएर व्यवसायमा नयाा ऊर्जा भर्न पहल गर्नुपर्ने।   • स्थानीय सरकार, वित्तीय संस्थाहरू र व्यवसायिक संघहरूबीच साझेदारी सुदृढ गर्न नेटवर्किङ सेमिनार, अनुभव आदानप्रदान, फर्म भ्रमण, र सफल उद्यमीहरूको व्यवसाय अध्ययन भ्रमण जस्ता कार्यक्रमहरू सञ्चालन गर्नुपर्ने।

व्यवसायीले तत्काल गर्नुपर्ने

- वित्तीय साक्षरता, कर प्रणाली, र कर्जा लगायत विभिन्न पद्धतिका विषयमा व्यवसायी जानकार/शिक्षित रहन केन्द्रित कार्यशाला वा सेमिनारहरूमा अनिवार्य सहभागी हुने।
- आफ्नो व्यवसायीक सफलताका लागि डिजिटल अभिलेख व्यवस्थापन सम्बन्धी तालिममा अनिवार्य रुपमा सहभागी हुने।
- आफ्नो व्यवसायसाग सम्बन्धित अन्य व्यवसायिक संघसंस्थाहरुसंग सल्लाह, सहयोग र अवधारणा आदानप्रदानका लागि व्यवसायीक नेटवर्क बढाउने।
- आफ्नो व्यवसायको वित्तिय अवस्थाको विविध पक्षहरुको बारेमा वित्तिय विज्ञहरु (Exports) वा मार्गदर्शक (Mentor) हरुबाट बेला बेलामा सुझाव तथा सल्लाह लिने।
- विभिन्न सरकारी तथा गैर सरकारी निकायहरूको अनुदान, तालिम, सहुलियत र वित्तीय सहायता बारे जानकारी लिनका लागि उनीहरूका वेबसाइट, सामाजिक सञ्जाल वा कार्यालयमा गएर सुचनाको खोजि गर्ने।

दीर्घकालीन सिफारिसहरू: दीर्घकालमा गर्नुपर्ने

महानगरपालिकाले दीर्घकालमा गर्नुपर्ने

- होटल तथा पर्यटन समूहका कम्पनीहरूले हरेक आर्थिक वर्षको प्रतिवेदनहरू सार्वजनिक गर्ने प्रावधान बनाउनुपर्ने हुन्छ । सो प्रतिवेदनको आधारमा होटल तथा पर्यटन व्यवसायका कम्पनीहरूको वित्तीय अवस्था तुलना गर्न सकिन्छ।
- बैंक एवं वित्तीय संस्थाहरुबाट ऋण उपलबध गराउदा कर्जा पुनर्संरचना, पुनर्तालिकीकरणको नितान्त आवश्यक रहने तथा बढ्दै जाने व्याजदर एकल अंकमा कायम गर्नुपर्ने।
- प्रयोगकर्ता–मैत्री अनलाइन पोर्टलहरू, स्पष्ट दिशानिर्देशहरू प्रदान गरी अनुदानको आवेदन प्रक्रियालाई सरल बनाउनुका साथै, आवेदन प्रक्रियाको सरलताका लागि व्यवसाय प्रवर्द्धन केन्द्रले भिडियो सामग्रीहरू पनि निर्माण गर्ने।
- पोखरा महानगरपालिकाले नयाा तथा पुराना व्यवसायीहरुको वित्तिय अवस्था (वित्तिय अनुशासन, वित्तिय अभिलेख व्यवस्थापन, बजेट निर्माण, व्यवसायिक योजना निर्माण, अनुदान तथा सहुलियत कर्जा) लाई सुदृढ बनाउनका लागि व्यवसायिक परामर्श सेवा केन्द्र स्थापना गर्नुपर्ने।
- आम्दानी, खर्च, कर प्रणाली, र आपूर्ति शृंखला जस्ता सबै पक्षलाई व्यवस्थित गर्न होटलहरूलाई एकीकृत वित्तीय व्यवस्थापन सफ्टवेयर (ERP)को अनिवार्य रुपमा प्रयोग गर्न सिकाउने।

व्यवसायीले दीर्घकालमा गर्नुपर्ने

- व्यवसायमा आर्थिक अस्थिरता सामना गर्न आकस्मिक कोष (Emergency Fund) राख्ने ।
- होटलको संरचना, सेवाहरू, र प्रविधिमा पुनः लगानी गरेर दीर्घकालीन वृद्धिको सुनिश्चितता गर्नुपर्छ। नवीनतम प्रबिधिको प्रयोगले प्रतिस्पर्धात्मक लाभ दिन्छ ।

बजारीकरण व्यवस्थापनका अभ्यासहु

अल्पकालीन सिफारिसहरू: तत्काल गर्नुपर्ने (३ महिनाभित्र)

महानगरपालिकाले तत्काल गर्नुपर्ने

- पोखरालाई ब्राण्डिङ गर्नका लागि विभिन्न ब्राण्डिङ् समिश्रण (Branding Mix) लाई तय गर्नका लागि विभिन्न सरोकारवालाहरुसागको समन्वयमा विज्ञहरुले सुझाव पेश गर्ने ।
- पोखराका प्रमुख प्रवेशविन्दुहरूमा–जस्तै पोखरा अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थल, कोत्रे, कुभिण्डे र नया पुलमा, पर्यटक सूचना केन्द्र स्थापना गर्नुपर्ने । यस केन्द्रमा महत्वपूर्ण पर्यटकीय स्थलहरूको जानकारी समेटिएको पोष्टर, सिटी म्याप, ब्रोसर र डिजिटल बोर्डमार्फत जानकारी उपलब्ध गराई पर्यटकलाई उत्कृष्ट सेवा प्रदान गर्नुपर्ने ।
- पोखराको उत्कृष्ट १५ विन्दुहरुको जानकारी दिनका लागि एउटा डकुमेन्ट्री तयार गर्ने ।
- पोखराको सबै वडा कार्यालयहरूमा प्रमुख पर्यटकीय स्थलहरूको जानकारी दिने होर्डिङ बोर्ड राख्नुपर्ने। साथै, महानगरका सबै कार्यालयका भित्ताहरूमा पोखराको पर्यटनलाई झल्काउने तस्बिर र ब्राण्डिङ तत्वहरूलाई उजागर गरी रंग लगाउनुपर्ने ।
- पोखराको मुख्य चोकहरुमा पोखराको ब्राण्ड झल्कने आकृतिहरु राख्ने ।पोखराको शहरलाई जीवंतता र सौन्दर्य प्रदान गर्नका लागि मुख्य सडकहरूको डिभाइडरमा आकर्षक ब्राण्ड रंग लगाएर, रातिमा रंगका झिलिमिली बत्ती बल्ने व्यवस्था गर्नुपर्ने ।
- पोखराको पर्यटन राजधानीको प्रवर्द्धन तथा अद्वितीयता र आकर्षणलाई व्यापक रूपमा प्रस्तुत गर्नका लागि लागि राष्ट्रिय र प्रादेशिक टेलिभिजनमा साप्ताहिक कार्यक्रम प्रशारण गर्नुपर्ने ।
- विभिन्न डिजिटल प्याटफर्महरुमा आफ्नो जानकारीहरु राख्ने तथा त्यसलाई सञ्चालन गर्ने तालिम दिने ।
- पोखराको प्रवर्द्धनका लागि नेपालका विभिन्न सहरहरू र छिमेकी मुलुक भारत र चीनका राज्यहरूमा एक समग्र प्रवर्द्धन कार्ययोजना तयार गरिनुपर्ने । हरेक वर्ष यस कार्ययोजनाको प्रभावकारी कार्यान्वयन गर्दै, सबै पर्यटकीय स्थलका प्रतिनिधिहरूको समावेशिता सुनिश्चित गर्ने नीति बनाउनु आवश्यक छ ।

व्यवसायीले तत्काल गर्नुपर्ने

- सबै व्यवसायिक संस्थाहरुले आफ्नो व्यवसायको प्रचार सामाग्रीहरु भिजिटिङ कार्ड र ब्रोसर वा पोष्टर आदि तयार पार्ने।
- आफ्नो व्यवसायको लोगो, ब्राण्ड रंग तथा ब्राण्ड सामाग्रीहरु तयार गरी त्यसलाई आफ्नो व्यवसायका विभिन्न सामाग्रीहरु जस्तै साइन बोर्ड, कार्ड, भित्ता आदिमा प्रयोग गर्ने।
- आफ्नो व्यवसायिक संस्थाहरुको फेसबुक, इन्स्टाग्राम लगायतका सामाजिक सञ्जालहरुमा पेज वा हेन्डल निर्माण गरी प्रचारप्रसार गर्ने।
- मुख्य चोकबाट आफ्नो व्यवसायसम्म जानका लागि बाटो र दुरी देखाउने बोर्डको व्यवस्था गर्ने।
- आफ्नो क्षेत्रलाई कुनै दुई उत्पादन वा सेवाको ब्राण्ड बनाउने गरी छलफल गरी कार्ययोजना तयार पार्ने।
- हरेक हप्ता आफ्नो पर्यटकीय स्थलहरुको सरसफाई, रंगरोगन तथा स्तरोन्नतीका लागि व्यवसायीक संस्थाहरुले पहल गर्ने।

दीर्घकालीन सिफारिसहरू: दीर्घकालमा गर्नुपर्ने

महानगरपालिकाले दीर्घकालमा गर्नुपर्ने

- पोखरा पर्यटनको गुरुयोजना तयार गर्दै, बजारिकरणका विभिन्न विधिहरूको प्रभावकारी कार्यान्वयनका लागि समितिमा बजारशास्त्रका विज्ञलाई समावेश गर्ने।
- पोखराका विभिन्न क्षेत्रहरूमा फिल्म सुटिङ गर्ने नेपाली चलचित्रकर्मीहरूलाई महानगरपालिकाले कर छुटको व्यवस्था गर्नुका साथै, विदेशी चलचित्रकर्मीहरूको भिसा शुल्क मिनाहाका लागि पहल गर्दै, महानगरले सो शुल्क भुक्तान गर्ने व्यवस्था गर्ने।
- पोखरामा हरेक महिना कुनै न कुनै इभेन्टहरु हुने गरी पर्यटन क्यालेण्डर बनाउने। सो क्यालेण्डर बनाउन पोखराका विभिन्न क्षेत्रमा कार्यरत पर्यटनसम्बद्ध सबै सरोकारवालाहरुसाग सहकार्य गर्ने । पोखरालाई नो अफ सिजन सिटीका रुपमा परिणत गर्ने।
- आधारभूत तहमा अध्यापन गराउने स्थानिय पाठ्यक्रममो ५० प्रतिशत पाठहरुमा पर्यटनसाग सम्बन्धित सामाग्रीहरु अध्यापन गराउने।
- पोखराको पर्यटन क्षेत्रमा सेवा प्रवाहलाई सुधार गर्न सिटिइभिटीसागको सहकार्यमा गण्डकी बहुप्राविधिक शिक्षालयमा छोटो समयको कोर्सहरु सञ्चालन गर्ने । यसमा

होमस्टे व्यवस्थापन, पर्यटन बजारिकरण, पर्यटक सत्कार, पर्यटक सवारी चालक, सिटी टुर गाइड, सहासिक पर्यटन व्यवस्थापन लगायतका कोर्सहरु डिजाइन गरी सञ्चालन गर्ने।

- पोखरा विश्वविद्यालय वा गण्डकी विश्वविद्यालयसाग साझेदारी गर्दै आंगिक कलेज स्थापना गरी पर्यटन व्यवस्थापनको अध्ययन अध्यापन सञ्चालन गर्ने।

व्यवसायीले दीर्घकालमा गर्नुपर्ने

- पोखरा महानगरपालिकाले अगाडि सार्ने ब्राण्डिङ् अभियानलाई आत्मसाथ गरी त्यसै अनुरुप आफ्नो ब्राण्डिङ् गर्ने।
- आफु सम्बद्ध व्यवसायिक संघसंस्थाहरुलाई सक्रिय बनाउने। यस्ता संघसंस्थहरुलाई अन्य व्यवसायिक, सरकारी तथा गैर सरकारी संस्थाहरुसाग निरन्तर समन्वय गर्ने।
- पृथ्वी राजमार्गको स्तरोन्नती कार्य पूरा भएपछि पोखरामा आउने पर्यटकहरूको संख्या उल्लेखनीय रूपमा बढ्नेछ। त्यसका लागि आवश्यक तयारी र योजनाहरू तयार गरेर स्वागत गर्नुपर्ने।
- लेकसाइड र अन्य क्षेत्रका पर्यटन व्यवसायीहरू बीच उत्पन्न तिक्ततालाई संवादमार्फत समाधान गर्नुपर्छ। पोखराको पर्यटनको अभिभावकत्व लिई, लेकसाइडका व्यवसायीहरूले अन्य क्षेत्रलाई व्यवसाय विस्तार गर्न मेन्टरको भूमिका निभाउनु आवश्यक छ।
- व्यवसायीहरुले एक अर्कालाई प्रतिस्पर्धीको रुपमा होइन परिपुरकको हिसाबमा सम्बन्ध बिस्तार गर्ने।
- हरेक पर्यटकीय स्थलहरुलाई ब्राण्डिङ् गर्ने र त्यही थिममा सबै व्यवसायीहरुले काम गर्ने।
- व्यवसायीहरुले आफ्नो सेवा गुणस्तर अभिवृद्धि गर्नका लागि आफ्नो पहलमा अध्ययन, तालिम, कोर्स, सेमिनार तथा भ्रमणहरुमा सहभागी हुने।
- पोखराको पर्यटनलाई एकता र पहिचानको नयाा आयाम प्रदान गर्नका निम्ति हरेक पर्यटकीय स्थललाई विशेष रूपमा ब्राण्डिङ् गर्दै, सबै व्यवसायीहरूले सोही थिममा समर्पित भएर काम गर्नुपर्ने।

सुशासन व्यवस्थापनका अभ्यासहु

अल्पकालीन सिफारिसहरू: तत्काल गर्नुपर्ने (३ महिनाभित्र)

महानगरपालिकाले तत्काल गर्नुपर्ने

- पोखरा महानगरका पर्यटन स्थलका व्यवसायीहरूसाग छुट्टै छलफल गर्दै, उनीहरूको समस्याहरू, स्थानीय सरकारसागका अपेक्षाहरू, र समाधानका उपायहरूबारे छलफल कार्यक्रम आयोजना गर्ने।
- उक्त कार्यक्रममा गरिएको फलोअपमा समस्या समाधानका पहलुहरू अध्ययन गर्दै, महानगर र वडा स्तरका क्षेत्राधिकार, बजारका निर्धारण र व्यवसायका जिम्मेवारीहरूका बारेमा बिस्तृत विश्लेषण गरी सानो प्रतिवेदन तयार गर्ने।
- उक्त प्रतिवेदनका आधारमा कार्य सम्पन्न गर्नका लागि क्यालेण्डर तयार गर्दै, सबै व्यवसायी र सम्बन्धित निकायसाग पुनः बैठक गर्नुपर्छ।
- स्थानीय सरकारले तालिम र प्रशिक्षणका लागि वार्षिक क्यालेन्डर योजना/डिजाईन गरेर, मिति, समय र मोडालिटी व्यवसायहरूलाई समयमै जानकारी गराउनुपर्ने।
- स्थानीय सरकारले तालिम तथा प्रशिक्षण मोड्युललाई साना व्यवसायहरूपनि संलग्न हुन पाउने गरि परिमार्जन गर्नुपर्छ।

व्यवसायीले तत्काल गर्नुपर्ने

- समस्याको समाधानका लागि सहि निकाय पहिल्याउन व्यवसायीहरुले माहानगरको क्षेत्राधिकार, वडाको क्षेत्राधिकार र व्यवसायी स्वयम् को जिम्मेवारी बुझ्न सम्बन्धित निकाय समक्ष गएर आफुलाई जानकार गराउनुपर्ने।
- व्यवसायहरूले आफ्ना कर्मचारीहरूको लागि आवश्यक सीपहरू मापन गरि ती सीपहरुको आवश्यकता पूरा गर्न योजना बनाउनु पर्ने।

दीर्घकालीन सिफारिसहरू: दीर्घकालमा गर्नुपर्ने

महानगरपालिकाले दीर्घकालमा गर्नुपर्ने

- एसएमएस सेवाको विकास गरि, सबै दर्ता भएका व्यवसायहरूलाई एसएमएस मार्फत जानकारी सजिलै पठाउन सकिने व्यवस्था मिलाउनुपर्ने।
- बजारमा उतारचढाव आइराख्ने कारणले स्थानीय सरकारले कम्तिमा पनि वर्षको दुइपटक व्यवसायीहरु माझ गई "मार्केट सर्वे" गरेर सरकारको नीति तथा कार्यक्रम अध्यावधिक गरिराख्नुपर्ने।
- निर्णय र योजना प्रक्रियामा समावेशीता सुनिश्चित गर्न, सरकारले योजना र कार्यक्रमहरूलाई अन्तिम रूप दिनु अघि नीति र योजनाहरूको मस्यौदामा व्यवसायीहरूले आफ्नो व्यक्तिगत राय व्यक्त गर्ने संयन्त्रको विकासमा ध्यान केन्›त गर्नुपर्छ।
- स्थानीय सरकारले कम्तिमा प्रत्येक वर्ष बजारमा सीपको आवश्यकता अध्ययन गरी तालिम कार्यक्रमको तर्जुमा गर्नुपर्ने।
- स्थानीय सरकारले साना व्यवसायहरूलाई लक्षित गरी आफ्नो कार्यक्रममा वित्तीय साक्षरता सम्बन्धित तालिमहरू समावेश गर्नुपर्छ।
- विकास कार्यक्रमहरूले कडाइका साथ योजना तर्जुमा प्रक्रियाको पालना गर्नुपर्ने र स्थानीय व्यवसायीहरुलाई प्राथमिकतामा राखी उनीहरुलाई सो प्रक्रियाको हरेक चरणमा संलग्न गराउनुपर्ने।

व्यवसायीले दीर्घकालमा गर्नुपर्ने

- व्यवसायहरूले आफ्नो व्यवसायको आवश्यकताहरूको आधारमा कम्तिमा एक महिनाको लागि सक्रिय रुपमा on-the-job तालिमको व्यवस्था गर्नुपर्छ।
- व्यवसायहरूले परिवर्तनशील बजारको आवश्यकता र मागको आधारमा कर्मचारीहरूलाई "upskilling र ...reskilling" गरिराख्नु पर्ने।
- व्यवसायहरूले परिवर्तनशील बजारको आवश्यकता र मागको आधारमा कर्मचारीहरूलाई "upskilling र ...reskilling गरिराख्नु पर्ने ।

पूर्वाधार विकासका अभ्यासहु

अल्पकालीन सिफारिसहरू: तत्काल गर्नुपर्ने (३ महिनाभित्र)

महानगरपालिकाले तत्काल गर्नुपर्ने

- सडक निर्माण गर्न ठेक्का सम्झौता गरेर समयमै काम नगर्ने ठेकेदार कम्पनीलाई सम्झौता बमोजिम कारबाही स्वरूप क्षतिपूर्ति तिराउने तथा सम्झौता रद्द गरी कालोसूचीमा राख्ने प्रक्रिया तिब्र गतिमा सुरु गर्नुपर्ने।
- महानगरले ठेकेदार कम्पनीलाई ठेकापट्टा दिदा पुन: जनशक्ति र उपकरणको आकलन गरेर मात्र ठेका दिने।
- बेगनास ताल क्षेत्रमा विद्युत् आपूर्ति सुधार गर्न विद्युतीकरणका कार्यक्रमहरू सञ्चालन गर्नुपर्ने। यसका लागि विद्युत् लाइन मर्मतसम्भार र विस्तारमा लगानी गर्ने।
- पर्यटकीय क्षेत्रहरूमा सडक बत्तिको व्यवस्था गर्ने
- पोखराको लेकसाइडलाई नो भेकल जोन बनाउने
- पोखराको पुरानो सहरको संरक्षणका लागि तत्काल कार्ययोजना बनाउने
- सबै तालहरूमा सुरक्षाका लागि उद्धार उपकरण तथा जनशक्तिको व्यवस्थापन गर्ने
- सबै पर्यटकीय क्षेत्रहरूमा सिसिटिभी क्यामेराहरू जडान गर्ने

व्यवसायीले तत्काल गर्नुपर्ने

- व्यवसायीहरूले समुदायमा आधारित परियोजनाहरू सञ्चालन गरेर सडक मर्मतसम्भार, सरसफाइ अभियानमा सहयोग गर्ने।
- स्थानीय संस्थासाग मिलेर जलस्रोत संरक्षण, बेगनास तालको सरसफाइ, र पर्यावरणीय संरक्षणका कार्यक्रमहरू सञ्चालन गर्न व्यवसायीले नेतृत्व लिनुपर्ने।
- पूर्वाधार सुधारका लागि आयोजना, नीति निर्माण, र विकास बजेट निर्धारणमा व्यवसायीहरूले स्थानीय सरकारलाई सकारात्मक दबाब दिने।

दीर्घकालीन सिफारिसहरू: दीर्घकालमा गर्नुपर्ने

महानगरपालिकाले दीर्घकालमा गर्नुपर्ने

- पृथ्वीराजमार्ग भएका कारण पर्यटकलाई आउजाउ गर्नुपर्दा भीडभाडले समस्या हुने गरेको हुदा त्यसलाई विकल्प दिनेगरि पोखरा अन्तर्राष्ट्रिय विमानस्थलदेखि बेगनास र लेकसाइडसम्मको दूरीमा वैकल्पिक सडक तयार गर्नुपर्ने।

- पोखरा क्षेत्रका तालहरुलाई साइकल ट्र्याकमार्फत जोड्नेगरि चाडै नै पुर्वाधारको तयार गर्नुपर्ने साथै कुनैपनि रुख नकाटि शान्तिवनलाई संरक्षण गरिनुपर्ने।
- महानगरले यातायात, सूचना प्रविधिजस्ता प्रमुख पूर्वाधार क्षेत्रलाई केन्द्रित गर्दै बजेट विनियोजन तथा कार्यान्वयनलाई प्राथमिकता दिनुपर्ने।
- बेगनाससम्मको सडक सञ्जाललाई सुधार गर्न, यातायातको सुलभता र सुरक्षालाई ध्यानमा राखी स्थायी सडक निर्माण नीति र नियमित (समय तोकी) मर्मतसम्भार योजना लागू गर्नुपर्ने।
- बेगनासमा स्थानीय यातायात बस सेवा साँझ अबेरसम्म संचालन गर्नुपर्ने र गुणस्तर सुधार गर्नुपर्ने। इलेक्ट्रिक बस सञ्चालन गर्ने नीति अपनाउन सकिन्छ, जसले वातावरणमैत्री यातायात सेवा दिन सक्छ।
- पोखराको मुख्य बजार देखि बेगनाससम्मको मार्गलाई पर्यटकीय आकर्षणको रूपमा विकास गर्न ट्रेकिङ मार्ग, साइकलिङ ट्रेल, र सुरक्षित पैदल मार्गहरू निर्माण गर्नुपर्छ। यसले आन्तरिक र बाह्य पर्यटकलाई आकर्षित गर्ने।
- स्थानीय पूर्वाधार योजनाहरूमा समुदायलाई संलग्न गराउनुपर्ने। सडक निर्माण, पर्यटन क्षेत्र विकास, र सरसफाइ योजनामा स्थानीय वासीहरूको सुझाव र योगदान समावेश गर्नुपर्छ।
- पूर्वाधार विकास योजनाहरूको प्रभावकारिता सुनिश्चित गर्न नियमित अनुगमन र मूल्याङ्कन प्रणाली लागू गर्नुपर्ने। यसका लागि विकास कार्यक्रमको कार्यान्वयनको प्रगति मापन र आवश्यक सुधारहरूलाई तुरुन्त समावेश गर्न सकिने लचक नीति बनाउनुपर्छ।

व्यवसायीले दीर्घकालमा गर्नुपर्ने

- पर्यटकीय पूर्वाधारमा निजी क्षेत्रको लगानी आकर्षित गर्न व्यवसायीहरूले विज्ञापन, बैठक, र सम्मेलनहरूमा सहभागी भएर आफ्नो व्यवसायिक सम्भावनालाई देखाउनुपर्ने ।
- आफूलाई आवश्यक तालिमका लागि स्थानीय संस्था तथा सरकारी कार्यालयहरूसाग छलफल गरी आवश्यक दक्षता विकास गर्ने।
- बेगनास क्षेत्रको पर्यटन प्रवर्द्धनमा योगदान गर्नका लागि होटल व्यवसायीहरु मिलेर पर्यटन बस वा शटल सेवाहरू सञ्चालन गरेर पर्यटकको आवागमनलाई सरल बनाउने ।

उद्यम क्लिनिकको लागि प्रस्तावित मोड्युल

उद्यम क्लिनिकको लागि प्रस्तावित मोड्युल प्रशिक्षण, मार्गदर्शन, र वित्तीय सहयोगका सिद्धान्तमा आधारित छ।

चित्र १६: उद्यम क्लिनिकको प्रस्तावित मोड्युल

व्यवसाय प्रवर्धन केन्द्र " उद्यमशिलता क्लिनिक" को लागि प्रस्तावित मोड्युल प्रशिक्षण, मार्गदर्शन, र वित्तीय सहयोगका सिद्धान्तमा आधारित छ।

१. **अनुसन्धान:**

व्यवसाय प्रवर्धन केन्द्र उद्यमशीलता क्लिनिकको लागि प्रस्तावित मोड्युलको पहिलो सिद्धान्त अनुसन्धान हो। यस अनुसन्धानले दुई प्रमुख उद्देश्यहरू प्रदान गर्दछ। पहिलो, व्यवसायहरूले आफ्नो उत्पादन र सेवाहरूलाई आफ्ना (फरक प्राथमिकता र अपेक्षा भएका अन्तर्राष्ट्रिय तथा स्थानीय) ग्राहकसँग प्रभावकारी रूपमा समायोजन गर्न, बजार गतिशीलतालाई बुझ्ने खोज निष्कर्षहरूको उपयोग गर्न सहयोग पुऱ्याउनु हो । दोस्रो, सम्बन्धित निकायहरूलाई प्रभावकारी लक्षित हस्तक्षेपहरू डिजाइन गर्न र विद्यमान हस्तक्षेपहरू अद्यावधिक गर्न सहयोग पुऱ्याउनु हो।

निजी क्षेत्रको संलग्नता भएमा यो दृष्टिकोणले काम गर्दछ। यस अर्थमा, आफ्नो व्यवसायको लागि आधारभूत र समयमै बजार अनुसन्धान आफैले सञ्चालन गर्नुपर्ने हुन्छ साथै, व्यवसाय प्रवर्धन केन्द्रले सहजकर्ताको रूपमा सहजीकरण गर्दछ।

२. **मार्गदर्शन:**

यस मोड्युलको दोस्रो सिद्धान्त मार्गदर्शन हो । व्यवसायलाई हरेक चरणमा मार्गदर्शन गर्ने हेतुले यसले व्यवसायी र प्रबन्धकहरूलाई अनुभवी उद्योग विशेषज्ञहरूसँग जोड्ने काम गर्दछ । तसर्थ, उद्योगभित्र आवश्यकता अनुसार व्यवसायहरूलाई समर्थन गर्न सक्ने विशेषज्ञहरूको समूह तयार पार्न आवश्यक रहन्छ । यस्तो विशेषज्ञता भएका निजी संस्थाहरूसँगको साझेदारी नै व्यवसाय र सल्लाहकारहरू बीचको सम्बन्ध सिर्जना गर्ने उत्तम तरिका हो । मार्गदर्शन तत्कालको सञ्चालनात्मक मार्गदर्शनसम्म मात्र सीमित नभई नेतृत्व विकासमा पनि केन्द्रित रहन्छ। त्यसैले, व्यवसायिक नेतृत्व गर्नेहरु आफ्नो टिमलाई प्रभावकारी रूपमा मार्गदर्शन गर्न, परिवर्तनको अगुवाई गर्न, र आफ्नो व्यवसायलाई अझ बढी सफलतातर्फ लैजान सक्छन्।

व्यवसायिक मार्गदर्शनहरू निजी वा साझेदारी लगानीमार्फत व्यवसायसँग मिलेर गरिन्छ।

३. **वित्तीय सहयोग:**

यस मोड्युलको तेस्रो सिद्धान्त मुख्य वित्तीय चुनौतीहरूको सम्बोधनमा आधारित छ, जस्तै वित्तीय कोषमा पहुँच, वित्तीय साक्षरता, लागत नियन्त्रण, र प्रभावकारी वित्तीय व्यवस्थापन अभ्यास । यसले व्यवसायहरूलाई जानकारीमूलक निर्णय लिन र दिगो विकास हासिल गर्न सक्षम बनाउँछ।

यसै गरी यस मोड्युलमा व्यवसायहरूलाई आर्थिक उत्तरचढावको आधारमा व्यवसायको नियन्त्रणभन्दा बाहिरका परिस्थितिहरूमा व्यवसायहरूलाई प्रदान गरिने कर राहत सहितको अनुदानलाई समावेश गरिएका छन्।

व्यवसायहरूले दिगोपन सुनिश्चित गर्न र प्राप्त वित्तीय सहयोगको उचित प्रयोग गर्नका लागि आवश्यक (मागअनुसार) व्यवसायिक परिवर्तनहरू गर्न जरुरी रहन्छ।

मोड्युल:

१. **सिप विकासमा सहयोग**

➢ **मागमा आधारित प्रशिक्षण मूल्याङ्कन**

- विशिष्ट आवश्यकताहरू पहिचान: स्थान, व्यवसायको प्रकार, र लगानीको स्तर जस्ता

पक्षहरूलाई विचार गर्दै प्रत्येक व्यवसायको तालिम सम्बन्धी अद्वितीय आवश्यकताहरूको विस्तृत मूल्याङ्कन गर्ने,

- अनुकूल तालिम कार्यक्रमः पहिचान गरिएका आवश्यकताहरूका आधारमा प्रासङ्गिकता र प्रभावकारितालाई सुनिश्चित गर्दै अनुकूलित तालिम कार्यक्रमहरू विकास गर्ने।

➢ **लचिलो र पहुँचयोग्य तालिम**

- स्थान र समयको विचार गर्नेः तालिम कार्यक्रमहरूलाई पहुँचयोग्य बनाउनका लागि सुविधाजनक स्थान र समयमा प्रस्ताव गर्ने,
- लचिलो ढाँचाहरू उपलब्ध गराउनेः अनलाइन तालिम, मिश्रित सिकाइ, र कार्यस्थलमा तालिम जस्ता विकल्पहरू अन्वेषण गर्ने।

➢ **Re-skilling and Up-skilling**

- क्षमता विकास र पुनः सिकाइमा ध्यान दिनेः कर्मचारीहरूलाई नयाँ दक्षता प्राप्त गर्न वा विद्यमान सिपहरू सुधार गर्न सहयोग गर्ने प्रशिक्षण कार्यक्रमहरू प्रस्ताव गर्ने,
- सफ्ट स्किलहरूलाई प्राथमिकता दिनेः अन्तरक्रियात्मक प्रशिक्षण विधिहरू मार्फत सञ्चार, टीमवर्क, र समस्या समाधानजस्ता सफ्ट स्किलहरूको विकासलाई जोड दिने।

➢ **नवप्रवर्तन र अनुकूलन क्षमता**

- नवप्रवर्तनको संस्कृतिलाई प्रोत्साहन गर्नेः कर्मचारीहरूबीच सिर्जनशीलता र प्रयोगलाई उत्प्रेरित गर्ने,
- अनुकूलनशीलतालाई प्रवर्द्धन गर्नेः कर्मचारीहरूलाई बदलिदो बजार परिस्थितिहरू र नयाँ प्रवृत्तिहरूसँग अनुकूल हुने सिप प्रदान गर्ने।

➢ **सहकर्मी सिकाइ र मार्गदर्शन**

- सहकर्मी-सिकाइ समूहहरू स्थापना गर्नेः कर्मचारीहरूबीच नियमित छलफल र ज्ञान बाँडफाँड गर्ने वातावरण सिर्जना गर्ने,
- मार्गदर्शन प्रदान गर्नेः कर्मचारीहरूको विकासलाई सहयोग र निर्देशन दिनका लागि वरिष्ठ सदस्यहरू वा मार्गदर्शकहरू तोक्ने।

२. मार्केटिङ एण्ड ब्राण्डिङ

➢ **डिजिटल उपस्थिति र अनलाइन मार्केटिङः**

-बलियो वेबसाइट विकास गर्नेः व्यवसायका विशिष्ट सेवाहरूलाई प्रस्तुत गर्ने आकर्षक र जानकारीमूलक वेबसाइट तयार गर्ने,

-सामाजिक सञ्जालको प्रयोग गर्नेः ग्राहकहरूसँग संलग्न हुन र सामग्री साझेदारी गर्न सम्बन्धित सामाजिक सञ्जाल प्लेटफर्महरूमा सक्रिय प्रोफाइलहरू कायम गर्ने,

-खोज इञ्जिनहरूको लागि अनुकूल बनाउने: वेबसाइटको दृश्यता सुधार गर्न र जैविक ट्राफिक आकर्षित गर्न SEO प्रविधिहरू कार्यान्वयन गर्ने,

-अनलाइन प्रतिक्रियाहरूको लाभ उठाउने: विश्वसनीयता निर्माण गर्न र नयाँ ग्राहकहरूलाई आकर्षित गर्न TripAdvisor जस्ता प्लेटफर्महरूमा ग्राहक प्रतिक्रियालाई प्रोत्साहित गर्ने ।

➢ **रणनीतिक सहकार्य र साझेदारी:**

-स्थानीय पर्यटन निकायहरूसँग साझेदारी गर्ने: क्षेत्रलाई प्रवर्धन गर्न र आगन्तुकहरूलाई आकर्षित गर्न पर्यटन बोर्ड र संस्थाहरूसँग सहकार्य गर्ने,

- अन्य व्यवसायहरूसँग पारस्पारिक प्रवर्धन गर्ने: पर्यटन अपरेटरहरू वा आकर्षण स्थलहरू जस्ता अनुपूरक व्यवसायहरूसँग साझेदारी गरेर संयुक्त प्रवर्धनहरू प्रस्ताव गर्ने र फराकिलो दर्शकहरूलाई आकर्षित गर्ने,

- प्रभावशाली व्यक्तिहरूसँग संलग्न हुने: स्थानीय प्रभावशाली व्यक्तिहरू वा ट्राभल भलग्गरहरूसँग सहकार्य गरेर वास्तविक सामग्री सिर्जना गर्ने र व्यापक दर्शकहरूसम्म पुऱ्याउने।

➢ **पहुँच र संलग्नतालाई अधिकतम बनाउने:**

- लक्षित सामाजिक सञ्जाल अभियानहरू सञ्चालन गर्ने: विशेष लक्षित दर्शकहरूमा पुग्न र संलग्नता बढाउन प्रभावकारी अभियानहरू विकास गर्ने,

- डिजिटल मार्केटिङ उपकरणहरूको प्रयोग गर्ने: दृश्यतालाई बढाउन इमेल मार्केटिङ, सामग्री मार्केटिङ, र भुक्तानी विज्ञापनजस्ता उपकरणहरू प्रयोग गर्ने,

-निष्ठा कार्यक्रमहरू कार्यान्वयन गर्ने: नियमित ग्राहकहरूलाई पुरस्कृत गर्न निष्ठा कार्यक्रमहरू स्थापना गरेर ग्राहकहरूको वफादारी बढाउनु पर्ने र पुन: व्यवसाय गर्न प्रोत्साहित गर्ने,

- मार्केटिङ प्रयासहरूलाई व्यक्तिगत बनाउने: व्यक्तिगत अनुभव सिर्जना गर्न व्यक्तिगत ग्राहकको प्राथमिकतालाई ध्यानमा राखेर मार्केटिङ सन्देशहरू अनुकूल बनाउने।

३. वित्तीय सहयोग

➢ **वित्तीय पहुँच र सहयोग:**

-विभिन्न वित्तीय विकल्पहरू अन्वेषण गर्ने: माइक्रोलोन, सरकारी अनुदान, क्राउडफन्डिङ प्लेटफर्महरू, र अन्य सम्भावित वित्तीय स्रोतहरूको जानकारी प्रदान गर्ने,

-सम्बन्धहरू सहज बनाउने: व्यवसायीलाई वित्तीय संस्थाहरू र लगानीकर्ताहरूसँग

जोड्ने।

-बिउ लगानी: उच्च वृद्धि सम्भावना भएका आशाजनक उद्यमहरूलाई बिउ लगानीको प्रस्ताव गर्ने।

➢ **वित्तीय साक्षरता तालिम:**

-कार्यशालाहरू सञ्चालन गर्ने: बजेटिङ, नगद प्रवाह व्यवस्थापन, र वित्तीय योजना सम्बन्धी कार्यशालाहरूको आयोजना गर्ने,

-वित्तीय साक्षरता सिकाउने: खर्चहरूको ट्र्याकिङ, वित्तीय लक्ष्यहरू निर्धारण, र आपतकालीन कोष निर्माण गर्ने बारे व्यवसायीलाई शिक्षित गर्ने,

-नियमित वित्तीय अडिट: अनुपालन सुनिश्चित गर्न र सुधार गर्नुपर्ने क्षेत्रहरू पहिचान गर्न नियमित अडिटहरू सञ्चालन गर्ने।

➢ **लागत नियन्त्रण र कार्यक्षमता:**

-आपूर्ति श्रृङ्खला अनुकूलन: खरिद लागत घटाउन र कार्यक्षमता सुधार गर्न रणनीतिहरू अन्वेषण गर्ने,

-विक्रेताहरूसँग सम्झौता: अनुकूल सर्तहरू प्राप्त गर्न मोलतोल सिकाउने,

-खाद्य फोहोर कम गर्ने: खाद्य फोहोर काम गर्न अभ्यासहरू लागू गर्ने र लागतहरू घटाउने,

-ऊर्जा-दक्ष अभ्यासहरू अपनाउने: बिजुलीको बिल घटाउन ऊर्जा-बचत उपायहरू अन्वेषण गर्ने।

➢ **वित्तीय व्यवस्थापन उपकरणहरू र प्रविधि:**

-वित्तीय सफ्टवेयरको सिफारिस: लेखापाल, लेखाङ्कन, र वित्तीय विश्लेषणका लागि उपयुक्त सफ्टवेयर सिफारिस गर्ने,

-सरल प्रक्रिया: व्यवसायहरूलाई प्रभावकारी वित्तीय व्यवस्थापन प्रणालीहरू कार्यान्वयन गर्न निर्देशन दिने,

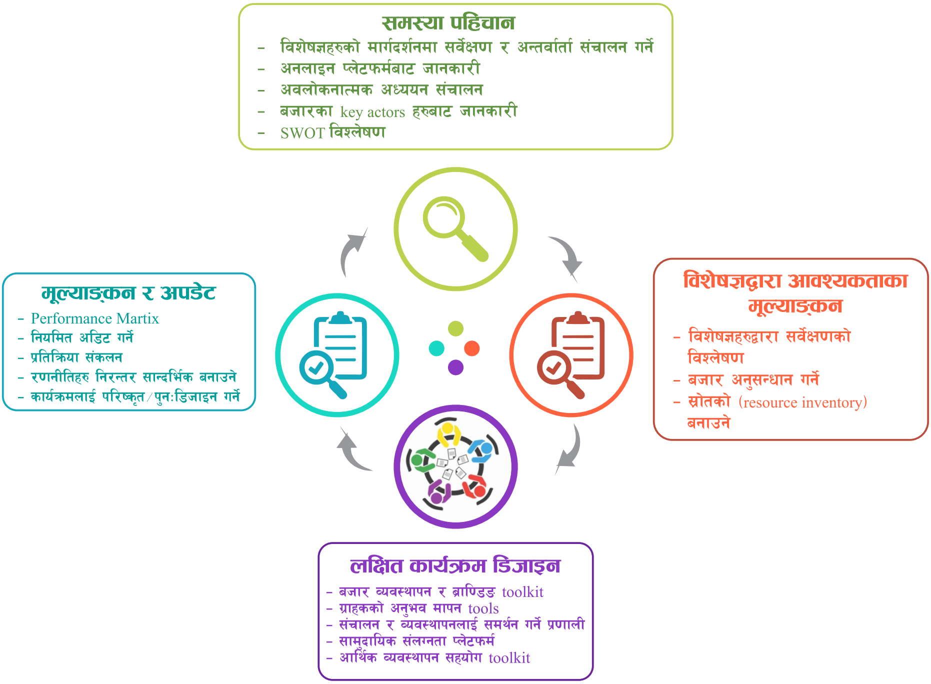
-वित्तीय प्रतिवेदनहरू: स्पष्ट र जानकारीमूलक वित्तीय प्रतिवेदनहरू बनाउन सहयोग गर्ने ।

➢ **वित्तीय सल्लाहकार नेटवर्क:**

-सल्लाहकारहरूको नेटवर्क स्थापना : वित्तीय सल्लाह प्रदान गर्ने प्रोनो वोनो वा कम लागतमा परामर्श दिने वित्तीय सल्लाहकारहरूको नेटवर्क विकास गर्ने,

-व्यक्तिगत सल्लाह प्रस्ताव: व्यवसायहरूले वित्तीय मामिलामा अनुकूलित निर्देशन प्राप्त गर्न सुनिश्चित गर्ने।

उद्यम क्लिनिक सञ्चालन प्रक्रिया



चित्र १७ : उद्यम क्लिनिकको प्रस्तावित मोड्युल अन्तर्गत उद्यम क्लिनिक सञ्चालनको प्रक्रिया

अनुसूची १:
उद्यम क्लिनिक सम्बन्धी प्रश्नावली (पर्यटन, मार्केटिङ, आर्थिक, सुशासन)

व्यवसायीको नाम:

फर्मको नाम:

स्थान:

सम्पर्क नं. :

क) सामान्य जानकारी

- तपाईं कस्तो प्रकारको पर्यटन व्यवसाय सञ्चालन गर्नुहुन्छ ?
- तपाईंको व्यवसाय कहिलेदेखि सञ्चालनमा आएको हो ?
- तपाईंकोमा कति जना कर्मचारी कार्यरत छन् ?
- तपाईंले कस्ता प्रकारका मुख्य उत्पादन र सेवाहरू प्रदान गर्नुहुन्छ ?

ख) ग्राहकको सन्तुष्टि

- तपाईंकोमा ग्राहकहरू कत्तिको दोहोर्‍याएर आउने गर्छन् ?
- ग्राहकलाई प्रदान गरिएको सेवाको गुणस्तरलाई कसरी मूल्याङ्कन गर्नुहुन्छ ?
- के तपाईं बुकिङ एपहरूमा सूचीबद्ध हुनुहुन्छ ? यदि हो भने, कति वटामा हुनुहुन्छ ?
- कति प्रतिशत बुकिङहरू अनलाइन गरिन्छ ?
- सकारात्मक र नकारात्मक समीक्षाहरू अनलाइनबाट कत्तिको प्राप्त गर्नुहुन्छ ?
- तपाईंले प्रदान गर्ने सेवाहरूको बारेमा ग्राहकहरूले प्राय: के गुनासो गर्छन् ?
- त्यसपछि उनीहरूले सबैभन्दा बढी के गुनासो गर्छन् ?
- ग्राहकहरूका अनुसार तपाईंले प्रदान गर्ने सेवाका उत्कृष्ट सुविधाहरू के के हुन् ?
- तपाईंले ग्राहकको प्रतिक्रिया कतिको सङ्कलन गर्नुहुन्छ ?

  '.. प्रत्येक खरिदपछि '.. हरेक हप्तामा '.. हामी सोध्दैनौँ, केवल उनीहरूले स्वेच्छाले दिएको खण्डमा सङ्कलन गर्छौं।
- ग्राहक प्रतिक्रियाको आधारमा तपाईले कति पटक परिवर्तनहरू लागु गर्नुहुन्छ ?
- के तपाईं कुनै ग्राहक वफादार कार्यक्रम (loyalty program) प्रस्ताव गर्नुहुन्छ ?

ग) मूल्य निर्धारण रणनीति

- तपाईंको मूल्य निर्धारण रणनीतिलाई कति पटक पुनरावलोकन र समायोजन गर्नुहुन्छ ?
- ग्राहकहरूले मूल्य निर्धारणको बारेमा कतिको गुनासो गर्छन् ?

घ) बजार अनुसन्धान र प्रवृत्तिहरू

- तपाईंको लक्षित वर्ग के हो ?
- के तपाईंका धेरै ग्राहक लक्षित वर्गबाट छन् ?
- तपाईंले हालसम्म कति पटक बजार अनुसन्धान गर्नु भएको छ ?
- तपाईं बजारको प्रवृत्तिसँग कसरी परिचित हुनुहुन्छ ?
- …… सामाजिक सञ्जाल ‘..मौखिक “पत्रपत्रिकाका लेखहरू ‘..ग्राहकको राय ‘.. अन्य व्यवसायहरू अवलोकन गरेर
- तपाईंको दैनिक सञ्चालनको बाहेक ग्राहक संख्या बढाउनका लागि तपाईंले के गर्नुहुन्छ ?
- तपाईंले बजार प्रवृत्तिहरूलाई आफ्नो व्यवसाय रणनीतिमा कत्तिको प्रभावकारी ढङ्गले समावेश गर्नुहुन्छ ?

ङ) सांस्कृतिक एकीकरण र सम्पदा

- तपाईंले आफ्नो व्यवसायमा सांस्कृतिक सम्पदाका कुन पक्षहरू समावेश गर्नुभएको छ ?
- उक्त सांस्कृतिक गतिविधिहरू तपाईंको स्थानमा कति पटक हुन्छन् ?
- के तपाईंले स्थानीय भोजन प्रदान गर्नुहुन्छ ?
- मेनुमा कति वटा वस्तु छन् र तिनमा कति स्थानीय भोजनहरू छन् ?
- सुरक्षा (विशेष गरी प्याराग्लाइडिङ फर्मका लागि):
- के त्यहाँ उद्योग सुरक्षा मापदण्डहरूको लागि अनुपालन आवश्यक छ ?
- तपाईले उद्योग सुरक्षा मापदण्ड र नियमहरूको कत्तिको पालना गर्नुहुन्छ ?
- अहिले सम्म तपाईंको दुर्घटना दर के हो ?
- खेलको सुरक्षा र सुरक्षाको सुनिश्चितता गर्नका लागि के-के प्रक्रियाहरू छन् ? तपाईं ती प्रक्रिया ग्राहकहरूलाई कसरी जानकारी गराउनुहुन्छ ?
- तपाईंको फर्ममा के कस्ता आपतकालीन अवस्थाहरू वा खतरा सामना गर्ने प्रावधान रहेको छ ?

‘. भूकम्प ‘.. आगो “ स्वास्थ्य सम्बन्धि जोखिम ‘.. अन्य प्राकृतिक प्रकोपहरू

- के तपाइँकोमा होटल बाहिर निगरानी राख्ने क्यामेराहरु जडान गरिएको छ ?
- के तपाईंको व्यवसायमा सुरक्षा प्रदान गर्ने सुरक्षा कर्मचारी छन् ?
- तपाइँ कति पटक सुरक्षा प्रोटोकलहरूको समीक्षा र अद्यावधिक गर्नुहुन्छ ?
- तपाईको व्यवसाय परिसर बाहिर क्षेत्रको सुरक्षालाई तपाईले कसरी मूल्याङ्कन गर्नुहुन्छ ?
- तपाईंको व्यवसाय परिसर भित्र र बाहिर बत्तीको पर्याप्ततालाई कसरी मूल्याङ्कन गर्नुहुन्छ ?
- उच्च चापको समयमा वा कार्यक्रमहरूमा भीड नियन्त्रणलाई तपाईं कतिको प्रभावकारी रूपमा व्यवस्थापन गर्नुहुन्छ ?
- के ग्राहकहरूले सुरक्षाको बारेमा प्रश्न उठाएका छन् ?
- के कर्मचारीहरूले सुरक्षाबारे कुरा उठाएका छन् ?
- के तपाईंको व्यवसायको बीमा गरिएको छ ? यदि छ भने, यसले के के कुरा समेट्छ ?

च) सञ्चालन प्रभावकारिता

- तपाईंले व्यवसाय सञ्चालन गर्दा सामना गरिरहेका चुनौतीहरू के के हुन् ? (जस्तै, आपूर्ति श्रृङ्खला समस्या, कर्मचारीको अभाव)
- मर्मतका लागि प्रत्येक वर्ष कति लगानी गर्नुहुन्छ ?
- तपाईसँग कति मर्मत गर्ने कर्मचारी छन् ?

छ) कर्मचारीको सन्तुष्टि

- तपाईकोमा कर्मचारी फेरबदल कति हुन्छन् ?(अङ्कमा)
- के तपाईंले कहिल्यै कर्मचारीका लागि तालिम, कार्यक्रम आयोजना गर्नुभएको छ ?
- मासिक तलब पाउने कर्मचारी ?

'. १० हजार भन्दा कम'' १० हजार - १५ हजार''१५ हजार - २० हजार '..२० हजार - २५ हजार '..२५ हजार भन्दा माथि

ज) प्रविधि र नवीनता

- तपाईंले आफ्नो व्यवसायमा प्रविधिलाई कसरी समावेश गर्नुभएको छ ?
- विगत ५ वर्षमा आफ्नो सेवामा सुधार गर्न के कस्ता नयाँ प्रविधिहरू अपनाउनु भएको छ ?

- के तपाइँसँग अनलाइन उपस्थिति छ ? (कहाँः वेबसाइट, इन्स्टाग्राम, फेसबुक, बुकिङ डट कम, अगो्डा)?
- तपाईंको वेबसाइट कति पटक अपडेट गर्नुहुन्छ ?
- तपाइँ यस व्यवसायको सामाजिक सञ्जाल कति पटक अपडेट गर्नुहुन्छ ?

झ) पर्यावरण र सामाजिक उत्तरदायित्व

- स्थानीय समुदायलाई सहयोग गर्ने गतिविधिहरूमा तपाइँ कति संलग्न हुनुहुन्छ ?
- अनावश्यक खर्च कम गर्न र रिसाइकलिङलाई प्रवर्धन गर्न तपाईंले के कस्ता प्रयासहरू प्रयोग गर्नु भएको छ ?

ञ) पूर्वाधार र पहुँच

- तपाईं पर्यटकहरूको लागि आफ्नो स्थानको पहुँचलाई कसरी मूल्याङ्कन गर्नुहुन्छ ?
- पूर्वाधारसँग सम्बन्धित चुनौतीहरूले तपाईंको व्यवसायलाई असर गरिरहेको जस्तो लाग्छ कि लाग्दैन ?
- तपाईंले आफ्ना ग्राहकहरूको लागि सार्वजनिक यातायात विकल्पहरूको उपलब्धतालाई कसरी मूल्याङ्कन गर्नुहुन्छ ?
- तपाईंले ग्राहकका लागि सुविधा सुधार गर्न कतिको लगानी गर्नुहुन्छ ?
- व्यवसायमा पार्किङ सुविधाहरू उपलब्ध छन् ?
- तपाईंले आफ्नो आधारभूत सुविधाहरू (पानी, बिजुली, तातो पानी) कति पटक मर्मत गर्नु पर्छ ?
- व्यवसाय परिसरमा भरपर्दो इन्टरनेट सुविधा छ ?
- के तपाईंको व्यवसाय अपाङ्गता भएका व्यक्तिहरूको लागि पहुँचयोग्य छ ?

ट) पूर्वाधार लगानी र विकास

- तपाईको व्यवसायको लागि कुन स्थानीय पूर्वाधार सबैभन्दा उपयोगी भएको छ ?
- तपाईंको स्थानमा ग्राहकहरूलाई मार्गदर्शन गर्नको लागि साइन र निर्देशनहरूको प्रभावशीलतालाई कस्तो रूपमा मूल्याङ्कन गर्नुहुन्छ ?
- तपाईंको वरिपरिका पूर्ण रूपमा सञ्चालनमा रहेका व्यवसायहरूको सन्दर्भमा तपाईंका कमजोरीहरू वा ताकतहरू के के छन् ?
- के तपाईंले कमजोरीलाई सुधार्नका लागि कुनै विशेष रणनीति तयार गर्नुभएको छ ?

-आगामी वर्ष आफ्नो व्यवसाय विस्तारमा लगानी गर्ने सम्भावना कतिको छ ?

ठ) सरकारी सहयोग र कोष

- पर्यटन प्रवर्धन वा पर्यटन व्यवसाय प्रवर्धनका लागि सरकारले चालेका के कस्ता पहलहरू तपाईलाई थाहा छ ?
- तपाईले सरकारी कार्यक्रमहरूबारे कसरी जानकारी प्राप्त गर्नुहुन्छ ?
- सरकारको नेतृत्वमा रहेका कार्यक्रमहरूको लागि कति पटक आवेदन दिनु भएको छ ?
- तपाईंले सरकारी अनुदानका लागि कति पटक आवेदन दिनु भएको छ ?
- सरकारी कोषका कार्यक्रमहरूमा पहुँच गर्न सजिलो भएको कुरालाई तपाईं कसरी मूल्याङ्कन गर्नुहुन्छ ? (१-५ बाट)
- तपाइँको व्यवसाय वृद्धिलाई समर्थन गर्न सरकारी कोषको प्रभावकारितालाई तपाइँ कसरी मूल्याङ्कन गर्नुहुन्छ ? (१-५ बाट)
- यदि धेरै प्रभावकारी छैन भने किन ?
- सङ्कटको समयमा (जस्तै, प्राकृतिक प्रकोप, महामारी) सरकारी वित्तीय समर्थनको पर्याप्ततालाई तपाईंले कस्तो रूपमा मूल्याङ्कन गर्नुहुन्छ ? (१-५)

ड) तालिम र विकासमा सरकारको सहयोग

- के तपाईंले आफ्नो कर्मचारीहरूको लागि सरकारद्वारा आयोजित प्रशिक्षण कार्यक्रमहरूको लागि कहिल्यै आवेदन दिनुभएको छ ?
- यदि छ भने, कति पटक ?
- सरकारले दिने तालिमको गुणस्तरलाई कसरी मूल्याङ्कन गर्नुहुन्छ ? (१-५)
- अब, तपाईंको व्यवसायको आवश्यकताहरू पूरा गर्नको लागि यसको प्रभावशीलतालाई
- कस्तो रूपमा मूल्याङ्कन गर्नुहुन्छ ? (१-५)
- तपाईंजस्ता व्यवसायीहरूलाई उपलब्ध तालिम र विकासका अवसरहरूलाई सरकारले कसरी प्रवर्धन गर्छ ?
- सरकारले वर्तमान उद्योगका प्रवृत्तिहरू र आवश्यकताहरूलाई प्रतिबिम्बित गर्न तालिम कार्यक्रमहरू कति पटक अपडेट गर्छ ?

ढ) सरकारी प्रचार र मार्केटिङ समर्थन

- तपाईंको व्यवसायले सरकारद्वारा सञ्चालन गरिएका पर्यटन अभियानबाट लाभ

उठाएको कुनै उदाहरण छ ?

- तपाईंको व्यवसाय र सरकारी पर्यटन बोर्डका एजेन्सीहरू बीच कस्तो सहकार्य छ ?
- अन्तर्राष्ट्रिय मार्केटिङ र विदेशी पर्यटकलाई आकर्षित गर्नका लागि सरकारले दिएको समर्थनलाई तपाईं कत्तिको मूल्याङ्कन गर्नुहुन्छ ? (१-५)
- के सरकार पक्षबाट वा कुनै व्यवसायबाट डाटा सङ्कलन वा अनुसन्धान अध्ययन वितरणका लागि सम्पर्क गर्नु भएको छ ? अथवा, के तपाईंले सरकारका अन्य स्रोतहरू जस्तै वेबसाइटमार्फत कुनै प्रकाशित अध्ययनको अध्ययन गर्नु भएको छ ?

ण) सरकारी पूर्वाधार विकासमा समर्थन

- स्थानीय पूर्वाधारको मर्मत सम्भारमा सरकारले गरेको लगानीको पर्याप्ततालाई तपाईं कस्तो मूल्याङ्कन गर्नुहुन्छ ?
- तपाईंको व्यवसायमा प्रभाव पार्ने पूर्वाधारका समस्याहरू (जस्तै, सडक मर्मत, सार्वजनिक यातायातको ढिलाइ) समाधान गर्न सरकार कतिको प्रभावकारी छ ?

त) नियामक र नीतिगत समर्थन

- तपाईंको व्यवसाय सञ्चालन गर्नका लागि आवश्यक नियामक प्रक्रियाबारे तपाईंलाई स्पष्टता छ ?
- नयाँ नीतिहरू वा नियमहरू विकास गर्दा सरकारले पर्यटन व्यवसायहरूसँग कति पटक परामर्श गर्छ ?
- पर्यटन व्यवसायका लागि व्यवसाय लाइसेन्स र अनुमति प्रक्रिया कतिको सजिलो छ ?
- उद्योग-विशिष्ट चुनौतीहरू (जस्तै, मौसमीता, श्रमशक्ति) समाधान गर्न सरकारले दिएको समर्थनलाई तपाईं कतिको मूल्याङ्कन गर्नुहुन्छ ?

थ) मानव संसाधन

- तपाईंले कस्तो मानव शक्ति काममा लगाउनुहुन्छ ?

“‘ दक्ष “.. अर्धदक्ष “. अज्ञेय

- तपाईंको संस्थामा मानव संसाधनको लागि कस्तो प्रकारको तालिम लाभदायक हुने विश्वास गर्नुहुन्छ? “‘ प्राविधिक: कुन? (खाना पकाउने, प्लम्बिङ, आतिथ्य) “‘ वित्तीय

द) वित्तमा पहुँच

- के तपाईंलाई वित्तीय संस्थाहरू र बैंकरूसँग कर्जा लिनेमा कुनै चुनौतीहरू सामना गर्दै हुनुहुन्छ?
- यदि हो भने, कर्जा प्राप्त गर्नका लागि समस्या के के हुन ?
- के तपाईं नियमित रूपमा कर्जा किस्ता तिर्नुहुन्छ ?

" हो "". होईन

- यदि होईन भने, कर्जा किस्ता तिर्न समस्याहरू के के छन ?
- तपाईं सरकारबाट कस्तो प्रकारको समर्थन/सहयोगको अपेक्षा गर्नुहुन्छ ?

वित्त व्यवस्थापन

क) व्यवसायमा वित्तीय व्यवस्थापन अभ्यास

- तपाईंको वर्तमान लगानी कति हो ?
- तपाईंले आफ्नो लगानी कसरी व्यवस्थापन गर्नुभयो ?

आत्म-कोषको मात्रा रु: """". ('.%)

कर्जा मात्रा रु: """"" ('.%)

कर्जाको स्रोत: औपचारिक (BFIs) """".. अनौपचारिक (मित्र, परिवार आदि) """"

- लोनको कर्जा दर (औसत) ?
- तपाईंले यो कर्जा दरलाई कसरी मूल्याङ्कन गर्नुहुन्छ?

अति महङ्गो

महङ्गो

मध्यम मूल्यको

सस्तो

- के तपाईंलाई कर्जा किस्ता तिर्न समस्या छ ? छ, छैन
- के तपाईंलाई लाग्छ कि तपाईंको वर्तमान लगानी पर्याप्त छ ? छ, छैन
- के तपाईंलाई लगानीका लागि थप रकमको आवश्यक छ ? छ, छैन
- अझै लगानीका लागि तपाई कुन स्रोतहरू खोजिरहनु भएको छ ? इक्विटी, कर्जा, अन्य (स्पष्ट पार्नुहोस्)
- के तपाईंले कहिल्यै आफ्नो व्यवसायका लागि कुनै अनुदान कर्जा प्रयोग गर्नुभएको छ ?
- के तपाईं अनुदान कर्जाबारे कुनै धारणा राख्नुहुन्छ ?
- अनुदान कर्जा प्राप्त गर्नका लागि के समस्या छन् ?

- तपाईंको व्यवसायको औसत मासिक राजस्व कति छ ?
- तपाईंको व्यवसायको औसत मासिक खर्च कति छ ?
- कृपया विभिन्न श्रेणीहरूमा औसत मासिक खर्चको अनुमान गर्नुहोस् । उदाहरण: कर्मचारीहरूको तलब, भाडा, सामग्रीको खर्च, चासो आदि। (प्रत्येक श्रेणीमा कुल खर्चको लगभग %.)
- के तपाईंलाई ग्राहकबाट भुक्तानी प्राप्त गर्नमा कुनै समस्या भएको छ ?
- के तपाईंलाई कोष व्यवस्थापनसँग सम्बन्धित कुनै तालिम प्राप्त भएको छ ?
- के तपाईंलाई कोष व्यवस्थापनसँग सम्बन्धित तालिम आवश्यक छ ?

ख) लेखाङ्कन र कर मुद्दाहरू

- के तपाईं आफ्नो व्यवसायको आय र खर्चको अभिलेख राख्नुहुन्छ ?
- के तपाईं आफ्नो व्यक्तिगत आय र खर्चको अभिलेख पनि राख्नुहुन्छ ?
- के तपाईं व्यक्तिगत खाता र व्यवसाय खाता अलग राख्नुहुन्छ ?
- तपाईं व्यक्तिगत खर्चलाई कसरी व्यवस्थापन गर्नुहुन्छ ? (व्यवसायबाट?)
- के तपाईं आफ्नो व्यक्तिगत खर्चको व्यवसाय खातामा अभिलेख राख्नुहुन्छ ?
- तपाईं कति समयमा अभिलेख राख्नुहुन्छ ? दैनिक, साप्ताहिक, मासिक.....
- तपाईंको व्यवसायमा वित्तीय अभिलेखलाई कसले व्यवस्थापन गर्छ ? आफैले, कर्मचारी ......
- के तपाईं वित्तीय अभिलेख राख्नका लागि लेखाङ्कन नियमहरूको पालन गर्नुहुन्छ ?
- तपाईं अभिलेख कसरी राख्नुहुन्छ? कम्प्युटर सफ्टवेयर प्रयोग गरेर वा म्यान्युअली ?
- तपाईंले लेखाङ्कनसँग सम्बन्धित कुनै तालिम प्राप्त गर्नु भएको छ ?
- के तपाईंलाई लेखाङ्कनसँग सम्बन्धित तालिम आवश्यक छ ?
- करको दायित्वका बारेमा तपाईं कतिको सचेत र जानकार हुनुहुन्छ ? अति सचेत, सचेत, केही हदसम्म सचेत, नजान्ने........
- के तपाईं आफ्नो व्यवसायको करको गणना गर्न र आन्तरिक राजस्व विभाग (IRD) मा कर दाखिला गर्न सक्नुहुन्छ ?
- के तपाईंले कहिल्यै कर तिर्दा दण्ड तिर्नु परेको छ ?
- के तपाईंलाई करसँग सम्बन्धित कुनै तालिम आवश्यक छ ?

ग) अडिट र अनुपालन कारक

-के तपाईं आफ्नो व्यवसायको वित्तीय विवरण (आय विवरण, बैलन्स शिट) तयार गर्नुहुन्छ ?

- के तपाईंले आफ्नो व्यवसायको नियमित अडिट गर्नुहुन्छ ?

- तपाईं कति पटक अडिट गर्नुहुन्छ ? दैनिक, साप्ताहिक, मासिक, वार्षिक.....

- तपाईंको संस्थामा अडिटको जिम्मेवारी कसले लिन्छ ? आफैले, कर्मचारी, बाह्य अडिटर.....

- के तपाईं नेपालमा अनुपालन आवश्यकताबारे कति सचेत हुनुहुन्छ ? अति सचेत, सचेत, केही हदसम्म सचेत, नजान्ने.....

- के तपाईं स्थानीय कानुन र नियमहरूलाई पालन गर्नका लागि आफ्नो व्यवसाय अभ्यासहरूलाई नियमित रूपमा समीक्षा र अद्यावधिक गर्नुहुन्छ ?

- के तपाईंले कहिल्यै अनुपालनका मुद्दाहरूको कारण कुनै दण्डको सामना गर्नुभएको छ ?

- के तपाईंले अडिटिङसँग सम्बन्धित कुनै तालिम प्राप्त गर्नु भएको छ ?

- के तपाईंलाई अडिटिङसँग सम्बन्धित तालिम आवश्यक छ ?

- स्थानीय कानुन र नियमहरूलाई पालन गर्नमा तपाईंले के कस्ता चुनौतीहरू भोग्नु परेको छ ?

अनुसूची २:
अध्ययनमा संलग्न उद्यम क्लिनिक आवेदन फारम भर्ने उद्यम व्यवसायहरु

क्र.स.	नाम थर	व्यवसायको नाम	ठेगाना
१	दुर्गा दत्त दाहाल	लेक भ्याली प्याराग्लाइडिङ प्रा.लि.	पोखरा-६
२	सरन गुरुङ	होटल गोवा प्यालेस	पोखरा-६
३	इन्द्र प्रसाद बस्याल	होटल ग्रिन पार्क	पोखरा-६
४	प्रेम राज पाहारी	हेलो इन गेष्ट हाउस	पोखरा-६
५	चुडामणि दाहाल	चापाकोट एग्रो टुरिजम प्रा.लि.	पोखरा-२३
६	शक्ति श्री तिवारी	होटल बटुको एण्ड लज	पोखरा-३१
७	गोमा देवी तिमिल्सिना	युनिक रेष्टुरेन्ट	पोखरा-३१
८	दुर्गा प्रसाद अधिकारी	ग्राण्ड होटल बेगनास	पोखरा-३१
९	निरा सापकोटा (बराल)	निर्भान क्याफे एण्ड खाजा घर	पोखरा-३१
१०	शमशेर कुमार श्रेष्ठ	ग्रिन लेक भियु रेष्टुरेन्ट	पोखरा-३१
११	राम प्रसाद गुरुङ	होटल मकाउ	पोखरा-३१
१२	अनिल अनाल	होटल हिमालयन सेरेन भियु	पोखरा-३१
१३	सुनिता खनाल	क्रन्ची लन्च हाउस एण्ड लज	पोखरा-३१
१४	मिन नेपाली	होटल ग्रिन लेक एण्ड लज	पोखरा-३१

पोखरा रिसर्च सेन्टरः परिचय

पोखरा रिसर्च सेन्टर (PRC) पोखरालाई मुख्य कार्यक्षेत्र बनाएर काम गरिरहेको एक स्वतन्त्र, गैर राजनैतिक, गैर नाफामूलक, अनुसन्धानमा आधारित संस्था हो । सन् २०१९ मा स्थापित पोखरा रिसर्च सेन्टर, सार्वजनिक नीति अनुसन्धानको सामाजिक तथा आर्थिक आयाममा केन्द्रित छ।

"सुशासन र आर्थिक स्वतन्त्रता" को आदर्श द्वारा निर्देशित, यस संस्थाले व्यक्तिगत छनौट र स्वतन्त्रताको सिद्धान्तको पालन गरीरहेको छ भने उद्यमको समान अवसर, विधिको शासन र स्वतन्त्र अभिव्यक्तिको लोकतान्त्रिक सिद्धान्तलाई आफ्ना कार्यक्रमहरुमा राख्ने प्रयत्न समेत गरिरहेको छ। यस संस्थाले नीतिगत सुधारको माध्यमबाट प्रदेश स्तरमा सकारात्मक प्रभाव पार्ने तीन कार्यात्मक क्षेत्रहरु, अनुसन्धान, प्रशिक्षण र पैरवी अन्तर्गत काम गरिरहेको छ।

हालसम्म यस संस्थाले कोभिड १९ का कारण नेपालका साना तथा मझौला उद्योगमा पर्न गएको प्रभाव, सार्वजनिक सौचालय मैत्री सहर पोखरा, गण्डकी प्रदेशमा होमस्टे पर्यटन, स्मार्ट सिटि, पोखरामा पार्किंग, गण्डकी प्रदेशको प्रदेश औधोगिक ब्यबसाय ऐन, २०७५ मा नीति विवरण लगायतका विषयमा अनुसन्धानपत्रहरु प्रकाशित गरिसकेको छ। साथै नियमित रुपमा उद्यमशीलता, आर्थिक नीति सुधार आदि बिभिन्न समसामयिक विषयहरुमा लेखहरु पनि निकाल्ने गरेको छ ।

पोखरा रिसर्च सेन्टरको हाल संचालनमा रहिरहेका कार्यक्रमहरु मध्य युथ इन पोलिसी एण्ड गर्भनेन्स (वाई. पि. जी. फेलोसिप) कार्यक्रमले गण्डकी प्रदेशका युवाहरुलाई नीति निमार्ताहरुसँग रहि कानुन निर्माण तथा सार्वजनिक नीतिमा ज्ञान हासिल गर्न सहयोग गरिरहेको छ साथै यस संस्थाले स्वतन्त्र बजार, उद्यमशीलता र आर्थिक स्वतन्त्रता का क्षेत्रमा पनि युवा हरुलाई लक्षित गरेर विभिन्न प्रशिक्षण कार्यक्रमहरु गरीरहेको छ। त्यसै गरी गण्डकी डिस्कोर्स, राजनीतिक आर्थिक चर्चा श्रृंखला (PEDS), र गण्डकी लिडर्स सर्कल (GLC) समेत गठन गरी राष्ट्रियस्तरको नीति अध्ययन संस्थानको रूपमा स्थापित हुने लक्ष्यका साथ अगाडी बढिरहेको छ।

POKHARA
RESEARCH CENTRE

महाकालेश्वर मार्ग पोखरा ११, कास्की, गण्डकी प्रदेश, नेपाल
फोनः (९७७)-६१-५८७१११
इमेलः centre.pokhara@gmail.com
वेबसाइटः www.pokharacentre.org