

चौथो पारिवारिक वजेट सर्वेक्षण

प्रेस विज्ञप्ती

- देशको समष्टिगत आर्थिक स्थितिको परिसूचक उपभोक्ता मुद्रास्फीति (Consumers Inflation) लाई मापन गर्ने सूचकाङ्क निर्माणको आधारको रूपमा करीव १०/१० वर्षमा गरिने पारिवारिक वजेट सर्वेक्षणको श्रृंखलाको रूपमा “चौथो पारिवारिक वजेट सर्वेक्षण” को प्रतिवेदन सार्वजनिक गर्न पाउँदा नेपाल राष्ट्र बैंकलाई खुशी लागेको छ । उपभोक्ता मूल्य सूचकाङ्कमा समावेश गरिने वस्तुहरूको डालो पहिचान गर्ने, सो वस्तुहरूको भार निर्धारण गर्ने एवं सकेसम्म आर्थिकरूपले सक्रिय बजार केन्द्रहरूको प्रतिनिधित्व गर्ने गरी राष्ट्रियस्तरको मूल्य सूचकाङ्क निर्माण गर्ने अभिप्रायले यस्ता सर्वेक्षणहरू गरिन्छन् । एकपटक गरिएका सर्वेक्षणले पहिचान गरेका वस्तु तथा सेवाहरू समयक्रममा अप्राप्य हुने, बजारमा नयाँ वस्तु एवं सेवाले प्रतिस्थापन गर्ने, उपभोक्ताको खर्च व्यवहारमा परिवर्तन आउने, प्राविधिक विकासबाट गुणस्तरमा सुधार हुने जस्ता परिवर्तन भइरहने हुँदा ती प्रवृत्तिलाई समायोजन गर्न आवधिक रूपमा यस्ता सर्वेक्षण भइरहनु पर्दछ । मूल्य स्थिरता कायम गर्ने प्रमुख उद्देश्य बोकेको नेपाल राष्ट्र बैंकलाई यी सर्वेक्षणबाट बजार एवं उपभोग्य प्रवृत्तिमा आधारित मूल्य सूचकाङ्क निर्माण गर्न एवं बढी यथार्थपरक र विश्वसनीय मुद्रास्फीति मापनमा सहयोग पुग्दछ ।
- यसै क्रममा नेपाल राष्ट्र बैंकले चौथो पारिवारिक वजेट सर्वेक्षण अन्तर्गत वि.सं.२०६२ मंसीर देखि २०६३ कार्तिक मसान्तसम्म नेपालका २३ शहरी र २५ ग्रामीण गरी कूल ४८ केन्द्रबाट ५०९५ घरपरिवारको तथ्याङ्क संकलन गरेको थियो (अनुसूची १) । तथ्याङ्कहरूको संकलन व्यवस्थितरूपमा तयार गरिएको प्रश्नावली एवं व्यक्तिगत अन्तर्वार्ताबाट लिइएको थियो । सर्वेक्षण क्रममा बैंकले सर्वेक्षण टोलीलाई घरपरिवारको आर्थिक क्रियाकलाप समेट्न प्रत्येक त्रयमासमा खटाएर आर्थिक चरहरूको मौसमी परिवर्तन समेत अध्ययन गरेको थियो । ग्रामीण एवं शहरी क्षेत्रमा विभाजन गरी सम्पन्न गरिएको यस सर्वेक्षणबाट तत् तत् क्षेत्रको मूल्य सूचकाङ्क तयार गरी बढी प्रतिनिधिमूलक राष्ट्रिय सूचकाङ्क निर्माण गर्ने उद्देश्य रहेको छ ।
- नेपालमा पारिवारिक वजेट सर्वेक्षणको इतिहास धेरै पुरानो छैन । पहिलो वजेट सर्वेक्षण वि.सं. २०३०-३२ मा सम्पन्न भएको थियो । जसले १८ वटा बजार केन्द्रलाई मात्र सर्वेक्षणको दायरामा राखेको थियो ।

आ.व. २०४१/४२ मा सम्पन्न दोश्रो सर्वेक्षणमा ३५ वजार केन्द्र र आ.व. २०५२/५३ मा सम्पन्न तेश्रो सर्वेक्षणमा २१ वटा शहरी केन्द्रहरूमा सीमित रही सर्वेक्षण सम्पन्न गरिएको थियो ।

४. चौथो पारिवारिक बजेट सर्वेक्षणको मूल उद्देश्य उपभोक्ता मूल्य सूचकाङ्कलाई परिमार्जित एवं बढी यथार्थपरक बनाउनु भएपनि यसले नेपालको बदलिदो सामाजिक आर्थिक परिवेशलाई समेत उजागर गरेको छ । सर्वेक्षणको नतिजाले नेपाली घरपरिवारका विशेषताहरू (घरपरिवारको संख्या, वच्चा माथिको निर्भरता अनुपात, वच्चा महिला अनुपात, पारिवारिक नेतृत्व, साक्षरता, पेशा, वैवाहिक स्थिति, उमेर ईत्यादि), घरका विशेषताहरू (रहन सहन, स्वास्थ्य, खानेपानी, चर्पी, भान्सा, विजुली), रोजगार अवस्था, आयको श्रोत तथा वितरण, पारिवारिक खर्चको स्वरूप, बैकिङ्ग व्यवहार एवं विप्रेषण आय सम्बन्धी नयाँ तथ्याङ्कहरू समेत प्रकाशमा ल्याएको छ । नेपालको आर्थिक सामाजिक क्षेत्रमा अध्ययन अनुसन्धान गर्न एवं नीति निर्माण गर्न यस सर्वेक्षणबाट प्राप्त तथ्याङ्कहरूले सम्बन्धित सबैलाई थप मद्दत गर्ने विश्वास गरिएको छ ।
५. यस भन्दा अघिका तीन सर्वेक्षणहरू भन्दा चौथो पारिवारिक बजेट सर्वेक्षण फरक हुनुमा शहरी एवं ग्रामीण वजार केन्द्रहरूको आर्थिक-सामाजिक तथ्याङ्क संकलन र व्यवस्थित छनौट प्रक्रिया (Sampling Technique) प्रमुख कारण रहेका छन् । उपभोक्ता मूल्य सूचकाङ्क निर्माण गर्ने प्रयोजनार्थ वजार केन्द्रहरूको छनौट गर्दा त्यस्ता केन्द्रहरूमा पर्याप्त मात्रामा उपभोग्य वस्तुहरू उपलब्ध हुनुपर्ने, बैकल्पिक श्रोत पसलहरू हुनुपर्ने, आर्थिक कारोवारको केन्द्र हुनु पर्ने, सामान्य पूर्वाधारहरू जस्तै सडक, विजुली, टेलिफोनको पहुँच भएको हुनुपर्ने हुन्छ । तसर्थ, ग्रामीण केन्द्र भनिएपनि यस सर्वेक्षणको प्रयोजनको निमित्त शहरोन्मुख ग्रामीण क्षेत्रहरू नै उपयुक्त वजार केन्द्र हुन् । साथै, यस सर्वेक्षणले गाउँ विकास समिति सदरमुकाम भएका प्रायः सबै जिल्ला सदरमुकामलाई समेटनुका साथै ती सदरमुकामसंग जोडिएका गा.वि.स.लाई समेत वजार केन्द्रमा समावेश गरेको छ । अतः यस सर्वेक्षणले ग्रामीण क्षेत्रको तथ्याङ्क प्रस्तुत गर्दा यस्तै प्रकृतिका अन्य सर्वेक्षणले प्रस्तुत गरेका तथ्याङ्क भन्दा फरक तथ्याङ्क आउन सक्छन् ।
६. चौथो पारिवारिक बजेट सर्वेक्षणले नेपाली घरपरिवारको उपभोक्ता व्यवहारमा भएको परिवर्तनलाई स्पष्ट प्रतिविम्बित गरेको छ । पहिलो सर्वेक्षणमा खाद्य तथा पेय पदार्थ समूहमा ६६.७८ प्रतिशत खर्च गर्ने

प्रवृत्ति क्रमशः दोश्रो सर्वेक्षणमा ६२.६३ प्रतिशत र तेश्रो सर्वेक्षणमा ५३.२० प्रतिशतमा ओर्लेकोमा चौथो सर्वेक्षणसम्म आईपुग्दा ३८.९ प्रतिशतमा पुगेको छ (अनुसूची २) ।

अर्को शब्दमा, नेपालको उपभोग्य खर्चको ठूलो अंश, गैर खाद्य तथा सेवा क्षेत्रमा (६१.१ प्रतिशत) हुने परिणाम चौथो पारिवारिक बजेट सर्वेक्षणले उजागर गरेको छ । ग्रामीण एवं शहरी दुवै केन्द्रमा यस्तो समान प्रवृत्ति देखिएतापनि ग्रामीण क्षेत्रमा खाद्य समूहको खर्च ४४.१ प्रतिशत र शहरी क्षेत्रमा ३५.८ प्रतिशत रहेको देखिन्छ । यसरी, बढ्दो शहरीकरणको प्रभाव स्वरूप शहरी क्षेत्रमा गैर खाद्य समूहमा गरिने खर्चको मात्रा उल्लेखनीय रूपमा वृद्धि (६४.२ प्रतिशत) भएको पाइन्छ । गैर खाद्य समूहमध्ये पनि घरायसी सामान एवं फर्निचिङ्गमा सबैभन्दा बढी २७.५ प्रतिशत जसमध्ये (शहरी क्षेत्र: ३०.२ प्रतिशत र ग्रामीण क्षेत्र: २३.० प्रतिशत) खर्च भएको देखिन्छ । त्यसैगरी, मनोरञ्जन एवं संस्कृति खर्च कुलमा ८.७ प्रतिशत (जसमध्ये शहरी क्षेत्रमा ८.७ प्रतिशत र ग्रामीण क्षेत्रमा ८.९ प्रतिशत), शिक्षामा ७.६ प्रतिशत (शहरी: ८.३ प्रतिशत र ग्रामीण: ६.४ प्रतिशत) खर्च हुने गरेको तथ्य सर्वेक्षणबाट प्राप्त भएको छ (अनुसूची ३) ।

सर्वेक्षणले विगतमा भन्दा फरक किसिमले अन्तर्राष्ट्रिय प्रचलन अनुरूप उपभोग्य खर्चलाई COICOP (Classification of Individual Consumption according to Purpose) मा आधारित वर्गीकरण गरिएको छ ।

७. चौथो पारिवारिक बजेट सर्वेक्षणबाट प्राप्त सामाजिक-आर्थिक तथ्यहरूको आधारमा नेपालमा प्रति परिवारको औषत सदस्य संख्या ५.३६ जना (शहरी: ५.४९ जना र ग्रामीण: ५.२१ जना) रहेको पाइन्छ । यसैगरी ८७.६ प्रतिशत घरपरिवारको आफ्नै घर, १०.५ प्रतिशतको भाडाको घर र १.९ प्रतिशत भाडा तिर्नु नपर्ने घरमा बसोबास गर्ने गरेको पाइएको छ (अनुसूची ४) । कुल बजार केन्द्रको तथ्याङ्क अनुसार ९१.९ प्रतिशतको विजुलीमा र ४२.६ प्रतिशतको टेलिफोनमा पहुँच भएको पाइएको छ । रोजगारीको स्वरूप हेर्दा कृषि पेशामा ७.९ प्रतिशत, व्यवसाय/उद्योगमा १२.८ प्रतिशत, सेवामा १०.९ प्रतिशत, गृहिणीमा २१.१ प्रतिशत, विद्यार्थी २८.५ प्रतिशत, ज्यालादारीमा ३.९ प्रतिशत, घरेलु कामदार १.५ प्रतिशत र अन्य पेशामा १३.५ प्रतिशत संलग्न रहेको पाइएको छ (अनुसूची ५) ।

८. सर्वेक्षणबाट नेपालीको मासिक औषत पारिवारिक आय रू.२७,३९१।- (शहरी: रू.३१,९३५।- र ग्रामीण: रू.२२,२२५।-) रहेको (अनुसूची ६) पाइनुका साथै सो आयमा ७.३ प्रतिशत कृषिको, २८.१ प्रतिशत तलव भत्ता, ज्याला एवं पेन्सनको, २९.५ प्रतिशत व्यवसाय/सेवाको, १६.१ प्रतिशत रेमिट्यान्सको र १०.२ प्रतिशत Imputed बहाल (Rent) को योगदान रहेको पाइएको छ ।

यसैगरी परिवारको औषत मासिक खर्च रू.१५,१३०।- (शहरी रू. १७,८९६।- र ग्रामीण: रू.११,९८२।-) पाईनुका साथै सो खर्चमा ३९ प्रतिशत खाद्य क्षेत्र तथा ६१ प्रतिशत गैर खाद्य क्षेत्रमा खर्च हुने गरेको पाइएको छ (अनुसूची ७) ।

९. सर्वेक्षणबाट प्राप्त नतिजा अनुसार ४१ प्रतिशत परिवारले संस्थागत तथा गैर संस्थागत क्षेत्रबाट ऋण लिने गरेको पाइएको छ । ऋण लिनेहरू मध्ये ४५ प्रतिशत शहरी क्षेत्रमा र ५५ प्रतिशत ग्रामीण क्षेत्रमा रहेको पाइएको छ । ग्रामीण क्षेत्रमा ऋण लिने परिवारमा पनि ५७.३ प्रतिशत परिवारले संस्थागत ऋण र ७१.५ प्रतिशतले गैर संस्थागत ऋण लिएको पाइएकोले ग्रामीण क्षेत्रमा कर्जा प्रदान गर्ने संस्थागत क्षेत्रको अद्यापी विस्तार हुन नसकेको देखिन्छ ।
१०. सर्वेक्षणबाट प्राप्त नतिजालाई आधार बनाई नेपाल राष्ट्र बैंकले नयाँ Series अनुसारको उपभोक्ता मूल्य सूचकाङ्क निर्माणसम्बन्धी कार्य प्रारम्भ गरिसकेको छ । नयाँ सूचकाङ्क निर्माण भएपछि यसले आ.व. २०५२/०५३ को आधार वर्षमा आधारित वर्तमान सूचकाङ्कलाई विस्थापित गर्ने छ । नयाँ सूचकाङ्क निर्माण गर्दा ग्रामीण एवं शहरी क्षेत्रको मूल्य स्थितिलाई समेत समावेश गरिने तथा मूल्य संकलन गरिने बजार केन्द्रहरू समेत थप हुन गई समग्र मूल्य स्थिति बढी विश्वसनीय, भरपर्दो एवं प्रतिनिधिमूलक हुन गई मौद्रिक नीति परिचालनमा यस बैंकलाई थप सहयोग पुग्ने अपेक्षा गरिएको छ ।
११. अन्तमा, चुनौतीपूर्ण एवं असहज अवस्थामा समेत चौथो पारिवारिक बजेट सर्वेक्षण कार्य सफलतापूर्वक सम्पन्न गरि यो प्रतिवेदन तयार गर्न सहयोग पुऱ्याउने नेपाल राष्ट्र बैंकका सर्वेक्षणमा संलग्न सम्पूर्ण कर्मचारीहरूलाई हार्दिक धन्यवाद दिन चाहन्छु । विस्तृत प्रतिवेदन यस बैंकको Website www.nrb.org.np मा राखिएको व्यहोरा समेत सम्बन्धित सबैलाई जानकारी गराइन्छु ।

अनुसूची १

पारिवारिक बजेट सर्वेक्षणको तुलनात्मक विवरण

| विषय | पहिलो पा.व.स. | दोस्रो पा.व.स. | तेस्रो पा.व.स. | चौथो पा.व.स.* |
|--------------------------|---------------|-------------------------|----------------|-------------------------|
| सर्वेक्षण अवधि | २०३०/३२ | २०४१/४२ | २०५२/५३ | २०६२/६३ |
| क्षेत्र | ग्रामीण, शहरी | ग्रामीण, शहरी | शहरी मात्र | ग्रामीण, शहरी |
| बजारकेन्द्रको संख्या | १८ | ३५(१२ शहरी, २३ ग्रामीण) | २१ | ४८(२३ शहरी, २५ ग्रामीण) |
| नमुना घरधुरी | ६,६२५ | ५,३२३ | २,५०० | ५,०९५ |
| देशको जनसंख्या | ११,५५५,९८३ | १५,०२२,८३९ | १८,४९१,०९७ | २३,१५१,४२३ |
| देशको कुल घर धुरी संख्या | २,०८४,०६२ | २,५८४,९४८ | ३,३२८,७२१ | ४,२५३,२२० |

अनुसूची २

पा.व.स. अनुसार उपभोक्ता मूल्य सूचकाङ्कमा रहेको भाराङ्क विवरण

| समूह | २०३०/३२ | २०४१/४२ | २०५२/५३ | २०६२/६३ |
|----------------------|---------|---------|---------|---------|
| कुल भाराङ्क | १००.०० | १००.०० | १००.०० | १००.०० |
| खाद्य तथा पेय पदार्थ | ६६.७८ | ६२.६३ | ५३.२० | ३८.९ |
| अन्य वस्तु तथा सेवा | ३३.२२ | ३७.३७ | ४६.८० | ६१.१ |

अनुसूची ३

भारित मासिक पारिवारिक खर्च विवरण

| खर्च समूह | ग्रामीण | शहरी | समग्र |
|-----------------------------------|---------|------|-------|
| खाद्यपदार्थ | ४४.१ | ३५.८ | ३८.९ |
| खाद्य, पेय तथा सूर्तिजन्य पदार्थ* | ४०.१ | ३१.७ | ३४.८ |
| रेष्टुरेण्ट तथा होटेल | ४.० | ४.१ | ४.१ |
| गैरखाद्यपदार्थ | ५५.९ | ६४.२ | ६१.१ |
| कपडा तथा जुत्ताचप्पल | ५.४ | ४.९ | ५.१ |
| घरायसी वस्तु तथा उपकरणहरु ** | २३.० | ३०.२ | २७.५ |
| स्वस्थ्य | २.४ | २.२ | २.३ |
| यातायात | ३.५ | ३.८ | ३.७ |
| सञ्चार | १.६ | २.२ | २.० |
| शिक्षा | ६.४ | ८.३ | ७.६ |
| मनोरञ्जन तथा संस्कृति | ८.९ | ८.७ | ८.७ |
| विविध | ४.८ | ३.९ | ४.२ |

*मदिराजन्य पदार्थ समेत

** साजसज्जा तथा घरायसी उपकरण समेत

अनुसूची ४

आवास स्वामित्वसम्बन्धी विवरण (प्रतिशतमा)

| स्वामित्वको प्रकार | बजार केन्द्र | | प्रदेशगत बजार केन्द्र | | | समग्र बजार केन्द्र |
|--------------------|--------------|------|-----------------------|------|-------|--------------------|
| | ग्रामीण | शहरी | तराई | पहाड | हिमाल | |
| आफ्नै स्वामित्व | ८६.६ | ८८.५ | ९१.४ | ८५.१ | ८४.७ | ८७.६ |
| भाडामा | ११.१ | १०.० | ६.४ | १३.२ | १३.८ | १०.५ |
| भाडा तिर्नुनपर्ने | २.४ | १.५ | २.२ | १.७ | १.६ | १.९ |

अनुसूची ५

दशवर्ष वा सोभन्दा माथिको पेशागत जनसंख्या वितरण (प्रतिशतमा)

| पेशा वर्गीकरण | बजार केन्द्र | | प्रदेशगत बजार केन्द्र | | | समग्र बजार केन्द्र |
|-------------------------------|--------------|-------|-----------------------|-------|-------|--------------------|
| | ग्रामीण | शहरी | तराई | पहाड | हिमाल | |
| कृषि | १२.० | ४.७ | ८.६ | ७.८ | ४.६ | ७.९ |
| व्यावसाय/उद्योग | १३.३ | १२.३ | ११.४ | १३. | २१.३ | १२.८ |
| सेवा | ८.४ | १२.९ | ८.३ | १३.० | १०.० | १०.९ |
| ज्याला (प्रारम्भिक कामदारहरु) | ४.३ | ३.६ | ५.२ | ३.१ | २.५ | ३.९ |
| घरेलु कामदार | १.२ | १.७ | १.४ | १.४ | २.५ | १.५ |
| गृहणी | १९.५ | २२.३ | २२.२ | २०.५ | १८.३ | २१.१ |
| विद्यार्थी | २७.४ | २९.९ | २८.४ | २८.६ | २८.३ | २८.५ |
| अन्य | ११.३ | १५.२ | १४.५ | १२.७ | १२.६ | १३.५ |
| कुल | १००.० | १००.० | १००.० | १००.० | १००.० | १००.० |

अनुसूची ६

शीर्षकगत औषत मासिक पारिवारिक आम्दानी

(रकम रु. मा)

| शीर्षक | बजार केन्द्र | | प्रदेशगत बजार केन्द्र | | | समग्र बजार केन्द्र |
|------------------------------------|--------------|-------|-----------------------|-------|-------|--------------------|
| | ग्रामीण | शहरी | तराई | पहाड | हिमाल | |
| कृषि, पशुपंक्षी तथा मत्स्य पालन | २४०३ | १६३४ | २२९९ | १७७३ | १९७२ | १९९४ |
| तलव, भत्ता, ज्याला तथा निवृत्तिभरण | ५०४७ | १००२९ | ६०२१ | ९१०२ | ६०१८ | ७६९८ |
| व्यावसाय, सेवा तथा अन्य | ६५२३ | ९४५८ | ६९०५ | ८६६६ | १०९०३ | ८०८५ |
| विप्रेषण | ४५८२ | ४२५४ | ५४३६ | ३८८८ | २१२१ | ४४०७ |
| घरभाडा | १६६७ | ३७८९ | २११३ | ३३२७ | २५१४ | २७९७ |
| विविध | २००३ | २७७१ | २७७४ | २२६७ | १२२५ | २४११ |
| कुल | २२२२५ | ३१९३५ | २५५४६ | २९०२३ | २४७५४ | २७३९१ |

अनुसूची ७

मासिक पारिवारिक खर्च विवरण

| खर्च शीर्षक | बजार केन्द्र | | | | प्रदेशगत बजार केन्द्र | | | | | | समग्र बजार केन्द्र | |
|----------------|--------------|-------|-------|-------|-----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------------------|-------|
| | ग्रामीण | | शहरी | | तराई | | पहाड | | हिमाल | | | |
| | रु. | % | रु. | % | रु. | % | रु. | % | रु. | % | रु. | % |
| खाद्यपदार्थ | ५२८३ | ४४.०९ | ६४०८ | ३५.८१ | ५३९० | ३८.६२ | ६१४९ | ३८.२५ | ६८०६ | ४७.५३ | ५८८२ | ३८.८८ |
| गैरखाद्यपदार्थ | ६६९९ | ५५.९१ | ११४८८ | ६४.१९ | ८५६६ | ६१.३८ | ९९२७ | ६१.७५ | ७५१३ | ५२.४७ | ९२४८ | ६१.१२ |
| कुल खर्च | ११९८२ | १०० | १७८९६ | १०० | १३९५६ | १०० | १६०७६ | १०० | १४३१९ | १०० | १५१३० | १०० |