



ISTE'MOL MAHSULOTLARI BOZORIDA ISTE'MOL NARXLARI INDEKSI TAHLILI

Nasrullayeva Shoirra

Savdo-sanoat palatasi Tadbirkorlik asoslariga o'qitish boshqarmasi

ORCID: 0009-0007-8748-7032

shoiravxtb@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu maqolada Respublikamizning yetakchi olimlari tomonidan, iste'mol tovarlari bozoriga berilgan ta'riflar bayon etildi. Shuningdek iste'mol tovarlar bozori, qisman bayon etildi va uning asosiy xususiyatlari iste'mol narxlari indeksi (INI) % da tahlil qilindi.

Kalit so'zlar: iste'mol bozori, iste'mol narxlari indeksi (INI) %, oziq ovqat, nooziq ovqat mahsulotlari.

АНАЛИЗ ИНДЕКСА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЦЕН НА РЫНКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Насруллаева Шоира

Управления по обучению основам предпринимательства

Торгово-промышленной палаты

Аннотация. В данной статье описываются тарифы, установленные ведущими учеными нашей Республики для рынка потребительских товаров. Также частично описывается рынок потребительских товаров и анализируются его основные характеристики в терминах индекса потребительских цен (ИПЦ) %.

Ключевые слова: потребительский рынок, индекс потребительских цен (ИПЦ) %, продукты питания, непродовольственные товары.

ANALYSIS OF THE CONSUMER PRICE INDEX IN THE CONSUMER GOODS MARKET

Nasrullaeva Shoirra

*Head of the Department for Training in the Fundamentals of
Entrepreneurship at the Chamber of Commerce and Industry*

Abstract. This article describes tariffs established by leading scientists in our Republic for the consumer goods market. It also partially describes the consumer goods market and analyzes its key characteristics in terms of the consumer price index (CPI).

Keywords: consumer market, consumer price index (CPI) %, food products, non-food products.

Kirish.

Jamiyat hayoti uchun zarur mahsulotlarga bo'lgan talabni qondirish har qanday davlat uchun muhim masala va aholi farovonligining asosi hisoblanadi. Shu bois iste'mol tovarlari bozorini shakllantirish va uning rivojlanishi bo'yicha muammolarga jiddiy yondashuv talab etiladi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoevning Oliy Majlisga Murojaatnomasida "davlatning innovasion yangilanish dasturini shakllantirish, innovasiya va investisiyalardan samarali foydalanadigan yangi avlod kadrlarini, yangi sarmoyadorlar sinfini tayyorlash o'ta muhim ahamiyatga ega. Buning uchun O'zbekistonni texnologik rivojlantirish va ichki bozorni modernizasiya qilish bo'yicha kuchli milliy g'oya va milliy dastur kerak. Ushbu dastur O'zbekistonni jahondagi taraqqiy topgan mamlakatlar qatoriga tezroq olib chiqishga imkon yaratishi lozim.

Mahsulot ishlab chiqarish hajmi va uning narxini belgilash amaliyotini butunlay qayta ko'rib chiqib, bozor tamoyillarini joriy etish zarur"ligi muhim yo'nalishlardan biri sifatida belgilab berildi (Murojaatnoma, 2018). Murojaatnomada belgilab berilgan ustuvor vazifalarni hal etishda shahar va qishloqlarimiz iste'mol tovarlari bozorini tartibga solishimiz, bozorni iste'molchilar hukmronligini ta'minlashga qaratilgan izchil islohotlarni amalga oshirishimiz hamda bu borada maqsadli marketing strategiyalarini ishlab chiqish masalasi o'ta dolzarb hisoblanadi. Yuqoridagilarni inobatga olgan mumlakatda iste'mol tovarlari bozorining holatini tahlil etish va istiqboldagi o'zgarishlarini aniqlash masalalari o'ta muhim masalalar qatorida turibdi.

Adabiyotlar sharhi.

Iste'mol tovarlari bozori – aholining shaxsiy ehtiyojlarini qondiruvchi va hayot kechirish uchun xarid qilinuvchi asosiy va zarur bo'lgan mahsulotlarni oldi-sotdi munosabatlari majmuini o'z ichiga oladi. Iste'mol tovarlari bozori - o'z navbatida juda ko'plab maxsus bozorlarga bo'lib ham o'rganiladi: oziq-ovqat, kiyim - kechak, xo'jalik, madaniy mollar va boshqalar. Iste'mol tovarlari bozorining moddiy-texnika asosi(infrastrukturasi) bo'lib: ulgurji savdo bazalari, supermarketlar, dehqon bozorlari, do'konlar va barcha chakana savdo-sotiq bilan shug'ullanuvchi shahobchalar hisoblanadi.

Iste'mol tovarlari bozori – «Hazrati inson» uchun, uning farovon hayotini ta'minlash maqsadida tashkil etiladi, shuning uchun ham bosh bozor deyiladi. Qolgan hamma bozorlar, ana shu iste'mol tovarlari bozorining mo'l-ko'pchiligini, unda talab va taklif mutanosibligini ta'minlashga qaratilgan asosiy omil hisoblanadi (Soliyeva, 2010).

Iste'mol tovarlar bozorini tadqiq etish dastavval aholini mos tovarlarga bo'lgan talabini aniqlashda o'z aksini topadi. Talabni o'rganish bozor sig'imini va tarkibini, tovar va xizmatlarni ishlab chiqarish va iste'mol qilish jarayonlarida ro'y berishi mumkin bo'lgan o'zgarishlarni prognoz qilishga yordam beruvchi ma'lumotlarni aks ettirishi lozim (Abdurashidov, 2012).

Iste'mol tovarlari bozorining sig'imi – hajmi tuman, shahar, viloyat va mamlakat miqyosida chakana tovar aylanish (sotish) ko'rsatkichi bilan aniqlanadi. O'zbekiston mustaqilligining birinchi kunidan boshlaboq, iste'mol tovarlari bozorini rivojlantirishga, uning chakana sotishni tashkil etishning zamonaviy usullarini joriy etish, chakana savdo sohasida yuridik va jismoniy shaxslar uchun teng shart-sharoitlar yaratish, bozorlarda savdo faoliyatini tartibga solish shuningdek, fuqarolarning huquq va manfaatlarini himoya qilish borasida maqsadli strategiyalar belgilanmoqda.

Hozirgi kunga qadar "iste'mol bozori" to'g'risida universal tushuncha ishlab chiqilmagan. Zamonaviy xorij va mahalliy adabiyotlarda "iste'mol bozori" tushunchasi ko'pincha iqtisodiy kategoriya sifatida talqin qilinib (Chusova, 2012; Braun, 1987; Angus, 1997), bir-birini to'ldirib boradi. Ayrim mualliflar "iste'mol bozori"ni tovar muomilasiga tenglashtirsalar (Uskova, 2012; Fedko, 2000), boshqalari uni iste'mol mollarini ishlab chiqarish

va sotish faoliyatlari jarayonlaridagi munosabatlar sifatida (Moshinlar, 2004; Navikova, 2012), yana bir guruh olimlar esa ishlab chiqarish va ayirboshlashdagi tovar bilan bog'liq jarayonlardagi iqtisodiy aloqalarni (Guryanov, 2012; Inevatova, 2010; Litvinov, 2008) tushunadilar.

Jumladan, Belyaevskiyning (2002) fikricha, iste'mol bozori bu – o'z ichiga oziq-ovqat va nooziq-ovqat mollari qamrab oluvchi bozordir deya talqin qiladi.

Rayzberg (1997) esa uni qo'yidagicha ta'riflaydi: "Sotuvchi va xaridor o'rtasidagi oldi-sotdi asosidagi munosabat" sifatida e'tirof etadi.

Mashhur amerikalik iqtisodchi olim Kotler (2003) qo'yidagicha ta'rif beradi: "iste'mol bozori - bu tovar va xizmatlarni sotib oluvchi alohida shaxs va uy xo'jaliklaridir, bunda alohida e'tibor xaridorga qaratiladi" deyilgan.

Iste'mol bozori deganda xo'jalik yurituvchi sub'ektlar o'rtasidagi tovar-pul va iqtisodiy tashkiliy munosabatlar tizimini tushunamiz. Iste'mol bozori ishtirokchilari bo'lib savdo, o'rtasida tovar-pul munosabatlari shakllanadigan umumovqatlanish, maishiy xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlar va ularning iste'molchilari hisoblanadilar (Neliyeva, 2019).

Iste'mol tovarlar bozorining shakllanishi va amal qilish mexanizmi mazkur mamlakatda mahsulot ishlab chiqarish, taqsimlash, ayirboshlash hamda iste'mol qilish jarayonlari va omillari o'rtasidagi o'zaro munosabatlarini tadqiq etish zaruratini keltirib chiqaradi (Abdurashidov, 2012).

Iste'mol tovarlari bozorining o'rganishning o'ziga hosligi va asosiy afzalliklari olimlarning tadqiqotlarida quyidagilar bilan izohlanadi (Guryanov, 2012; Gabidinova, 2009; Galiyaxmetov va Kutuyashova, 2004):

iste'mol bozori shahar, viloyat, mamlakatning iqtisodiy rivojlanishiga salmoqli hissa qo'shadi va barcha darajadagi byudjetlarga soliq tushumlarining manbai hisoblanadi;

ichki, tashqi iqtisodiy, ijtimoiy, siyosiy vaziyatlardan ta'sirlanishi, ya'ni, hududlararo tovarlar oqimi, ishchi kuchi migratsiyasi, sarmoya harakati kabilarga yuqori egiluvchan bo'ladi;

mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy vaziyatga ta'sir ko'rsatuvchi strategik ahamiyatga ega bo'lgan mahsulotlar mavjud;

iste'mol tovarlar bozorining asosiy sub'ektlari hisoblangan chakana savdo korxonalari, tovarlarni tashish, ularni saqlashni ta'minlab beruvchi tashkilotlarning iqtisodiy jihatdan rivojlanib borish strategiyalarini ishlab chiqish;

mamlakat hududlaridagi aholi va ularning yuqori darajada differensiyasini, kuchli tabaqalanish, mavjud ijtimoiy vaziyatni saqlab turish va h.k. (Meliyeva, 2019).

Umuman olganda iste'mol tovarlari bozorini tartibga solish va takomillashtirish orqali tovarlar bozorida sog'lom raqobat muhitini rivojlantirishga, tadbirkorlik sub'ektlari faoliyatining samaradorligini oshirishga, ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning raqobatbardoshligini ta'minlashga shart-sharoitlar yaratadi.

Tadqiqot metodologiyasi.

Ushbu tadqiqot Ishida muallif tomonidan, Statistik ma'lumotlardan foydalangan xolda EMPIRIK tadqiqot o'tkazildi va iste'mol narxlari indeksi % da, Iste'mol tovarlari bozorining rivojlanishi o'rganildi.

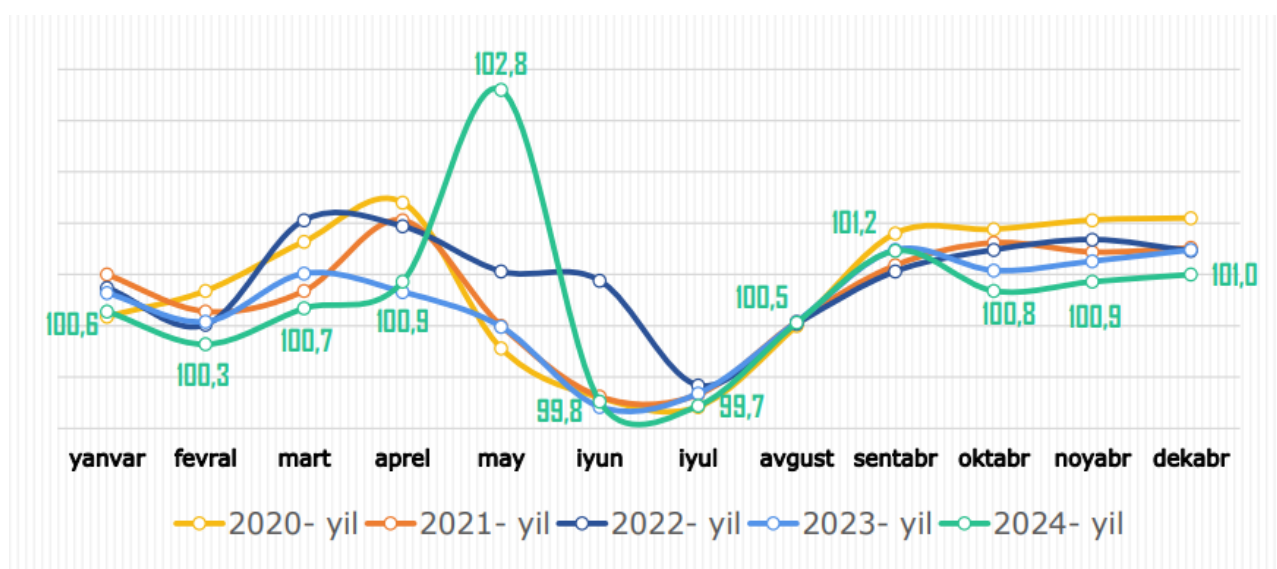
Tahlil va natijalar muhokamasi.

O'zbekiston Respublikasi bo'yicha iste'mol narxlari indeksi (INI) 420 turdagi tovarlar va 90 turdagi xizmatlar o'zgarish to'plami qiymatining o'zgarishini aks ettiradi. Har oyda 10 mingdan ortiq savdo nuqtalari va xizmat ko'rsatish obyektlari kuzatiladi, 120 mingdan ortiq narxlar qayd etiladi.

Hisob-kitoblarga ko'ra, yig'ma INI o'rtacha oylik o'sish sur'ati 2024- yilning yanvardekabrda 0,8% ga yetdi.

2024- yil davomida qisqa muddatli INI, ya'ni oylik narx o'zgarishlari ko'rsatkichi 102,8 % dan (may) 99,7 % gacha (iyul) chegarada tebrandi. Mazkur tebranishlar joriy yilning may oyidagi elektr energiyasi va gaz tariflarining o'zgarishi hamda yoz oylaridagi mavsumiylik omillarining ta'siri bilan bog'liq. Oylik yig'ma INI ko'rsatkichi joriy yilning dekabrda 2024- yilning yanvar-dekabridagi o'rtacha oylik ko'rsatkichdan 0,2 foiz bandga baland bo'ldi

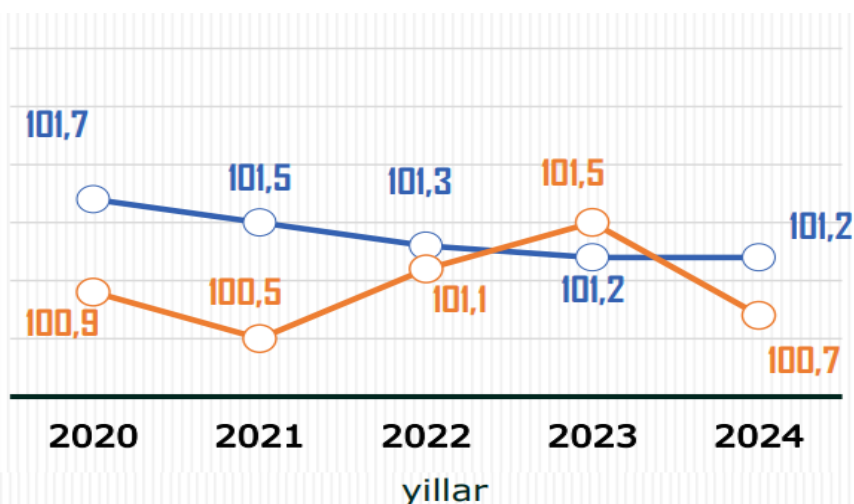
Yillik yig'ma INI 2024- yilning yanvaridan dekabrigacha 108,0 % dan (mart) – 110,6 % gacha (may va iyun) oraliqda bo'ldi. Mazkur ko'rsatkich 2024- yilning dekabrda joriy yilning may va iyun oyida kuzatilgan eng yuqori ko'rsatkichdan 0,8 foiz bandga past bo'ldi.



1-rasm. INI dinamikasi, % (o'tgan oyga nisbatan)

Manba: stat.uz.

2024- yilning dekabrda tovarlar bo'yicha oylik INI 101,2 % ni (bir oy avval 101,0%) tashkil etdi. Ushbu ko'rsatkich 2023- yilning dekabridagi bilan barobar va 2020- 2022- yillarning dekabridagiga nisbatan past bo'ldi. Xizmatlar bo'yicha 2024- yilning dekabridagi qisqa muddatli INI 100,7 % ni tashkil etib, 2023- yildagi ko'rsatkichdan 0,8 foiz bandga past bo'ldi.

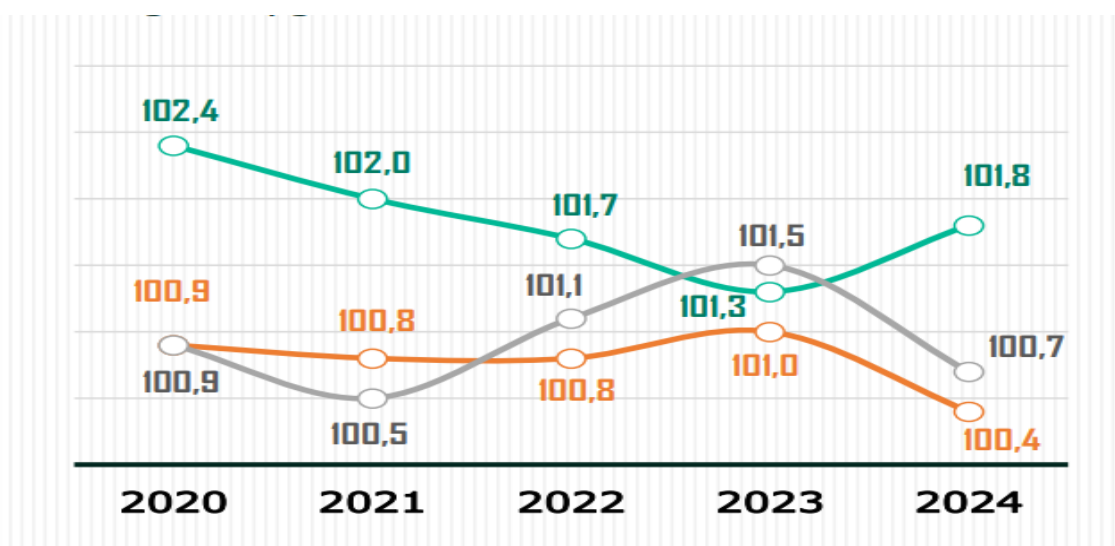


2-rasm. Tovar va xizmatlar bo'yicha INI, % (o'tgan oyga nisbatan)

Manba: stat.uz.

Oziq-ovqat mahsulotlari bo'yicha qisqa muddatli INI 2024- yilning dekabrda 101,0 % ni tashkil etdi.

Nooziq-ovqat mahsulotlar bo'yicha INI bir oyda 100,4 % ni, xizmatlar bo'yicha esa 100,7 % ni tashkil etdi.



3-rasm. Guruhlar bo'yicha INI, % (o'tgan oyga nisbatan)

Manba: stat.uz.

Nooziq-ovqat mahsulotlar bo'yicha INI bir oyda 100,4 % ni, xizmatlar bo'yicha esa 100,7 % ni tashkil etdi.

2024- yilning dekabrda 2023- yilning dekabriga nisbatan INI oziq-ovqat mahsulotlari bo'yicha 102,4 % darajasida qayd etildi. Ushbu ko'rsatkich so'nggi besh yilning dekabridagi eng past yillik ko'rsatkich bo'ldi.[20]

Nooziq-ovqat mahsulotlar bo'yicha yillik INI 107,7 % ni tashkil etdi. Xizmatlar bo'yicha ko'rsatkich 126,7 % ga yetib, 2020- yilning dekabridan buyon qayd etilgan eng yuqori ko'rsatkich bo'ldi.

Xulosa va takliflar.

Respublikada iste'mol tovarlari bozorini rivojlantirishga qaratilgan zaruriy choralar sifatida samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqish masalasiga etarlicha e'tibor qaratish salbiy tendensiyalardan saqlanishga olib kelmoqda. Shuningdek, respublikada chakana savdo tarmoqlarini jadal rivojlantirish, ularni tartibga solish borasida ham etrali darajada qonunchilik asoslari ishlab chiqishni qo'llab quvvatlash maqsadga muvofiq xisoblanadi.

Mamlakatda iste'mol tovarlari bozorini rivojlantirish, unda samarali marketing vositalarini qo'llash, bozor kon'yunkturasini baholab boruvchi tizimni yo'lga qo'yish, ichki iste'mol bozori bo'yicha tadbirkorlik sub'ektlariga axborot xizmatlarini ko'rsatuvchi yangi xizmat turlarini ko'paytirish maqsadga muvofiq.

Adabiyotlar/Jumepamypa/References:

Braun, S. (1987) 'Institutional change in retailing: a geographical perspective', *Progress in Human Geography*, 11.

Deaton, A. (1997) *The analysis of household surveys: a microeconomic approach to development policy*. Baltimore, MD: The Johns Hopkins University Press, 469 p.

O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi (n.d.) *Rasmiy nashrlar* [online]. Available at: <https://stat.uz/uz/nashrlar>

Абдурашидов, А. (2012) *Истеъмол товарлари бозори ривожланишининг ҳудудий хусусиятлари. Иқтисод фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун тақдим этилган диссертация автореферати*. Тошкент.

Беляевский, И.К. and Башина, О.Э. (2002) 'Перспективы развития и совершенствования статистики торгового предприятия', Вопросы статистики, 12, р. 20.

Габидинова, Г.С. (2009) Сегментация потребительского рынка. Монография. Набережные Челны: Камская государственная инженерно-экономическая академия, 173 с.

Галиахметов, Р.А. and Кутяшова, Е.В. (2004) Развитие регионального потребительского рынка. Ижевск: Изд-во ИжГТУ, 156 с.

Гурьянов, Т.И. (2012) 'Совершенствование методики оценки состояния потребительского рынка', Казанская наука, 7, pp. 64–67.

Иневатова, О.А. (2010) Социально-экономические особенности управления развитием регионального потребительского рынка. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Оренбург, 12 с.

Котлер, Ф. (2003) Основы маркетинга. Краткий курс. Москва: Вильямс, 356 с.

Литвинов, В.А. (2008) Проблемы уровня жизни в современной России. Москва: ЛКИ, 248 с.

Мелиева, Д.Б. (2019) 'Ўзбекистонда истеъмол товарлари бозорини ривожланиш тенденцияларини баҳолаш', Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар илмий электрон журнали, 1, январь–февраль.

Мошин, Ю.Н. and Мошин, А.Ю. (2004) Анализ конъюнктуры потребительского рынка. Учебное пособие. Москва: УРАО, 168 с.

Новикова, Н.В. (2012) 'Понятийно-терминологический аппарат исследования локального потребительского рынка', Муниципалитет: экономика и управление, 1, pp. 23–29.

Райзберг, Б.А. (1997) Курс экономики. Учебник. Москва: ИНФРА-М, 720 с.

Солиева, А. (2010) Маркетинг. Бозоршунослик. Дарслик. Тошкент: Иқтисод-молия.

Ўзбекистон Республикаси Президенти (2018) Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. Тошкент [online]. Available at: <http://uza.uz/oz/politics/zbekiston-respublikasi-prezidenti-shavkat-mirziyeevning-oliyasy-28-12-2018>

Ускова, Т.В. (ed.) et al. (2012) Потребительский рынок города: состояние и перспективы. Монография. Вологда: ИСЭРТ РАН, 111 с.

Федько, В.П. (2000) Инфраструктура товарных рынков: состояние и концепция развития. Учебное пособие. Ростов-на-Дону: Феникс, 512 с.

Чусова, А.Е. (2012) Потребительский рынок России: диагностика отраслевых и региональных проблем. Под ред. Г.А. Агарков. Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 280 с.