The background is a complex collage of financial data visualizations. It includes various types of charts: bar charts, line graphs, area charts, and pie charts. Some charts are labeled with titles like 'Number of books sold annual for year', 'Sales by Revenue per Sale', and 'Sales by day of the week'. There are also circular gauges showing percentages like 40%, 60%, and 25%. A magnifying glass is positioned over one of the bar charts, and a hand holding a pen is visible at the bottom left, suggesting an analytical or research context. The overall color palette is dominated by shades of blue and green, with white text and lines.

**Набиходжаев.А.А.,
Умарова М.А.**

НАРҲ СТАТИСТИКАСИ ҚЎРСАТКИЧЛАР ТИЗИМИ

Монография

«IQTISODIYOT»

31(07)	122697
Н 13	Набиходжаев А.А.
Нарх статистикаси	
кўрсаткичлар тизими	
Т., 2023	82 732

31/08/1
1113

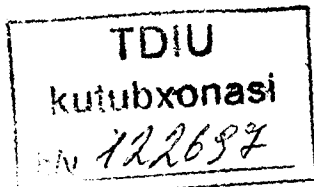
ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ТАЪЛИМ, ФАН ВА ИННОВАЦИЯЛАР ВАЗИРЛИГИ
ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ



Набиходжаев.А.А.,
Умарова М.А.

НАРХ СТАТИСТИКАСИ КЎРСАТКИЧЛАР ТИЗИМИ

Монография



ТОШКЕНТ
«ИҚТИСОДИЁТ»
2023

УЎК: 338.5(075.8)

КБК: 65.31я73

Б904

Набиходжаев.А.А., Умарова М.А. «Нарх статистикаси кўрсаткичлари тизими». Монография. – Т.: «IQTISODIYOT», 2023. – 164 б.

Ушбу монография инфляциянинг услубий жиҳатлари, нархлар индекси тизимини ҳисоблаш учун статистик ахборотларни йиғиш ва қайта ишлаш усуллари батафсил баён этилган ва келтирилган. Нарх статистикасининг асосий тушунчалари, нархларни рўйхатга олиш тамойиллари, нарх индексларини ҳисоблаш усуллари ва нарх статистикаси кўрсаткичлари тизими келтирилган.

Монографияда инфляция даражасини тавсифловчи асосий кўрсаткич - истеъмол нархлари индекси ва истеъмол секторида кузатишларнинг айрим турларини олиб боришнинг методологик асосига алоҳида аҳамият қарилган. Шу билан бирга, саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчиларининг нарх индекси, саноат корхоналари томонидан сотиб олинган маҳсулотлар нарх индекси, қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари сотиш нархи индекси, ишлаб чиқариш ва техник йўналишдаги маҳсулотлар нарх индекси, қишлоқ хўжалиги корхоналари томонидан харид қилинадиган ва учинчи томон ташкилотлари томонидан тақдим этилган хизматлар каби муҳим статистик кўрсаткичлар кўриб чиқилади.

Монография статистика, банк иши, макроиктисодиёт йўналишлари бўйича таҳсил олаётган талабалар ва магистрантлар, шунингдек, инфляцион жараёнларни ўлчаш, таҳлил қилиш ва башорат қилиш билан шуғулланувчи тадқиқотчилар ва амалиётчилар учун мўлжалланган.

Такризчилар:

- Б.К. Утанов** – *ТМИ Статистика ва эконометрика кафедраси мудири PhD доц.*
- Аюбджанов А.Х.** – *ТДИУ Статистика кафедраси мудири и.ф.н.доц.*

Тошкент Давлат Иқтисодиёт Университети Илмий Кенгаши қарорига асосаннашрга тавсия этилган.

ISBN 978-9910-9695-4-6

© «IQTISODIYOT», 2023.

© Набиходжаев.А.А., Умарова М.А., 2023.

КИРИШ

Нарх статистикаси - ижтимоий-иқтисодий статистиканинг бўлимларидан бири бўлиб, иқтисодиётнинг турли тармоқларидаги субъектларнинг нархларга оид хулқ-атворини ўрганади. Бозор муносабатларига ўтиш иқтисодий жараёнларда нархлар аҳамиятини тубдан ўзгартириб юборди. Нарх шакллантиришга нисбатан тубдан янги ёндашувлар пайдо бўлди ва уни тартибга солиш тамойиллари ўзгарди. Бу ҳолат нархга оид ахборотга ва нарх ҳаракатларидаги тенденцияларни акс эттирувчи нисбий кўрсаткичларга бўлган қизиқишни анча оширди.

Ўзбекистонда бозор соҳасининг барча секторларида нархлар динамикасини статистик кузатиш амалга оширилади. Халқаро амалиётда қабул қилинган стандартларга мувофиқ нархларни рўйхатга олишнинг қўлланиладиган усул ва тамойиллари статистик маълумотларнинг юқори сифатини таъминлайди.

Нарх статистикаси фаолиятининг саъй-ҳаракатлари миллий статистикани жаҳон статистика тизимига интеграция қилишга қаратилган. Дастлабки босқичда нархлар статистикаси фақат иккита кўрсаткич - чакана нархлар индекси ва саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчиларнинг нархлар индекси билан намоён бўлди. 1994 йилдан бошлаб мамлакатда инфляция даражасини тавсифловчи умумэтироф этилган статистик кўрсаткич бўлган истеъмол нархлари индексини ишлаб чиқиш бошланди. Аста-секин нархларни кузатиб бориш иқтисодиётнинг бошқа тармоқларида: қишлоқ хўжалиги, қурилиш, транспорт ва алоқа, шунингдек, аҳолига хизмат кўрсатиш соҳасида, экспорт-импорт маҳсулотлари учун ва иқтисодиётнинг айрим долзарб кичик секторларида ташкил этилди.

Бугунги кунга келиб Ўзбекистонда нарх статистикаси кўрсаткичлари тизими 19 та асосий индексга эга бўлиб, уларнинг ҳар бири қабул қилинган стандарт таснифлари ва республиканинг ўзига хос шарт-шароитлари бўйича батафсил ёритилган.

Нархлар ва тарифлар даражаси ва динамикасини текшириш республикамизнинг барча ҳудудида кузатишнинг асосий объектлари

ва танланган товар ва хизматлар мажмуи доираси бўйича ўтказилади. Нархлар бўйича статистик ҳисобот шакллари сўровнома ёки анкеталар шаклига эга. Муайян маҳсулот учун нархлар таянч корхонада ўтган даврдаги билан бир хил ойнинг санаси ва вақтида қайд этилади. Сифат, миқдор, ассортимент силжишлари ва нарх билан боғлиқ бўлмаган бошқа омиллар туфайли четга оғишларни мустасно қиладиган нархлар (тарифлар) ўзгариши ўрганилади.

Рўйхатга олиш маълумотларига кўра, индивидуал, гуруҳ ва жамланма нарх индекслари (тарифлари) турли таққослаш муддатлари билан ҳисобланади: олдинги ойга, ўтган йилнинг декабрига, ўтган йилнинг тегишли ойига, ўтган йилнинг тегишли даврига, муайян таянч даврига нисбатан, шунингдек, чорак, ярим йил ва йил учун ўртача.

I боб. НАРХ ИНДЕКСЛАРИНИ ИШЛАБ ЧИҚИШ КОНЦЕПЦИЯЛАРИ ВА УЛАРНИНГ ҚЎЛЛАНИШИ

Нарх индексларини ҳисоблаш мураккаб ва узоқ муддатли жараён бўлиб, қуйидаги кетма-кетликдаги операциялар мажмуасидан иборат: вакиллик маҳсулотларини ва асосий корхоналарни танлаш, нархга оид маълумотларни йиғиш, ўртача кўрсаткичларни аниқлаш, баҳо бериш схемаларини тузиш, ҳисоблаш формулаларини танлаш ва индексларни жамлаш, уларнинг динамик қаторларини юритиш.

Нарх индексларини тузиш икки ахборот оқимиغا: иқтисодийнинг тадқиқ этилаётган секторидаги нархларни рўйхатга олиш маълумотлари ва унинг структурасини акс эттирувчи ҳажм (қиймат) кўрсаткичларига асосланади.

Ҳар қандай нарх статистикаси кўрсаткичини тузиш халқаро стандартлар ва илғор амалиётлар томонидан тавсия этилган қуйидаги концепция ва тамойилларга мувофиқлигига асосланади:

1. Танлаб олинган йиғиндини вақти-вақти билан фаоллаштириш (янгилаш) ва ротация қилиш асосида танлама мажмуадан фойдаланиш. Нархлар динамикасини мунтазам кузатишни ташкил этиш учун танлама мажмуалар ишлаб чиқилади:

- у ёки бу ўзига хос хусусиятлар – фаолият тури, савдо корхонаси тури, жойлашуви ва ҳ.к.га қараб гуруҳларга бўлинадиган *асосий кузатув объектлари*;

- бутун ўрганилаётган мажмуадаги улушини ҳисобга олган ҳолда у ёки бу энг муҳим товар (маҳсулот) турлари ёки кичик товар гуруҳларини ўз ичига оладиган товарлар ва хизматлар тўплами;

- муайян вакил-товарлар.

2. Соф нархга оид таққослаш тамойили, умумий вақт кўрсаткичлари ва нархларни рўйхатга олишдаги шартларга риоя қилиш.

3. Нархларни текшириш мақсади ва унинг иқтисодий мазмуни асосида индексларни ҳисоблаш учун Ласпейрес формуласини танлаш.

4. Баҳо бериш асосларини шакллантиришда замонавий бозор структурасидан фойдаланиш.

5. Ҳисобланган кўрсаткичларнинг географик ифодаланиши.

6. Нарх индекслари шаффофлиги ва ҳаракатчанлиги.

1.1. Нарх статистикасининг асосий тушунчалари

Нарх индекси – бирон-бир маҳсулот (хизмат) учун бир вақт даврдан бошқасига нисбатан нарх даражаси кўрсаткичидир. Нархлар индексининг асосий вазифаси - ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш истеъмоли товарлари нархларининг динамикасини баҳолашдан иборат.

Мажмуа элементларини қамраб олиш даражаси бўйича индивидуал ёки гуруҳ ёки жамлама нарх индекслари фарқланади. Индивидуал индекс аҳолининг фақат битта элементидаги ўзгаришларни акс эттиради ва алоҳида ҳодисани тавсифлаш учун ишлатилади. Гуруҳ нарх индекси - алоҳида нарх индекслари асосида ташкил қилинган бўлиб, мураккаб ҳодиса элементларининг бир қисмини қамраб олади ва уларнинг бутун мажмуадаги алоҳида гуруҳ ёки кичик гуруҳ учун нархларнинг ўзгаришини тавсифлайди. Жамлама (умумий) индекс мураккаб ҳодисанинг бутун элементлари тўпламининг ўзгаришини акс эттиради ва уни тавсифлаш учун фойдаланилади.

Индексларни ҳисоблашнинг икки хил усули фарқланади – занжирли ва таянч усул. Занжирли нарх индекси - ўзгарувчан таққослаш базаси бўлган нарх индекси, у жорий давр нархини ўтган даврдаги нарх билан таққослаш орқали ҳисобланади. Таянч нарх индекси - доимий таққослаш базасига эга бўлган нарх индекси, у жорий даврдаги нархнинг таққослаш базаси сифатида қабул қилинган давр нархига нисбати сифатида ҳисобланади. Бир турдаги индекслардан бошқасига ўтиш имконини берувчи занжирли ва таянч индекслар орасида боғланиш мавжуд. Бу муносабатлар қуйидагилардан иборат:

- занжирли индекслар кўпайтмаси тегишли таянч индексни беради;

- кейинги таянч индекснинг олдинги таянч индексга нисбати занжирли индексни беради.

Товар-вакил - товарларнинг умумий миқдори доирасида ушбу турдаги маҳсулотнинг улгуржи савдоси ҳажмида энг катта улушга эга бўлган сифат ва асосий истеъмол хусусиятлари (тавсифлари) бўйича мазкур турдаги товарлардан кичик даражада фаркланадиган муайян турга мансуб аниқ товар тури. Товар-вакилни тавсифлаш учун минтақавий даражада қайси товар баҳоланиши лозим эканлигини кўрсатадиган таснифлар фойдаланилади.

Нархларни рўйхатга олиш - асосий корхоналарнинг танлама репрезентатив мажмуи бўйича ўтказиладиган, уларнинг шаклланган тўпламларига киритилган товарлар (хизматлар) нархларининг даражаси ҳақидаги маълумотларни тўплаш усули.

Рўйхатга олиш нархи - сифати, сотиш шартлари ва кузатув дари оралиғи аниқ белгиланган муайян бир товар турига тўланган пул бирлиги миқдори.

Таянч даража (таянч нарх) – таққослаш у билан амалга ошириладиган даража (нарх).

Нарх даражаси - маълум вақт давомида, маълум ҳудудда, ўхшаш истеъмол хусусиятларига эга бўлган товарлар ва товар турлари мажмуи учун нархларнинг ҳолатини тавсифловчи кўрсаткич.

Нарх даражасини баҳолаш – нархларни статистик ўрганишдаги бошқичлардан бири.

Ўртача нарх - маълум вақт ёки макондаги бир турга мансуб товарлар гуруҳидаги нархларнинг ўзгаришини умумлаштирувчи нарх. Ўртача нархлар маълум вақт (ой, чорак, йил, агар улар шу даврларда ўзгарган бўлса), ҳудуд бўйича, маҳсулот гуруҳлари бўйича ҳисобланади. Статистика амалиётида ўртача нархларни ҳисоблашнинг турли усуллари мавжуд бўлиб, уларни танлаш бошланғич ахборотларининг мавжудлиги ва уларни тўплаш усулига боғлиқ.

Унинг учун бошлангич ахборот икки сана учун нарх даражаси (ойнинг бошида ва охирида ва ҳоказо) саналган арифметик оддий кўрсаткич қуйидаги формула ёрдамида ҳисобланади:

$$\bar{P} = \frac{P_1 + P_2}{2} \quad (1)$$

бу ерда P^- - товарнинг ўртача нархи; P_1 – ой бошидаги нарх, P_2 – ой охиридаги нарх.

Унинг учун бошлангич маълумотлар сотилган товар бирлиги сони ва қиймати саналган ўртача арифметик чамаланган нарх қуйидаги формула бўйича ҳисобланади:

$$\bar{P} = \frac{\sum P \cdot Q}{\sum Q} \quad (2)$$

бу ерда P – товар нархи, Q – сотилган товар нархи; PQ – товар қиймати.

Таянч корхона – репрезентатив танланган кузатиш объекти. Таянч корхоналарнинг танлама мажмуи асосий талабга жавоб бериши - минтақавий ва тармоқ кесимида репрезентатив ифодаланиши керак.

Чамалаш – индекс ҳисоб-китобларида уларнинг ҳар бирига маълум бир қиймат берилган алоҳида элементлар йиғиндиси сифатида жамланма кўрсаткичларини олиш учун фойдаланиладиган тартибот.

Чамалаш схемаси – муайян маҳсулот (товарлар ёки хизматлар) турларининг улар умумий ҳажмидаги оғирлик улушлари. Агрегатли нарх индексларини тузишда фойдаланилади ва бевосита йиғиндисини чиқариб бўлмайдиган турли товарларни таққослаш имконини беради. Таққосланадиган товарлар (маҳсулотлар) тўпламига ўтиш таққослагичлар ёки индекс вазни киритиш йўли билан амалга оширилади.

Нарх индекси вазни – индекс шакллантиришда иштирок этадиган кўрсаткичлар, улар ёрдамида:

- умумий йиғинди, кузатилаётган ҳодисадаги ҳар бир муайян элементнинг қиймати тавсифланади;

- дастлаб таққослаб бўлмайдиган бирламчи элементлар таққослаш мумкин бўлган кўринишга келтирилади;

- қўлланадиган таснифлашнинг барча поғоналари бўйича таққослаш мумкин бўлган элементларни кетма-кетликда агрегациялаш (бирлаштириш) амалга оширилади ва ўрганилаётган ҳодисанинг нархлар ўзгариши умумий қиймати топилади.

Чамалаш схемасининг ахборот асоси бўлиб белгиланган таянч даврдаги иқтисодиётнинг турли секторларидаги товарлар (маҳсулотлар) умумий ҳажми қиймат кўрсаткичлари хизмат қилади.

1.2. Нархларни рўйхатга олиш тамойиллари

Бозор муносабатлари шароитларида асосий нархлар тури қаттиқ тартибга солишдан эркин нархлар ҳисобланади, товар хизматлари кўрсатиш соҳаси ва тармоқ белгиларидан келиб чиқиб, нархларни кузатиб бориш учун уларни танлаш эса, биринчи навбатда, статистик текширувнинг мақсадлари ва вазифалари, бошланғич ахборот ва натижаларга қўйиладиган талаблар билан белгиланади. Ҳар қандай статистик тадқиқот каби, нархлар статистикаси— статистик материал тўплаш, кузатув натижаларини жамлаш ва гуруҳлаш, умумлаштирилган натижаларни ҳисоб-китоб ва таҳлил қилиш босқичларини қўллайди.

Бевосита кузатув, ҳужжатлар ва сўров ўтказиш бирламчи маълумотлар тўплаш усуллари бўлиши мумкин. Жорий текширувлар учун нарх статистикаси нархларни қайд этишнинг икки усулини қўллайди: бевосита кузатиш ва фактларни ҳужжатли қайд этиш. Регистраторлар ёрликдан ўқиш, ўлчаш, чамалаш, ҳисоблаш йўли билан рўйхатга олиниши керак бўлган фактни аниқлайдиган ва шу асосда асосий объектлар ваколатли ходимлари билан маслаҳатлашиш ёки бозордаги сотувчилар орасида сўров ўтказишдан сўнг кузатув формулярига ёзувлар киритадиган кузатув бевосита кузатув дейилади. Кузатувнинг ҳужжатлаштирилган усулида турли ҳисоб ҳужжатлари статистик ахборот манбаи сифатида қўлланилади. У таянч корхоналар мутахассислари томонидан давлат статистика

ҳисоботи шакллари тўлдириш ва корхона жойлашган жойдаги статистика органларига тақдим этиш орқали амалга оширилади.

Кузатув вақтини танлаш иккита масаланинг ечимини кўзда тутати: критик вақт санаси ёки оралиғини аниқлаш ва кузатиш шартларини белгилаш. Нархларни рўйхатга олишнинг ойлик частотаси оптимал ҳисобланади, чунки бу вақт ичида товар (маҳсулот) сезиларли ўзгаришларга дуч келмайди, бу эса нархга оид таққослашнинг софлигини таъминлайди.

Нархга оид ахборот тўплаш ёки нархларни рўйхатга олишни таъминлаш қуйидаги асосий жиҳатларнинг ҳал этилишини назарда тутати:

1. Рўйхатга олишнинг асосий концепцияси, кузатилаётган мажмуа шакллантириш турлари ва усулларини аниқлаш.
2. Бирламчи ахборот тўплашнинг муайян усулини танлаш.
3. Кузатиш шартлари ва вақтни ҳисобга олиш.

Нархларни рўйхатга олишнинг иккита концепцияси мавжуд: прејскурантли ва танлама. Прејскурантли услубиятнинг асосида нархларни узлуксиз ҳисобга олиш ётади. Ҳозирги кунда жуда камдан-кам ҳолларда, қоидага кўра, одатда табиий монополия соҳасидаги корхоналарда ёки бозорда ҳукмрон мавқени эгаллаб турган, объектив сабаблар туфайли корхоналар ва уларда маҳсулот ассортиментининг камлиги билан ифодаланадиган корхоналарда қўлланади.

Бозорга ўтишнинг бошланиши ва кўп укладли иқтисодиётнинг ривожланиши билан нархларни рўйхатга олишнинг танлаб олиш концепцияси расман тан олинди. Танлаб кузатиш қуйидаги муаммони - тадқиқотларга тааллуқли бўлиши лозим бўлган ўрганилаётган аҳоли бирликларини танлаш ва улар учун бутун ҳодисанинг ишончли тавсифлашни ҳал қилади. Унинг афзаллиги алоҳида гуруҳларни (бирликларни) батафсил кузатиш, маълумотларни қисқа вақт ичида ва ресурсларни камроқ сарфлаган ҳолда олиш орқали турли бозорларни ўрганиш имкониятидан иборат бўлиб, бу эркин нарх шакллантириш шароитида бошқа ижтимоий-иқтисодий ҳодисаларга нисбатан ўзгарувчанликка кўпроқ даражада

мойил бўлган нарх жараёнларини ўрганишда, айниқса, муҳим аҳамиятга эга.

Узлуксиз бўлмаган ва нарх статистикаси мақсадларига энг мос келадиган кузатувлар қуйидагилар ҳисобланади: танлаб кузатиш, монографик кузатиш ва асосий қатор усули билан кузатиш.

Танлаб кузатиш ўрганилаётган мажмуа бирликларини тасодифий танлаш тамойилига асосланади ва уларнинг барча турларидан асосий мажмуанинг пропорциялари ва боғлиқликларини аниқ такрорлаш учун киритишни кўзда тутлади.

Монографик кузатиш қандадир ҳодисаларнинг алоҳида ҳолатларини ҳам, кичик ўлчамли қатор ҳолатларни ҳам ифодаладиган алоҳида бирликларни батафсил текширишни тақозо этади. Ушбу текширув турида деталлаштириш даражаси юқорилиги унинг узлуксиз кузатуви билан қалин алоқасини асослаб беради.

Асосий қатор усули билан кузатиш асосий мажмуадан муайян тадқиқот учун асосий бўлган белги бўйича энг катта салмоққа эга энг муҳим бирликларни танлаб олишни назарда тутлади.

Узлуксиз бўлмаган у ёки бу кузатувдан фойдаланиш ҳар бир муайян ҳолатда ўрганилаётган иқтисодий секториди асосий мажмуанинг ҳажми, тадқиқ этилаётган ҳодисанинг моҳияти, уни тақсимлашга хос бўлган ҳисоботлар, тармоқ хусусиятлари ва мавжуд нарх сиёсати каби қатор шартларга боғлиқ.

Нарх динамикасининг мунтазам кузатишни ташкил этиш учун умумий мажмуанинг хусусиятларини иложи борича тўлиқ ва етарли даражада ифодаланиши лозим бўлган танлама мажмуа яратилади. Танлама мажмуа шакллантириш оптимал танлаб олинган танлаш усули билан амалга оширилади. Улардан бири эҳтимолий (тасодифий) танлов бўлиб, унда кузатиш учун ҳар бир объект маълум (ёки берилган) эҳтимоллик даражаси билан, ҳеч қандай тизимлилик элементларисиз танланиши мумкин. Бу усулни қўллашнинг асосий талаби умумий мажмуанинг аниқ чегараларини олдиндан белгилаб олиш ва унинг танлама гуруҳга тушишнинг мутлақо тенг "имконияти" бўлган барча бирликларини аниқлашдан иборат. Бироқ танлама учун зарур бўлган кузатуви объектлари сонининг камлиги

(айниқса, иқтисодиётнинг реал сектори алоҳида сегментларида) ва бирликларнинг тизимли равишда ассортименти янгиланиб туриши сабабли ундан нарх статистикасида фойдаланиш чекланган. Мақсадли йўналтирилган (типик) танлов энг тўғри келадиган усул бўлиб, энг хос бўлган қисмларни киритиш йўли билан танлама мажмуа энг юқори репрезентативлигини таъминлашга қаратилади. Бунинг учун асосий мажмуа бирликлари сифат жиҳатидан бир хил бўлган, ўрганилаётган кўрсаткичларга таъсир этадиган ёки умумий истемол хусусиятларига эга бўлган гуруҳларга бўлинади. Сўнгра ҳар бир типик гуруҳдан танлама мажмуага бирликларни индивидуал танлаб олиш амалга оширилади, бу эса барча гуруҳлар вакиллари тушишини асослаб беради ва шу тариқа гуруҳлараро номутаносибликларни юмшатади.

Юқорида кўрсатилган танлов усулларидан, шунингдек, уларнинг комбинацияларидан фойдаланиб, нархлар динамикаси ва даражасини кузатиш учун қуйидаги танлама мажмуалар шакллантирилади:

- 1) кузатув объектлари;
- 2) йириклаштирилган товар (хизмат) ёки маҳсулот турлари гуруҳлари;
- 3) муайян товар.

Ҳалқаро сифат стандартларига мувофиқ, шакллантирилган танлама мажмуа қамров кенглиги (репрезентативлик), агарда кузатиш мўлжалланган бирликлар тўплами ўрганилаётган сегментнинг асосий массаси умумий қийматининг 80% дан ортисини ташкил қилса юқори, 60%дан 80% гачани ташкил қилса қониқарли ва 60% дан паст бўлса – паст ҳисобланади.

Ҳисобланган нархлар индекси танлама тармокни қамраб олишнинг юқори даражада тўлиқлиги билан ишончли деб тан олинади ва шунинг учун уни тузиш ишларини ташкил этиш танланган бирликларни ҳар йили янгилашни, шунингдек, маълум вақтдан кейин унинг бирон бир қисмини мажбурий ротация қилишни ўз ичига олади.

Таянч кузатув объектлари

Нарх статистикасининг ҳисобланган кўрсаткичларининг иншончилиги ва объективлиги минтақавий жиҳатдан нарх ўзгаришининг миллий индексида реал акс эттирилишини таъминлайди.

Худудий танламага қўйиладиган асосий шарти барча мавжуд минтақаларнинг вакиллиги ва уларнинг ҳар бирида иқтисодий хусусиятларни ҳисобга олишдир. Бунга маъмурий марказни ҳам, ижтимоий - иқтисодий ривожланиш ва географик жойлашуви нуқтаи назаридан энг муҳим бўлган, истеъмол бозорининг юқори даражада тўйинганлиги ва минтақада саноат ёки қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқаришининг ихтисослашувини акс эттирадиган алоҳида аҳоли пунктларини ҳам ўрганиш орқали эришилади.

Тадқиқот ўтказиладиган жойларда таянч корхоналарни танлаш кўпинча асосий қатор усули билан амалга оширилади. Бу, биринчи навбатда, фаолият кўрсатаётган корхоналар асосий мажмуасининг ҳаракатчанлиги, унинг таркибий ўзгаришлари, корхоналарнинг мулкчилик шакллари, профили ва ҳажми ҳамда сотилган маҳсулотларнинг ассортимент сменалари ўзгариши билан боғлиқ. Танлаш қуйидаги тамойилларга асосланади:

- *қўламлик* – *барча турдаги ва мулкчилик шакли турли корхоналарни киритиш;*
- *географик репрезентативлик* – *турли кузатув ҳудудларида жойлашган объектларни танлаб олиш;*
- *типиклик* – *ушбу иқтисодий фаолият турига хос бўлган, типик, амалда бир хил фаолият шартларига (товарлар ассортименти, технологик жараёнлар ёки фойдаланилаётган хомашё ва ҳ.к.) эга бўлган корхоналарни киритиш;*
- *ҳолислик* – *корхоналарнинг нархларни рўйхатга олишни мунтазам амалга оширишига тайёрлиги.*

Товарлар (хизматлар) ёки маҳсулот турлари тўплами

Амалдаги стандарт таснифлар ва тадқиқ этилаётган бозор ҳолатини акс эттирадиган маълумотлардан келиб чиқиб, кўплаб товарлар (хизматлар) ёки маҳсулот турлари орасидан нархга оид кузатув учун уларнинг маълум бир тўплами танлаб олинади. Улар

Ўрганилаётган иқтисодиёт сегментидаги нархлар даражаси, тенденциялар ва қонуниятларни энг тўлиқ ва тўғри акс эттирадиган энг типик қисмларни тадқиқ этиш ҳисобига товарлар (маҳсулот турлари) йиғиндисини репрезентация қилишга имкон берадиган мақсадли йўналтирилган (типик) танлаб олиш воситасида марказлаштирилган тарзда шакллантирилади. Товарлар (хизматлар) ёки маҳсулот турлари тўплами бир қатор мезонларни ҳисобга олган ҳолда тузилиб, уларнинг асосийлари қуйидагилар ҳисобланади:

- *басавлатлик, яъни ушбу товарлар гуруҳи ёки маҳсулот тури тадқиқ этилаётган сегмент учун жуда муҳим аҳамиятга ва иложи бўлса, унинг умумий таркибида катта улушга эга бўлиши керак;*

- *долзарблик ва мунтазамлик, яъни исталган турдаги бозорда талаб қилинган ва узоқ вақт давомида очиқ бўлиши керак;*

- *репрезентативлик, яъни танлаб олинган товар гуруҳи ёки маҳсулот тури нархларининг ўзгариш динамикаси уларнинг бошқа, танлаб олинмаган маҳсулотлар нархларидан жиддий фарқ қилмаслиги ва бозордаги нарх билан боғлиқ иқтисодий воқеликни тегишлича акс эттириши керак.*

Тўпландаги ҳар бир позицияга уларда муайян товарни танлаб олишга имкон берадиган умумлаштирилган таъриф берилади.

Товар рўйхати

Товарлар (хизматлар) ёки маҳсулот турлари берилган тўплами ва бозор конъюнктурасини ўрганиш асосида муайян товар танлаб олинади.

Товар танлаб олиш тамойили товар гуруҳининг хусусиятларига: унинг асосий мажмуадаги аҳамияти, ассортимент кенглиги, товарларнинг бозордаги ҳаракатчанлиги, уларни ишлаб чиқариш мавсумийлиги ва ҳ.к.га боғлиқ. Энг муҳим стратегик аҳамиятга молик оммавий талаб ва бирламчи зарурати товарлари (маҳсулот турлари) гуруҳларида товар асосан мақсадли йўналтирилган (типик) танлаш усули билан танлаб олинади, фойдаланиш «мажбурий бўлмаган» товарлар орасида эса, типик товарни киритиш билан бир қаторда, кўпинча тасодифий, эҳтимолий танлаш қўлланади. Товарнинг танлама мамуасини шакллантириш мослашвчанлиги товарларни алмаштириш ва уларнинг ассортимент ўзгаришлари реал

праёнларини таъминлайди, ўрганилаётган иқтисодиёт сегментида ҳақиқатда репрезентатив бўлган турлар нарх ҳаракатини ўлчашга имкон беради, бу эса нархга оид кузатувнинг долзарблиги ва объективлигини асослаб беради, шунингдек, соф нархга оид таққослашни таъминлаш ҳисобига рўйхатга олишдаги хатоларни текислаб юборadi.

Нарх даражасини кузатиш учун товар рўйхати қуйидаги талабларга жавоб берадиган турларни ўз ичига олади:

- *мунтазам уй хўжалигида (истеъмол секторида) истеъмол қилинади ёки таянч корхоналарда (реал сектор) талаб мавжуд;*
- *узоқ вақт давомида савдо тармогида мавжуд ёки таянч корхоналар томонидан ишлаб чиқарилади;*
- *бир хил сотув ва тўлов шартларида сотилади, бир хил ўлчов бирликлари ва сифат кўрсаткичлари эга;*
- *бир хил турда, бир хил хусусиятлар ёки вазифаларга эга;*
- *ахборот тўплаш нуқтаи назаридан очиқ, уларнинг нарх ўзгаришлари эса ушбу товарлар (маҳсулот) гуруҳи учун хос.*

Танлаб олинган товар-вакилга минтақавий даражада айнан қайси товарни баҳолаш кераклигини кўрсатадиган восита бўлган бағафсил таснифлар (сифат ва техник параметрлар) берилadi. Товар-вакил учун уларни танлаш ва уларнинг нарх қийматини қайд қилишда таснифлар ёки ажратиб турадиган хусусий белгилар қуйидагилар ҳисобланади: маркаси, модели, ўлчами ва вазни, қадоқланиши, ишлаб чиқарилган мамлакати, сотиш партияси ва шартлари, истеъмолчи тури ва бошқалар.

1.3. Нарх индексларини ҳисоблаш усуллари

Нархлар динамикасини статистик ўрганишда етакчи роль индекс усулига тегишли. У иқтисодиётнинг турли тармоқларида яратилган ва сотиладиган барча товарлар нархларининг ўзгаришини аниқлашга имкон берувчи индексларни тузиш ва таҳлил қилишга асосланади.

Индекслар ва индексли кўрсаткичлар учун маълум бир символлардан фойдаланилади:

i – индивидуал индекслар;