

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС
ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС
ИНСТИТУТИ**

Мустакил иш

Мавзу: Савдода нарх ва нархлаштириш

**Бажарди: МИ-110 гуруҳ магистранти
Аминов Зокир
Текширди: доц. И.С. Сиддиқов**

САМАРҚАНД – 2012

Мавзу: Савдода нарх ва нархлаштириш

Режа:

1. Савдода нарх ва нархлаштиришни моҳияти ва аҳамияти
2. Савдода нархнинг функциялари ва турлари
3. Савдода нархга таъсир қилувчи омиллар
4. Савдода нархни давлат томонидан тартибга солиш

1. Савдода нарх ва нархлаштиришни моҳияти ва аҳамияти

Бозор иқтисодиётига ўтиш иқтисодий жараёнлардаги Нархни аҳамиятини тубдан ўзгартириб юборади.

Маъмурий-буйруқбозлик тизимида Нарх марказлашган ҳолда тасдиқланган.

Бозор иқтисодиёти шароитида Нархнинг охириги миқдори бозорда талаб ва таклиф ва бошқа омиллар таъсири остида шаклланади. Лекин бу дегани Нарх абсолют эркин шаклланади деган маънони билдирмайди. Унинг шаклланиши кўп босқичлардан ўтади.

Нарх давлат томонидан тартибга солиш механизмлари орқали чегараланиши мумкин.

Нарх иқтисодий категория бўлиб инсоният тараққиётида товар-пул муомаласини вужудга келиши билан пайдо бўлган.

Нарх товар қийматининг пулдаги ифодасидир.

Нарх бозорнинг элементи. Бозорнинг дахшатли рақобат шарт-шароитида корхоналарнинг самарали ишлаш учун Нархларни белгилашни асосли усулларини, қўлланишини, маркетингда оқилона Нарх сиёсат ва уни кетма-кет амалга жорий қилиш асосий зарурият бўлиб ҳисобланади.

Товарнинг истеъмол қиймати ва қиймати бор ёки ушбу хусусиятларга эга бўлган нарса товар деб юритилади. Товарнинг қиймати унга сарфланган ижтимоий зарурий меҳнат миқдори билан белгиланади.

Ижтимоий зарурий меҳнат – мавжуд истеъмол қийматни яратиш учун, нормал шароитда, жамиятдаги ўртача қобилият ва меҳнат интенсивлигида сарфланган умумий меҳнатнинг миқдоридир.

Сарфланган ижтимоий зарурий меҳнатнинг миқдорини аниқлаш жуда мураккаб ва оғир жараён ҳисобланади.

Нарх иқтисодиётни ҳаракатга келтирувчи куч, восита ёки интрумент ролини ўйнайдиган иқтисодий, тарихий, ижтимоий категориядир. Нархни иқтисодий тушунча сифатида, уни ҳаётийлигини, доимий инсоният тараққиётида ҳаракатда бўлиб келганлигини ва аҳамиятини ҳеч кимга асослаш ва тушунтириш зарурияти бўлмаса керак. Лекин, Нарх тушунчаси жуда мураккаб.

Оддий ҳаётда, ҳар бир киши ёшлигидан олди-сотди жараёнини кўзатади ёки иштирок этади. Турмуш тарзида инсон Нарх тушунчаси билан тўқнашади ва уни ўзининг ва бошқаларни моддий фаровонлигига қандай таъсир қилишини англайди, таҳлил қилади ва хулосалар чиқаради. Масалан: инсон юқори Нархдаги товарни қимматли эканлигини англаса, паст Нархлиги унинг арзонлигини, қимматли товар унинг чўнтагига оғир ботиши, паст Нархлик товар кам юк бўлишини англайди. Шу билан бир қаторда нега товарнинг Нархси юқори ёки паст даражада эканлиги, унинг сабаблари тўғрисида харидор хулоса қилиб ўтирмайди. Уни қизиқтирадиган масала, ўзига зарур бўлган товарни ўзининг сотиб олиш қобилияти миқдорида харид қилишдан иборат.

Иқтисодиётда, ҳаётда Нарх нафақат алоҳида товарларни олди-сотдисини англатади. У умуман иқтисодий муносабатларни яъни товарларни ва хизматларни ишлаб чиқариш, тақсимлаш, айрибошлаш ва ниҳоят истеъмол қилиш жараёнларини ҳам тартибга солади. Бундай жараён бутун Нархлар мажмуаси, уларни шаклланиши ва ўзгариш ҳаракати натижасида Нархлаштириш механизми орқали амалга оширилади. Шундай қилиб оддий харидорга Нархлаштириш механизми кам маълум ва уни бу масала камроқ қизиқтиради.

Иқтисодиётда миллионлаб Нархлар Нарх тушунчаси орқали ишлатилади, лекин Нархни ҳар хил турлари мавжуд. Улар улгуржи, чакана, эркин, монопол, тартибга солинган, давлат, шартномали, жаҳон ва ҳоказолар каби (ушбу масалани алоҳида ёритамиз).

Нарх тушунчаси, уни турлари, таркиби, миқдори, ўзгариш тенденциялари бир томондан, иккинчи томондан Нархлаштириш тушунчаси, Нархни аниқлаш усуллари, услуб ва тартиби билан бир-биридан фарқ қилади. Шундай қилиб Нарх истеъмолчилар учун аниқ кўриниб турадиган иқтисодий тушунча бўлса, Нархлаштириш эса яширин, харидорга кўринмайди.

Шундай қилиб Нарх тушунчаси ва Нархлаштириш бир-биридан фарқ қилади. Нарх иқтисодий тушунча, категория сифатида намоён бўлади, Нархлаштириш эса, бу Нархни аниқлаш билан боғлиқ бўлган иқтисодий жараёндир.

Нарх тушунчаси ҳам аллақанча мураккабдир. Нарх тушунчаси оддий олди-сотди (Т-Т) жараёни, меҳнат тақсимотини чуқурлашиши натижасида айирбошлаш «Т-П-Т» ёки «Т-П» жараёнларига айрибошлаш жараёнини ажралиши натижасида вужудга келган. Оддий товар айрибошлашда товар-товарга тенглаштирилган, аста-секин бу жараён мураккаблашиб бориб, товарни товарга тенглаштириш учун бошқа бир эквивалентга эҳтиёж туғилган. Бундай нарса универсал, барқарор, ижтимоий қийматга эга бўлиши керак бўлган. Пул шундай товар – воситачи ролини ўйнайдиган категория сифатида келган.

Пул инсониятни ўз тараққиётида яратган энг йирик кашфиётлардан биридир. Тарихдан маълумки (пул тарихи 3000 йилалрга тенг) товар айрибошлашда умумий эквивалентлик ролини дастлаб «Товар-пул» яъни қиммат Нарх металллар қўйилмаси (слиткаси) (эрамиздан олдинги VII асргача) бажарган, кейинчалик «Танга – пул» - «Тангалар» (эрамиздан олдинги VII асрдан - XIX эрамиздаги асргача) ўйнаган,

ундан сўнг «қоғоз пуллари» «банкнотлардан» (ҳозирги кунгача ва нихоят XX асрни ўртасидан) «Электрон пул», «Қарточкалар» қоғоз пуллари билан параллел ҳаракат қилиб келмоқда.

Пулнинг тарихини келтиришимиздан мақсад Нархнинг тарихини аёнлаштиришдан иборат. Нарх ва пул тушунчаси бир-бирига яқин бўлиб, умуман «Нарх» сўзи «пул» сўзининг ҳосили бўлиб ҳисобланади. Ушбу сабабли Нархга нафақат иқтисодий-ижтимоий категория сифатида, ҳамда тарихий категория сифатида ҳам қаралади.

Нархни тушунчаси ва таърифига кўп томонлама қараш зарур.

Харидор нуктаи назаридан, Нарх – товар, нарса хизмат ўлчов бирлиги учун тўланадиган пул миқдорини билдиради.

Сотувчи нуктаи назаридан, боҳо – сотилаётган товар, нарса, хизмат ўлчов бирлиги учун олинадиган пул миқдорини билдиради. Лекин бу таърифлар оддий ва Нархни келиб чиқишини, асли мазмунини ёритмайди.

Жамиятдаги инсон эҳтиёжи учун зарур бўлган моддий бойликларни Нархланиш ва сотиш нуктаи назаридан икки хил йирик гуруҳларга ажратиш мумкин, яъни инсониятга кераклилиги, фойдалилиги, зарурийлиги, инсоннинг юқори эҳтиёжларини қондириш нуктаи назаридан Нархланадиган гуруҳга ва ишлаб чиқариш, сотиш харажаталиридан келиб чиқиб Нархланадиган гуруҳга ажратиш зарур.

Биринчи гуруҳга ноёб, кам миқдорда, харидорларни юқори даромадга эга бўлган гуруҳларига мўлжалланган товарлар ва хизматлар киради.

Иккинчи гуруҳга жамики инсоният учун зарур бўлган, истеъмол товарлари ва хизматлари 80-90 % ташкил қиладиган қисми бўлиб, уларни Нархси ишлаб чиқариш ва сотиш харажаталири, ушбу жараёнда иштирок этувчи субъектлар даромадлари, жамиятга зарур харажатлар йиғиндиси доирасида ва бошқа объектив ҳамда субъектив омиллар натижасида шаклланади.

Биринчи гуруҳга киритилагн товарлар ва хизматлар Нархси уларни ишлаб чиқариш, сотиш ва бошқа ижтимоий зарурий харажатлар қиймати билан эмас, балки зарурлиги, фойдалилиги, уларга бўлган талаб миқдори билан белгиланиб, сотиш Нархси асли қийматидан кескин фарқ қилади, уларни Нархси жуда юқорилиги билан фарқланади.

Булар учун Нархлаштиришни асосий омиллари сифатида бозор конъюктураси, талаб ва таклиф, даромадлар бўйича истеъмолчиларни табақаланиши, аҳоли даромадларининг миқдори кабилар киради.

Иккинчи гуруҳ товарларига Нарх юқорида келтирилган миқдордан кам Нархланса ишлаб чиқарувчилар инқирозга учраши муқаррар ва жамият ҳам фойда кўрмайди. Буларни Нархси ишлаб чиқариш ва меҳнат омилларига кўпдан боғлиқдир. Ушбу келтирилган ижтимоий-иқтисодий ҳақиқат Нарх категориясини таърифлашда, назарий таҳлил қилишда, уни миқдорини аниқлаш (Нархлаштириш) жараёнларига методологик асос бўлиб ҳисобланиши зарур.

Нархлаштиришни юқорида келтирилган методологик асосларидан келиб

чиқиб, Нархга таъриф берадиган бўлсак, биринчи гуруҳ товарлар ва хизматларни Нархси – уларни айрибошлаш жараёнида, яъни олди-сотди жараёнида аниқланган қийматнинг пулдаги ифодасидир.

Иккинчи гуруҳ товарлар ва хизматлар Нархси – уларнинг қийматининг пулдаги ифодасидир.

Товарнинг қиймати унга сарфланган ижтимоий-зарурий меҳнат миқдори билан белгиланади.

Нархга таърифларни умумлаштирадиган бўлсак бизнинг фикримизча Нархга қуйидагича таъриф бериш мумкин.

Нарх – товар ёки хизматни ижтимоий зарурлиги ҳамда унга сарф қилинган ижтимоий-зарурий меҳнат миқдоридан келиб чиққан (ёки аниқланган) қийматининг пулдаги ифодасидир.

Маъмурий бошқарув тизимида Нархларнинг барча турлари, жумладан истеъмол товарларига чакана Нархлар давлат томонидан тасдиқланган ва назорат қилинган.

Бозор иқтисодиёти Нархлаштириш жараёнини эркинлаштиришни тақозо қилади. Лекин бу деган гап, «Нархлаштириш абсолют эркинлаштирилган» деган фикрга асос бўла олмайди. (Бу масалани кейинги саволларда ёритамиз).

Бозор иқтисодиётига ўтиш даврида ўзбекистон Республикасида Нархларни босқичма-босқич эркинлаштириш қондаси аниқ мақсад қилиб олинади.

Нархларни эркинлаштириш шароитида биринчидан, Давлат Нарх қўмитаси умуман тугутилади;

- иккинчидан, Молия вазирлиги таркибида Нархларни назорат қилиш бўйича махсус бошқарма тўзилади. (ўша вақтда «Антимонополь ва нарх-наво сиёсатини ўтказиш бош бошқармаси));
- учинчидан, 1991-1994 йилларда амалда ҳамма турдаги ва тайёр маҳсулотлар эркин Нархларга ўтказила бошланди. ҳукуматнинг «Нархларни эркинлаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарорига мувофиқ 1992 йил 10 январдан бошлаб кенг доирадаги ишлаб чиқариш – техника воситаси бўлган маҳсулотлари, айрим турдаги халқ истеъмоли моллари, бажарилган ишлар ва хизматларнинг асосан (эркин) Нархлари ва таърифларига ўтилди;
- тўртинчидан, Нархлар 1992 йил январдан бошлаб босқичма-босқич, оҳисталик билан, аҳолини ижтимоий ҳимоялашга қаратилган кучли чораларни олдиндан кўриб қўйган ҳолда эркинлаштирила бошланди;
- бешинчидан, 1993 йилда қатъий белгиланган ва тартибга солиб туриладиган Нархларда сотиладиган ва хизматлар рўйхати анча қисқартирилди. Шу йилда улгуржи Нархларни давлат томонидан тартибга солиш батамом тўхтатилди, ёнилғи-энергетика комплекси маҳсулотлари белгиланган энг юқори рентабеллик даражаси нормативлари бекор қилинди;
- олтинчидан, 1994 йил октябр-ноябр ойларида истеъмол товарлари асосий турларининг Нархлари эркин қўйиб юборилди, транспорт ва коммунал

хизматларининг таърифлари оширилди. Нон ва унинг Нархлари, уй-жой коммунал хўжалиги ҳамда шаҳар умумий транспорти хизматларининг таърифларигагина қисман биринчи босқичдаёқ Нархларнинг тўла эркинлаштириш масаласи ечилган.

2. Савдода нархнинг функциялари ва турлари

Нархнинг иқтисодиётдаги ўрни ва аҳамиятини тўла тушуниб етиш, унинг функцияларини ўрганиш орқали янада чуқурлашади.

Нархнинг бирламчи функцияси, уни «ўлчов бирлиги» функцияси бўлиб ҳисобланади. Нарх орқали товар қийматини ҳисоб-китоб қилиш мумкин, яъни товар учун харидор қанча миқдорда пул тўлаш, сотувчи эса қанча товар (хизмат) учун пул олиши мумкинлиги аниқланади. Нарх олди-сотди жараёнида, пулни тўлов воситаси функциясини амалга ошириш ва уни миқдорини белгиланишига имкон яратади. Нарх орқали товарлар ва хизматларни умумий суммаси аниқланади (уларни сотилган сонини тегишли ўлчов birlikларда Нархсига кўпайтириш орқали). Ишчи кучини ва меҳнатни Нархлаш иш ҳақини аниқлашга имкон беради. Нарх орқали кўп кўрсаткичларни таҳлил қилиш, прогнозлаш ва режалаштириш имконияти туғилади.

Нарх орқали товарлар ва хизматлар қийматни солиштириш имконияти яратилади. Уларни қайсиси арзонроқ эканлиги, унга қараб ўзини сотиб олиш имкониятидан келиб чиқиб, талабига яраша харид қилиш мумкинлиги аниқланади.

Нархнинг ўлчов бирлиги функциясидан унинг ҳисоб-китоб функцияси ҳосил бўлади. Ушбу функция орқали қиймат ўлчовларидан ҳисобот олиб бориш учун хизмат қилади.

ўлчов бирлиги ва ҳисоб-китоб функциялари ёрдамида Нарх иқтисодий жараёнларни тартибга солиш воситаси сифатида хизмат қилади.

Нархнинг яна бир функциясини бу тақсимот бўлиб ҳисобланади. Бу функция бир товардан иккинчисига талабни кучишида ва етишмайдиган (дефетцитлиги) товарни ишлаб чиқаришни кенгайтириш, ортиқча ишлаб чиқарилаётганини қитсқартириш жараёнида намоён бўлади. Натижада инвестицияни ҳам тақсимланишига, яъни бир тармоқдан иккинчисига йўналтирилишига олиб келади.

Ушбу функция даромадларни хўжалик субъектлари ўртасида тақсимланишига ҳам кўмаклашади.

Нарх ижтимоий функцияни ҳам бажаради. Чунки Нарх истеъмолни ҳажми ва таркибини ҳам ўзгартиришга олиб келади. Нархдан аҳолининг яшаш даражаси, харажатларининг миқдори, минимал эҳтиёж саватининг миқдори, оиланинг истеъмол бюджети даражаси кабилар тўғридан-тўғри боғлиқдир.

Нархнинг рағбатлантириш функцияси ишлаб чиқаришни ривожлантириш, товарлар ва хизматларни сифатини оширишда намоён бўлади. Бу функцияни таъсир қилиш механизми ишлаб чиқарувчиларни Нарх орқали ўз даромадлари ва фойдасини оширишга интилишдан келиб чиқади.

Жаҳон амалиётида Нархларнинг бир неча турлари мавжуд ва ишлатилади. Нархларнинг бир неча хил аломатлар орқали турлаш мумкин. Нархларнинг турланиш аломатлари ва турларини қуйидаги жадвалда келтирамыз.

7.3.1 чизма

Нархларнинг турлари

Нархларнинг турланиш аломатлари	Нархнинг турлари	Изоҳ
1	2	3
1. Савдонинг бўғинлари ёки соҳалари бўйича	1.1. Улгуржи Нархлар	1.1. Улгуржи Нархлар улгуржи савдода, ишлаб чиқарувчилар ўртасида, савдо корхоналари ва ишлаб чиқарувчилар ўртасида, савдо корхоналари ўртасида, савдо биржаларида ишлатилади.
	1.2. Чакана Нархлар	1.2. Чакана савдо ва умумий овқатланиш шаҳобчалари орқали индивидуал, истеъмолчи оилаларга ва айрим ҳолларда корхоналар, ташкилотлар ва тадбиркорларга хўжалик юритиш эҳтиёжлари учун истеъмол товарлари сотилганда
	1.3. Харид Нархлари	1.3. Давлат томонидан аҳолидан, деҳқон ва фермер хўжаликларидан қишлоқ хўжалик маҳсулотларини сотиб олишда ишлатилади.
II. Хизмат соҳаси бўйича	2.1. Тариф (Хизматлар Нархси)	2.1. Тарафлар коммунал маиший хизматларга тўлов миқдорини белгилайди. Масалан: телефон, газ, электроэнергия, сув ва оқова кабилар.
III. Тартибга солиниш тартиби ва даражаси бўйича	3.1. Эркин Нархлар	3.1. Эркин Нархларга давлат органлари аралашмайди, улар бозор конъюктураси, талаб ва таклиф миқдоридан келиб чиқиб бозорда шаклланади. Бунда ишлаб чиқарувчини ёки товарни сотувчиларининг «калькуляцион Нархси» билан аҳолининг, истеъмолчининг «сотиб олиш Нархси» солиштирилиб товарнинг «бозор Нархси» келишилади ва ишга тушади. Эркин Нархлар улгуржи, чакана ва харид Нархларга тегишли.
	3.2. Келишилган (шартномавий) Нархлар	3.2. Бу Нархлар миқдори шартномаларда (олди-сотди сотувчи ва сотиб олувчи ўртасида ҳужжат билан) белгиланади.
	3.3. Тартибга солинувчи Нархлар	3.3. Булар миқдори давлат органлари томонидан тартибга солинади. Талаб ва таклифни мувофиқлаштириш учун бундай Нархлар солиқлар миқдорини ўзгартириш орқали қимматлаштириш ёки арзонлаштиришга

		йўналтирилади. Тартибга солинадиган Нархлар белгилаш механизми билвосита бўлади. Айрим ҳолларда бундай товарларга Нархларни юқори ёки пастки миқдори белгиланади. Айрим товарларга рентабеллик даражаси чегараланади.
	3.4. Тасдиқланадиган Нархлар (давлат Нархлари)	3.4. Тасдиқланадиган Нархлар давлат органлари томонидан белгиланади ва уларни сотувчи ёки сотиб олувчи ўзгартириш ҳуқуқига эга бўлмайди.
	3.5. Монопол Нархлар	3.5. Монопол Нархлар ишлаб чиқарувчи ёки сотувчи томонидан товарларни сотишда ҳамда сотиб олувчи (ишлаб чиқарувчи) томонидан хом ашёларни сотиб олишда ишлатилади.
IV. Иқтисодий анализда, режалаш-тиришда, статистикада, лойиҳалаш-тиришда ишлатилиши бўйича. Бу кўрсаткич Нархларни ўзгариб туриши билан боғлиқ.	4.1. Ҳақиқий Нархлар	4.1. Бозорда шаклланган Нархларнинг ҳақиқий миқдори. Бу кўрсаткич юқорида келтирилган барча Нарх турларига тегишли.
	4.2. Солиштирма Нархлар	4.2. Ўтган йилларга нисбатан Нарх индекслари орқали солиштирма Нархлар аниқланади.
	4.3. Лойиҳа ёки лимитланган Нархлар	4.3. Янги маҳсулотларни ишлаб чиқариш лойиҳасини тўзишда аниқланадиган Нархлар. Булар тахминан аниқланади.
V. Бозорларни турларига қараб	5.1. Биржа Нархлари	5.1. Биржа савдосида белгиланади.
	5.2. Аукцион Нархлар	5.2. Товарларни аукция орқали сотишда аниқланади.
	5.3. Комиссион Нархлар	5.3. Фойдаланилган товарларни комиссион савдо орқали сотишда белгиланади.
	5.4. Дехқон бозори Нархлари	Қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини деҳқон бозорларида сотишда белгиланади. Бундай Нархлар эркин Нархлар таркибига киради.
	5.5. Жаҳон Нархлари	5.6. Жаҳон бозорларига таалуқли бўлиб, улар эркин валюталарда белгиланади.

3. Савдода нархга таъсир қилувчи омиллар

Истеъмол товарлари Нархсига жуда кўп омиллар таъсир қилади. Унинг натижасида ишлаб чиқарувчилар, айрибошлаш (савдо) корхоналари ортиқча фойда олиши ёки зарар кўришлари мумкин.

Нархга таъсир қилувчи омилларни умумлаштириб икки гуруҳга бўлиш мумкин:

1. Объектив шарт-шароит, ҳодисалар, жараёнлар;

2. Субъектив омиллар. Улар инсон, тадбиркорлик омили билан боғлиқ бўлиб, уларни хулқ-атвори, виждони, умуминсонийлик фазилатларига боғлиқ. Масалан: кўзбўямачилик, қаллоблик, чайқовчилик ва ҳ.к.

Объектив омиллар:

- иқтисодий – давлатнинг иқтисодий ривожланиши, дефицит, инфляция, хом ашё ва материалларга тарифлар, солиқлар, банк фоизлари, божлар, миллий даромад ва уни тақсимланиши истеъмол ва жамғармага ва ҳ.к.;
- сиёсий – сиёсий барқарорлик, давлатнинг иқтисодий, молиявий, фиксал сиёсатини ўзгариши, ташқи иқтисодий сиёсат, протекционизм ва ҳ.к.;
- табиий – географик, давлатни географик жойлашиши, табиий шарт-шароити, мавсумий ишлаб чиқаришни давлатлар ичида жойлашиши, ихтисослашиши, табиий, ер ости бойликлари, ўрмон, транспорт йўллари ривожланиш даражаси ва ҳ.к.;
- рақобат – Нархни шаклланишига бозор конъюктураси орқали таъсир қилувчи омиллар;
- талаб ва таклиф;
- монополия, уни вужудга келиши, монопол Нархларни шакллантиради.

4. Савдода нархни давлат томонидан тартибга солиниши

Инсоният тараққиётида барча ижтимоий формацияларда давлат иқтисодиётни тартибга солишда катта аҳамиятга эга бўлиб келган. Бозор иқтисодиётининг ўзига хос камчиликлари, такомиллашмаган томонлари иқтисодиётни давлат томонидан ҳар томонлама тартибга солиб туришни тақозо қилади. Улар қаторига қуйидаги ҳолатларни келтириш мумкин.

Биринчидан, рақобатни такомиллашмаганлиги сабабли монополияларни вужудга келиш эҳтимоли ва улар ўзларини Нархлаштириш сиёсати орқали жамият фаравонлигига зиён келтириши мумкинлиги.

Иккинчидан, жамиятга ҳаётий зарур бўлган, кўп товарларни мавжудлиги, лекин бозор томонидан улар етарли даражада таклиф қилинмагслиги. Бундай товарлар асосан таълим соғлиқни сақлаш, фан, маданият ва бошқа соҳаларда кўплаб мавжуд.

Учинчидан, атроф муҳитни ҳимоя қилиш муаммолари.

Тўртинчидан, ишсизлик, инфляция, иқтисодий барқарорсизлик, даромадларни ноте́ксиз тақсимланиши.

Бешинчидан, аҳолини бирламчи зарур бўлган товарлар билан таъминлаш муаммолари.

Олтинчидан, болалар, ёшлар, ногиронлар ва нафақахўрларни ижтимоий ҳимоя қилиш зарурияти каби ва бошқа муаммоларни ҳал қилиш заруриятларидан давлат томонидан иқтисодий жараён ва ҳодисаларни, жумладан Нархларни тартибга солишни объектив эҳтиёжи вужудга келади.

Давлат томонидан Нархни тартибга солиш деганда, давлатни жамият хўжалик фаолиятига, аҳолининг эҳтиёжларидан келиб чиққан ҳолда, ижтимоий аҳволни яхшилаш мақсадида, иқтисодий-ижтимоий сиёсати орқали, ҳуқуқий, маъмурий, иқтисодий ричаклар, усуллар билан ўз таъсирини ўтказишини тушуниш лозим.

Ушбу ричаглар ва усулларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

I. Нархларни чегаралаш орқали

- 1.1. Фиксировать қилинган (белгиланган) Нархлар орқали;
- 1.2. Нархларни ўзгариш коэффиценти чегарасини белгилаш;
- 1.3. Рентабеллик даражаси чегарасини белгилаш;
- 1.4. Нархларни декларация қилиш;
- 1.5. Гарантияланган харид Нархлар (қишлоқ хўжалиги маҳсулотларига).

II. ҳар хил норма ва нормативлар белгилаш.

III. Товарлар (хизматлар)ни стандартлаш ва сертификациялаш.

IV. Иқтисодий рычаглар (дастаклар ёки таянчлар) – солиқлар, бож божлари ва тўловлари, банк фоизлари, тарифлар ва ҳ.к.

Нархларни чегаралаш ривожланган давлатларда кенг тарқалган. Масалан: АҚШ, Австралия, Италия – 10% атрофидаги Нархлар, Япония, Грецияда – 20 %. Айрим истеъмол товарлари қайтида максимал чакана Нархси ёзиб қўйилади. Ундан юқорисига сотиш ман этилади.

Улар асосан айрим истеъмол товарларига қишлоқ хўжалиги маҳсулотларига, энергоресурсларга, транспорт ташувларига ва ҳ.к. тарқатилади.

Россияда, табиий монополиялар маҳсулотлари ва хизматларига, қиммат Нарх металл Нархлари, юк ташиш, уларни юклаш – тушириш тарифлари, почта ва электрон алоқа хизматлари тарифи, аҳолига ва хизмат Нархлари – газ, электроэнергия, ёқилғи, коммунал хизмат, пассажир транспорт, айрим истеъмол товарларига ва ҳ.к. тегишлидир.

Давлат Нархларни тартибга солишни қуйидаги йўналишлар бўйича амалга оширади:

- бюджет, пул-кредит ва солиқ сиёсатлари орқали пул муомаласини тартибга солиш йўналиши бўйича;
- иқтисодиёт таркибини такомиллаштириш ва такрор ишлаб чиқариш жараёнини мутаносиблигини таъминлаш;
- ижтимоий, гуманитар, экологик нормаларни тасдиқлаш;
- антимонопол сиёсатни юргизиш;
- бевосита Нархлар, тарифларни нормалаштириш, алоҳида товарлар ва хизматларга Нархларни белгилаш, коммунал хизматларга тарифлар белгилаш ва уларни чегараларини белгилаш;
- товарлар ва хизматларни стандартлаш ва сертификациялаш;
- ташқи иқтисодий алоқаларни тартибга солиш ва ҳоказолар.

Нархларни тартибга солишни қуйидаги усуллари ишлатиш мумкин:

- ҳуқуқий (қонунлар ва қонуний ҳужжатларни қабул қилиш);
- молиявий-иқтисодий (солиқлар, бож тўловлари, имтиёзлар, кредитлар

фоизи, дотациялар, бюджет тақсимоти);

- ижтимоий (ижтимоий ҳимоя, ижтимоий гарантияни таъминлаш, минимал иш ҳақи, минимал эҳтиёж савати кабиларни таъминлаш, стипендия, пенсия, нафақалар белгилаш);

- маъмурий (айрим товарлар ва хизматларга тўғридан-тўғри Нархларни белгилаш ёки чегаралаш – пастки ва юқори чегараларни тасдиқлаш).

Ушбу усуллар бевосита ва билвосита таъсир қилиш йўналишлари орқали амалга оширилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.

1. Абдукаримов Б.А. ва бошқалар «Корхона иқтисодиёти», Дарслик, Тошкент «Фан», 2005.

2. Пардаев М.Қ., Абдукаримов Б.А. Меҳнат иқтисоди ва социологияси. Ўқув қўлланма. Самарқанд, 2002.

3. Абдукаримов Б.А. «Ички савдо иқтисодиёти», Дарслик, Тошкент «Фан», 2007.

4. Абдукаримов Б.А. « Ички савдо иқтисодиёти », Дарслик, Тошкент «Иқтисод-молия», 2010.