



Аҳолининг истеъмол кайфияти **ШАРҲИ**

2020 йил IV чорак

Ўзбекистон Республикаси Марказий банки
Тошкент 2021

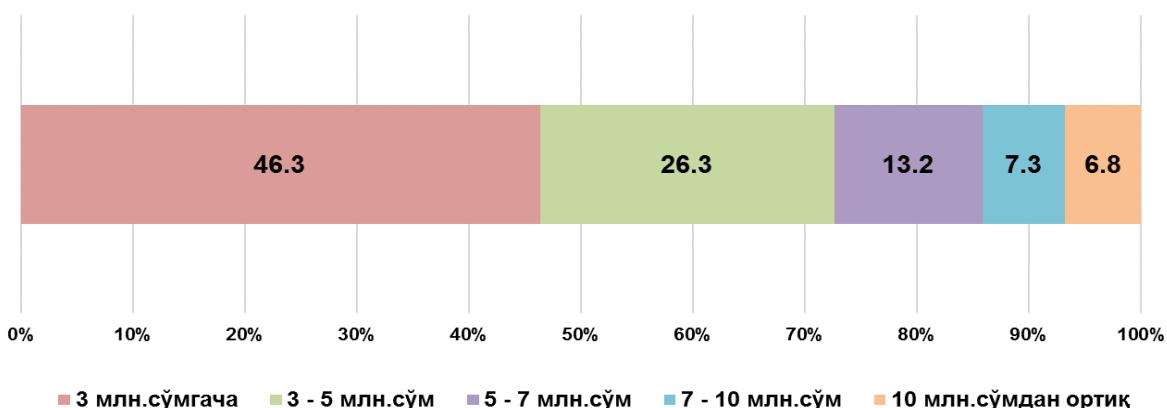
Аҳолининг истеъмол кайфияти шарҳи

Марказий банк томонидан аҳолининг даромадлари ва харажатлари таркиби, уларнинг истеъмол ва жамғариш кайфияти ҳамда кредитга бўлган талаби, шунингдек, инфляциянинг аҳолининг турли даромадга эга қатламларига таъсирларини ўрганиш бўйича республиканинг барча ҳудудларида сўровлар¹ ўтказилди. Сўровда **2020 йил IV чорагида** кузатилган тенденциялар бўйича саволларга берилган жавобларини таҳлил қилиш орқали аҳолининг фикрмуроҳазалари ва кутилмаларига баҳо берилди.

1. Даромадлар ва сезилган инфляция

Сўровда иштирок этган респондентларнинг **46,3** фоизи **оилавий даромадлари 3 млн. сўмгача**, 26,3 фоизи – **3-5 млн. сўм** оралиғида ва 13,2 фоизи **5-7 млн. сўм** оралиғида эканлигини қайд этишди (1-расм).

1-расм. Аҳолининг даромадлари таркиби бўйича респондентлар улуши

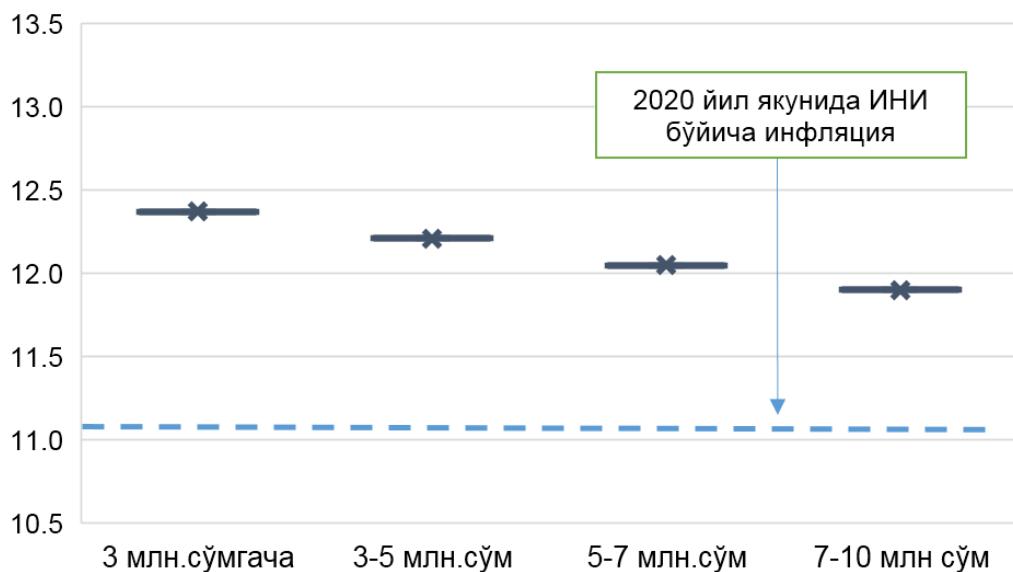


Респондентлар даромадларининг ўзгаришига қараб улар томонидан энг кўп истеъмол қилинадиган товарлар саватчаси инфляцияси² ҳам ўзгариб борди. Хусусан, оилавий даромади 3 млн. сўмгача ва 3-5 млн. сўм оралиғида бўлган респондентлар харажатларининг салмоқли қисмини **озик-овқат маҳсулотлари** ташкил қилгани ва 2020 йилда озиқ-овқат нархлари бошқа групкаларга нисбатан юқори даражада ўсганлиги (йиллик ўсиш 15,2 фоиз) сабабли, ушбу групкаларга кирувчи респондентлар инфляцияга нисбатан юқори сезувчанлигини кўрсатди (2-расм).

¹ Сўровлар республиканинг барча ҳудудларида турли соҳа вакилларини қамраб олган ҳолда Марказий банк телеграм канали орқали онлайн ҳамда жойига чиқкан ҳолда юзма-юз интервьюлар ўтказиш орқали амалга оширилди. Сўровда жами **5 717 та** респондентлар иштирок этди.

² Энг кўп истеъмол қилинадиган товарлар саватчаси – сўровда респондентларнинг бир ойлик харажатлари таркибини аниқлаш орқали ҳисобланган.

2-расм. Респондентларнинг энг кўп истеъмол қилинадиган товарлар саватчаси бўйича йиллик инфляция ва умумий ИНИ (фоизда)



2. Истеъмол кайфияти индекси

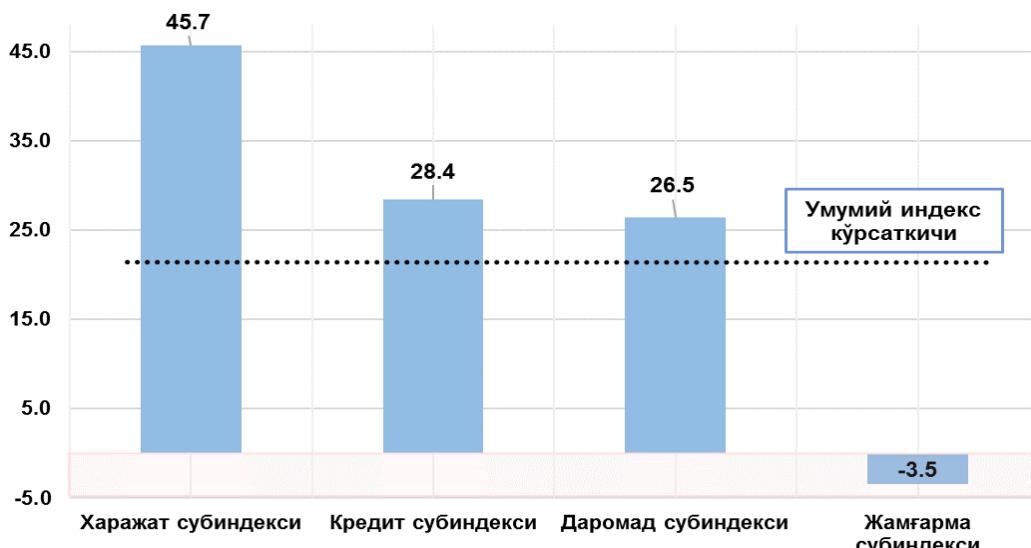
Марказий банк томонидан аҳолининг келгусида истеъмол талаби ва кутилмаларини миқдорий ва сифат жиҳатдан баҳолаш ҳамда харид ва жамғаришга бўлган мойиллигини кузатиб бориш мақсадида сўровнома натижаларини умумлаштириш орқали аҳолининг **истеъмол кайфияти индекси**³ ҳисоблаб чиқилди. Индекс кўрсаткичи -100 дан +100 оралиғида бўлиб, кўрсаткич +100 га яқинлашгани сари истеъмол кайфиятидаги **ижобийликни** ифода этиб, аҳолида келгусида иқтисодий вазиятнинг яхшиланиши бўйича кутилмаларнинг шаклланганлигини билдиради.

2020 йилнинг IV чорак якунлари бўйича келгуси 12 ой учун истеъмол кайфияти индекси ижобий **24,2** ни ташкил этди.

Индекс таркибида келгуси 12 ойда **харажатлар ўсишининг** кутилиши энг юқори кўрсаткич – **45,7** ташкил қилган бўлса, **даромадлар ўсиши ва кредитлар миқдори ортишининг** кутилиши мос равища **26,5** ва **28,4** тенг бўлди. Бу кўрсаткичлар, сўровда иштирок этган респондентларда харажат қилишга мойилликнинг юқорилиги, олинадиган даромадлар бўйича ижобий ўзгаришларнинг кутилиши ва кредитларга бўлган талабнинг ортаётганлиги билдиради.

³ **Истеъмол кайфияти индекси** - аҳолининг келгуси 12 ой учун даромадлари, харажатлари, жамғармалари ҳамда кредитга бўлган талаби бўйича кутилмалари баҳоланиб, респондентларнинг тегишли саволларга “сезиларли даражада камаяди”, “бироз камаяди”, “ўзгаришсиз қолади”, “бироз кўпаяди” ва “сезиларли даражада кўпаяди” деган жавобларига сифат нуқтаи назаридан вазн бериш орқали ҳисобланган.

3-расм. Келгуси 12 ой учун истеъмол кайфияти индекси

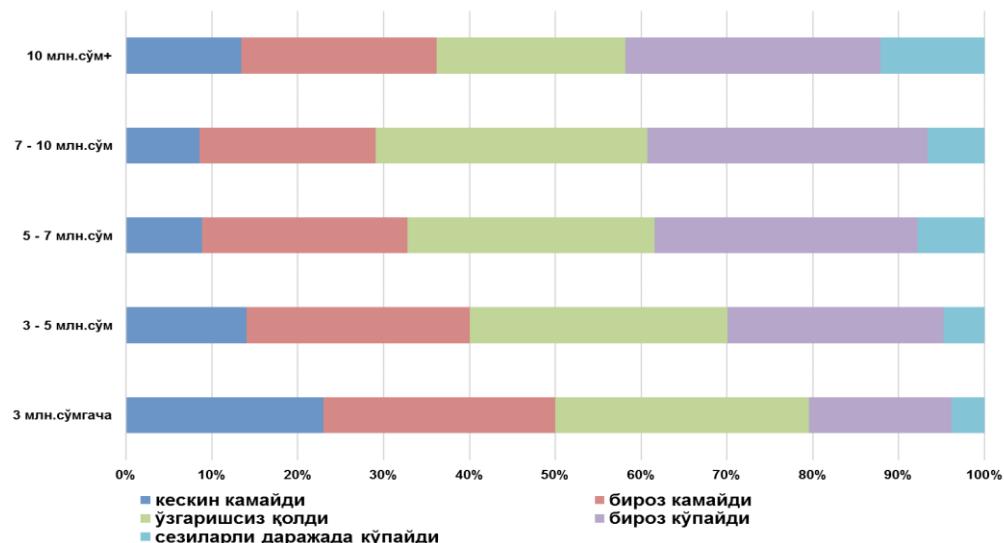


Шу ўринда, респондентларнинг келгуси 12 ойда **жамғармалар** ўсиши бўйича кутилмалари индекси манфий даражада (-3,5) шаклланиб, умумий индексни пасайтирувчи омил бўлди (3-расм).

2.1. Даромад бўйича кутилмалар таҳлили

Сўровномалар таҳлилига кўра, ўтган 12 ой давомида аҳолининг даромадлари асосан камайиш томонга ўзгарди. Сўровда қатнашган респондентларнинг қарийб 70 фоизи ўтган 2020 йилда ўз даромадларининг кескин камайганини таъкидлаган бўлса, фақатгина 15 фоизи даромадларининг ошганлигини маълум қилган.

4-расм. Ўтган 12 ойда даромадлар динамикаси



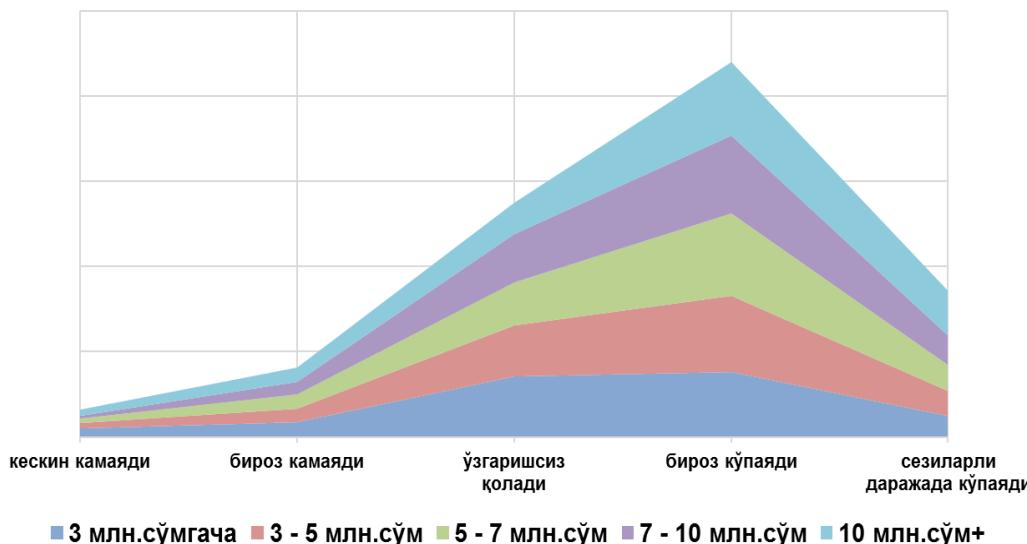
Бунда, ўтган даврдаги иқтисодий ҳолатнинг ёмонлашиши асосан респондентларнинг кам даромадли қисмига сезиларли даражада салбий таъсир кўрсатган.

Хусусан, ўтган 12 ой давомида оилавий даромади 3 млн. сўмгача бўлган респондентлар томонидан даромадлар кескин камайди ва бироз камайди деган жавоблар улуши бошқа даромадли гуруҳларнидан сезиларли даражада юқорини ташкил этди.

Оилавий даромадлари нисбатан кам бўлган респондентлар иқтисодиётдаги салбий таъсирларга юқори сезувчан ҳисобланади ва ушбу гуруҳнинг инқироздан аввалги даромад даражасига етишиши бир мунча кўпроқ вақтни талаб этади.

Аксинча, юқори даромадли аҳолида ушбу ҳолат бироз фарқли бўлиб, даромадлардаги йўқотишлар нисбатан камроқ ҳамда тикланиш жараёнлари тезрок рўй беради. Умуман олганда инқирозли ҳолатлар аҳолининг юқори даромадли ва кам даромадли қатламлари ўртасидаги тафовутни янада ортишига олиб келиши мумкин.

5-расм. Келгуси 12 ойда даромадлар ўзгариши бўйича кутилмалари

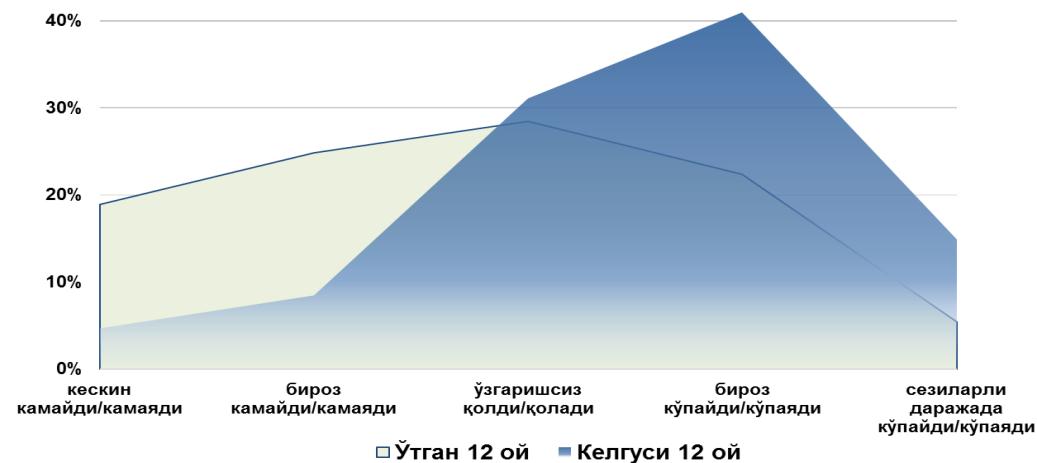


Ўз навбатида, келгуси давр учун даромадлар ўзгаришида **ижобий иқтисодий кутилмалар** пайдо бўлаётганлиги кузатилди. Респондентларнинг барча гуруҳлари жавоблари таркибида даромадларнинг келгусида кўпайишини кутаётганлар салмоғи кўпроқни ташкил этди.

Бунда, оилавий даромади 3 млн. сўмгача бўлган респондентлар кўпроқ (36 фоизи) келгусида даромадлари ўзгаришсиз қолишини таъкидлашган (5-расм).

Умуман олганда, респондентларнинг келгуси 12 оидаги даромадлари бўйича кутилмалари **ижобий хусусиятга** эга бўлиб, жавоблар оптимистик томонга оғган.

6-расм. Даромадларнинг ўзгариши (ўтган ва келгуси 12 ойда)

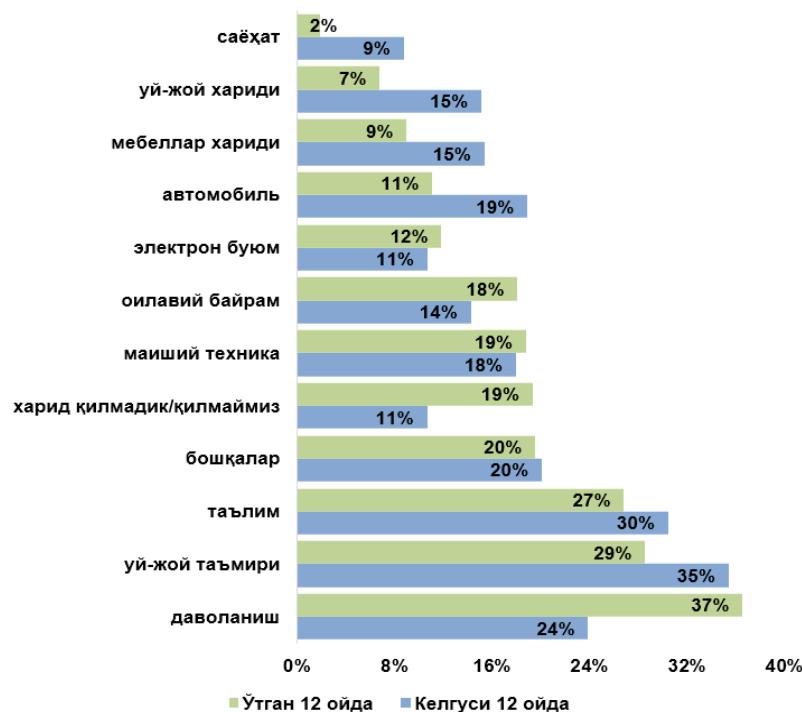


Бунда, келгуси 12 ой давомида даромадлари ошишини маълум қилган респондентларнинг улуши **65 фоизни** ташкил қилиб, даромадлари ўзгаришсиз қолиши ёки камайишини кутаётган аҳоли вакиллари умумий респондентларнинг 20 фоизига тенг бўлди (6-расм).

2.2. Харажатлар таркиби таҳлили

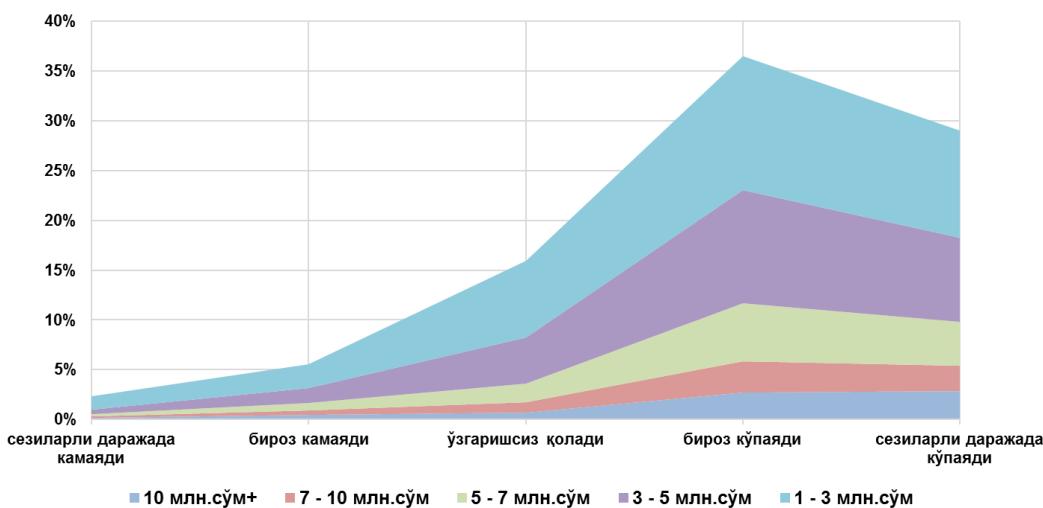
Респондентларнинг харажатлари таркибида сезиларли ўзгаришлар даволаниш, оиласвий байрамлар ва электрон буюмлар гурухларида бўлиши кутилмоқда. Респондентлар келгуси даврларда ушбу гуруҳ харажатлари учун ўтган 12 ойга нисбатан кўпроқ маблағ йўналтиришлари мумкинлигини қайд этишган.

7-расм. Харажатлар таркиби ўзгариши (фоизда)



Шу ўринда, келгуси ойларда респондентларда уй-жой, енгил автомобиль ва мебелларга бўлган талабнинг ортиши ҳамда уй-жойни таъмиrlаш ва таълимга бўлган харажатларнинг ўсиши кутилмоқда. Келгусида туризм соҳасида чекловларнинг босқичма-босқич бекор қилиниши билан аҳолининг саёҳат учун режалари қайта тикланиши эҳтимоли юқори.

8-расм. Келгуси 12 ойда харажатлар ўзгариши бўйича кутилмалари



Даромадларда бўлгани каби, келгуси 12 ой давомида истеъмол товарлари ва хизматлари учун **харажатлар миқдори кўпайиши кутилмоқда**. Респондентларнинг барча даромад гурухлари харажатларининг яқин ойларда ошишини таъкидлаган. Бунда айниқса, оиласвий даромади 3 млн. сўмгача бўлган респондентлар харажатларини сезиларли даражада ошишини кутишмоқда (8-расм).

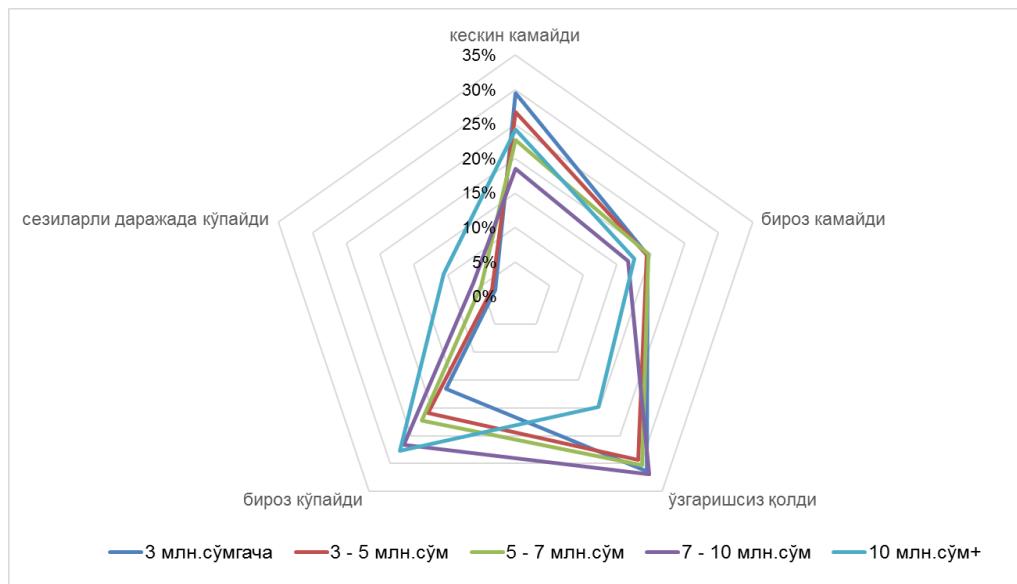
Буни, ўз навбатида, ўтган ойларда айрим ноозиқ-овқат товарлари ва хизматларга бўлган кечиккан талабнинг вужудга келиши, шунингдек, иш ҳақи тўловларининг ошиши ва келгусида ижобий иқтисодий кутилмалар билан изоҳлаш мумкин.

2.3. Жамғармалар таркиби таҳлили

Ўтган 12 ой давомида респондентларнинг жамғармалари динамикаси ўрганилганда барча респондентлар гурухларида **жамғармалар камайганлиги** маълум қилинган.

Бунда, барча даромад гурухларида жамғармалар кескин камайиши ва/ёки ўзгаришсиз қолганлиги қайд этилган. Ўтган даврдаги иқтисодий ўзгаришларнинг салбий таъсирлари респондентларнинг кам даромадли гурухлари учун юқори бўлган.

9-расм. Ўтган 12 ойда жамғармаларнинг ўзгариши

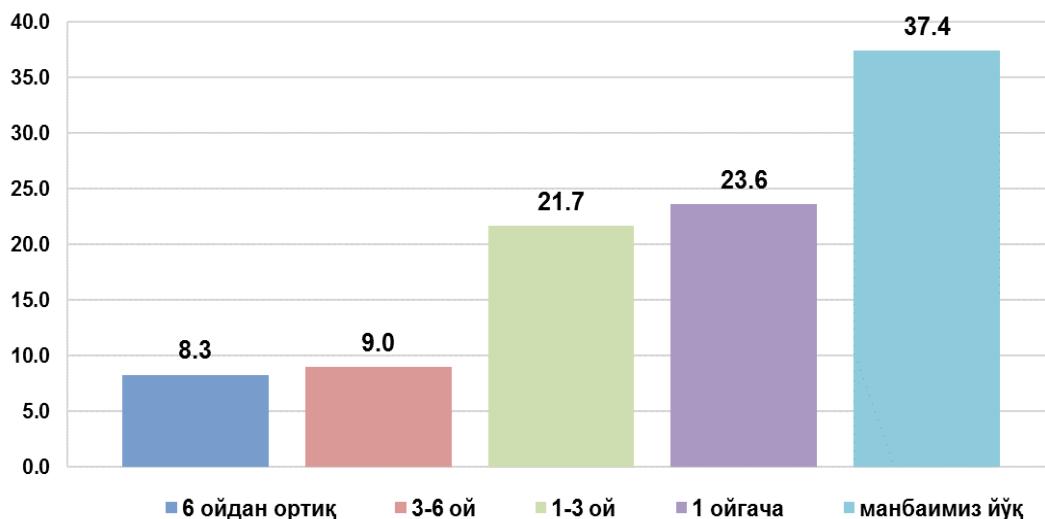


Хусусан, 3 млн. сўмгача оиласидаги даромадга эга респондентларнинг 50 фоизи жамғармалари камайганлигини таъкидлаган бўлса, аксинча, юқори даромадга эга респондентлар таркибида жамғармалар камайишини қайд этганлар улуши 35 фоизни ташкил этди.

Бунда, жамғармалар бироз кўпайиши бўйича жавоблар асосан юқори даромадли гуруҳларда қайд этилган.

Таҳлилларга кўра, агар респондентларнинг жорий даромад олиш манбаларида узилиш бўлган ёки меҳнат фаолиятини тўхтатган тақдирда **ўртacha яшаш учун жамғармалар** 1 ойгача етади деб жавоб берган респондентлар улуши – 23,6 фоизни, 1-3 ойгача – 21,7 фоизни ва 3-6 ойгача – 9 фоизни ташкил этди.

10-расм. Ўртacha яшаш учун жамғармангиз/манбаингиз қанча муддатга етади?



Респондентларнинг атиги **8,3** фоизи ўртача яшаш учун б ойдан ортиқ муддатга етарли жамғармалари мавжудлиги таъкидлаган.

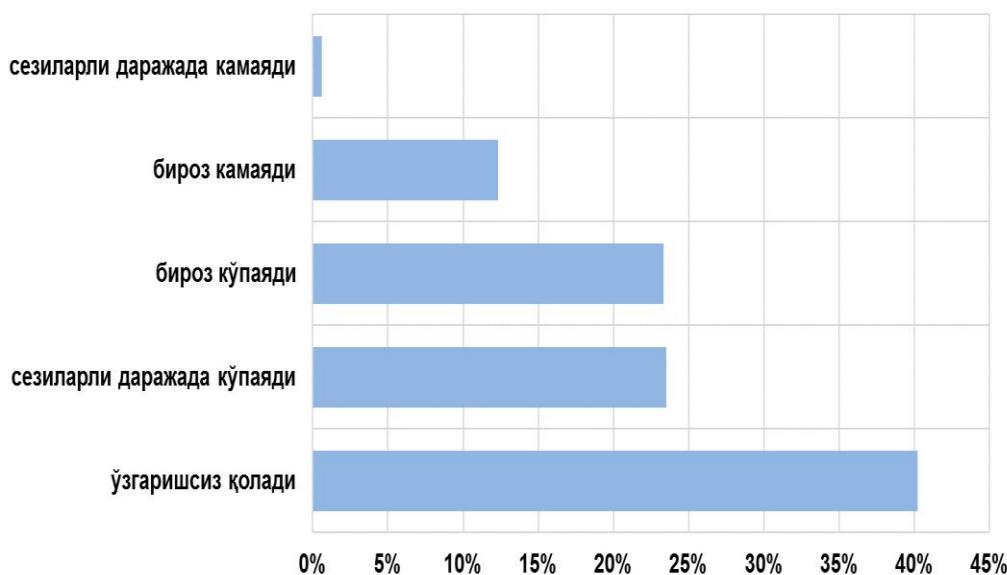
Шу билан биргаликда, респондентларнинг **37,4** фоизи даромад олиш манбаларида узилиш бўлган ёки меҳнат фаолиятини тўхтатганда яшаш учун манбалари мавжуд эмаслигини таъкидлашган.

2.4. Кредитларга бўлган талаб

Истеъмол кайфиятини аниқлашда аҳолининг **кредитга бўлган талабини** доимий кузатиб бориш муҳим ҳисобланади. Аҳолининг кредитга бўлган эҳтиёжларидан келиб чиқиб, келгусида қайси товар ва хизматларга талабнинг вужудга келиши ва уларнинг инфляцияга таъсирларини аниқлаш мумкин бўлади. Шунингдек, кредит юкининг ўсиб бориши билан аҳолининг истеъмол кайфиятига салбий босимлар юзага келиши мумкин.

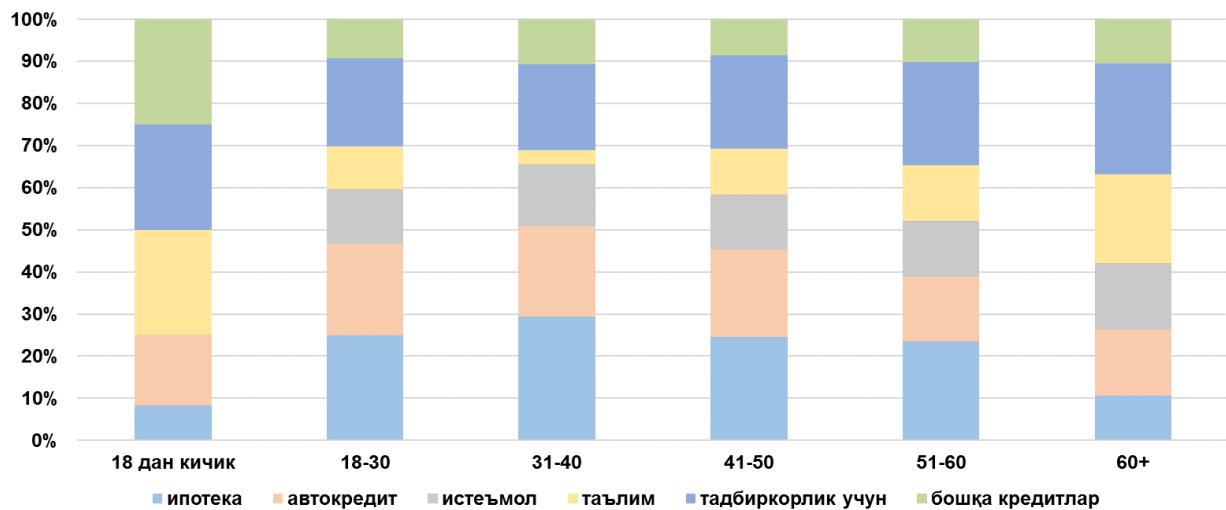
Ўрганишларга кўра, келгуси 12 ойда респондентларнинг кредитларга бўлган талаби ўсиб бориши кутилмоқда. Хусусан, кредит олишга бўлган талаб **биroz кўпаяди ва сезиларли даражада кўпаяди** деб жавоб берган респондентлар улуши 47 фоизни ташкил этган (11-расм).

11-расм. Келгуси 12 ойда кредитларга бўлган талаб



Сўров натижаларига кўра, бугунги кунда респондентларда кредитга бўлган талаб асосан тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш, уй-жой харид қилиш учун ипотека ва автокредитларга бўлган талаб юқори даражада шаклланган.

12-расм. Аҳолининг кредитга бўлган талабининг ўзгариши
 (ёш кўрсаткичлари кесимида)



Ёшлар ва катта ёшлиларда асосан таълим ва тадбиркорлик учун кредитларга бўлган талаб юқори бўлса, ўрта ёшли респондентларда ипотека ва автокредитларга бўлган талаб юқори даражада шаклланганлиги кузатилди.