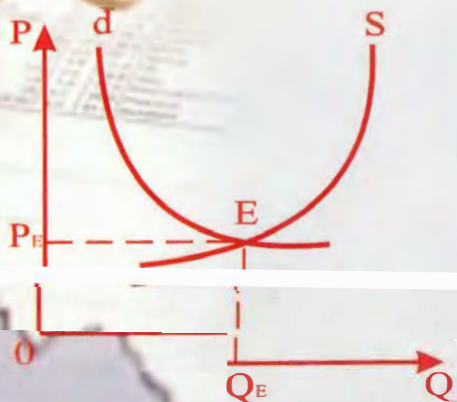


38.5 (152)
f-24

Գ. Գ. ԲԱՂԴԱՍԱՐՅԱՆ

Ա. Գ. ԲԱՂԴԱՍԱՐՅԱՆ

ԳՆԱԳՈՅԱՑՈՒՄԸ ՇՈՒԿԱՅԱԿԱՆ ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ՊԱՅՄԱՆՆԵՐՈՒՄ



Բ-24 ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ՏՆՏԵՍԱԳԻՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ

ՄԱԿՐՈԷԿՈՆՈՄԻԿԱՅԻ ԱՄԲԻՈՆ

Գ. Վ. ԲԱՂԴԱՍԱՐՅԱՆ, Ա. Գ. ԲԱՂԴԱՍԱՐՅԱՆ

Գիրքը սիրով նվիրում ենք պրոֆեսոր Անուշավան
Կիրակոսյանի սուրբ հիշատակին
Հեղինակներ

ԳՆԱԳՈՅԱՑՈՒՄԸ ՇՈՒԿԱՅԱԿԱՆ ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ՊԱՅՄԱՆՆԵՐՈՒՄ

ՌԻՍՈՒՄՆԱԿԱՆ ՁԵՌՆԱՐԿ

ԵՐԵՎԱՆ
«ՏՆՏԵՍԱԳԵՏՈՒՄ»
2012

ՀՏՀ 338.5(07)
ՉՄՀ 65.9(0)25գ7
Բ 242

Ձեռնարկը հրատարակության է
երաշխավորել ՀՊՏՀ գիտական
խորհուրդը

Գրախոսներ՝

Շ. Սահակյան
տ. գ. դ., պրոֆ.
Ծ. Կարապետյան
տ. գ. թ., դոցենտ
Ա. Մուրադյան
տ. գ. թ., դոցենտ

Մասնագիտական խմբագիր՝

Ի. Տիգրանյան
պրոֆեսոր

Խմբագիր՝

Լ. Միրզոյան
մ. գ. թ., պրոֆեսոր

Բ 242

Բաղդասարյան Գ. Վ. Բաղդասարյան Ա. Գ.
Գնագոյացումը շուկայական տնտեսության
պայմաններում: Ուս. ձեռնարկ/ Գ. Վ. Բաղդասարյան,
Ա. Գ. Բաղդասարյան; ՀՊՏՀ; Մասն. խմբ.՝ Ի.
Տիգրանյան. - Եր.: Տնտեսագետ, 2012. - 392 էջ:

Ձեռնարկում լուսաբանված են շուկայական տնտեսության խնդիրներին
ու նրա հիմնական տարրերից մեկի՝ գնագոյացման կազմակերպմանը,
մեթոդաբանությանը, կատարյալ և ոչ կատարյալ մրցակցային շուկաներում
գների ձևավորման հիմնական սկզբունքները:

Գրքում համակողմանիորեն քննարկվում են գնային քաղաքականու-
թյան, շուկայի տարբեր ձևաչափերի և ծառայությունների ոլորտին բնորոշ
գնագոյացման ձևավորման հիմնահարցերը:

Ձեռնարկը նախատեսված է տնտեսագիտական մասնագիտությունների
ուսանողների, ինչպես նաև ասպիրանտների, ձեռնարկատիրությամբ
զբաղվողների, տնտեսագետների և տարբեր ոլորտներում պրակտիկ աշ-
խատողների համար:

ՀՏՀ 338.5(07)
ՉՄՀ 65.9(0)25գ7

ISBN 978-9939-61-053-5

1035947

© Տնտեսագետ, 2012

ՀՊԱՀ ԳՐԱԴԱՐԱՆ
ГЛАВА БИБЛИОТЕК

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

ԱՌԱՋԱԲԱՆ 7

ԳԼՈՒԽ 1: ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՄԱՆ ՏԵՍԱԿԱՆ
ՀԻՄՈՒՆՔՆԵՐԸ 11

1.1. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՏԵՍՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ 11

1.2. ԳՆԵՐԻ ԳՈՐԾԱՌՈՒՅԹՆԵՐԸ 22

1.3. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ՎՐԱ ԱԶԴՈՂ ԳՈՐԾՈՆՆԵՐԸ ԵՎ ԴՐԱՆՑ
ԴԱՍԱԿԱՐԳՈՒՄԸ 28

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ 40

ՀԱՐՑԵՐ, ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔՆԵՐ 42

ԹԵՄԱՏԵՐ ԵՎ ԽՆԴԻՐՆԵՐ 43

ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՀԱՍԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ 59

ԳԼՈՒԽ 2: ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՄԱՆ ՄԵԹՈԴԱԲԱՆԱԿԱՆ
ՀԻՄՈՒՆՔՆԵՐԸ 60

2.1. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՄԱՆ ՄԵԹՈԴԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ,
ՈՒՍՈՒՄԱՍԻՐՈՒԹՅԱՆ ԱՌԱՐԿԱՆ ԵՎ ՆՇԱՆԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ ... 60

2.2. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՄԱՆ ՄԵԹՈԴՆԵՐԸ 64

2.3. ԱՐՏԱԴՐՈՒԹՅԱՆ ԾԱԽՍԵՐԻ ԴԱՍԱԿԱՐԳՈՒՄԸ 72

2.4. ԱՐՏԱԴՐՈՒԹՅԱՆ ԾԱԽՍԵՐԸ ԿԱՐՃԱՏԵՎ ԵՎ ԵՐԿԱՐԱՏԵՎ
ԺԱՄԿԵՏՆԵՐՈՒՄ: ՆՎԱԶՈՂ ՀԱՏՈՒՅՑԻ ՕՐԵՆՔԸ: ՀԱՍՏԱՏՈՒՆ,
ՓՈՓՈԽԱԿԱՆ ԵՎ ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԾԱԽՍԵՐ 75

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ 82

ՀԱՐՑԵՐ, ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔՆԵՐ 83

ԹԵՄԱՏԵՐ ԵՎ ԽՆԴԻՐՆԵՐ 85

ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՀԱՍԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ 97

ԳԼՈՒԽ 3: ԳՆԵՐԻ ԶԵՎԱԿՈՐՄԱՆ ՀԻՄՆԱՀԱՐՑԵՐԸ ՇՈՒԿԱՅԱԿԱՆ
ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ՊԱՅՄԱՆՆԵՐՈՒՄ 98

3.1. ՇՈՒԿԱՅԱԿԱՆ ՏՆՏԵՍԱԿԱՐՄԱՆ ԵՎ ԳՆԱՅԻՆ ՆՈՐ
ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ԱՆՑՄԱՆ ԱՆՀՐԱԺԵՇՏՈՒԹՅՈՒՆԸ 98

3.2. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ ՈՐՊԵՍ ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ
ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ԲԱՂԱՑՈՒՅՑԻՉ ՄԱՍ 102

3.3. ՇՈՒԿԱՅԱԿԱՆ ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ՁԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ՈՒՂԻՆԵՐԸ ԵՎ ԿԱՌՈՒՑՎԱԾՔԸ	107
3.4. ԳՆԵՐԻ ՀԱՄԱԿԱՐԳԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ: ԳՆԵՐԻ ԿԱԶՄՆ ՈՒ ԿԱՌՈՒՑՎԱԾՔԸ	109
ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ	116
ՀԱՐՑԵՐ, ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔՆԵՐ	117
ԹԵՍՏԵՐ ԵՎ ԽՆԴԻՐՆԵՐ	118
ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՀԱՍԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ	131

**ԳԼՈՒԽ 4: ՇՈՒԿԱՅԱԿԱՆ ՏՆՏԵՍՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ ԳՆԵՐԻ ՁԵՎԱՎՈՐՄԱՆ
ԿԱՌՈՒՑԱԿԱՐԳԻ ԷԱԿԱՆ ԳԾԵՐԸ**

4.1. ՇՈՒԿԱՅԱԿԱՆ ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ԲՆՈՐՈՇ ԳԾԵՐԸ	132
4.2. ՊԱՅԱՆՋԱՐԿԻ ԵՎ ԱՌԱՋԱՐԿԻ ՕՐԵՆՔՆԵՐՆ ՈՒ ԳՆԱԳՈՅԱՑՈՒՄԸ ԵՎ ԴՐԱՆՑ ՓՈԽԿԱՊՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ	136
4.3. ՀԱՎԱՍԱՐԱԿՇԻՌ ԳՆԻ ՁԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ԿԱՌՈՒՑԱԿԱՐԳԸ	142
4.4. ԳՆԵՐԻ ՆԿԱՏՄԱՍԲ ՊԱՅԱՆՋԱՐԿԻ ԵՎ ԱՌԱՋԱՐԿԻ ՃԿՈՒՆՈՒԹՅՈՒՆԸ	144
4.5. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ԵՎ ՄԱՐՔԵԹԻՆԳԱՅԻՆ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ՓՈԽԿԱՊՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ	156
ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ	159
ՀԱՐՑԵՐ, ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔՆԵՐ	160
ԹԵՍՏԵՐ ԵՎ ԽՆԴԻՐՆԵՐ	161
ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՀԱՍԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ	173

**ԳԼՈՒԽ 5: ԳՆԱԳՈՅԱՑՈՒՄԸ ԵՎ ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆԸ:
ԳՆԱԳՈՅԱՑՈՒՄԸ ՇՈՒԿԱՅԻ ՏԱՐԲԵՐ ՁԵՎԱԶԱԹԵՐԻ
ՊԱՅՄԱՆՆԵՐՈՒՄ**

5.1. ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ՈՐՊԵՍ ՇՈՒԿԱՅԱԿԱՆ ԿԱՌՈՒՑԱԿԱՐԳԻ ԿԱՐԵՎՈՐ ՀԱՏԿԱՆԻՇ: ԿԱՏԱՐՅԱԼ ԵՎ ՈՉ ԿԱՏԱՐՅԱԼ ՄՐՑԱԿՑԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՆԵՐ	174
5.2. ԶՈՒՏ ՄՐՑԱԿՑԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՅԻ ԲՆՈՐՈՇ ԳԾԵՐԸ: ԳՆԵՐԻ ՁԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ԿԱՌՈՒՑԱԿԱՐԳԸ ԶՈՒՏ ՄՐՑԱԿՑԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՅԻ ՊԱՅՄԱՆՆԵՐՈՒՄ	179
5.3. ՄԵՆԱՇՆՈՐՀԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՅԻ ԱՌԱՆՋՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՆ ՈՒ ԲՆՈՐՈՇ ԳԾԵՐԸ	183

5.4. ՄԵՆԱՇՆՈՐՀԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՆ ԵՎ ԳՆԵՐԻ ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ՀԻՄՆԱՀԱՐՑԵՐԸ: ՀԱՄԱՐԱԿԱԿԱՆ ՕՊՏԻՄԱԼ ԳԻՆ	188
5.5. ԽՄԲԱՇՆՈՐՀԱՅԻՆ (ՕԼԻԳՈՊՈԼԱՅԻՆ) ՇՈՒԿԱՅԻ ԲՆՈՐՈՇ ԳԾԵՐԸ: ԳՆԵՐԻ ՍԱՀՄԱՆՄԱՆ ԿԱՌՈՒՑԱԿԱՐԳԸ ԽՄԲԱՇՆՈՐՀԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՅԻ ՊԱՅՄԱՆՆԵՐՈՒՄ	194
5.6. ՄԵՆԱՇՆՈՐՀԱՅԻՆ ՄՐՑԱԿՑԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱ: ԳՆԵՐԻ ՁԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ԿԱՌՈՒՑԱԿԱՐԳԸ՝ ՄԵՆԱՇՆՈՐՀԱՅԻՆ ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՊԱՅՄԱՆՆԵՐՈՒՄ	199
ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ	206
ՀԱՐՑԵՐ, ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔՆԵՐ	208
ԹԵՍՏԵՐ ԵՎ ԽՆԴԻՐՆԵՐ	209
ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՀԱՍԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ	249

**ԳԼՈՒԽ 6: ԳՆԱՅԻՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ ՁԵՌՆԱՐԿԱ-
ՏԻՐԱԿԱՆ ԳՆԱՅԻՆ ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ
ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ՀԻՄՆԱՀԱՐՑԵՐ**

6.1. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ, ՊԵՏԱԿԱՆ ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐՆ ՈՒ ՍԿԶԲՈՒՆՔՆԵՐԸ	250
6.2. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ԱՐԴԻ ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԸ: ԳՆԵՐԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ԱՆՀՐԱԺԵՇՏՈՒԹՅՈՒՆԸ	255
6.3. ԳՆԵՐԻ ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ՎՐԱ ՀԱՐԿԱՅԻՆ ԵՎ ՄԱՔՍԱՅԻՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ	268
6.4. ՁԵՌՆԱՐԿԱՏԻՐԱԿԱՆ ԳՆԱՅԻՆ ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆԸ, ՄՇԱԿՄԱՆ ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅԱՆ ՏԻՊԵՐԸ	279
6.5. ՀԱՆՐԱՅԻՆ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՀԱՆՋՆԱԺՈՂՈՎՆԵՐԻ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԸ	281
ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ	288
ՀԱՐՑԵՐ, ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔՆԵՐ	289
ԹԵՍՏԵՐ ԵՎ ԽՆԴԻՐՆԵՐ	291
ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՀԱՍԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ	301

**ԳԼՈՒԽ 7: ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ԱՌԱՆՋՆԱՀԱՏԿՈՒ-
ԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ԻՐԱԿԱՆ ՀԱՏՎԱԾԻ ԵՎ
ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՈԼՈՐՏՈՒՄ**

7.1. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ԿԱՏԱՐԵԼԱԳՈՐԾՄԱՆ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՈՒՂՂՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ	302
7.2. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ԻՐԱԿԱՆ ՀԱՏԿԱԾԻ ՃՅՈՒՂԵՐՈՒՄ	307
7.3. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ՏՐԱՆՍՊՈՐՏԻ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՈԼՈՐՏՈՒՄ	315
7.4. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ԿՈՍՈՒՆԱԼ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՈԼՈՐՏՈՒՄ ԵՎ ԴՐԱ ՊԵՏԱԿԱՆ ԿԱՐԳԱՎՈՐՈՒՄԸ	319
7.5. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՆ ԱՐՏԱՍԱՀՄԱՆՅԱՆ ԵՐԿՐՆԵՐՈՒՄ	321
ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ	327
ՀԱՐՑԵՐ, ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔՆԵՐ	329
ԹԵՍՏԵՐ ԵՎ ԽՆԴԻՐՆԵՐ	331
ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՀԱՍԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ	339
ԳԼՈՒԽ 8: ԳՆԱԳՈՅԱՑՈՒՄԸ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԱՌԵՎՏՐՈՒՄ	340
8.1. ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԱՌԵՎՏՐԻ ՁԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆ ՈՒ ԱՆՀՐԱԺԵՇՏՈՒԹՅՈՒՆԸ: ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԱՌԵՎՏՐԻ ՏԵՍԱԿԱՆ ՀԻՄՔԵՐԸ	340
8.2. ՀԱՄԵՄԱՏԱԿԱՆ ԱՌԱՎԵԼՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՏԵՍՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԱՌԵՎՏՐԻ ԱՐԴՅՈՒՆԱՎԵՏՈՒԹՅՈՒՆԸ	346
8.3. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ, ՄԱՔԱՄԱՐՈՒՅԹԻ ԵՎ ԲԱԺՆԵԶԱԹԵՐԻ ՓՈԽԿԱՊԿԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ	349
8.4. ԳՆԱԳՈՅԱՑՈՒՄՆ ԱՐԺՈՒՅԹԻ ՇՈՒԿԱՅՈՒՄ: ԱՐԺՈՒՅԹԻ ԿՈՒՐՍԻ ՎՐԱ ԱԶԴՈՂ ԳՈՐԾՈՆՆԵՐԸ	352
8.5. ՊԱՅՄԱՆԱԳՐԱՅԻՆ ԳՆԵՐԻ ՀԱՄԱԿԱՐԳԸ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԱՌԵՎՏՐՈՒՄ	356
ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ	369
ՀԱՐՑԵՐ, ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔՆԵՐ	371
ԹԵՍՏԵՐ ԵՎ ԽՆԴԻՐՆԵՐ.....	373
ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՀԱՍԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ	378
ԹԵՍՏԵՐԻ ԵՎ ԽՆԴԻՐՆԵՐԻ ՊԱՏԱՍԽԱՆՆԵՐ	379
ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ	382

ԱՌԱՋԱԲԱՆ

Տնտեսական համակարգն անչափ բարդ կառուցակարգ է, որին բնորոշ երևույթներն ու գործընթացները դարեր շարունակ հետազոտվել են տնտեսագիտության կողմից: Թեպետ դրանք զարգացել ու կատարելագործվել են՝ նպաստելով տնտեսագիտության առաջընթացին, այնուհանդերձ, առ օրս չկա որևէ տնտեսական մեկ երևույթ կամ գործընթաց, որի տնտեսագիտական հետազոտություններն ավարտված համարվեն: Նշանակում է՝ տնտեսական երևույթների, գործընթացների և տնտեսագիտության զարգացումը մեկ ամբողջություն է, որը գոյատևելու է տնտեսական կյանքի զարգացման ողջ ընթացքում:

Տնտեսական երևույթներն ու գործընթացները բազմազան են և բազմաբնույթ: Դրանցից յուրաքանչյուրն արտացոլում է տնտեսությանը բնորոշ որոշակի հատկանիշներ ու հարաբերություններ, որոնց ուսումնասիրությամբ զբաղված են բազմաթիվ տնտեսագիտական գիտություններ: Վերջիններիս զարգացումը շարունակվում է հասարակական կյանքի առաջընթացին զուգընթաց:

Տնտեսագիտության համակարգում առանձնահատուկ նշանակություն ունեն ապրանքադրամական հարաբերություններով պայմանավորված այնպիսի տնտեսական կատեգորիաներ, ինչպիսիք են՝ ապրանքը, փողը, արժեքը, գինը, ինքնարժեքը, կապիտալը, տոկոսը, պահանջարկը, առաջարկը և այլն:

Ապրանքադրամական հարաբերություններին բնորոշ բոլոր տնտեսական կատեգորիաներն իրենց բովանդակությամբ տարբերվում են միմյանցից՝ արտացոլելով այս կամ այն օրինաչափությանը հատուկ որևէ հատկանիշ: Սակայն դրանք ունեն մեկ ընդհանրություն, որը բխում է ինչպես ապրանքադրամական հարաբերություններից, որը բխում է ինչպես ապրանքադրամական հարաբերություններից, տնտեսական համակարգի զարգացման մակարդակից, այնպես էլ՝ հասարակության բարձր կենսապայմանների ապահովման շահերից:

Այդ համընդհանուր հատկանիշը բնորոշ է նաև գին կատեգորիային, որը, սերտորեն փոխկապված լինելով ապրանքադրամական

մյուս կատեգորիաներին, որոշիչ դեր է կատարում շուկայական հարաբերությունների զարգացումը և բնակչության կենսամակարդակի բարձրացումն ապահովող ու տնտեսությունը կայունացնող գործընթացներում:

Գին կատեգորիայի այդ համընդհանուր հատկանիշի դերն ու նշանակությունն ակնառու է հատկապես թողարկվող արտադրանքի անվանացանկի ու տեսականու ընդլայնման, աշխատանքի բաժանման խորացման պայմաններում, երբ տնտեսական համակարգում շարունակաբար զարգանում են արտադրողների տնտեսական կապերը միմյանց և սպառողների միջև, երբ նոր բնույթ ու բովանդակություն են ձեռքբերում պահանջարկի ու առաջարկի օրենքները: Գնագոյացման կազմակերպման սկզբունքների ու մեթոդների միջոցով էլ հենց կարգավորվում են արտադրանքների համար սահմանվող մեծածախ և մանրածախ գները:

Շուկայական կառուցակարգի պետական կարգավորման պայմաններում ներքին տրամաբանությամբ և անաչառ իրողությունների պահանջով, գնագոյացման տեսությունն ու մեթոդաբանությունը շարունակաբար զարգանում և հարստանում են:

Անընդհատ առաջադիմող տնտեսական աշխարհի փորձն ապացուցում է, որ շահույթի ստեղծման, տնտեսության կայունացման գործընթացներն ինքնաբերաբար չեն կարող կարգավորվել: Հաջողությունը, նախ և առաջ, ուղեկցում է այն կազմակերպություններին, որոնք լավատեսիկ են շուկայի գաղտնիքներին, հիմնվելով դրանց վրա՝ կիրառում են արտադրության կազմակերպման առաջավոր ձևեր ու մեթոդներ, գիտական նորագույն նվաճումների շնորհիվ առավել արդյունավետ են կազմակերպում արտադրությունը, առաջնորդվում են գնագոյացման տեսության և պրակտիկայի ձեռքբերումներով:

Գնագոյացման տեսությունը ձևավորվել է դասական քաղաքատնտեսության նահապետներ Վ. Պետիի, Ա. Սմիթի, Դ. Ռիկարդոյի գիտական պրպտումների հիման վրա: Վերջիններիս առաջ քաշած արժեքի աշխատանքային և ոչ աշխատանքային տեսություններն արդիական են նաև այսօր:

Այն, որ այսօր անվանի տնտեսագետները շուկայական տնտեսությունը դիտարկում են որպես գներով կարգավորվող տնտեսական համակարգ, իսկ գները՝ այդ կառուցակարգը հավասարակշռող անիվ, հանրահայտ է: Բայց և այնպես, ապրանքադրամական

հարաբերություններին ներկայացվող որակական պահանջների աճին զուգընթաց, ակնհայտ դարձավ նաև գների պետական կարգավորման անհրաժեշտությունը: Այլապես, գները կզրկվեին կառուցակարգը հավասարակշռող անիվի իրենց դերից: Պատահական չէ, որ XX դարի 50-ական թվականներից ի վեր, երբ համաշխարհային գիտատեխնիկական առաջադիմության ներգործության շնորհիվ առաջացան նոր ծյուղեր, ընդլայնվեցին նաև ապրանքադրամական հարաբերությունների շրջանակները, աճեցին արտադրանքների և ծառայությունների նկատմամբ պահանջարկն ու առաջարկը: Պարբերաբար կրկնվող տնտեսական տատանումների հետևանքները մեղմելու նպատակով, գրեթե բոլոր առաջավոր երկրներ առանձին ոլորտներում գների պետական կարգավորման ռազմավարության նկատմամբ նոր մոտեցում հանդես բերեցին: Ժամանակակից պայմաններում, առանց նման գնային ռազմավարության, որքան էլ հմուտ լինեն գործարարները, հնարավոր չէ հասնել ֆինանսատնտեսական կայունության:

Հետևաբար, կարգավորվող տնտեսական համակարգում հավասարակշռող անիվի դեր կատարող գների տնտեսական նշանակությունն այն է, որ դրանք դառնում են կարևոր ազդակ շուկայի բոլոր, հատկապես՝ տնտեսավարող սուբյեկտների ու պետության համար՝ անհրաժեշտ որոշումներ ընդունելու, տնտեսական ու ֆինանսական, վարկային և հարկային քաղաքականությունները փոփոխելու, նոր բարեփոխումներ կատարելու գործում:

Շուկայական հարաբերությունների փուլ թևակոխած տնտեսությունների համար էլ ավելի է կարևորվում գների պետական կարգավորման ռազմավարության մշակումը: Այն պետք է շաղկապվի տնտեսական բարեփոխումների իրականացման, սոցիալ-տնտեսական զարգացման, բնակչության կենսապայմանների բարելավման հետ:

Ներկայացված աշխատանքում փորձ է արվում լուսաբանել գնագոյացման տեսության մեթոդաբանական հիմնահարցերը, շուկայական տնտեսությունում գնագոյացման հիմնական օրինաչափությունները, շուկայական կառույցների ձևավորման փուլում գնային քաղաքականության ռազմավարության, կարգավորվող գների, գնային և տնտեսական քաղաքականությունների փոխկապվածության, գնագոյացման կատարելագործման հիմնահարցերը:

Հրատարակման ներկայացված ուսումնական ծեռնարկը ըստ թեմաների ներառում է թեսթեր և խնդիրներ, որն էլ ավելի մատչելի կդարձնի յուրաքանչյուր թեմայի հիմնահարցերի յուրացումը: Հեղինակները շնորհակալությամբ կընդունեն ընթերցողների դիտողություններն ու առաջարկությունները, և դրանք հաշվի կառնեն հետագայում աշխատանքը լրամշակելիս և ամբողջացնելիս:

ԳԼՈՒԽ 1

ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՄԱՆ ՏԵՍԱԿԱՆ ՀԻՄՈՒՆՔՆԵՐԸ

1.1. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՏԵՍՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

*«Գինը շուկայական կառուցակարգը
հավասարակշռող անիվն է»
Փ. Ա. Սամուելսոն, Ռ. Դ. Նորդհաուս*

Գնագոյացման գործընթացի կազմակերպումն ապրանքադրամական հարաբերությունների պայմաններում մշտապես համարվել է սոցիալ-տնտեսական քաղաքականության առավել բարդ և միաժամանակ անչափ կարևոր կողմերից մեկը: Այդ գործընթացի կարևորությունն արտահայտվում է նրանում, որ գների միջոցով է խաչաձևվում շուկայական տնտեսության սոցիալ-տնտեսական հիմնախնդիրները, որոնց լուծումը թելադրվում է տնտեսական համակարգի գլխավոր նպատակով՝ արտադրության խթանման և բնակչության բավարար կենսապայմանների ապահովման համար անհրաժեշտ նախադրյալների ստեղծմամբ: Ուստի, պատահական չէ, որ տնտեսագիտության կողմից նպատակային այդ խնդիրների լուծումը դիտարկվել է որպես առաջնային և արժանացել տնտեսագիտության կողմից մշտապես հետազոտության:

Դա նշանակում է, որ տնտեսագիտության կողմից մինչ կապիտալիստական հասարակարգը կատարված հետազոտությունները և ուսումնասիրությունները որոշիչ դեր են խաղացել արտադրական, տնտեսական հարաբերությունների լուսաբանման և դրանց բնորոշ առանձնահատկությունների բացահայտման գործում: Սակայն արտադրության աստիճանական ընդլայնումը և դրանով պայմանավորված՝ ապրանքային արտադրության զարգացումը նոր պահանջ առաջադրեց տնտեսագիտությանը:

Ինչո՞վ էր դա պայմանավորված: Նախ՝ ապրանքադրամական հարաբերությունների ձևավորման ու զարգացման հետ կապված՝ տնտեսական բազմաթիվ երևույթներ ու գործընթացներ նոր էին

առաջանում և գիտական մեկնաբանման կարիք ունեին: Երկրորդ՝ առկա էին որոշ հարցադրումներ, որոնց վերաբերյալ մինչ այդ գոյություն ունեցող դրույթները, տեսակետները չափազանց աղոտ էին և պահանջում էին սպառիչ պատասխան: Ապրանքային արտադրության հետագա զարգացման պայմաններում այդ հարցադրումներից ամենահրատապը ապրանքափոխանակության գործընթացին բնորոշ օրինաչափությունների մեկնաբանումն էր: Հասարակությունը փորձում էր պարզել, թե ո՞րն է ապրանքափոխանակության հիմքը, ինչո՞վ է պայմանավորված այդ գործընթացը, ինչպիսի՞ բնույթ են կրում ապրանքների արտադրողների և սպառողների հարաբերությունները և այլն:

Հետևապես ապրանքադրամական հարաբերությունների առաջացման հետևանքով ծագեցին մի շարք հարցեր, որոնց ուսումնասիրությունը հնագույն ժամանակներից սկսած մինչև մեր օրերը շատ տնտեսագետների ու տեսաբանների համար դարձավ օբյեկտիվ անհրաժեշտություն: Բավական է ասել, որ դեռևս V-VI դարերում տնտեսագիտության վերաբերյալ հրատարակած աշխատություններում հույն պատմագիր Քսենոֆոնն արծարծել է նյութական բարիքների արժեքի հիմնահարցը, նշելով, որ արժեք ունեն այն բոլոր իրերը, որոնք անհրաժեշտ են մարդկանց և բավարարում են նրանց որոշակի պահանջմունքները:

Փաստորեն, նա որոշակի պատկերացում է տվել իրերի օգտակարության մասին, որը հետագայում կարևոր էր ապրանքի սպառողական արժեքի վերլուծության ու վերջնական բնութագրման համար:

Ապրանքադրամական հարաբերությունների զարգացմանը զուգընթաց, շուկայական արտադրական հարաբերությունների ձևավորման ու զարգացման պայմաններում, տնտեսագիտական տեսություններն էլ ավելի հիմնավոր դարձան և այդ բնագավառում կատարեցին շրջադարձային փոփոխություններ: Հետազոտությունները շրջանառության ոլորտից աստիճանաբար փոխադրվեցին արտադրության ոլորտ: Դա նոր նախադրյալներ ստեղծեց տնտեսագիտության կողմից գնագոյացման տեսությունների զարգացման համար: Գնագոյացման տեսությունների համակարգում որոշիչ նշանակություն ունի արժեքի աշխատանքային տեսությունը:

ԱՐԺԵՔԻ ԱՇԽԱՏԱՆՔԱՅԻՆ ՏԵՍԻՍԹՈՒՆԸ: Հասարակական կյանքի զարգացման ընթացքում արժեքի ուսումնասիրությանը

նվիրված բազմաթիվ տնտեսագիտական տեսություններ անընդհատ փոփոխվել ու կատարելագործվել են՝ արտացոլելով տվյալ փուլին բնորոշ առանձնահատկությունները: Այդ տեսությունների համակարգում հատկապես մեծ է արժեքի աշխատանքային տեսության նշանակությունը, որն իր կատարելությանը հասավ զարգացած ապրանքային արտադրության պայմաններում:

Արժեքի աշխատանքային տեսության գաղափարն առաջ են քաշել դասական քաղաքատնտեսության հիմնադիրները՝ XVIII դարի անգլիացի ականավոր տնտեսագետներ Վիլյամ Պետին (1623-1687) և Դավիթ Ռիկարդոն (1772-1823), շոտլանդացի Ադամ Սմիթը (1723-1790):

Ի՞նչն է ընկած ապրանքափոխանակության հիմքում. այս հարցին առաջինն անգլիացի ականավոր տնտեսագետ Վիլյամ Պետին է գիտական պատասխան տվել: Նա նշում է, որ եթե 1 փուլ ցորենը փոխանակվում է 2 ունցիա ոսկու հետ, ապա 1 փուլ ցորենի արտադրության վրա ծախսվել է նույնքան աշխատանք, որքան՝ 2 ունցիա ոսկու:

Եզրահանգումը հետևյալն է. ապրանքի գինը որոշվում է դրա վրա ծախսված աշխատանքային ծախսերի ծավալով: Այսպիսով, Վիլյամ Պետին սկզբնավորում է մի արժեքավոր տեսություն, որը տնտեսագիտության մեջ հայտնի է որպես արժեքի աշխատանքային տեսություն և դիտարկվում է իբրև գնագոյացման տեսական հիմք¹:

Այս տեսությունը հետագայում հիմնավորեցին Ա. Սմիթը և Դ. Ռիկարդոն: Վերջիններս, բարձր գնահատելով Վ. Պետիի տեսությունը, կատարեցին մի հավելում ևս, ըստ որի, ապրանքափոխանակությունն իրականացվում է համարժեքային փոխանակության պայմաններում:

Սակայն Ա. Սմիթը գտնում էր, որ զարգացած շուկայական տնտեսության պայմաններում ապրանքի արժեքը ձևավորվում է միավոր արտադրանքին ընկնող աշխատավարձի, շահույթի և ռենտայի գումարով: Հումքի և նյութերի բնական գինը կամ արժեքն որոշվում է դրա արտահանման վրա կատարված աշխատանքով: Նա գտնում էր, որ ձեռնարկատերը կարող է ստանալ աշխատա-

¹ Цены и ценообразование, под ред. В. Е. Есипова, 5-ое издание, Москва-Санкт-Петербург-Минск, 2008г., стр.11.

վարձ ձեռնարկության կառավարման դիմաց և դա չպետք է կապել գործարարությունից ստացվող շահույթի հետ: Տնտեսագիտության մեջ նման հիմնավորումն ստացել է «Սմիթի դոգմա» անվանումը, որը հակասում է արժեքի աշխատանքային տեսությանը²:

Պետք է նշել, որ Կ. Մարքսը ևս դրականորեն է գնահատել վերոհիշյալ տնտեսագետների ծառայությունները տնտեսագիտության այս բնագավառում, ընդգծելով, որ անժխտելի է նրանց ավանդը գնագոյացման տեսական հիմքերի, մասնավորապես՝ արժեքի բովանդակության (սուբստանցիայի) պարզաբանման խնդրում: Այդ նշանավոր տնտեսագետներին նա համարում է անգլիական դասական քաղաքատնտեսության հիմնադիրներ և արժեքի աշխատանքային տեսության կողմնակիցներ: Կ. Մարքսը, վեր հանելով այդ նույն տեսության որոշ թերի կողմերը, գիտական խորը վերլուծության միջոցով իր աշխատության մեջ ավելի է հիմնավորել արժեքի աշխատանքային տեսության հիմնական դրույթները:

Արժեքի բովանդակությանը վերաբերող ցանկացած տեսություն պետք է պատասխանի ոչ միայն այն հարցին, թե որն է գնագոյացման հիմքը, այլև պարզաբանի եկամուտների առաջացման աղբյուրները: Այս հարցադրումների պատասխանները իրենց աշխատություններում տվեցին Վ. Պետին, Ա. Ամիթը, Դ. Ռիկարդոն և Կ. Մարքսը: Վերջիններս գնի և ստեղծվող եկամուտների առանձին տեսակների ձևավորման հիմքը համարում են արտադրության գործընթացում կատարված աշխատանքային ծախսումները:

Դ. Ռիկարդոն և Կ. Մարքսն առավել հանգամանալից պարզաբանեցին արժեքի աշխատանքային տեսության հիմնադրույթները:

Այսպես, եթե պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության փոփոխության պատճառով գները շեղվում էին արժեքից, ապա շատ հաճախ դա դիտվում էր որպես արժեքի դրսևորման ինքնուրույն ձև: Այդ էր պատճառը, որ հետմարքսյան շրջանում և Խորհրդային Միության գոյության 70 տարիների ընթացքում մշակված տնտեսագիտական տեսությունների համակարգում ընդունվել է միայն արժեքի աշխատանքային մարքսյան տեսությունը:

Ինչպես հայտնի է, Կ. Մարքսի արժեքի աշխատանքային տեսության հիմնական դրույթները հիմնավորվեցին աշխատանքի երկակի

բնույթին վերաբերող ուսմունքով, ըստ որի՝ ամեն մի ապրանքի արժեք ձևավորվում է ի հաշիվ արտադրության գործընթացում սպառված արտադրության ծախսերի, որը միաժամանակ դիտվում է որպես առարկայացված աշխատանքի արժեք: Ինչ վերաբերում է արժեքի մյուս մասին, որը հետագայում ընդունում է եկամուտների ձև, ապա այն ներկայացվում է որպես նոր արժեք:

Արժեքի մարքսյան այսպիսի մեկնաբանությունը խորհրդային կարգերի տարիներին արժեքի աշխատանքային տեսության հիմքն էր և գերիշխող էր գոյություն ունեցող մյուս բոլոր տեսությունների շարքում: Համաձայն նշված տեսության, ապրանքները փոխանակության գործընթացում չափակցելի են դառնում ոչ միայն այն պատճառով, որ սովորական աշխատանքի արդյունք են, այլև, այսպես կոչված, ընդհանրական (աբստրակտ), այսինքն՝ մարդու ծախսած մկանային էներգիայի, մտածողության, նյարդերի, ուղեղի գործունեությամբ դրսևորված աշխատանքի արդյունք են:

Այդ տեսությունը միաժամանակ ուսուցանում է, որ յուրաքանչյուր ապրանքում ամփոփվող ընդհանրական աշխատանքը դրսևորվում է հասարակական աշխատանքի ձևում և կազմում է դրա արժեքը: Իրականում, արժեք ստեղծող աշխատանքը հատուկ է միայն ապրանքային արտադրությանը և արտահայտում է առանձին ապրանքների արտադրության միջև գոյություն ունեցող արտադրական հարաբերությունները: Այսինքն՝ այդ հարաբերություններն ի հայտ են գալիս միայն փոխանակության գործընթացում և դրանց միջոցով է որոշվում ապրանք արտադրողների կամ ծառայություն մատուցողների աշխատանքի հասարակական բնույթը: Ուրեմն՝ եթե ապրանքի արժեքի հիմքում հասարակական աշխատանքն է, ապա աշխատանքի անհատական ծախսումներով չի կարելի որոշել հասարակական արժեքի մեծությունը:

Ըստ Կ. Մարքսի արժեքի աշխատանքային տեսության՝ ապրանքի արժեքը բնութագրվում է որպես այդ ապրանքի վրա կատարված հասարակականորեն անհրաժեշտ աշխատանքային ծախսումների հանրագումար, իսկ գինը՝ որպես արժեքի դրամական արտահայտություն:

Հետազոտություններն ապացուցել են, որ այս տեսության հիմնական նպատակն ամենևին էլ գնագոյացմանն առնչվող օրինաչափությունների բացահայտումը չէ: Դրա միջոցով հիմնավորվում և ապացուցվում էր, որ ապրանքադրամական հարաբերությունների

² Цены и ценообразование, под ред. В. Е. Есипова, 5-ое издание, Москва-Санкт-Петербург-Минск, 2008г., стр. 12-13.

առկայության պայմաններում յուրաքանչյուր ապրանքի գնի հիմքում ընկած է վերջինիս արտադրության վրա ծախսված աշխատանքով ստեղծված արժեքը:

Նման տեսակետը կարելի է ընդունելի համարել միայն իդեալական տնտեսական համակարգի պայմաններում, երբ բացառվում են մրցակցության ձևերը, գոյություն ունի պահանջարկի և առաջարկի կատարյալ համապատասխանություն, հասարակության բոլոր անդամները վճարումակ են և այլն: Արժեքի աշխատանքային տեսությամբ հիմնավորված արժեքի և գնի փոխկապվածությունն ազատ գնագոյացման, նաև՝ առաջարկի և պահանջարկի հարաբերակցության մշտական տատանման պայմաններում անընդհատ փոփոխվում է: Եվ բնական է, որ ապրանքները վաճառվում են այնպիսի գներով, որոնք կարող են շեղվել արժեքից, այսինքն՝ մի դեպքում գերազանցելով այն, մյուս դեպքում՝ հակառակը: Այդ է պատճառը, որ շուկայում ապրանքների գները հաճախ չեն համապատասխանում դրանց արժեքներին:

Խորհրդային կարգերի տարիներին, հիմք ընդունելով արժեքի աշխատանքային տեսության հիմնական դրույթները, գնագոյացման բնագավառում թույլ են տրվել սխալներ, որոնք պատճառ են դարձել ոչ ճիշտ հետևությունների: Արտասահմանյան մի շարք տնտեսագետների վկայությամբ, մարքսիզմի ջատագովները ջանք չեն խնայել արժեքի աշխատանքային մարքսյան տեսությունը ծառայեցնելու իրենց նպատակներին՝ խեղաթյուրելով տնտեսական երևույթների իրական մեկնաբանությունը:

Մարքսյան այդ տեսությունը միակը չէր, ինչպես պնդում էին խորհրդային տնտեսագետները: Ինչպես նշեցինք, դեռևս դասական քաղաքատնտեսության ներկայացուցիչները, մասնավորապես՝ Ա. Սմիթը, ընդունում էին, որ արտադրության գործընթացում կատարված աշխատանքը համարվում է գնի և հասարակության միջև գոյություն ունեցող բոլոր տեսակի եկամուտների ձևավորման վերջնական հիմքը: Ըստ Ա. Սմիթի՝ աշխատանքն արժեք կատեգորիայի համընդհանուր ու միակ չափանիշն է, և ապրանքային արտադրության պայմաններում միմյանց հետ համեմատվում են առանձին ապրանքների արժեքները: Հատկանշական է հատկապես այն դրույթը, որ ազգի հարստությունը ձևավորվում է ոչ միայն գյուղատնտեսության մեջ, այլև՝ ողջ արտադրությունում: Համընդհա-

նուր արտադրությունում թողարկված արտադրանքի քանակը պայմանավորված է ոչ միայն աշխատուժի, այլև արտադրական այլ գործոնների հետ աշխատուժի արդյունավետ համակցության մակարդակով: Հետևաբար, որքան այդ համակցությունն արդյունավետ լինի, այնքան արտադրությունում ավելի շատ արդյունք կստեղծվի, այսինքն՝ ազգն ավելի հարուստ կլինի:

Տնտեսագիտության բնագավառում Ա. Սմիթի հիմնական ծառայություններից մեկն այն է, որ, աշխատանքը դիտելով որպես արժեքի աշխատանքային սուբստանց և համընդհանար չափանիշ, միաժամանակ հաշվի է առնում նաև արտադրության մյուս գործոնների ազդեցությունը:

Ա. Սմիթը նշում է, որ բարիքի արտադրության համար անհրաժեշտ են երեք հիմնական գործոններ՝ հողը, աշխատանքը և կապիտալը, որոնց միջոցով ձևավորվում է գործոնային եկամուտ՝ ռենտա, աշխատավարձ և տոկոս, հետևաբար ապրանքի արժեքի մեջ պետք է ներառվեն յուրաքանչյուր գործոնի գծով կատարված ծախսերը:

Այդ տրամաբանությունը ժամանակին հիմնավորել է նոր դասական տեսության ներկայացուցիչ Ժան Բատիստ Սեյը: Նա առաջադրում է արժեքի բազմագործոնային տեսությունը՝ արժեքը համարելով արտադրության բոլոր գործոնների հանրագումար՝ առաջնությունը տալով առաջարկին: Այս առումով նա նշում է, որ «առաջարկն է որոշում պահանջարկը և ըստ առաջարկի է ձևավորվում հասարակության պահանջարկը»³:

Փաստորեն, այսպիսի մեկնաբանությունները նախադրյալներ ստեղծեցին արժեքի ոչ աշխատանքային տեսությունների հիմնավորման համար:

ԱՐԺԵՔԻ ՈՉ ԱՇԽԱՏԱՆՔԱՅԻՆ ՏԵՍՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ՆՈՐ ԴԱՍԱԿԱՆՆԵՐԻ ՀԱՅԱՑՔՆԵՐՈՒՄ: Ապրանքի արժեքին վերաբերող տեսությունների համակարգում առանձնահատուկ նշանակություն ունեն նաև արժեքի ոչ աշխատանքային տեսությունները, որոնց ընդհանուր դրույթների ուսումնասիրությունը, մեր կարծիքով, օգտակար

³ Տնտեսագիտության տեսություն (ուսումնական ձեռնարկ), Երևան, Տնտեսագետ, 2009, էջ 149. տ. գ. դ., պրոֆեսոր Գ. Ե. Կիրակոսյանի և տնտեսագիտության թեկնածու, պրոֆեսոր Ի. Ե. Խլոթայանի խմբագրությամբ

կլինի շուկայական տնտեսության պայմաններում գնագոյացման կարգավորման հարցերը լուսաբանելու համար:

Արժեքի ոչ աշխատանքային տեսության հիմնական դրույթներն առաջինը հիմնավորել է Ադամ Սմիթը (1723-1790) «Ազգերի հարստությունը» (1776) աշխատության մեջ (ի դեպ, այդ աշխատության համար նրան տրվել է «տնտեսագիտության հայր» տիտղոսը: Այդ նույն տարում լույս է ընծայվել նաև Թոմաս Ջեֆերսոնի «Անկախության հռչակագիրը»: Այս երկու արժեքավոր աշխատությունների վերաբերյալ ամերիկյան տնտեսագետները հայտնել են հետեյալ կարծիքը. «Ամեն ինչ հաշվի առնելով՝ դժվար է ասել, թե այս երկու փաստաթղթերից ո՞րը պատմական ավելի մեծ նշանակություն ունի»: «Հռչակագիրը» հասարակությանը կոչ է անում Կյանքի, Ազատության և Երջանկության, իսկ «Ազգերի հարստությունը» բացատրում է, թե ինչպես պետք է գործի այդպիսի հասարակարգը:

Ընդունելով, որ շուկայական տնտեսության պայմաններում հիմնական նպատակը յուրաքանչյուր քաղաքացու, ընտանիքի ազատության և երջանկության համար անհրաժեշտ երաշխիքների ապահովումն է, հասկանալի է՝ այս երկու փաստաթուղթը պարունակում է համընդհանուր սկզբունքներ, որոնց վրա էլ հիմնվում են թե՛ քաղաքական, թե՛ տնտեսական համակարգերը:

Ա. Սմիթի «Ազգերի հարստությունը» հասարակությանն առաջարկում է գործել այնպիսի դրույթներով, որոնք հնարավոր են դարձնում իրականացնել ոչ միայն մարդկային ձգտումներն ու իղծերը, այլև նպաստում են քաղաքական խնդիրների լուծմանը:

Այս արժեքավոր աշխատության հիմնական դրույթներից մեկն արժեքի արտադրության գործոնների վերաբերյալ տեսությունն է, որը ժամանակակից փուլում տնտեսագետները դիտում են որպես արժեքի ոչ աշխատանքային կամ բազմագործոնային տեսություն: Չնայած Ա.Սմիթի այդ հիմնադրույթները սուր քննադատության ենթարկվեցին Կ.Մարքսի կողմից, այնուամենայնիվ, արտադրության գործոնների վերաբերյալ տեսությունները զարգացում ապրեցին և XIX դարից առաջնային դիրք գրավեցին նոր դասական քաղաքատնտեսության մեջ:

Ի դեպ, հայ տնտեսագիտական միտքը բոլոր ժամանակներում արժանիորեն է գնահատել վերոհիշյալ տեսությունների նշանակությունը: Այդ առումով ուզում ենք մատնանշել Գ. Ե. Կիրակոսյանի և Ի. Ե. Խլղաթյանի «Տնտեսագիտության ժամանակակից տեսու-

թյունները»⁴ աշխատությունը, որում իրավացիորեն նշվում է, որ տնտեսագիտության մեջ արժեքի մասին գոյություն ունեցող տեսությունները կարելի է բաժանել երկու խմբի՝ ելնելով արժեքի սուբստանցից: Դրանք են արժեքի աշխատանքային կամ միագործոնային և արժեքի ոչ աշխատանքային կամ բազմագործոնային տեսությունները:

ԱՐԺԵՔԻ ՍԱՀՄԱՆԱՅԻՆ ՕԳՏԱԿԱՐՈՒԹՅԱՆ ՏԵՍՈՒԹՅՈՒՆԸ:

Արժեքի ոչ աշխատանքային տեսության հիմնական ուղղություններից է արժեքի սահմանային օգտակարության տեսությունը, որի հիմքում ընկած է արժեքի զուտ անկողմնակալ գնահատումը: Համաձայն այդ ուղղության՝ արժեքը դիտվում է որպես՝ զուտ հոգեբանական երևույթ և ապրանքի անկողմնակալ գնահատման արդյունք, որի մակարդակն ապրանքների փոխանակության ժամանակ որոշվում է օգտակարությամբ՝ և ոչ թե աշխատանքային արժեքով:

Արժեքի օգտակարության տեսությունը ձևավորվել է XIX դարի 70-ական թվականներին անգլիացի սոցիոլոգ Դ. Ժ. Բենտամի կողմից: Այդ տեսության կողմնակիցները հետազոտության առարկայի ուսումնասիրությունը արտադրության ոլորտից տեղափոխում են շրջանառության ոլորտ: Այդ տեսության համաձայն գների հիմքում դրվում է ապրանքների օգտագործումը, որի աստիճանն որոշվում է սպառողի կողմից՝ ելնելով իր սեփական պատկերացումներից:

Այդ տեսության հիմնավորման գործում մեծ դեր է կատարել գերմանացի տնտեսագետ Գ. Հոսսենը, ինչպես նաև ավստրիական դպրոցի ներկայացուցիչներ Կ. Մենգերը, Փ. Վիգերը, Բեն Բավերկը⁵:

Ասվածից հետևում է, որ մարդիկ բազմազան նյութական և հոգևոր բարիքներն ու ծառայությունները գնահատում են ոչ թե այն պատճառով, որ դրանց արտադրության վրա ծախսվել է հասարակականորեն անհրաժեշտ աշխատանք, այլ այն բանի համար, որ այդ բարիքներն ունեն որոշակի օգտակարություն՝ մարդկանց այս կամ այն պահանջմունքի բավարարման համար:

Սահմանային օգտակարության տեսության համաձայն, միայն ապրանքի օգտակարությունը կարող է աշխատանքային ծախսում-

⁴ Կիրակոսյան Գ., Խլղաթյան Ի., «Տնտեսագիտության ժամանակակից տեսությունները», Երևան, «Տնտեսագետ», 1995, էջ 5.

⁵ Цены и ценообразование, 5-ое издание, под ред. В. Е. Есипова, "Питер" Москва-Санкт-Петербург-Минск, 2008г., стр. 15.

ներին տալ հասարակականորեն անհրաժեշտ բնույթ: Դա նշանակում է, որ, չնայած ապրանքը ստեղծվում է աշխատանքի արդյունքում, այնուամենայնիվ, արժեքը դրսևորվում է շուկայում՝ փոխանակության ժամանակ դրա օգտակարության աստիճանը գնահատելիս: Դրա համար էլ արժեքը, ամենից առաջ, փոխանակային հասկացություն է:

Սահմանային օգտակարության տեսության ներկայացուցիչներ Ջևոնսը, Ա. Մարշալը, Բեն Բավերկը, Մենգերը, Վիգերը, Վալրասը, Պարետոն և ուրիշներ, նշում են, որ ապրանքի արժեքի ստեղծման գործում մասնակցություն ունեն արտադրության բոլոր գործոնները՝ աշխատանքը, կապիտալը, հողը և ձեռնարկատիրությունը: Նշանակում է, աշխատանքային արժեքը միայն երևակայական կամ թվացող է, իսկ բարիքի իրական արժեքը ձևավորվում է արտադրության գործոնների համատեղ կիրառման միջոցով, որի օգտակարությունը դրսևորվում է միայն շուկայում: Հետևաբար, սահմանային օգտակարության տեսության համաձայն, աշխատանքի ծախսումներն այս կամ այն ապրանքի արտադրության վրա իրականացվում են միայն այն բանի համար, որ մարդիկ ունեն այդ ապրանքի կարիքը:

Սահմանային օգտակարության տեսության տարբերությունն արժեքի աշխատանքային տեսությունից պայմանավորված է բազմաթիվ ապրանքների սպառողական արժեքների չափման կամ դրանց օգտակարության աստիճանի գնահատման առանձնահատկությամբ: Կարևոր է ապրանքի օգտակարության չափման մեթոդի ընտրությունը, քանի որ պահանջվում է պարզել, թե ինչպիսի միավորներով կարելի է չափել օգտակարությունը: Այդ հիմնահարցը սահմանային օգտակարության տեսությունը պարզաբանում է ապրանքների սահմանային օգտակարության չափանիշների, դրանց սպառողական հատկանիշների, պահանջարկի կորի և այլ հասկացությունների միջոցով:

Սահմանային օգտակարության տեսության ներկայացուցիչները, տարբերակելով արժեքն օգտակարությունից, ընդգծել են օգտակարության երկու ձև.

- վերացական կամ բնածին օգտակարություն, այսինքն՝ իրի օգտակարությունը մարդու այս կամ այն պահանջմունքի բավարարման հատկությունն է,

- որոշակի օգտակարություն, որն իրի հատկության անկողմնակալ գնահատականն է՝ կախված տվյալ բարիքի առկա քանակից և դրա նկատմամբ պահանջմունքի աստիճանից, ինչպես նաև՝ արտադրության ծախսերի մակարդակից:

Անգլիացի նշանավոր տնտեսագետ Ա.Մարշալը, որն արժեքի և գների տեսության նոր ուղղության հիմնադիրն է, սահմանային օգտակարության տեսության միակողմանիությունը մեղմացնելու նպատակով այն միացրեց պահանջարկի ու առաջարկի և արտադրության ծախսերի տեսությունների հետ: Ա.Մարշալի կարծիքով, ապրանքի արժեքի որոշման ժամանակ պետք է ելնել ոչ միայն բարիքի օգտակարության մակարդակից, որն անչափ կարևոր է պահանջմունքի բավարարման համար, այլև անհրաժեշտ է այն զուգակցել արտադրության ծախսերի մակարդակի հետ:

Սահմանային օգտակարության տեսության բնորոշ հատկանիշն այն է, որ ապրանքների օգտակարության չափը կախվածության մեջ է դրվում ապրանքների քանակից, սպառողների ճաշակից ու ցանկություններից, ինչպես նաև՝ վճարունակությունից: Նշանակում է, որքան քիչ լինեն ապրանքները, այնքան բարձր կլինի դրանց օգտակարությունը: Սակայն, երբ որոշակի ժամանակահատվածում այս կամ այն ապրանքից ավելի շատ և հաճախակի է գնվում, ապա աստիճանաբար նվազում է սպառողների պահանջարկն այդ ապրանքի նկատմամբ: Տնտեսագիտության մեջ այդ երևույթը կոչվում է նվազող սահմանային օգտակարություն (այսուհետև՝ ՆՍՕ):

ՆՍՕ-ի տեսությունը սերտորեն փոխկապված է սահմանային օգտակարության տեսության հետ: Ըստ դրա, երբ այս կամ այն արտադրանքն արտադրվում և սպառվում է՝ բավարարելով մարդու որոշակի պահանջմունք, ապա որոշակի սահմանային կետից հետո, որքան էլ ցածր լինի գինը, այդ արտադրանքը գնելու հակվածությունը նվազում կամ մարում է:

Դա հատկապես բնորոշ է երկարատև օգտագործման ապրանքներին: Այսպես, օրինակ, ավտոմեքենայի նկատմամբ մարդու պահանջարկն ավելի մեծ է մինչև առաջին գնումը: Սակայն ձեռք բերելուց հետո, երկրորդն ունենալու ցանկությունը նվազում է, եթե անգամ բարձր է գնողունակությունը:

Այսպիսով, արժեքի աշխատանքային և ոչ աշխատանքային տեսությունների իմացությունը լայն հնարավորություններ է ընձեռում շուկայական գնագոյացման հիմնահարցերի պարզաբանմանը:

Քանի որ ցանկացած ապրանքի արժեքն ընկած է գնի հիմքում, ուստի գինը դա ապրանքի արժեքի դրամական արտահայտությունն է: Հետևաբար, գինը ուղղակիորեն կախված է ապրանքի արժեքից, այսինքն՝ արժեքի իջեցումը հանգեցնում է գնի իջեցմանը, իսկ արժեքի բարձրացումը հանգեցնում է գնի բարձրացմանը:

Այսպիսով, գինը ոչ միայն ցույց է տալիս թե ինչպես է օգտագործվում աշխատանքը, այլև միաժամանակ որոշում է ամբողջական ծախսերի մակարդակը, այսինքն՝ ապրանքի ինքնարժեքը, արտադրողների կողմից ստացվող շահույթի գումարը, ինչպես նաև ապրանքների իրացումից ստացվող հարկային վճարները:

Այսպիսով, գինը ընդհանուր ձևով⁶ որոշվում է հետևյալ հավասարման միջոցով՝

$$P = C + \Pi + H$$

որտեղ C - արտադրանքի ինքնարժեքն է,

Π - արտադրողների կողմից ստացվող շահույթի գումարն է,

H - հարկերը, զանազան վճարումները և մասհանումները:

1.2. ԳՆԵՐԻ ԳՈՐԾԱՌՈՒՅԹՆԵՐԸ

Գնագոյացման կառուցակարգը և գների տնտեսական բովանդակությունը ճիշտ ներկայացնելու համար կարևոր նշանակություն ունի գների հիմնական գործառնությունների ուսումնասիրությունը: Այն հնարավորություն է ընձեռում հստակ պատկերացնելու տնտեսական և սոցիալական խնդիրների լուծման գործում գների ունեցած դերի մասին և պարզել գին կատեգորիային բնորոշ այն հիմնական հատկությունները, որոնք էական են շուկայական հարաբերությունների կարգավորման համար:

Գները հիմնականում կատարում են՝ ա) հաշվառման և կարգավորման, բ) խթանման, գ) բաշխման և վերաբաշխման, դ) պահան-

ջարկի և առաջարկի հարաբերակցության կարգավորման գործառնություններ:

ԳՆԵՐԻ ՀԱՇՎԱՌՄԱՆ ԵՎ ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ԳՈՐԾԱՌՈՒՅԹԸ: Գների այս գործառնությամբ հնարավորություն է տալիս համապատասխան հաշվարկների միջոցով որոշել սպառողական տարբեր արժեքներ ունեցող ապրանքների արտադրության վրա կատարված հասարակականորեն անհրաժեշտ աշխատանքային ծախսումները: Այդ հաշվարկներով ստացված շուկայական գները ելակետային հիմք են ծառայում մակրոմակարդակի և միկրոմակարդակի արժեքային ցուցանիշների հաշվարկման և տնտեսական համակարգի հաշվեկշռվածության ապահովման համար:

Ազատ շուկայական գների օգնությամբ կատարված տեխնիկատնտեսական հաշվարկներով սոցիալ-տնտեսական զարգացման ծրագրում որոշվում են համախառն ազգային արդյունքի և ազգային եկամտի, համախառն ներքին արդյունքի և իրացման ծավալի ցուցանիշները՝ ամբողջ տնտեսության և առանձին ճյուղերի ու ենթաճյուղերի կտրվածքով: Այդ ցուցանիշների վերաբերյալ տարեկան և հեռանկարային սոցիալ-տնտեսական ծրագրերում սահմանված առաջադրանքները հաշվարկելիս ելնում են տվյալ փուլում ազատ շուկայական գների փաստացի տվյալներից:

ԳՆԵՐԻ ԽԹԱՆՄԱՆ ԳՈՐԾԱՌՈՒՅԹԸ: Տնտեսության ցանկացած ձևի պայմաններում պահանջարկին և առաջարկին համապատասխան արտադրության կազմակերպման խնդիրն ուղեկցվում է արտադրության տնտեսական խթանման, որոշակի շահույթի ստացման, աշխատողների նյութական շահագրգռվածության բարձրացման անհրաժեշտությամբ: Այս խնդիրների լուծման ապահովման գործում առանձնահատուկ նշանակություն ունի գների խթանման գործառնությամբ:

Գների այս գործառնության տնտեսական էությունն այն է, որ այն կոչված է խթանելու վերարտադրության գործընթացի բոլոր կողմերը:

Պահանջարկին և առաջարկին համապատասխան արտադրության կազմակերպման արդյունքում արտադրված արտադրանքի իրացումն ազատ շուկայական և պետականորեն կարգավորվող գներով ենթադրում է ոչ միայն արտադրության ու իրացման հետ կապված ծախսերի փոխհատուցում, այլև որոշակի քանակությամբ շահույթի ստացում: Անհրաժեշտ քանակությամբ շահույթի ստա-

⁶ А. С. Баздникин. Цены и ценообразование. Учебное пособие, 2-ое издание, переработанное и дополнение Москва, ЮРАЙТ, Высшее образование, 2010г., стр. 10.

ցումը կարևոր է արտադրության հետագա զարգացումը, ինչպես նաև վերարտադրության գործընթացը խթանելու համար:

Բանն այն է, որ շահույթի ավելացումը կապված է ոչ թե գների մեխանիկական բարձրացման, այլ արտադրանքի արտադրության և իրացման ընդլայնման, ինքնարժեքի իջեցման, արտադրանքի որակի բարձրացման, նոր տեխնիկայի ու բարձր տեխնոլոգիայի ներդրման և դրանց արդյունավետ օգտագործման հետ:

Գների մակարդակի և ստացված շահույթի կախվածությունը հանգեցնում է պատրաստի արտադրանքի ազատ շուկայական գների այնպիսի սահմանման, որոնք խթանում են արտադրանքի իրացումը, ինքնարժեքի իջեցումը, գիտատեխնիկական առաջընթացի արագացումը: Նշանակում է՝ շուկայում գործող գներն օգտագործվում են որպես արտադրության հետագա ընդլայնման, զարգացման խթանման կարևոր գործոն:

Արտադրության զարգացման վրա գների խթանող գործառույթի ազդեցությունը ծեռք է բերվում առանձին արտադրանքների համար սահմանված գների կազմում շահույթի դիֆերենցման միջոցով: Այսպես, որպեսզի խթանվի արտադրության կատարելագործումը և վերականգնումը, նոր արտադրանքի յուրացումը, գների կազմում սահմանվում է շահույթի բարձր մակարդակ՝ նախկինում արտադրված արտադրանքի նկատմամբ: Գների խթանող գործառույթը դրսևորվում է նաև սպառման գործընթացի խթանումը կազմակերպելու ժամանակ: Դրանով շուկայական գները խթանում են մեկը մյուսին փոխարինող արտադրանքների իրացման գործընթացը: Միևնույն օգտակարություն ունեցող և միմյանց փոխարինող արտադրանքների միևնույն շուկայական գները ապահովում են միևնույն շահագրգռվածությունը դրանց սպառման նկատմամբ, կամ խթանվում է այս կամ այն արտադրատեսակի իրացումը մյուսների նկատմամբ: Դա նշանակում է, որ ազատ շուկայական գները, սակագները և հաստատագրված գները պետք է ճիշտ արտացոլեն առանձին ապրանքների վրա կատարված հասարակականորեն անհրաժեշտ աշխատանքային ծախսումները և ապահովեն սեփականության տարբեր ձևերի վրա հիմնված ձեռնարկությունների, դրանց աշխատողների և պետության շահերի ճիշտ զուգակցում, համապատասխան, անհրաժեշտ եկամուտների ստացում:

ԳՆԵՐԻ ԲԱՇԽԱՄԱՆ ԵՎ ՎԵՐԱԲԱՇԽԱՄԱՆ ԳՈՐԾԱՌՈՒՅԹԸ: Գների այս գործառույթի էությունն այն է, որ ազատ շուկայական գների

կառուցակարգին, դրանց կազմին ու կառուցվածքին համապատասխան իրականացվում է համախառն ներքին արդյունքի և ազգային եկամտի բաշխումն ու վերաբաշխումը: Գների բաշխման և վերաբաշխման գործառույթի միջոցով արժեքային արտահայտությամբ ստեղծված արդյունքները բաշխվում են արտադրողների, սպառողների և պետության միջև: Գները իրենց այդ գործառույթով, փաստորեն, հանդես են գալիս որպես բաշխման և վերաբաշխման միջոց:

Նյութական արտադրության ոլորտի առանձին ճյուղերում ստեղծված ազգային եկամուտը հաշվարկվում է արտադրանքի արտադրության և իրացման գործընթացում կատարված կենդանի և առարկայացած աշխատանքային ծախսումների հիման վրա: Եթե արտադրված արտադրանքների շուկայական գները համապատասխանեն դրանց արժեքին, ապա տնտեսության յուրաքանչյուր ճյուղում ստեղծված և իրացված ազգային եկամուտները կհամընկնեն: Նման դեպքում, գների միջոցով կատարվում է ազգային եկամտի բաշխում՝ կատարված ծախսումներին համապատասխան:

Գները նաև ազգային եկամտի վերաբաշխման միջոց են, որի շնորհիվ դրանք օգտագործվում են կուտակման և սպառման նպատակով: Այս առումով, առաջնակարգ դերը պատկանում է սպառման ապրանքների շուկայական մանրածախ գներին: Այն դեպքում, երբ շուկայական մանրածախ գների աճը չի ուղեկցվում աշխատավարձի համապատասխան բարձրացմամբ, կրճատվում է ազգային եկամտի կազմում սպառման ֆոնդի բաժինը և ավելանում է կուտակման ֆոնդի բաժինը:

Ազգային եկամտի վերջնական վերաբաշխումը իրականացվում է ֆինանսական համակարգի և ամենից առաջ՝ պետական բյուջեի միջոցով:

Դա նշանակում է, որ շուկայական գինը չի կարող դիտվել որպես համախառն արդյունքի և ազգային եկամտի բաշխման և վերաբաշխման միակ և գլխավոր տնտեսական լծակ:

Այդ պատճառով, գների այս գործառույթը գործում է տնտեսական մյուս լծակների, մասնավորապես՝ փողի, ֆինանսավարկային և հարկային համակարգին վերաբերող տնտեսական լծակների հետ փոխկապված:

Դրա կարևորությունն այն է, որ արդյունքները բաշխվեն ոչ թե կամայականորեն, այլ պետության կողմից նախապես մշակված

օրենսդիր ակտերին, նորմատիվներին համապատասխան: Գների կազմում զանազան հարկերի առանձնացումը՝ որպես պետական բյուջեի եկամուտների, կատարվում է նախապես դրանց մակարդակի որոշման համաձայն, ելնելով այդ հարկերի հաշվարկման օրենսդիր ակտերից և նորմատիվներից:

Այսպիսով, բաշխման գործառույթը հանդես է գալիս ազգային եկամտի սկզբնային բաշխման հարաբերությունների կարգավորման ընթացքում, երբ որոշակի փոխկապակցվածություն է ստեղծվում շուկայական գների և աշխատավարձի համակարգի միջև, իսկ վերաբաշխման գործառույթը դրսևորվում է գների և ֆինանսական լծակների միջև եղած փոխկապակցությամբ:

ԳՆԵՐԻ ՊԱՅԱՆԱԿՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ԱՌԱՋԱՐԿԻ ՀԱՐԱԲԵՐՈՒԹՅՈՒՆ
ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ԳՈՐԾԱՌՈՒՅԹԸ: Գների այս գործառույթի դերը և նշանակությունը հատկապես ցայտուն ձևով է դրսևորվում շուկայական տնտեսությունում, որտեղ պահանջարկի և առաջարկի միջև հավասարակշռությունը կարգավորվում է ազատ շուկայական գների միջոցով:

Ազատ մրցակցության և ձեռնարկատիրական գործունեության պայմաններում իրականացվող սոցիալ-տնտեսական բարեփոխումները հաճախ հանգեցնում են պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության անհամապատասխանության: Նման դեպքում տեղի է ունենում գների շեղում արժեքից: «Դիտելով արտադրության բոլոր ճյուղերը որպես մեկ ամբողջություն,– գրում է Կ.Սարքսը,– արտադրված ապրանքների արտադրության գների գումարը հավասար է նրանց արժեքների գումարին... մեկ ապրանքի մեջ հավելյալ արժեքն այնքանով է ավելի մտնում, որքանով նա պակասում է մեկ այլ ապրանքից... ուրեմն այն շեղումներն արժեքից, որոնք հատուկ են ապրանքների արտադրության գներին, միմյանց փոխադարձաբար վերացնում են»:

Իրականում պահանջարկ և առաջարկ հասկացությունների միջոցով պատկերացում ենք կազմում տնտեսավարող սուբյեկտների մասին, որոնք արտադրանք են թողարկում, կամ ծառայություններ մատուցում, ապահովում են հասարակական և անհատական կապիտալի շարժը: Դա նշանակում է, որ տնտեսավարող սուբյեկտներ

ը մի կողմից հանդես են գալիս արտադրողներ և ծառայություններ մատուցողներ, իսկ մյուս կողմից՝ որպես սպառողներ⁷:

Ասվածից հետևում է, որ պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության փոփոխությունը ենթադրում է գների շեղում արժեքից, քանի որ շուկայական գների համար հիմք է ծառայում ոչ միայն ապրանքների արժեքը, այլև օգտակարությունը, բնակչության վճարունակ պահանջարկը և այն առաջարկին համապատասխանեցնելու անհրաժեշտությունը: Նման պայմաններում առանձին ապրանքների գների շեղումները արժեքից փոխադարձաբար մարում են միմյանց, և ստեղծվում է այնպիսի իրավիճակ, որ հասարակության մասշտաբով գների գումարը հավասարեցվում է արժեքին:

Այդպիսի շեղումներն ավելի մեծ մասշտաբներ են ընդունում հատկապես տնտեսական ցնցումների ժամանակ, երբ անցումային շրջանում ավելի են խորանում տնտեսական ճգնաժամային երևույթները, երբ նախկին արտադրական հարաբերությունների և արտադրողական ուժերի միջև հակասությունը ծայրաստիճան սրվում է և անխուսափելիորեն հանգեցնում նոր արտադրական հարաբերությունների ձևավորման:

Նման իրավիճակ ստեղծվեց Խորհրդային Միության փլուզումից հետո, անկախություն ձեռք բերած հանրապետություններում, մասնավորապես՝ Հայաստանում, որտեղ նախկին տնտեսական կապերի դադարեցման, վառելիքաէներգետիկ ճգնաժամի խորացման և աղետալի երկրաշարժի պատճառով տնտեսության բոլոր բնագավառներում, հատկապես՝ արտադրական ոլորտի ճյուղերում, փակվեցին շատ արտադրական ձեռնարկություններ, կրճատվեցին արտադրության մասշտաբները, աճեց գործազրկությունը, մեծ չափերի հասավ ինֆլյացիան:

Այդ ամենը հանգեցրեց պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության ավելի մեծ չափով խախտման, բնակչության գնողունակության կրճատման:

Շուկայական տնտեսության անցման փուլում գնալով մեծանում է շուկայական գների գործառույթների նշանակությունը պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության կարգավորման գործում:

⁷ Ա. Հովհաննիսյան, Գ. Բաղդասարյան, Պահանջարկը և առաջարկը, դրանց ճկունությունը, Երևան, 1999, էջ 5.

Գների գործառնությունների համակարգում կարևոր նշանակություն ունի նաև արտադրության ռազմավարական տեղաբաշխման և սոցիալական գործառնությունները⁸: Այս առումով ձեռնարկության խնդիրն է նախապես որոշել, թե գործունեության որ ոլորտում է նպատակահարմար կատարել ներդրումներ: Այդ նպատակով պահանջվում է կատարել մարքեթինգային հետազոտություններ, հետազոտել շուկայի իրավիճակը և գործող շուկայական գները:

1.3. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ՎՐԱ ԱԶԴՈՂ ԳՈՐԾՈՆՆԵՐԸ ԵՎ ԴՐԱՆՑ ԴԱՍԱԿԱՐԳՈՒՄԸ

Գնագոյացման տեսությունների վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ արժեքը դիտվում է որպես արտադրության գործոններից յուրաքանչյուրի օգտագործման դիմաց ստացվող եկամուտների հանրագումար և ձևավորվում է փոխանակության գործընթացում, որի մակարդակը կարող է փոփոխվել բազմաթիվ անաչառ և անկողմնակալ գործոնների ազդեցությամբ: Դա նշանակում է, որ ապրանքադրամական հարաբերություններով պայմանավորված, արտադրության գործոններից յուրաքանչյուրի փոփոխությունն ազդում է փոխանակության գործընթացին, հետևաբար նաև՝ գների մակարդակի վրա:

Բանն այն է, որ գինը, լինելով ապրանքի արժեքի դրամական արտահայտություն, միաժամանակ դիտվում է փողի նկատմամբ փոխանակային հարաբերության ցուցանիշ:

Այլ կերպ ասած, գինը զանազան ապրանքները հավասարեցնելով փողի տարբեր քանակությանը, միաժամանակ ցույց է տալիս այն քանակական հաշվեկշռվածությունը, որով դրանք փոխանակվում են փողով:

Ճիշտ է, գինը արտադրության գործոններով ձևավորված արժեքն է և կրում է դրանց փոփոխության ազդեցությունը, այնուամենայնիվ, գնի մեծությունը կախված է նաև բազմաթիվ այլ գործոններից, այդ թվում՝ ապրանքների իրացման պայմաններից, արտադրության առանձին գործոնների, տնտեսական, ֆինանսական,

հարկաբյուջետային քաղաքականության, պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության փոփոխություններից, բնակչության վճարունակության աստիճանից, երկրի տնտեսական իրավիճակից և այլն:

Շուկայական տնտեսությունում գնի և արժեքի համընկնումը պատահական երևույթ է, քանի որ ապրանքների քանակն ու գնողունակ պահանջարկը տվյալ գնի դեպքում կարող է մեկ ակնթարթ միայն հավասարվել: Այդ պատճառով, նման ակնթարթային երևույթները չի կարելի ընդունել որպես օրինաչափություն և տարածել առավել երկար ժամանակահատվածի վրա:

Տնտեսական կառուցակարգի անընդհատ կատարելագործումն ու զարգացումը, գիտության զարգացման շնորհիվ արտադրության գործոնների կատարելագործումը մշտապես հանգեցնում են շուկայական գների փոփոխության: Այդ առումով, ազատ գնագոյացման, մրցակցության և ձեռնարկատիրական գործունեության պայմաններում, գների վրա ազդող գործոնների վերլուծությունն ունի բացառիկ կարևոր նշանակություն: Այդ կարևորությունը բացատրվում է նաև նրանով, որ գնագոյացնող գործոնների հետազոտության միջոցով պարզվում ենք ոչ միայն շուկայական գների փոփոխության աստիճանը, այլև՝ թե ինչ գործոնների ազդեցության միջոցով են գները շեղվում արժեքից և ինչպիսի կապ գոյություն ունի գների փոփոխության և պետության կողմից վարած տնտեսական քաղաքականության միջև:

Այս ամենից հետևում է, որ գնագոյացման կազմակերպման հիմնախնդիրների համակարգում կարևորվում են գնագոյացնող գործոնների հետազոտությունն ու հիմնավորումը:

Գների վրա ազդող գործոնները կարելի է դասակարգել հետևյալ խմբերի.

ա) արժեքոյացնող (գնի մակարդակը պայմանավորող) գործոններ, բ) գինն արժեքից շեղող գործոններ,

գ) տնտեսական քաղաքականության հետ կապված գործոններ:

ԳՆԻ ՄԱԿԱՐԴԱԿԸ ՊԱՅՄԱՆԱՎՈՐՈՂ ԳՈՐԾՈՆՆԵՐԸ: Քանի որ ապրանքների արժեքը ձևավորվում է արտադրության գործոնների օգտագործման դիմաց ստացվող եկամուտներով, ուստի դրանք էլ պետք է դիտել որպես գնի մակարդակը ձևավորող գործոններ:

Հայտնի է, որ արտադրության գործոնների համակարգում առաջնային դերը պատկանում է մարդկայինին, որը արտադրու-

⁸ А. С. Базданин. Цены и ценообразование. Учебное пособие, 2-ое издание, переработанное и дополнение Москва, ЮРАЙТ, Высшее образование, 2010г., стр. 25.

թյան գործընթացում դրսևորվում է աշխատուժի կամ աշխատանքի գործոնի տեսքով:

Գնի մակարդակի ձևավորման գործում աշխատանքի գործոնը ներկայացնում է մարդու ֆիզիկական ու մտավոր կարողությունների ամբողջությունը, աշխատանք կատարելու նրա ունակությունը, որը ցանկացած արտադրության կազմակերպման ամենահիմնական պայմանն է:

Արտադրության գործընթացում աշխատուժի սպառումը դրսևորվում է մարդու նպատակահարմար գործունեություն համարվող որոշակի աշխատանքի միջոցով, որի նպատակը պահանջումները բավարարող բարիքների ու ծառայությունների ստեղծումն է:

Արտադրության այդ կարևոր գործոնի օգտագործման դիմաց կատարվող վճարները՝ որպես աշխատուժի օգտագործման գին, ամբողջությամբ ներառվում են գնի մեջ: Բնական է, որքան շատ աշխատանքային ծախսումներ կատարվեն տվյալ ապրանքի արտադրության վրա, այնքան գնի կազմում բարձր կլինի աշխատանքային ծախսումների բաժինը և՝ հակառակը:

Աշխատանքային ծախսումների մակարդակը գնի կազմում կապված է ոչ միայն աշխատողների բացարձակ թվաքանակից, այլև կրթական, մասնագիտական հմտության և ունակության աստիճանից: Ցանկացած ապրանքի արտադրության գործընթացում որքան շատ աշխատուժ օգտագործվի, որքան բարձր լինի նրանց կրթական, մասնագիտական ունակությունների աստիճանը, այնքան գնի կազմում բարձր կլինի աշխատանքային ծախսումների բաժինը:

Գնի մակարդակի ձևավորմանն ազդող հաջորդ գործոնը՝ իրային կամ կապիտալի գործոնն է: Դրա շնորհիվ ձևավորվում է առարկայական աշխատանքի՝ աշխատանքի առարկաների և աշխատանքի միջոցների ամբողջությունը: Եթե աշխատանքի առարկաների գծով կատարվող ծախսումները դիտվում են որպես գնի ձևավորման ուղղակի ծախսումներ, ապա աշխատանքի միջոցներինը՝ գնի կազմում ներառվում են իբրև անուղղակի ծախսումներ:

Գյուղատնտեսական արտադրանքների արտադրության բնագավառում գների ձևավորման նշված գործոններից հաշվի են առնվում նաև հողի գործոնը (որի օգտագործման դիմաց վճարները նույնպես ընդգրկվում են գնի կազմում) և բնակլիմայական պայմանների ազդեցությունը (որն անուղղակիորեն դարձյալ ազդում է գնի վրա):

Արտադրության նշված գործոններով պայմանավորված՝ գնի փոփոխությունը կախված է արտադրողական ուժերի զարգացման մակարդակից և գիտության զարգացման արդյունքում այդ գործոնների կրած փոփոխություններից: Հետևաբար, գնի կազմում այդ գործոններով պայմանավորված ծախսումների մակարդակը մշտապես փոխվում է, որը առավել ցայտուն ձևով է դրսևորվում երկարատև ժամանակում:

Գների մակարդակի վրա որոշակի ներգործություն է ունենում նաև բնական գործոնը՝ կապված բնական պաշարների առկայության, դրանց արդյունահանման եղանակների կատարելագործման հետ: Այդ է պատճառը, որ արդյունահանող արդյունաբերության զարգացման մակարդակով պայմանավորված բնական պաշարների արտադրության և դրանց իրացման ծախսերը որոշիչ դեր են կատարում վերամշակող արդյունաբերության արտադրանքների գների ձևավորման գործում:

Քանի որ Հայաստանի Հանրապետությունն ապահովված չէ անհրաժեշտ բնական պաշարներով, ուստի ողջ վերամշակող արդյունաբերությունը գործում է հիմնականում ներմուծվող պաշարների հիմքի վրա, որի պատճառով էլ գների կազմում նյութական ծախսումները բավականին մեծ են:

Գների մակարդակի վրա ազդում են նաև արտադրված արտադրանքների՝ երկրի տարբեր շրջանների միջև բաշխման կազմակերպման հետ կապված ծախսումները, որոնք նույնպես մեծացնում են ապրանքների գները: Տնտեսագիտության մեջ դա դիտարկվում է որպես աշխարհագրական գործոն:

Շուկայական տնտեսությունում, նշված բոլոր գործոններն ազդում են ոչ միայն գների մակարդակի ձևավորման, այլև, դրանով պայմանավորված, արտադրանքի արտադրության մասշտաբների վրա, որոնք ինքնակարգավորվում են պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության միջոցով:

Այսպիսով, արտադրության գործընթացի իրականացման հետ կապված ծախսերի մակարդակի և վերը հիշատակված գործոնների փոխկապվածությունը կարելի է բնութագրել արտադրական գործառույթով: Գնի մակարդակի հետ կապված՝ արտադրական գործառույթն ցույց է տալիս ծախսերի այն առավելագույն չափը, որ ֆիրման, ձեռնարկությունը կարող են կատարել արտադրության յուրաքանչյուր արտադրանքի արտադրության դիմաց:

Քանի որ այդ ծախսերը արտադրության ծավալի փոփոխման հետևանքով բավականին փոխվում են, կապված փոփոխական ծախսերի մակարդակի փոփոխման հետ, ուստի արտադրության ծավալի փոփոխությունը նայնպես ազդում է գնի մակարդակի վրա:

Գնի մակարդակը պայմանավորող գործոնների հետ կապված՝ առանձին ծախսերի մակարդակը բնութագրվում է համապատասխան արտադրական գործառույթով, որը կարելի է արտահայտել՝

$$Q = \Phi(U, Y, P, U_2), \text{ հավասարման տեսքով.}$$

որտեղ՝

U-ն՝ աշխատանքի գործոնով պայմանավորված ծախսերն են,

Y-ն՝ կապիտալի ծախսումները,

P-ն՝ բնական գործոնի դիմաց ծախսումները,

U₂-ն՝ աշխարհագրական գործոնի դիմաց ծախսումները:

Բերված հավասարումը ցույց է տալիս, որ այլ հավասար պայմաններում արտադրված արտադրանքի գնի մակարդակը, առաջադրված տեխնոլոգիայի դեպքում, առավելագույն ծախսերի այն քանակն է, որը կատարվել է աշխատանքի (U), կապիտալի (Y), բնական գործոնի (P) և աշխարհագրական գործոնի (U₂) հարաբերակցությամբ:

ԳԻՆՆ ԱՐԺԵՔԻՑ ՇԵՂՈՂ ԳՈՐԾՈՆՆԵՐԸ: Գների մակարդակի վրա ազդող գործոնների երկրորդ խումբն ընդգրկում է գինն արժեքից շեղող գործոնները, որոնք դասակարգվում են հետևյալ ենթախմբերի.

ա) արտադրանքի սպառողական հատկանիշների փոփոխություններ,

բ) պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության փոփոխություններ,

գ) սոցիալական գործոններ:

Գինն արժեքից շեղող առաջին գործոնը կապված է արտադրանքների սպառողական հատկանիշների հետ և բնութագրում է Բարիքի օգտակարության աստիճանը: Այն միաժամանակ ներառում է արտադրանքների առանձին խմբերի ինչպես որակական, այնպես էլ փոխադարձ փոխարինելիության հանգամանքը:

Արտադրված արտադրանքների որակի բարձրացման գործընթացը կայուն տնտեսական հիմքերի վրա դնելու համար անհրաժեշտ է այն շաղկապել մրցակցային շուկայի պահանջների հետ,

որտեղ շարունակ մեծանում է մրցունակ արտադրանքների նկատմամբ պահանջարկը:

Որպեսզի գները նպաստեն բարձր որակ ունեցող արտադրանքի թողարկմանն ու արտադրության արդյունավետության բարձրացմանը, անհրաժեշտ է շուկայական գների միջոցով ապահովել յուրաքանչյուր ապրանքատեսակի երկու կողմերի՝ արժեքի և սպառողական արժեքի միասնությունը: Դա նշանակում է, որ տարբեր որակ ունեցող ապրանքների գները պետք է համապատասխանեն դրանց հասարակական օգտակարությանը, քանի որ միայն շուկայում է սպառողական արժեքը դրսևորվում փոխանակային արժեքի տեսքով: Ծիշտ է, արժեքը ձևավորվում է արտադրության և շրջանառության գործընթացում, սակայն դրա օգտակարության աստիճանը բացահայտվում և գնահատվում է միայն շուկայում, որտեղ ձևավորվում է փոխանակային արժեքը:

Բանն այն է, որ արժեքն ապրանքի օգտակար հատկություններից առանձին գոյություն չունի: Ուստի, շուկայական գները սահմանելիս պահանջվում է հաշվի առնել ապրանքի սպառողական բոլոր հատկանիշները, դրա սահմանային օգտակարության աստիճանը: Որքան բարձրանում է ապրանքի օգտակարության աստիճանը, այնքան, դրա որակական հատկանիշների բարելավմանը զուգընթաց, գներն ավելի մեծ չափով են շեղվում արժեքից և՛ հակառակը:

Տնտեսագիտությունում արժեքից գների շեղման գործոնն առավել հանգամանորեն հետազոտել և լուսաբանել է անգլիացի տնտեսագետ Ա. Մարշալը (1842-1924): Նա, ընդունելով սահմանային օգտակարության տեսության միակողմանիությանը, դրան միացրեց նաև սպառողական շուկայում պահանջարկի և առաջարկի փոխհարաբերակցության փոփոխությունը, որն ազատ մրցակցության պայմաններում ազդում է գնի՝ արժեքից շեղման վրա: Հետևաբար, գներն արժեքից շեղող հաջորդ գործոնը պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության փոփոխությունն է:

Այս գործոնը հանգամանորեն կշարադրվի աշխատանքի 3-րդ բաժնում, զնագոյացման վրա ամբողջական պահանջարկի և առաջարկի ազդեցությունը վերլուծելիս:

Այստեղ հարկ ենք համարում ընդգծել, որ պահանջարկի և առաջարկի միջև համապատասխանություն ստեղծելու նպատակով, գները կարելի է օգտագործել միայն հետևյալ դեպքերում.

- ա) երբ հնարավոր չէ տվյալ ապրանքի արտադրությունն անմիջապես ընդլայնել և հավասարեցնել պահանջարկին,
- բ) երբ պահանջարկը ոչ միայն բավարարված է, այլև՝ հագեցված, այսինքն՝ արտադրված է ավելի, քան անհրաժեշտ է,
- գ) երբ որոշ ապրանքներ ունեն արտադրության և իրացման սեզոնային բնույթ:

Գինն արժեքից շեղող հաջորդ գործոնների խումբը ներառում է սոցիալական խնդիրները:

Հաճախ գինն օգտագործվում է համապետական նշանակություն ունեցող սոցիալական խնդիրների լուծման, սոցիալապես անպաշտպան խմբերի կարիքների բավարարման, առանձին քաղաքացիներին արտոնյալ պայմաններով ապրանքների տրամադրման նպատակներով և այլն: Որքան նշված ուղղություններով պետության կողմից իրականացվող միջոցառումների շրջանակները ընդլայնվեն, այնքան բնակչության որոշ խմբերի ապրելակերպը կբարելավվի և առավել մեծ չափով կգնահատվեն ու կպաշտպանվեն մարդու իրավունքները տվյալ երկրում, որը դրական ներգործություն կունենա աշխատանքային պաշարների օգտագործման արդյունավետությունը բարձրացնելու գործում:

ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՀԵՏ ԿԱՊՎԱԾ ԳՈՐԾՈՆՆԵՐԸ:

Գնագոյացման վրա ազդող գործոնների երրորդ խումբն ընդգրկում է տնտեսական քաղաքականության հետ կապված գործոնները:

Առաջավոր երկրների փորձի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ պետության տնտեսական քաղաքականության բաղկացուցիչ մասը կազմում է գների ռազմավարությունը, որի ճիշտ և ժամանակին իրականացումը որոշիչ դեր է կատարում երկրի սոցիալ-տնտեսական խնդիրների լուծման գործում:

Գործոնների այս խմբի առանձնահատկությունն արտահայտվում է նրանում, որ յուրաքանչյուր երկրում, ելնելով տնտեսական իրավիճակից, կառավարությունն ընդունում է համապատասխան որոշումներ, որոնք ուղղակի կամ անուղղակի ձևով առնչվում են գներին և կարող են ներգործել դրանց բարձրացման կամ իջեցման վրա:

Ինչպես տնտեսության կայունացման համար անհրաժեշտ ամեն մի գործունեություն, այնպես էլ գնագոյացման ռազմավարությունը սկսվում է որոշակի նպատակային խնդիրների որոշումից և ավարտվում այդ նպատակների իրականացման համար անհրա-

ժեշտ կառուցակարգերի մշակումով: Դեռ ավելին, գնագոյացման ռազմավարության նպատակային խնդիրների մշակումը պետք է զուգակցվի տնտեսական բնագավառի մյուս բոլոր խնդիրների և, մասնավորապես, ձեռնարկությունների, կազմակերպությունների նպատակային խնդիրների ու պետության շահերի հետ:

Գնագոյացման ռազմավարության նպատակային խնդիրների մշակումը միանգամյա բնույթ չունի: Այն մշտապես վերանայվում և փոփոխվում է մրցակցության միջավայրի փոփոխության, արտադրության ռազմավարության կառուցվածքային տեղաշարժերի, նոր արտադրատեսակների յուրացման, ծախսերի փոփոխության, կառավարության կողմից նոր տնտեսական, հարկաբյուջետային ու վարկային քաղաքականության հետ կապված:

Շուկայական տնտեսությունում գնագոյացման ռազմավարության արդյունավետությունը կարելի է գնահատել և հիմնավորել տնտեսության տարբեր բնագավառներում գների փոփոխության աստիճանով, իրացնող օբյեկտների կողմից ստացվող շահույթի, ապրանքների վրա պարբերաբար սահմանվող գեղչերի մակարդակներով, գների հարկադրաբար իջեցման կամ բարձրացման չափով և այլն: Գնագոյացման ռազմավարության նպատակային խնդիրները կարող են տարբեր լինել առանձին կազմակերպությունների գործունեության շրջանակներում՝ դրանց նպատակային խնդիրների տարբերությունների հետ կապված:

Այսպես, օրինակ, կազմակերպություններից մի քանիսում գնագոյացման ռազմավարության նպատակը կարող է կապված լինել արտադրանքի իրացման, մյուսներին՝ առկա իրավիճակի, մեկ այլ խմբի կազմակերպությունները՝ շուկայում դիրքի ամրապնդման, առավելագույն շահույթի ստացման հետ:

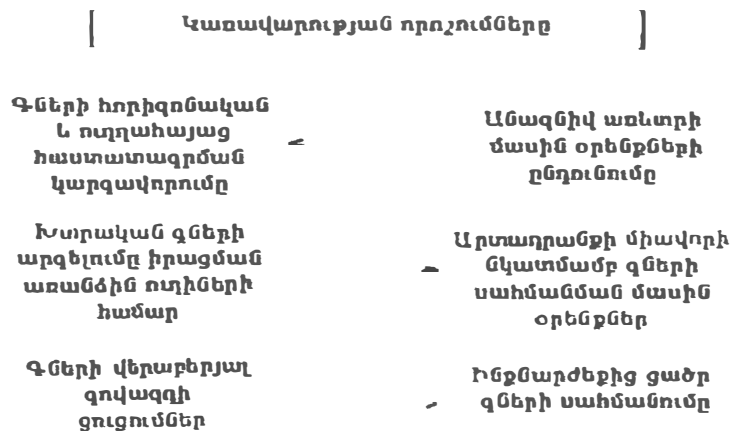
Արտադրանքի իրացման հետ կապված նպատակային խնդիրը գնագոյացման ռազմավարության միջոցով լուծելու համար կազմակերպությունը ձգտում է ավելացնել շուկայում իրացման ծավալի իր բաժինը: Այդ ռազմավարությունը կարող է դրական արդյունք ապահովել միայն այն դեպքում, երբ սպառողները զգայուն են գնի նկատմամբ, ցածր գները վանում են հնարավոր մրցակիցներին, արտադրության ծավալը երաշխավորում է բավականին խնայողություն, ընդլայնվում են կազմակերպության սպառողական շուկայի շրջանակները և այլն:

Գնագոյացման ռազմավարության արդյունավետ կազմակերպման շնորհիվ ստացված առավելագույն շահույթը կազմակերպությունները կարող են օգտագործել նպատակային մյուս խնդիրների լուծման համար:

Առանձին կազմակերպությունների համար ռազմավարության նպատակային խնդիր է համարվում ոչ այնքան հարաբերական, որքան բացարձակ շահույթի ստացումը: Դա կարելի է հիմնավորել այն բանով, որ եթե հարաբերական շահույթը կազմակերպությունը ստանում է վաճառված մեկ միավոր ապրանքի իրացման դիմաց ծախսերը հանելուց հետո, ապա բացարձակ շահույթը հավասար է այն եկամտին, որը վաճառողը կարող է ստանալ իրացված բոլոր ապրանքների դիմաց ընդհանուր ծախսերը հանելուց հետո: Նման ռազմավարության դեպքում, նույնիսկ մենաշնորհային կազմակերպությունը կարող է սահմանել ցածր շուկայական գին, որն, իրացված արտադրանքների քանակի ավելացման հաշվին, երաշխավորում է առավելագույն շահույթ:

Գնագոյացման ռազմավարության հստակ իրականացման համար կարևոր է կառավարության ընդունած որոշումների, մրցակիցների գործելակերպի, իրացման ուղիների ճիշտ գնահատումը:

Գների վերաբերյալ կառավարության ընդունած որոշումները կարող են բաժանվել հետևյալ խմբերի (տես՝ գծապատկեր 1.3):



Գծապատկեր 1.3: Գների վերաբերյալ կառավարության ընդունած որոշումները

Այդ որոշումների համաձայն՝ գների հորիզոնական և ուղղահայաց հաստատագրման հնարավորությունները կարող են սահմանափակվել:

Գների հորիզոնական հաստատագրում կարող է տեղի ունենալ այն դեպքում, երբ շուկայում, իրացման առանձին ուղիների միջև գները սահմանելու նպատակով, համաձայնություններ են կնքվում արտադրողների, մեծածախ կամ մանրածախ առևտրի կազմակերպությունների միջև: Նման համաձայնությունները, օրինակ՝ ԱՄՆ-ում, ժամանակին համարվել են ապօրինի և դրանք կանխելու համար կառավարության կողմից դեռևս 1890թ. ընդունվել են Շերմանի՝ հակաոլորտային, իսկ հետագայում՝ Դաշտային առևտրական հանձնաժողովի օրենքները, որոնցով արգելվել են իրացման ուղիների միջև գների մակարդակի շուրջ գաղտնի համաձայնություններ կայացնելը, անկախ դրանից, թե այդ գները որքանով են հիմնավորված:

Բացի այդ, ԱՄՆ-ում, դեռևս 1914թ., ընդունվել է Քլեյթոնի օրենքը, որով արգելվում էր մրցակցության սահմանափակում կիրառել իրացման, գնային խտրականության, տնտեսավարող սուբյեկտների միավորման, պայմանագրերի որոշակի տեսակների կնքման ժամանակ: Իսկ 1936թ. ընդունված Ռոբինսոն-Պատմանի օրենքով մրցակցության սահմանափակման պրակտիկան և գնային խտրականությունն արգելվում էին նաև առևտրի բնագավառում:

Կառավարության ընդունած օրենքներին համապատասխան, գների հորիզոնական հաստատագրման մեղադրանքներից զերծ մնալու համար, ցանկացած արտադրող կազմակերպություն պետք է խուսափի իրացման պայմաններն իր մրցակիցների հետ համաձայնեցնելուց, միևնույն ժամկետում գնացուցակներ հրատարակելու մասին մրցակիցների հետ պայմանավորվածություն ձեռք բերելուց:

Գների ուղղահայաց հաստատագրում կարող է տեղի ունենալ այն դեպքում, երբ արտադրողները կամ մեծածախ առևտրով զբաղվողները վերահսկում են իրենց ապրանքների ու ծառայությունների մանրածախ գները:

Համապատասխան նյութերի գնագոյացման ռազմավարության ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ ԱՄՆ-ում մինչև 1975թ. արտադրողներին և մեծածախ կազմակերպություններին իրավունք

էր վերապահվում անհրաժեշտության դեպքում վերահսկել ու պարտադրել մանրածախ գները: Ապրանքաշրջանառության բնագավառում այդ պրակտիկան ժամանակին ստացել էր «արդար առևտրի կազմակերպում» անվանումը: Նման ռազմավարությունը պաշտպանում էր ոչ մեծ մանրածախ առևտրի խանութների գործունեությունը, աջակցում էր դրանց բարելավման գործընթացին: Այն մանրածախ առևտրով զբաղվողներին թույլ էր տալիս արդարացի առևտրի սկզբունքով առաջնորդվող նահանգներում սահմանել միատեսակ գներ՝ համապատասխան ապրանքների համար:

Ժամանակին, արդարացի առևտրի քաղաքականությունը սպառողների առանձին խմբերի, մանրածախ շատ կազմակերպությունների, ինչպես նաև արտադրողների կողմից ենթարկվեց խիստ քննադատության, մրցակցությունը սահմանափակելու, գներն արհեստականորեն բարձր մակարդակի վրա պահելու և ոչ արդյունավետ մանրածախ առևտուրը պաշտպանելու համար:

Հաշվի առնելով արդարացի առևտրի շուրջը ծավալված նման քննադատականները՝ ԱՄՆ կառավարությունը որոշում է ընդունում վերանայել գնագոյացման ռազմավարությունը:

1976թ. դեկտեմբերի 12-ին ԱՄՆ նախագահ Ջերալդ Ֆորդը ստորագրում է «Սպառողական ապրանքների գների մասին» օրենքը, որով նախատեսվում էր 1977թ. մարտի 11-ից սկսած վերացնել արդարացի առևտրի ամեն տեսակի կիրառումը կամ մանրածախ գների պաշտպանման նախկին կարգը: Այսինքն՝ մանրածախ առևտրում արգելվում էր վաճառքի վերջնական գներ սահմանելը:

Ընդունված օրենքի պահանջների համաձայն՝ արտադրողները կամ մեծածախ առևտրով զբաղվողները մանրածախ գները կարող էին վերահսկել միայն այն դեպքում, երբ մանրածախ առևտրի սրահները լինեին արտադրողինը կամ մեծածախ առևտրով զբաղվողինը, ինչպես նաև, եթե ապրանքները մինչև վաճառվելը պատկանեին արտադրողին կամ մեծածախ կազմակերպություններին:

Կառավարության որոշման համաձայն գնային գովազդի ընդհանուր ռեգլյուցիոնները մշակվում էին համապատասխան մարմինների ու գերատեսչությունների կողմից: Այսպես, օրինակ՝ ԱՄՆ-ում դրանք մշակվել են Դաշնային առևտրական հանձնաժողովի և զանազան ճյուղային միությունների կողմից: Այդ դրույթներին համապատասխան, կազմակերպություններն իրավունք չունեին շարունակ փոփոխելու միևնույն ապրանքի վաճառքը:

Գնագոյացման ռազմավարության վրա կառավարության ունեցած ազդեցությունը, բացի համապատասխան որոշումներ, օրենքներ ընդունելուց և դրանց դրույթներին համապատասխան գները կարգավորելուց, արտահայտվում է նաև նրանում, որ տնտեսության պետական կարգավորման համակարգում առանձնահատուկ նշանակություն ունի նաև գների պետական կարգավորման գործընթացի կազմակերպողը: Բանն այն է, որ առաջավոր երկրներում գների պետական կարգավորման հիմնահարցերը ընդգրկում են գյուղատնտեսության բնագավառում արտադրված արտադրանքների զգալի մասը, կոմունալ ծառայությունը, ավտոբուսով, տաքսիով փոխադրումներն ու զանազան այլ ծառայություններ: Կառավարական կազմակերպությունները այս բնագավառներից յուրաքանչյուրի համար գները սահմանում են այն ընկերություններից, կազմակերպություններից կամ ճյուղերից լրատվական տեղեկություններ ստանալուց հետո, որոնց վրա ազդում են կառավարության կողմից կարգավորված գները:

Հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ գները միշտ էլ սպառողի համար եղել են գնման գործընթացի իրականացման հիմնական գործոնը: Սակայն չպետք է անտեսել նաև այն հանգամանքը, որ սպառողի համար ապրանքների գնից բացի կարևոր նշանակություն ունեն նաև այլ գործոններ, որոնք մասամբ նույնպես կապված են կառավարության տնտեսական քաղաքականության հետ: Այդ գործոններից են՝ սպառողների եկամտի միջին մակարդակը, հարկային քաղաքականությունը, բնակչության թիվը, փոխադարձ փոխարինելի ապրանքների առկայությունն ու դրանց գները և բազմաթիվ այլ գործոններ:

Այսպիսով, գնագոյացման վրա ազդող գործոնների համակարգում կարևոր նշանակություն ունեն գնագոյացման ռազմավարության բնագավառում ընդունած օրենքները, կառավարության որոշումները, հարկաբյուջետային քաղաքականությունը, որոնք որոշիչ դեր են կատարում շուկայական հարաբերությունների կարգավորման, սպառողների և բնակչության կենսապայմանների բարելավման գործում:

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

- Տնտեսագիտական նոր տեսությունների ձևավորման համար որոշիչ նշանակություն ունեցավ ապրանքադրամական հարաբերությունների հետ կապված հետազոտությունների աստիճանական փոխադրումը շրջանառության ոլորտից արտադրության ոլորտ:
- Ապրանքադրամական հարաբերությունները ի հայտ են գալիս միայն փոխանակության գործընթացում, որտեղ ձևավորվում է ապրանք արտադրողների կամ ծառայություն մատուցողների աշխատանքի հասարակական բնույթը:
- Արժեքի աշխատանքային տեսության համաձայն, ապրանքի արժեքը բնութագրում է այդ ապրանքի վրա կատարված հասարակականորեն անհրաժեշտ աշխատանքային ծախսումների հանրագումարը, իսկ գինը՝ արժեքի դրամական արտահայտությունը:
- Արտադրության գործոնային տեսության համաձայն, ապրանքի արժեքը ձևավորվում է դրանցից յուրաքանչյուրի դիմաց ստացվող եկամուտների գումարից, որոնք գոյանում են արտադրության գործընթացում՝ այդ գործոնների համատեղ արտադրողական գործունեության միջոցով:
- Սահմանային օգտակարության տեսության համաձայն՝ արժեքը դիտվում է որպես մարդկանց կողմից սուբյեկտիվ գնահատման արդյունք, որի մակարդակը ապրանքների փոխանակության ժամանակ որոշվում է դրա օգտակարությամբ և ոչ թե՝ աշխատանքային ծախսերով: Չնայած ապրանքը ստեղծվում է աշխատանքով, բայց արժեքը դրսևորվում է շուկայում՝ փոխանակության ժամանակ դրա օգտակարության աստիճանը գնահատելիս: Այսպիսով, արժեքը, ամենից առաջ, փոխանակային հասկացություն է:
- Նվազող սահմանային օգտակարության օրենքի պահանջի համաձայն, եթե այս կամ այն ապրանքը բավարարում է որոշակի պահանջարկ, ապա որոշակի սահմանային կետից հետո, որքան էլ ցածր լինի գինը, այդ արտադրանքի նկատմամբ մարդու նոր պահանջարկը, նորը ունենալու ձգտումը գնալով նվազում է, որը հատկապես բնորոշ է երկարատև օգտագործման ապրանքներին:
- Շուկայական հարաբերությունների կարգավորման գործում որոշիչ նշանակություն ունի գնի գործառույթների, դրանց առնչվող պահանջների ըստ ամենայնի գնահատումը, քանի որ տնտեսության այդ ձևը ղեկավարվում է գներով: Գները կարևոր են ինչպես

վերարտադրության առանձին կողմերի միջև հավասարակշռության ապահովման, այնպես էլ ձեռնարկությունների, աշխատողների և պետության շահերի զուգակցման համար:

- Ապրանքադրամական հարաբերություններով պայմանավորված արտադրության գործոններից յուրաքանչյուրի փոփոխությունը ազդում է փոխանակության գործընթացի, հետևաբար նաև՝ գների մակարդակի ձևավորման և փոփոխության վրա, քանի որ այդ գործոնները միաժամանակ դիտվում են որպես գնի մակարդակը ձևավորող միջոց:
- Գների մակարդակի հետ կապված՝ արտադրական գործառույթը ցույց է տալիս այն առավելագույն ծախսերը, որ կազմակերպությունը կարող է կատարել յուրաքանչյուր արտադրանքի արտադրության վրա:
- Որքան բարձրանում է ապրանքի օգտակարության աստիճանը՝ որակական հատկանիշների բարելավմանը զուգընթաց, այնքան գները ավելի են շեղվում արժեքից և՝ հակառակը:
- Տնտեսական իրավիճակի հետ կապված՝ կառավարության կողմից ընդունված որոշումները ուղղակիորեն և անուղղակիորեն առնչվում են գների հետ՝ ազդելով ինչպես գների կայունացման, այնպես էլ դրանց բարձրացման և իջեցման վրա:
- Կառավարության կողմից գնագոյացման ռազմավարության նպատակային խնդիրները պետք է զուգակցել տնտեսության մյուս բնագավառի խնդիրների, մասնավորապես՝ ձեռնարկությունների, կազմակերպությունների նպատակային խնդիրների ու պետության շահերի հետ:
- Շուկայական տնտեսությունում գնագոյացման ռազմավարության արդյունավետությունը կարելի է գնահատել գների փոփոխության աստիճանով, իրացնող սուբյեկտների կողմից ստացվող շահույթի մակարդակով, գների իջեցման և բարձրացման չափով և այլն:
- Գների հորիզոնական և ուղղահայաց հաստատագրումը կարգավորվում է պետության կողմից տարբեր ժամանակներում ընդունված օրենքների ու օրենսդրական ակտերի պահանջներով: Կարևոր են նաև հարկաբյուջետային ճիշտ քաղաքականությունը, բաշխման հարաբերությունների կատարելագործումը և կարգավորումը,

որոնք անհրաժեշտ են սպառողների և ամբողջ բնակչության կենսամակարդակի բարձրացման համար:

ՀԱՐՑԵՐ, ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔՆԵՐ

1. XVII-XVIII դարերում ի՞նչը նպաստեց ապրանքադրամական հարաբերությունների զարգացմանը:
2. Ովքե՞ր են դասական քաղաքատնտեսության հիմնադիրները:
3. Որո՞նք են եկամուտների ձևավորման աղբյուրները և արժեքի աշխատանքային տեսության հիմնադրույթները:
4. Որո՞նք են արտադրության գործոնները, ինչպե՞ս են դրանք ազդում ապրանքի արժեքի ձևավորման վրա:
5. Որո՞նք են սահմանային օգտակարության տեսության և նվազող սահմանային օգտակարության օրենքի բնորոշ գծերը:
6. Ինչպիսի՞ն է գնի գործառույթների փոխկապվածությունը, և որն է դրանց նշանակությունը:
7. Որո՞նք են գնի մակարդակը ձևավորող գործոնները:
8. Ինչպիսի՞ն է գնի և առանձին ծախսերի մակարդակը բնութագրող արտադրական գործառույթը, ի՞նչ է ցույց տալիս:
9. Որո՞նք են գինն արժեքից շեղող գործոնները:
10. Ո՞րն է գնագոյացման ռազմավարության ուղղությամբ կառավարության ընդունած որոշումների նշանակությունը, և դրանք ի՞նչ նպատակ են հետապնդում:
11. Ինչպե՞ս է ձևավորվում հարաբերական և բացարձակ շահույթը:
12. Ո՞րն է գների հորիզոնական և ուղղահայաց հաստատագրման էությունը, և ի՞նչ օրենքներ են ընդունվել ԱՄՆ-ում այդ ուղղությամբ:
13. Ո՞րն է արդարացի առևտրի քաղաքականության գնագոյացման ռազմավարության էությունը:
14. Բնութագրել արժեքի աշխատանքային և ոչ աշխատանքային տեսությունների առանձնահատկությունները:
15. Հիմնավորել սահմանային օգտակարության տեսության և նվազող սահմանային օգտակարության փոխկապվածությունը:
16. Փաստացի նյութերով հիմնավորել գների խթանող գործառույթի էությունը:

17. Բնութագրել արտադրական գործոնների փոխկապվածության նշանակությունը գների մակարդակի ձևավորման գործում:

ԹԵՍՏԵՐ ԵՎ ԽՆԴԻՐՆԵՐ

1.1. Արժեքի աշխատանքային տեսությունը իր կատարելությանը հասավ.

- ա) պարզ ապրանքային արտադրության պայմաններում,
- բ) բարդ ապրանքային արտադրության պայմաններում,
- գ) շուկայական և խառն տնտեսական համակարգերի պայմաններում,
- դ) զարգացած ապրանքային արտադրության պայմաններում:

1.2. Դասական քաղաքատնտեսության հիմնադիրներ Վ. Պետին, Դ. Ռիկարդոն և Ա. Սմիթը

(XVIII դարի ականավոր տնտեսագետները) ներկայացրել են.

- ա) արժեքի ոչ աշխատանքային տեսությունը,
- բ) արժեքի աշխատանքային տեսությունը,
- գ) զոհողությունների տեսությունը,
- դ) օգտակարության տեսությունը:

1.3. Ըստ Ա. Սմիթի, Դ. Ռիկարդոյի և Վ. Պետիի՝ տեսության ապրանքափոխանակությունն իրականացվում է.

- ա) համարժեքային փոխանակության պայմաններում,
- բ) բաշխման պայմաններում,
- գ) վերաբաշխման պայմաններում,
- դ) արտադրության և սպառման պայմաններում:

1.4. Աշխատանքի երկակի բնույթին վերաբերող ուսմունքով հիմնավորեցին.

- ա) Կ. Մարքսի արժեքի աշխատանքային տեսության հիմնական դրույթները,
- բ) Վ. Պետիի արժեքի աշխատանքային տեսության հիմնական դրույթները,
- գ) Ա. Սմիթի արժեքի աշխատանքային տեսության հիմնական դրույթները,
- դ) Դ. Ռիկարդոյի արժեքի աշխատանքային տեսության հիմնական դրույթները:

1.5. Դասական քաղաքատնտեսության ներկայացուցիչներից հատկապես ով էր, որ աշխատանքը դիտելով որպես արժեքի աշխատանքային գործոն և համընդհանուր չափանիշ, միաժամանակ հաշվի է առնում նաև արտադրության մյուս գործոնների ազդեցությունը.

- ա) Վ. Պետին,
- բ) Ա. Սմիթը,
- գ) Դ. Ռիկարդոն,
- դ) Կ. Մարքսը:

1.6. Արժեքի ոչ աշխատանքային տնտեսության հիմնական դրույթներն առաջինը հիմնավորել է.

- ա) Ա. Սմիթը,
- բ) Դ. Ռիկարդոն,
- գ) Կ. Մարքսը,
- դ) Վ. Պետին:

1.7. Արտադրության գործոնների վերաբերյալ տեսությունները զարգացում ապրելով, ո՞ր դարից առաջնային դիրք գրավեցին դասական քաղաքատնտեսության մեջ.

- ա) XVI,
- բ) XVII,
- գ) XVIII,
- դ) XIX:

1.8. Ո՞ր աշխատության վերաբերյալ են ամերիկյան տնտեսագետները հայտնել կարծիք, ըստ որի՝ այն կոչ է կյանքի, ազատության և երջանկության.

- ա) Թոմաս Ջեֆերսոնի «Անկախության հռչակագիրը»,
- բ) Ա. Սմիթի «Ազգերի հարստությունը»,
- գ) Կ. Մարքսի «Կապիտալը»,
- դ) թվարկվածներում այդպիսի աշխատություն գոյություն չունի:

1.9. Ո՞ր աշխատությունն էր, որ ազատության և երջանկության ձգտող հասարակությանը բացատրում է, թե ինչպես պետք է գործի ու դիտվեց այն որպես արժեքի ոչ աշխատանքային տեսություն.

- ա) Ա. Սմիթի «Ազգերի հարստությունը»,
- բ) Թոմաս Ջեֆերսոնի «Անկախության հռչակագիրը»,
- գ) Դ. Ռիկարդոյի «Անկախության հռչակագիրը»,
- դ) Կ. Մարքսի «Կապիտալը»:

1.10. Ո՞վ է, արտադրության երեք գործոնային տեսության հայեցակարգը եկամուտների բաշխման տեսությունների հիմքն համարում և հաստատում, որ արտադրության յուրաքանչյուր գործակալ կամ մասնակից ստանում է իր եկամուտը.

- ա) Ա. Սմիթը,
- բ) Վ. Պետին,
- գ) Ժ. Սեյը,
- դ) Դ. Ռիկարդոն:

1.11. Հողի՝ որպես արտադրության առանձնահատուկ գործոնի դիմաց վճարվող գինը.

- ա) վարձակալական վճարն է,
- բ) աշխատավարձն է,
- գ) շահույթն է,
- դ) հարկային վճարումներն են:

1.12. Աշխատանքային պաշարների կատարած աշխատանքի դիմաց վճարված գումարը, դա.

- ա) վարձակալական վճարն է,
- բ) աշխատավարձն է,
- գ) շահույթն է,
- դ) մաքսային վճարումներն են:

1.13. Ըստ Ջ. Սեյի՝ արտադրության գործոնների դիմաց եկամտի ինքնուրույն ձևը, որն ունի իր բնական աղբյուրը, կոչվում է.

- ա) ռենտային վճար,
- բ) վարձակալական վճար,
- գ) աշխատավարձ,
- դ) ձեռնարկատիրական շահույթ:

1.14. Արտադրության գործոնների համատեղ օգտագործմամբ ձևավորվում է ապրանքի.

- ա) արժեքը,
- բ) սպառողական արժեքը,
- գ) գինը,
- դ) պահանջարկը:

1.15. Արժեքը, լինելով եկամուտների հանրագումար, վերջնականապես ձևավորվում է.

- ա) արտադրության գործընթացում,
- բ) բաշխման գործընթացում,
- գ) փոխանակության գործընթացում,

դ) սպառման գործընթացում:

1.16. Փոխանակության ժամանակ ապրանքի օգտակարության աստիճանը գնահատելիս ձևավորվում է ապրանքի.

ա) արժեքը,

բ) սպառողական արժեքը,

գ) գինը,

դ) առաջարկը:

1.17. I. Սահմանային օգտակարության տեսության տարբերությունն արժեքի աշխատանքային տեսությունից պայմանավորված է.

ա) աշխատանքային ծախսումների չափման առանձնահատկությամբ,

բ) բազմաթիվ ապրանքների սպառողական արժեքների չափման առանձնահատկությամբ,

գ) վարձակալության վճարների չափման առանձնահատկությամբ,

դ) շահույթի հաշվարկման առանձնահատկությամբ:

1.17. II. Սահմանային օգտակարության տեսության տարբերությունն արժեքի աշխատանքային տեսությունից պայմանավորված է.

ա) ձեռնարկատիրական շահույթի չափման առանձնահատկությամբ,

բ) բազմաթիվ ապրանքի օգտակարության աստիճանի գնահատման առանձնահատկությամբ,

գ) վարձակալական վճարների չափման առանձնահատկությամբ,

դ) աշխատանքային ծախսումների չափման, առանձնահատկությամբ:

1.18. Թվարկվածներից ո՞րն արժեքի ոչ աշխատանքային ծախսումների տեսությունը համակարգի մեջ ընդգրկված չէ որպես ուղղություն.

ա) հասարակականորեն անհրաժեշտ աշխատանքային ծախսումների տեսությունը,

բ) պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության տեսությունը,

գ) արժեքի սահմանային օգտակարության տեսությունը,

դ) նվազող սահմանային օգտակարության տեսությունը:

1.19. Սահմանային օգտակարության տեսության ներկայացուցիչները, տարբերելով արժեքը օգտակարությունից, ընդգծել են.

ա) բացարձակ և բնածին օգտակարություն,

բ) վերացական և որոշակի օգտակարություն,

գ) հարաբերական և որոշակի օգտակարություն,

դ) բացարձակ և հարաբերական օգտակարություն:

1.20. Ապրանքի, մարդու այս կամ այն պահանջմունքի բավարարման հատկությունը կոչվում է.

ա) վերացական (բնածին) օգտակարություն,

բ) որոշակի օգտակարություն,

գ) բացարձակ օգտակարություն,

դ) հարաբերական օգտակարություն:

1.21. Ապրանքի հատկության սուբյեկտիվ գնահատականը (կախված տվյալ բարիքի առկա քանակից, դրա նկատմամբ պահանջմունքի աստիճանից և արտադրության ծախսերի մակարդակից) ցույց է տալիս դրա.

ա) վերացական օգտակարությունը,

բ) որոշակի օգտակարությունը,

գ) բացարձակ օգտակարությունը,

դ) հարաբերական օգտակարությունը:

1.22. Նվազող սահմանային օգտակարության օրենքի պահանջի համաձայն, եթե այս կամ այն ապրանքը բավարարում է որոշակի պահանջարկ, ապա որոշակի սահմանային կետից հետո, որքան էլ ցածր լինի գինը, նորը ունենալու ձգտումը.

ա) մնում է անփոփոխ,

բ) աստիճանաբար աճում է,

գ) աստիճանաբար նվազում է կամ հավասարվում է 0-ի,

դ) կարող է և՛ աճել, և՛ նվազել:

1.23. Գների կատարած ո՞ր գործառույթն է ավելի շատ հնարավորություն ընձեռում որոշել սպառողական տարբեր արժեքներ ունեցող ապրանքների արտադրության վրա կատարած ծախսումները և դրանք ելակետային հիմք դարձնել մակրոմակարդակի ու միկրոմակարդակի արժեքային ցուցանիշների հաշվարկմամբ տնտեսական համակարգի հաշվեկշռվածության ապահովման համար.

ա) պահանջարկի և առաջարկի հավասարակշռության կարգավորման գործառնությունը,

բ) խթանման գործառնությունը,

գ) հաշվառման և կարգավորման գործառնությունը,

դ) բաշխման և վերաբաշխման գործառնությունը:

1.24. Վերարտադրության գործընթացի բոլոր կողմերի անընդհատության և զարգացման ապահովման (որը պետք է ուղեկցվի իրացման ծավալի ընդլայնմամբ, ինքնարժեքի իջեցմամբ, արտադրանքի որակի բարձրացմամբ, ԳՏԱ-ի ներդրմամբ ու արդյունավետ օգտագործմամբ՝ ճիշտ արտացոլելով ապրանքի վրա կատարված ծախսերի ու գնի մակարդակը) գործում մեծ դեր է կատարում գների.

ա) հաշվառման և կարգավորման գործառնությունը,

բ) խթանման գործառնությունը,

գ) բաշխման և վերաբաշխման գործառնությունը,

դ) պահանջարկի և առաջարկի հավասարակշռության կարգավորման գործառնությունը:

1.25. Երբ որոշակի փոխկապվածություն է ստեղծվում շուկայական գների և աշխատավարձի համակարգի միջև, (ազգային եկամտի սկզբնային բաշխման հարաբերությունների կարգավորման ընթացքում) հանդես է գալիս գների.

ա) խթանման գործառնությունը,

բ) բաշխման գործառնությունը,

գ) վերաբաշխման գործառնությունը,

դ) հաշվառման գործառնությունը:

1.26. Գների և ֆինանսական լծակների միջև եղած փոխկապվածությամբ դրսևորվում է.

ա) խթանման գործառնությունը,

բ) վերաբաշխման գործառնությունը,

գ) բաշխման գործառնությունը,

դ) հաշվառման գործառնությունը:

1.27. Գների վերաբաշխման գործառնությունը դրսևորվում է.

ա) գների և ֆինանսական լծակների միջև եղած փոխկապվածությամբ,

բ) ազգային եկամտի սկզբնական բաշխման հարաբերությունների կարգավորման ընթացքում,

գ) շուկայական գների և աշխատավարձի համակարգի փոխկապակցվածությամբ,

դ) պետության կողմից մշակված օրենսդրական ակտերի և նորմատիվների պահանջներից դուրս:

1.28. Ազգային եկամտի սկզբնային բաշխման հարաբերությունների կարգավորման ընթացքում հանդես է գալիս գների.

ա) բաշխման գործառնությունը,

բ) խթանման գործառնությունը,

գ) վերաբաշխման գործառնությունը,

դ) հաշվառման գործառնությունը:

1.29. Արժեքը, լինելով եկամուտների հանրագումար, վերջնականապես ձևավորվում է.

ա) արտադրության գործընթացում,

բ) բաշխման գործընթացում,

գ) փոխանակության գործընթացում,

դ) բոլոր պատասխանները սխալ են:

1.30. Նշված տարբերակներից ո՞րը չի գործում կամ ուղեկցվում գների խթանման գործառնության կատարման ժամանակ

ա) ինքնարժեքի իջեցումը,

բ) արտադրանքի որակի բարձրացումը,

գ) ԳՏԱ-ի նվաճումների կիրառումը,

դ) ինքնարժեքի բարձրացումը:

1.31. Գների վերաբաշխման գործառնությունը դրսևորվում է.

ա) գների և ֆինանսական լծակների փոխկապվածությամբ,

բ) գների և աշխատավարձի համակարգի փոխկապակցվածությամբ,

գ) գների և ռենտային վճարների փոխկապակցվածությամբ,

դ) աշխատողների թվի կրճատմամբ:

1.32. Գների բաշխման գործառնությունը դրսևորվում է.

ա) արտադրության արդյունավետության բարձրացմամբ,

բ) շուկայական գների և աշխատավարձի համակարգի փոխկապակցվածությամբ,

գ) ֆինանսական լծակների փոփոխությամբ,

դ) ռենտային վճարների կրճատմամբ:

1.33. Թվարկվածները ո՞րն է, որ գնագոյացման տեսությունների վերլուծության ժամանակ չեն օգտագործել.

- ա) արժեքը դիտվում է որպես արտադրության գործոններից յուրաքանչյուրի եկամուտների հանրագումար,
- բ) արժեքը ձևավորվում է փոխանակության գործընթացում,
- գ) արժեքի մակարդակը փոփոխվում է բազմաթիվ օբյեկտիվ և սուբյեկտիվ գործոնների ազդեցությամբ,
- դ) արժեքը միշտ գնի մակարդակից բարձր է:

1.34. Ապրանքադրամական հարաբերություններով է պայմանավորված այն, որ արտադրության գործոններից յուրաքանչյուր փոփոխությունն ազդում է փոխանակության գործընթացի վրա, որն հատկապես արտահայտվում է.

- ա) գների մակարդակի փոփոխությամբ,
- բ) միայն առաջարկի կայունությամբ,
- գ) պահանջարկի փոփոխությամբ,
- դ) գների մակարդակի կայունությամբ:

1.35. Գինը, լինելով ապրանքի արժեքի դրամական արտահայտությունը, միաժամանակ դիտվում է.

- ա) փողի նկատմամբ փոխանակային հարաբերության ցուցանիշ,
- բ) աշխատանքի նկատմամբ փոխանակային հարաբերության ցուցանիշ,
- գ) կապիտալի փոխանակային հարաբերության ցուցանիշ,
- դ) մեկ այլ գործոնային փոխանակային հարաբերության ցուցանիշ:

1.36. Գինը զանազան ապրանքները հավասարեցնելով փողի տարբեր քանակությանը, միաժամանակ ցույց է տալիս այն քանակական հաշվեկշռվածությունը, որով դրանք.

- ա) փոխանակվում են փողով,
- բ) արտադրվում են,
- գ) բաշխվում են,
- դ) փոխանակվում են ապրանքով:

1.37. Քանի որ ապրանքների քանակն ու գնողունակ պահանջարկը տվյալ դեպքում կարող է մի ակնթարթ միայն հավասարվել, ուստի շուկայական տնտեսության պայմաններում գնի և արժեքի համընկնումը.

- ա) պատահական երևույթ է,
- բ) օրինաչափ երևույթ է կամ որպես օրինաչափություն կարելի է ընդունել,

- գ) շատ երկար ժամանակ կարող է պահպանվել,
- դ) պատահական երևույթ չէ:

1.38. Գնագոյացման վրա ազդող գործոնների հետազոտության միջոցով չենք պարզում.

- ա) ինչպիսի կապ գոյություն ունի գնի փոփոխության և պետության կողմից վարած, տնտեսական քաղաքականության միջև,
- բ) շուկայական գների փոփոխության աստիճանը,
- գ) ինչ գործոնների ազդեցության միջոցով են գները շեղվում արժեքից,

դ) գների մակարդակը չձևավորող գործոնները:

1.39. Քանի որ արժեքը ձևավորվում է արտադրության բոլոր գործոնների օգտագործման դիմաց ստացվող եկամուտներով, ուստի դրանք էլ պետք է դիտել.

- ա) գնի մակարդակը ձևավորող գործոններ,
- բ) գինն արժեքից շեղող գործոններ,
- գ) տնտեսական քաղաքականության հետ կապված գործոններ,
- դ) տնտեսական քաղաքականության հետ չկապված գործոններ:

1.40. Ցանկացած արտադրության կազմակերպման հիմնական պայմանը մարդու ֆիզիկական ու մտավոր կարողությունների ամբողջությունն է, աշխատանք կատարելու նրա ունակությունը, որի համար էլ գնի մակարդակի ձևավորման ժամանակ դա կոչվում է.

- ա) աշխատանքի գործոն,
- բ) գինն արժեքից շեղող գործոն,
- գ) տնտեսական քաղաքականության հետ կապված գործոն,
- դ) կապիտալի գործոն:

1.41. Աշխատանքի գործոնի օգտագործման դիմաց կատարվող ամբողջ վճարները՝ որպես աշխատուժի օգտագործման գին.

- ա) ամբողջությամբ ներառվում են գնի մեջ,
- բ) ամբողջությամբ չեն ներառվում գնի մեջ,
- գ) 1/2-ի չափով են ներառվում գնի մեջ,
- դ) երբեմն գնի մեջ չեն ներառվում:

1.42. Աշխատանքի գործոնի օգտագործման դիմաց կատարվող վճարները դիտվում են որպես.

- ա) ապրանքի գին,
- բ) աշխատուժի օգտագործման գին,

- գ) կապիտալի օգտագործման գին,
- դ) բոլոր գործոնների օգտագործման գին:

1.43. Ցանկացած ապրանքի արտադրության գործընթացում որքան շատ աշխատուժ օգտագործվի և որքան բարձր լինի նրանց կրթական, մասնագիտական ունակությունների աստիճանը, այնքան գնի կազմում.

- ա) ցածր կամ քիչ կլինի աշխատանքի ծախսումների բաժինը,
- բ) գնի կազմում չեն ընդգրկվի աշխատանքային ծախսումները,
- գ) մեծ կլինի աշխատանքային ծախսումների բաժինը,
- դ) աշխատանքային ծախսումները աստիճանաբար կհավասարվեն 0-ի:

1.44. Կապիտալի գործոնը, դա.

- ա) գինն արժեքից շեղող գործոն է,
- բ) գնի մակարդակը պայմանավորող գործոն է,
- գ) տնտեսական քաղաքականության հետ կապված գործոն է,
- դ) թվարկվածներից ոչ մեկի կազմի մեջ չեն ընդգրկում:

1.45. Այն գործոնը, որի շնորհիվ ձևավորվում է աշխատանքի՝ աշխատանքի առարկաների և աշխատանքի միջոցների ամբողջությունը, կոչվում է.

- ա) աշխատանքի գործոն,
- բ) կապիտալի գործոն,
- գ) հողի գործոն,
- դ) բնական գործոն:

1.46. Աշխատանքի առարկաների գծով կատարվող ծախսումները դիտվում են որպես գնի ձևավորման.

- ա) ուղղակի ծախսումներ,
- բ) անուղղակի ծախսումներ,
- գ) հաստատուն ծախսումներ,
- դ) ընդհանուր ծախսումներ:

1.47. Աշխատանքի միջոցների ծախսումները գնի կազմում ներառվում են որպես.

- ա) ուղղակի ծախսումներ,
- բ) անուղղակի ծախսումներ,
- գ) ընդհանուր ծախսումներ,
- դ) հաստատուն ծախսումներ:

1.48. Արտադրության ո՞ր բնագավառում է, որ արտադրանքի գնի ձևավորման ժամանակ հաշվի են առնում նաև հողի գործոնը.

- ա) գյուղատնտեսական արտադրանքների արտադրության ժամանակ,
- բ) արդյունաբերական արտադրանքների արտադրության ժամանակ,
- գ) տրանսպորտային փողադրումների ժամանակ,
- դ) կապի ծառայությունների մատուցման ժամանակ:

1.49. Հողի օգտագործման դիմաց կատարվող վճարները ընդգրկվում են.

- ա) աշխատավարձի մեջ,
- բ) գնի մակարդակը պայմանավորող գործոնների մեջ,
- գ) գինն արժեքից շեղող գործոնների մեջ,
- դ) տնտեսական քաղաքականության հետ կապված գործոնների կազմում:

1.50. Բնակլիմայական պայմանները գնի մակարդակի վրա ազդում են.

- ա) ուղղակիորեն,
- բ) անուղղակիորեն,
- գ) ամբողջությամբ հավասարվելով 0-ի,
- դ) թվարկվածները սխալ են:

1.51. Արտադրված արտադրանքների գների մակարդակի վրա ազդող այն ծախսերը, որոնք կատարվում են դրանց երկրի տարբեր շրջանների միջև բաշխման կազմակերպման ժամանակ տնտեսագիտության մեջ դիտարկվում են որպես.

- ա) աշխատանքային գործոն,
- բ) աշխարհագրական գործոն,
- գ) բնական գործոն,
- դ) կապիտալի գործոն:

1.52. Արտադրված արտադրանքների գների մակարդակների վրա ազդող այն ծախսերը, որոնք կատարվում են դրանք երկրի տարբեր շրջանների միջև բաշխման կազմակերպման ժամանակ, տնտեսագիտության մեջ դիտարկվում են որպես.

- ա) գինն իջեցնող գործոն,
- բ) գնի մակարդակը պայմանավորող գործոն,
- գ) տնտեսական քաղաքականության հետ կապված գործոն,

դ) արժեքի փոքրացնող գործոն:

1.53. Գնի մակարդակը պայմանավորող գործոնների հետ կապված՝ առանձին ծախսերի մակարդակը բնութագրվում է համապատասխան արտադրական գործառույթներով, որը կարելի է արտահայտել.

ա) $Q = \Phi (U, Y, P, U_2)$,

բ) $Q = \Phi (U, Y, Z, U_2)$,

գ) $Q = \Phi (U, Y, Z)$,

դ) $Q = \Phi (U, Y, U_2)$:

1.54. Գնի մակարդակի հետ կապված՝ արտադրական գործառույթը ցույց է տալիս յուրաքանչյուր արտադրանքի արտադրության համար կազմակերպության կամ ձեռնարկության կողմից կատարված.

ա) ծախսերի նվազագույն չափը,

բ) ծախսերի առավելագույն չափը,

գ) վճարումների նվազագույն չափը,

դ) վճարումների առավելագույն չափը:

1.55. Արտադրանքի արտադրության ծավալի փոփոխման հետևանքով.

ա) փոփոխվում են փոփոխուն ծախսերը,

բ) փոփոխվում են հաստատուն ծախսերը,

գ) չեն փոփոխվում փոփոխուն ծախսերը,

դ) չեն փոփոխվում բոլոր ծախսերը:

1.56. Շուկայական տնտեսության պայմաններում գնի մակարդակը պայմանավորող գործոնները.

ա) չեն ազդում արտադրանքի արտադրության մասշտաբների վրա,

բ) ազդում են նաև արտադրանքի արտադրության մասշտաբների վրա,

գ) ազդում են նաև հաստատուն ծախսերի վրա,

դ) չեն ազդում արտադրանքի ծախսերի վրա:

1.57. Արտադրանքի սպառողական հատկանիշների փոփոխությունները համարվում են.

ա) գնի մակարդակը պայմանավորող գործոններ,

բ) գինն արժեքից չեղող գործոններ,

գ) տնտեսական քաղաքականության հետ կապված գործոններ,

դ) դրամավարկային քաղաքականության հետ կապված գործոններ:

1.58. Պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության փոփոխությունները համարվում են.

ա) արժեզույացնող գործոններ,

բ) գինն արժեքից չեղող գործոններ,

գ) տնտեսական քաղաքականության հետ կապված գործոններ,

դ) հարկաբյուջետային քաղաքականության հետ կապված գործոններ:

1.59. Սոցիալական խնդիրները համարվում են.

ա) գինն արժեքից չեղող գործոններ,

բ) արժեզույացնող գործոններ,

գ) տնտեսական քաղաքականության հետ կապված գործոններ,

դ) արտադրության գործոններ:

1.60. Ճիշտ է արժեքը ձևավորվում է արտադրության և շրջանառության գործընթացում, սակայն դրա օգտակարության աստիճանը բացահայտվում և գնահատվում է.

ա) միայն շուկայում, որտեղ ձևավորվում է փոխանակային արժեքը,

բ) բաշխման հարաբերությունների ժամանակ,

գ) վերաբաշխման հարաբերությունների ժամանակ,

դ) թվարկված պառասխանները սխալ են:

1.61. Արժեքից գների շեղման գործոնը տնտեսագիտության բնագավառում առավել հանգամանորեն հետազոտել և լուսաբանել է անգլիացի հայտնի տնտեսագետ.

ա) Ա. Մարշալը,

բ) Վ. Պետիոն,

գ) Դ. Ռիկարդոն,

դ) Ժ. Սեյը:

1.62. Ո՞ր տնտեսագետն է, որ ընդունելով սահմանային օգտակարության տեսության միակողմանիությունը, դրան միացրեց նաև սպառողական շուկայում պահանջարկի և առաջարկի փոխհարաբերակցության փոփոխությունը (որն ազատ մրցակցության այմաններում ազդում է գնի արժեքից շեղման վրա).

ա) Ա. Մարշալը,

բ) Ժ. Սեյը,

գ) Դ. Ռիկարդոն,

դ) Վ. Պետին:

1.63. Որքան բարձրանում է ապրանքի օգտակարության աստիճանը, այնքան, դրա որակական հատկանիշների բարելավմանը զուգընթաց.

ա) գները չեն շեղվում արժեքից,

բ) գները հավասարվում են արժեքին,

գ) գներն ավելի մեծ չափով են շեղվում արժեքից,

դ) գները շատ աննշան չափով են շեղվում արժեքից:

1.64. Որքան փոքրանում է ապրանքի օգտակարության աստիճանը, այնքան, դրա որակական հատկանիշների նվազմանը զուգընթաց.

ա) գներն ավելի փոքր չափով են շեղվում արժեքից,

բ) գներն ավելի մեծ չափով են շեղվում արժեքից,

գ) գները փոփոխության չեն ենթարկվում,

դ) գները հավասարվում են 0-ի:

1.65. Պահանջարկի և առաջարկի միջև համապատասխանություն ստեղծելու նպատակով, գները կարելի է օգտագործել թվարկված դեպքերում, բացի մեկից.

ա) երբ հնարավոր չէ ապրանքի արտադրությունն անմիջապես ընդունել և հավասարեցնել պահանջարկին,

բ) երբ պահանջարկը ոչ միայն բավարարված է, այլև՝ հագեցված (այսինքն՝ արտադրված է ավելի, քան անհրաժեշտ է),

գ) երբ որոշ ապրանքներ ունեն արտադրության և իրացման սեզոնային բնույթ,

դ) երբ պահանջարկը հավասար է առաջարկին:

1.66. Տնտեսության կայունացման համար անհրաժեշտ ամեն մի գործունեություն, ինչպես նաև գնագոյացման ռազմավարությունը սկսվում է.

ա) որոշակի նպատակային խնդիրների որոշումից և ավարտվում այդ նպատակների իրականացման համար անհրաժեշտ կառուցակարգերի մշակումով,

բ) որոշակի նպատակային խնդիրների որոշումից և ավարտվում դրանով,

գ) նպատակների իրականացմամբ և ավարտվում այլ նպատակային խնդիրների որոշմամբ,

դ) նպատակների իրականացման համար անհրաժեշտ կառուցակարգերի մշակմամբ:

1.67. Գնագոյացման ռազմավարության նպատակային խնդիրների մշակումը.

ա) միանգամյա բնույթ ունի,

բ) միանգամյա բնույթ չունի,

գ) կատարվում է 10-15 տարին մեկ անգամ,

դ) կատարվում է 3-5 տարին մեկ անգամ:

1.68. Մրցակցության միջավայրի փոփոխության, արտադրության ռազմավարության կառուցվածքային տեղաշարժերի, նոր արտադրատեսակների յուրացման, ծախսերի փոփոխության, կառավարության կողմից նոր տնտեսական, հարկաբյուջետային ու վարկաբյուջետային և մաքսային քաղաքականության հետ կապված փոփոխությունների հետևանքով գնագոյացման ռազմավարության նպատակային խնդիրները.

ա) վերանայվում և լրացվում են,

բ) չեն փոփոխվում,

գ) մշտապես վերանայվում և փոփոխվում են,

դ) թվարկվածները սխալ են:

1.69. Տնտեսության տարբեր բնագավառներում գների փոփոխության աստիճանով, իրացնող սուբյեկտների կողմի ստացված շահույթը, ապրանքների վրա պարբերաբար սահմանվող զեղչերի մակարդակներով, գների հարկադրաբար իջեցման կամ բարձրացման չափով է պայմանավորված գնագոյացման ռազմավարության.

ա) արդյունավետությունը,

բ) նպատակների չափը,

գ) տնտեսության վիճակը,

դ) վերը թվարկվածները միասին:

1.70. Առանձին կազմակերպությունների գործունեության շրջանակներում գնագոյացման ռազմավարության նպատակային խնդիրները.

ա) տարբեր են,

բ) միանման են կամ չեն տարբերվում,

գ) փոփոխվում են միաժամանակ,

դ) չեն փոփոխվում մեկը մյուսից անկախ կամ առանձին-առանձին:

1.71. Այն եկամուտը, որը վաճառողը կարող է ստանալ, իրացված ապրանքների դիմաց ընդհանուր ծախսերը հանելուց հետո, հավասար է՝.

- ա) հարաբերական շահույթին,
- բ) բացարձակ շահույթին,
- գ) տնտեսական շահույթին,
- դ) հաշվապահական շահույթին:

1.72. Վաճառված մեկ միավոր ապրանքի իրացման դիմաց, ծախսերը հանելուց հետո, ֆիրման ստանում է.

- ա) հարաբերական շահույթ,
- բ) բացարձակ շահույթ,
- գ) տնտեսական շահույթ,
- դ) հաշվապահական շահույթ:

1.73. Երբ շուկայում իրացման առանձին ուղիների միջև գները սահմանելու նպատակով համաձայնություններ են կնքվում արտադրողների, մեծածախ կամ մանրածախ առևտրի կազմակերպությունների միջև, կարող է տեղի ունենալ.

- ա) գների հորիզոնական հաստատագրում,
- բ) ուղղահայաց հաստատագրում,
- գ) ինքնարժեքից ցածր գնի սահմանում,
- դ) խտրական գների արգելում:

1.74. 1936-ին ընդունված Ռոբինսոն-Պատմանի օրենքով մրցակցության սահմանափակման պրակտիկան և գնային խտրականությունն արգելվում էին նաև

- ա) առևտրի բնագավառում,
- բ) կրթության համակարգում,
- գ) արտադրական ոլորտում,
- դ) արտասահմանում:

1.75. Ո՞ր օրենքով էր արգելվում մրցակցության սահմանափակում կիրառել իրացման, գնային խտրականության, տնտեսավարող սուբյեկտների միավորման պայմանագրերի որոշակի տեսակների կնքման ժամանակ.

- ա) Քլեյթոնի օրենքը,
- բ) Պահանջարկի օրենքը,
- գ) Առաջարկի օրենքը,
- դ) Դաշնային առևտրական սպառողական ապրանքների գների մասին օրենքը:

1.76. Երբ արտադրողները կամ մեծածախ առևտրով զբաղվողները վերահսկում են իրենց ապրանքների ու ծառայությունների մանրածախ գները, կարող է տեղի ունենալ.

- ա) գների ուղղահայաց հաստատագրում,
- բ) հորիզոնական հաստատագրում,
- գ) խտրական գների արգելում,
- դ) ինքնարժեքից ցածր գների սահմանում:

ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՀԱՍԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

«ապրանք»	«ծեռնարկատիրություն»
«փող»	«աշխատուժ»
«արժեք»	«աշխատանքի միջոցներ»
«սպառողական արժեք»	«աշխատանքի առարկաներ»
«շուկա»	«շահույթ»
«աշխատանք»	«պահանջարկ»
«գին»	«առաջարկ»
«առարկայացած աշխատանք»	«սահմանային օգտակարություն»
«արտադրության գործոններ»	«նվազող սահմանային օգտակարություն»
«աշխատանքային պաշար»	«մեծածախ առևտուր»
«կապիտալ»	«մանրածախ առևտուր»

ԳԼՈՒԽ 2

ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՄԱՆ ՄԵԹՈԴԱԲԱՆԱԿԱՆ ՀԻՄՈՒՆՔՆԵՐԸ

2.1. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՄԱՆ ՄԵԹՈԴԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ, ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅԱՆ ԱՌԱՐԿԱՆ ԵՎ ՆՇԱՆԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ

Տնտեսական գիտությունը ցանկացած հետազոտության ընթացքում հենվում է աշխարհի ճանաչողության մատերիալիստական–դիալեկտիկական մեթոդի վրա, ունի հետազոտվող երևույթին սկզբունքորեն մոտենալու իր եղանակները, երևույթների ուսումնասիրման մեթոդների ամբողջությունը, որոնք արտացոլում են հետազոտվող օբյեկտին բնորոշ առանձնահատկություններն ու էական գծերը: Յուրաքանչյուր գիտության կողմից տնտեսական այս կամ այն երևույթի ու գործընթացի հետազոտման մեթոդների և սկզբունքների ամբողջությունը կազմում է տվյալ գիտության մեթոդաբանությունը⁹:

Գնագոյացումը՝ որպես ինքնուրույն տնտեսագիտական գիտություն, ունի իր ուսումնասիրության օբյեկտը, այն է՝ տնտեսության մեջ ապրանքադրամական հարաբերությունների գործընթացը, որն անչափ կարևոր է տնտեսական համակարգի արտադրական հարաբերությունների զարգացման, բնակչության կենսապայմանների բարելավման և տնտեսության զարգացումը կայունացնելու համար:

Գնագոյացման տեսության առարկան ուսումնասիրում է տնտեսական համակարգի ապրանքադրամական հարաբերություններին բնորոշ օրինաչափությունները, պահանջարկի և առաջարկի օրենքի պահանջները, որոնք գնագոյացման համապատասխան սկզբունքների ու մեթոդների միջոցով հաշվի են առնվում առանձին արտադրանքների մեծածախ և մանրածախ գները սահմանելիս:

Գնագոյացման մեթոդաբանության հիմքում ընկած է գների ձևավորման մեթոդներն ու սկզբունքները: Գնագոյացման մեթոդները

հնարավորություն են տալիս մշակել պրակտիկ երաշխավորություններ և այնպիսի կարևոր կառուցակարգեր, նորմատիվ ակտեր, որոնք կարևոր են գնագոյացման ռազմավարության իրականացման համար:

Ժամանակակից պայմաններում մշակված են և լայն կիրառություն են ստացել նորագույն արտադրանքների գծով գների մշակման առաջանցիկ մեթոդներ, գների ձևավորման համար արտադրության միջին ծախսերի գնահատման նոր եղանակներ՝ հաշվի առնելով առանձնահատուկ նշանակություն ունեցող բնական աշխարհագրական գործոնները:

Գնագոյացման մասին գիտությունն ուսումնասիրում է գների ձևավորման գործընթացն ամբողջ տնտեսության մասշտաբով՝ ելնելով տնտեսավարման ձևաչափի առանձնահատկություններից, որոնք բնորոշ են տվյալ երկրի տնտեսությանը: Այն հետազոտում է գների շարժի և փոփոխման օրինաչափությունները, դրանց անհրաժեշտությունը՝ կապված միկրոտնտեսական և մակրոտնտեսական ցուցանիշների հաշվարկման, սոցիալ-տնտեսական ծրագրերի մշակման, ապրանքադրամական հարաբերություններին բնորոշ առանձնահատկությունների բացահայտման հետ: Դա գիտություն է շուկայական տնտեսության պայմաններում պահանջարկի և առաջարկի օրենքի պահանջներին համապատասխան առաջացած սոցիալ-տնտեսական հիմնախնդիրները լուծելու, հարկաբյուջետային բնագավառում հիմնավոր քաղաքականություն ծավալելու, տնտեսության մասշտաբով ապրանքաշրջանառությունը կարգավորելու մասին:

Շուկայական տնտեսության պայմաններում գնագոյացման գիտությունն առաջնակարգ տեղ է զբաղեցնում տնտեսագիտության գիտությունների համակարգում: Այն նպաստում է ամբողջ տնտեսական համակարգի զարգացմանը՝ ապրանքադրամական հարաբերությունների կատարելագործման ու կարգավորման, շուկայական հարաբերությունների զարգացման, արտադրության խթանման և բաշխման հարաբերությունների կատարելագործման միջոցով:

Գնագոյացման միջոցով տնտեսության զարգացումը և բնակչության կենսապայմանների բարելավումը գործնականում իրականացվում է պահանջարկի ու առաջարկի հարաբերակցության կարգավորման, գների խթանող գործառույթի ըստ ամենայնի գնահատ-

⁹ А. С. Базданикин. Цены и ценообразование. Учебное пособие, 2-ое издание, переработанное и дополнение Москва, ЮРАЙТ, Высшее образование, 2010г., стр. 29.

ման շնորհիվ՝ դրանց զարգացման առանձնահատկություններին համապատասխան:

Հայտնի է, որ ողջ տնտեսական համակարգը կազմված է բազմաթիվ ճյուղերից ու բնագավառներից, որոնցից յուրաքանչյուրը միավորում է սեփականության տարբեր ձևերի վրա հիմնված արտադրության և ծառայությունների ոլորտի հարյուր հազարավոր ձեռնարկություններ ու կազմակերպություններ, դրանց գործունեությունն սպասարկող, ինչպես նաև ստեղծված նյութական բարիքները փոխադրող և իրացնող հազարավոր հիմնարկներ ու կազմակերպություններ: Այդ ճյուղերից ու բնագավառներից յուրաքանչյուրն ունի զարգացման իր ներքին օրինաչափությունները: Դրանք ուսումնասիրվում ու բացահայտվում են որոշակի տնտեսագիտական գիտությունների կողմից, որոնց շարքում առանձնահատուկ տեղ ունի գնագոյացումը:

Գնագոյացումը՝ որպես ինքնուրույն տնտեսագիտական գիտություն, ոչ միայն հաշվի է առնում այդ ճյուղերի ու բնագավառների զարգացման օրինաչափությունները, դրանց բնորոշ առանձնահատկությունները, այլև այդ ճյուղերն ու բնագավառները դիտում է պահանջարկի և առաջարկի օրենքից բխող կապերի ու համամասնությունների մեջ, ձևավորված մեծածախ ու մանրածախ գների միջոցով, ուղղություն ու ընթացք է տալիս դրանց ներդաշնակ զարգացմանը:

Հետազոտությունները փաստում են, որ եթե առանձին տնտեսագիտական գիտություններ իրենց հետազոտությունները կատարում են միայն համապատասխան ճյուղի շրջանակներում և ղեկավարվում են այդ ճյուղերին բնորոշ օրինաչափություններով, ապա գնագոյացումը հավասարապես հետազոտում է ինչպես արտադրական ոլորտի, այնպես էլ ոչ արտադրական ոլորտի բոլոր ճյուղերի զարգացման սկզբունքները, ուղիներն ու մեթոդները, պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության արդյունքները կատարյալ և ոչ կատարյալ շուկաների պայմաններում, որոնց հիման վրա ձևավորված մեծածախ և մանրածախ գների մակարդակը ինքնին բնութագրում է այդ շուկաներից յուրաքանչյուրի հետագա զարգացման օրինաչափությունները:

Գնագոյացման գիտության բնորոշ առանձնահատկությունն այն է, որ գնագոյացման կառուցակարգի միջոցով բացահայտվում են պաշարների առանձին տեսակների գների ձևավորման և վերջնա-

կան արտադրանքների գների ձևավորմամբ պայմանավորված միջ-ճյուղային և ներճյուղային կապերը:

Ապրանքադրամական հարաբերություններով պայմանավորված գնագոյացման ձևավորման գործընթացը նախ կազմում է տվյալ երկրի սոցիալ-տնտեսական քաղաքականության բաղկացուցիչ մասը:

Երկրորդ՝ գնագոյացման կազմակերպման մակարդակով են պայմանավորված նաև գիտատեխնիկական առաջընթացի արագացումը, առանձին ճյուղերի ու բնագավառների համամասնական զարգացումը, նյութական, աշխատանքային, ֆինանսական և բնական պաշարների խնայողաբար օգտագործումը և բնակչության կենսամակարդակի մշտական բարձրացումը:

Երրորդ՝ գնագոյացման գործընթացի կազմակերպման կարևոր նշանակությունը շուկայական տնտեսության պայմաններում արտահայտվում է նաև այն բանում, որ տնտեսության, դրա առանձին ճյուղերի ու արտադրությունների աշխատանքային գործունեության տնտեսական խթանման համակարգում առանձնահատուկ նշանակություն ունեն շահույթի չափը և շահութաբերության մակարդակը, որոնք սերտ կապի մեջ են արտադրանքների մեծածախ և մանրածախ գների մակարդակների հետ:

Չորրորդ՝ գնագոյացման ձևավորման գործընթացի կազմակերպման միջոցով է իրականացվում հարկաբյուջետային քաղաքականությունը, որն անչափ կարևոր է վերարտադրության անընդհատությունն ապահովելու, բյուջետային հիմնարկների գործունեությունը արդյունավետ ձևով կազմակերպելու, բնակչության կենսապայմանները բարելավելու համար: Հաշվի առնելով սոցիալ-տնտեսական բնագավառում գնագոյացման ունեցած կարևորությունը՝ տնտեսական, արտադրական հարաբերությունների զարգացումն ուղեկցվում է գնագոյացման կազմակերպման, մասնավորապես՝ գների համակարգի կատարելագործմամբ:

Որպեսզի գների համակարգը կատարի կարևոր տնտեսական լծակի իր գործառնությունը, պետք է ճշտորեն արտացոլի պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցությունը, մշտապես վերանայվի և կատարելագործվի՝ կապված արտադրության պայմանների, պաշարների արդյունահանման, պատրաստի արտադրանքների իրացման, մրցակցության, շուկայի տեսակների փոփոխության, հարկաբյուջետային քաղաքականության և կառավարության կողմից

սոցիալ-տնտեսական խնդիրների լուծման նպատակով նոր որոշումների ընդունման հետ:

Գների համակարգի պարբերաբար կատարելագործումն օբյեկտիվ օրինաչափություն է և պայմանավորված է տնտեսական համակարգի բոլոր ոլորտներում տեղի ունեցող սոցիալ-տնտեսական առաջադիմական տեղաշարժերով: Գների համակարգի պարբերաբար կատարելագործման համար պահանջվում է աստիճանաբար բարձրացնել բնակչության և մասնավորապես՝ համապատասխան մարմինների ու գերատեսչությունների աշխատակիցների՝ գնագոյացման տեսության իմացության աստիճանը:

2.2. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՄԱՆ ՄԵԹՈԴՆԵՐԸ

Ցանկացած երկրի տնտեսությունը զարգանում է իրեն յուրահատուկ զարգացած ապրանքային արտադրությանը բնորոշ օրենքներով, օրինաչափություններով և ձևերով: Այդ օրենքների և օրինաչափությունների ուսումնասիրությունները առանձին ժամանակահատվածներում հնարավորություն են տալիս բացահայտել այդ ժամանակաշրջանի առանձնահատկությունները, տնտեսական երևույթների վրա ազդող գործոնների փոփոխությունները¹⁰:

Գնագոյացման կազմակերպման գործընթացը գնահատելու, տնտեսության վրա գների հիմնական գործառույթների ազդեցությունը պարզելու համար անհրաժեշտ է ունենալ գնագոյացման օրինաչափությունների ու գործառույթների հետազոտության, դրանց նշանակության պարզաբանման որոշակի սկզբունքներ ու մեթոդներ: Առանց այդ սկզբունքների ու մեթոդների խորը իմացության հնարավոր չէ պարզել պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության ու գնագոյացման միջև գոյություն ունեցող օրինաչափությունները, գնագոյացման վրա ազդող գործոնների, գնաճի հետևանքով բնակչության կենսապայմանների փոփոխությունները և այլն: Ինչպես տնտեսագիտական մյուս գիտությունները, այնպես էլ գնագոյացումը, առաջադրված նպատակային խնդիրներ լուծելիս առաջնորդվում է տնտեսագիտության կողմից բացահայտված համ-

ընդհանուր և յուրահատուկ տնտեսական օրենքների, սկզբունքների ու մեթոդների պահանջներով:

Գնագոյացման կազմակերպման նպատակով օգտագործվող մեթոդներից առաջնային նշանակություն ունի ծախսային մեթոդը, որի հիմնական պահանջն է տնտեսության մասշտաբով սակավ ապահովված պաշարների արտադրության, փոխադրման գործընթացներում կատարված ծախսումները այնպես հաշվարկել և գնահատել, որ ստացված վերջնական արդյունքներով հնարավոր լինի լուծել պետության կողմից առաջադրված սոցիալ-տնտեսական խնդիրները:

Հայտնի է, որ շուկայական տնտեսության պայմանները, արտադրանքի և ծառայությունների գները վերջնականապես ձևավորվել են շրջանառության ոլորտում, պահանջարկի և առաջարկի օրենքի պահանջներին համապատասխան, շուկայում առաջացած հարաբերակցության, ինչպես նաև գների պետական կարգավորման միջոցով: Սակայն արտադրանքների և ծառայությունների գների ձևավորման գործընթացը ամենից առաջ կապվում է բուն արտադրության գործընթացում իրացվող արտադրանքի ու ծառայությունների գործընթացների կազմակերպման հետ: Ուստի, պահանջվում է, գնագոյացման ծախսային մեթոդի պահանջներին համապատասխան, հետազոտել արտադրության կազմակերպման համար անհրաժեշտ պաշարների արդյունահանման, փոխադրման հետ կապված ծախսերը, ինչպես նաև տնտեսական քաղաքականության և մասնավորապես՝ հարկային քաղաքականության հիմնահարցերը, որոնց հիման վրա հաշվարկվում են այդ պաշարների գները:

Տնտեսական պաշարների գների, ինչպես նաև արտադրության գործընթացի կազմակերպման հետ կապված այլ անհրաժեշտ ծախսումների հիման վրա հաշվարկվում են ձեռնարկության, կազմակերպության, ընկերության գործունեության վերջնական արդյունքները՝ ելնելով իրացման շուկայական գների մակարդակից:

Ասվածից հետևում է, որ կազմակերպության, ձեռնարկության կողմից շուկա հանվող ապրանքների և ստացված վերջնական արդյունքների քանակությունը կախված է մի կողմից՝ տնտեսական պաշարների ձեռք բերման գնից և դրանց արդյունավետ օգտագործման մակարդակից, մյուս կողմից, բուն արտադրության գործընթացում կատարված ծախսերից, որոնց հանրագումարով հաշվարկվում է արտադրական ինքնարժեքը: Դրան ավելացնելով արտադրության գործընթացի շարունակությունը կազմող արտաար-

¹⁰ А. С. Базданин. Цены и ценообразование. Учебное пособие, 2-ое издание, переработанное и дополнение Москва, ЮРАЙТ, Высшее образование, 2010г., стр. 29-30.

տադրական ծախսերը՝ հաշվարկվում է ինչպես ողջ արտադրանքի, այնպես էլ միավոր արտադրանքի լրիվ ինքնարժեքը:

Գնագոյացման կազմակերպման ծախսային մեթոդի առաջին հիմնական պահանջն այն է, որ ձեռնարկության, կազմակերպության արտադրական գործունեության արդյունք հանդիսացող արտադրանքների կամ ծառայությունների իրացման գները, որոնք կարգավորվում են պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցությամբ, գերազանցեն արտադրանքի ինքնարժեքը¹¹:

Գնագոյացման կազմակերպման ծախսային մեթոդի հաջորդ պահանջն այն է, որ ձեռնարկության, կազմակերպության կողմից արտադրանքի իրացումից ստացվող հասույթը պետք է երաշխավորի ձեռնարկության, կազմակերպության, դրանցում աշխատողների և պետության շահերի զուգակցում:

Հայտնի է, որ արտադրանքի ինքնարժեքը ներկայացնում է այդ արտադրանքի արտադրության և իրացման հետ կապված ծախսերի հանրագումարի դրամական արտահայտությունը:

Սակայն, հարկ է նշել, որ ինչպես արտադրության ծախսերի կառավարումը, այնպես էլ ինքնարժեքի կառավարման նպատակը հանգում է նրան, որ առավել օպտիմալ եղանակով որոշել գինը, որը կարող է մի կողմից արտահայտել գնողների շահերը, իսկ մյուս կողմից՝ կարող է նպաստել արտադրական ձեռնարկության կողմից նպատակային շահույթի ստացմանը¹²:

Ինչպես նկատում ենք ձեռնարկության համար կարևոր է ոչ միայն ինքնարժեքի հաշվարկման հիմնավոր կազմումը, այլ նաև պատրաստի արտադրանքի վերջնական իրացման գնի կառուցվածքի հաշվարկման կազմումը, այսինքն՝ մանրածախ գնի կառուցվածքի հիմնավոր որոշումը: Հետևաբար, վերջնական իրացման գնի ստացման համար միայն ծախսային մեթոդի պահանջի գնահատումը դեռևս բավարար չէ, քանի որ այն ունի որոշակի սահմանափակում, քանզի հաշվի չի առնում պահանջարկի գործոնը և շուկայի կառուցվածքը, որը նույնպես կարևոր է տվյալ ձեռնարկության համար:

Բացի դրանից, ծախսային մեթոդի պահանջները գնահատելիս ինչպես հարկն է անտեսվում է հարկային գործոնը և մասնավորապես անուղղակի հարկերի գործոնը, որոնք ներառվում են իրացման վերջնական գնի կառուցվածքում:

Հետևաբար, ծախսային մեթոդի պահանջներին համապատասխան արտադրանքների վերջնական իրացման գները որոշելիս, նպատակահարմար է հաշվի առնել նաև նշված գործոնների ազդեցությունը վերջնական իրացման գնի ձևավորման գործում:

Այսպիսով, ինչպես նկատում ենք նշված շահերի զուգակցումը և դրանց հիման վրա բնակչության կենսապայմանների բարելավումը, որպես տվյալ պետության նպատակային խնդիր, սերտ փոխկապվածության մեջ է պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցությամբ ձևավորվող շուկայական գների և պետականորեն կարգավորվող գների մակարդակների հետ: Որքան արդյունավետ ձևով կազմակերպվեն և գնահատվեն ծախսային մեթոդի պահանջները, որքան պետության կողմից իրականացվող տնտեսական քաղաքականությունն ու հարկային քաղաքականությունը աջակցի ձեռնարկությունների տնտեսական գործունեության արդյունավետության բարձրացմանը, այնքան գների գործող համակարգը մեծ հնարավորություններ կստեղծի բնակչության կենսապայմանների բարելավման համար:

Առանձնահատուկ նշանակություն ունի գնագոյացման նորմատիվային մեթոդը: Այս մեթոդի հիմնական պահանջն է՝ առաջնորդվել հումքի, նյութերի, վառելիքի, էներգիայի, աշխատանքի վարձատրության, փոխադրման և այլ գիտականորեն հիմնավորված ծախսային նորմատիվներով:

Եթե վարչահրամայական տնտեսության պայմաններում, կենտրոնացված պլանավորմանը զուգընթաց, արտադրության ծախսերը հաշվարկելիս կիրառվում էին վերադասի կողմից հաստատված ծախսային լիմիտներ, նորմեր ու նորմատիվներ, ապա շուկայական տնտեսության պայմաններում անհրաժեշտ նորմատիվները հաշվարկվում են անմիջապես ձեռնարկությունների, կազմակերպությունների կողմից, որոնք նախապես հիմնավորվում են գիտատեխնիկական առաջընթացի բնագավառում ձեռք բերած նվաճումներով:

Գնագոյացման նորմատիվային մեթոդի հաջորդ պահանջն է սեփականության տարբեր ձևերի վրա հիմնված կազմակերպություն-

¹¹ Цены и ценообразование, 5-ое издание, под ред. В. Е. Есипова, "Питер", Москва-Санкт-Петербург-Минск, 2008г., стр. 145.

¹² Цены и ценообразование, 5-ое издание, под ред. В. Е. Есипова, "Питер", Москва-Санкт-Петербург-Минск, 2008г., стр. 156.

ներում և ընկերություններում լայն մասշտաբի կազմակերպական տեխնիկական միջոցառումներ իրականացնել՝ սարքավորումների նորացման, ձևաչափման, առաջավոր տեխնոլոգիաների ներդրման, արտադրության և աշխատանքի կազմակերպման առաջավոր ձևերի կիրառման ուղղությամբ և մանրակրկիտ հաշվարկներով որոշել դրանց ազդեցությունը ծախսերի կրճատման վրա:

Շուկայական տնտեսության պայմաններում, արտադրության գործընթացում կատարված ծախսերը հաշվարկելիս օգտագործված նորմերն ու նորմատիվներն ունեն ինքնակարգավորման մեծ ուժ:

Արտադրության տարբեր օղակներում կիրառվող առաջադիմական նորմերի կատարելագործման հիմնախնդիրը մշտապես անհատ ձեռներեցների, գիտահետազոտական հիմնարկների ուշադրության կենտրոնում է: Այդ նորմերը շուկայի ինքնակարգավորման պայմաններում համարվում են անհատ ձեռներեցների, կազմակերպությունների, ձեռնարկությունների գործունեության արդյունավետության բարձրացման, մրցակցությանը դիմակայելու հիմնական չափանիշներ: Այսպիսով, գնագոյացման կազմակերպման ծախսային և նորմատիվային մեթոդների պահանջների գնահատումը և հետևողական օգտագործումը լայն հնարավորություն են ընձեռում տարեկան և հեռանկարային ծրագրերի մշակման, առանձին տնտեսական ծրագրերի միջև հաշվեկշռվածության ապահովման, շուկայի ինքնակարգավորման կառուցակարգի ռացիոնալացման և բնակչության կենսապայմանների բարելավման համար:

Գնագոյացման նորմատիվային մեթոդի պահանջներին համապատասխան, առաջադիմական նորմերն ու նորմատիվները հաշվարկելիս, պահանջվում է հաշվի առնել բազմաթիվ փոփոխականների ազդեցությունները, որոնք որոշիչ են գները կազմավորող ծախսերի ճիշտ հաշվարկման համար¹³:

Արտադրության գործընթացում օգտագործվող նորմերն ու նորմատիվները հաշվարկելու նպատակով կատարվող հետազոտությունների ու վերլուծությունների միջոցով բացահայտվում են այն բոլոր փոփոխականները, որոնք վերաբերում են ինքնարժեքի կազմում ընդգրկված այս կամ այն ծախսերին: Այդ փոփոխականների

ժամանակին գնահատումը և համակարգումը հնարավորություններ են ստեղծում ճիշտ եզրակացություններ կատարել ինքնարժեքի առանձին ծախսերի տնտեսումների, հետևաբար նաև՝ գների փոփոխության մասին: Փոփոխականների վերլուծության նպատակն է բացահայտել հիմնախնդրի բնորոշ օրինաչափություններն ու տնտեսական վարքագծի սկզբունքները և համապատասխան գների մակարդակի փոփոխությունները:

Ինչպես տեսնում ենք, գոյություն ունի սերտ փոխկապվածություն գների մակարդակի վրա ազդող փոփոխականների և գնագոյացման սկզբունքների ու տեսությունների միջև:

Ինչպես նկատում ենք գնագոյացման մեթոդաբանության կարևոր տարրերից է համարվում գնագոյացման սկզբունքների հիմնավոր գնահատումը, որոնք նույնպես որոշիչ ներգործություն են ունենում հիմնավորված շուկայական գների ձևավորման վրա:

Գնագոյացման կազմակերպման կարևոր սկզբունքների համակարգում կարևոր են¹⁴.

- գների գիտականորեն հիմնավորվածության սկզբունքը,
- գների նպատակային ուղղվածության սկզբունքը,
- գնագոյացման գործընթացի անընդհատության սկզբունքը,
- գների միասնության և դրանց նկատմամբ վերահսկողության սահմանման սկզբունքը:

Գների գիտականորեն հիմնավորվածության սկզբունքի հիմնական պահանջն այն է, որ պետք է իր հիմքում ունենա շուկայական տնտեսության զարգացումն ապահովող տնտեսական օրենքների և ամենից առաջ արժեքի օրենքի պահանջարկի և առաջարկի օրենքների հիմնական պահանջները: Բացի դրանից այն պետք է հիմնված լինի շուկայի իրավիճակի խոր հետազոտությամբ ստացված տեղեկատվության և շուկայական մյուս գործոնների ու ազգային տնտեսության առանձնահատկությունների գնահատման վրա:

Գների նպատակային ուղղվածության սկզբունքի հիմնական պահանջն այն է, որ դա բխի տնտեսական և սոցիալական խնդիրներից, որոնց լուծման գործում մեծ է գների ունեցած դերը հատկապես կապված նոր արտադրանքների արտադրության հետ:

¹³ Цены и ценообразование, под ред. В. Е. Есипова, 5-ое издание, Москва-Санкт-Петербург-Минск, 2008г., стр. 158.

¹⁴ А. С. Базданин. Цены и ценообразование. Учебное пособие, 2-ое издание, переработанное и дополнение Москва, ЮРАЙТ, Высшее образование, 2010г., стр. 30-31.

Գնագոյացման գործընթացի անընդհատության սկզբունքի հիմնական պահանջն այն է, որ կապված պաշարների ձեռքբերման գների անընդհատ փոփոխությանը պահանջվում է հաշվի առնել և դրանց համապատասխան անընդհատ վերանայել գործող շուկայական գները, սահմանել նոր գներ կապված պաշարների շուկայական գների փոփոխության հետ:

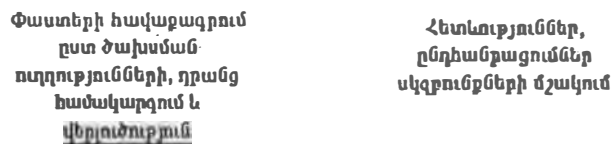
Գնագոյացման նկատմամբ վերահսկողության սահմանման սկզբունքի հիմնական պահանջն է մշտապես հետևել գների ձևավորման ժամանակ օրենսդրական սահմանված նորմատիվային ակտերի, հարկերի առանձին տեսակների ժամանակին վճարման նախապես սահմանված հրահանգների ու որոշումների կատարման ընթացքի վրա:

Տնտեսագիտության կողմից գների վրա ազդող փոփոխականների և գնագոյացման սկզբունքների ու տեսությունների հետազոտության կամ վերլուծության ժամանակ տարբեր մոտեցումներ են ցուցաբերվում:

Գների մակարդակի վրա ազդող փոփոխականների և գները կազմավորող ծախսերի ուսումնասիրությունը կատարվում է ինդուկտիվ և դեդուկտիվ մեթոդներով:

Գնագոյացման ինդուկտիվ մեթոդի կիրառման դեպքում ուսումնասիրվում, վերլուծվում են գների մակարդակի վրա ազդող փոփոխականները, դրանց գծով փաստացի ծախսումների մակարդակը և ապա, դրանց արդյունքների հիման վրա, կատարվում են ընդհանրացումներ, վեր են հանվում հիմնական օրինաչափություններն ու սկզբունքները (տես՝ գծապատկեր 2.1):

Ինդուկտիվ մեթոդ



Գծապատկեր 2.1:

Գծապատկերից երևում է, որ ինդուկտիվ մեթոդի հիմնական պահանջն է, նախ՝ հավաքագրել փաստերը՝ ըստ առանձին ծախսերի,

դրանք համակարգել, կատարել գների մակարդակի և այն կազմավորող ծախսերի համապատասխան վերլուծություն և ապա՝ ստացված արդյունքների հիման վրա, կատարել որոշակի ընդհանրացումներ, որոնք կարող են ելակետ հանդիսանալ այս կամ այն տեսության, տնտեսական վարքագծի՝ մշակման, ինչպես նաև գնագոյացման քաղաքականության կատարելագործման համար:

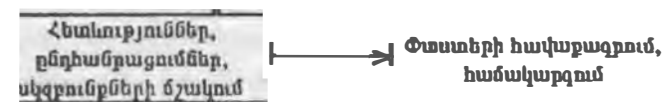
Ինդուկտիվ մեթոդի պահանջին համապատասխան՝ գնագոյացման գործընթացի վերլուծությունը կատարվում է եզակիից, մասնակիից դեպի ընդհանուրը սկզբունքով:

Գնագոյացման դեդուկտիվ մեթոդի էությունն այն է, որ գների մակարդակի փոփոխությունները և գները կազմավորող առանձին ծախսերը վերլուծելիս առաջնորդվում են տնտեսագիտության՝ գնագոյացման գործընթացին վերաբերող ընդհանրացումներով, սկզբունքներով ու տեսություններով, որից հետո փորձ է արվում դրանք հիմնավորել հավաքագրված անհրաժեշտ փաստերով:

Դա նշանակում է, որ գնագոյացման հիմնախնդիրների վերլուծությունը, դեդուկտիվ մեթոդի դեպքում, սկսվում է ընդհանուրից, հետո նոր միայն հետազոտվում են ունեցած փաստերն ու համակարգված տվյալները:

Դեդուկտիվ մեթոդի պահանջը կարելի է արտահայտել գծապատկեր 2.2-ով:

Դեդուկտիվ մեթոդ



Գծապատկեր 2.2:

Փորձը ցույց է տալիս, որ գնագոյացման այդ մեթոդները չպետք է հակադրել միմյանց, քանի որ դրանք փոխկապված են և լրացնում են մեկմեկու: Այդ մեթոդներով կատարված ուսումնասիրության արդյունքները կարելի է օգտագործել և գնահատել գնագոյացման բնագավառում տնտեսական հիմնախնդիրների լուծման համար անհրաժեշտ միջոցառումների կանխատեսման ժամանակ:

Շուկայական տնտեսության պայմաններում, գնագոյացման ինդուկտիվ և դեդուկտիվ մեթոդների պահանջներին համապատաս-

խան, ձեռնարկության մարքեթինգային և կառավարման ծառայության աշխատակիցները, գների մակարդակը ձևավորող ծախսերի վերլուծության ժամանակ, առաջնորդվում են այն սկզբունքներով, որով հետազոտվում են, նախ՝ սպառողական շուկայում գործող շուկայական գները և ապրանքի շարժի առանձին օղակների մասնակիցների սահմանած գները և ապա՝ արտադրության ընդունելի ծախսերը: Իսկ ֆինանսիստները հետազոտությունն սկսում են արտադրության գործընթացում կատարած ծախսերից, այնուհետև՝ ապրանքաշարժի օղակների ծախսերից, որից հետո, հաշվի առնելով իրացման ծախսերը, սահմանում են մեծածախ և մանրածախ գինը:

2.3. ԱՐՏԱԴՐՈՒԹՅԱՆ ԾԱԽՍԵՐԻ ԴԱՍԱԿԱՐԳՈՒՄԸ

Ինչպես նշեցինք, գնագոյացման ծախսային մեթոդի պահանջներին համապատասխան, անհրաժեշտ է պարզել արտադրանքի արտադրության գործընթացի հետ կապված ծախսերը, որոնց հիման վրա հաշվարկվում է արտադրանքի լրիվ ինքնարժեքը՝ ձեռնարկության արտադրանքի արտադրության և իրացման ծախսերի հանրագումարը:

Քանի որ արտադրանքի ինքնարժեքը համարվում է գնագոյացման ելակետային հիմքը, ուստի այն կազմավորող ծախսերի մանրամասն ուսումնասիրությունն ունի կարևոր նշանակություն գնագոյացման մեթոդաբանական հիմնահարցերի պարզաբանման համար: Իսկ արտադրության ծախսերի կազմի ու կառուցվածքի ուսումնասիրման համար կարևոր նշանակություն ունի դրանց դասակարգումը:

Արտադրության ծախսերը դասակարգվում են ըստ մի շարք հատկանիշների.

- ա) տնտեսական տարրերի,
- բ) հաշվարկման հոդվածների,
- գ) ուղղակի և անուղղակի ծախսերի,
- դ) հաստատուն և փոփոխական ծախսերի:

Արտադրության ծախսերի դասակարգումը ըստ տնտեսական տարրերի անհրաժեշտ է ձեռնարկության ընդհանուր ծախսերը ըստ առանձին ուղղությունների որոշելու համար:

Ըստ տնտեսական տարրերի՝ ծախսերը դասակարգվում են.

- հումք և հիմնական նյութեր,
- օժանդակ նյութեր,
- գնովի կիսաֆաբրիկատներ,
- վառելիք՝ դրսից,
- էներգիա՝ դրսից,
- աշխատավարձի ֆոնդ,
- կենսաթոշակային ֆոնդ,
- ամորտիզացիա,
- այլ ծախսեր:

Ծախսերի այսպիսի դասակարգումը հնարավորություն է ընձեռում նաև կազմել ձեռնարկության, կազմակերպության արտադրության ծախսերի նախահաշիվը, որի միջոցով հաշվարկվում է ապրանքային արտադրանքի ինքնարժեքը և ապա՝ 1 դրամ արժողությամբ ապրանքային արտադրանքին բաժին ընկնող ծախսերը:

Ծախսերը, ըստ հաշվարկման հոդվածների, դասակարգելու հիմնական նպատակն է հաշվարկել միավոր արտադրանքի արտադրության ծախսերը: Անհրաժեշտ է յուրաքանչյուր արտադրանքի համար կազմել կալկուլյացիա և պարզել, թե սեփականության տարբեր ձևերի վրա հիմնված ձեռնարկություններում ի՞նչ արժե միավոր արտադրանքի արտադրությունը¹⁵:

Ըստ հաշվարկման հոդվածների՝ ծախսերը դասակարգվում են.

- հումք և հիմնական նյութեր,
- օժանդակ նյութեր,
- գնովի կիսաֆաբրիկատներ,
- վառելիք՝ տեխնոլոգիական նպատակների համար,
- էլեկտրաէներգիա՝ տեխնոլոգիական նպատակների համար,
- արտադրական բանվորների հիմնական աշխատավարձ,
- արտադրական բանվորների լրացուցիչ աշխատավարձ,
- կենսաթոշակային ֆոնդ,
- սարքավորումների պահպանման ծախսեր,

¹⁵ А. С. Базилкин. Цены и ценообразование. Учебное пособие, 2-ое издание, переработанное и дополнение Москва, ЮРАЙТ, Высшее образование, 2010г., стр. 71.

- արտադրության կազմակերպման ծախսեր,
- հիմնական ֆոնդերի պետապահության ծախսեր,
- կարծաժամկետ վարկերի դիմաց վճարներ,
- արտադրամասային ծախսեր,
- արտադրամասային ինքնարժեք,
- ձեռնարկության ծախսեր,
- արտադրական ինքնարժեք,
- արտաարտադրական ծախսեր,
- լրիվ ինքնարժեք:

Ծախսերի դասակարգումը՝ ըստ հաշվարկման հոդվածների, միաժամանակ հնարավորություն է տալիս դրանք դասակարգել ուղղակի և անուղղակի ծախսերի¹⁶:

Ուղղակի են համարվում այն ծախսերը, որոնք ուղղակիորեն հաշվարկվում և վերագրվում են արտադրանքի առանձին տեսակին: Այդ ծախսերն են՝ հումքի և նյութերի, օժանդակ նյութերի, վառելիքի և էլեկտրաէներգիայի, արտադրական բանվորների աշխատավարձի ծախսերը, հատկացումները կենսաթոշակային ֆոնդին և այլն:

Անուղղակի են համարվում այն ծախսերը, որոնք միավոր արտադրանքի ինքնարժեքին վերագրվում են անուղղակիորեն: Այդ ծախսերից են՝ սարքավորումների պահպանման և շահագործման, արտադրամասային, ընդհանուր գործարանային, արտաարտադրական:

Անուղղակի ծախսերը միավոր արտադրանքի ինքնարժեքին վերագրվում են՝ հիմք ընդունելով յուրաքանչյուր արտադրատեսակի վրա աշխատավարձի ծախսումները:

Այսպես, ընդունենք՝ տվյալ տարում, «Ա» տեսակի արտադրանքի միավորի հաշվով, արտադրական բանվորների հիմնական և լրացուցիչ աշխատավարձը 2000 դրամ է, իսկ արտադրամասային ծախսերը նախորդ տարում կազմել են արտադրական բանվորների հիմնական ու լրացուցիչ աշխատավարձի 80%-ը: Այդ հարաբերակցությունը պահպանելով՝ տվյալ տարվա համար արտադրամասային ծախսերի գումարը կկազմի 1600 դրամ ($2000 \times 80\%$) : 100 :

Հաճախ պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության կարգավորման այս կամ այն արտադրանքի նկատմամբ պահանջարկի ավելացման պատճառով ընդլայնվում են արտադրության մասշտաբները, թողարկվում է ավելի մեծ քանակությամբ արտադրանք:

Նման դեպքերում արտադրանքի ինքնարժեքին վերագրվող ծախսերի մի մասը փոփոխվում է արտադրության աճին համապատասխան, իսկ ծախսերի մյուս մասը մնում է անփոփոխ, կամ փոփոխվում է աննշան: Ըստ այդմ՝ ծախսերը դասակարգվում են հաստատուն և փոփոխուն ծախսերի, որոնց կանդրադառնանք առանձին:

Քանի որ արտադրության ծավալի աճին զուգընթաց այդ ծախսերը բացարձակ համամասնությամբ չեն ավելանում կամ չեն մնում հաստատուն, ապա կարող ենք դրանք անվանել պայմանական-հաստատուն և պայմանական-փոփոխուն:

2.4. ԱՐՏԱԴՐՈՒԹՅԱՆ ԾԱԽՍԵՐԸ ԿԱՐԳԱՏԵՎ ԵՎ ԵՐԿԱՐԱՏԵՎ ԺԱՄԿԵՏՆԵՐՈՒՄ: ՆՎԱԶՈՂ ՀԱՏՈՒՅՑԻ ՕՐԵՆՔԸ: ՀԱՍՏԱՏՈՒՆ, ՓՈՓՈԽԱԿԱՆ ԵՎ ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԾԱԽՍԵՐ

Արտադրության ծախսերի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ ձեռնարկության, կազմակերպության վերջնական արդյունքները փոխկապված են արտադրության գործընթացում օգտագործվող պաշարների քանակական փոփոխությունների հետ: Ի դեպ՝ այդ պաշարների զգալի մասի, մասնավորապես՝ աշխատուժի, հումքի, նյութերի, վառելիքի և էներգիայի ծախսերը կարող են փոփոխվել առավել սեղմ ժամկետում:

Պաշարների մի մասի յուրացումը պահանջում է ավելի մեծ ժամանակահատված: Այսպես, արդյունահանող ձեռնարկության արտադրական կարողությունը, արտադրական տարածքը, այնտեղ տեղակայված մեքենաները և սարքավորումները կարող են փոփոխվել առավել տևական ժամանակահատվածում: Ծանր արդյունաբերության մի շարք ենթաճյուղերում արտադրական կարողությունների փոփոխությունները կարող են կատարվել նույնիսկ մի քանի տարում:

¹⁶ Цены и ценообразование, под ред. В. Е. Есипова, 5-ое издание, Москва-Санкт-Петербург-Минск, 2008г., стр. 158.

Ուստի, գնագոյացման կազմակերպման նպատակով արտադրության ծախսերը հաշվարկելիս անհրաժեշտ է հաշվի առնել այն ժամանակահատվածը, որի ընթացքում կատարվում է արտադրական գործընթացը: Քանի որ արտադրության մեջ օգտագործվող պաշարների քանակական փոփոխությունները կատարվում են տարբեր ժամանակահատվածներում, ապա անհրաժեշտ է փոփոխությունները հետազոտել կարճատև և երկարատև ժամկետներում:

Շուկայական տնտեսությունում ծախսերի հետազոտության անհրաժեշտությունը բխում է պաշարների խնայողության և դրանց այլընտրանքային օգտագործման կարևորությունից:

Տվյալ ձեռնարկության կամ կազմակերպության այս կամ այն արտադրանքի արտադրության ծախսերի մակարդակը կախված է ոչ միայն անհրաժեշտ պաշարների գներից, այլև՝ գործող տեխնոլոգիայից, արտադրության համար անհրաժեշտ պաշարների քանակից: Ծախսերի ձևավորման տեխնոլոգիական ուղղվածությունն արժանի է առավել ուշադրության: Ակներև է, որ կարճատև ժամանակում ֆիրման կարող է փոխել արտադրության ծավալը՝ փոփոխվող պաշարները միավորելով սահմանված կարողությունների հետ: Սակայն հարց է առաջանում, թե ի՞նչ չափով կարող է փոփոխվել արտադրության ծավալը, եթե սահմանված կարողություններին ավելի շատ փոփոխական ծախսեր միացվեն: Այսինքն՝ պահանջվում է պարզել, թե սահմանված կարողությունն ավելի շատ փոփոխական ծախսերով լրացնելու դեպքում ի՞նչ չափով կարող է փոփոխվել արտադրության ծավալը կարճ ժամանակահատվածում:

Այդ հարցի պատասխանը ընդհանուր ձևով տալիս է նվազող հատույցի օրենքը, որը միաժամանակ անվանվում է «նվազող սահմանային արտադրանքի օրենք» կամ՝ «փոփոխվող համամասնության օրենք»: Այդ օրենքը հաստատում է, որ, սկսած որոշակի պահից, փոփոխական պաշարի հաջորդաբար միացումը հաստատված պաշարին, տալիս է ավելացված կամ սահմանային արդյունք: Այլ կերպ ասած, եթե սպասարկող աշխատողների քանակը հաջորդաբար ավելացվի, ապա արտադրանքի ծավալի աճը գնալով ավելի կդանդաղի:

Նվազող հատույցի օրենքի գործողությունը ցույց տալիս փաստացի տվյալներով:

Ընդունենք՝ կահույքի պատրաստման արտադրամասում տեղավորված են որոշակի քանակությամբ սարքավորումներ: Եթե այդ սարքավորումներն աշխատեցնում են 1 կամ 2 աշխատող, ապա արտադրանքի ծավալը և արտադրողականությունը (1 աշխատողի հաշվով) կլինի բավականին ցածր, յուրաքանչյուր աշխատող ստիպված կկատարի մի քանի գործողություն, ցածր կլինի մասնագիտական արդյունավետության աստիճանը, զգալի չափերի կհասնեն սարքավորումների պարապուրդները: Արտադրության արդյունավետության նման մակարդակը սարքավորումների քանակության և աշխատողների թվաքանակի անհամապատասխանության հետևանք է: Այդ անհամապատասխանությունը վերացնելու և արտադրանքի ծավալն ավելացնելու նպատակով, պահանջվում է ավելացնել աշխատողների թիվը, որը կհանգեցնի յուրաքանչյուր աշխատողի հաշվով հավելյալ արտադրանքի կամ սահմանային արտադրանքի աճին: Սակայն այդ աճը կշարունակվի այնքան ժամանակ, քանի դեռ պահպանվում է որոշակի համապատասխանություն առկա սարքավորումների և աշխատողների թվաքանակի միջև:

Արտադրության գործընթացում աշխատողների թվաքանակի հետագա ավելացումը, ինչպես ցույց է տալիս փորձը, կարող է հանգեցնել արտադրության արդյունավետության կրճատման: Աշխատողների թվաքանակի չափից ավելի աճին համապատասխան, կավելանան աշխատողների պարապուրդները, որի պատճառով արտադրության ընդհանուր ծավալը կշարունակի աճել ավելի դանդաղ տեմպերով: Ասվածը կարելի է հիմնավորել. հաստատուն արտադրական կարողության պայմաններում յուրաքանչյուր ավելացված աշխատողի հաշվով հիմնական ֆոնդերի բաժինը կնվազի, որը արտադրական կարողության և աշխատանքային պաշարների միջև առաջացած անհամամասնության հետևանք է: Ի դեպ, որքան աշխատողների թիվը աճի, այնքան այդ անհամամասնությունն ավելի սուր բնույթ կկրի, որի հետևանքով արտադրության ծավալը կունենա նվազման միտում:

Անհրաժեշտ է ընդգծել, որ նվազող հատույցի օրենքը հիմնված է այն ենթադրության վրա, ըստ որի՝ փոփոխական պաշարի բոլոր միավորները և բոլոր աշխատողներն ունեն միևնույն որակավորումը: Յուրաքանչյուր ավելացող աշխատող օժտված է այն ունակությամբ, ինչ՝ նախորդները: Հետևաբար, սահմանային եկամուտն

սկսում է նվազել ոչ թե այն պատճառով, որ յուրաքանչյուր հաջորդ աշխատող ունի ցածր որակավորում, այլ՝ որ աշխատողներն ավելի շատ են, քան սահմանված կարողությունն է: Նշանակում է՝ հատույցի նվազման հիմնական պատճառը պաշարների միջև եղած անհամամասնությունն է: Եթե ընդունենք, որ աշխատողների թիվը 2 անգամ գերազանցում է կարողությանը, ապա պաշարների միջև հարաբերակցությունը կկազմի 2:1:

Պայմանական տվյալներով ցույց տանք նվազող հատույցի օրենքին բնորոշ հիմնական օրինաչափությունը (տես՝ աղյուսակ 2.4.1):

Աղյուսակի 2-րդ սյունակում նշված է արտադրության այն ծավալը, որը կարող է ստացվել աշխատողների թվաքանակը հաջորդաբար ավելացնելու միջոցով: Ի դեպ՝ ընդունում ենք, որ կապիտալի մեծությունը մնում է անփոփոխ: 3-րդ սյունակում ներկայացված է սահմանային արտադրողականությունը, որը բնութագրում է արտադրության ընդհանուր ծավալի փոփոխությունը՝ կապված աշխատողների թվի յուրաքանչյուր հաջորդ ավելացման հետ:

Աղյուսակ 2.4.1

Նվազող հատույցի օրենքի հիմնական օրինաչափությունները

Փոփոխական պաշարների (աշխատողների) թիվը	Արտադրության ընդհանուր ծավալը	Սահմանային արտադրողականությունը $\Delta Z / \Delta I$	Միջին արտադրողականությունը (2) / (1)
(1)	(2)	(3)	(4)
0	0		-
1	10	10	10
2	25	15	12.5
3	37	12	12.3
4	47	10	11.75
5	55	8	11
6	60	5	10
7	63	3	9
8	63	0	7.88
9	62	-1	6.89

Եթե աշխատողների թիվը՝ 2 է, ապա արտադրության ծավալն սկսում է աճել, որը, ըստ աղյուսակի տվյալների, 10-ից դառնում է 15 միավորի: Աշխատողների թիվը 3 և ավելի դարձնելուց հետո, սահմանային արտադրանքի աճն աստիճանաբար դանդաղում է և 8-րդ աշխատողի դեպքում այն հավասարվում է 0-ի: Միջին արտադրողականությունը կամ 1 աշխատողին բաժին ընկնող արտադրանքը հաշվարկվում է արտադրության ծավալի (սյունակ 2) և աշխատողների թվի հարաբերությամբ:

ՀԱՍՏԱՏՈՒՆ, ՓՈՓՈԽԱԿԱՆ ԵՎ ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԾԱԽՍԵՐ: Որպեսզի արտադրության տարբեր ծավալի և ծախսերի հիման վրա որոշենք միավոր արտադրանքի արտադրության ընդհանուր ծախսերը, անհրաժեշտ է միավորել արտադրության մասին տվյալները՝ ներառելով հատույցի օրենքի և պաշարների գների մասին տեղեկատվական տվյալները:

Ինչպես նշել ենք, կարճ ժամկետում մի շարք պաշարներ, կապված ձեռնարկության տեխնիկական հագեցվածության հետ, մնում են անփոփոխ, իսկ դրանց մի մասը կարող է փոփոխվել: Հետևապես, կարճատև ժամկետում արտադրության տարբեր ծախսերը կարող են լինել ինչպես հաստատուն, այնպես էլ՝ փոփոխական:

Հաստատուն ծախսեր: Հաստատուն են համարվում այն ծախսերը, որոնց մեծությունը, կապված արտադրության ծավալի փոփոխության հետ, չի փոփոխվում: Հաստատուն ծախսերից են՝ ռենտային, վարձակալական, հիմնական ֆոնդերի ապահովագրական փոխառությունների դիմաց վճարները, գլխավոր մասնագետների, կառավարման վերադաս մարմինների աշխատակազմի աշխատավարձի վճարումները, ամորտիզացիոն հատկացումները:

Որպես կանոն՝ արտադրության ծավալի մակարդակի փոփոխության դեպքում հաստատուն ծախսերը մնում են անփոփոխ:

Փոփոխական ծախսեր: Փոփոխական են համարվում այն ծախսերը, որոնց մեծությունը փոխվում է՝ կախված արտադրանքի ծավալի փոփոխությունից: Փոփոխական ծախսերին է վերագրվում հումքի, վառելիքի, էներգիայի, տրանսպորտային ծառայության, աշխատավարձի գծով ծախսերի զգալի մասը:

Աղյուսակ 2.4.2-ի 3-րդ սյունակում բերված տվյալները ցույց են տալիս, որ փոփոխական ծախսերի գումարի փոփոխությունն ուղիղ համեմատական է արտադրության ծավալի փոփոխությանը:

Ուսանմասիրությունը ցույց է տալիս, որ արտադրության ծավալի ավելացման սկզբնական շրջանում փոփոխական ծախսերը ինչ-որ ժամանակ աճում են դանդաղ: Այդպես շարունակվում է մինչև 4-րդ արտադրանքը: Այնուհետև փոփոխական ծախսերն ավելանում են արագ՝ յուրաքանչյուր հաջորդ միավորի հաշվով: Փոփոխական ծախսերի նման վարքագիծը պայմանավորված է նվազող հատույցի օրենքի պահանջներով:

Յուրաքանչյուր հաջորդ արտադրանքի աճի հաշվով սահմանային արտադրանքի աճը ժամանակի որոշակի հատվածում կհանգեցնի փոփոխական ծախսերի աստիճանական նվազման: Եվ քանի որ փոփոխական պաշարների բոլոր միավորները ձեռք են բերվում միևնույն գնով, ապա փոփոխական ծախսերի գումարը կաճի դանդաղ տեմպերով: Սակայն, երբ նվազող հատույցի օրենքի համաձայն, սահմանային արտադրողականությունն սկսի նվազել, գնալով ավելի շատ լրացուցիչ փոփոխական ծախսեր կպահանջվեն յուրաքանչյուր հաջորդ արտադրանքի արտադրության համար: Այդ պատճառով, փոփոխական ծախսերի գումարը կշարունակի մեծանալ աճողական տեմպերով:

Ընդհանուր ծախսերի գումար: Հաստատուն և փոփոխական ծախսերի գումարն է արտադրության տվյալ ծավալի դեպքում: Այն ցույց է տրված աղյուսակի 4-րդ սյունակում:

Քանի որ հաստատուն ծախսերն ընդունված են կայուն արտադրանքի բոլոր քանակությունների համար, ուստի զրոյական ծավալի արտադրանքի դեպքում ընդհանուր ծախսերի գումարը համընկնում է կազմակերպության հաստատուն ծախսերի գումարին: Այնուհետև, արտադրանքի յուրաքանչյուր լրացուցիչ միավոր արտադրելու դեպքում, արտադրության ծախսերի գումարը փոփոխվում է այն մեծությամբ, ինչ մեծությամբ որ փոփոխվում են փոփոխական ծախսերը (տես՝ աղյուսակի 4-րդ սյունակը):

Աղյուսակ 2.4.2

Առանձին ֆիրմայի ընդհանուր և միջին ծախսերի դիմանկան կարճ ժամկետում

Ընդհանուր ծախսերի ցուցանիշներ				Միջին ծախսերի ցուցանիշները				Սահմանային ծախսեր (MC) MC=TC / Q
Արտադրված արտադրանքի քանակը (Q)	Հաստատուն ծախսերի գումարը (TFC)	Փոփոխական ծախսերի գումարը (TVC)	Ընդհանուր ծախսերի գումարը (TC) TC=TFC+TVC	Միջին հաստատուն ծախսեր (AFC) AFC=TFC / Q	Միջին փոփոխական ծախսեր (AVC) AVC=TVC / Q	Միջին ընդհանուր ծախսեր (ATC) ATC=TC / Q		
(1)	(2)	(3)	(4) (2+3)	(5) (2 : 1)	(6) (3 : 1)	(7) (5+6)	(8) (4 : 4)	
0	100	0	100	-	-	-	-	
1	100	90	190	100,00	90,00	190,00	90	
2	100	170	270	50,00	85,00	135,00	80	
3	100	240	340	33,00	80,00	113,00	70	
4	100	3	400	25,00	75,00	100,00	60	
5	100	370	470	20,00	74,00	94,00	70	
6	100	450	550	16,67	75,00	91,67	80	
7	100	540	640	14,29	77,14	91,43	90	
8	100	650	750	12,50	81,25	93,75	110	
9	100	780	880	11,11	86,67	97,78	130	
10	100	930	1030	10,00	93,00	103,00	150	

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

- Ցանկացած գիտության կողմից տնտեսական այս կամ այն երևույթի ու գործընթացի հետազոտման եղանակների, սկզբունքների, համընդհանուր և յուրահատուկ մեթոդների, տնտեսական օրենքների ուսումնասիրությունը կազմում է տվյալ գիտության մեթոդաբանությունը:
- Գնագոյացման գիտությունն ուսումնասիրում է գների ձևավորման գործընթացն ամբողջ տնտեսության մասշտաբով՝ ելնելով տնտեսավարման ձևաչափի առանձնահատկություններից, որոնք բնորոշ են տվյալ երկրի տնտեսությանը և բխում են տվյալ փուլի առանձնահատկություններից:
- Այն հետազոտում է գների շարժի և փոփոխման օրինաչափությունները շուկայի տարբեր ձևերի պայմաններում, դրանց օգտագործման անհրաժեշտությունը միկրոտնտեսական և մակրոտնտեսական ցուցանիշների հաշվարկման, պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության կարգավորման, սոցիալ-տնտեսական ծրագրերի մշակման, ապրանքադրամական հարաբերություններին բնորոշ օրինաչափությունների բացահայտման նպատակով:
- Գնագոյացման գիտության հիմնական խնդիրն է ծախսային և նորմատիվային, ինչպես նաև դեդուկտիվ և ինդուկտիվ մեթոդների պահանջներին համապատասխան հետազոտել արտադրության կազմակերպման համար անհրաժեշտ պաշարների արդյունահանման, փոխադրման հետ կապված ծախսերը, տնտեսական քաղաքականության, հատկապես՝ հարկային քաղաքականության հիմնահարցերը, դրանց հիման վրա ձևավորվող պաշարների և պատրաստի արտադրանքների մեծածախ ու մանրածախ գները:
- Նշված մեթոդների հետևողական կիրառումը կարևոր է հիմնավորված գների ձևավորման համար, որոնք էական նշանակություն ունեն տարեկան և հեռանկարային ծրագրերի մշակման, առանձին սոցիալ-տնտեսական ծրագրերի միջև հաշվեկշռվածության ապահովման, շուկայի ինքնակարգավորման կառուցակարգի ռացիոնալացման և բնակչության կենսամակարդակի բարելավման համար անհրաժեշտ նախադրյալների ստեղծման գործում:

• Ձեռնարկությունների թողարկած արտադրանքների և ստացված վերջնական արդյունքների բացարձակ մեծությունը կախված է ինչպես տնտեսական պաշարների ծեռքերման գներից, դրանց արդյունավետ օգտագործման և բաշխման մակարդակից, այնպես էլ բուն արտադրության գործընթացում կատարված ներքին ծախսերի մակարդակից, առկա տեխնոլոգիայից, օգտագործվող պաշարների քանակից:

• Սահմանային ծախսերը նրանք են, որոնք ֆիրման պարտավոր է կատարել յուրաքանչյուր հաջորդ միավոր արտադրանքի արտադրության դեպքում և արտացոլում են արտադրության ծավալը ավելացնելու հետ կապված ծախսերի փոփոխությունը:

• Երկարատև ժամկետում միջին ընդհանուր ծախսերը ցույց են տալիս միավոր արտադրանքի արտադրության առավել նվազագույն ծախսերը, որոնք կատարվում են ցանկացած ծավալի արտադրության վրա:

ՀԱՐՑԵՐ, ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔՆԵՐ

1. Ո՞րն է գնագոյացման մեթոդաբանության էությունը:
2. Ի՞նչ է ուսումնասիրում գնագոյացման գիտությունը:
3. Որո՞նք են գնագոյացման ծախսային, նորմատիվային, ինդուկտիվ և դեդուկտիվ մեթոդների հիմնական պահանջները:
4. Որո՞նք են ուղղակի և անուղղակի, կայուն և փոփոխուն ծախսերին բնորոշ գծերը և առանձնահատկությունները:
5. Ո՞րն է կարճատև և երկարատև ժամկետներում ծախսերի հետազոտման անհրաժեշտությունը:
6. Ի՞նչ ենք հասկանում սահմանային արտադրողականություն ասելով:
7. Որո՞նք են սահմանային ծախսերը, ինչպե՞ս են դրանք հաշվարկվում:
8. Դասվո՞ւմ է արդյոք գնագոյացման գիտությունը տնտեսագիտական գիտությունների շարքը: Պատասխանը հիմնավորել:
9. Հաշվարկել սահմանային արտադրողականությունը և միջին արտադրողականությունը, եթե հայտնի են հետևյալ տվյալները.

Աշխատողների քիվը	Արտադրության ընդհանուր ծավալը	Սահմանային արտադրողա- կանությունը	Միջին արտադրողա- կանությունը
1	2	3	4
0	0		
1	20		
2	40		
3	55		
4	65		
5	72		

10. Հաշվարկել ընդհանուր և միջին ծախսերի ցուցանիշները, եթե հայտնի են հետևյալ հիմնական տվյալները.

Արտա- դրանքի քանակը	Հաստա- տում ծախսերի գումարը	Փոփոխա- կան ծախ- սերի գումարը	Ընդհանուր ծախսերի գումարը	Միջին ծախսերի ցուցանիշները			
				Միջին հաս- տատում ծախսեր	Միջին փոփոխական ծախսեր	Միջին ընդհանուր ծախսեր	Սահմա- նային ծախսեր
1	2	3	4 (2 + 3)	5 (2 : 1)	6 (3 : 1)	7 (5 + 6)	8 Δ 4
0	200	0					
1	200	190					
2	200	270					
3	200	340					
4	200	400					
5	200	470					
6	200	550					
7	200	640					
8	200	750					
9	200	880					

ԹԵՍՏԵՐ ԵՎ ԽՆԴԻՐՆԵՐ

2.1. Գնագոյացումն ունենալով իր ուսումնասիրության օբյեկտը և լինելով ինքնուրույն տնտեսագիտական գիտություն՝ համեմատաբար ավելի կարևոր է.

- ա) տնտեսական համակարգի արտադրական հարաբերությունների զարգացման համար,
- բ) բնակչության կենսապայմանների բարելավման համար,
- գ) տնտեսության զարգացումը կայունացնելու համար,
- դ) սեփականության տարբեր ձևերից որևէ մեկի ընտրության հարցում:

2.2. Գնագոյացման մասին գիտությունն ուսումնասիրում է գների ձևավորման գործընթացը.

- ա) ամբողջ տնտեսության մասշտաբով,
- բ) միայն արտադրական ոլորտի ճյուղերում,
- գ) միայն ոչ արտադրական ոլորտի ճյուղերում,
- դ) միայն տրանսպորտային ծառայությունների մատուցման համակարգում:

2.3. Գնագոյացման գիտության բնորոշ առանձնահատկությունն այն է, որ գնագոյացման կառուցակարգի միջոցով բացահայտվում են.

- ա) պաշարների առանձին տեսակների գների ձևավորման կառուցակարգերը,
- բ) վերջնական արտադրանքների գների ձևավորման պայմանավորված միջնյուղային և ներմիջնյուղային կապերը,
- գ) վերը նշված պատասխանները միասին,
- դ) վերը նշված պատասխանները սխալ են:

2.4. Գնագոյացման ձևավորման գործընթացը, որը պայմանավորված է ապրանքադրամական հարաբերություններով, կազմում է տվյալ երկրի.

- ա) սոցիալական քաղաքականության բաղկացուցիչ մասը,
- բ) տնտեսական քաղաքականության բաղկացուցիչ մասը,
- գ) սոցիալ-տնտեսական քաղաքականության բաղկացուցիչ մասը,
- դ) արտաքին տնտեսական քաղաքականության բաղկացուցիչ մասը:

2.5. Որպեսզի գների համակարգը կատարի կարևոր տնտեսական լծակի իր գործառույթը.

- ա) պետք է ճշտորեն արտացոլի պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցությունը,
- բ) պետք է մշտապես վերանայվի և կատարելագործվի,
- գ) պետք է նոր հարկաբյուջետային, դրամավարկային ու մաքսային քաղաքականություններին համապատասխան ձևավորվի,
- դ) նշված բոլոր պատասխանները ճիշտ են:

2.6. Գնագոյացումը, որպես տնտեսագիտական գիտություն, իր հետազոտությունները կատարում է.

- ա) միայն առանձին ճյուղի շրջանակներում,
- բ) ղեկավարվելով առանձին ճյուղին բնորոշ օրինաչափություններով,
- գ) մրցակցային շուկայի որևէ մեկ ձևաչափին համապատասխան,
- դ) կատարյալ և ոչ կատարյալ մրցակցային ձևաչափներով հավասարապես բոլոր ճյուղերի շրջանակներում:

2.7. Նշված տարբերակներից, որն է, որ գնագոյացման գործընթացի կարևորությունը համեմատաբար քիչ է արտահայտում.

- ա) գների միջոցով խաչաձևում են շուկայական տնտեսության սոցիալ-տնտեսական հիմնախնդիրները,
- բ) արտադրության խթանման համար բոլոր նախադրյալներն են ստեղծվում,
- գ) բնակչության նորմալ կենսապայմանների ապահովման համար անհրաժեշտ բոլոր նախադրյալներն են ստեղծում,
- դ) հարկային դրույքաչափերի կրճատմանն է խթանում:

2.8. Գնագոյացման կազմակերպման մակարդակով պայմանավորված չեն.

- ա) գիտատեխնիկական առաջընթացի արագացումը,
- բ) նյութական, աշխատանքային, ֆինանսական և բնական պաշարների խնայողաբար օգտագործումը,
- գ) բնակչության կենսամակարդակի մշտական բարձրացումը,
- դ) երկրի ընդերքում եղած պաշարների քանակը:

2.9. Տնտեսության, դրա առանձին ճյուղերի ու արտադրությունների աշխատանքային գործունեության տնտեսական խթանման համակարգում, գնագոյացման գործընթացի կարևորությամբ պայմանավորված առանձնահատուկ նշանակություն ունեն.

- ա) արտադրանքի անվանացանկն ու տեսականին,
- բ) շահույթի չափն ու շահութաբերության մակարդակը,

- գ) հաստատուն ծախսերի մակարդակը,
- դ) միջին փոփոխական ծախսերի մակարդակը:

2.10. Նշվածներից ո՞րը գնագոյացման կազմակերպման ծախսային մեթոդին ներկայացվող պահանջ չէ.

- ա) արտադրանքի կամ ծառայությունների իրացման գները գերազանցեն ինքնարժեքի մեծությամբ,
- բ) արտադրանքի իրացումից ստացված հասույթը պետք է երաշխավորի ձեռնարկության, կազմակերպության, դրանցում աշխատողների և պետության շահերի զուգակցում,
- գ) փոխադարձ կապ ստեղծել ձևավորվող գների և պետականորեն կարգավորող գների մակարդակների հետ,
- դ) արտադրանքի ինքնարժեքը գերազանցի իրացման գնին:

2.11. Թվարկված տարբերակներից, որն է գնագոյացման կազմակերպման ծախսային մեթոդի պահանջ.

- ա) արտադրանքի իրացման գները պետք է գերազանցեն ինքնարժեքի մեծությամբ,
- բ) արտադրանքի իրացման գները պետք է հավասարվեն ինքնարժեքի մեծացությամբ,
- գ) արտադրանքի իրացման գները պետք է ավելի փոքր լինեն ինքնարժեքի մեծությունից,
- դ) արտադրանքի իրացման գները պետք է հավասար լինեն շահույթի մեծությամբ:

2.12. Թվարկված տարբերակներից ո՞րն է գնագոյացման կազմակերպման ծախսային մեթոդի պահանջ.

- ա) արտադրանքի իրացումից ստացված հասույթը պետք է երաշխավորի ձեռնարկության, դրանցում աշխատողների և պետության շահերի զուգակցում,
- բ) ստացված հասույթը պետք է երաշխավորի առանձին ձեռնարկության և պետության շահերի զուգակցում,
- գ) ստացված հասույթը պետք է երաշխավորի միայն ձեռնարկությունների շահերի զուգակցում,
- դ) ստացված հասույթը պետք է երաշխավորի միայն ձեռնարկության և դրանում աշխատողների շահերի զուգակցում:

2.13. Թվարկված տարբերակներից ո՞րն է գնագոյացման կազմակերպման ծախսային մեթոդի պահանջ.

- ա) փոխադարձ կապ ստեղծել պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցությամբ ձևավորվող գների և պետականորեն կարգավորվող գների մակարդակների հետ,
- բ) պետականորեն կարգավորվող գների մակարդակների միջև կապ ստեղծել,
- գ) փոխադարձ կապ ստեղծել պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցությամբ ձևավորվող բոլոր ապրանքների գների միջև,
- դ) նշված բոլոր պատասխանները սխալ են:

2.14. Նշված հնարավոր պատասխաններից, ո՞րը գնագոյացման նորմատիվային մեթոդի պահանջ չէ.

- ա) առաջնորդվել հումքի և նյութերի գիտականորեն հիմնավորված ծախսային նորմատիվներով,
- բ) առաջնորդվել վառելիքի և էներգիայի գիտականորեն հիմնավորված ծախսային նորմատիվներով,
- գ) աշխատանքի վարձատվության, փոխադրման և այլ գիտականորեն հիմնավորված ծախսային նորմատիվներով,
- դ) առաջնորդվել միայն վերադասի կեղմից սահմանված կամ հաստատված ծախսային լիմիտներով:

2.15. Ֆիրմայի, ձեռնարկության կողմից շուկա հանվող ապրանքների և ստացված վերջնական արտադրանքների քանակը, կախված է.

- ա) տնտեսական պաշարների ձեռքբերման գնից,
- բ) տնտեսական պաշարների արդյունավետ օգտագործման մակարդակից,
- գ) արտադրական և արտաարտադրական ծախսերի մեծությունից,
- դ) ինչպես պաշարների ձեռքբերման գնից ու արդյունավետ օգտագործման մակարդակից, այնպես էլ լրիվ ինքնարժեքի մեծությունից:

2.16. Վարչահրամայական տնտեսության պայմաններում արտադրության ծախսերը հաշվարկելիս կիրառվում էին.

- ա) ձեռնարկությունների կողմից հաստատված ծախսային լիմիտներ,
- բ) կազմակերպությունների կողմից հաստատված լիմիտներ,
- գ) վերադասի կողմից հաստատված լիմիտներ,
- դ) սպառողների կողմից հաստատված ծախսային լիմիտներ:

2.17. Շուկայական տնտեսության պայմաններում անհրաժեշտ նորմատիվները հաշվարկվում են.

- ա) անմիջապես ձեռնարկությունների, կազմակերպությունների կողմից,
- բ) սպառողների կողմից,
- գ) պետության կողմից,
- դ) առանձին նախարարությունների կողմից:

2.18. Շուկայական տնտեսության պայմաններում, արտադրության գործընթացում կատարված ծախսերը հաշվարկելիս օգտագործված նորմերն ու նորմատիվներն ունեն.

- ա) օբյեկտիվ բնույթ,
- բ) ինքնակարգավորման մեծ ուժ,
- գ) ծախսերն ավելացնելու մեծ ուժ,
- դ) առանձին ծախսային փոփոխականները սխալ հաշվարկելու ուժ:

2.19. Սեփականության տարբեր ձևերի վրա հիմնված կազմակերպություններում և ընկերություններում կարևոր է, որ լայն մասշտաբի կազմակերպական-տեխնիկական միջոցառումներն իրականացնելիս նորմատիվային մեթոդի պահանջներից ելնելով մանրակրկիտ հաշվարկներով որոշեն.

- ա) դրանց ազդեցությունը ծախսերի կրճատման վրա,
- բ) դրանց ազդեցությունը ծախսերի մեծացման վրա,
- գ) դրանց ազդեցությունը շահույթի կրճատման վրա,
- դ) վերը նշված բոլոր պատասխանները սխալ են:

2.20. Նորմերն ու նորմատիվները շուկայի ինքնակարգավորման պայմաններում համարվում են.

- ա) տնտեսական գործունեություն ծավալելու արդյունավետության բարձացման և մրցակցությանը դիմակայելու հիմնական չափանիշները,
- բ) տնտեսական գործունեության արդյունավետության բարձրացման հիմնական չափանիշները,
- գ) մրցակցությանը դիմակայելու և ավելի շատ ծախսեր կատարելու հիմնական չափանիշները,
- դ) ինչպես ծախսերն ավելացնելու այնպես էլ շահույթը կրճատելու հիմնական չափանիշները:

2.21. Գների մակարդակի վրա ազդող փոփոխականների և գները կազմավորող ծախսերի ուսումնասիրությունը կատարվում է.

- ա) ծախսային մեթոդով,
- բ) նորմատիվային մեթոդով,
- գ) ինդուկտիվ և դեդուկտիվ մեթոդով,
- դ) դիալեկտիկայի մեթոդով:

2.22. Ինդուկտիվ մեթոդի պահանջին համապատասխան՝ գնագոյացման գործընթացի վերլուծությունը կատարվում է.

- ա) եզակիից, մասնակիից դեպի ընդհանուրը սկզբունքով,
- բ) ընդհանուրից դեպի մասնակին կամ եզակին սկզբունքով,
- գ) արտադրական և արտաարտադրական ինքնարժեքների տարբերությամբ,
- դ) ծախսերի և շահույթի տարբերությամբ:

2.23. Դեդուկտիվ մեթոդի պահանջին համապատասխան՝ գնագոյացման հիմնախնդիրների վերլուծությունը սկսվում է.

- ա) ընդհանուր վերլուծություններ կատարելով,
- բ) փաստերի ու համակարգված տվյալների հետազոտությունները կատարելով,
- գ) ընդհանուրից, որից հետո միայն հետազոտվում են ունեցած փաստերն ու համակարգված տվյալները,
- դ) համակարգված տվյալների դասակարգմամբ:

2.24. Գնագոյացման ինդուկտիվ և դեդուկտիվ մեթոդները.

- ա) չպետք է հակադրել միմյանց,
- բ) դրանք փոխադարձաբար կապված են,
- գ) լրացնում են միմյանց,
- դ) վերը նշված տարբերակները ճիշտ են:

2.25. Արտադրանքի արտադրության գործընթացում կատարված ծախսերով հաշվարկված լրիվ ինքնարժեքը.

- ա) արտադրանքի արտադրության և իրացման ծախսերի հանրագումարն է,
- բ) արտադրանքի արտադրության և իրացման ծախսեր տարբերությունն է,
- գ) իրացման ծախսերի հանրագումարն է,
- դ) արտադրանքի արտադրության ծախսերի հանրագումարն է:

2.26. Երբ արտադրության ծախսերը դասակարգում ենք ըստ տնտեսական տարրերի, ապա դա նշանակում է, որ ձեռնարկության.

- ա) ընդհանուր ծախսերը հաշվարկում են ըստ առանձին ուղղությունների,
- բ) հաստատում են ծախսերը հավասար են փոփոխում ծախսերին,
- գ) միավոր արտադրանքի արտադրության ծախսերն են հաշվարկում,
- դ) ուղղակի ծախսերն են հաշվարկում:

2.27. Երբ արտադրության ծախսերը դասակարգում ենք ըստ տնտեսական տարրերի, ապա դա նշանակում է, որ կազմվում է կազմակերպության կամ ձեռնարկության.

- ա) արտադրության ծախսերի նախահաշիվը,
- բ) հաստատում են ծախսերի մեծությունը,
- գ) փոփոխական ծախսերի մեծությունը,
- դ) անուղղակի ծախսերի մեծությունը:

2.28. Երբ ծախսերը դասակարգում ենք ըստ հաշվարկման հոդվածների, ապա դրա նպատակն է հաշվարկել.

- ա) սպառողական շուկայում գործող գները,
- բ) միավոր արտադրանքի արտադրության ծախսերը,
- գ) տարբեր մասնակիցների սահմանած գները,
- դ) գնովի կիսաֆաբրիկատների արժեքը:

2.29. Թվարկված առանձնահատկություններից ո՞րն է բնորոշ գնագոյացման գիտությանը.

- ա) հետազոտում է իրական հատվածի բոլոր ճյուղերի զարգացման սկզբունքները,
- բ) հետազոտում է սոցիալական համակարգի զարգացման սկզբունքները,
- գ) հավասարապես հետազոտում է և՛ իրական հատվածի, և՛ ծառայությունների ոլորտի բոլոր ճյուղերի զարգացման սկզբունքները, ուղիներն ու մեթոդները,
- դ) հետազոտում է իրական հատվածի և ծառայությունների ոլորտի բոլոր ճյուղերի զարգացման բոլոր մեթոդները:

2.30. Արտադրամասային ինքնարժեքի և ձեռնարկության ծախսերի հանրագումարով ձևավորվում է.

- ա) արտաարտադրական ծախսերը,
- բ) արտադրական ինքնարժեքը,

- գ) լրիվ ինքնաբերական,
- դ) արտադրամասային ծախսերը:

2.31. Արտադրական ինքնաբերական և արտաարտադրական ծախսերի հանրագումարով ձևավորվում է.

- ա) լրիվ ինքնաբերական,
- բ) արտադրամասային ինքնաբերական,
- գ) իրացման ծախսերը,
- դ) արտադրական ինքնաբերական:

2.32. Նշված ծախսերից որոնք են համարվում ուղղակի ծախսեր.

- ա) սարքավորումների պահպանման ծախսերը,
- բ) հումքի և նյութերի ծախսերը,
- գ) արտադրամասային ծախսերը,
- դ) ընդհանուր գործարանային ծախսերը:

2.33. Նշված ծախսերից որոնք են համարվում անուղղակի ծախսեր.

- ա) օժանդակ նյութերի ծախսերը,
- բ) վառելիքի և էլեկտրաէներգիայի ծախսերը,
- գ) արտադրական բանվորների աշխատավարձի ծախսերը,
- դ) սարքավորումների շահագործման ծախսերը:

2.34. Նշված ծախսերից որոնք են համարվում ուղղակի ծախսեր.

- ա) կենսաթոշակային ֆոնդին հատկացումները,
- բ) արտադրամասային ծախսերը,
- գ) ընդհանուր գործարանային ծախսերը,
- դ) արտաարտադրական ծախսերը:

2.35. Նշված ծախսերից որոնք են համարվում անուղղակի ծախսեր.

- ա) գնովի կիսաաֆաբրիկատները,
- բ) արտադրական բանվորների հիմնական աշխատավարձը,
- գ) արտաարտադրական ծախսերը,
- դ) տեխնոլոգիական նպատակների համար էլեկտրաէներգիայի ծախսերը:

2.36. Ուղղակի են համարվում այն ծախսերը, որոնք.

- ա) վերագրվում են արտադրանքի առանձին տեսակին,
- բ) արտադրության ընթացքում չեն փոփոխվում,

- գ) արտադրության ծավալի փոփոխությանը համապատասխան փոփոխվում են,
- դ) արտադրանքի ինքնաբերական վերագրվում են անուղղակիորեն:

2.37. Անուղղակի ծախսերը միավոր արտադրանքի ինքնաբերական վերագրվում են՝ հիմք ընդունելով յուրաքանչյուր արտադրանքի համար կատարված.

- ա) աշխատավարձի ծախսումները,
- բ) հումքի և նյութերի ծախսումները,
- գ) օժանդակ նյութերի ծախսումները,
- դ) վառելիքի և էլեկտրաէներգիայի ծախսումները:

2.38. «Նվազող հատույցի» օրենքը հաստատում է, որ սկսած որոշակի պահից, փոփոխական պաշարի հաջորդաբար միացումը հաստատված պաշարին, տալիս է.

- ա) ավելացված կամ սահմանային արդյունք, որն անընդհատ աճում է,
- բ) ավելացված կամ սահմանային արդյունք, որը չի փոփոխվում,
- գ) ավելացված կամ սահմանային արդյունք, որը հավասար է Օ-ի,
- դ) ավելացված կամ սահմանային արդյունք, որը հետզհետե նվազում է:

2.39. Այն ծախսերը, որոնք արտադրության ծավալի փոփոխությանը գույքընթաց չեն փոփոխվում, կոչվում են.

- ա) հաստատուն ծախսեր,
- բ) փոփոխուն ծախսեր,
- գ) ընդհանուր ծախսեր,
- դ) միջին ծախսեր:

2.40. Նշված ծախսերից որոնք են համարվում հաստատուն ծախսեր.

- ա) հումքի և նյութերի ծախսերը,
- բ) վառելիքի և էներգիայի ծախսերը,
- գ) տրանսպորտային ծառայության ծախսերը,
- դ) փոխառությունների դիմաց վճարումները:

2.41. Արտադրանքի ծավալի փոփոխմանը գույքընթաց փոփոխվող ծախսերը կոչվում են.

- ա) փոփոխական կամ փոփոխուն ծախսեր,
- բ) սահմանային աճող ծախսեր,
- գ) ընդհանուր ծախսեր,
- դ) հաստատուն ծախսեր:

2.42. Նշված ծախսերից որոնք են համարվում փոփոխուն ծախսեր.

- ա) ռենտային և վարձակալական վճարները,
- բ) ամորտիզացիոն հատկացումներն ու հիմնական ֆոնդերի ապահովագրական վճարները,
- գ) գլխավոր մասնագետների կառավարման, կառավարման վերադաս մարմինների աշխատակազմի աշխատավարձի վճարումները,
- դ) աշխատավարձի գծով ծախսերի զգալի մասը:

2.43. Ընդհանուր ծախսերը հաստատուն և փոփոխուն ծախսերի.

- ա) արտադրյալն է,
- բ) հարաբերությունն է,
- գ) գումարն է,
- դ) տարբերությունն է:

2.44. Միավոր արտադրանքին ընկնող ծախսերը կոչվում են.

- ա) միջին հաստատուն ծախսեր,
- բ) միջին փոփոխուն ծախսեր,
- գ) միջին ընդհանուր ծախսեր,
- դ) սահմանային ծախսեր:

2.45. Միջին հաստատուն ծախսերը հաշվարկելու համար հաստատուն ծախսերի գումարը.

- ա) հարաբերում ենք արտադրված արտադրանքի քանակի վրա,
- բ) ավելացնում ենք փոփոխական ծախսերին,
- գ) հավասարեցնում ենք փոփոխական ծախսերին,
- դ) հարաբերում ենք ընդհանուր ծախսերի մեծության վրա:

2.46. Միջին փոփոխուն ծախսերը հաշվարկելու համար կարող ենք միջին ընդհանուր ծախսերից.

- ա) հանել միջին հաստատուն ծախսերը,
- բ) հանել հաստատուն ծախսերը,
- գ) հանել փոփոխուն ծախսերը,
- դ) հանել հաստատուն և փոփոխուն ծախսերի գումարը:

2.47. Երբ աստիճանաբար ընդլայնվում են արտադրության մասշտաբները և առավել լրիվ են օգտագործվում արտադրական հնարավորությունները, ապա միավոր արտադրանքի հաշվով փոփոխուն ծախսերը գնալով.

- ա) աճում են,

- բ) նվազում են,
- գ) հավասարվում են 0-ի,
- դ) մնում են անփոփոխ:

2.48. Երբ կազմակերպության կապիտալը, սարքավորումներն սկսեն օգտագործվել արդյունավետ և արդյունքում յուրաքանչյուր հաջորդ փոփոխական պաշարը միավոր արտադրանքի հաշվով սկսի աճել (նախորդի համեմատ ավելի քիչ), ապա դա նշանակում է, որ սկսում է գործել.

- ա) պահանջարկի օրենքը և աճում են միջին փոփոխական ծախսերը,
- բ) առաջարկի օրենքը և աճում են միջին փոփոխական ծախսերը,
- գ) նվազող հատույցի օրենքը և աճում են միջին փոփոխական ծախսերը,
- դ) արժեքի օրենքը և աճում են միջին փոփոխական ծախսերը:

2.49. Միջին ընդհանուր ծախսերը հաշվարկում ենք՝ միջին հաստատուն և միջին փոփոխական.

- ա) ծախսերը գումարելով,
- բ) ծախսերի արտադրյալով,
- գ) ծախսերի հարաբերությամբ,
- դ) ծախսերի տարբերությամբ:

2.50. Արտադրանքի տվյալ ծավալի պայմաններում միջին փոփոխական և միջին ընդհանուր ծախսերի մակարդակը հիմնականում կախված են.

- ա) սահմանային ծախսերի մեծությունից,
- բ) միջին հաստատուն ծախսերի մեծությունից,
- գ) արտադրանքի թողարկման համար ծախսվող ժամանակի մեծությունից,
- դ) ուղղակի ծախսերի մեծությունից:

2.51. Արտադրության մասշտաբով կատարված լրացուցիչ այն ծախսերը, որոնք կապված են յուրաքանչյուր լրացուցիչ արտադրանքի արտադրության հետ, կոչվում են.

- ա) սահմանային ծախսեր,
- բ) սահմանային եկամուտներ,
- գ) սահմանային օգտակարություն,
- դ) սահմանային կայուն հատույց:

2.52. Սահմանային ծախսերի ցուցանիշը ցույց է տալիս այն ծախսը, որ ֆիրման պարտավոր է կատարել.

- ա) վերջին միավոր արտադրանքի արտադրության դեպքում,
- բ) առաջին միավոր արտադրանքի արտադրության դեպքում,
- գ) նախորդ միավոր արտադրանքի արտադրության դեպքում,
- դ) էքստենսիվ ճանապարհով զարգանալու դեպքում:

2.53. Սահմանային ծախսերի ցուցանիշը ցույց է տալիս այն ծախսը, որը վերջին արտադրանքի արտադրության ծավալի կրճատման դեպքում կարող է.

- ա) կրկնապատկվել,
- բ) խնայվել,
- գ) ավելանալ,
- դ) սահմանափակվել:

2.54. Սահմանային ծախսերի գրաֆիկը ցույց է տալիս, որ ընդհանուր ծախսերը և փոփոխական ծախսերը.

- ա) սկզբից կտրուկ նվազում են, հետո դանդաղ աճում,
- բ) չեն փոփոխվում,
- գ) հավասարաչափ են փոփոխվում,
- դ) սկզբից աճում են դանդաղ, իսկ հետո՝ արագ տեմպերով:

2.55. Սահմանային ծախսերի գրաֆիկը ցույց է տալիս, որ սահմանային ծախսերի կորագիծը կտրուկ իջնում է ներքև՝ հասնելով իր նվազագույն սահմանին, որից հետո.

- ա) էլ ավելի է իջնում,
- բ) հորիզոնական է շարժվում,
- գ) կտրուկ բարձրանում է վերև,
- դ) փոփոխության չի ենթարկվում:

ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՀԱՍԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

«կատարյալ շուկա»

«ոչ կատարյալ շուկա»

«ինդուկտիվ մեթոդ»

«դեդուկտիվ մեթոդ»

«հաստատուն ծախսեր
TFC»

«փոփոխական
ծախսեր TVC»

«նվազող հատույց»

«զների համակարգ»

«պահանջարկի
օրենք»

«առաջարկի օրենք»

«սահմանային
արտադրողականություն»

«միջին

արտադրողականություն»

«միջին ընդհանուր ծախսեր
ATC»

«ընդհանուր ծախսեր TC»

«սահմանային ծախսեր
MC»

«միջին հաստատուն
ծախսեր AFC»

«միջին փոփոխական
ծախսեր AVC»

«նվազող հատույցի օրենք»

ԳԼՈՒԽ 3

ԳՆԵՐԻ ԶԵՎԱԿՈՐՄԱՆ ՀԻՄՆԱՅԱՐՑԵՐԸ ՇՈՒԿԱՅԱԿԱՆ ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ՊԱՅՄԱՆՆԵՐՈՒՄ

3.1. ՇՈՒԿԱՅԱԿԱՆ ՏՆՏԵՍԱՎԱՐՄԱՆ ԵՎ ԳՆԱՅԻՆ ՆՈՐ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ԱՆՑՄԱՆ ԱՆՀՐԱԺԵՇՏՈՒԹՅՈՒՆԸ

Տնտեսական կառուցակարգի գործունեության կազմակերպման համակարգում առանձնահատուկ նշանակություն ունի գնագոյացումը, որը սերտորեն կապված է տնտեսության բոլոր կառույցների գործունեության հետ:

Նախկին ԽՍՀՄ վարչահրամայական տնտեսական համակարգին բնորոշ էին կենտրոնացված պլանավորումը, կառավարումը, գնագոյացումը և ֆինանսավորումը:

Կենտրոնացված գնագոյացման պայմաններում գները, ամենից առաջ, դիտվում էին տեխնիկատնտեսական հաշվակների կատարման և արժեքային ցուցանիշների հաշվարկման ու պլանավորման միջոց, հաստատվում էին կենտրոնացված կարգով և համապատասխան գնացուցակների միջոցով դրվում գործողության մեջ:

Գնագոյացման նման կառուցակարգն ամբողջությամբ համապատասխանում էր կենտրոնացված պլանավորման, կառավարման և ֆինանսական չափորոշիչներին:

Կենտրոնացված գնագոյացման և պլանավորման միջոցով նախատեսվում էր ինչ և ինչ քանակությամբ արտադրել, ում և ինչ գներով իրացնել: Նման պայմաններում գները, փաստորեն, կորցնում էին իրենց խթանող գործառույթը, թերագնահատվում էին ապրանքային արտադրության և արժեքի տեսությունների հիմնական պահանջները, գնալով մեծանում էր խզումը տնտեսության կառավարման և ապրանքային արտադրությանը բնորոշ տնտեսական օրենքների միջև: Գնագոյացման նկատմամբ ցուցաբերվում էր ոչ գիտական մոտեցում, որը հանգեցնում էր սուբյեկտիվ մոտեցման և կառավարական որոշումների ընդունման:

Քանի որ ապրանքադրամական հարաբերությունների պայմաններում կենտրոնացված կարգով սահմանվող գների համակարգը

գործում էր տնտեսության բոլոր մակարդակներում, ուստի դրան բնորոշ էին այն բոլոր հիմնական թերությունները, որոնք առկա էին տնտեսական կառուցակարգի կենտրոնացված գործընթացի պայմաններում: Գնագոյացման բնագավառում իրականացվող քաղաքականությունը չէր արտացոլում արժեքի օրենքի պահանջները, որի պատճառով գները չէին համապատասխանում հասարակայնորեն անհրաժեշտ աշխատանքային ծախսումներին: Այս դեպքում գների և սակագների վերանայման ոչ համալիր բնույթը չէր նպաստում տնտեսական անհավասարակշռության վերացմանը, չէր խթանում գիտատեխնիկական առաջադիմության զարգացմանը:

Գնագոյացման բնագավառում իրականացվող քաղաքականության բացասական հետևանքներն առանձին ճյուղերում ապրանք արտադրողների և սպառողների գների միջև զգալի տարբերությունների արդյունք էին: Դա հատկապես նկատելի էր արդյունաբերության և գյուղատնտեսության բնագավառներում, որտեղ արդյունաբերական ապրանքների գներն ավելի բարձր էին, քան՝ գյուղատնտեսական ձեռնարկությունների կողմից իրացվող արտադրանքներին:

Արտադրողների և սպառողների գների միջև եղած տարբերությունը փոխհատուցվում էր պետության կողմից լրավճարների միջոցով, որոնք գնալով աճում էին և բացասական ներգործություն ունենում տնտեսության զարգացման վրա:

Բավական է նշել, որ նման քաղաքականության իրականացման պատճառով ԽՍՀՄ-ում լրավճարների միջոցները 1965թ. 3.6 միլիարդ ռուբլուց 1990թ. հասան 110 միլիարդի:

Գնագոյացման նման քաղաքականությունը հանգեցնում էր նրան, որ արտադրողները մշտապես ձգտում էին գյուղատնտեսությանը տրամադրվող արտադրանքների գները բարձրացնել, քանի որ լրավճարների գումարների աճը ձեռնտու էր:

Այսպիսով, կենտրոնացված գնագոյացման կառուցակարգը, իր բազմաթիվ թերություններով, հանգեցրեց ԽՍՀՄ տնտեսական ճգնաժամային իրավիճակի խորացմանը և դիտվում է որպես նրա փլուզման հիմնական պատճառներից մեկը:

Ժամանակակից պայմաններում յուրաքանչյուր երկրի տնտեսության զարգացման մակարդակը փոխադարձ կապի մեջ է արտադրատնտեսական հարաբերությունների բնույթի և դրանով պայմա-

նավորված արտադրության ու բաշխման գործող ձևաչափի հետ, որոնք ընկած են տնտեսական համակարգի զարգացման հիմքում:

Նախկին ԽՍՀՄ տնտեսական գործունեության 70 տարիների ընթացքում մշտապես ներկայացվում էին սոցիալիստական ձևաչափի վարչահրամայական տնտեսական համակարգի դրական կողմերը, առավելությունները և ամբողջ աշխարհին առաջարկվում էր այդ «առաջադիմական» ձևաչափն ընդունել որպես շուկայական տնտեսությանը այլընտրանք: Միաժամանակ ընդգծվում էին այդ ձևաչափի արժանիքները՝ որպես տնտեսության զարգացման «բարձր» տեմպերի, աշխատանքի բարձր արտադրողականության, բնակչության սոցիալական պաշտպանվածության անհրաժեշտ մակարդակ ապահովող առաջադիմական համակարգ:

Ինչպես ցույց տվեց պատմությունը, նշված արժանիքները կրում էին հռչակագրային բնույթ, այդ պատճառով որևէ դրական արդյունք չտվեցին: Դա այն բազմաթիվ պատճառներից մեկն էր, որ հանգեցրեց տնտեսության վարչահրամայական համակարգի պայմաններում գործող կառավարման համակարգի աստիճանական փլուզմանը, տնտեսական, քաղաքական, սոցիալական և հոգևոր ճգնաժամային վիճակի:

Վերլուծելով ԽՍՀՄ տնտեսական կառուցակարգի փլուզման պատճառները՝ կարելի է եզրակացնել, որ դա հիմնականում հետևանք էր արտադրողական ուժերի և արտադրական հարաբերությունների միջև առաջացած սուր հակասության, առանձին ոլորտների միջև տիրող անհաշվելիչ ծածկության, տնտեսության ֆինանսական անկայունության, արտահանման հումքային քաղաքականության, գնագոյացման ոչ ճիշտ քաղաքականության և զանազան այլ պատճառների: Այդ թերությունները բնորոշ էին բոլոր հանրապետություններին, այդ թվում՝ նաև Հայաստանին:

Հայաստանի Հանրապետությունում ճգնաժամային վիճակը դրսևորվեց առավել սրությամբ, որը կապված էր 1988թ. աղետալի երկրաշարժի, ազգամիջյան լարվածության հետագա սրման, շրջափակումների, վառելիքաէներգետիկ ճգնաժամի և պատերազմական իրադրության հետ:

Հայաստանի Հանրապետության սոցիալ-տնտեսական իրավիճակը պահանջում էր արտադրության և բնակչության կենսապայմանների անկումը կանխելու, վարչահրամայական տնտեսական

համակարգը շուկայական տնտեսության համակարգում փոխարինելու նպատակով իրականացնել անհրաժեշտ բարեփոխումներ:

Քաղաքական և տնտեսական անկախություն ձեռք բերած հանրապետություններում, այդ թվում նաև՝ Հայաստանում, տնտեսության կայունացման և ճգնաժամային վիճակի հաղթահարման ուղին իրավացիորեն համարվեց շուկայական կառուցակարգի ձևաչափը:

Շուկայական տնտեսության համաշխարհային փորձի ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ տնտեսավարման այդ ձևաչափին բնորոշ են տնտեսության այնպիսի հիմնարար բնութագրեր, ինչպիսիք են՝ սեփականության տարբեր ձևերի առկայությունը, ազատ գնագոյացումը, ազատ ձեռնարկատիրական գործընթացի կազմակերպումը, ազատ մրցակցությունը, որոնք որոշիչ դեր են կատարում սուղ պաշարների արդյունավետ օգտագործման և բաշխման հարաբերությունների կարգավորման գործում:

Ինչպես նկատում ենք ազատ գնագոյացման քաղաքականության անցումը շուկայական տնտեսության պայմաններում համարվում է շուկայական կառուցակարգի հիմնական հենասյուներից մեկը:

Այդ պատճառով շուկայական կառուցակարգի կառույցների համակարգում գնագոյացման քաղաքականությունը դիտվում է տնտեսական քաղաքականության բաղկացուցիչ մասը, որի ճիշտ կազմակերպման գործընթացով պայմանավորված է ոչ միայն արտադրողների ու սպառողների միջև համամասնական կապերի սահմանման հաջողությամբ, շուկայական հարաբերությունների զարգացումը, այլև ամբողջ տնտեսության զարգացման կայուն մակարդակը:

Այսպիսով, ելնելով գնագոյացման քաղաքականության ունեցած նշանակությունից, ինչպես նաև հանրապետության անկախության հռչակագրի դրույթներից, հանրապետության անկախացումից հետո գործնական քայլեր կատարվեցին գնագոյացման նոր քաղաքականության անցման ուղղությամբ:

Տնտեսական քաղաքականության համակարգում գնագոյացման նոր քաղաքականությունը համարվում է ամենաբարդ բարեփոխումներից մեկը: Դա կարելի է հիմնավորել նրանով, որ գնագոյացման հետ կապված ամեն մի բարեփոխում կարող է ունենալ աղետալի հետևանքներ՝ հանգեցնել ինչպես գների աճին, այնպես էլ բնակչության գնողունակության կրճատմանը: Չնայած նման բարդություններին՝ կենտրոնացված գների սահմանումից հրաժարումն օբյեկ-

տիվ անհրաժեշտություն էր և բխում էր գների ազատականացման կարևորությունից:

Հանրապետության անկախացումից հետո շուկայական տնտեսության կառույցների ձևավորման համար անհրաժեշտ օրենսդրական դաշտի ստեղծման հետ միաժամանակ գործնական բարեփոխումներ կատարվեցին ազդարարի հատվածում, ստեղծվեցին գյուղատնտեսական տնտեսություններ: Բարեփոխումներ կատարվեցին առևտրի, կենցաղ սպասարկման ոլորտներում և այլ ճյուղերում, որոնք համգեցին շուկայական նոր հարաբերությունների ձևավորմանը:

Գնագոյացման նոր քաղաքականությանն անցումը հանրապետությունում իրականացվեց ՀՀ զեղազույց խորհրդի 1992թ. հունվարի 3-ին հրավիրված արտահերթ նստաշրջանում, որտեղ որոշում կայացվեց հունվարի 5-ից ազատ արժակել գները և հրաժարվել գնագոյացման նախկին կարգից: Այդ որոշման համաձայն՝ 1992թ. հունվարի 4-ին Հայաստանի Հանրապետության նախագահի հրամանագրով անցում կատարվեց ազատ շուկայական գների, սակագների (տարիֆների) և հաստատագրված գների քաղաքականությունը:

3.2. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ՈՐԵՆՍՏԻՍԱԿԱՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՔԱՂԱՅՈՒՑԻՉ ՄԱՍ

Շուկայական տնտեսության պայմաններում ապրանքադրամական հարաբերություններին բնորոշ կատեգորիաները գործում են այդ համակարգում առկա տնտեսական օրենքների պահանջներին համապատասխան և արտացոլում են կատարյալ, ինչպես նաև ոչ կատարյալ մրցակցային շուկաներին բնորոշ օրինաչափություններն ու պետության սոցիալ-տնտեսական զարգացման հիմնական խնդիրները:

Շուկայական տնտեսությունում գինը, ապրանքից և փողից հետո, տնտեսագիտության կողմից հետազոտվող հաջորդ կարևոր կատեգորիան է, իսկ գնագոյացման քաղաքականությունը դիտվում է որպես սոցիալ-տնտեսական քաղաքականության բաղկացուցիչ մասը: Գների և գնագոյացման քաղաքականության միջոցով բացա-

հայտվում են ապրանքափոխանակության գործընթացի հիմնական օրինաչափությունները, որոնք բնորոշ են ինչպես կատարյալ, այնպես էլ ոչ կատարյալ մրցակցային շուկաներին:

Գնագոյացման ճիշտ քաղաքականությունը որոշիչ դեր է կատարում արտադրողների և սպառողների, ինչպես նաև մյուս շուկայական սուբյեկտների միջև բնականոն հարաբերությունների ձևավորման և դրանց նպատակային խնդիրների իրականացման գործում¹⁷:

Այս ամենից հետևում է, որ գնագոյացումը կապված է ապրանքադրամական հարաբերությունների հետ, արտացոլում է պահանջարկի ու առաջարկի հարաբերակցության հիմնական օրինաչափությունները, համարվում է պետության տնտեսական քաղաքականության բաղկացուցիչ մասը և շուկայական հարաբերությունները կարգավորող ինքնուրույն բնագավառ: Ի դեպ՝ տնտեսական քաղաքականության արդյունավետությունը, վերջին հաշվով, գնահատվում է հենց գնագոյացման քաղաքականության միջոցով:

Ընդհանուր առմամբ տնտեսական քաղաքականության հիմնադրույթները, ելնելով երկրի տնտեսական զարգացման իրավիճակի առանձնահատկություններից, իրենց արտացոլում են գտնում տնտեսական ու սոցիալական զարգացման ծրագրերում, որոնք մշակվում են ամբողջ տնտեսության մասշտաբով և արտացոլում են առանձին ճյուղերի ու ոլորտների ինչպես տարեկան, այնպես էլ հեռանկարային հիմնական նպատակային խնդիրները:

Տնտեսական քաղաքականության լուրջումը հատկապես ընդգծվում է տնտեսական կառավարման կարևոր գործընթացների՝ պլանավորման, արտադրության կազմակերպման ու խթանման, ինչպես նաև վերահսկողության միջոցով:

Պլանավորման միջոցով են գնահատվում տնտեսական բարեփոխումների արդյունքները, որոշվում տնտեսության զարգացման հիմնական ուղղությունները: Դրանց հիման վրա կազմվում են տնտեսական գործունեության համալիր ծրագրեր, որոնք ամբողջությամբ արտացոլվում են սոցիալ-տնտեսական զարգացման ծրագրում:

¹⁷ А. С. Везинкин. Цены и налогообложение. Учебное пособие. 2-ое издание, переработанное и дополненное. Москва, ЮРАЙТ, Высшее образование, 2010г., стр. 233.

Տնտեսական քաղաքականության նպատակային խնդիրների գիտականորեն հիմնավորումը, կառավարման տնտեսական ռազմավարությունն առավել կարևոր են շակայական տնտեսության անցումային փուլում, հատկապես՝ շուկայական տնտեսությանը նոր անցնող երկրների, այդ թվում՝ Հայաստանի Հանրապետության համար:

Այդ երկրներում տնտեսական ճգնաժամերի հաղթահարումը նորանոր խնդիրներ է առաջադրում տնտեսական ռազմավարությանը, դրա բաղկացուցիչ մասը կազմող գնագոյացման քաղաքականությանը, պահանջում է մշակել տնտեսական ռազմավարության այնպիսի սկզբունքներ, որոնց միջոցով հնարավոր կլինի կատարել, նախ՝ իրավիճակի մանրամասն վերլուծություն և երկրորդ՝ մշակել ճգնաժամային վիճակը հաղթահարելու լայն ծրագիր:

Այդ բարեփոխումները հաջողությամբ կարող են իրականացվել պետության կողմից՝ դրամավարկային, հարկաբյուջետային, արտաքին տնտեսական ճկուն քաղաքականության իրականացման միջոցով, որոնք ոչ միայն փոխկապված են գնագոյացման քաղաքականության հետ, այլև կարգավորվում են դրա շնորհիվ:

Տնտեսության մասշտաբով գնագոյացման ճկուն քաղաքականության կարևորությունն իր արտացոլումն է ստանում պետության՝ տնտեսական խթանման և վերահսկողության գործընթացներում: Այդ կարևորությունը պայմանավորված է նաև գների խթանող գործառույթի դերով, որը շուկայական կառուցակարգի կազմավորման ռազմավարության գործընթացում ձեռք է բերում առանձնահատուկ նշանակություն:

Ավելին, երբ որևէ ապրանքի գինը շուկայում բարձրանում է, արտադրողները փորձում են ընդլայնել արտադրությունը, իսկ սպառողները հրաժարվում են այդ ապրանքները գնելուց: Երբ շուկայում գները իջնում են, տեղի է ունենում հակառակ երևույթը:

Ինչպես տեսնում ենք, գներն են սպառողներին ու արտադրողներին թելադրում արդյունավետորեն կազմակերպել և ճշտորեն վարել շուկայական հարաբերությունները: Այսինքն՝ շուկայական տնտեսությունը ղեկավարվում է գներով և գործում է պահանջարկի ու առաջարկի հարաբերակցության կարգավորման շրջանակներում, իսկ գնագոյացման քաղաքականությունն արտացոլում է պետության նպատակային խնդիրները:

Քանի որ գնագոյացման քաղաքականությունը համարվում է ոցիալ-տնտեսական քաղաքականության բաղկացուցիչ մասը և կառավարման կարևոր օղակներից մեկը, ուստի գնագոյացման կազմակերպման արմատական բազմաթիվ հարցեր լուծվում են օրենսդիր, գործադիր բարձրագույն մարմինների կողմից, որոնց հիմնական խնդիրների համակարգում որոշիչ նշանակություն ունի գների խթանման, բաշխման և վերաբաշխման գործառույթների ճիշտ կիրառումը:

Այսպիսով, յուրաքանչյուր երկրի կառավարությունը, որպես տնտեսության կառավարման բարձրագույն գործադիր մարմին, կոչված է սոցիալ-տնտեսական զարգացման բազմաթիվ խնդիրների հետ միասին իրականացնելու գների ազատականացման այնպիսի քաղաքականություն, որը, ելնելով տնտեսության զարգացման իրավիճակից, նախ՝ ճիշտ արտացոլի պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցությամբ պայմանավորված գների ինքնակարգավորման խնդիրները, նպաստի առանձին ծյուղերի ու ենթա-ծյուղերի տնտեսական գործունեության խթանմանը, բաշխման հարաբերությունների կատարելագործմանը և բնակչության կենսապայմանների բարելավմանը:

Երկրորդ՝ սահմանի այն ապրանքների ու ծառայությունների անվանացանկը, որոնց գներն ու սակագները կարգավորվում են պետության կողմից:

Երրորդ՝ վերանայի հաստատագրված գներն ու սակագները՝ ելնելով տվյալ փուլի առանձնահատկություններից, առանձին ծյուղերում ու ենթա-ծյուղերում գների ու սակագների փոփոխության հետևանքներից, ինչպես նաև՝ բնակչության սոցիալական պաշտպանվածության աստիճանից:

Շուկայական կառուցակարգով զարգացող երկրներում, ինչպես փաստում են հետազոտությունները, ազատ ձեռնարկատիրության, մրցակցության ու ազատ գնագոյացման պայմաններում, պետությունը միաժամանակ կարգավորում է գնագոյացման գործընթացը: Այդ նպատակով կազմավորվում են հատուկ վարչատնտեսական և իրավական կառուցակարգեր, որոնք ներգործում են գնագոյացման վրա: Այդպիսի ներգործությունը պետությունն իրականացնում մի շարք ուղղություններով.

առաջին՝ ընդունվում են համապատասխան օրենքներ, օրենսդրական ակտեր, որոշումներ ու դրույթներ՝ գների կարգավորման,

ազատ մրցակցության գործընթացի իրականացման վերաբերյալ: Այսպես, Հայաստանի Հանրապետությունում կարևոր էին հարկերի և տուրքերի մասին օրենքները, ձեռնարկություններում արտադրանքի ինքնարժեքի մեջ մտնող ծախսերի կազմի վերաբերյալ դրույթները, որոնք տնտեսական պայմանների փոփոխմանը զուգընթաց, նույնպես վերանայվում են ու կատարելագործվում:

Երկրորդ՝ որոշվում են այն ապրանքների ու ծառայությունների շրջանակները, որոնց գները և սակագները կարգավորվում են պետության կողմից: Եթե անկախացումից անմիջապես հետո ընդարձակ էին հաստատագրված գներ ունեցող ապրանքների շրջանակները, ապա ներկայումս դրանք ընդգրկում են հիմնականում կենցաղային ծառայությունների գներն ու սակագները, մասնավորապես՝ էլեկտրաէներգիայի, խմելու, ոռոգման ջրի, կոյուղու, ռադիոյի, հեռախոսի համար վճարվող սակագները և այլն:

Երրորդ՝ առանձին նախարարությունների ու գերատեսչությունների կողմից կարգավորվող գների և սակագների վերափոխման ու վերանայման առաջարկությունները գործողության մեջ կարող են դրվել միայն կառավարության և օրենսդիր մարմինների կողմից հավանության արժանանալուց հետո:

Չորրորդ՝ կառավարության կողմից, համապատասխան տեսչությունների միջոցով, հսկողություն է սահմանվում կարգավորվող գների նկատմամբ:

Այսպիսով՝ գնագոյացման գործընթացը, կատարյալ և ոչ կատարյալ մրցակցության շուկաների հիմնական օրինաչափություններին համապատասխան, իրականացվում է առանձին ապրանքների ու ծառայությունների գների ու սակագների պետական կարգավորման միջոցով:

Գնակարգավորման մարմինների համակարգի ձևավորման անհրաժեշտությունը, դրանց առջև դրված խնդիրները բխում են շուկայական տնտեսության առանձնահատկություններից, որտեղ ազատ գնագոյացման քաղաքականությունը զուգակցվում է գների պետական կարգավորման քաղաքականության հետ:

3.3. ՇՈՒԿԱՅԱԿԱՆ ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ԶԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ՈՒՂԻՆԵՐԸ ԵՎ ԿԱՌՈՒՑՎԱԾՔԸ

Շուկան բաց տնտեսակաժողովրդական համակարգ է, որի օգնությամբ հարաբերություններ են ստեղծվում արտադրողների ու սպառողների միջև, դրամական ազատ միջոցներ ունեցողների և դրանց կարիքը ժամանակավորապես զգացողների, ձեռնարկությունների, աշխատողների ու պետության միջև: Շուկայական այդ հարաբերությունների միջոցով կարելի է որոշել շուկայի տարողությունը, պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցությունն ու դրանով պայմանավորված՝ գնագոյացման տեղաշարժերը կատարյալ և ոչ կատարյալ մրցակցության պայմաններում¹⁸:

Այսպիսով, շուկայական կառուցակարգի էությունն այն է, որ պահանջվում է ստեղծել կատարյալ և ոչ կատարյալ մրցակցության այնպիսի տնտեսություն, որտեղ ազգային շուկայի ցանկացած բնութագիր անհրաժեշտ կառույցների ձևավորման պայմաններում ձեռք է բերում ինքնակարգավորման հնարավորություն:

Համաշխարհային փորձի ուսումնասիրությունը փաստում է, որ շուկայական տնտեսությանն անցնելու երկու ուղի կա, որոնց ընտրությունը կապված է տվյալ երկրի սոցիալ-տնտեսական ու քաղաքական իրադրության, անցման ժամանակաշրջանի առանձնահատկությունների հետ:

Շուկայական տնտեսության ձևավորման առաջին ուղին, որը բնորոշ է ժամանակակից զարգացած երկրներին, սկզբնավորվել է դեռևս մի քանի հարյուրամյակ առաջ և աստիճանական կատարելագործման շնորհիվ հասել է զարգացման բարձր աստիճանի:

Շուկայական հարաբերություններին անցման երկրորդ ուղին բնորոշ է նախկին ԽՍՀՄ հանրապետություններին, որոնք քաղաքական և տնտեսական անկախություն ձեռք բերելուց հետո ձեռնամուխ եղան շուկայական ձևաչափով տնտեսության կազմակերպմանը: Շուկայական կառուցակարգի ձևավորման երկրորդ ուղին շուկայական հարաբերություններին արագ անցնելու ուղին է, որը տնտեսագիտության մեջ հայտնի է որպես «շուկային թերապիա»:

¹⁸ Դուշյան Զ. Բ Մակրոէկոնոմիկա, «Գլաժոր» կառավարման համալսարան, Երևան, 1992:

Հայաստանի Հանրապետությունը նույնպես անկախությունից հետո խնդիր դրեց անցնել շուկայական մոդելով տնտեսության վարմանը: Դրա համար պահանջվում էր հրաժարվել նախկին վարչաիրավայական համակարգից և աստիճանաբար ձևավորել այն կառուցակարգերն ու կառույցները, որոնք բնորոշ են շուկայական տնտեսությանը:

Շուկայական տնտեսության կառույցների ձևավորման գործում առանձնահատուկ նշանակություն ունի օրենսդրական դաշտի և, ամենից առաջ, այնպիսի օրենքների ստեղծումը, որոնց օգնությամբ պետք է ստեղծվեն բազմասեփականության վրա հիմնված նոր արտադրական հարաբերություններ:

Ի դեպ՝ սեփականության տարբեր ձևերով հիմնված ազատ ձեռնարկատիրական գործունեությունը, ազատ զնագոյացումը և մրցակցությունը դիտվում են որպես շուկայական տնտեսության ելակետային հիմք՝ հիմնական հենասյուներ:

Հայաստանի Հանրապետությունում նոր արտադրական հարաբերությունների ձևավորման հիմնախնդրի լուծման նպատակով ընդունվեցին այնպիսի օրենքներ, ինչպիսիք են՝ հողի սեփականաշնորհման, պետական ձեռնարկությունների ու անավարտ շինարարական օբյեկտների սեփականաշնորհման և ապապետականացման, հարկերի ու տուրքերի մասին օրենքներն ու բազմաթիվ այլ օրենսդրական ակտերը և հրահանգները:

Ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ շուկայական տնտեսության հիմքերի ստեղծման, համապատասխան կառույցների ձևավորման գործընթացը որոշակի առանձնահատկություններով հանդերձ, բոլոր երկրների համար հիմնականում նույնն է, անկախ նրանից, թե շուկային անցման որ ուղով են ընթանում: Բնական է, որ այդ կառույցների ձևավորման մեթոդներն ու ձևերը, բազմաթիվ օբյեկտիվ և սուբյեկտիվ պատճառներով, կարող են տարբեր լինել առանձին երկրներում, օրինակ՝ Հայաստանի Հանրապետությունում:

Շուկայական տնտեսությանը բնորոշ հիմնական կառույցներ են համարվում տնտեսության կառավարման համակարգի ձևավորումը, ազատ զնագոյացման քաղաքականությունը, բանկային, հարկային և վարկային համապատասխան կառավարման մարմինների ստեղծումը: Կարևոր կառույց է նաև սպառողական շուկայի համակարգում պահանջարկի ու առաջարկի հարաբերակցության կար-

գավորման, կառավարման և վերահսկողության համապատասխան օղակների ստեղծումը և այլն:

Պետք է նշել, որ շուկայական կառույցների ձևավորումն ու կատարելագործումն անընդհատ գործընթաց է, համապատասխանում է շուկայական հարաբերությունների զարգացմանը:

3.4. ԳՆԵՐԻ ՀԱՄԱԿԱՐԳԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ: ԳՆԵՐԻ ԿԱԶՄՆ ՈՒ ԿԱՌՈՒՑՎԱԾՔԸ

Ցանկացած երկրում, անկախ տնտեսակարգի ձևից ու բովանդակությունից, կապված արտադրողական ուժերի զարգացման, արտադրության նոր ճյուղերի առաջացման, նոր արտադրատեսակների յուրացման, սպասարկման ոլորտի ընդլայնման և ապրանքաշրջանառության տարբեր ձևերի առկայության հետ, գործում են գների տարբեր տեսակներ, որոնց ամբողջությունը ներկայացնում է գների համակարգը¹⁹:

Կենտրոնացված վարչաիրավայական կառուցակարգի պայմաններում գների համակարգում ներառվում էին արդյունաբերական արտադրանքի մեծածախ գները, սպառման ապրանքների մանրածախ գները, գյուղատնտեսական արտադրանքների գնման գները, փոխադրումների, զանազան ծառայությունների սակագները և այլն:

Արդյունաբերական արտադրանքների մեծածախ գները բաժանվում էին ձեռնարկության և արդյունաբերության մեծածախ գների:

Ձեռնարկության արտադրության միջոցները մեծածախ գնով իրացվում էին տարբեր ձեռնարկություններին և մեծածախ առևտրական բազաներին, որը հաշվարկվում էր որպես լրիվ ինքնարժեքի և ձեռնարկության շահույթի գումար:

Արդյունաբերության մեծածախ գները գործում էին ժողովրդական սպառման ապրանքների իրացման բնագավառում և ձևավորվում էին՝ ձեռնարկության մեծածախ գնին գումարելով շրջանառության հարկը և մատակարարման, վաճառահանման կազմակերպությունների վերադիրը:

¹⁹ **А. С. Базликин.** Цены и ценообразование. Учебное пособие, 2-ое издание, переработанное и дополнение Москва, ЮРАЙТ, Высшее образование, 2010г., стр. 61.

Կենտրոնացված կարգով հաստատվում էին նաև մանրածախ գները, որոնց միջոցով իրացումը կատարվում էր բնակչությանը: Արդյունաբերական արտադրանքի մանրածախ գները ձևավորվում էին՝ արդյունաբերության մեծածախ գինն գումարելով առևտրական կազմակերպությունների վերադիրը: Գյուղատնտեսական արտադրանքների գնման գները սահմանվում էին՝ ելնելով առանձին արտադրանքների արտադրության հետ կապված հնարավոր ծախսերի մակարդակից, գյուղատնտեսական ձեռնարկությունների տնտեսական խթանման և հասարակական կարիքների բավարարման շահերից:

Նկատի ունենալով գյուղատնտեսական արտադրության պայմանների առանձնահատկությունները և, մասնավորապես, առանձին տարածքների բնակչության պայմանների տարբերությունները՝ գյուղատնտեսական արտադրանքների համար սահմանվում էին գոտիական գներ և սեզոնային գներ:

Գյուղատնտեսական արտադրանքները վերամշակող ձեռնարկություններին իրացվում էին մեծածախ գներով: Գնման գների և մեծածախ գների տարբերությունը փոխհատուցվում էր պետական բյուջեի կողմից՝ դոտացիայի վճարման կարգով:

Փոխադրումների և զանազան ծառայությունների սակագները նույնպես սահմանվում էին կենտրոնացված կարգով:

Գնագոյացման նոր քաղաքականության արմատական տարբերությունը նախկին քաղաքականությունից այն է, որ, նախ՝ պետությունը հրաժարվեց կենտրոնացված գների սահմանման կարգից, երկրորդ՝ գնագոյացման կառուցակարգը սկսեց գործել հարկային նոր քաղաքականության պայմաններում և երրորդ՝ հարկային նոր քաղաքականությունը տարածվեց սեփականության տարբեր ձևերի վրա հիմնված արտադրական և ոչ արտադրական գործունեություն ծավալող ձեռնարկությունների վրա:

Գների նոր համակարգը ներառում է գների հետևյալ տեսակները. արդյունաբերական արտադրանքների ազատ շուկայական, գյուղատնտեսական արտադրանքների պայմանագրային, փոխադրումների և զանազան ծառայությունների ազատ պետական կարգավորող և սակագներ:

Արդյունաբերական արտադրանքի գները նույնպես բաժանվում են երկու տեսակի՝

- ազատ շուկայական մեծածախ գին.
- ազատ շուկայական բացթողնման գին:

Ազատ շուկայական մեծածախ գինը կիրառվում է ձեռնարկության արտադրական այս կամ այն սուբյեկտի գործունեության վերջնական արդյունքները հաշվարկելու նպատակով և ելակետային է գների մյուս տեսակների հաշվարկման համար: Ազատ շուկայական մեծածախ գինն (այսուհետև՝ ԱՇՄԳ) իրենից ներկայացնում է արտադրանքի լրիվ ինքնարժեքի և շահույթի գումարը:

Ի դեպ՝ պետք է նշել, որ դադարեցված են ձեռնարկությունների և մեծածախ բազաների միջև ազատ մեծածախ գնով իրացման գործառնությունները: Որպես բացառություն, ազատ մեծածախ գնով արդյունաբերական արտադրանքի իրացման գործառնություններ թույլատրվում է իրականացնել միայն այն արտադրանքների գծով, որոնք հարկային օրենսդրությամբ ազատված են ավելացված արժեքի հարկից (թարմ կաթնամթերքը, մանկական սնունդը, գյուղատնտեսական մթերքներն ու հումքը, սննդամթերքների առանձին տեսակները և այլն)²⁰:

Արդյունաբերական արտադրանքի ազատ բացթողնման գնով իրացվում են ձեռնարկություններին և մեծածախ բազաներին տրվող ապրանքները, որոնք հաշվարկվում են հետևյալ սկզբունքով.

$$\text{ԱԲԳ} = \text{ԱՄԳ} + \text{ԱԱՀ} + \text{ՄՎԿՎ},$$

որտեղ՝

ԱԲԳ-ն ազատ բացթողնման գինն է,
 ԱԱՀ-ն՝ ավելացված արժեքի հարկի գումարը,
 ՄՎԿՎ-ն՝ մատակարարման-վաճառահանման կազմակերպությունների վերադիրները,
 ԱՄԳ-ն՝ արդյունաբերական արտադրանքի մեծածախ գինը:

Այն դեպքում, երբ առևտրական կազմակերպություններն ապրանքները ձեռք են բերում մեծածախ առևտուր իրականացնող, մթերող և առևտրագնման ձեռնարկություններից, ազատ շուկայական բացթողնման գները հաշվարկվում են հետևյալ ձևով.

$$\text{ԱԲԳՄ} = (\text{ԱԲԳԱ} - \text{ԱԱՀ}) + \text{ՄՎԿՎ} + \text{ԱԱՀՄ},$$

որտեղ՝

²⁰ Հարկային տեղեկատու, IV, VI բաժիններ: Ավելացված արժեքի հարկից ապրանքների (աշխատանքների, ծառայությունների) ազատումը, էջ 97-100, 1997թ.:

ԱԲԳԱ-Ն՝ մատակարարների կողմից արտադրանքի բացթողնման գինն է,
 ԱԲԳԱ-Ն՝ արտադրողների կողմից իրացվող արտադրանքի բացթողնման գինը,
 ԱԱՅՄ-Ն՝ մատակարարող-իրացնող կազմակերպության կողմից հաշվարկված ԱԱՅ-Ն է:

Այսպես, եթե արտադրող ձեռնարկության կողմից ազատ բացթողնման գնով իրացված արտադրանքի արժեքը կազմում է 144000 դրամ, այդ նույն ձեռնարկության կողմից հաշվարկված ավելացված արժեքի հարկը կազմում է 24000 դրամ, ապա ապրանքի ձեռքբերման գինը կկազմի 120000 դրամ (144000-24000): Մատակարարող-վաճառահանող կազմակերպության վերադիրը 15%-ի դեպքում կազմում է 18000 (120000X15%): Նշանակում է՝ ապրանքի ձեռքբերման արժեքը վերադիրի հետ միասին կկազմի 138000 դրամ (120000+18000): Իսկ մատակարարող-իրացնող կազմակերպության ավելացված արժեքի հարկը 20% դրույքաչափի դեպքում կկազմի 3600 դրամ (18000 X 20%):

Սովորական կազմակերպություններին իրացվող արտադրանքի ազատ բացթողնման գինը կկազմի $ԱԲԳ = (144000 - 24000) + 18000 + 3600 = 141600$ դրամ:

Ազատ բացթողնման գների մակարդակն առանձին խումբ արտադրանքների դեպքում հաշվարկելիս պահանջվում է հաշվի առնել նաև ակցիզային հարկի գումարը²¹:

Ակցիզային հարկով հարկվող ապրանքների ազատ բացթողնման գինը (այսուհետև՝ ԱԲԳ) հաշվարկվում է հետևյալ բանաձևով.

$$ԱԲԳ = ԱՇՄԳ + ԱԿՀ + ԿԱԱՀ + ՄՎԿՎ,$$

որտեղ՝ ԱԿՀ-Ն՝ ակցիզային հարկի գումարն է:

²¹ Համաձայն «Ակցիզային հարկի մասին» օրենքի, ակցիզային հարկը համարվում է համապետական եկամուտ, որը գների կառուցակարգի միջոցով հաշվանցվում է հանրապետական բյուջե: Որպես ինքնուրույն հարկի տեսակ՝ Հայաստանում գործում է 1992թ. հունվարից: Համաձայն օրենքի՝ ակցիզային հարկով հարկվող ապրանքների անվանացանկում, կառավարության որոշմամբ, ընդգրկված են սննդային սպիրտը, օղին, լիկյոր-օղու արտադրանքը, խաղողի գինիները, կոնյակը, շամպայն գինիները, ոգելից թուրմը, շոկոլադը, ծխախոտի արտադրանքը, մարդատար ավտոմեքենաները, ոսկերչական իրերը, մորթի, մորթեղեն, բարձրորակ ճենապակյա, բյուրեղապակյա արտադրանքը, գորգերը և գորգագործական արտադրանքը, բնական կաշվից հագուստեղենը (Հարկային տեղեկատու, III - 1993թ., էջ 34): Հետագայում այդ ցանկում ավելացվեցին նաև բենզինը, ծկան խավիարը:

Իրավաբանական անձի կարգավիճակ ունեցող ձեռնարկությունների համար ակցիզային հարկի գումարը հաշվարկելիս նախ որոշվում է բացթողնման գինը՝

$$(ԱՄԳ \times 100\%):(100-ԱԿՀ \text{ դրույքաչափը}):$$

Եթե ընդունենք, որ միավոր արտադրանքի ազատ մեծածախ գինը (ինքնարժեք ու շահույթ) կազմում է 4200 դրամ, ակցիզային հարկի դրույքաչափը բացթողնման գնի նկատմամբ՝ 40%, ապա բացթողնման գինը կկազմի 7000 դրամ $(4200 \times 100 / 100 - 40)$: Ակցիզային հարկի գումարն ազատ բացթողնման գնի նկատմամբ կկազմի 2800 դրամ $(7000 \times 40 / 100)$:

Իրավաբանական անձի կարգավիճակ չունեցող ձեռնարկությունները, կազմակերպությունները, ինչպես նաև քաղաքացիները ակցիզային հարկի տարեկան գումարը հաշվարկում են՝

$$ԱԿՀ = Ե-ՎՀ / 100 + ԱԱՀԴ \times ԱԿՀԴ,$$

որտեղ՝

Ե-Ն՝ եկամուտն է, ներառյալ ԱԱՀ և ԱԿՀ, ՎՀ-Ն վերամշակման համար որպես հումք (կիսաֆաբրիկատներ) գնված ենթակազմիցային ապրանքների արժեքը (ներառյալ՝ հարկերի գումարը)՝ վերջնական արտադրանքի վրա ծախսված մասով, ԱԱՀԴ-Ն՝ ավելացված արժեքի հարկի գործող դրույքաչափը, իսկ ԱԿՀԴ-Ն՝ ակցիզային հարկի դրույքաչափն է:

Ազատ մանրածախ գներն այն վերջնական են, որոնցով կատարվում է սպառման ապրանքների իրացումը բնակչությանը:

Ազատ մանրածախ գները ձևավորվում են ազատ մեծածախ բացթողնման և ազատ գնման գների հիման վրա, միաժամանակ հաշվի առնելով առևտրական կազմակերպությունների կողմից կատարվող ծախսերը, շահույթի ստացման գումարները, այսինքն՝ առևտրական վերադիրները կամ զեղչերը, ինչպես նաև ավելացված արժեքի հարկը:

Ազատ մանրածախ գների մակարդակը պայմանավորված է մի շարք գործոններով: Այն հիմնականում կարգավորվում է շուկայում ամբողջական պահանջարկի և ամբողջական առաջարկի հարաբերակցությամբ, որը ապրանքային զանգվածների տեղաշարժերի, բնակչության եկամատների և նրանց գնողունակության մակարդակի փոփոխության պատճառով կարող է անընդհատ փոփոխվել:

Փաստորեն, որքան կայուն է ամբողջական առաջարկի և ամբողջական պահանջարկի հարաբերակցությունը, այնքան կայուն են նաև ազատ մանրածախ գները և՛ ընդհանրապես:

Ազատ մանրածախ գինը (այսուհետև՝ ԱՄԳ) հաշվարկվում է՝ հիմք ընդունելով արտադրանքի ձեռք բերման արժեքը, առևտրական կազմակերպության կողմից կատարվող շրջանառության ծախսերը, շահույթը, ինչպես նաև առևտրական կազմակերպության կողմից վճարվող ավելացված արժեքի հարկը:

Պետք է նշել, որ, համաձայն գործող հրահանգի, առևտրական վերադիրները հաշվարկվում են ավելացված արժեքի հարկը ներառող գների նկատմամբ, իսկ ավելացված արժեքի հարկը որոշվում է հարկվող շրջանառության 16,67 դրույքաչափով:

ԱՄԳ-ն հաշվարկվում է հետևյալ կերպ.

$$\text{ԱՄԳ} = \text{ԱԲԳ} + \text{ԱԱՀ} + \text{ԱԿԿ}$$

որտեղ՝ ԱԿԿ-ն՝ առևտրական կազմակերպությունների վերադիրն է:

Հանրապետությունում հողի սեփականաշնորհման գործընթացի իրականացման շնորհիվ լուծարվեցին նախկին գյուղատնտեսական ձեռնարկությունները և կազմակերպվեցին գյուղացիական, գյուղացիական կոլեկտիվ և պետական կոլեկտիվ տնտեսություններ: Դա նշանակում է, որ գյուղատնտեսության բնագավառում ձևավորվեցին բոլորովին նոր արտադրական հարաբերություններ, որոնք լայն հնարավորություններ ստեղծեցին ազատ գնագոյացման համար:

Գյուղատնտեսական մթերքների ազատ գների մակարդակը կարգավորվում է գյուղացիական տնտեսության և վերամշակող ձեռնարկության միջև նախապես կնքված պայմանագրային հարաբերությունների միջոցով: Սակայն միշտ չէ, որ այդ կարգավորումը իրականացվում է արդյունավետ ձևով: Հարցն այն է, որ վերամշակող ձեռնարկությունները ձգտում են որքան հնարավոր է ցածր գներով կնքել պայմանագրեր, որը ոչ միշտ է ձեռնառու գյուղացիական տնտեսություններին: Այդ պատճառով, ինչպես ցույց է տալիս նախորդ տարիների փորձը, բավական դժվարություններ են առաջանում փոխշահավետ պայմանագրային հարաբերությունների ձևավորման գործում:

Գյուղատնտեսական արտադրանքի ազատ գնման գների հաշվարկման համար ելակետ են ընդունվում գյուղացիական տնտեսությունների կողմից արտադրության նպատակով կատարված ընդհա-

նուր ծախսերը, ինչպես նաև այդ տնտեսությունների արտադրական գործունեության տնտեսական խթանման հնարավորությունները:

Ազատ գնման գները կարգավորելիս պետք է հաշվի առնվեն ինչպես դրանց միասնականությունը տվյալ տարածքում, այնպես էլ առանձին տարածքների բնակլիմայական պայմանների առանձնահատկությունները: Այսինքն՝ ազատ գնման գները, որոնք կարգավորվում են պետության կողմից, պետք է դիֆերենցվեն ըստ գոտիների բաշխվածության և ըստ սեզոնայնության: Գյուղատնտեսական արտադրանքի գնման գները կարգավորելիս պահանջվում է հաշվի առնել նաև դրանց որակական հատկանիշները:

Ելնելով ազատ գնման գների պետական կարգավորման պահանջներից և հաշվի առնելով գյուղացիական տնտեսությունների և վերամշակող արտադրության տնտեսական խթանման շահերը՝ նպատակահարմար է կարևոր գյուղատնտեսական արտադրանքների գնման գների սահմանումը կատարվի կառավարության կողմից:

Ազատ և պետականորեն կարգավորվող սակագների տարբերությունը նախկինում գործող սակագներից ոչ միայն այն էր, որ վերջիններս սահմանվում էին կենտրոնացված կարգով և ներկայացնում էին լրիվ ինքնարժեքի ու շահույթի գումարը, այլև նրանով, որ ներկայումս դրանք, բացի ինքնարժեքից և շահույթից, ներառում են նաև ավելացված արժեքի հարկը:

Բեռնափոխադրումների ազատ սակագների հիմքում ընկած է փոխադրումների ինքնարժեքը: Խիստ կարևոր է փոխադրումների տարիքների տարբերակումը ըստ տրանսպորտի աշխատանքի պայմանների, մասնավորապես, ըստ բեռների տեսակների, շարժակազմի արագության և փոխադրման հեռավորության ու մասշտաբների: Դա հնարավորություն կընձեռի արդյունավետ տնտեսական կապերի ստեղծման և բեռնաշրջանառության նվազագույն ծախսերով բեռնափոխադրումների ծավալի աճի ապահովման համար:

Մյուս ծառայությունների գծով ազատ սակագների մակարդակը որոշելիս հաշվի է առնվում այդ ծառայությունների վրա կատարված ծախսերի ընդհանուր մակարդակը, այսինքն՝ լրիվ ինքնարժեքը, շահույթը և ավելացված արժեքի գումարները:

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

- Կենտրոնացված գնագոյացման կազմակերպման պայմաններում գներն ամենից առաջ դիտվել են որպես տեխնիկատնտեսական հաշվարկների կատարման և արժեքային ցուցանիշների հաշվարկման ու պլանավորման միջոց, որոնք կենտրոնացված կարգով հաստատվում էին և համապատասխան գնացուցակների միջոցով դրվում գործողության մեջ:
- Գները զրկված էին խթանող գործառույթից, անտեսվում էին արժեքի հիմնական տեսությունների պահանջները, գնալով մեծանում էր խզումը գնագոյացման և տնտեսական օրենքների միջև:
- Շուկայական տնտեսության պայմաններում ճկուն գնագոյացման քաղաքականությունը և դրանով պայմանավորված գնագոյացման համակարգը պետք է դիտել շուկայական կառուցակարգը կարգավորող կարևոր գործոն, իսկ գնագոյացման քաղաքականությունը՝ տնտեսական քաղաքականության բաղկացուցիչ մաս:
- Տնտեսական քաղաքականության էությունը հատկապես ընդգծվում է տնտեսական կառավարման կարևոր գործառույթների՝ պլանավորման, արտադրության կազմակերպման ու խթանման, ինչպես նաև վերահսկողության միջոցով:
- Շուկայական տնտեսությունը ղեկավարվում է գներով և գործում է պահանջարկի ու առաջարկի հարաբերակցության կարգավորման շրջանակներում, իսկ գները դիտվում են որպես այդ կառուցակարգը հավասարակշռող անիվ:
- Գնակարգավորման մարմինների համակարգի ձևավորման անհրաժեշտությունը, դրանց առջև դրված խնդիրների ու գործառույթների ամբողջությունը բխում է շուկայական տնտեսության առանձնահատկություններից, որտեղ ազատ գնագոյացման քաղաքականությունը զուգակցվում է գների պետական կարգավորման քաղաքականության հետ:
- Գնագոյացման քաղաքականության վարման ու կարգավորման գործառույթի կենտրոնացումը կառավարության կառուցվածքում ոչնչով չի հակասում շուկայական տնտեսության պահանջներին և միայն այդ ճանապարհով է հնարավոր նպատակային ձևով զուգակցել բնակչության, ձեռնարկության և պետության շահերը, որը վճռական նշանակություն ունի տնտեսության կայունացման ու բնակչության կենսապայմանների բարելավման գործում:

ՀԱՐՑԵՐ, ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔՆԵՐ

1. Ո՞րն է վարչահրամայական ձևաչափով տնտեսության վարման առանձնահատկությունը:
2. Ի՞նչու՞ հանրապետությունում ճգնաժամային վիճակն ավելի սուր բնույթ կրեց:
3. Ի՞նչպե՞ս էր փոխհատուցվում արտադրողների և սպառողների գների տարբերությունը:
4. Որո՞նք են ԽՍՀՄ-ի փլուզման տնտեսական պատճառները:
5. Ի՞նչ է շուկան:
6. Որո՞նք են շուկային անցման ուղիները և ի՞նչ առանձնահատկություններ ունեն:
7. Ի՞նչ կառույցներ են բնորոշ շուկայական տնտեսությանը:
8. Ի՞նչ հետևանքներ ունեցավ գնագոյացման նոր քաղաքականությունը տնտեսական բնութագրերի վրա:
9. Որո՞նք են տնտեսական կառավարման կարևոր գործառույթները:
10. Որո՞նք են գնակարգավորման մարմինների հիմնական խնդիրները:
11. Ի՞նչպե՞ս են ձևավորվում ազատ շուկայական մեծածախ բացթողնման և մանրածախ գները:
12. Ի՞նչպիսի՞ն է գնագոյացման քաղաքականության և հարկային քաղաքականության միջև եղած կապը:
13. Մոտավոր տվյալներով հաշվարկել գնի ելակետային հիմքը հանդիսացող միավոր արտադրանքի լրիվ ինքնարժեքը:
14. Մոտավոր տվյալների հիման վրա հաշվարկել ազատ շուկայական մեծածախ գինը:
15. Մոտավոր տվյալներով հաշվարկել ազատ շուկայական բացթողնման գինը:
16. Մոտավոր տվյալներով հաշվարկել ազատ շուկայական մանրածախ գինը:
17. Մոտավոր տվյալներով հաշվարկել ազատ բացթողնման գինը, երբ ապրանքը հարկվում է ակցիզային հարկով:

18. Մոտավոր տվյալներով իրավաբանական անձի կարգավիճակ ունեցող ձեռնարկությունների համար, հաշվարկել ակցիզային հարկի գումարը:

19. Մոտավոր տվյալներով իրավաբանական անձի կարգավիճակ չունեցող ձեռնարկությունների համար հաշվարկել ակցիզային հարկի գումարը:

ԹԵՍՏԵՐ ԵՎ ԽՆԴԻՐՆԵՐ

3.1. Նշված տարբերակներից ո՞րը բնորոշ չէր վարչահրամայական տնտեսական համակարգին.

- ա) կենտրոնացված պլանավորումը,
- բ) կենտրոնացված կարգավորումը,
- գ) կենտրոնացված ֆինանսավորումը,
- դ) ազատ գնագոյացումը:

3.2. ԽՍՀՄ-ի վարչահրամայական տնտեսական համակարգի պայմաններում գները դիտվում էին.

- ա) արժեքային ցուցանիշների հաշվարկման ու պլանավորման միջոց,
- բ) արտադրության զարգացման խթանման միջոց,
- գ) տնտեսության կառավարման և ապրանքային արտադրությանը բնորոշ տնտեսական օրենքների կապող օղակ,
- դ) բոլոր բնագավառներում միշտ ինքնարժեքից մեծ մեծություն:

3.3. Ի՞նչ և ի՞նչ քանակությամբ արտադրելու, ո՞ւմ և ի՞նչ գներով իրացնելու հարցադրումներն էին բնորոշ.

- ա) շուկայական տնտեսությանը կամ տնտեսական համակարգին,
- բ) վարչահրամայական տնտեսական համակարգին,
- գ) խմբաշնորհային շուկային,
- դ) մենաշնորհային մրցակցային շուկային:

3.4. Խորհրդային Միության տարիներին գները.

- ա) հաստատվում էին արտադրողների կողմից,
- բ) հաստատվում էին համապատասխան գնացուցակներով,
- գ) չէին դիտվում տեխնիկատնտեսական հաշվարկների կատարման միջոց,

դ) կենտրոնացված կարգով էին հաստատվում և համապատասխան գնացուցակներով դրվում գործողության մեջ:

3.5. Գները տեխնիկատնտեսական հաշվարկների կատարման և արժեքային ցուցանիշների հաշվարկման ու պլանավորման միջոց էին դիտվում.

- ա) շուկայական գնագոյացման պայմաններում,
- բ) կենտրոնացված գնագոյացման պայմաններում,
- գ) զուտ մրցակցային շուկայի պայմաններում,
- դ) Մոնոպոստային շուկայի պայմաններում:

3.6. Նշված տարբերակներից ո՞րն է բնորոշ շուկայական մրցակցային ձևաչափով զարգացող տնտեսությանը.

- ա) գները աստիճանաբար կորցնում են իրենց խթանման գործառույթը,
- բ) մեծանում է խզումը տնտեսության կառավարման և ապրանքային արտադրությանը բնորոշ տնտեսական օրենքների միջև,
- գ) իրականացվող գնագոյացման քաղաքականությունը չի արտացոլում արժեքի օրենքի պահանջները,
- դ) գները սպառողներին ու արտադրողներին թելադրում են նպատակների իրականացման ավելի արդյունավետ ուղիներ:

3.7. Երբ իրականացվող գնագոյացման քաղաքականությունը հեռանում է արժեքի օրենքի պահանջներից, ապա դա նշանակում է, որ.

- ա) գները համապատասխանում են հասարակակայնորեն անհրաժեշտ աշխատանքային ծախսումներին,
- բ) գները խթանում են գիտատեխնիկական առաջադիմության զարգացմանը,
- գ) գները չեն համապատասխանում հասարակակայնորեն անհրաժեշտ աշխատանքային ծախսումներին,
- դ) վերը նշված տարբերակները միասին:

3.8. Արտադրողների և սպառողների գների միջև եղած տարբերությունը վարչահրամայական տնտեսական համակարգի պայմաններում.

- ա) գնալով նվազում էին և բացասաբար ներգործում տնտեսության զարգացմանը,
- բ) գնալով աճում էին և բացասաբար ներգործում տնտեսության զարգացմանը,

գ) չէր փոփոխվում և նպաստում էր արտադրության ընդլայնման արագացմանը,

դ) գնալով աճում էին և դրական ներգործություն ունենում տնտեսության զարգացմանը:

3.9. Արտադրողների և սպառողների գների միջև եղած տարբերության չափով պետության կողմից փոխհատուցված միջոցները կոչվում են.

ա) սպառողական ծախսեր,

բ) արտահանման ծախսեր,

գ) դոտացիաներ,

դ) հարկային վարկեր:

3.10. Կենտրոնացված գնագոյացման քաղաքականության իրականացման պատճառով ԽՍՀՄ-ում լրավճարների միջոցները 1965 և 1990թթ-ին համապատասխանաբար կազմել են.

ա) 3.6 և 110 միլիարդ ռուբլի,

բ) 4.6 և 116 միլիարդ ռուբլի,

գ) 3.4 և 115 միլիարդ ռուբլի,

դ) 3.2 և 120 միլիարդ ռուբլի:

3.11. Արտադրվող արտադրանքների գների բարձրացման արդյունքում լրավճարի գումարի աճը ձեռնտու է.

ա) սպառողների համար,

բ) պետության համար,

գ) արտադրողների համար,

դ) ողջ հասարակության համար:

3.12. Շուկայական հարաբերություններին արագ անցման ուղին տնտեսագիտության մեջ հայտնի է որպես.

ա) «շուկային թերապիա»,

բ) կենտրոնացված կառավարում,

գ) կենտրոնացված գնագոյացում,

դ) թռիչքային զարգացում:

3.13. «Շուկային թերապիան» բնորոշ է.

ա) զարգացած երկրներին,

բ) Խորհրդային Միության հանրապետություններին,

գ) Աֆրիկայի երկրներին,

դ) բոլոր երկրներին:

3.14. Նշված տարբերակներից ո՞րն է, որ սեփականության տարբեր ձևերի վրա հիմնված շուկայական մրցակցային

տնտեսության համար ելակետային հիմք կամ հիմնական հեցասյուն չէ.

ա) ազատ ձեռնարկատիրական գործունեությունը,

բ) ազատ գնագոյացումը,

գ) մրցակցությունը,

դ) կենտրոնացված գնագոյացումը:

3.15. Հայաստանի Հանրապետությունում շուկայական մրցակցային տնտեսությանն անցնելու համար հիմք հանդիսացավ.

ա) կենտրոնացված գնագոյացումը,

բ) ազատ գնագոյացումը,

գ) կառավարման համակարգի ձևավորումը,

դ) հարկային և վարկային համապատասխան կառավարման մարմինների ստեղծումը:

3.16. Արտադրողների և սպառողների միջև ապրանքների գների մակարդակների շուրջ համաձայնությունը կարգավորվում է.

ա) միայն պահանջարկի աճով,

բ) միայն առաջարկի աճով,

գ) պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցությամբ,

դ) պահանջարկի և առաջարկի կայունությամբ:

3.17. Շուկայական տնտեսության պայմաններում արտադրողների և սպառողների միջև ապրանքների գների մակարդակի շուրջ համաձայնությունը նպաստում է գնագոյացման գործընթացի.

ա) կենտրոնացմանը,

բ) ինքնակարգավորմանը,

գ) վերացմանը կամ դադարեցմանը,

դ) նշված պատասխանները սխալ են:

3.18. Հայաստանում ազատ շուկայական գների, սակագների (տարիֆների) և հաստագրված գների քաղաքականության սկիզբը դրվեց.

ա) 1994թ. հունվարի 3-ին հրավիրված ԳԽ արտահերթ նստաշրջանում,

բ) 1992թ. հունվարի 4-ին, նախագահի հրամանագրով,

գ) 1995թ-ի հունվարի 5-ից ազատ արձակեցին գները և հրաժարվեցին գնագոյացման նախկին կարգից,

դ) 1996թ-ի հունվարի 6-ից չէր գործում գնագոյացման նախկին կարգը:

3.19. Շուկայական տնտեսության պայմաններում ապրանքադրամական հարաբերություններին բնորոշ կատեգորիաները գործում են այդ համակարգում առկա տնտեսական օրենքների պահանջներին համապատասխան և արտացոլում է.

- ա) կատարյալ մրցակցային շուկային բնորոշ օրինաչափությունները,
- բ) ոչ կատարյալ մրցակցային շուկային բնորոշ օրինաչափությունները,
- գ) պետության սոցիալ-տնտեսական զարգացման հիմնախնդիրները,
- դ) վերը նշված տարբերակները միասին:

3.20. Գների և գնագոյացման քաղաքականության միջոցով բացահայտվում են ապրանքափոխանակության գործընթացի հիմնական օրինաչափությունները, որոնք բնորոշ են.

- ա) մենաշնորհային մրցակցային շուկային,
- բ) զուտ մրցակցային շուկային,
- գ) խմբաշնորհային շուկային,
- դ) կատարյալ և ոչ կատարյալ մրցակցային շուկաներին:

3.21. Գնագոյացումը՝ կապված լինելով ապրանքադրամական հարաբերությունների հետ.

- ա) չի արտացոլում պահանջարկի և առաջարկի հարաբերականության հիմնական օրինաչափությունները,
- բ) պետության տնտեսական քաղաքականության բաղկացուցիչ մասը չէ,
- գ) շուկայական հարաբերությունները կարգավորող ինքնուրույն բնագավառ չէ,
- դ) նշված տարբերակները սխալ են:

3.22. Տնտեսական ձգնաժամի հաղթահարման բարեփոխումները հաջողությամբ կարող են ավարտվել, եթե պետության կողմից վարվող ձկուն քաղաքականությունը.

- ա) փոխկապակցվի գնագոյացման քաղաքականության հետ,
- բ) կարգավորվի գնագոյացման քաղաքականության միջոցով,
- գ) զուգակցվի գնագոյացման տնտեսական խթանման և վերահսկողության գործընթացներին,
- դ) ոչ միայն փոխկապակցվի, այլև զուգակցվի ու կարգավորվի գնագոյացման քաղաքականությամբ:

3.23. Նշված ուղղություններից ո՞րի միջոցով է պետությունը ներգործում գնագոյացման վրա, կապված կարգավորվող գների ու սակագների հետ ազատ մրցակցության գործընթացի իրականացման վերաբերյալ.

- ա) օրենքների, օրենսդրական ակտերի ընդունումը,
- բ) որոշումների ընդունումը,
- գ) դրույթների ընդունումը,
- դ) վերը նշված տարբերակները միասին:

3.24. Նշված տարբերակներից ո՞րի միջոցով է պետությունը ներագործում գնագոյացման վրա՝ կապված կարգավորվող գների ու սակագների հետ.

- ա) առանձին կամ մի շարք ապրանքների ու ծառայությունների շրջանակներում սահմանվում են գներ ու սակագներ,
- բ) միայն մի քանի ապրանքների շրջանակներում են սահմանվում գներ ու սակագներ,
- գ) միայն մի քանի ծառայությունների շրջանակներում են սահմանվում գներ ու սակագներ,
- դ) երբ համապատասխան տեսչությունները սահմանում են գներ:

3.25. Պետության կողմից կարգավորվող գների ու սակագների վերափոխման ու վերանայման առաջարկությունները գործողության մեջ կարող են դրվել.

- ա) կառավարության և օրենսդիր մարմինների կողմից հավանության արժանանալուց հետո,
- բ) կառավարության և տարածքային մարմինների կողմից հավանության արժանանալուց հետո,
- գ) կառավարության և համապատասխան տեսչությունների կողմից հավանության արժանանալուց հետո,
- դ) առանձին նախարարության և մարզպետարանի կողմից հավանության արժանանալուց հետո:

3.26. Կարգավորվող գների նկատմամբ հսկողություն է սահմանվում.

- ա) համապատասխան տեսչությունների միջոցով,
- բ) նախարարության միջոցով,
- գ) համայնքի ղեկավարի միջոցով,
- դ) կառավարության միջոցով:

3.27. Կենտրոնացված վարչահրամայական կառուցակարգի պայմաններում արդյունաբերական արտադրանքների մեծածախ գները բաժանվում էին.

- ա) ձեռնարկության և արդյունաբերության մեծածախ գների,
- բ) ձեռնարկության և ազատ բացթողնման գների,
- գ) արդյունաբերության և ազատ մեծածախ գների,
- դ) ազատ և բացթողնման մեծածախ գների:

3.28. ԽՍՀՄ-ի տարիներին ձեռնարկության արտադրության միջոցները մեծածախ գնով իրացվում էին.

- ա) տարբեր ձեռնարկություններին ու պետությանը,
- բ) տարբեր ձեռնարկություններին և մեծածախ առևտրական բազաներին,
- գ) տարբեր առևտրական բազաներին ու պետությանը,
- դ) գյուղացիական տնտեսություններին:

3.29. ԽՍՀՄ-ի տարիներին ձեռնարկության միջոցների մեծածախ գինը հաշվարկվում էր որպես.

- ա) լրիվ ինքնարժեքի գումար,
- բ) ձեռնարկության շահույթի գումար,
- գ) լրիվ ինքնարժեքի և ձեռնարկության շահույթի գումար,
- դ) լրիվ ինքնարժեքի և ձեռնարկության շահույթի տարբերություն:

3.30. ԽՍՀՄ-ի տարիներին արդյունաբերության մեծածախ գները գործում էին.

- ա) ժողովրդական սպառման ապրանքների իրացման բնագավառում,
- բ) գյուղատնտեսական ապրանքների իրացման բնագավառում,
- գ) տրանսպորտային փոխադրումների ժամանակ,
- դ) կապի ծառայությունների մատուցման ժամանակ:

3.31. ԽՍՀՄ-ի տարիներին արդյունաբերության մեծածախ գները ձևավորվում էին ձեռնարկության մեծածախ գնին գումարելով.

- ա) շրջանառության հարկը,
- բ) մատակարարման կազմակերպությունների վերադիրը,
- գ) վաճառահանման կազմակերպությունների վերադիրը,
- դ) վերը նշված տարբերակները միասին:

3.32. Կենտրոնացված կարգով հաստատված մանրածախ գների միջոցով իրացումը կատարվում էր.

- ա) ձեռնարկությանը,

բ) պետությանը,

գ) բնակչությանը,

դ) մատակարարող կազմակերպություններին:

3.33. Կենտրոնացված տնտեսավարման ձևի պայմաններում արդյունաբերական արտադրանքի մանրածախ գները ձևավորվում էին.

- ա) արդյունաբերության մեծածախ գնին գումարելով առևտրական կազմակերպությունների վերադիրը,
- բ) արդյունաբերության մեծածախ գնից հանելով առևտրական կազմակերպությունների վերադիրը,
- գ) արդյունաբերության մեծածախ գնին գումարելով հարկային վճարումները,
- դ) նշված տարբերակները սխալ են:

3.34. Կենտրոնացված տնտեսավարման ձևի պայմաններում գյուղատնտեսական արտադրանքների գնման գները սահմանվում էին՝ ելնելով.

- ա) առանձին արտադրանքների արտադրության հետ կապված հնարավոր ծախսերի մակարդակից,
- բ) գյուղատնտեսական ձեռնարկությունների խթանման շահերից,
- գ) հասարակական պահանջմունքների բավարարման շահերից,
- դ) վերը նշված տարբերակները միասին:

3.35. ԽՍՀՄ-ի տարիներին նկատի ունենալով գյուղատնտեսական արտադրության պայմանների առանձնահատկությունները, այդ ճյուղի արտադրանքների համար սահմանվում էին.

- ա) գոտիական գներ և սեզոնային գներ,
- բ) գոտիական գներ և փոխադրումների գներ,
- գ) սեզոնային գներ և ծառայությունների սակագներ,
- դ) վերը նշված տարբերակները միասին:

3.36. Կենտրոնացված տնտեսավարման ձևի պայմաններում գյուղատնտեսական արտադրանքները վերամշակող ձեռնարկություններին իրացվում էին.

- ա) մանրածախ գներով,
- բ) մեծածախ գներով,
- գ) շուկայական գներով,
- դ) ինքնարժեքից շատ բարձր գներով:

3.37. ԽՍՀՄ-ի տարիներին գյուղատնտեսական արտադրանքների գնման գների և մեծածախ գների տարբերությունը փոխհատուցվում էր.

- ա) պետական կոմիտեի կողմից,
- բ) պետական բյուջեի կողմից,
- գ) նախարարության կողմից,
- դ) գյուղխորհրդի կողմից:

3.38. Պետության կողմից գյուղատնտեսական արտադրանքների գնման գների և մեծածախ գների տարբերության փոխհատուցման կարգը կոչվում էր.

- ա) լրավճարի վճարման կարգ,
- բ) գոտիական գների բարձրացման կարգ,
- գ) սեզոնային գների բարձրացման կարգ,
- դ) վերը նշված տարբերակները սխալ են:

3.39. Պետության կողմից գյուղատնտեսական արտադրանքների գնման գների և մեծածախ գների տարբերության փոխհատուցման կարգը կոչվում էր.

- ա) լրավճարի վճարման կարգ,
- բ) լրահատկացման վճարման կարգ,
- գ) լրահատկացման վճարման կարգ,
- դ) գների բարձրացման կարգ:

3.40. Գնագոյացման նոր քաղաքականության տարբերությունը նախկին քաղաքականությունից կարելի է ներկայացնել բազմաթիվ ուղղություններով, բայց 2 դեպքում էլ կա մեկ հանգամանք, որն ընդհանուր է բոլոր տնտեսավարման ձևերի համար.

- ա) պետությունը հրաժարվեց կենտրոնացված գների սահմանման կարգից,
- բ) գնագոյացման կառուցակարգը գործում է հարկային նոր քաղաքականության պայմաններում,
- գ) հարկային նոր քաղաքականությունը տարածվում է սեփականության տարբեր ձևերի վրա հիմնված ձեռնարկությունների վրա,
- դ) գնագոյացման կառուցակարգի հիմքում ընկած են բոլոր ծախսերը կամ ինքնարժեքը:

3.41. Նշված տարբերակներից ո՞րն է համարվում շուկայական տնտեսավարման ձևի պայմաններում գործող գների համակարգի առանձին տեսակ.

- ա) արդյունաբերական արտադրանքների մեծածախ գներ,
- բ) գյուղատնտեսական արտադրանքների պայմանագրային գներ,
- գ) գյուղատնտեսական արտադրանքների գոտիական գներ,
- դ) գյուղատնտեսական արտադրանքների սեզոնային գներ:

3.42. Նշված տարբերակներից ո՞րն է գործում գների նոր համակարգում.

- ա) արդյունաբերական արտադրանքի ազատ շուկայական բացթողնման գին,
- բ) ձեռնարկության արտադրության միջոցների մեծածախ գներ,
- գ) արդյունաբերության մեծածախ գին,
- դ) արդյունաբերական արտադրանքի մանրածախ գին:

3.43. Ազատ շուկայական մեծածախ գինը կիրառվում է ձեռնարկության արտադրական այս կամ այն սուբյեկտի գործունեության.

- ա) վերջնական արդյունքները հաշվարկելու նպատակով,
- բ) անավարտ արդյունքները հաշվարկելու նպատակով,
- գ) տեղափոխվող ապրանքների գների հաշվարկման նպատակով,
- դ) գյուղատնտեսական աշխատանքային ծախսումների հաշվարկման նպատակով:

3.44. Ազատ շուկայական մեծածախ գինն իրենից ներկայացնում է արտադրանքի լրիվ ինքնարժեքի և շահույթի.

- ա) արտադրյալը,
- բ) քանորդը,
- գ) տարբերությունը,
- դ) գումարը:

3.45. Ազատ մեծածախ գնով արդյունաբերական արտադրանքի իրացման գործառնություններ թույլատրվում է իրականացնել միայն այն արտադրանքների գծով, որոնք հարկային օրենսդրությամբ.

- ա) ազատված են ավելացված արժեքի հարկից,
- բ) ազատված չեն ավելացված արժեքի հարկից,
- գ) ազատված են սպառողական հարկերից,
- դ) ազատված են բոլոր տեսակի հարկերից:

3.46. Արդյունաբերական արտադրանքի ազատ բացթողնման գնով իրացվում են.

- ա) ձեռնարկություններին և մեծածախ բազաներին տրվող ապրանքները,

- բ) միայն ձեռնարկություններին տրվող ապրանքները,
- գ) միայն մեծածախ բազաներին տրվող ապրանքները,
- դ) միայն գյուղատնտեսությանը տրվող ապրանքները:

3.47. Ձեռնարկություններին և մեծածախ բազաներին իրացվող արդյունաբերական արտադրանքի ազատ բացթողման գինը հաշվարկելիս չեն վերցնում (գումարում կամ ավելացնում).

- ա) արդյունաբերական արտադրանքի մեծածախ գինը,
- բ) ավելացված արժեքի հարկը,
- գ) մատակարարման-վաճառահանման կազմակերպությունների վերադիրը,
- դ) մատակարարող-իրացնող կազմակերպության կողմից հաշվարկված ավելացված արժեքի հարկը:

3.48. Երբ առևտրական կազմակերպությունները ապրանքները ձեռք են բերում մեծածախ առևտուր իրականացնող, մթերող և առևտրագնման ձեռնարկություններից, ազատ շուկայական բացթողման գինը հաշվարկելիս արտադրողների կողմից իրացվող արտադրանքի բացթողման գնից հանում են.

- ա) ավելացված արժեքի հարկի գումարը,
- բ) մատակարարման-վաճառահանման կազմակերպության վերադիրը,
- գ) մատակարարող-իրացնող կազմակերպության կողմից հաշվարկված ավելացված արժեքի հարկի գումարը,
- դ) վերը նշված տարբերակները սխալ են:

3.49. Ակցիզային հարկով հարկվող ապրանքների ազատ բացթողման գինը հաշվարկում են ազատ շուկայական բացթողման գնին ավելացնելով.

- ա) մատակարարող-վաճառահանող կազմակերպությունների վերադիրը և ակցիզային հարկը,
- բ) ավելացված արժեքի հարկը և ակցիզային հարկը,
- գ) ինչպես մատակարարող-վաճառահանող կազմակերպության վերադիրն ու ակցիզային հարկը, այնպես էլ ավելացված արժեքի հարկի գումարը,
- դ) նշված տարբերակները միասին:

3.50. Իրավաբանական անձի կարգավիճակ ունեցող ձեռնարկությունների համար ակցիզային հարկի գումարը հաշվարկելիս նախ որոշվում է.

- ա) բացթողման գինը,

- բ) մեծածախ գինը,
- գ) ազատ մանրածախ գինը,
- դ) գնման գինը:

3.51. Միավոր արտադրանքի ազատ մեծածախ գինը կազմում է 540 պայմանական միավոր, ակցիզային հարկի դրույթաչափը բացթողման գնի նկատմամբ կազմում է 40%, ապա բացթողման գինը կկազմի.

- ա) 1000,
- բ) 900,
- գ) 800,
- դ) 700:

3.52. Միավոր արտադրանքի ազատ մեծածախ գինը կազմում է 540 պայմանական միավոր, ակցիզային հարկի դրույթաչափը բացթողման գնի նկատմամբ կազմում է 40%, ապա ակցիզային հարկի գումարն ազատ բացթողման գնի նկատմամբ կկազմի.

- ա) 560,
- բ) 400,
- գ) 300,
- դ) 360:

3.53. Ազատ մանրածախ գներն այն վերջնական գներն են, որոնցով բնակչությանն իրացնում են.

- ա) սպառման ապրանքները,
- բ) հումք և հիմնական նյութեր,
- գ) ամբողջական պահանջարկի և ամբողջական առաջարկի հաբերակցության գործոնը հաշվի չառնելով,
- դ) մեծ քանակությամբ ցանկացած ապրանք:

3.54. Արդյունաբերական որևէ արտադրանքի լրիվ ինքնարժեքի մեծությունը հավասար է 800 պայմանական միավորի, իսկ շահույթի գումարը 300 պայմանական միավորի, ապա դա նշանակում է, որ ազատ շուկայական մեծածախ գինը կազմում է.

- ա) 1100,
- բ) 500,
- գ) 24000,
- դ) 25:

3.55. Ունենք 2 տեսակի արտադրանք՝ թարմ կաթնամթերք և թխվածքի որևէ տեսակ (օրինակ «Միկադո» և այլն), որոնցից յուրաքանչյուրի ազատ շուկայական մեծածախ գինը կամ

ձեռքբերման գինը կազմում է համապատասխանաբար 200 պայմանական միավոր և 1000 պայմանական միավոր: Թխվածք արտադրող ձեռնարկության կողմից հաշվարկված ավելացված արժեքի հարկը կազմում է 166.7 պայմանական միավոր, իսկ մատակարարող ու վաճառահանող կազմակերպության վերադիրը 15% է: Այս դեպքում ազատ շուկայական բացթողման գինը, որով իրացնում են ձեռնարկություններին և մեծածախ բազաներին.

ա) կաթի համար կկազմի 230 պայմանական միավոր, թխվածքի համար՝ 1317,

բ) կաթի համար՝ 270, թխվածքի համար՝ 1500,

գ) կաթի համար՝ 210, թխվածքի համար՝ 1200,

դ) կաթի համար՝ 225, թխվածքի համար՝ 1300:

3.56. Արտադրող ձեռնարկության կողմից ազատ բացթողման գնով իրացված արտադրանքի արժեքը կազմում է 1440 դրամ, այդ նույն ձեռնարկության կողմից հաշվարկված ավելացված արժեքի հարկը կազմում է 240 դրամ, մատակարարող-վաճառահանող կազմակերպության վերադիրը 15%, իսկ մատակարարող-իրացնող կազմակերպության ավելացված արժեքի հարկը 20% է: Այս դեպքում ապրանքի ձեռքբերման գինը և սովորական կազմակերպություններին իրացվող արտադրանքի բացթողման գինը կկազմի համապատասխանաբար.

ա) 1200 և 1416,

բ) 1100 և 1400,

գ) 1150 և 1300,

դ) 1050 և 1250:

ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՀԱՍԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

«կենտրոնացված
գնակարգավորում»
«շուկայական
տնտեսություն»
«շուկայական
կառույցներ»
«գնակարգավորման
մարմիններ»
«գնագոյացման
քաղաքականություն»
«գների համակարգ»
«ազատ մեծածախ գին»

«շուկա»

«ապրանքային շուկա»

«ակցիզային հարկ»

«ավելացված արժեքի
հարկ»

«մեծածախ բացթողման
գին»

«մանրածախ գին»

ԳԼՈՒԽ 4

ՇՈՒԿԱՅԱԿԱՆ ՏՆՏԵՍՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ ԳՆԵՐԻ ՁԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ԿԱՌՈՒՑԱԿԱՐԳԻ ԷԱԿԱՆ ԳԾԵՐԸ

4.1. ՇՈՒԿԱՅԱԿԱՆ ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ԲՆՈՐՈՇ ԳԾԵՐԸ

Շուկայական համակարգի պայմաններում սոցիալ-տնտեսական խնդիրների մեծ մասը լուծվում է շուկայի միջոցով: Այդ խնդիրներից առանձնահատուկ նշանակություն ունեն գնագոյացմանն առնչվողները, որոնք ինքնակարգավորվում են շուկայում պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության, ինչպես նաև գների պետական կարգավորման միջոցով:

Շուկայի և գնագոյացման փոխկապվածության հիմնախնդիրների ուսումնասիրության նպատակն է պարզել ու գիտականորեն հիմնավորել, թե ինչպես է շուկան կարգավորում գները: Այդ հարցին հստակ պատասխանելիս անհրաժեշտ է որոշակի պատկերացում կազմել շուկայական կառուցակարգի ձևավորման և դրա բնորոշ հատկանիշների մասին:

Շուկայական համակարգի ձևավորման գործընթացն ընդգրկել է արդյունաբերական մի շարք հեղաշրջումների, ազատության համար մարդկանց պայքարի երկարամյա ժամանակաշրջան, որն աստիճանաբար նախադրյալներ է ստեղծել աշխատանքի, կապիտալի և մարդկանց ազատ գործունեության ծավալման համար:

Սկզբնական շրջանում շուկան մեկ վայր էր, որտեղ ապրանքները գնվում ու վաճառվում էին:

Միջնադարի տնտեսական պատմագրությունը նշում է, որ գյուղերի ու քաղաքների առևտրական կենտրոնները կազմող շուկայական տաղավարները աչքի էին ընկնում պանրի, կարագի, բանջարեղենի առատությամբ: Դա նշանակում է, որ մինչև ապրանքային զարգացած արտադրության ստեղծումը շուկան գոյություն է ունեցել, որը սակայն չունեցրեց գործարքների կատարման այն շրջանակները և կառուցվածքը, որոնք բնորոշ են ներկայիս շուկային:

Բանն այն է, որ այդ շուկաներում արտադրության և բաշխման հիմնական գործընթացները կատարվում էին ավանդույթի թելա-

դրանքով կամ՝ տիրոջ հրամանով: Այնտեղ հնարավոր չէր գնել կամ վաճառել հող, վարձել աշխատող, որևիցե մեկից փող վերցնել կամ որևէ մեկին ժամանակավորապես փող տրամադրել և այլն: Անուշադրության էին մատնված տնտեսական ազատության, մասնավորապես, ազատ մրցակցության, ազատ գնագոյացման, ազատ ձեռնարկատիրական գործունեության գաղափարները:

Շուկայական համակարգին բնորոշ այդ հատկանիշների բացակայության պայմաններում ոչ մեկին չէր հետաքրքրում պայմանագրային իրավունքը կամ սեփական աշխատուժին տնօրինելու իրավունքը, չնայած, դրանք կարևոր նշանակություն ունեին մյուս հասարակարգերից շուկայական տնտեսությունը տարբերելու համար:

Ասվածից հետևում է, որ շուկայական տնտեսությունն առաջացել է պատմականորեն, նախկին հասարակարգերին բնորոշ ավանդույթները հաղթահարելու ճանապարհով, դրանք շուկայական համակարգով փոխարինելու անհրաժեշտությամբ:

Ի՞նչ է շուկայական համակարգը, ինչպե՞ս է շուկայում ձևավորվում գինը:

Ընդհանուր առմամբ շուկան բաց տնտեսական համակարգ է, որի միջոցով գնորդներն ու վաճառողները հանդիպում են և համաձայնության գալիս ապրանքների փոխանակության շուրջը: Դա նշանակում է, որ «շուկան մեկ կառուցակարգ է, որով ապրանքի գնորդներն ու վաճառողները փոխազդում են՝ որոշելու համար գինը և քանակությունը»²²:

Գները շուկայում հանդես են գալիս որպես չափանիշներ, որոնցով մարդիկ և ձեռնարկությունները կամավոր սկզբունքով փոխանակում են տարբեր ապրանքներ:

Երբ գնորդը համաձայնվում է որոշակի գնով ապրանք գնել, նա ընդունում է, որ ապրանքն իր համար ավելին արժե, քան դրա գինն է, իսկ վաճառողը՝ որ ապրանքի դիմաց ստացած փողը իր համար ավելի մեծ արժեք ունի: Այդպիսի հոգեբանությունը ձևավորվում է շուկայում՝ վաճառողի և գնորդի համաձայնության ժամանակ, որը և հանգեցնում է իրացման գործարքի կատարմանը:

Մարդկանց ազատ գործելու հնարավորության պայմաններում, ամեն ոք կարող է ազատ գնել և վաճառել ցանկացած ապրանք, որի առջ ու վաճառքը չի արգելվում օրենքով: Այդ նպատակով մար-

²² Փ. Սամուելսոն, Ու. Նորդհաուս, Տնտեսագիտություն, «Ապոլոն», Երևան, 1995թ., էջ 70:

դիկ նախապես ուսումնասիրում են շուկայի տարողությունը, պարզում են պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցությունը, շուկայում գործող գների կառուցակարգը, ստացվող եկամուտների հնարավոր մակարդակը:

Շուկայական կառուցակարգը մեծ հնարավորություններ է ստեղծում նաև ժամանակավորապես ազատ դրամական միջոցների ձևավորման համար: Դրանք շրջանառության ոլորտից անընդհատ հոսում են արտադրության ոլորտ՝ ի հաշիվ խնայողությունների, ինչպես նաև՝ դրամատների և ֆինանսական հաստատությունների միջոցների, որոնց օգտագործման դիմաց փոխառուները տոկոսներ են վճարում: Դրանով իսկ պայմաններ են ստեղծվում կապիտալի շուկայի ձևավորման և գործունեության կազմակերպման համար:

Այսպիսով, շուկայական համակարգը վերջնականապես ձևավորվում և սկսում է ազատորեն գործել միայն այն դեպքում, երբ աշխատանքը, ապրանքները, հողը և կապիտալը գործում են ազատ և դիտվում են որպես արտադրության վճռական գործոններ:

Շուկայական տնտեսությանը բնորոշ արտադրական հարաբերությունների ձևավորման նախնական փուլերում, երբ երկրների միջև տնտեսական կապերը դեռևս թույլ էին, փոքր էին արտահանման և ներմուծման շուկայական գործառնությունների մասշտաբները, շուկայական համակարգը դիտվում էր որպես փակ շուկայական համակարգ:

Հետագայում, երբ այս կամ այն երկրի տնտեսական զարգացման շահերից ելնելով, ընդլայնվում են այլ երկրների հետ տնտեսական կապերի շրջանակները, երբ գնալով այդ կապերը ավելի կայունանում են և ապահովում են արտադրության բարձր արդյունավետություն, շուկայական համակարգը աստիճանաբար վերափոխվում է բաց շուկայական համակարգի:

Համաշխարհային փորձը ցույց է տալիս, որ բաց շուկայական համակարգն առավել արդյունավետ է, քանի որ տնտեսության զարգացման կարգավորումը հիմնականում իրականացվում է համաշխարհային շուկայի ներգործությամբ:

Շուկայական համակարգի ցանկացած ձև բաղկացած է ապրանքային, կապիտալի և աշխատանքի շուկաներից, որոնք գործում են ոչ թե միմյանցից մեկուսացած, անջատ-անջատ, այլ սերտ փոխկապվածության մեջ: Դրանց միջև հարաբերությունները կարգավորվում են ապրանքադրամական հարաբերությունների, ազատ

մրցակցության, ազատ ձեռնարկատիրական գործունեության ծավալման, ազատ գնագոյացման և կարգավորվող գների, պահանջարկի և առաջարկի միջև հարաբերակցության կարգավորման շնորհիվ²³:

Շուկայական համակարգի բնորոշ գծերից մեկն այն է, որ ամենատարբեր գնորդների և վաճառողների միջև շուկայական հարաբերությունների հավասարակշռությունն ապահովվում է հավասարակշիռ շուկայական գների միջոցով:

Հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ արտադրության ընդլայնման դեպքում շուկայում ապրանքի համար սահմանված չափից ավելի բարձր գինը հանգեցնում է ապրանքների կուտակման, իսկ չափից ավելի ցածր գինը՝ երկար հերթերի, սպեկուլյացիայի, ապրանքների պակասի:

Հետևաբար, այն գները, որոնց առկայության դեպքում գնորդները ցանկանում են գնել ճիշտ այնքան, որքան վաճառողները ցանկանում են վաճառել, հանգեցնում են շուկայի հավասարակշռության, որը և ապահովում է պահանջարկի և առաջարկի հավասարակշռությունը:

Շուկայական համակարգի մյուս բնորոշ գիծն արտահայտվում է այն բանում, որ շուկայում ձևավորված գները խթանիչ դեր են կատարում արտադրողների և սպառողների համար: Եթե սպառողները որևիցե ապրանք, ասենք, բենզին, ավելի շատ են ցանկանում գնել, նշանակում է դրա պահանջարկն աճում է: Նման դեպքերում բենզինի պաշարների կրճատմանը զուգընթաց, նավթային ընկերությունները բարձրացնում են գինը, որպեսզի կարգավորեն սահմանափակ առաջարկը:

Շուկայում բենզինի բարձր գների առկայությունը, իր հերթին, խթանում է նավթի արտադրության ընդլայնման գործընթացը:

Հակառակ դեպքում, երբ շուկայում այս կամ այն ապրանքների առաջարկն աճում է և առաջանում են որոշակի կուտակումներ, վաճառողները սկսում են իջեցնել ապրանքների գները: Ապրանքների գների իջեցման արդյունքում, մի կողմից՝ շուկայում աճում է այդ ապրանքը սպառողների թիվը, իսկ մյուս կողմից՝ արտադրողները ձգտում են ավելի քիչ արտադրանք արտադրել: Սպառողների և

²³ А. С. Базданикин. Цены и ценообразование. Учебное пособие, 2-ое издание, переработанное и дополнение Москва, ЮРАЙТ, Высшее образование, 2010г., стр. 31.

վաճառողների միջև այդպիսի տեղաշարժերի հետևանքով աստիճանաբար վերականգնվում է պահանջարկի և առաջարկի հավասարակշռությունը:

Ինչպես տեսնում ենք, շուկայական գները կարգավորում են արտադրողների և սպառողների գործողությունները: Ի դեպ, բարձր գները կրճատում են սպառողների գնումները և նպաստում արտադրության ընդլայնմանը, իսկ ցածր գները խթանում են սպառումը և խոչընդոտում արտադրության ընդլայնմանը: Նշանակում է՝ «գինը շուկայական կառուցակարգի հավասարակշռող անիվն է»²⁴:

4.2. ՊԱՅԱՆՋԱՐԿԻ ԵՎ ԱՌԱՋԱՐԿԻ ՕՐԵՆՔՆԵՐՆ ՈՒ ԳՆԱԳՈՅԱՑՈՒՄԸ ԵՎ ԴՐԱՆՑ ՓՈԽԿԱՊՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ

Ապրանքային արտադրության կատեգորիաների համակարգում գները և դրանցով իրականացվող գնագոյացման քաղաքականությունն ունեն առանձնահատուկ նշանակություն: Գինը՝ որպես տնտեսական կատեգորիա, համարվում է ապրանքային արտադրության կազմակերպման և սոցիալ-տնտեսական ծրագրերի մշակման կարևոր տնտեսական լծակներից մեկը:

Առանձին շուկաների միջև հարաբերությունների կարգավորման գործում կարևոր դեր են կատարում դրանցից յուրաքանչյուրում պահանջարկի ու առաջարկի հարաբերակցությունը և դրանով պայմանավորված՝ արտադրության ծավալի ու գնագոյացման կառուցակարգում կատարվող տեղաշարժերը: Նշանակում է՝ սերտ փոխկապվածություն գոյություն ունի պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության ու գնագոյացման կառուցակարգի միջև. պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության փոփոխությունը հանգեցնում է ոչ միայն գների, այլև ողջ տնտեսության համակարգի կառուցվածքային հաշվեկշռվածության փոփոխությանը:

Տնտեսական համակարգի կառուցվածքային փոփոխությունն ամենից առաջ կատարվում է պահանջարկի և առաջարկի վրա ազդող ներքին ուժերի փոփոխությամբ, օրինակ՝ մարդկանց ճաշակների ու տեխնոլոգիաների միջև կատարված փոփոխությունների,

որոնք արդյունաբերական հեղաշրջումների, մարդկանց նոր պահանջների ձևավորման արդյունք են:

Ապրանքային շուկայում, ինչպես ցույց են տալիս հետազոտությունները, կատարվել են բազմապիսի հեղաշրջումներ, որոնց հետևանքով մարդկանց ճաշակների և տեխնոլոգիաների փոփոխությունը հանգեցրել է գների, ներդրումների և արտադրանքների ծավալների փոփոխության:

Գնագոյացման կառուցակարգի և պահանջարկի ու առաջարկի հարաբերակցության փոխկապվածության ուսումնասիրությունը հնարավորություն է տալիս հանգամանորեն ծանոթանալ գների տեղաշարժերին և պարզել, թե ինչպես է գների կառուցակարգը ապահովում պահանջարկի և առաջարկի հավասարակշռությունը:

Պահանջարկի և առաջարկի, որպես տնտեսական կատեգորիաների, ուսումնասիրությունները հնարավորություն են տալիս ըմբռնելու, թե գնորդներն ու վաճառողները ինչպես են բախվում շուկայում և ինչպես է դա հանգեցնում հավասարակշռված գների ձևավորմանը: Այլ կերպ ասած, պահանջարկ և առաջարկ կատեգորիաները հնարավորություն են տալիս հասկանալու, թե ինչպես է շուկան տնտեսական օրենքների միջոցով հավասարակշռում համակարգը:

Տնտեսագիտությունը հիմնավորել է, որ տնտեսական երևույթների և գործընթացների զարգացման գիտական հիմքը օբյեկտիվորեն գործող տնտեսական օրենքներն են: Դա, ինչպես տնտեսական մյուս գիտությունների, այնպես էլ գնագոյացման համար ունի տեսական, ելակետային նշանակություն և պայմանավորում է նրա՝ որպես ինքնուրույն գիտության անհրաժեշտությունը: Այսինքն՝ գնագոյացման կազմակերպման պրակտիկ գործողություններին գիտական հիմք է տրվում և հիմնավորվում է, որ ապրանքադրամական հարաբերությունների իրականացման ժամանակ առաջ քաշված բոլոր հիմնախնդիրները բխում են այդ օրենքների օբյեկտիվ պահանջներից:

Տնտեսագիտությունը հասարակության զարգացումը դիտում է իբրև մի բնապատմական գործընթաց, որը իրականացվում է մարդկանց կամքից ու ցանկություններից անկախ, օբյեկտիվորեն գոյություն ունեցող և գործող տնտեսական օրենքների պահանջներին համապատասխան:

²⁴ Փ. Սամուելսոն, Ու. Նորդհաուս, Տնտեսագիտություն, «Ապոլոն», Երևան, 1995թ., էջ 70:

Տնտեսական երևույթների ուսումնասիրությամբ հիմնավորվել է, որ բոլոր տնտեսական օրենքներն առաջ են եկել մարդկային հասարակության կազմավորման շրջանից սկսած և զարգացել մարդկանց արտադրական գործունեությանը զուգընթաց: Չկա որևէ տնտեսական օրենք, որը գործի մարդկանց արտադրական ու տնտեսական գործունեությունից դուրս: Չնայած տնտեսական օրենքները ծագում և առաջանում են մարդկանց կամքից ու ցանկություններից անկախ, իբրև իրագործելի հնարավորություններ, այնուամենայնիվ, իրականացվում են մարդկանց ակտիվ ու իրական գործողությունների միջոցով: Նշանակում է՝ տնտեսական օրենքների գործողություններից ստացված արդյունքները անբաժանելի են սուբյեկտիվ գործոնից: Հետևաբար, մարդիկ պարտավոր են իմանալ ու գնահատել տնտեսական օրենքների պահանջները, խուսափել դրանց բացասական հետևանքներից և օգտվել դրական ու օգտակար արդյունքներից:

Շուկայական տնտեսությունը, որը հասարակության զարգացման բնապատմական գործընթացի արդյունք է, ի սկզբանե գործել ու կատարելագործվել է՝ կապված տնտեսական ու ապրանքադրամական հարաբերությունների, գնագոյացման կառուցակարգի, ազատ մրցակցության ձևերի, պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության մշտական փոփոխության հետ: Այդ փոփոխությունները կատարվել են ոչ թե ինքնաբերաբար, այլ մարդկանց ստեղծագործական աշխատանքի, նպատակադրված խնդիրների իրականացման անհրաժեշտությամբ՝ հիմք ընդունելով այս կամ այն տնտեսական օրենքի պահանջները:

Գնագոյացման հիմնահարցերի ուսամնասիրությունը ցույց է տալիս, որ դրանց փոփոխությունը կատարվում է ոչ թե գնորդի ու արտադրողի թելադրանքով ու պահանջով, այլ մրցակցության տարբեր ձևերի առկայությամբ՝ պայմանավորված պահանջարկի և առաջարկի օրենքի պահանջներով: Որքան սպառողը և արտադրողը իրենց գործունեությունը ճիշտ զուգակցեն այդ օրենքների պահանջներին, հիմնավոր ձևով գնահատեն շուկայի իրավիճակների փոփոխությունները, այնքան կանոնավոր կլինեն ապրանքադրամական հարաբերությունները, որոնց շնորհիվ, տվյալ գնի պայմաններում, սպառողը կստանա իր համար ցանկալի ապրանքը, իսկ արտադրողը՝ առավելագույն շահույթը:

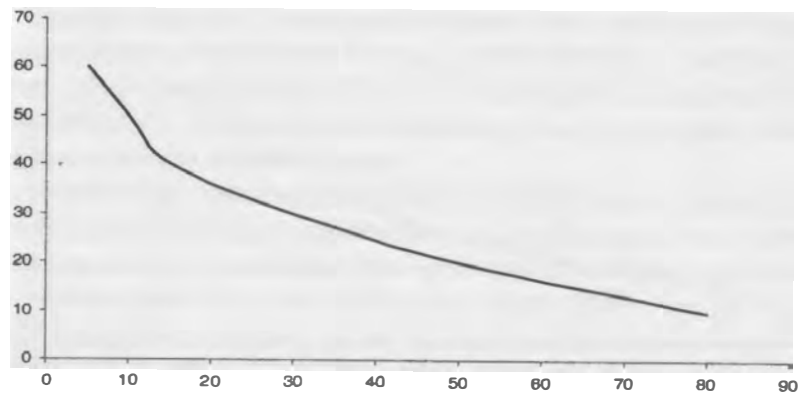
Հետևաբար պահանջարկի օրենքի և գների միջև հարաբերակցությունը կրում է հակադարձ համեմատական բնույթ: Դա նշանակում է, որ այլ հավասար պայմաններում որքան բարձր է գինը պահանջարկը նվազում է և հակառակը:

Հետևաբար, նման փոխկապվածությունը կարելի է ներկայացնել հետևյալ աղյուսակի տվյալներով (տե՛ս աղյուսակ 4.2.1):

Աղյուսակ 4.2.1

Միավոր արտադրանքի գինը դրամով արտահայտված	Պահանջարկի ծավալը
60	5
50	10
40	15
30	30
20	50
10	80

Աղյուսակի տվյալներից երևում է, որ, իրոք, ցածր գների դեպքում պահանջարկը մեծ է, իսկ բարձր գնի դեպքում՝ փոքր: Նման իրավիճակը կարելի է ներկայացնել պահանջարկի կորի միջոցով (տե՛ս գծապատկեր 4.2.1):



Գծապատկեր 4.2.1: Պահանջարկի կորը:

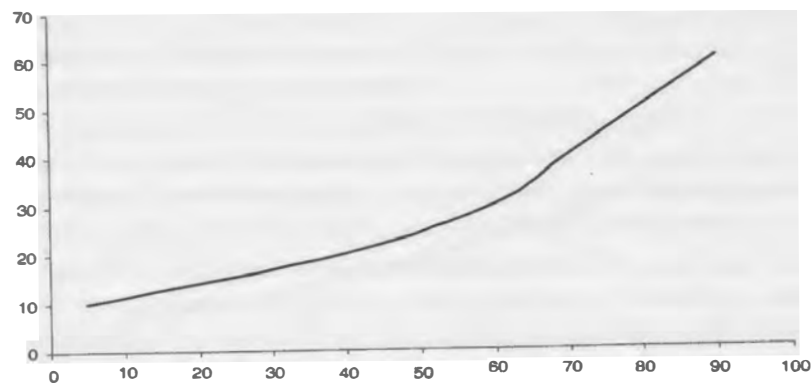
Առաջարկի օրենքի և գնի միջև եղած կապը շուկայում կրում է ուղիղ համեմատական բնույթ, քանի որ բարձր գնի պայմաններում առաջարկն աճում է, իսկ ցածր գնի դեպքում՝ կրճատվում:

Այդ փոխկապվածությունը կարելի է ներկայացնել հետևյալ աղյուսակի տվյալներով (տե՛ս աղյուսակ 4.2.2):

Աղյուսակ 4.2.2	
Միավոր արտադրանքի գինը դրամով	Առաջարկի ծավալը միավորներով
60	90
50	80
40	70
30	60
20	40
10	5

Առաջարկի փոփոխության արդյունքները, ըստ աղյուսակի, ցույց են տալիս, որ ցածր գնին համապատասխանում է ցածր առաջարկ, իսկ բարձր գնին՝ բարձր: Դա իրոք վկայում է գնի և առաջարկի միջև ուղղակի հարաբերակցության առկայության մասին:

Դրան համապատասխան առաջարկի կորը կարելի է ներկայացնել հետևյալ տեսքով (տե՛ս գծապատկեր 4.2.2):



Գծապատկեր 4.2.2: Առաջարկի կորը:

Առաջարկի կորի գծապատկերը նույնպես վկայում է, որ գնի բարձրացման դեպքում առաջարկը մեծանում է և 60 դոլար գնին

համապատասխանում է 90 միավոր արտադրանք, իսկ 10 դոլար գնին՝ 5 միավոր, որը բխում է առաջարկի օրենքի պահանջներից:

Ինչպես տեսնում ենք, գների կառուցակարգի միջոցով պահանջարկի և առաջարկի հավասարակշռության կարգավորումը իրականացվում է ոչ թե կամայականորեն, այլ որոշակի տնտեսական օրենքների, մասնավորապես՝ պահանջարկի և առաջարկի օրենքների պահանջներով: Նշանակում է՝ սերտ փոխկապվածություն գոյության ունի գնագոյացման և տնտեսական օրենքների միջև, և գների ցանկացած փոփոխություն իրականացվում է միայն տնտեսական օրենքների պահանջների հիման վրա²⁵:

Հաճախ տեղի են ունենում տնտեսական օրենքների պահանջների խախտումներ, որոնց հետևանքով առաջանում են որոշակի տատանումներ: Այս դեպքում գները կտրուկ բարձրանում կամ իջնում են, դանդաղում են վերարտադրության տեմպերը: Դա նշանակում է, որ տնտեսական օրենքները օժտված չեն անխախտելիության հատկանիշով, ինչպես բնության օրենքները:

Տնտեսական օրենքների այդպիսի բնույթը հնարավորություն է տալիս տնտեսական մանրումների և վերլուծությունների միջոցով պարզել պահանջարկի կտրուկ բարձրացումը կամ իջեցումը պայմանավորող պատճառները, գների հնարավոր փոփոխության հետևանքները: Հետևաբար, տնտեսական օրենքների արտահայտած քանակական հարաբերությունները կայուն չեն:

Այսպես, օրինակ, բնակչության գնողունակության պահանջի և ապրանքաշրջանառության ծավալի, պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցությունների միջև եղած քանակական կապերը միշտ փոփոխվել են և կշարունակեն փոփոխվել նաև ապագայում՝ հանգեցնելով գների փոփոխության:

Տնտեսական օրենքների պահանջների ճիշտ կատարումը պայմանավորված չէ միայն քանակական վերլուծությամբ, այլև պահանջվում է նաև որակական հետազոտություն, որն իրականացվում է տնտեսագիտական գիտությունների կողմից: Քանի որ տնտեսությունում տեղի ունեցող բոլոր երևույթներն ու գործընթացները միմյանց հետ փոխադարձաբար կապված են, ապա քանակական ու որակական կապերի գնահատման միջոցով լայն հնարավորություն-

²⁵ А. С. Базданикин. Цены и ценообразование. Учебное пособие, 2-ое издание, переработанное и дополнение Москва, ЮРАЙТ, Высшее образование, 2010г., стр. 33-36.

ներ են ստեղծվում տնտեսության կայունացման, շուկայական հարաբերությունների կարգավորման համար:

Այդ առումով կարևոր նշանակություն ունի գնագոյացման ու պահանջարկի և առաջարկի օրենքների փոխկապվածության ուսումնասիրությունը:

4.3. ՀԱՎԱՍԱՐԱԿՇԻՌ ԳՆԻ ՁԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ԿԱՌՈՒՑԱԿԱՐԳԸ

Առաջարկի և պահանջարկի հավասարակշռության ապահովման նպատակով ամենից առաջ անհրաժեշտ է ուսումնասիրել սպառողների և արտադրողների այն ցանկություններն ու հնարավորությունները, որոնք արտահայտվում են շուկայում:

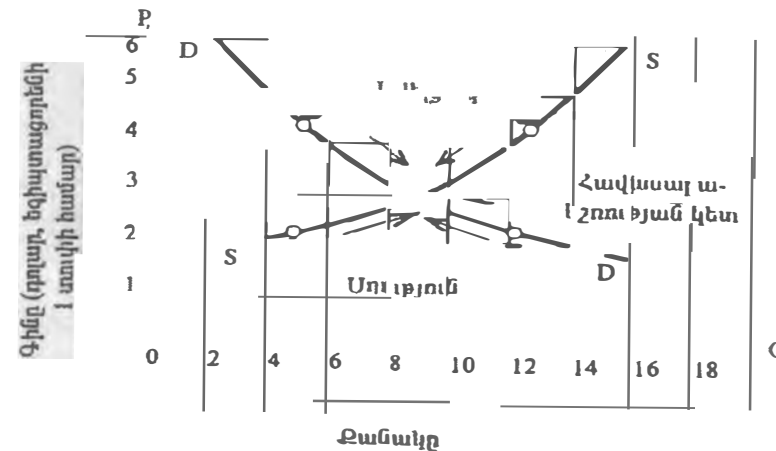
Սպառողները, ցանկացած գնի պայմաններում, ներկայացնում են տարբեր պահանջմունքներ այս կամ այն ապրանքի նկատմամբ, իսկ արտադրողները, իրենց հերթին, սպառողական շուկայում առաջարկում են ապրանքների տարբեր քանակներ՝ կախված դրանց գներից: Այսինքն՝ առաջարկի ու պահանջարկի ուժերը գործում են շուկայի միջոցով՝ ստեղծելով հավասարակշիռ գին և արտադրանքի այնպիսի քանակ, որը շուկայում ապահովում է հավասարակշիռ վիճակ: Հետևաբար, շուկայական հավասարակշռությունը ձեռք է բերվում ապրանքի այն գնի ու քանակի դեպքում, երբ առաջարկն ու պահանջարկը միմյանց համապատասխանում են:

Նման հարաբերակցության ուսումնասիրությունը պահանջարկի և առաջարկի կորերի միջոցով ցույց է տալիս, որ հարթության որոշակի կետում սպառողների ցանկությունները համընկնում են առաջարկողների ցանկություններին, որի շնորհիվ սպառողների կողմից գնվող ապրանքների քանակը համընկնում է արտադրողների կողմից առաջարկվող ապրանքների քանակին՝ հավասարակշիռ գնի առկայության դեպքում:

Պահանջարկի և առաջարկի հավասարակշռության վրա ազդող ոչ գնային գործոնների հաստատուն մնալու պարագայում, շուկայում առաջարկված և սպառված ապրանքների գներն ու քանակը շարունակում են մնալ անփոփոխ: Նման պայմաններում շուկայական գինն ու իրացման քանակը համապատասխանում են միմյանց:

Հավասարակշիռ գինը պահանջարկի և առաջարկի կորերի հատման կետում է (տես՝ գծապատկեր 4.3):

Եթե ընդունենք, որ եզիպտացորենի 1 տուփը իրացվում է 5 դոլարով, որն ամենաբարձր գինն է, ապա արտադրողները կամ մատակարարողները կցանկանան որքան հնարավոր է շատ վաճառել, քան գնորդները կարող են գնել: Նման դեպքում առաջարկն արագ կաճի և կգերազանցի պահանջարկը, որի պատճառով շուկայում կառաջանա ավելցուկ:



Գծապատկեր 4.3: Շուկայական հավասարակշռությունը առաջարկի ու պահանջարկի կորերի հատման կետում:

Շուկայում պահանջարկի նկատմամբ առաջարկի գերազանցման դեպքում գները աստիճանաբար սկսում են կրճատվել: Գծապատկերում կորերի երկայնքով գծված սլաքները ցույց են տալիս այն ուղղությունը, որով գինը սկսում է իջնել ավելցուկի առկայության դեպքում:

Այն դեպքում, երբ շուկայում եզիպտացորենի նույն տուփը վաճառվի, ասենք, 2 դոլարով, ապա, առաջարկվող քանակի համեմատ, պահանջարկը կաճի, և շուկայում կառաջանա ապրանքի սղություն: Սահմանափակ քանակությամբ ապրանքների առկայությունը շուկայում գների աստիճանական աճի պատճառ է դառնում,

որը գծապատկերում ցույց է տրված դեպի վեր ուղղված սլաքներով:

Շուկայում պահանջարկի և առաջարկի միջև առաջացած հարաբերակցությունը բարձր և ցածր գների դեպքում աստիճանաբար սկսում է փոփոխվել և որոշակի կետում ապահովում է դրանց միջև հավասարակշռություն: Այդ կետը գծապատկերում համապատասխանում է պահանջարկի և առաջարկի հատման կետին, որտեղ 1 տուփ եզիպտացորենի գինը կազմում է 3 դոլար, իսկ պահանջարկի և առաջարկի քանակը՝ 12 միավոր: Դա նշանակում է, որ պահանջվող և առաջարկվող ապրանքների քանակը հավասարվում է, վերանում է մրցակցությունը և դրան բնորոշ ավելցուկն ու սղությունը²⁶:

Այսպիսով, շուկայում հավասարակշռված գինն ու իրացվող արտադրանքի քանակը համապատասխանում են կորերի հատման կետին, որտեղ արտադրողների (մատակարարողների) և սպառողների ցանկությունները ինչպես գնի, այնպես էլ քանակի վերաբերյալ համընկնում են, որի պատճառով էլ վերանում է և՛ սղությունը, և՛ ավելցուկը:

4.4. ԳՆԵՐԻ ՆԿԱՏՄԱՍԲ ՊԱՅԱՆՋԱՐԿԻ ԵՎ ԱՌԱՋԱՐԿԻ ԵԿՈՒՆՈՒԹՅՈՒՆԸ

Շուկայական տնտեսությունում պահանջարկը, առաջարկը և գինը համարվում են այն հիմնական գործոնները, որոնցով որոշվում և լուծվում են ի՞նչ, ինչպե՞ս և ու՞մ համար տնտեսագիտական հիմնահարցերը: Այդ հիմնահարցերի լուծման գործում գները կատարում են առանձնահատուկ դեր, քանի որ դրանց միջոցով է որոշվում թե սպառողները ինչ են ցանկանում և ինչ կկարողանան գնել, կարգավորվում են արտադրանքի տեսականու կառուցվածքային փոփոխությունները:

Որոշվում է նաև գների ազդեցությունն սպառողների ու արտադրողների վարքագծի փոփոխության, ինչպես նաև պահանջարկի և առաջարկի մեծացման կամ փոքրացման վրա: Գները մեծ դեր են

խաղում նաև առանձին տնտեսավարող սուբյեկտների միջև մրցակցության ծավալման գործում:

Առանձնահատուկ հետաքրքրություն է ներկայացնում առանձին ապրանքների գների փոփոխության նկատմամբ արտադրողների և սպառողների զգացողությունների կամ արձագանքների վերաբերյալ ցուցանիշների ուսումնասիրությունը:

Դրանց նկատմամբ արձագանքները կարող են լինել ուժեղ կամ թույլ, կախված այնպիսի գործոններից, ինչպիսիք են՝ սպառողների համար փոխարինող ապրանքների գների մատչելիությունը, արտադրողների համար՝ արտադրության ծախսերը, ինչպես նաև զգացողությունները կարգավորելու համար պահանջվող ժամանակը և այլն:

Չետևաբար, խնդիր է դրվում պարզել, թե սպառողներն ու արտադրողները ինչպես են արձագանքում շուկայի գործոնների, մասնավորապես գների փոփոխությանը և ինչպես են փոխվում նրանց զգացողությունները տարբեր հատկանիշներով օժտված այս կամ այն ապրանքը արտադրելիս կամ գնելիս:

Չարցն այն է, որ գների հավասարաչափ փոփոխության դեպքում կախված այս կամ այն ապրանքի սպառողական հատկանիշներից, առանձին ապրանքների պահանջարկը միևնույն չափով չի փոխվում: Եթե նկատի ունենանք առանձին ապրանքատեսակների սպառողական տարբեր հատկանիշները և գների նույն չափով մեծացման դեպքում դրանց նկատմամբ սպառողների պահանջարկի փոփոխությունները, ապա կարելի է ենթադրել, որ առաջին անհրաժեշտության ապրանքների պահանջարկն ավելի քիչ կփոխվի, քան մյուս ապրանքներինը²⁷:

Այստեղից հետևում է, որ արտադրանքի գները, ինչպես նաև գների վերադիրը կամ զեղչը սահմանելիս այդ գործոնների փոփոխությունը գնահատելու համար արտադրողները պետք է կանխատեսեն այն փոփոխությունները, որոնք կարող են տեղի ունենալ շուկայում և պարզեն դրանց ազդեցությունը իրենց արտադրած արտադրանքների նկատմամբ պահանջարկի և գների փոփոխության վրա:

²⁶ А. С. Базданикин. Цены и ценообразование. Учебное пособие, 2-ое издание, переработанное и дополнение Москва, ЮРАЙТ, Высшее образование, 2010г., стр. 38.

²⁷ А. С. Базданикин. Цены и ценообразование. Учебное пособие, 2-ое издание, переработанное и дополнение Москва, ЮРАЙТ, Высшее образование, 2010г., стр. 38-47.

Եթե նրանք ժամանակին չպարզեն շուկայում ապրանքների գների փոփոխության պատճառները, ապա հնարավոր է, որ գրկվեն ինչպես շահույթից, այնպես էլ շուկաներից:

Այդ պատճառով գների նկատմամբ պահանջարկի և առաջարկի ճկունության²⁸ ճիշտ գնահատումը վճռորոշ դեր է կատարում արտադրողների և սպառողների նպատակային խնդիրների լուծման գործում:

«Ճկունություն» հասկացությունն առաջացել է լատիներեն «elasticity» բառից և նշանակում է մի փոփոխականի հակազդման չափը մյուս փոփոխականի փոփոխության վրա արտահայտված տոկոսով:

Այժմ առանձին-առանձին ներկայացնենք գների նկատմամբ պահանջարկի և առաջարկի գնային ճկունության գնահատման հիմնահարցերը, ցույց տանք դրանց առանձնահատկությունները և որպես փոփոխականներ դիտարկենք պահանջարկը, առաջարկը, գինը և եկամուտները:

Միմյանց վրա այդ փոփոխականների ներգործությունը այլ հավասար պայմաններում հաշվարկելու նպատակով, նախ, օգտվենք գնից կախված պահանջարկի ճկունության աստիճանից:

Ճկունությունը իրականում ցույց է տալիս, թե պահանջարկը քանի տոկոսով կփոխվի գնի 1%-ով ավելացման դեպքում:

Պահանջարկի ճկունության գործակիցը (E_d^p) կախված գնից հաշվարկվում է հետևյալ բանաձևով.

$$E_d^p = \frac{\Delta Q}{\Delta P},$$

որտեղ՝

ΔQ -ն՝ պահանջարկի ծավալի փոփոխությունն է %-ով,

ΔP -ն՝ ապրանքի գնի փոփոխությունն է %-ով:

Եթե ընդունենք, որ այլ հավասար պայմաններում շուկայում նոր արտադրված ծխախոտի գինը 2011թ. 2010թ. համեմատ բարձրացել է 10%-ով, իսկ նրա պահանջարկը կրճատվել է 20%-ով, ապա ծխախոտի պահանջարկի ճկունության աստիճանը՝ կախված գնից, հավասար կլինի -2 (-20% : 10% = -2):

²⁸ Ճկունություն (էլաստիկություն) հասկացությունը առաջին անգամ 1881-1882թթ. հետազոտել է Ա. Մարշալը:

Ճկունության գործակիցն որոշելիս հիմք են ընդունվում պահանջարկի ծավալի և գնի տոկոսային փոփոխությունները:

Այդ մեթոդիկայով հաշվարկենք արտադրված կոշիկի պահանջարկի ճկունության գործակիցը: Տղամարդու N չափսի բնական կաշվից պատրաստված մեկ զույգ կոշիկի մանրածախ գինը ըստ դիտարկումների 2000թ. մայիսին կազմել է 21,5 հազ. դրամ²⁹ և վաճառվել է 500 զույգ: Հաջորդ ամսում կոշիկի գինը բարձրացել է 500 դրամով կազմել 22 հազ. դրամ, որի պատճառով կոշիկի նկատմամբ պահանջարկը կրճատվել և կազմել է 485 զույգ:

Գնի փոփոխությունը տոկոսային արտահայտությամբ կկազմի.

$$\left(\frac{\Delta P}{P}\right) \times 100 = \left(\frac{500}{21500}\right) \times 100 = 0,023 \times 100 = 2,3\% - \text{ի,}$$

որտեղ՝

ΔP -ն՝ գնի աճն է (դրամով),

P -ն՝ նախկին գինն է (դրամով):

Պահանջարկի ծավալի տոկոսային փոփոխությունը հավասար կլինի.

$$\left(\frac{\Delta Q}{Q}\right) \times 100 = \left(\frac{-15}{500}\right) \times 100 = 0,03 \times 100 = -3,0\%$$

Ստացված արդյունքներով հաշվարկենք գնից կախված պահանջարկի ճկունության գործակիցը:

$$E_d^p = \frac{\Delta Q}{Q} : \frac{\Delta P}{P} = -3,0\% : 2,3\% = -1,3:$$

Դա նշանակում է, որ պահանջարկի տոկոսային փոփոխությունը 1,3 անգամ գերազանցում է գնի տոկոսային փոփոխությանը:

Պահանջարկի գնային ճկունության գործակիցն ստացվեց բացասական մեծություն, քանի որ գնի ցանկացած փոփոխության դեպքում պահանջարկը փոխվում է հակադարձ ուղղությամբ: Տվյալ դեպքում արտադրանքի գինն աճել է:

Այսպիսով, պահանջարկի գնային ճկունության հետազոտման նպատակն է, մի կողմից, պարզել ապրանքների ձեռքբերման նկատմամբ սպառողների զգացողության փոփոխությունը, իսկ մյուս կողմից՝ գնահատել սպառողների ծախսերի փոփոխության

²⁹ Սպառողական գների ինդեքսը (գները) 37-ում 2000թ. հունվար-նոյեմբերին, 37 ազգային վիճակագրական ծառայություն, Երևան, 2000:

աստիճանը: Հետևաբար, պահանջարկի գնային ճկունությունը ոչ թե պահանջարկը որոշող գործոնն է, այլ միայն պահանջարկի զգացողության ցուցանիշ³⁰:

Ընդհանուր առմամբ, պահանջարկի գնային ճկունության փոփոխության ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ այն կարող է փոխվել 0-ից մինչև անսահմանություն:

Քանի որ գնից կախված պահանջարկի ճկունության գործակիցը ցույց է տալիս, թե գնի 1 տոկոսի փոփոխության դեպքում քանի տոկոսով է փոփոխվում ապրանքի պահանջարկը, ուստի, եթե ընդունենք, որ այս կամ այն ապրանքի գնի իջեցումը 1 տոկոսով հանգեցնում է պահանջարկի 1 տոկոսի աճի, ապա դա նշանակում է, որ պահանջարկի ճկունության գործակիցը հավասարվում է 1-ի:

Երբ գնի մեկ տոկոսով աճի դեպքում պահանջարկը կրճատվում է համեմատաբար փոքր չափով կամ մնում է անփոփոխ, ապա պահանջարկը ճկուն չէ, այսինքն՝ $E_d^p < 1$, իսկ երբ գնի 1 տոկոսով աճը հանգեցնում է պահանջարկի ավելի մեծ չափով կրճատման, ապա պահանջարկը ճկուն է, այսինքն՝ $E_d^p > 1$:

Գործնականում նույնիսկ կարող են լինել այնպիսի դեպքեր, երբ պահանջարկը բացարձակ ճկուն չէ գների ցանկացած փոփոխության դեպքում կամ ընդհակառակը, երբ պահանջարկն անվերջ ճկուն է:

Այսպես, օրինակ, հացի գնի բարձրացումը թեկուզ 2 անգամ, շատ աննշան չափով կներգործի դրա պահանջարկի փոփոխության վրա, քանի որ այն առաջին անհրաժեշտության ապրանք է բոլոր սպառողների համար, իսկ ալկոհոլային խմիչքների գնի բարձրացումը թեկուզ 10-15 տոկոսով, կազդի դրա պահանջարկի կտրուկ իջեցման վրա: Հետևաբար, կարող ենք հացի նկատմամբ պահանջարկն անվանել ոչ ճկուն, իսկ ալկոհոլային խմիչքինը՝ ճկուն:

Դա նշանակում է, որ եթե որևէ ապրանքի պահանջարկը ճկուն չէ, գնի փոփոխությունը փոքր ազդեցություն կունենա դրա պահանջարկի վրա, իսկ երբ պահանջարկը ճկուն է, ապա գնի նույնիսկ աննշան փոփոխությունը մեծ ազդեցություն կունենա պահանջարկի փոփոխության վրա:

³⁰ Хаўман Д. Н. Современная микроэкономика: анализ и применения. том I, М. 1992, стр. 145.

Քանի որ առանձին ապրանքների սպառողական հատկությունների փոփոխության պատճառով պահանջարկի ճկունությունը տարբեր է, ուստի փորձենք պարզել դրա վրա ազդող գործոնները և պատճառները: Առանձին ապրանքների նկատմամբ պահանջարկը կարող է ճկուն չլինել հետևյալ պատճառներով.

Նախ՝ ապրանքների մի մասը համարվում է առաջին անհրաժեշտության ապրանքներ,

երկրորդ՝ ապրանքների մի զգալի մասը փոխարինողներ չունի,

երրորդ՝ առանձին ապրանքներ համեմատաբար էժան են, որի պատճառով մարդկանց գնելու ցանկություններն ու նախասիրությունները հիմնականում չեն փոխվում:

Պահանջարկի ճկունությունը կարող է փոխվել նաև ոչ գնային գործոնների ներգործությամբ: Այդ գործոններից քննարկենք նախ փոխարինող ապրանքների առկայությունը:

Անշուշտ, միմյանց փոխարինող ապրանքներն ունեն որոշակի առանձնահատկություններ, որոնք անտեսել չենք կարող, օրինակ՝ տավարի, ոչխարի, խոզի, թռչնի մսերը իրարից տարբերվում են իրենց որակական հատկանիշներով, բայց մեզ հետաքրքրում է այդ ապրանքների նկատմամբ մարդկանց միևնույն պահանջարկի բավարարման աստիճանը: Այդ ապրանքնատեսակների միմյանց փոխարինելիության հատկանիշը ներգործում է պահանջարկի և առաջարկի ճկունության վրա: Փոփոխությունն առավել մեծ կարող է լինել բնակչության ցածր գնողունակության պայմաններում:

Պահանջարկի գնային ճկունության վրա ազդում է նաև ժամանակի գործոնը: Այս առումով պահանջարկի գնային ճկունությունը գնահատում են կարճատև և երկարատև ժամանակում:

Ապրանքների որոշակի խմբերի համար պահանջարկն առավել ճկուն է հատկապես երկարատև ժամանակաշրջանում: Դա բացատրվում է նրանով, որ միշտ որոշակի ժամանակ է պահանջվում, որպեսզի սպառողները կարողանան փոփոխել իրենց սպառողական նախասիրությունները: Եթե այս կամ այն ապրանքի գինն աճում է, ապա սպառողների մեծ մասը միանգամից չի կրճատում իր պահանջարկը դրա նկատմամբ:

Այսպես, օրինակ, եթե տավարի մսի գինը շուկայում աճում է 15 տոկոսով, ապա սպառողը, նախկին նախասիրության համաձայն, չարունակում է տավարի միսը գնել բարձրացված գնով այնքան

ժամանակ, քանի դեռ չի որոշել տավարի միսը փոխարինել թռչնի, ոչխարի մսով կամ էլ ձկնեղենով:

Երկարատև ժամկետում, կարճատևի համեմատ, պահանջարկը ճկուն է նաև այն պատճառով, որ հաճախ այս կամ այն ապրանքի պահանջարկը կարող է կապված լինել սպառողների մոտ եղած փոխարինող ապրանքների պաշարների, այդ ապրանքների օգտակարության աստիճանի հետ:

Այսպես, օրինակ, բենզինի նկատմամբ պահանջարկը կարճ ժամկետում ճկուն չէ, քանի որ բոլոր ավտոմեքենա ունեցողները բենզինի գնի բարձրացման դեպքում որոշ ժամանակ շարունակում են ավտոմեքենաներն օգտագործել և բենզինի պահանջարկը չի կրճատվում: Սակայն, երբ վարորդները ծեռք են բերում փոքր տարողությամբ ավտոմեքենաներ, որոնք ավելի քիչ բենզին են ծախսում, ապա բենզինի նկատմամբ պահանջարկը դառնում է ճկուն:

Մեկ այլ օրինակ, երբ վարորդները ավտոմեքենաներում տեղադրում են գազի համապատասխան սարքեր և օգտագործում են հեղուկ գազ, ապա դա նույնպես ազդում է բենզինի նկատմամբ պահանջարկի կրճատման վրա:

Փորձը ցույց է տալիս, որ որոշ ապրանքատեսակների համար, ժամանակի առումով, պահանջարկի ճկունությունը միանգամայն հակադարձ պատկեր է ստանում: Պահանջարկը ավելի ճկուն է դառնում կարճատև ժամանակաշրջանում: Դա բնորոշ է հատկապես երկարատև օգտագործման ապրանքներին:

Պահանջարկի ճկունության վրա ազդում են նաև սպառողների եկամուտների աճը, սպառողների և արտադրողների թվաքանակի հարաբերակցության փոփոխությունը, ինչպես նաև սպառողական բյուջեի կառուցվածքային փոփոխությունը:

Պահանջարկի ճկունության և սպառողների եկամուտների կապն արտահայտվում է նրանում, որ եթե շուկայում ապրանքի գինն աճում է, իսկ եկամուտը կրճատվում, ապա սպառողները դադարում են գնել այդ ապրանքը: Իսկ եթե գնի աճին զուգընթաց աճի նաև եկամուտը, ապա այդ ապրանքի պահանջարկը կլինի ոչ ճկուն:

Սպառողական ապրանքների նկատմամբ պահանջարկի վրա կարող է ազդել նաև ընտանիքի սպառողական բյուջեում այդ ապրանքների գնման նպատակով հատկացվող բաժնի փոփոխությունը: Ի դեպ՝ զարգացած երկրներում սպառողական բյուջեից առաջին անհրաժեշտության ապրանքների գնման ծախսերը կարող

են շատ աննշան փոխվել, որոնք պահանջարկի փոփոխություն չեն առաջացնի: Սակայն, երբ բնակարանի վարձը բարձրանում է, որի համար ծախսվում է սպառողական բյուջեի ավելի քան 35%-ը, ապա մարդիկ ստիպված փոխում են բնակարանը, որպեսզի սպառողական բյուջեից այդ նպատակով ծախսերը հասցնեն նվազագույնի:

Ուշադրության են արժանի նաև պահանջարկի ճկունության այլ տեսակներ, մասնավորապես, ըստ եկամուտների պահանջարկի ճկունությունը (E_f^p):

Եկամտի փոփոխությունը համարվում է շուկայական պահանջարկի կարևոր գործոններից մեկը: Պահանջարկի ճկունությունը, ըստ եկամտի, ցույց է տալիս, թե եկամտի 1% փոփոխման դեպքում պահանջարկը քանի տոկոսով կփոխվի:

Պահանջարկի ճկունության գործակիցը, ըստ եկամտի, օգտագործվում է առանձին ապրանքների որակական հատկանիշների դասակարգման, եկամտի և պահանջարկի հարաբերակցության փոփոխությունները պարզելու նպատակով, ինչպես նաև ապրանքային շուկայի կարգավորման, բարձրորակ ապրանքների արտադրության կարգավորման և բնակչության վճարունակության գնահատման համար:

Այս առումով տնտեսագետները գտնում են, որ ապրանքի պահանջարկին առնչվող հարցերը քննարկելիս պետք է նկատի ունենալ վճարունակ պահանջարկը, քանի որ գնորդների եկամուտների փոփոխման դեպքում ապրանքների պահանջարկը փոփոխվում է տարբեր չափերով:

Պահանջարկի ճկունությունը, ըստ եկամտի (E_f^p), հաշվարկվում է հետևյալ բանաձևով՝

$$E_f^p = \frac{\text{Ապրանքի պահանջարկի ծավալի Փոփոխություն}(\%)}{\text{Եկամտի Փոփոխություն}(\%)}$$

Ի տարբերություն ըստ գների պահանջարկի գնային ճկունության, որն ունի բացասական մեծություն, պահանջարկի ճկունությունը, ըստ եկամտի, հիմնականում դրական է³¹:

³¹ Առանձին ապրանքատեսակներ ու ծառայություններ, օրինակ, մարգարիներ, ցածրորակ մսամթերքը, ոչ պարենային ապրանքները, տրամվայով և ավտոբուսով

Բավական է նշել, որ առաջին անհրաժեշտության բոլոր ապրանքներն ունեն ըստ եկամտի ցածր ճկունություն, քանի որ դրանք զնվում են նույնիսկ ցածր եկամտի պայմաններում: Դա է պատճառը, որ եկամուտների աճի պայմաններում առաջին անհրաժեշտության ապրանքների գնման համար լրացուցիչ հատկացումների բաժինը ավելի փոքր է:

Ըստ եկամտի՝ պահանջարկի ճկունության գործակիցն անհրաժեշտ է հաշվի առնել սպառողական զամբյուղի հաշվարկները հիմնավորելու, տարբեր եկամուտներ ունեցողների սպառման կառուցվածքը որոշելու և այս կամ այն ապրանքի սպառման մակարդակի փոփոխությունները գնահատելու համար: Ի դեպ, արտադրողները կարող են պահանջարկի փոփոխության վերաբերյալ ստացված տվյալները օգտագործել նաև արտադրության աճի հնարավորությունները հիմնավորելու համար:

Սովորաբար եկամտի աճի դեպքում առաջին անհրաժեշտության ապրանքների գծով պահանջարկն աճում է շատ աննշան չափով, այդ պատճառով $E_f^p < 1$: Իսկ պերճանքի առարկաների պահանջարկը գերազանցում է եկամուտների աճին, հետևաբար $E_f^p > 1$:

Երբ $E_d^p = 1$ -ի ապա եկամտի 1%-ով աճի դեպքում այս կամ այն ապրանքի պահանջարկը աճում է նույն չափով:

Եկամտից կախված պահանջարկի ճկունության վրա ազդում են նաև մի շարք ոչ գնային գործոններ, մասնավորապես, արտաքին միջավայրի, ապրանքների օգտակարության, փոխարինող ապրանքների գների, սպառողների ճաշակի, նախասիրությունների փոփոխությունները և այլն:

Առաջին անհրաժեշտության ապրանքների, մասնավորապես, կաթնամթերքների, մարգարինի, էլեկտրաէներգիայի, հացամթերքների, վառելիքի, ձկնեղենի, պարենային ապրանքների, ծխախոտի և այլն պահանջարկի ճկունության գործակիցը, ըստ եկամտի, համեմատաբար ցածր է:

Այն բարձր է հատկապես նոր ավտոմեքենաների, վճարովի ուսուցման, ոգելից խմիչքների, կահույքի, սառնարանների գծով, որոնց գները 33-ում նույնիսկ բարձր են:

Երթևեկելը, եկամուտների կտրուկ աճի դեպքում ճկունությունը բացասական է, քանի որ որքան եկամուտներն աճում են, դրանց նպատամբ պահանջարկը նվազում է:

Պահանջարկի ճկունության առանձին տեսակներ են նաև պահանջարկի խաչաձև ճկունությունը և աղեղնային ճկունությունը:

Պահանջարկի խաչաձև ճկունության գործակիցը ցույց է տալիս որևէ A տեսակի ապրանքի պահանջարկի տոկոսային փոփոխության կախվածությունը որևէ B ապրանքի գնի տոկոսային փոփոխությունից:

Պահանջարկի աղեղնային ճկունության գործակիցի հաշվարկման անհրաժեշտությունն արտահայտվում է նրանում, որ հաճախ նկատի են առնվում մի քանի գներ և պահանջարկի ծավալներ: Այդ պատճառով այն հաշվարկվում է գների և պահանջարկի միջին մեծությունների հիման վրա:

Այսպես, օրինակ, եթե ընդունենք, որ միմյանց փոխարինող ապրանքներից թռչնի և խոզի մսի պահանջարկի խաչաձև ճկունության գործակիցը հավասար է 0,299³², ապա դա նշանակում է, որ խոզի մսի գնի յուրաքանչյուր 1% աճը կհանգեցնի թռչնի մսի պահանջարկի 1/3%-ով աճին:

Պահանջարկի խաչաձև ճկունության գործակիցը ընկերությունները կարող են օգտագործել անհրաժեշտ պաշարների նկատմամբ պահանջարկը կարգավորելու համար:

Իրականում թռչնի մսի պահանջարկի փոփոխությունը կապված է խոզի մսի գնի փոփոխության հետ:

Եթե $E_{dab} > 0$, ապա A և B ապրանքները միմյանց փոխարինող են (օրինակ՝ ոչխարի և խոզի միսը), երբ $E_{dab} < 0$, ապա A և B ապրանքները համարվում են միմյանց լրացնող (օրինակ՝ ավտոմեքենա, բենզին): Իսկ երբ $E_{dab} = 0$, A և B ապրանքները միմյանցից կախված չեն (օրինակ՝ սննդամթերքը և շինանյութերը), ապա այն հավասար պայմաններում սննդամթերքի գնի փոփոխությունը չի կարող ազդել շինանյութի պահանջարկի վրա և, ընդհակառակը:

Պահանջարկի խաչաձև ճկունության վրա, բացի գներից ու եկամուտներից, ազդում են նաև այլ ոչ գնային գործոններ, մասնավորապես՝ շուկայում փոխարինող ապրանքների առկայությունը, ժամանակի գործոնը, ապրանքների օգտագործման բազմազանությունը, տվյալ ապրանքի վրա բյուջեից կատարված ծախսերի բաժինը և այլն:

³² Хаузан Д. Н. Современная микроэкономика: анализ и применение. том I, М. 1992, стр. 161.

Գնից կախված պահանջարկի աղեղնային ճկունությունը, ըստ գների հաշվարկելիս, գնի (P) և պահանջարկի միջին մեծությունները գնի և պահանջարկի տարբեր նշանակության դեպքում տարբեր են:

Ճկունության հատկանիշը, ըստ գների, բնորոշ է նաև առաջարկին: Դա նշանակում է, որ արտադրողները նույնպես կարող են փոխել իրենց զգացողությունն առաջարկված ապրանքների գների փոփոխության նկատմամբ և դրան համապատասխան փոխել առաջարկի ծավալը:

Հիմնավորվում է, որ արտադրողների զգացողության փոփոխությունը գների փոփոխության նկատմամբ տեղի է ունենում հակառակ ուղղությամբ և պայմանավորված է առաջարկի և պահանջարկի օրենքների պահանջներով: Այդ պատճառով, որքան շուկայում գներն աճում են, այնքան արտադրողներն ավելացնում են իրացման ծավալը, ավելի մեծ շահույթ ստանալու ակնկալիքով:

Արտադրողների զգացողությանը համապատասխանող ապրանքների առաջարկը կհամարվի ճկուն, եթե գների որևէ փոփոխություն շուկայում հանգեցնի դրանց քանակի ավելի մեծ փոփոխմանը: Դա նշանակում է, որ առաջարկի ճկունության մակարդակը կախված գնից կարող է փոփոխվել:

Հետևաբար, գնից կախված առաջարկի ճկունությունը արտադրողների կողմից առաջարկվող ապրանքի քանակի փոփոխության հարաբերությունն է տվյալ պահին այդ ապրանքի կամ դրան փոխարինող ապրանքների գործող շուկայական գնի փոփոխությանը:

Այսպիսով, գնից կախված առաջարկի ճկունության ուսումնասիրության նպատակն է՝ պարզել, թե ապրանքային շուկայում այս կամ այն ապրանքի առաջարկը ի՞նչ տոկոսային հարաբերությամբ կարող է փոխվել գնի 1 տոկոսի փոփոխության պայմաններում:

Առաջադրված հիմնախնդրի լուծման նպատակով օգտվենք գնից կախված առաջարկի ճկունության գործակցից, որը ցույց է տալիս առաջարկի և գների տոկոսային փոփոխությունների հարաբերությունը:

Առաջարկի ճկունության գործակցիցը իրականում կարող է տատանվել 0-ից մինչև անսահմանություն:

Առաջարկի ճկունության փոփոխության վրա գներից բացի ազդում են նաև մի շարք ոչ գնային գործոններ, որոնցից առավել կարևորներն են՝ ժամանակի գործոնը, այս կամ այն ապրանքների ար-

տադրության համար անհրաժեշտ պաշարների և փոխարինող ապրանքների գների փոփոխությունները:

Առաջարկի գնային ճկունության վրա ժամանակի գործոնի ազդեցությունը պայմանավորված է նրանով, որ արտադրողը միայն ժամանակի ընթացքում է ընկալում շուկայի իրավիճակի և, մասնավորապես, գնի փոփոխությունը: Որքան երկարատև է ժամանակը, այնքան արտադրողի (վաճառողի) զգացողության աստիճանը բարձրանում է: Դրա շնորհիվ արտադրողը կարգավորում է պաշարի վերաբաշխումը մի արտադրատեսակից մյուսին: Հետևաբար, որքան ավելի շատ է փոխվում ապրանքի քանակը, այնքան բարձր է առաջարկի գնային ճկունությունը:

Քանի որ ցանկացած արտադրող շուկայի իրավիճակի փոփոխությունը կանխագգում է միայն որոշակի ժամանակից հետո, կարճատև ժամկետում արտադրության չափերը շարունակում են մնալ անփոփոխ: Կարճատև ժամանակում գնի բարձրացման դեպքում, արտադրանքի քանակական աճն ապահովվում է միայն պաշարների ավելի արդյունավետ օգտագործման միջոցով: Իսկ երկար ժամկետում առաջարկի ծավալը հիմնականում ավելանում է նոր պաշարների ներգրավման կամ եղածների վերաբաշխման հաշվին: Այդ պատճառով շուկայական առաջարկի կորն ավելի ճկուն է դառնում երկար ժամկետում, իսկ կարճ ժամկետում այն ճկուն չէ, այսինքն առաջարկը մնում է անփոփոխ:

Քանի որ ապրանքների առաջարկի որոշման հիմքում ընկած են արտադրության ծախսերը, ուստի արտադրողների ձեռք բերած պաշարների գների փոփոխությունը և հատկապես դրանց իջեցումը համարվում է առաջարկի ճկունության մակարդակի վրա ազդող ոչ գնային գործոն: Այդ պատճառով մեծանում է արտադրող ձեռնարկության նվազագույն ծախսումներով առավելագույն արդյունքի ստացման հնարավորությունը:

Առաջարկի գնային ճկունության փոփոխության վրա ազդում է նաև փոխարինող ապրանքների գների փոփոխությունը: Շուկայում այս կամ այն փոխարինող ապրանքի գնի բարձրացումը մյուս փոխարինող ապրանքի նկատմամբ հանգեցնում է նրա առաջարկի կտրուկ աճին: Այլ հավասար պայմաններում մյուս փոխարինող ապրանքի առաջարկը նվազում է:

Այստեղից հետևում է, որ այն արտադրողները, որոնք հանգամանորեն վերլուծում են շուկայի իրավիճակը, ծանոթանում են գների

տեղեկատվությանը, մրցակիցների զգացողություններին, այնքան ավելի կարճ ժամանակում կփոխեն իրենց զգացողություններն առաջարկը մեծացնելու նկատմամբ և ընդհակառակը:

Առաջարկի ճկունության վրա ազդող ոչ գնային գործոններից են նաև պետության տնտեսական քաղաքականության բնագավառում իրականացվող այն միջոցառումները, որոնք կարևոր են արտադրության խթանման, արտադրողների իրավունքների ընդլայնման, մրցունակ արտադրանքների արտադրության ավելացման համար:

Պետության տնտեսական քաղաքականության ռազմավարության արդյունավետությունը կարելի է գնահատել ճկուն հարկային քաղաքականության, ֆինանսավարկային հարաբերությունների կատարելագործման, մրցակցության շրջանակների ընդլայնման, գործող օրենսդրական դաշտի ձևավորման արդյունքներով:

Ժամանակի գործոնի ազդեցությունն առաջարկի վրա դրսևորվում է նաև նրանով, որ հաճախ գները ժամանակ առ ժամանակ բարձրանում են և պայմաններ ստեղծում շուկայում առաջարկի ծավալն ավելացնելու համար: Դա է պատճառը, որ զարգացած երկրներում պարբերաբար ընդունվում են հակամենաշնորհային օրենքներ՝ կանխելու կամ սահմանափակելու առանձին մենաշնորհ արտադրողների իրավունքները բարձր գներ սահմանելու առումով:

Այսպիսով, առաջարկի և պահանջարկի ճկունության վրա ազդող գնային և ոչ գնային գործոնների ուսումնասիրությունը հնարավորություն կստեղծի դրանց փոխհարաբերակցությունը կարգավորելու համար:

4.5. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ԵՎ ՄԱՐՔԵԹԻՆԳԱՅԻՆ ԴԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ՓՈԽԿԱՊՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ

Մարքեթինգը, ինչպես հայտնի է, նշանակում է շուկայի իրավիճակի հետազոտության ամբողջությունը, նպատակ ունենալով ապահովել նյութական բարիքների նկատմամբ հասարակության պահանջների և առաջարկությունների միջև այնպիսի հարաբերակցության, որը կնպաստի հավասարակշիռ շուկայական գների ձևավորմանն ու բնակչության գնողունակության բարձրացմանը:

Իրականում մարքեթինգի հիմքում ընկած է մշակել այնպիսի ապրանքների արտադրության ռազմավարություն, հետազոտել շուկայական իրավիճակը, ձևավորել այնպիսի կոմունիկացիոն կազմակերպություններ, սահմանել այնպիսի շուկայական գներ, որոնք կարող են նպաստել բնակչության կենսապայմանների բարելավմանը:

Որպես կարևոր մարքեթինգային ծառայության հիմնական հասկացություններ համարվում են մարդկային կարիքի հիմնավոր որոշումը, պահանջարկը, առաջարկը, ապրանքը, փոխանակությունը, շուկայի իրավիճակի հիմնավոր գնահատումը:

Կապված մարքեթինգային ծառայության առանձնահատկության հետ տարբերում ենք.

- դիֆերենցված մարքեթինգ, այսինքն՝ շուկայի մի շարք հատվածների հետազոտության իրականացում՝ նպատակ ունենալով մշակել, առանձին ծրագրել շուկայի տարբեր հատվածների համար,
- կենտրոնացված մարքեթինգ, երբ հետազոտվում է այս կամ այն ապրանքի նկատմամբ պահանջարկն ու առաջարկը, սահմանվում է հավասարակշիռ գնի մակարդակը,
- մասսայական մարքեթինգ, որի միջոցով որոշվում է միևնույն ապրանքի նկատմամբ բոլոր սպառողների պահանջները,
- նպատակային մարքեթինգ, երբ մշակվում է բոլոր ապրանքների նկատմամբ ամբողջ սպառողների պահանջարկը և դրանց գծով հավասարակշիռ գների սահմանման եղանակները,
- յուրաքանչյուր շուկայական հատվածի համար ընտրված մարքեթինգ, որի ժամանակ հաշվի է առնվում սպառողների վարքագիծը շուկայի այդ հատվածում իրացվող ապրանքների նկատմամբ:

Մարքեթինգային ծառայության կառավարման նպատակն է.

- կատարել համապատասխան վերլուծություն,
- մշակել պլանավորման ռազմավարություն զանազան ապրանքների նկատմամբ պահանջարկի և առաջարկի արդարացի հարաբերակցության սահմանման համար,
- սահմանել՝ այնպիսի հավասարակշիռ շուկայական գներ, որը կխթանի սպառողների գնողունակության մակարդակի բարձրացմանը,
- ստացվելիք առավելագույն շահույթի ապահովումը, որը կխթանի արտադրության ընդլայնմանը, նոր տեխնոլոգիական սարքավոր-

րումների ձեռքբերմանը, աշխատանքի արտադրողականության բարձրացմանը:

Շուկայական տնտեսության պայմաններում առանձնահատուկ նշանակություն ունեն մարքեթինգի հետևյալ հասկացությունները.

- արտադրանքը, այսինքն՝ ապրանքը և ծառայությունը, որը առաջարկվում է սպառողներին նրանց պահանջներին բավարարման նպատակով: Այդ նպատակով պահանջվում է ընտրել ապրանքների այնպիսի տեսականի, որոնք կբավարարեն սպառողների պահանջարկը,
- հաջորդ տարրը գինն է, որը հնարավորություն է տալիս որոշել փողի այն գումարը, որն անհրաժեշտ է սպառողներին կարևոր ապրանքները գնելու համար: Այդ նպատակով պահանջվում է հաշվի առնել նաև հավելավճարների չափը, վարկավորման հնարավորությունները, զեղչերի մակարդակը, արժույթի կուրսի մակարդակի փոփոխությունները և այլն,
- շուկայում ապրանքների առաջարկի հնարավորությունները, նվազագույն ծախսումներով արտադրանքների արտադրության միջոցառումների իրականացումը, որոնք կխթանեն իրացման գործընթացի արագացմանը, իրացման շրջանառության աճին:

Քանի որ ցանկացած ապրանքի գնի հիմքում ընկած է արտադրության ոլորտում կատարված ծախսերը, որոնք ձևավորում են արտադրանքի ինքնարժեքը, ուստի մարքեթինգային ծառայության նպատակային խնդիրն է մշակել այնպիսի միջոցառումներ, որոնք կնպաստեն նվազագույն ծախսումներով արտադրանքի թողարկմանը և շուկայական ցածր գների սահմանմանը, որը կարևոր է գնողունակության բարձրացման և իրացման գործընթացի խթանմանը, մարքեթինգային ծառայության արդյունավետության բարձրացմանը:

Այսպիսով, գնագոյացման և մարքեթինգային մյուս բաղադրատարրերի միջև փոխկապվածությունն արտահայտվում է նրանում, որ.

- դա ներգործում է ապրանքների կյանքի պարբերաշրջանի տևողության վրա, այսինքն՝ ցածր գները հանգեցնում են արտադրվող ապրանքների կյանքի պարբերաշրջանի տևողության մեծացմանը, իսկ բարձր գներն ազդում՝ կրճատման վրա,
- սպառողների սպասարկման մակարդակը կախված է գների մակարդակից: Ցածր գները սովորաբար կապակցվում են թույլ զար-

գացած սերվիսների ծառայության աշխատանքային գործունեությանը:

- Գների մակարդակը հանգեցնում է ապրանքնային հոսքերի տեղաշարժի արագացմանը, իրացման գործընթացի արդյունավետության բարձրացմանը,
- գների մակարդակը հաճախ հանգեցնում է ապրանքաշարժի ընթացքում որոշակի պատճառներով առաջացած բախումների հաղթահարմանը,
- սահմանված շուկայական գներն առանձին ապրանքների գծով կարգավորում են շուկայի տարբեր հատվածներում ապրանքահոսքերը և նպաստում են ապրանքների խթանմանը:

Այս ամենից հետևում է, որ գների և մարքեթինգային մյուս տարրերի միջև եղած փոխկապվածությունը հանգեցնում է մարքեթինգային ու ֆինանսական ծառայության աշխատողների պատասխանատվության բարձրացմանը, դրանց աշխատանքային գործընթացների համակարգմանը:

Այս առումով մարքեթինգային ծառայության խնդիրն է գները սահմանել վերջնական սպառողների նպատակային խնդիրներին համաձայն, իսկ ֆինանսական ծառայության նպատակային խնդիրն է նախ որոշել արտադրության և սպառման հետ կապված ծախսերը, ստացվող շահույթի հնարավոր մակարդակը իրացման գործընթացը ավարտելուց հետո: Այդ պատճառով էլ մարքեթինգային ծառայության առջև դրված նպատակային խնդիրն է ապահովել հավասարակշիռ այնպիսի գների մակարդակի լուծումը, որը կարող է խթանել սպառողների գնողունակության բարձրացմանը:

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

- Շուկայական տնտեսության ձևավորումը եղել է ոչ թե մարդկային հասարակության մշտական ուղեկիցը, այլ առաջացել է պատմականորեն, նախկին հասարակարգերին բնորոշ ավանդույթները հաղթահարելու ճանապարհով, դրանք շուկայական համակարգով փոխարինելու անհրաժեշտությամբ:
- Շուկայական համակարգի ցանկացած ձևի պայմաններում հարաբերությունները կարգավորվում են ազատ մրցակցության,

ազատ ձեռնարկատիրության, ազատ գնագոյացման և կարգավորվող գների, պահանջարկի ու առաջարկի հարաբերակցության շնորհիվ:

- Պահանջարկի և առաջարկի փոփոխությունը հանգեցնում է ոչ միայն գների, այլև ողջ տնտեսության համակարգի կառուցվածքային հաշվեկշռվածության փոփոխության:
- Շուկայական տնտեսության պայմաններում գների փոփոխությունը կատարվում է ոչ թե սպառողների ու արտադրողների կամքով, այլ պահանջարկի և առաջարկի օրենքների պահանջներով:
- Շուկայում հավասարակշռված գինն ու իրացվող արտադրանքի քանակը արտահայտվում են ամբողջական պահանջարկի և առաջարկի կորերի հատման կետում, որտեղ արտադրողների և սպառողների ցանկությունները ինչպես գնի, այնպես էլ իրացման քանակի առումով համընկնում են, որի պատճառով էլ շուկայում վերանում է թե՛ ապրանքների սղությունը, թե՛ ավելցուկը:

ՀԱՐՑԵՐ, ԱՈՎՋԱԴՐԱՆՔՆԵՐ

1. Ի՞նչ է շուկան, որո՞նք են շուկայական կառուցակարգին բնորոշ հատկանիշները և հիմնական գծերը:
2. Ի՞նչ կապ կա տնտեսական օրենքների և գնագոյացման միջև:
3. Ինչպիսի՞ն է պահանջարկի և առաջարկի օրենքների և գնագոյացման միջև եղած կապը:
4. Ինչպե՞ս է ձևավորվում հավասարակշիռ գինը:
5. Բացատրել «ամբողջական պահանջարկ» և «առաջարկ» հասկացությունները:
6. Ինչու՞ ցածր գնի դեպքում սպառողները շատ են գնում:
7. Ինչու՞ բարձր գնի դեպքում պահանջարկը նվազում է:
8. Ինչու՞ է առաջարկի կորը շարժվում դեպի վեր և դեպի աջ:
9. Ինչու՞ է պահանջարկի կորը շարժվում հյուսիս-արևմուտքից հարավ-արևելք կամ ներքև՝ դեպի աջ:
10. Ի՞նչ կապ կա էլեկտրաէներգիայի սակագների բարձրացման և ծախսած էլեկտրաէներգիայի միջև:
11. Եգիպտացորենի ո՞ր գնի դեպքում կառաջանա սղություն և ո՞ր գնի դեպքում՝ ավելցուկ:

12. Եթե փողի առաջարկը հաստատուն է, իսկ գներն աճում են, ապա ինչպե՞ս կփոխվի փողի առաջարկը:

ԹԵՍԵՐ ԵՎ ԽՆԴԻՐՆԵՐ

4.1. Շուկայական համակարգի պայմաններում գնագոյացմանն առնչվող հիմնահարցերը.

- ա) ինքնակարգավորվում են պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցությամբ,
- բ) ինքնակարգավորվում են գների պետական կարգավորմամբ,
- գ) վերը նշված 2 տարբերակը միասին,
- դ) տարբերակները սխալ են:

4.2. Միջնադարում, մինչև ապրանքային արտադրության զարգացումը, շուկաներում արտադրության և բաշխման հիմնական գործընթացները կատարվում էին.

- ա) ավանդույթի թելադրանքով,
- բ) ազատ մրցակցությամբ,
- գ) ազատ գնագոյացմամբ,
- դ) ազատ ձեռնարկատիրական գործունեությամբ:

4.3. Շուկան բաց տնտեսական համակարգ է, որի միջոցով վաճառողներն ու գնորդները.

- ա) հանդիպում են և համաձայնության չեն գալիս,
- բ) հանդիպում են և փոխանակում ապրանքների մի մասը,
- գ) հանդիպում և համաձայնության գալիս ապրանքների փոխանակության շուրջ,
- դ) հանդիպում և համաձայնության գալիս ապրանքների արտադրության շուրջ:

4.4. Շուկան դա մեկ կառուցակարգ է, որի միջոցով գնորդներն ու վաճառողները փոխազդում են.

- ա) գինը և քանակությունը որոշելու համար,
- բ) գինը սահմանելու համար,
- գ) արտադրության ծավալը որոշելու համար,
- դ) արտադրանքի տեսակը ընտրելու համար:

4.5. Իրացման գործարքի կատարման արդյունքում, երբ գնորդը համաձայնվում է որոշակի գնով ապրանք գնել, ապա նա ընդունում է, որ ապրանքն իր համար.

- ա) ավելին արժե, քան դրա գինն է,
- բ) արժեք չունի,
- գ) ավելին արժե, քան շուկայում գործող գինն է,
- դ) ավելի ցածր գին ունի:

4.6. Իրացման գործարքի կատարման արդյունքում, երբ վաճառողը համաձայնվում է որոշակի գնով ապրանք վաճառել, ապա նա ընդունում է, որ ապրանքի դիմաց ստացած գումարը իր համար.

- ա) ավելի մեծ արժեք ունի,
- բ) ինքնարժեքից փոքր արժեք ունի,
- գ) արժեք չունի,
- դ) ինքնարժեքին հավասար արժեք է:

4.7. Ամենատարբեր գնորդների և վաճառողների միջև շուկայական հարաբերությունների հավասարակշռությունն ապահովում է.

- ա) միայն հումքի շուկայական գների միջոցով,
- բ) հավասարակշիռ շուկայական գների միջոցով,
- գ) հավասարակշիռ շուկայական գների միջոցով,
- դ) միայն աշխատանքային պաշարների շուկայական գների միջոցով:

4.8. Արտադրության ընդլայնման դեպքում շուկայում ապրանքի համար սահմանված չափից ավելի բարձր գինը հանգեցնում է.

- ա) ապրանքների կուտակման,
- բ) ապրանքների ավելի արագ իրացման,
- գ) գերշահույթի անընդհատ աճի,
- դ) արտադրության անվտանգության ապահովման մեծացմանը:

4.9. Արտադրության ընդլայնման դեպքում շուկայում ապրանքի համար սահմանված չափից ավելի ցածր գինը հանգեցնում է.

- ա) սպեկուլյացիայի,
- բ) ապրանքների կուտակման,
- գ) պահանջարկի կտրուկ իջեցմանը,
- դ) առաջարկի էլ ավելի մեծացման:

4.10. Արտադրության ընդլայնման դեպքում շուկայում ապրանքի համար սահմանված չափից ավելի-ցածր գինը հանգեցնում է.

- ա) ապրանքների պակասի,
- բ) ապրանքների ավելցուկի,
- գ) ապրանքների կուտակման,
- դ) պահանջարկի կտրուկ նվազման:

4.11. Հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ արտադրության ընդլայնման դեպքում շուկայում գոյություն ունեցող երկար հերթերը՝ սպեկուլյացիան ու ապրանքների պակասը դրանք.

- ա) ապրանքի համար սահմանված չափից ավելի բարձր գնի սահմանման արդյունքն է,
- բ) ապրանքի համար սահմանված չափից ավելի ցածր գնի սահմանման արդյունքն է,
- գ) բարձր որակավորում ունեցող աշխատողների թվաքանակի ավելացման արդյունք է,
- դ) գործազրկության ցածր մակարդակի արդյունք է:

4.12. Հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ արտադրության ընդլայնման դեպքում շուկայում ապրանքի համար սահմանված չափից ավելի բարձր գինը հանգեցնում է.

- ա) ապրանքների կուտակման,
- բ) երկար հերթերի,
- գ) սպեկուլյացիայի,
- դ) ապրանքների պակասի:

4.13. Եթե սառողների որևէ ապրանք գնելու ցանկությունը մեծանում է, նշանակում է, որ հենց այդ ապրանքի.

- ա) առաջարկն աճել է,
- բ) պահանջարկը նվազել է,
- գ) պահանջարկը աճել է,
- դ) արտադրողները այդ արտադրանքից ավելի շատ են արտադրել:

4.14. Եթե սպառողների բեռնը գնելու ցանկությունը մեծանում է և միաժամանակ դրա պաշարները կրճատվում են, ապա մավթային ընկերությունները.

- ա) պահանջարկի նվազմանը զուգընթաց բարձրացնում են գները,
- բ) պահանջարկի մեծացմանը զուգընթաց բարձրացնում են գները,

գ) պահանջարկի նվազմանը զուգընթաց գները պահում են նույն մակարդակի վրա,

դ) պահանջարկի մեծացմանը զուգընթաց գները չեն փոխվում:

4.15. Երբ բենզինի պաշարների կրճատմանը զուգընթաց պահանջարկն աճում է, ապա նավթային ընկերությունների սահմանափակ առաջարկը կարգավորելու նպատակով.

ա) իջեցնում են գինը,

բ) բարձրացնում են գինը,

գ) գինը հավասարեցնում են ինքնարժեքին,

դ) ինքնարժեքից ցածր գին է սահմանում:

4.16. Բարձր գները, դրանք հիմնականում.

ա) կրճատում են սպառողների գնումները և առաջարկը,

բ) կրճատում են սպառողների գնումները և նպաստում արտադրության ընդլայնմանը,

գ) խթանում են սպառումը և խոչընդոտում արտադրության ընդլայնմանը,

դ) ավելացնում են սպառողների գնումները և խոչընդոտում արտադրության ընդլայնմանը:

4.17. Ցածր գները, դրանք.

ա) ավելացնում են սպառողների գնումները և նպաստում արտադրության ընդլայնմանը,

բ) կրճատում են սպառողների գնումները և նպաստում արտադրության ընդլայնմանը,

գ) առաջարկի կրճատման արդյունք են,

դ) խթանում են սպառումը և խոչընդոտում արտադրության ընդլայնմանը:

4.18. Առաջարկի և պահանջարկի հարաբերակցության փոփոխությունը հանգեցնում է.

ա) միայն գների փոփոխության,

բ) ոչ միայն գների, այլև իրական հատվածի կառուցվածքային հաշվեկշռվածության փոփոխությանը,

գ) ոչ միայն գների, այլև մատուցվող ծառայությունների կառուցվածքային փոփոխության,

դ) ոչ միայն գների ամբողջ տնտեսական համակարգի կառուցվածքային հաշվեկշռվածության փոփոխությանը:

4.19. Պահանջարկ և առաջարկ կատեգորիաները հնարավորություն են տալիս հասկանալու, թե ինչպես է.

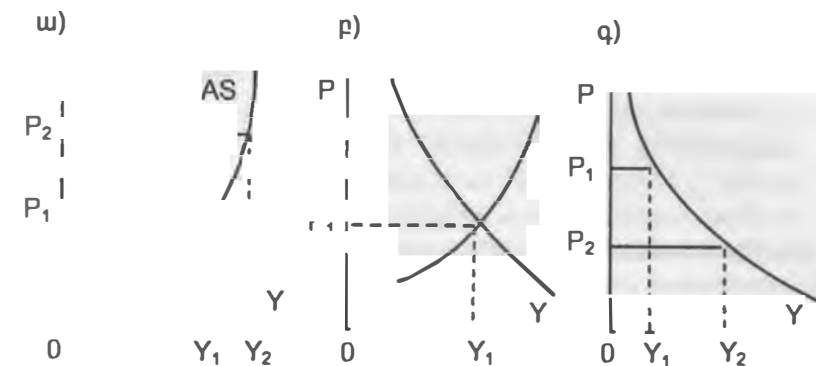
ա) շուկան տնտեսական օրենքների միջոցով հավասարակշռում համակարգը,

բ) շուկայում հասարակության կամքին համապատասխան ձևավորվում տնտեսական օրենքները,

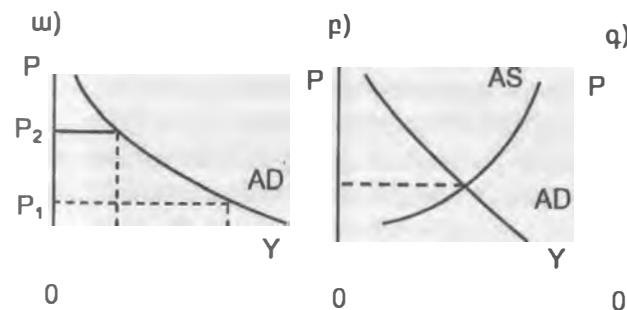
գ) հասարակության գիտակցության պահանջներով ձևավորվում տնտեսական օրենքները,

դ) տնտեսական օրենքները օբյեկտիվ բնույթ չունեն:

4.20. Նշված կամ տրված գծապատկերներից որն է արտահայտում պահանջարկը, որտեղ P -ն՝ գինն է, իսկ Y -ն՝ արտադրության ծավալը կամ քանակը.



4.21. Տրված գծապատկերներից ո՞րն է արտահայտում կամ ցույց տալիս առաջարկը, որտեղ P -ն՝ գինն է, Y -ը՝ արտադրության քանակը:



4.22. Տնտեսական երևույթների ուսումնասիրությամբ հիմնավորվել է, որ բոլոր տնտեսական օրենքները.

- ա) ձևավորվել են մարդկային հասարակության կազմավորման շրջանից սկսած և զարգացել մարդկանց արտադրական գործունեության զարգացմանը զուգընթաց,
- բ) մարդկային հասարակության կազմավորման շրջանից սկսած չեն գործել,
- գ) գործում են մարդկանց արտադրական ու տնտեսական գործունեությունից դուրս,
- դ) չեն իրականացվում մարդկանց ակտիվ ու իրական գործողությունների միջոցով:

4.23. Տնտեսական օրենքները ծագում և առաջանում են.

- ա) մարդկանց կամքից, ցանկություններից ու գիտակցությունից անկախ,
- բ) մարդկանց կամքին ու ցանկություններին համապատասխան,
- գ) իբրև անիրագործելի հնարավորություններ,
- դ) միայն սուբյեկտիվ գոծոններից:

4.24. Տնտեսական օրենքները ունեն օբյեկտիվ բնույթ, բայց և միաժամանակ վերջիններս (տնտեսական օրենքները).

- ա) չեն իրականացվում մարդկանց ակտիվ ու իրական գործունեությունների միջոցով,
- բ) իրականացվում են մարդկանց ակտիվ ու իրական գործողությունների միջոցով,
- գ) իրականացվում են միայն իրական հատվածում,
- դ) իրականացվում են միայն պահանջմունքները բավարարելու և դրական արդյունքներ ստանալու նպատակով:

4.25. Գնագոյացման և տնտեսական օրենքների միջև.

- ա) սերտ փոխկապվածություն գոյություն չունի,
- բ) սերտ փոխկապվածություն գոյություն ունի,
- գ) կապն արտահայտվում է քանակական կայունության հաշվին,
- դ) կապն արտահայտվում է գների միշտ կայուն պահելու հնարավորությամբ:

4.26. Տնտեսական օրենքները բնության օրենքների նման.

- ա) օժտված են անխախտելիության հատկանիշով,
- բ) օժտված չեն անխախտելիության հատկանիշով,
- գ) չեն առաջացնում գների փոփոխություն,
- դ) միշտ ապահովում են վերարտադրության կայուն տեմպերը:

4.27. Գների ձևավորման կառուցակարգի միջոցով պահանջարկի և առաջարկի հավասարակշռության կարգավորումը.

- ա) իրականացվում է կամայականորեն,
- բ) պահանջարկի և առաջարկի օրենքների պահանջներով,
- գ) տնտեսական օրենքների պահանջներից դուրս,
- դ) բոլոր տարբերակները սխալ են:

4.28. Նշված տարբերակներից ո՞րի դեպքում է հնարավոր տնտեսական օրենքների պահանջների ավելի արդյունավետ և ճիշտ կատարման ապահովումը.

- ա) գների փոփոխություն առաջացնող պատճառների քանակական վերլուծությամբ,
- բ) գների փոփոխություն առաջացնող պատճառների որակական կողմի հետազոտությամբ,
- գ) տնտեսությունում տեղի ունեցող և փոխադարձաբար կապված բոլոր երևույթների գործընթացների քանակական ու որակական գնահատմամբ,
- դ) բոլոր պատասխանները ճիշտ են:

4.29. Պահանջարկը պահանջմունքից տարբերվում է նրանով, որ այն.

- ա) ցանկությունների ամբողջությունն է,
- բ) իրականացված ցանկությունն է,
- գ) չիրականացված ցանկությունն է,
- դ) իրականացված ցանկությունների ամբողջությունն է:

4.30. Երբ գները բարձր են, գնորդները.

- ա) համեմատաբար ավելի քիչ են գնում, իսկ արտադրողները ձգտում են ավելի շատ արտադրել,
- բ) համեմատաբար ավելի քիչ են գնում, իսկ արտադրողները ձգտում են ավելի քիչ արտադրել,
- գ) ավելացնում են գնումների ծավալը, իսկ արտադրողները ձգտում են ավելի քիչ արտադրել,
- դ) նվազեցնում են գնումների ծավալը, իսկ արտադրողները դադարացնում են արտադրությունը:

4.31. Որքան գինը ցածր է, այնքան.

- ա) գնումների ծավալը աճում է,
- բ) գնումների ծավալը նվազում է,
- գ) գնումների ծավալը հավասարվում է 0-ի,
- դ) գնումների ծավալը չի փոփոխվում:

4.32. Որքան գինը ցածր է, այնքան գնորդները.

- ա) ավելացնում են գնումների ծավալը, իսկ արտադրողները կրճատում են արտադրությունը,
- բ) ավելացնում են գնումների ծավալը, իսկ արտադրողները՝ արտադրության ծավալը,
- գ) գնումների ծավալը չեն փոփոխում, իսկ արտադրողները կրճատում են արտադրությունը,
- դ) և արտադրողները միաժամանակ կրկնապատկում են համապատասխանաբար գնումներն ու արտադրությունը:

4.33. Պահանջարկի կորը ցույց է տալիս, երբ արտադրանքի քանակը մեծանում է, ապա գինը.

- ա) աճում է կամ բարձրանում,
- բ) իջնում է,
- գ) չի փոփոխվում,
- դ) հավասարվում է 0-ի:

4.34. Եթե կոորդինատների ուղղահայաց առանցքը ցույց է տալիս ապրանքների ու ծառայությունների գները, իսկ հորիզոնականը՝ վերջիններիս քանակը, ապա պահանջարկի գծապատկերի արտահայտված կորը.

- ա) կունենա ուղղահայաց գծի տեսք,
- բ) կունենա հորիզոնական գծի տեսք,
- գ) կիջնի հյուսիս-արևմուտքից հարավ-արևելք,
- դ) կբարձրանա հարավ-արևմուտքից հյուսիս-արևելք (կամ կիջնի հյուսիս-արևելքից հարավ-արևմուտք):

4.35. Երբ այս կամ այն ապրանքի գինը բարձրանում է, և տվյալ ապրանքը մասամբ կարող է փոխարինվել նույն պահանջը բավարարող մեկ այլ ապրանքով, ապա սպառողն ավելի շատ հակված է գնել դրան փոխարինող արտադրանքը, որի գինը.

- ա) չի փոփոխվել,
- բ) ավելի է բարձրացել,
- գ) շատ քիչ է բարձրացել,
- դ) բոլոր պատասխանները սխալ են:

4.36. Ապրանքների իրացման քանակի վրա ազդում են.

- ա) գնային գործոնները,
- բ) բնակչության թիվն ու եկամտի միջին մակարդակի փոփոխությունը,

գ) փոխարինելի ապրանքների առկայությունը և դրանց գների մակարդակը,

դ) բոլոր պատասխանները ճիշտ են:

4.37. Նշված տարբերակներից ո՞րը պահանջարկի կորը տեղաշարժող գնային գործոն չէ.

- ա) բնակչության թիվը,
- բ) աշխատողներին վճարվող աշխատավարձը,
- գ) հումքի և նյութերի գների փոփոխությունը,
- դ) արտաարտադրական ծախսերը:

4.38. Նշված տարբերակներից ո՞րը պահանջարկի կորը տեղաշարժող գնային գործոն չէ.

- ա) սպառողների ճաշակի փոփոխությունը,
- բ) արտադրության ժամանակ օգտագործվող էլեկտրաէներգիայի քանակն ու գները
- գ) ինքնարժեքի մեծությունը,
- դ) ամորտիզացիոն հատկացումները կամ հումքի ձեռքբերման համար կատարված ծախսումները:

4.39. Նշված տարբերակներից ո՞րը պահանջարկի կորը տեղաշարժող գնային գործոն չէ.

- ա) փոխարինող ապրանքների առկայությունը և դրանց գների մակարդակը,
- բ) արտադրության ժամանակ օգտագործվող էլեկտրաէներգիայի քանակն ու գները,
- գ) հումքի և նյութերի գների փոփոխությունը,
- դ) ամորտիզացիոն հատկացումները կամ հումքի ձեռքբերման համար կատարված ծախսումները:

4.40. Նշված տարբերակներից ո՞րը պահանջարկի կորը տեղաշարժող գնային գործոն չէ.

- ա) գնողունակության մակարդակի փոփոխությունը,
- բ) ներարտադրական ծախսերը,
- գ) արտաարտադրական ծախսերը,
- դ) ծառայությունների համար կատարված ծախսերը:

4.41. Նշված տարբերակներից ո՞րն է համարվում պահանջարկի կորը տեղաշարժող գնային գործոն.

- ա) ինքնարժեքի մեծությունը,
- բ) բնակչության եկամտի միջին մակարդակի փոփոխությունը,
- գ) փոխադարձ փոխարինելի ապրանքների գների մակարդակը,

դ) սպառողների ճաշակի փոփոխությունը:

4.42. Նշված տարբերակներից ո՞րն է համարվում պահանջարկի կորը տեղաշարժող գնային գործոն.

ա) ներարտադրական ծախսերը,

բ) սպառողների ճաշակի փոփոխությունը,

գ) փոխադարձ փոխարինելի ապրանքների գների մակարդակը,

դ) բնակչության թվաքանակի փոփոխությունը:

4.43. Նշված տարբերակներից ո՞րն է համարվում պահանջարկի կորը տեղաշարժող գնային գործոն.

ա) արտաարտադրամասային ինքնարժեքը,

բ) նվազագույն աշխատավարձի մեծությունը,

գ) փոխադարձ փոխարինելի ապրանքների քանակը,

դ) բոլոր տարբերակները սխալ են:

4.44. Եթե կոորդինատների ուղղահայաց առանցքը ցույց է տալիս ապրանքների ու ծառայությունների գինը, իսկ հորիզոնականը՝ արտադրանքի քանակը, ապա առաջարկի կորը ցույց է տալիս, որ.

ա) գների աճն ուղեկցվում է արտադրանքի քանակի աճով,

բ) գների աճն ուղեկցվում է արտադրանքի քանակի կրճատմամբ,

գ) գների իջեցումն ուղեկցվում է արտադրանքի քանակի աճով,

դ) գների իջեցումն ուղեկցվում է արտադրանքի քանակի կրճատմամբ:

4.45. Առաջարկի կորը շարժվում է դեպի.

ա) վերև աջից ձախ,

բ) վերև ձախից աջ,

գ) հորիզոնական ուղղությամբ,

դ) վերև, ուղղահայաց ուղղությամբ:

4.46. Արտադրողներն առաջարկում են այնպիսի ապրանքներ, որոնց.

ա) իրացման խթանները մեծ են,

բ) գինը համեմատաբար ավելի բարձր է,

գ) իրացումից շահույթ են ստանում,

դ) բոլոր տարբերակները ճիշտ են:

4.47. Առաջարկի ավելացման ամենահիմնական շարժառիթը, դա.

ա) շահույթի ստացումն է,

բ) արտադրության ծախսերի շատ ավելացումն է,

գ) գների անկումն է,

դ) նշված բոլոր տարբերակները ճիշտ են:

4.48. Նշված տարբերակներից ո՞րը առաջարկի ավելացման շարժառիթ կամ գործոն չէ.

ա) պահանջարկի կրճատումը,

բ) գների բարձրացումը,

գ) շահույթի ստացումը,

դ) արտադրության ծախսերի կրճատումը:

4.49. Արտադրողների համար շահավետ է իրացնել ավելի մեծ քանակի արտադրանք, երբ ապրանքի արտադրության ծախսերը.

ա) շուկայական գնի համեմատ ավելի ցածր են,

բ) հավասար են շուկայական գնին,

գ) շուկայական գնի համեմատ ավելի բարձր են,

դ) շուկայական գնի համեմատ անընդհատ աճում են:

4.50. Երբ արտադրության ծախսերը շուկայական գնին գերազանցում են, ապա ձեռնարկությունները.

ա) ավելացնում են արտադրության մասշտաբները,

բ) կրճատում են արտադրության մասշտաբները,

գ) ընդլայնում են աշխատանքային գործունեությունը,

դ) ավելացնում են ծախսերը:

4.51. Երբ արտադրության ծախսերը շուկայական գնին գերազանցում են, ապա ձեռնարկությունները.

ա) ավելացնում են արտադրության մասշտաբները,

բ) փոխում են աշխատանքային գործունեության բնույթը,

գ) ընդլայնում են աշխատանքային գործունեությունը,

դ) ավելացնում են ծախսերը:

4.52. Նշված տարբերակներից ո՞րը արտադրության ծախսերի կրճատմանը չի նպաստում.

ա) գիտատեխնիկական առաջընթացը և դրա հետևանքով արտադրանքի աշխատատարության կրճատումը,

բ) փոխարինիչ ավելի թանկ հումքատեսակների օգտագործումը,

գ) փոխարինիչ ավելի էժան հումքատեսակների օգտագործումը,

դ) արտադրության կառուցվածքի փոփոխությունը:

4.53. Շուկայում հավասարակշռված գինն ու իրացված ողջ արտադրանքի քանակը համապատասխանում են.

- ա) պետության կողմից սահմանված գնին,
- բ) պահանջարկի և առաջարկի կորերի հատման կետին,
- գ) արտադրողի կողմից ավելացրած ծախսերի մեծությամբ,
- դ) սահմանային ծախսերի մեծությամբ:

4.54. Արտադրողների և սպառողների ցանկությունները, թե՛ գնի, թե՛ արտադրանքի քանակի հետ կապված, համընկնում են այն դեպքում, երբ.

- ա) ձևավորվել է հավասարակշռված գինը,
- բ) ապրանքների սղությունը մեծանում է,
- գ) ապրանքների ավելցուկը մեծանում է,
- դ) պահանջարկի և առաջարկի կորերը չեն հատվում:

4.55. Երբ շուկայում առաջարկը գերազանցում է պահանջարկին, ապա գները.

- ա) սկսում են հավասարվել 0-ի,
- բ) աստիճանաբար սկսում են աճել,
- գ) աստիճանաբար սկսում են նվազել կամ կրճատվել,
- դ) մնում են կայուն և չեն փոփոխվում:

4.56. Այն դեպքում, երբ առաջարկն ավելի արագ է աճում պահանջարկի համեմատությամբ, ապա.

- ա) շուկայում կառաջանա ապրանքների սղություն,
- բ) արտադրության ծախսերը և ծավալը կսկսեն ավելացնել,
- գ) շուկայում կառաջանա ապրանքների ավելցուկ,
- դ) շուկայում ապրանքների գները էլ ավելի կբարձրանան:

4.57. Երբ շուկայում պահանջարկը գերազանցում է առաջարկին, ապա գները.

- ա) հավասարվում են արտադրողների գներին,
- բ) աստիճանաբար սկսում են նվազել,
- գ) աստիճանաբար սկսում են աճել կամ բարձրանալ,
- դ) համապատասխանում են հավասարակշռված գնին:

4.58. Այն դեպքում, երբ շուկայում պահանջարկն ավելի արագ է աճում առաջարկի համեմատությամբ, ապա.

- ա) շուկայում կառաջանա ապրանքների ավելցուկ,
- բ) շուկայում ապրանքների գները շատ արագ կիջնեն,
- գ) շուկայում կնկատվի ապրանքների պակասություն (սղություն),
- դ) նշված պատասխանները սխալ են:

4.59. Շուկայական տնտեսության պայմաններում գների փոփոխությունը կատարվում է հիմնականում.

- ա) սպառողների և արտադրողների կամքով,
- բ) պահանջարկի և առաջարկի օրենքների պահանջներով,
- գ) պետության պահանջներով,
- դ) հասարակական կազմակերպությունների պահանջներով:

ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՀԱՍԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

«շուկայական
կառուցակարգ»
«շուկայական
համակարգ»
«տնտեսական
օրենքներ»
«պահանջարկի օրենք»
«առաջարկի օրենք»
«պահանջարկի
վայրընթաց օրենք»
«առաջարկի կորագիծ»

«պահանջարկի կորագիծ»

«հավասարակշիռ գին»

«ամբողջական
պահանջարկ»
«ամբողջական առաջարկ»
«փողի առաջարկ»
«փողի իրական առաջարկ»

«տոկոսադրույք»

ԳԼՈՒԽ 5

ԳՆԱԳՈՅԱՑՈՒՄԸ ԵՎ ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆԸ: ԳՆԱԳՈՅԱՑՈՒՄԸ ՇՈՒԿԱՅԻ ՏԱՐԲԵՐ ՁԵՎԱԶՈՒԹԵՐԻ ՊԱՅՄԱՆՆԵՐՈՒՄ

5.1. ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ՈՐՊԵՍ ՇՈՒԿԱՅԱԿԱՆ ԿԱՌՈՒՑԱԿԱՐԳԻ ԿԱՐԵՎՈՐ ՀԱՏԿԱՆԻՇ: ԿԱՏԱՐՅԱԼ ԵՎ ՈՉ ԿԱՏԱՐՅԱԼ ՄՐՑԱԿՑԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՆԵՐ

Շուկայական կառուցակարգը կարգավորվում է կատարյալ մրցակցային, մենաշնորհային, խմբաշնորհային և մենաշնորհային մրցակցային շուկայական ձևաչափերի միջոցով:

Շուկայական ձևաչափերից յուրաքանչյուրը հիմնվում է շուկայի հիմնական տարրերի՝ գնի, պահանջարկի ու առաջարկի և մրցակցության վրա, որոնք որոշիչ դեր են կատարում շուկայական հարաբերությունների զարգացման ու կարգավորման գործում:

Ի դեպ՝ մրցակցությունը հանդես գալով որպես շուկայական կառուցակարգի անհրաժեշտ տարր, և սերտորեն փոխկապակցված լինելով գնագոյացման, պահանջարկի և առաջարկի հետ՝ կարող է հանգեցնել մրցակցային միջավայրում դրանցից յուրաքանչյուրի փոփոխությանը:

Ժամանակակից պայմաններում մրցակցային միջավայրը, որտեղ իրականացվում է շուկայական մրցակցությունը, պայմանականորեն ընդունվում են որպես շուկայական կառուցվածք, որը որոշվում է ֆիրմաների քանակով ու չափերով, արտադրության կազմակերպման բնույթով, շուկա մուտք գործելու և շուկայից դուրս գալու իրավիճակի բարդությամբ, ինչպես նաև գների նկատմամբ հսկողության սահմանման աստիճանով, տեղեկատվության ձեռքբերման հնարավորությամբ:

Շուկայական կառուցակարգի առավել արդյունավետը համարվում է կատարյալ մրցակցային շուկան³³: Իրականում կատարյալ մրցակցային շուկան մաքուր ձևով գոյություն չունի: Շուկայի այդ

ձևը կարող է դիտվել որպես իդեալական տիպի շուկայական կառուցվածք, որն անչափ կարևոր է շուկայական կառուցակարգի, ոչ կատարյալ շուկաների գործունեության վերլուծության, գնագոյացման և արդյունավետության ծավալների որոշման համար:

Այս առումով Ա. Հ. Արշակյանը նշում է, որ շուկայական կառուցվածքի այս մոդելը մեկնակետ է հանդիսանում մնացած շուկայական ձևերի պայմաններում օպտիմալ շահույթն արտադրության օպտիմալ ծավալի միջոցով որոշելու համար³⁴:

Կատարյալ մրցակցային շուկայի ձևաչափի հիմնական բնորոշումն այս մոդելում ընդգրկված մեծ թվով փոքր և միջին ձեռնարկություններն են:

Մրցակցային շուկայի ձևաչափի հաջորդ բնորոշ գիծն այն է, որ մրցակցող փոքր ձեռնարկությունների կողմից արտադրվում են միատիպ կամ միասեռ նույն որակական հատկանիշներն ունեցող ապրանքներ: Այդ պատճառով շուկայի այս ձևաչափում ոչ գնային մրցակցության երևույթները կապված են գովազդի, առաքման շրջանակների, ապրանքների տեսականու և այլ գործոնների հետ:

Շուկայի այս ձևին բնորոշ է և այն, որ գները կարգավորվում են շուկայում պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության ներգործությամբ, իսկ արտադրողները համաձայնվում են այդ գնով ապրանքները վաճառելու հետ: Դա պայմանավորված է նրանով, որ յուրաքանչյուրը արտադրում է ընդհանուր պահանջարկի միայն աննշան մասը, որի պատճառով նրանք չեն կարող շուկայական գնից բարձր գին սահմանել:

Քանի որ կատարյալ մրցակցության պայմաններում արտադրանքների շուկայական գները կարգավորվում են շուկայում և տարբեր քանակի արտադրանքների իրացման դեպքում համախառն եկամուտը փոխվում է կայուն մեծությամբ, այսինքն՝ յուրաքանչյուր լրացուցիչ արտադրանքի համախառն եկամտին ավելացնում է գնին հավասար գումար:

Դա է պատճառը, որ մրցակցող ձեռնարկությունը մշտապես մտահոգված է ոչ միայն նրանով, թե արտադրության ծավալի տեղաշարժերը ինչ ներգործություն կունենան ստացվող եկամուտների վրա և ինչպիսին կլինի սահմանային եկամուտը: Վերջինս այն հա-

³³ Цены и ценообразование, 5-ое издание, под ред. В. Е. Есипова, «Питер» Москва-Санкт-Петербург-Минск, 2008г., стр. 98.

³⁴ Արշակյան Ա. Հ. Տնտեսական մրցակցության համակարգը շուկայական էկոնոմիկայում, Երևան-1997, էջ 62-63.

վելյալ եկամուտն է, որը ստացվում է արտադրանքի մեկ լրացուցիչ միավոր իրացնելուց: Սահմանային եկամուտը կայուն մեծություն է, քանի որ յուրաքանչյուր լրացուցիչ արտադրանք շուկայում իրացվում է կայուն գնով:

Այսպիսով, կատարյալ մրցակցության պայմաններում գոյություն ունի ուղիղ համեմատական կախվածություն սահմանային եկամուտների (MR), շուկայական գնի (P) և սահմանային ծախսերի (MC) միջև, այսինքն՝ սահմանային եկամուտը հավասար է գնին և սահմանային ծախսերին.

$$MC = P = MR$$

Այստեղից կարելի է հանգել այն հետևության, որ կատարյալ մրցակցության պայմաններում ձեռնարկության առաջնահերթ խնդիրն է, նախ սահմանային եկամուտները հավասարեցնել սահմանային ծախսերին, և երկրորդ՝ գտնել արտադրանքի արտադրության այն հնարավոր սահմանային քանակը, որը երաշխավորում է առավելագույն շահույթի նվազագույն վնասի ստացումը: Հետևաբար կատարյալ մրցակցային շուկայում գները որոշելիս հաճախ շուկայական գործակալների միջև եղած տարբերությունների հարցը հաշվի չի առնվում, քանի որ նրանցից ոչ մեկը չի կարող էական ազդեցություն ունենալ գործող շուկայական գների վրա: Սակայն ոչ կատարյալ մրցակցության պայմաններում գները սահմանելիս այդ տարբերությունները պարտադիր կարգով հաշվի են առնվում, որպեսզի բացահայտվեն հիմնական օրինաչափությունները:

Այդ օրինաչափությունների բացահայտման գործում իրենց ծառայություն են մատուցել անվանի տնտեսագետներ Է. Ա. Կուռնոն, Է. Չեմբեռլինը, Ջ. Ռոբինսը, Ջ. Հիքսը, Փ. Սամուելսոնը և ուրիշներ: Դրանք հիմնավորել են ոչ կատարյալ մրցակցության³⁵ դերը շուկայական տնտեսության զարգացման ու կայունացման գործում:

Ինչպես նկատեցինք, կատարյալ մրցակցային շուկայի գների որոշման հիմնահարցերի վերլուծության ժամանակ շուկայական գործակալների միջև եղած տարբերությունների հարցը հաշվի չառնվեց, քանի որ նրանցից ոչ մեկը չէր կարող էական ազդեցություն ունենալ գործող շուկայական գների վրա: Սակայն ոչ կատարյալ մրցակցային շուկաների պայմաններում գների սահման-

ման, դրանց վերլուծության ժամանակ այդ տարբերությունները պարտադիր կարգով պետք է հետազոտել ոչ կատարյալ մրցակցային շուկաների հիմնական օրինաչափությունների բացահայտման համար: Անվանի տնտեսագետներ Ա. Կուռնոն, Է. Չեմբեռլինը, Ջ. Ռոբինսոնը, Ջ. Հիքսը և ուրիշներ մեծ ծառայություն են մատուցել՝ հիմնավորելով մրցակցային շուկայի օրինաչափությունները, մրցակցության դերը շուկայական տնտեսության զարգացման ու կայունացման գործում:

Կառույցների առանձնահատկություններին համապատասխան՝ ոչ կատարյալ մրցակցային շուկաները բաժանվում են 4 հիմնական տեսակների կամ խմբերի՝ մենաշնորհային, դուոպոլային, խմբաշնորհային և մենաշնորհային մրցակցության, որոնք միմյանցից տարբերվում են ինչպես շուկայական սուբյեկտների քանակական հատկանիշներով, այնպես էլ գների վրա վերահսկողության իրականացման աստիճանով (տե՛ս աղյուսակ 5.1):

Ներկայացնենք կատարյալ և ոչ կատարյալ մրցակցային շուկաների առանձին տեսակները, յուրաքանչյուրի առանձնահատկությունները, որոնք հնարավորություն կտան ավելի խորը ըմբռնելու մրցակցության այդ ձևերին բնորոշ օրինաչափությունները՝ կապված գների մակարդակի, ինչպես նաև արտադրված արտադրանքի ու իրացման հնարավոր քանակության հետ:

Սկզբում ուսումնասիրենք զուտ մրցակցային շուկայի բնորոշ գծերը և փորձենք պարզել, թե ինչ՞ պայմաններ են անհրաժեշտ մրցակցային շուկայի համար, ինչպիսի՞ կապ կա շուկայում գործող գնի ու կազմակերպության կողմից արտադրված արտադրանքի ու դրա իրացման հնարավոր ծավալի միջև, ինչպիսի՞ն է շուկայի այդ ձևի և պետության փոխհարաբերությունը:

³⁵ Цены и ценообразование, 5-ое издание, под ред. В. Е. Есипова, “Питер” Москва-Санкт-Петербург-Минск, 2008г., стр.108-111.

Աղյուսակ 5.1

Կատարյալ և ոչ կատարյալ մրցակցային շուկաները և դրանց

առանձնահատկությունները

Մրցակցության ձևը	Բնորոշ գծերը	Ազդեցությունը գների վրա
Կատարյալ մրցակցային շուկա	Ֆիրմաների մեծ քանակ, որոնք արտադրում են միևնույն ար- տադրանքը: Արտադրվող ար- տադրանքի լրիվ միատարրու- թյուն: Կապիտալի միջնորդային հոսքի համար սահմանափա- կումների բացակայություն: Լրիվ տեղեկատվություն, այսինքն՝ արտադրանքի և արտադրող- ների կողմից շուկայի կատարյալ իմացություն:	Գների նկատմամբ վերահսկողության բացակայություն
Ոչ կատարյալ մրցակցային շուկա		
1. Մենաշնորհ	Տվյալ արտադրանքը թողարկում է միայն մեկ ֆիրմա (ճյուղը կազմված է 1 կազմակերպությունից)	Գների նկատմամբ խիստ բարձր վերահսկողություն
2. Դուոպոլիս	Տվյալ արտադրանքը թողարկում են 2 կազմակերպություններ	Գների նկատմամբ մասնակի վերահսկողություն
3. Խմբաշնորհ	Թողարկվում է միատիպ արտադրանք: 2-ից ավելի և մինչև 8 կամ 10 կազմակերպություններ են արտադրում <u>տվյալ արտադրանքը</u>	Գների նկատմամբ մասնակի վերահսկողություն
4. Մենաշնորհային մրցակցություն՝ արտադրանքի <u>տարբերակումով</u> <u>տարբերու</u>	Բազմաթիվ արտադրողներ, արտադրանքների իրական կամ պատկերացվող <u>թափանցիկություններ</u>	Գների նկատմամբ խիստ ցածր վերահսկողություն

5.2. ԶՈՒՏ ՄՐՑԱԿՑԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՅԻ ԲՆՈՐՈՇ ԳԾԵՐԸ:
ԳՆԵՐԻ ԶԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ԿԱՌՈՒՑԱԿԱՐԳԸ ԶՈՒՏ
ՄՐՑԱԿՑԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՅԻ ՊԱՅՄԱՆՆԵՐՈՒՄ

Այժմ տեսնենք, թե ինչպե՞ս է ապրանքի մրցակցային շուկայում գործում գների, պահանջարկի և առաջարկի կառուցակարգը, ինչպե՞ս է սահմանվում գինը այն մրցակցային շուկայում, որտեղ պահանջարկը հավասար է առաջարկին:

Տնտեսագիտությունը հիմնավորել է, որ մրցակցային շուկայում այս կամ այն ապրանքի շուկայական գնի և այդ ապրանքի քանակի միջև մշտապես գոյություն ունի այնպիսի հարաբերակցություն, որի դեպքում շուկայական գների աճը կրճատում է այն սպառողների, գնորդների թիվը, ովքեր ցանկանում են գնել այդ ապրանքը, այսինքն՝ կրճատվում է պահանջարկի մակարդակը և, ընդհակառակը, որքան ցածր է գինը, այնքան ավելանում է սպառողների թիվը, հետևաբար նաև՝ իրացվող ապրանքի քանակը:

Ապրանքների շուկայական գների և իրացվող ապրանքների քանակի հարաբերակցության, շուկայական գների, պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության, արտադրվող արտադրանքի քանակի փոփոխությունները կատարյալ մրցակցային շուկայում առավել հստակ ձևով ներկայացնելու և պարզաբանելու նպատակով հանգամանորեն քննարկենք զուտ մրցակցային շուկայի առանձնահատկությունները:

Շուկայի այս ձևի հիմնական բնորոշ գիծն այն է, որ այստեղ ընդգրկվում են մեծ թվով արտադրող կազմակերպություններ: Դրանք թիվը կարող է հասնել մի քանի հարյուրի: Մեծ թիվ են կազմում նաև իրացնողները, ովքեր արտադրված ապրանքները առաջարկում են բարձր կազմակերպվածություն ունեցող շուկայում: Այդպիսի շուկա կարող են լինել՝ գյուղատնտեսական արտադրանքի իրացման շուկան, ֆոնդային բորսան, արտասահմանյան արժույթների շուկան, ինչպես նաև լայն մասշտաբի տոնավաճառները և այլն³⁶:

Զուտ մրցակցային շուկայի երկրորդ բնորոշ գիծն այն է, որ մրցակցող կազմակերպությունների կողմից արտադրվում են միա-

³⁶ Цены и ценообразование, под ред. В. Е. Есипова, 5-ое издание, Москва-Санкт-Петербург-Минск, 2008г., стр. 98.

տիպ, նույն որակական հատկանիշն ունեցող ապրանքներ: Այդ պատճառով էլ այս շուկայի պայմաններում ոչ գնային մրցակցության երևույթները, կապված արտադրանքի գովազդի, առաքման և այլնի հետ, բացակայում են:

Շուկայի այս ձևի հաջորդ բնորոշ գիծն այն է, որ յուրաքանչյուր ֆիրմա արտադրում է ընդհանուր արտադրանքի միայն աննշան մասը, որի որոշակի աճը կամ կրճատումը իրականում չի կարող ազդել այդ արտադրանքի ընդհանուր առաջարկի փոփոխության վրա, հետևաբար նաև՝ շուկայական գների վրա:

Այսպես, օրինակ՝ ընդունենք, որ երկրում առկա են շուրջ 10 հազար մրցակից կազմակերպություններ, որոնցից յուրաքանչյուրը թողարկում է 500 միավոր արտադրանք, որը համապատասխանում է ընդհանուր պահանջարկին: Դա նշանակում է, որ տվյալ արտադրանքի գծով ընդհանուր պահանջարկը հավասար է 5 միլիոն հատի:

Եթե ընդունենք, որ այդ 10 հազար մրցակիցներից 2-ը իրենց արտադրությունը կրճատում են 25 միավորով, այսինքն՝ 1000-ի փոխարեն արտադրում են 950 միավոր, ապա երկրի մասշտաբով ընդհանուր առաջարկը 5 միլիոնի փոխարեն կկազմի 4999950 միավոր: Հասկանալի է, որ ընդհանուր առաջարկի մեջ 50 միավոր պակաս թողարկելը քանակական առումով չի կարող ազդել արտադրանքի շուկայական գնի վրա: Բոլոր 10 հազար մրցակցող կազմակերպությունները նույնպես չեն կարող ազդել շուկայական գնի վրա և հարմարվում են գործող շուկայական գներին: Հետևապես, մրցակցող կազմակերպությունները արտադրանքը կարող են իրացնել գործող շուկայական գներով՝ չնայած այդ արտադրանքի աննշան ավելացմանը կամ կրճատմանը: Ուստի, շուկայի պահանջարկին և առաջարկին համապատասխան գործող շուկայական գինը 10 հազար արտադրող մրցակիցների համար կարելի է դիտել որպես սահմանային գին:

Ձուտ մրցակցային շուկայի բնորոշ գծերից մեկն էլ այն է, որ ցանկացած այլ ձեռնարկատեր կամ անհատ կարող է ազատորեն ներթափանցել շուկա, իսկ նախկինում գործող շատ կազմակերպություններ, իրենց կաճքով, կարող են դուրս գալ շուկայից և զբաղվել այլ գործունեությամբ: Դա նշանակում է, որ շուկայի այս ձևի պայմաններում արտադրության կազմակերպման առանձին ոլորտներում չկան օրենսդրական լուրջ արգելքներ, որոնք խոչընդոտեն կազմակերպությունների գործունեությանը:

Տնտեսագիտության մեջ մրցակցության հիմնախնդիրների հետազոտման անհրաժեշտությունը վեճերի տեղիք է տալիս, ոմանք գտնում են, որ ժամանակն է հրաժարվել զուտ մրցակցային շուկայի հետ կապված հարցերի ուսումնասիրությունից, որի հետ, մեր կարծիքով, չի կարելի համաձայնել:

Նախ՝ ցանկացած երկրում առկա են այնպիսի ճյուղեր, որոնց գործունեությունը և արտադրված արտադրանքների միատիպությունը հենց զուտ մրցակցային շուկայի ձևաչափի արտահայտությունն է: Այսօր բոլոր զարգացած երկրներում արտադրվում են գյուղատնտեսական միատիպ արտադրանքներ և արտադրողների միջև անխուսափելի են մրցակցային այն երևույթները, որոնք բնորոշ են զուտ մրցակցային շուկային: Բացի այդ, զուտ մրցակցային շուկան շուկայի այն պարզագույն ձևն է, որտեղ սովորական է այնպիսի տնտեսագիտական հասկացությունների կիրառությունը, ինչպիսիք են՝ եկամուտները, ծախսերը: Դրանք անչափ կարևոր են արտադրանքի ծավալի և գների որոշման ժամանակ ծագած վեճերի դրական լուծման համար:

Այսպիսով, շուկայական կառուցակարգում զուտ մրցակցությունը շուկայի այն պարզագույն կառույցն է, որի հետազոտությունը լայն հնարավորություններ է տալիս շուկայի մյուս կառույցների գործունեությունն ավելի լավ պատկերացնելու, հիմնական օրինաչափությունները պարզելու համար:

Ձուտ մրցակցային շուկայի պայմաններում մեծաթիվ արտադրող և վաճառող մրցակիցների առկայությունը, ինչպես նշեցինք, հանգեցնում է նրան, որ յուրաքանչյուրի բաժինը ընդհանուր առաջարկի մեջ փոքր լինելու պատճառով որոշակի ազդեցություն չի ունենում շուկայական գների վրա, որոնք ձևավորվում են ամբողջական պահանջարկի և առաջարկի հիման վրա:

Փաստորեն, մրցակցային կազմակերպության զրկված է շուկայում գնային քաղաքականություն վարելու հնարավորությունից, այսինքն՝ չի կարող մասնակցել գների կարգավորման գործընթացին: Այդ պատճառով կազմակերպությունները հարմարվում են շուկայի կանոններին և այնտեղ ձևավորված գները դիտվում են որպես կարգավորված մեծություններ:

Մրցակցող կազմակերպությունների նման հարմարվողականությունը պայմանավորված է շուկայում պահանջարկի կատարյալ ճկունությամբ, որի հանգամանալից ուսումնասիրությունը բացա-

ռիկ կարևոր նշանակություն ունի շուկայի այս ձևի առանձնահատկությունների լուսաբանման համար:

Ձուտ մրցակցային շուկայի պայմաններում գների, պահանջարկի և առաջարկի ու մրցակցության հարցերն ուսումնասիրելիս անհրաժեշտ է հետազոտել այն բոլոր երևույթները, որոնք կարող են հանգեցնել շուկայի հավասարակշռության հաստատմանը կամ դրա փոփոխություններին:

Բանն այն է, որ զուտ մրցակցային շուկայում ապրանքների պահանջարկի ու առաջարկի փոփոխության հետևանքով գները մշտապես գտնվում են շարժման մեջ, և այդ տեղաշարժերը փոխկապված են: Որևէ ապրանքի գնի փոփոխություն հանգեցնում է մյուսների գների փոփոխությանը:

Ձուտ մրցակցային շուկայի պայմաններում գոյություն ունի գների այնպիսի ամբողջական համակարգ, որը կարող է հավասարակշռված լինել, եթե այն դիտարկենք որոշակի պահի ընթացքում՝ բոլոր ապրանքների ամբողջականության մեջ: Նման դեպքում մենք գործ ենք ունենում շուկայի ընդհանուր հավասարակշռության հետ, որը կարող է երաշխավորվել միայն տնտեսության և շուկայական կառուցակարգի, պետության կողմից վարվող սոցիալ-տնտեսական քաղաքականության իդեալական պայմաններում:

Սակայն պետք է նշել, որ տնտեսական հավասարակշռությունը կարող է անընդհատ փոփոխվել արտաքին պայմանների ազդեցությամբ, բազմաթիվ օբյեկտիվ ու սուբյեկտիվ պատճառներով՝ գների մակարդակի, արտադրության տեխնոլոգիայի, արտադրողների, ինչպես նաև սպառողների սպասումների, նախապատվությունների և հակումների փոփոխությունների և այլնի հետևանքով:

Ինչպես ցույց է տալիս փորձը, պահանջարկի և առաջարկի հավասարակշռությունը և հավասարակշռված գների առկայությունը պետք է դիտել որպես ակնթարթային երևույթ, գիտական վերացարկում, ցանկություն, քանի որ տնտեսական բարդ կառուցակարգի պայմաններում նման հավասարակշռի վիճակի առաջացումը համարվում է պատահական երևույթ: Չնայած դրան՝ պահանջարկի և առաջարկի հավասարակշռության ուսումնասիրությունը հնարավորություն է տալիս բացահայտել շուկայական կառուցակարգին բնորոշ այն հիմնական օրինաչափությունները, որոնք կնպաստեն շեղումների կարգավորմանը և հավասարակշռի վիճակի ստեղծմանը:

Ձուտ մրցակցային շուկայի պայմաններում պահանջարկի ու առաջարկի և գնի ձևավորման կառուցակարգի, հավասարակշռության փոփոխությունների, օրինաչափությունների վերլուծությունը և ստացված արդյունքները հնարավորություն են ընձեռնում բացահայտել ընդհանուր հավասարակշռությանը հասնելու կարևորագույն պայմանները: Հատկապես կարևոր է այդ վերլուծությունների միջոցով պարզել, թե գների իջեցման կամ բարձրացման դեպքում ինչ չափով է աճում կամ նվազում պահանջարկի ծավալը, որը և բնութագրում է գնից կախված պահանջարկի առաձգականության աստիճանը:

5.3. ՄԵՆԱՇՆՈՐՀԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՅԻ ԱՌԱՆՁՆԱԿԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՆ ՈՒ ԲՆՈՐՈՇ ԳԾԵՐԸ

Մենաշնորհային շուկան, որպես ոչ կատարյալ մրցակցային շուկայի հիմնական ձև, ունի յուրահատուկ իր բնորոշ գծերն ու հիմնական օրինաչափությունները, որոնց ուսումնասիրությունը հնարավորություն է տալիս պարզելու, նախ՝ տվյալ կազմակերպության գործունեության վերջնական հետևանքները, նրա դիրքը շուկայում և մասնակցությունը համախառն ազգային արդյունքի ստեղծման գործում և, երկրորդ՝ պատկերացում կազմել նաև մենաշնորհային մրցակցային և խմբաշնորհային մրցակցային շուկաներին բնորոշ հիմնական օրինաչափությունների մասին, որոնց կանոնադաշտնաճի հաջորդ գլուխներում:

Մենաշնորհային մրցակցային շուկայի առաջին բնորոշ գիծն այն է, որ տվյալ ֆիրման շուկայում հանդես է գալիս որպես միակ արտադրող սուբյեկտ, իսկ ճյուղը կազմված է հենց այդ մենաշնորհ կազմակերպությունից:

Մենաշնորհային շուկայի մյուս բնորոշ գիծն այն է, որ շուկայում բացակայում է տվյալ արտադրանքի փոխարինիչը: Սպառողի պատկերացմամբ շուկայում չկա այլընտրանքային արտադրանք, որը փոխարինի կազմակերպության արտադրած արտադրանքին: Մենաշնորհային ֆիրման շատ դեպքերում չի մտահոգվում զովագրի և առաքման գործառնությունների խթանման հարցերով:

Մենաշնորհային շուկայի կարևոր բնորոշ գծերից մեկն էլ այն է, որ ֆիրման վերահսկողությունն է սահմանում գների վրա և իր կամքը թելադրում, այսինքն՝ շուկայում հանդես է գալիս գին թելադրողի գործառնությով³⁷:

Շուկայի այս ձևի մյուս բնորոշ գիծն այն է, որ այլ կազմակերպությունների համար շուկայի մուտքը ազատ չէ, չնայած հնարավոր մրցակիցներ կարող են լինել: Ամեն կերպ կանխվում է շուկայում դեպի այդ ճյուղ այլ կազմակերպությունների մուտքը, եթե մենաշնորհի կազմակերպությունը ձգտում է շարունակել իր գործունեությունը:

Մուտքը մենաշնորհային շուկա պետության կողմից կարող է վերահսկվել համապատասխան արտոնագրերի և լիցենզիաների տրամադրման ճանապարհով:

Այսպես, օրինակ՝ ԱՄՆ-ում արտոնագրային օրենքի համաձայն, նախատեսված է պաշտպանել այն գործարարին, որի արտադրանքի արտադրությունն արգելվել է ոչ օրինական ձևով: Արտոնագիրը գործարարի մենաշնորհային վիճակը պաշտպանում է օրենքով նախատեսված ողջ ժամանակամիջոցում:

Զուտ մրցակցային շուկայի պայմաններում, ինչպես ցույց տրվեց նախորդ հարցերից մեկում, մրցակցող արտադրողի կամ մրցակցող վաճառողի համար սահմանային եկամուտը՝ որպես կայուն մեծություն, հավասար էր արտադրանքի գնին: Նշանակում է՝ համախառն եկամուտն ավելացվում կամ փոփոխվում է կայուն մեծությամբ, կազմակերպության կողմից արտադրված յուրաքանչյուր լրացուցիչ արտադրանք իրացվում է կայուն գնով:

Այժմ պարզաբանենք, թե ինչպիսի՞ն է վիճակը մենաշնորհային շուկայում, այսինքն՝ կազմակերպության կողմից արտադրված յուրաքանչյուր լրացուցիչ արտադրանք կայուն գնով է իրացվում, թե՛ ոչ և ինչի՞ հետևանքով են փոխվում գները, ինչպիսի՞ն է փոխկապվածությունը գների և սահմանային եկամուտների միջև:

Քանի որ մենաշնորհային մրցակցության պայմաններում մենաշնորհի արտադրողն ինքնուրույն ճյուղ է, ուստի մրցակցային շուկայի այս ձևի ժամանակ մենաշնորհի արտադրողի պահանջարկի կորը համարվում է նաև ճյուղի պահանջարկի կոր:

Մենաշնորհային շուկայի պահանջարկի կորը հետազոտելիս պահանջվում է հաշվի առնել այն հնարավոր դեպքերը, որոնք բնորոշ են մրցակցային այդ ձևին: Դրանցից մեկը գնի և սահմանային եկամտի միջև եղած կապի բացահայտումն է: Ընդունենք՝ ճյուղում գինը գերազանցում է սահմանային եկամտին: Մենաշնորհի արտադրողը ինչպիսի՞ վարքագիծ կդրսևորի, այսինքն՝ ինչպիսի՞ մոտեցում կցուցաբերի իրացման գների սահմանման նկատմամբ (տե՛ս՝ աղյուսակ 5.3):

Ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ այս դեպքում մենաշնորհի արտադրողը կարող է իրացման ծավալն ավելացնել՝ միավոր արտադրանքի վրա համեմատաբար ցածր գին սահմանելու ճանապարհով: Մենաշնորհի կողմից գների իջեցման ազդեցությունը գնահատելիս պետք է նկատի ունենալ, որ գների իջեցումը տարածվում է ոչ միայն յուրաքանչյուր հաջորդ լրացուցիչ իրացված արտադրանքի վրա, այլ բոլոր այն իրացված արտադրանքների վրա, որոնք կարող էին վաճառվել բարձր գնով:

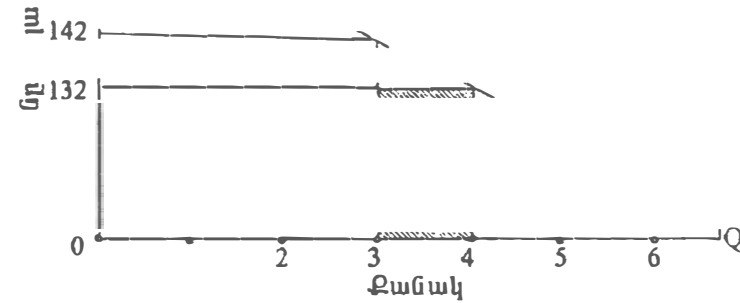
Ստացվում է, որ յուրաքանչյուր լրացուցիչ իրացված արտադրանքի միավորի հաշվով ավելի քիչ համախառն եկամուտ կավելանա, քան նախորդ արտադրանքների բոլոր միավորների գների իջեցումից ստացվող գումարն է:

³⁷ Цены и ценообразование, под ред. В. Е. Есипова, 5-ое издание, Москва-Санкт-Петербург-Минск, 2008г., стр. 111.

Արտադրության եկամուտները և ծախսերը մենաշնորհային շուկայում

Եկամուտներ				Օախսեր			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Արտադրության քանակը	Գինը (միջին եկամուտը)	Համախառն եկամուտ (դոլար)	Սահմանային եկամուտ (դոլար) Δ^3	Համախառն միջին ծախսեր (դոլար)	Համախառն ծախսեր (դոլար)	Սահմանային ծախսեր (դոլար) $\Delta 6$	Շահույթ(+) վնաս(-) (դոլար) (3) - (6)
0	172	0		-	100		-100
1	162	162	↑ 162	190	190	↑ 90	-28
2	152	304	↑ 142	135	270	↑ 80	+34
3	142	426	↑ 122	113,33	340	↑ 70	+ 86
4	132	528	↑ 102	100,00	400	↑ 60	+ 128
5	122	610	↑ 82	94,00	470	↑ 70	+ 140
6	112	672	↑ 62	91,6	550	↑ 80	+ 122
7	102	714	↑ 42	91,43	640	↑ 90	+74
8	92	736	↑ 22	93,73	750	↑ 100	-14
9	82	738	↑ 2	97,78	880	↑ 130	-142
10	72	720	↓ -18	103,00	1030	↑ 150	-310

Ցածր գնով արտադրանքի իրացման անհրաժեշտությունը հիմնավորելու համար հետազոտենք 5.3 գծապատկերի համապատասխան տվյալները:



ԳԺԱԿԱՏՈԼԵՐ 5.3: Գինը և սահմանային եկամուտը մենաշնորհային շուկայում

Համաձայն գծապատկերի տվյալների՝ ընտրված է երկու դեպք։ Առաջին դեպքում միավոր արտադրանքն ընդունվում է 142 դոլար, իրացման ծավալը՝ երեք միավոր արտադրանք, երկրորդ դեպքում, համապատասխանաբար՝ 132 դոլար և 4 միավոր արտադրանք։ Պահանջարկի կորից երևում է, որ մենաշնորհը լրացուցիչ մեկ միավոր արտադրանք ավելի իրացնելու նպատակով գինը 142 դոլարից իջեցնում է 132 դոլարի։ Գների նման իջեցման հետևանքով, որը կազմում է միավորի հաշվով 10 դոլար, մենաշնորհը իրականում կրում է 30 դոլարի վնաս։ Դա նշանակում է, որ համախառն եկամտի ընդհանուր փոփոխությունը կամ սահմանային եկամուտը, երկրորդ դեպքում, կկազմի 102 դոլար (132-30):

Եթե ընդունենք, որ գների իջեցման օրինաչափությունը (- 10 դոլար) պահպանվում է նաև առաջին, երկրորդ և երրորդ արտադրանքներն իրացնելիս, ապա առաջին միավորի իրացման գինը կկազմի 162 դոլար (172-10): 2-րդ արտադրանքի իրացումից հետո ստացված սահմանային եկամուտը՝ 142 դոլար (304-162):

Երրորդ արտադրանքը իրացնելիս կազմակերպությունը պետք է գինը իջեցնի 152-ից 142 դոլարի: Նշանակում է՝ երրորդ արտադրանքի սահմանային եկամուտը կկազմի 122 դոլար (426-304) կամ $(3 \times 142 - 2 \times 152) = 122$:

Յուրաքանչյուր հաջորդ արտադրանքը իրացնելիս սահմանային եկամուտն արտադրանքի գնից ցածր է լինում, բացառությամբ առաջին արտադրանքի, որի գինը 162 դոլար է և համընկնում է սահմանային եկամտին:

Մենաշնորհային շուկայում գների, պահանջարկի և սահմանային եկամտի փոխկապվածության մասին են վկայում 5.3 աղյուսակի տվյալները:

Յուրաքանչյուր հաջորդ լրացուցիչ արտադրանքն իրացնելիս սահմանային եկամուտը, որպես կանոն, հավասար է համախառն եկամտի աճին, այսինքն՝ սահմանային եկամուտը հավասար է իրացված տվյալ արտադրանքի և նախորդ արտադրանքի համախառն եկամտի տարբերությանը: Այսպես, օրինակ՝ 2-րդ արտադրանքի սահմանային եկամուտը հավասար է 142(304-162), 5-րդ արտադրանքին՝ 82 (610-528) և այլն:

Համախառն և սահմանային եկամուտների տեղաշարժերի հետ միաժամանակ, որոշակի փոփոխություններ են կատարվել նաև համախառն միջին ծախսերի, համախառն ծախսերի և սահմանային ծախսերի գծով: Բայց, քանի որ գները, նույն օրինաչափությամբ իջնելու պայմաններում, յուրաքանչյուր լրացուցիչ արտադրանք արտադրելու դեպքում գերազանցում են սահմանային եկամուտներին, մենաշնորհի առաջին արտադրանքի արտադրությունն ստացվում է վնասով, իսկ երկրորդից սկսած մինչև 7-րդը՝ շահույթով:

5.4. ՄԵՆԱՇՆՈՐՀԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՆ ԵՎ ԳՆԵՐԻ ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ՀԻՄՆԱՀԱՐՑԵՐԸ: ՀԱՍԱՐԱԿԱԿԱՆ ՕՊՏԻՄԱԼ ԳԻՆ

Տնտեսության պետական կարգավորման հարցերը քննարկելիս նշվեց, որ դա անհրաժեշտ է զանազան օբյեկտիվ և սուբյեկտիվ պատճառներով առաջացած անցանկալի երևույթները կանխելու, տնտեսության աճի կայուն տեմպերն ապահովելու, գործազրկությունը կրճատելու և այլնի համար: Մեր նպատակը չէ նորից հիմնավորել տնտեսության պետական կարգավորման անհրաժեշտության հարցերը: Քանի որ մենաշնորհային շուկայի հիմնական օրինաչափությունները հետազոտում ենք, կապված գնագոյացման,

արտադրության ծավալի և առավելագույն շահույթի ստացման հետ, ուստի անհրաժեշտ է տնտեսության պետական կարգավորման հարցերը հետազոտել այդ օրինաչափությունների բացահայտմանը զուգընթաց:

Դրա անհրաժեշտությունը կապված է այն հանգամանքի հետ, որ կատարյալ մրցակցությունը, իր առավելություններով հանդերձ, ունի նաև էական թերություններ, որոնց պատճառով շուկայական գործընթացների թռիչքաձև զարգացումը կարող է ուղեկցվել տնտեսական կյանքի այս կամ այն ոլորտում մենաշնորհի ծնավորմամբ: Բանն այն է, որ ինքնակարգավորվող կատարյալ մրցակցությունը, վերջին հաշվով վերածվում է ոչ կատարյալ մրցակցության, որը բացասական ներգործություն է ունենում տնտեսության վրա: Այդ պատճառով, դեռևս XIX դարի վերջերին, Եվրոպայի արդյունաբերական զարգացած երկրներում և առաջին հերթին՝ ԱՄՆ-ում առաջ քաշվեց մենաշնորհացման միտումները կանխելու հարցը:

Ինչպես նշել ենք, մենաշնորհային շուկայի բնորոշ գծերից մեկն այն է, որ մենաշնորհ կազմակերպությունը որոշակի գերիշխանություն ունի գները սահմանելու գործում, որը կարող է հանգեցնել այնպիսի անցանկալի երևույթների, ինչպիսիք են ճյուղի զգալի մասի գրավումը, շուկաների բաշխման և գների սահմանման մասին զաղտնի կամ լեզալ համաձայնությունների կայացումը, արհեստական պակասորդի ստեղծումը և այլն: Նման անցանկալի երևույթներն երբեմն կործանարար հետևանքներ են ունենում այս կամ երկրի տնտեսական զարգացման վրա և արգելակում են գործարար ակտիվությունը³⁸:

Պետությունն ընդունում է հակամենաշնորհային օրենքներ, որոնցով սահմանափակում է մենաշնորհի գերիշխանության հնարավորությունները:

Այս առումով, համեմատաբար ամբողջական է համարվում ԱՄՆ-ի հակամենաշնորհային օրենսդրությունը: 1890թ. ընդունված Շերմանի օրենքով արգելվում էր առևտրի զաղտնի մենաշնորհումը, գների մասին նախապես պայմանավորվածությունները և այլն: 1914թ. ընդունվում է Բլեյթոնի օրենքը, որով արգելվում էր մրցակցության սահմանափակման պրակտիկան իրացման, գնային

³⁸ Цены и ценообразование, под ред. В. Е. Есипова, 5-ое издание, Москва-Санкт-Петербург-Минск, 2008г., стр. 112.

խորականությունների, տնտեսավարող սուբյեկտների միավորման, պայմանագրերի որոշակի տեսակների կնքման բնագավառներում և այլն: 1929-1933թթ. տնտեսական ճգնաժամային երևույթները հաղթահարելու նպատակով, 1936թ. ընդունվում է Ռոբինսոն-Պատմանի օրենքը, որով արգելվում էր առևտրի բնագավառում մրցակցության սահմանափակման պրակտիկան, զնային խտրականությունը և այլն: Այդ օրենքը վերաբերում է գների, զեղչերին, պահանջներին, մատակարարմանը և վարկի պայմաններին:

Մենաշնորհի տնտեսության պետական կարգավորման քաղաքականությունը շարունակվեց նաև հետպատերազմյան ժամանակաշրջանում: Այսպես, որպես Քլեյթոնի օրենքի լրացում, 1950թ. ընդունվեց Սելեր-Կեֆոլերի օրենքը, որով պարզաբանվում էր տնօրինական սերտաճման հավասարությունը և ակցիզների գնման ճանապարհով արգելվում էր միաձուլումը:

Եթե Քլեյթոնի օրենքով պատմեշ էր դրվում խոշոր կազմակերպությունների հորիզոնական միաձուլմանը, ապա Սելեր-Կեֆոլերի օրենքով սահմանափակվում էր ուղղահայաց միաձուլումը:

Կառավարությունը օրենսդրությամբ սահմանափակում է գների հորիզոնական և ուղղահայաց հաստատագրման հնարավորությունը:

Գների հորիզոնական հաստատագրում առաջանում է արտադրողների, մեծածախ կամ մանրածախ առևտրի կազմակերպությունների միջև գների սահմանման վերաբերյալ համաձայնություններով:

Այդպիսի համաձայնությունները, ինչպես նշեցինք, օրինական չեն ըստ Շերմանի հակամենաշնորհային և Դաշնային առևտրային հանձնաժողովի օրենքների, անկախ այն բանից, թե դրանք որքանով են հիմնավորված: Գների հորիզոնական հաստատագրման համար մեղադրանքներից զերծ մնալու նպատակով, ընկերությունը պետք է խուսափի զեղչերը, վարկի կամ իրացման պայմանները իր մրցակիցների հետ համաձայնեցնելուց, միևնույն ժամկետում գնացուցակներ հրապարակելու մասին մրցակիցների հետ պայմանավորվելուց, մրցակիցների հետ ոչ ձևական լրատվություն փոխանակելուց և այլն:

Գների ուղղահայաց հաստատագրումն առաջանում է այն դեպքում, երբ արտադրողները կամ մեծածախ առևտրով զբաղվող կազմակերպությունները կարող են վերահսկել իրենց ապրանքների ու

ծառայությունների մանրածախ գները: Ի դեպ, մինչև 1975թ., Միլլեր-Թայդինգի օրենքն այդ ընկերություններին թույլ էր տալիս անհրաժեշտության դեպքում վերահսկել ու պարտադրել մանրածախ գները: Այդ պրակտիկան ստացել էր, այսպես կոչված, ազատ առևտուր անունը: Այդ օրենքով պաշտպանվում էր ոչ մեծ մանրածախ խանութների գործունեությունը և նրանց թույլ էր տրվում արդարացի առևտրի սկզբունքով առաջնորդվող նահանգների սահմաններում, համապատասխան ապրանքների համար, սահմանել միատեսակ գին:

Իր բնույթով արդարացի առևտրի սկզբունքը սպառողների առանձին խմբերի, մանրածախ բազմաթիվ կազմակերպությունների և արտադրողների կողմից խիստ քննադատության ենթարկվեց մրցակցությունը սահմանափակող բնույթի, գներն արհեստականորեն բարձր մակարդակի վրա պահելու և ոչ արդյունավետ մանրածախ առևտուրը պաշտպանելու համար:

Հաշվի առնելով այդ քննադատության արդարացիությունը՝ 1976թ. դեկտեմբերի 12-ին ԱՄՆ Նախագահ Ջորջ Գորդը ստորագրեց «Սպառողական ապրանքների գնագոյացման մասին» օրենքը, որի համաձայն, 1977թ. մարտի 11-ից դադարեցվեց արդարացի առևտրի ձևը:

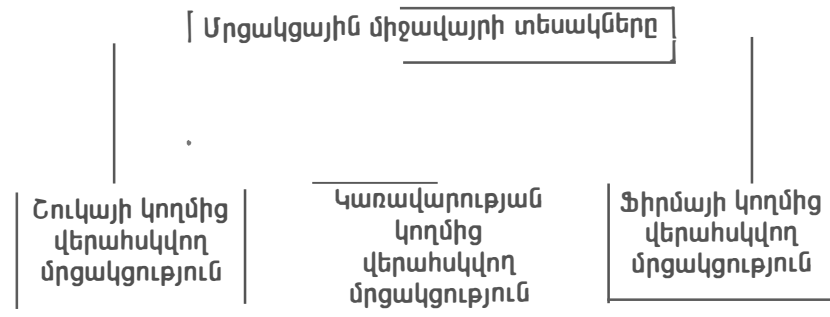
Ներկայումս արտադրողները կամ մանրածախ առևտրի կազմակերպությունները մանրածախ գները կարող են վերահսկել միայն որոշակի մեթոդների կիրառմամբ, որը թույլատրելի է օրենսդրությամբ:

Հակամենաշնորհային օրենսդրություն իրականացնող պետական մարմինների առջև դրված են լուրջ խնդիրներ՝ կապված օրենքների դրույթները ճշգրտորեն մեկնաբանելու հետ: Ի դեպ, առաջին հայացքից թվում է, թե դա հեշտ լուծելի խնդիր է, սակայն, տնտեսական կյանքի բազմաթիվ ցանկալի և անցանկալի երևույթների ու սովորությունների հետ կապված, առաջանում են բարդություններ:

Այդ պատճառով, պետական ծառայությունները պետք է գործեն զգուշորեն, քանի որ պետության՝ մրցակցության պաշտպանման նպատակով արված ցանկացած միջամտություն կարող է հանգեցնել մրցակցային հնարավորությունների այս կամ այն սահմանափակման:

Փաստորեն, հակամենշնորհային կարգավորման նպատակն է պայքարել բիզնեսի և արդյունավետ մրցակցության սահմանափակման դեմ: Այս առումով անհրաժեշտ է ուսումնասիրել գների նկատմամբ վերահսկողության աստիճանը որոշող մրցակցության այն միջավայրը, որում կազմակերպությունը գործում է:

Մրցակցային միջավայրը շուկայական տնտեսության պայմաններում կարող է լինել բազմատեսակ (տես՝ գծապատկեր 5.4):



Գծապատկեր 5.4: Գնագոյացումը մրցակցային միջավայրում

Այն միջավայրը, որտեղ շուկան է վերահսկում գինը, ինչպես արդեն նշել ենք նախորդ հարցերում, աչքի է ընկնում կատարյալ մրցակցությամբ, ապրանքների ու ծառայությունների նմանությամբ: Այդ միջավայրում արտադրող կազմակերպությունները հարմարվում են պահանջարկի և առաջարկի օրենքների թելադրանքով կարգավորվող շուկայական գներին:

Այն միջավայրում, որտեղ գինը վերահսկում են կազմակերպությունները, առկա է սահմանափակ մրցակցություն՝ միմյանցից տարբերվող ապրանքներով ու ծառայություններով: Ընկերությունները, օգտվելով իրենց մենաշնորհային դիրքից, սահմանում են բարձր գներ, իսկ սպառողները դրանց առաջարկած ապրանքները համարում են եզակի ապրանքներ:

Քանի որ առանձին ճյուղեր համարվում են պետության մենաշնորհը և ենթակա են հասարակական կարգավորման, ապա այդ միջավայրում գինը վերահսկում է կառավարությունը, այսինքն՝ գործում է գների պետական կարգավորման սկզբունքը:

Այդ միջավայրն ընդգրկում է հասարակական նշանակություն ունեցող այն բոլոր ճյուղերը, որոնք ամբողջությամբ կարգավորվում են պետության կողմից: Նման ճյուղերի շարքին են դասվում կոմունալ, երկաթուղային, ճանապարհային, հեռախոսային ընկերությունների, գազի, էլեկտրաէներգիայի, ավտոբուսային փոխադրումների, տաքսիների, էլեկտրատրանսպորտի և այլ ծառայություններ: Նշված բնագավառների գծով գները և սակագները սահմանում է պետությունը:

Հայաստանի Հանրապետությունում այդ բնագավառների գծով գները և սակագները նույնպես կարգավորվում են պետության կողմից, մասնավորապես՝ մենաշնորհի կարգավիճակ ունեցող կառավարման մարմինների կողմից:

ԱՄՆ-ում նշված բնագավառների գծով գները և սակագները կարգավորվում են Դաշնային նահանգային վարչությունների և տեղական կարգավորող հանձնաժողովների կողմից: Հանձնաժողովների հիմնական նպատակն է ապահովել ռեսուրսների բաշխման և օգտագործման արդյունավետությունը նշված բնագավառներում, խթանել մենաշնորհի գործունեությունը: Այդ պետական մենաշնորհ ճյուղերի ու բնագավառների և պետության շահերը ճիշտ զուգակցելու համար գները և սակագները սահմանվում են օրենսդրական հիմունքներով, ելնելով սահմանային ծախսերի մակարդակից: Որպես հիմք են ընդունվում նաև այդ բնագավառներից ստացված լրատվության համապատասխան տվյալները:

Ռեսուրսների բաշխման և օգտագործման արդյունավետությունն ապահովելու նպատակով մենաշնորհների համար պետք է օրենսդրական հիմունքներով սահմանվեն սահմանային ծախսերին հավասար գներ:

Եթե տնտեսության այս կամ այն բնագավառում սահմանված գինը (կամ սակագինը) ճիշտ է արտացոլում սահմանային ծախսերի մակարդակը, ապա այն դիտվում է որպես հասարակական օպտիմալ գին: Ասվածից հետևում է, որ գները կարգավորող պետական մարմինների առաջնահերթ խնդիրն է որոշել սահմանային ծախսերի այն մակարդակը, որը երաշխավորում է պաշարների բաշխման և օգտագործման բարձր արդյունավետություն:

5.5. ԽՄԲԱՇՆՈՐՀԱՅԻՆ (ՕԼԻԳՈՊՈԼԱՅԻՆ) ՇՈՒԿԱՅԻ ԲՆՈՐՈՇ ԳԾԵՐԸ: ԳՆԵՐԻ ՍԱՀՄԱՆՄԱՆ ԿԱՌՈՒՑԱԿԱՐԳԸ ԽՄԲԱՇՆՈՐՀԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՅԻ ՊԱՅՄԱՆՆԵՐՈՒՄ

Արդեն նշել ենք, որ խմբաշնորհությունը դասվում է ոչ կատարյալ շուկաների շարքին:

Տնտեսական համակարգի կառույցների ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ առանձին ճյուղերում, հատկապես արդյունահանող և վերամշակող արդյունաբերության մեջ, գերիշխում են մի շարք կազմակերպություններ, որոնք բաժին է ընկնում տվյալ ճյուղի արտադրանքի ավելի քան 80-90 տոկոսը:

Տնտեսագիտության մեջ այդ կազմակերպությունների մրցակցության ձևը ստացել է խմբաշնորհ անվանումը:

Այս հարցը ամբողջությամբ նվիրված է մրցակցության այդ ձևին առնչվող գնագոյացման հիմնահարցերի լուսաբանմանը: Այդ հիմնական հարցերն են՝

- խմբաշնորհի բնութագրումը և դրան բնորոշ գծերի վերհանումը,
- խմբաշնորհային ճյուղերում գործող կազմակերպությունների գների և արտադրության ծավալի փոխկապվածության հիմնահարցերի պարզաբանումը,
- ճյուղերի զարգացման գործում ոչ գնային մրցակցության դերի մեկնաբանումը,
- խմբաշնորհային տնտեսական հետևանքների վերլուծությունը:

Խմբաշնորհությունը նշանակում է քչերի գերիշխանություն, երբ սահմանափակ թվով կազմակերպություններ գերիշխող դիրք են գրավում առանձին ճյուղերում և արտադրանքի իրացման շուկաներում: Ի դեպ, այդ ճյուղերը համարվում են խմբաշնորհային ճյուղեր³⁹:

Խմբաշնորհային ճյուղերի հետազոտությունը ցույց է տալիս, որ դրանք ընդգրկում են արդյունաբերության բազմաթիվ բնագավառներ, արտադրում արտադրանքների շատ տեսակներ, որոնք կարող են լինել ինչպես միատիպ, այնպես էլ՝ տարբերակված:

Այսպես, օրինակ, արդյունաբերության այն ճյուղերը, որոնք արտադրում են, ասենք, միայն պողպատ, պղինձ, ալյումին, ցեմենտ,

³⁹ Цены и ценообразование, под ред. В. Е. Есипова, 5-ое издание, Москва-Санкт-Петербург-Минск, 2008г., стр. 108.

նիկել, ցինկ, և այլն, դասվում են միատիպ խմբաշնորհի խմբին: Իսկ արդյունաբերության այն ճյուղերը, որոնք արտադրում են ավտոմեքենաներ, ավտոդողեր, ծխախոտ, էլեկտրատեխնիկական սարքեր և այլն, դասվում են տարբերակված խմբաշնորհային խմբին:

Տարբերակված արտադրանքն այն է, որը ցանկացած ժամանակ սպառողին կարող է առաջարկվել տարբեր որակով, մակնիշով: Նման արտադրանքի առկայությունը սպառողի համար ունի շոշափելի առավելություն, քանի որ այն մեծացնում է նրա հնարավորությունը ընտրության հարցում:

Խմբաշնորհային կազմակերպությունների թիվը խիստ սահմանափակ է: Յուրաքանչյուր ճյուղում կարող են լինել 4-ից մինչև 10 կազմակերպություն և թողարկել այդ ճյուղերում արտադրվող արտադրանքի 70-ից մինչև 90 և ավելի տոկոսը:

Կազմակերպությունները գների վրա սահմանում են մասնակի վերահսկողություն՝ օգտվելով արտադրության և իրացման ոլորտներում իրենց ունեցած գերիշխանությունից:

Խմբաշնորհային շուկայի ճյուղերը աչքի են ընկնում համակենտրոնացման խիստ բարձր մակարդակով (տես՝ աղյուսակ 5.5):

Աղյուսակի տվյալները ցույց են տալիս, որ, իրոք, առանձին ճյուղերում, 4 կազմակերպության համակենտրոնացման աստիճանը բավականին բարձր է: Այն հասնում է շուրջ 94%-ի:

Աղյուսակ 5.5

Արդյունաբերության առանձին ճյուղերում արտադրված արտադրանքների համակենտրոնացման աստիճանը⁴⁰

Խմբաշնորհային ճյուղերի արտադրանքի անվանումը	Ճյուղային արտադրանքի տեսակարար կշիռը 4 խոշոր կազմակերպությունների ցուցանիշներով (%-ով)
Տնային սառնարաններ	94
Տրանսպորտային միջոցներ և շարժիչներ	92
Տնային լվացքի մեքենաներ	91
Էլեկտրալամպեր	91
Ծխախոտ	90
Տուրքիներ և գեներատորներ	84
Կենցաղային էլեկտրամեքենաներ	80

⁴⁰ Макконел К. Р., Брюс Л., "Экономикс" М. 1992. Изд. "Республика" стр. 125.

Հեռախոսային ապարատներ	76
Կարի մեքենաներ	72
Ինքնաթիռներ	64

Չնայած համակենտրոնացման աստիճանը, որպես կանոն, բնութագրում է մրցակցության աստիճանը կամ տարբեր ճյուղերի մենաշնորհային մակարդակը, այնուամենայնիվ այն ունի մի շարք թերություններ:

Առաջինն այն է, որ համակենտրոնացման աստիճանը բնութագրում է ճյուղի մակարդակն ամբողջ երկրի մասշտաբով, սակայն առանձին արտադրանքների իրացման շուկաները տարանջատված են, որի հետևանքով փոխադրման ծախսերը խիստ տարբեր են և ազդում են գների մակարդակի վրա:

Երկրորդը՝ այն է, որ միջճյուղային մրցակցությունը տարբեր արտադրանքների միջև առաջացնում է մրցակցություն: Այսպես, օրինակ՝ ալյումինի և պղնձի հաղորդալարերի արտադրությունը ազդում է մրցակցության մակարդակի վրա, քանի որ էներգետիկայում կարող են կիրառվել թե՛ ալյումինի, թե՛ պղնձի հաղորդալարերը:

Թերություն պետք է համարել նաև այն, որ առանձին ճյուղերի արտադրանքների համակենտրոնացման բարձր մակարդակը բնութագրում է միայն տվյալ երկրի արտադրության իրավիճակը, և հաշվի չի առնվում արտասահմանյան տարբեր երկրների առաքիչների մրցակցության աստիճանը: Այսպես, օրինակ, ըստ աղյուսակի տվյալների ՍՄՆ-ում ավտոմեքենաների արտադրության 4 կազմակերպության բաժին է ընկնում արտադրանքի 92%-ը, այն դեպքում, երբ օգտագործվող ողջ տրանսպորտային միջոցների ավելի քան 25%-ը բաժին է ընկնում ներմուծվող տրանսպորտային միջոցներին:

Եվ վերջապես, խմբաշնորհային առանձին ճյուղերի արտադրանքների համակենտրոնացման միևնույն բարձր մակարդակը հաճախ բավարար պատկերացում չի կարող տալ այդ ճյուղերում գնային մրցակցության, ինչպես նաև՝ տեխնիկական առաջադիմության իրավիճակի մասին:

Խմբաշնորհային շուկայի հաջորդ բնորոշ գիծն այն է, որ տվյալ ճյուղում համեմատաբար քիչ թվով կազմակերպությունների առկայությունը և շուկայում դրանց գերիշխանությունն որոշակիորեն խոչընդոտում են նոր կազմակերպությունների մուտքը տվյալ շուկա: Բացի դրանից, առանձին կազմակերպություններ, որքան էլ

ծգտեն մուտք գործել շուկա, անհրաժեշտ քանակությամբ ֆինանսական ռեսուրսներ չունենալու դեպքում դատապարտված են անհաջողության:

Ոչ մրցունակ շուկայի խմբաշնորհային ձևին բնորոշ է նաև այն, որ հաճախ խմբաշնորհային խմբերը կազմավորվում են նախկին կազմակերպությունների միավորման ճանապարհով, որը նրանց պաշտպանում է մրցակցության վտանգից և ապահովում է տնտեսական գործունեության բարձր արդյունավետություն:

Այդ կազմակերպությունների միջոցների միավորումը լայն հնարավորություններ է ստեղծում գիտատեխնիկական առաջընթացի ապահովմանն ուղղված միջոցառումների իրականացման և արտադրության արդյունավետության բարձրացման համար:

Պատմականորեն ապացուցվել է, որ գիտատեխնիկական առաջադիմության նվաճումները հանգեցրել են արդյունաբերական հեղաշրջումների, միջճյուղային և ներճյուղային մրցակցության շրջանակների ընդլայնմանը և խոշոր կազմակերպությունների ձևավորման, հետևաբար նաև՝ խմբաշնորհային ճյուղերի առաջացմանը: Օրինակ՝ ՍՄՆ-ում ավտոմոբիլային արդյունաբերության մեջ ժամանակին գործել են ավելի քան 100 ֆիրմա, իսկ ներկայումս այդ կարևոր ճյուղում գործում են հիմնականում երեք խոշոր կազմակերպություն՝ «Ջեներալ մոտորս», «Ֆորդ» և «Կրայսլեր», որոնց բաժին է ընկնում ավտոմեքենաների արտադրության ավելի քան 90%-ը:

Այս ամենից հետևում է, որ խմբաշնորհն առաջանում է այն դեպքում, երբ ճյուղում արտադրական և իրացման գործունեություն ծավալող կազմակերպությունների թիվը միավորման շնորհիվ հասնում է նվազագույնի, և դրանցից յուրաքանչյուրն իր գնային քաղաքականությունը կիրառելիս պարտավոր է հաշվի առնել մրցակիցների վարքագիծը գների բնագավառում:

Նախորդ հարցերում ծանոթացանք գնագոյացման այն հիմնական օրինաչափություններին, որոնք բնորոշ էին կատարյալ և ոչ կատարյալ մրցակցային շուկաների առանձին տեսակներին: Գնագոյացման կազմակերպման այդ օրինաչափությունները հիմնավորվել են անհրաժեշտ տնտեսական վերլուծություններով և միկրոտնտեսագիտության կողմից ընդունվել որպես համընդհանուր օրինաչափություններ: Սակայն գնագոյացման այդ համընդհանուր օրինաչափությունները լիովին չենք կարող վերագրել մրցակցու-

թյան խմբաշնորհային ձևին, քանի որ խմբաշնորհային շուկան ունի իր առանձնահատկությունները:

Բանն այն է, որ, նախ՝ խմբաշնորհը ներառում է բազմապիսի շուկայական իրավիճակներ, որոնց առկայությունը հնարավորություն չի տալիս մշակել գների և արտադրության ծավալի որոշման մի համընդհանուր ձևաչափ: Դա բացատրվում է նրանով, որ ոչ կատարյալ մրցակցության պայմաններում խմբաշնորհային խմբերը կարող են միմյանցից տարբերվել ինչպես այդ խմբերում ընդգրկված կազմակերպությունների քանակով, այնպես էլ այդ խմբերի կողմից արտադրված արտադրանքների տիպայնության կամ ստանդարտացման աստիճանով: Ըստ խմբաշնորհային խմբերում ընդգրկված կազմակերպությունների քանակի՝ դրանք բաժանվում են կոշտ խմբաշնորհի և անորոշ խմբաշնորհի խմբերի: Կոշտ խմբաշնորհի պայմաններում ամբողջ շուկայում գերիշխում են երկու կամ երեք ֆիրմա:

Անորոշ խմբաշնորհի դեպքում շուկայի ապրանքի 70-80 տոկոսը բաժին է ընկնում 6-ից 8 կազմակերպության, իսկ մնացածը՝ մրցակցային մյուս արտադրող կազմակերպություններին:

Բացի դրանից, կազմակերպությունները կարող են գործել ինչպես գաղտնի համաձայնությամբ, այնպես էլ՝ միմյանցից անկախ:

Այսպիսով, խմբաշնորհի տարբեր խմբերի առկայությունը և դրանց գործելու եղանակների միջև եղած տարբերությունները որոշակի դժվարություններ են առաջացնում խմբաշնորհի պայմաններում գների և արտադրության ծավալի փոփոխության որոշման նպատակով պարզագույն շուկայական ձևաչափի մշակման համար:

Մրցակցության խմբաշնորհային ձևի մյուս առանձնահատկությունն այն է, որ առանձին կազմակերպություններ՝ կապված համընդհանուր տարրերի փոխկապվածության հետ, երբեմն ի վիճակի չեն լինում ինչպես հարկն է պատասխան գործողություններ իրականացնել մրցակիցների նկատմամբ:

Այդ պատճառով էլ, կազմակերպությունները հաճախ չեն կարողանում գնահատել պահանջարկը և սպասվելիք սահմանային եկամուտը, որն ակնկալվում են կազմակերպությունները: Բնական է, որ առանց այդպիսի կարևոր տվյալների կազմակերպությունները չեն կարող որոշել առավելագույն շահույթի ստացման համար անհրաժեշտ տեսական գներն ու դրանց համապատասխան արտադրության ծավալները:

Չնայած այդպիսի դժվարություններին՝ գնագոյացումը խմբաշնորհի պայմաններում դրսևորում է միմյանց հետ փոխկապակցված երկու հիմնական գծեր:

Մի կողմից, խմբաշնորհային գներին բնորոշ է փոփոխման միտումը, ի տարբերություն զուտ մրցակցության, մենաշնորհային մրցակցության, իսկ առանձին դեպքերում նաև՝ զուտ մենաշնորհի:

Մյուս կողմից, երբ խմբաշնորհային գները փոփոխվում են, հավանական է, որ այդ փոփոխությունը կատարում են բոլոր կազմակերպությունները: Նշանակում է՝ խմբաշնորհային գների վարքագիծը ենթադրում է ինչպես գնագոյացման համաձայնեցված գործունեություն, դրանց խթանման առկայություն, այնպես էլ գների սահմանման և փոփոխման գաղտնի համաձայնություն, որոնք կարող են կայացվել առանձին կազմակերպությունների միջև:

Իհարկե, խմբաշնորհն ունի նաև այլ առանձնահատկություններ, սակայն նշեցինք միայն հիմնականները, որոնք անհրաժեշտ է հաշվի առնել գները և արտադրության ծավալները խմբաշնորհի պայմաններում որոշելու ժամանակ:

5.6. ՄԵՆԱՇՆՈՐՀԱՅԻՆ ՄՐՑԱԿՑԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱ: ԳՆԵՐԻ ԶԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ԿԱՌՈՒՑԱԿԱՐԳԸ՝ ՄԵՆԱՇՆՈՐՀԱՅԻՆ ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՊԱՅՄԱՆՆԵՐՈՒՄ

Մենաշնորհային մրցակցային շուկայի կառույցի հիմնական դրույթները տնտեսագիտության բնագավառում առաջին անգամ լուսաբանել է Է. Չեմբերլինը⁴¹ դեռևս անցած դարի 30-ական թվականներին: Նրա մշակած դրույթները նախադրյալներ ստեղծեցին շուկայական այս կառույցի միասնական ձևաչափի ձևավորման համար:

Է. Չեմբերլինը, հիմնավորելով կատարյալ մրցակցային ու մենաշնորհային շուկայական ձևաչափերի և մենաշնորհային մրցակցային շուկայական ձևաչափի միջև եղած տարբերությունները, նպաստել միկրոտնտեսական տեսությունների համակարգում նոր տեսության՝ մենաշնորհային մրցակցության շուկայական ձևաչափի

⁴¹ Chamberlain, Edward H. The Theory of Monopolistic Competition, Cambridge: Harvard University Press, 1933.

հիմնական օրինաչափությունների ձևավորմանը: Այդ ձևաչափի հիմնական դրույթները մեծ կիրառություն են ստացել գործնական աշխատանքներում՝ ապահովելով դրական արդյունքներ:

Մենաշնորհային մրցակցային շուկայի ձևավորումը, ինչպես նշում է Ա. Դ. Արշակյանը, անշուշտ չի նշանակում մրցակցության վերացում, քանի որ մոնոպոլիան և մրցակցությունը միշտ դիալեկտիկական միասնության մեջ են⁴²: Ի դեպ, շուկայական այս ձևաչափում մրցակցությունը տեղի է ունենում տարբերակված արտադրանք արտադրողների միջև, որոնք գովազդի և այլ միջոցառումների իրականացման միջոցով ձգտում են կարգավորել առավելագույն շահույթ ստանալու իրենց հնարավորությունները: Դա նշանակում է, որ շուկայի այս կառույցի ժամանակ ուղղակի փոխվում են մրցակցության ձևն ու բովանդակությունը:

Հետևաբար, բաժանում ենք այն տնտեսագետների տեսակետները, որոնք մենաշնորհային շուկայական կառույցը դիտարկում են որպես ոչ կատարյալ մրցակցային ինքնուրույն կառույց, որի դրույթների գործնական կիրառությունն անչափ կարևոր է շահույթն առավելագույն դարձնելու, սահմանային եկամուտների, միջին ծախսերի և գների միջև հիմնավորված հավասարակշռության ապահովման համար:

Այս առումով չենք բաժանում մենաշնորհային մրցակցային շուկայական ձևաչափի վերաբերյալ այն տնտեսագետների կարծիքը, որոնք փորձում են ժխտել դրա մասին արդեն ձևավորված ու հիմնավորված տեսությունը:

Այսպես, «Տնտեսագիտություն» աշխատությունում հեղինակները ժխտում են մենաշնորհային մրցակցային շուկայական այդ կառույցի մասին տեսությունը և փորձում են հիմնավորել, որ ոչ մի մենաշնորհի տարր չկա և «մենաշնորհային մրցակցություն» տերմինը համարում են «սխալ»⁴³:

Ավելին, մենաշնորհային մրցակցային շուկան նույնացվում է մենաշնորհային շուկային, այսինքն՝ ժխտվում է ոչ կատարյալ մրցակցության այդ կարևոր ձևաչափի առավելությունը, որը մեր կարծիքով, հիմնավոր չէ:

Բանն այն է, որ ոչ կատարյալ մրցակցային շուկայական ձևաչափերից յուրաքանչյուրին բնորոշ են որոշակի հատկանիշներ, որոնց համապատասխան մշակվել են դրանցից բխող հիմնական դրույթները: Դրանց հիմնավոր գնահատումը և գործնական կիրառումը միայն կարող է ապահովել շուկայական կառուցակարգի գործունեության արդյունավետությունը: Եվ չնայած այն բանի, որ առանձին ձևաչափեր ունեն նմանության ու տարբերության որոշ հատկանիշներ, այնուամենայնիվ դրանք չեն կարող հիմք հանդիսանալ մենաշնորհային մրցակցային շուկայական ձևաչափի ժխտմանը կամ մենաշնորհային շուկայական կառույցի հետ նույնացմանը:

Մենաշնորհային մրցակցային շուկան ունի այնպիսի առանձնահատուկ հատկանիշներ, որոնք իրավամբ վկայում են շուկայական այդ կառույցի ձևաչափի տեսական դրույթների հիմնավորվածության և պրակտիկայում դրանց կիրառման անհրաժեշտության մասին:

- Այդ ձևաչափին բնորոշ են հետևյալ հիմնական հատկանիշները.
- փոքր մասշտաբի և մեծ թվով ձեռնարկությունների առկայությունը, որոնք արտադրում են միանման, բայց տարբերակված արտադրանքներ և որոնք բաժին է ընկնում շուկայական հատվածի փոքր մասը,
 - ձեռնարկությունների մեծ թվի առկայությունը բացառում է գների, արտադրության ծավալի և շուկաների վերաբերյալ գաղտնի համաձայնությունների կայացումը,
 - շուկայական գնի վրա սահմանափակ հսկողության առկայությունը,
 - կառույցի յուրաքանչյուր ձեռնարկություն գործում է ինքնուրույն և չի կարող ազդել շուկայի և մյուս ձեռնարկությունների գործունեության փոփոխությունների վրա, քանի որ հակազդման հնարավորությունը փոքր է,
 - մենաշնորհային մրցակցային շուկայի մուտքի ազատ լինելը, որը կարևոր է առավելագույն շահույթի ստացման խնդրի լուծման համար:

Մոդելին բնորոշ տարբերակված արտադրանքի արտադրության հատկանիշի կարևորությունը կայանում է նրանում, որ նախ, շուկայում ընդլայնվում է փոխարինող ապրանքների տեսականին, երկրորդ, որ արտադրանքի տարբերակումը խթանում է ինչպես շու-

⁴² Արշակյան Ա. Դ., Տնտեսական մրցակցության համակարգը շուկայական եկոնոմիկայում, «Տնտեսագետ», Երևան, էջ 89.

⁴³ Գրիգորի Ց. Դ., Սյուրուպ Ռ. Լ., Տնտեսագիտություն, «Տնտեսագետ», Երևան 1999, էջ 600.

կայի առջ ու վաճառքի գործընթացը, այնպես էլ ներդրման ճանապարհով պայմաններ է ստեղծում մրցունակ արտադրանքների արտադրության համար և երրորդ՝ ընդլայնվում են այդպիսի արտադրանքների արտադրող ձեռնարկությունների միջև մրցակցության շրջանակները:

Չնայած նրան, որ փոխարինող ապրանքներն իրենց ֆիզիկական, որակական հատկանիշներով, դիզայնով միմյանցից տարբերվում են, այնուամենայնիվ բավարարում են մարդկանց միևնույն պահանջմունքները:

Մենաշնորհային մրցակցության բնորոշ գծերը հատուկ են ոչ միայն արտադրության, այլև՝ սպասարկման ոլորտին:

Այսպես, առևտրի առանձին սրահները, հասարակական սննդի օբյեկտները սպասարկման զանազան առաջավոր ձևերի կիրառման, գովազդի, դիզայնի, բարձր որակի շնորհիվ կարող են շատ սպառողների հրապուրել, և այդ սրահները մյուսների համեմատությամբ կստանան առավելագույն շահույթ:

Շուկայական մրցակցության այս ձևի պայմաններում արտադրանքների տարբերակման, դրանց պահանջարկի և գների մակարդակի վրա որոշակի ներգործություն կարող են ունենալ նաև արտադրանքի իրացման տեղաբաշխումը, սեզոնայնությունը, սպառողների խմբերի ճիշտ ընտրությունը, փաթեթավորումը, առևտրային մակնիշների ընտրությունը և նպատակային օգտագործմանն ուղղված միջոցառումները: Որքան այդ միջոցառումները նպատակաուղղված լինեն և արդյունավետորեն ներգործեն մրցունակ արտադրանքների ծավալի, իրացման և գների մակարդակի փոփոխությունների վրա, այնքան լայն հնարավորություններ կստեղծվեն առավելագույն շահույթի ստացման համար:

Այժմ փորձենք պարզել, թե մենաշնորհային մրցակցային ճյուղի ձեռնարկությունները ինչպիսի վարքագիծ են դրսևորում գները և արտադրության ծավալը որոշելիս և ինչպիսի նպատակային խնդիրներ ունեն կարճատև և երկարատև ժամանակաշրջաններում:

Մենաշնորհային մրցակցության պայմաններում շուկայական ձևաչափից բխող նպատակային խնդիրն է կարճ ժամկետում առավելագույնի հասցնել շահույթը կամ նվազագույնի՝ վնասը, արտադրելով արտադրանքի այնպիսի քանակություն, որը կհատի սահմանային ծախսերի և սահմանային եկամուտների կորը:

Նպատակային խնդիրների լուծման գործընթացը կարգավորվում է ձեռնարկությունների կողմից գների նկատմամբ սահմանափակ հսկողության միջոցով: Բանն այն է, որ շուկայական այս ձևաչափի պահանջին համապատասխան ձեռնարկությունները գները և արտադրության ծավալը որոշելիս ձեռք են բերում նոր վարքագիծ, որի նպատակն է ապահովել ամբողջական շահույթի ստացումը և վնասը հասցնել նվազագույնի:

Քանի որ ձեռնարկություններն արտադրում են տարբերակված արտադրանք, ուստի գները սահմանելիս նրանք հաշվի են առնում նաև այդ ապրանքների պահանջարկի ճկունությունը, որը կախված է մրցակիցների թվից և արտադրանքների տարբերակման աստիճանից: Ի դեպ, որքան մեծ է մրցակիցների թիվը և փոքր արտադրանքների տարբերակման աստիճանը, այնքան ճկունության աստիճանը բարձր է, որը և ազդում է պահանջարկի կորի տեղաշարժման վրա:

Մենաշնորհային մրցակցային ֆիրմաների պահանջարկի կորի դիտարկումը ցույց է տալիս, որ այն, ի տարբերություն զուտ և մենաշնորհային մրցակցության ձևերի, ավելի ճկուն է և բնութագրում է առանձին ֆիրմայի պահանջարկը կամ իրացման ծավալը:

Քանի որ շուկայական այս ձևաչափի գործունեության պայմաններում ամեն մի արտադրող ձգտում է շահույթը հասցնել առավելագույնի կամ վնասը՝ նվազագույնի, ուստի ամեն մի արտադրող ձգտում է կարճ ժամկետում արտադրել այնքան արտադրանք, որը կապահովի պաշարների արդյունավետ օգտագործում, հավասարակշռություն՝ սահմանային ծախսերի, սահմանային եկամուտների և գների միջև:

Ոչ կատարյալ մրցակցության ձևերի համակարգում առանձնահատուկ նշանակություն ունի նաև մենաշնորհային մրցակցությունը, որը ներառում է ինչպես մենաշնորհի, այնպես էլ մրցակցության տարրեր:

Մենաշնորհային մրցակցության ձևն ուսումնասիրելիս անհրաժեշտ է.

ա) լուսաբանել մենաշնորհային մրցակցության էությունը, դերը և բնորոշ գծերը,

բ) որոշել ոչ գնային մրցակցության դերը և նշանակությունը մենաշնորհային մրցակցության պայմաններում,

գ) գները և արտադրության ծավալը որոշելիս հետազոտել և վերլուծել կազմակերպությունների գործելակերպը և հիմնական օրինաչափությունները:

Մենաշնորհային մրցակցությունը ոչ կատարյալ մրցակցության այնպիսի շուկայական կառույց է, երբ մեծ թվով արտադրողներ արտադրում են միանման, բայց ոչ միատիպ արտադրանքներ:

Մենաշնորհային մրցակցության տարբերությունը զուտ մրցակցային շուկայից այն է, որ, նախ՝ շուկայական կառույցի այս ձևի դեպքում մեծ թվով արտադրող կազմակերպություններ չկան, ինչպես զուտ մրցակցության ժամանակ, որոնց թիվը կարող էր հասնել մի քանի հարյուրի: Մենաշնորհային մրցակցության ժամանակ արտադրող կազմակերպությունների թիվը սովորաբար կարող է հասնել մինչև մի քանի տասնյակի, ասենք՝ 50, 60 կամ 70:

Երկրորդ՝ մենաշնորհային մրցակցության շուկայի դեպքում նույնպես արտադրվում են տարբերակված արտադրանքներ, սակայն, եթե զուտ մրցակցության պայմաններում դրանք դիտվում են ստանդարտացված կամ միատիպ արտադրանքներ, ապա մենաշնորհային մրցակցության կազմակերպություններում արտադրվում են տվյալ արտադրանքի տարբեր տեսակներ, որոնք ունեն որոշ նկատելի տարբերություններ, չնայած բավարարում են միևնույն պահանջմունքը:

Շուկայական այս կառույցի առաջին բնորոշ գիծն այն է, որ դրանում ընդգրկված կազմակերպություններին բաժին է ընկնում շուկայական հատվածի ոչ մեծ մասը: Արտադրող կազմակերպությունները չեն կարող կանոնավոր վերահսկողություն իրականացնել գների վրա, քանի որ, կազմակերպություններից յուրաքանչյուրն ունենալով շուկայական հատվածի խիստ փոքր բաժին, չի կարող ազդել գների փոփոխության վրա: Դրանք հաճախ գները 15-20 տոկոսով բարձրացնում կամ իջեցնում են, որը չի կարող էապես ազդել շուկայական գների վրա:

Մենաշնորհային մրցակցության շուկայի հաջորդ բնորոշ գիծն այն է, որ ոչ մեծ թվով կազմակերպությունների առկայությունը բացառում է գների, արտադրության ծավալի, ինչպես նաև շուկաների բաժանման վերաբերյալ գաղտնի համաձայնության կայացումը:

Շուկայական այս կառույցին բնորոշ է նաև այն, որ կազմակերպություններից յուրաքանչյուրը գործում է ինքնուրույն, առանց հաշվի առնելու մրցակցող մյուս կազմակերպությունների գործու-

նեության հնարավոր փոփոխությունները: Դա կարելի է հիմնավորել նրանով, որ մրցակից կազմակերպությունները շուկայում ունեն փոքր բաժին, և դրանցից յուրաքանչյուրի գործունեության աննշան, փոքր փոփոխությունը չի կարող որոշիչ ներգործություն ունենալ մյուս կազմակերպությունների գործունեության վրա:

Ինչպես արդեն նշեցինք, մենաշնորհային մրցակցության հիմնական առանձնահատկություններից մեկը տարբերակված արտադրանքների արտադրությունն է, երբ արտադրանքները միմյանցից տարբերվում են իրենց ֆիզիկական ու որակական հատկանիշներով:

Արտադրանքների որակական և ֆիզիկական հատկանիշները ձևավորվում են օգտագործվող հումքի որակական հատկանիշների, փաթեթավորման տեսքի, աշխատանքի որակի և այլնի հիման վրա, որոնք հիմք են ծառայում արտադրանքների տարբերակման համար: Օրինակ՝ արտադրված գներատորները իրարից կարող են տարբերվել հզորությամբ, աշխատանքի որակով, ձևավորման հատկանիշներով: Արտադրված կոշիկները կարող են միմյանցից տարբերվել բնական ու արհեստական կաշվի բնորոշ հատկանիշներով, տեսքով, գույնով, սեզոնայնության հատկանիշներով և այլն:

Առևտրի տարբեր սրահներում իրացվող կանացի կամ տղամարդու կոստյումները, վերարկուները, զանազան տեսակի պարենային ապրանքները իրենց ֆիզիկական, որակական հատկանիշներով, դիզայնով, տարբերվում են միմյանցից, սակայն բավարարում են մարդկանց միևնույն պահանջմունքները:

Մենաշնորհային մրցակցությանը բնորոշ գծերը հատուկ են ոչ միայն արտադրության, այլև՝ սպառման ոլորտին:

Այսպես, առևտրի առանձին սրահները սպասարկման զանազան պռաջավոր ձևերի կիրառման, գովազդի, դիզայնի, սպասարկման բարձր կուլտուրայի, որակի շնորհիվ կարող են շատ սպառողների հրապուրել և այդ սրահները մյուսների համեմատությամբ կստանան առավելագույն շահույթ:

Շուկայական մրցակցության այս ձևի պայմաններում արտադրանքների տարբերակման, դրանց պահանջարկի ու գների մակարդակի վրա որոշակի ներգործություն կարող են ունենալ նաև արտադրանքի իրացման տեղաբաշխմանը, սեզոնայնությանը, սպառողների խմբերի ճիշտ ընտրությանը, փաթեթավորմանը, առևտրային մակնիշների ընտրությանը և նպատակային օգտագործ-

մանն ուղղված միջոցառումները: Որքան այդ միջոցառումներն ունեն նպատակային ուղղվածություն և արդյունավետորեն ներգործեն արտադրության ծավալի, իրացման և գների մակարդակի փոփոխությունների վրա, այնքան մենաշնորհային մրցակցության միջոցով լայն հնարավորություններ կստեղծվեն առավելագույն շահույթի ստացման համար: Եթե, օրինակ, այս կամ այն մակնիշի օծանելիքը կամ շրթներկը լավ է փաթեթավորված և կրում է նշանավոր մարդու անուն, ապա դա կարող է ազդել պահանջարկի մեծացմանը: Այսպես, շատ սպառողներ նպատակահարմար են գտնում ատամի մածուկը գնել հարմարավետ փաթեթավորված վիճակում, քան՝ առանց դրա:

Կազմակերպությունները, շուկայի այս կառույցի պայմաններում գների նկատմամբ հսկողությունը մեծացնելու շնորհիվ ունենալով մշտական հաճախորդներ, հաճախ արտադրանքն իրացնում են ավելի բարձր գներով, որը սիրով ընդունում են սպառողները:

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

- Մենաշնորհային մրցակցության տարբերիչ հատկանիշներն են.
 - ա) գործում են բավականին մեծ թվով կազմակերպություններ, որոնցից յուրաքանչյուրն արտադրում է միանման, բայց ոչ միատիպ արտադրանքներ, սահմանափակ հսկողություն է սահմանվում գների վրա: Կազմակերպությունները գործում են անկախ, բացակայում է գաղտնի համաձայնությունը դրանց միջև,
 - բ) կազմակերպությունների կողմից արտադրված արտադրանքները տարբերվում են ֆիզիկական ու որակական հատկանիշներով և իրացման պայմաններով,
 - գ) տնտեսական մրցակցությունը իր հետ բերում է գնային և ոչ գնային մրցակցություն,
 - դ) մենաշնորհային մրցակցությունը բնորոշ է և արտադրական, և՛ սպասարկման ոլորտին,
 - ե) համեմատաբար հեշտ է ճյուղ ներթափանցելը և ճյուղից դուրս գալը:

- Մենաշնորհային մրցակցության պայմաններում կազմակերպությունները կարճ ժամկետում կարող են ստանալ շահույթ և վնաս: Հեշտությամբ ճյուղ ընդգրկվելու և ճյուղից դուրս գալու հնարավորությունները կազմակերպություններին երաշխավորում են նորմալ շահույթ ստանալ երկար ժամկետում:

- Մենաշնորհային մրցակցության պայմաններում արտադրող կազմակերպությունների միջև հավասարակշիռ վիճակը երկար ժամկետում ավելի քիչ է ցանկալի, քան զուտ մրցակցության պայմաններում:

- Մենաշնորհային մրցակցության պայմաններում գինը գերազանցում է սահմանային և նվազագույն միջին համախառն ծախսերը:

- Արտադրող ֆիրման արտադրանքի արտադրության և գովազդի վրա կատարած ծախսերի փոփոխության միջոցով իր արտադրանքի նկատմամբ պահանջարկն ավելի շատ է մեծացնում, քան աճում են ծախսերը:

- Գովազդը՝ որպես ոչ գնային գործոն, դիտարկվում է երկու տեսանկյունից: Տնտեսագետների մի մասն ընդգծում է գովազդի առավելությունները և նշում, որ այն.

- ա) օգնում է սպառողներին ընտրության հարցում,

- բ) ապահովում է արտադրության զարգացման և զբաղվածության բարձր մակարդակ,

- գ) խթանում է մրցակցությունը,

- դ) նպաստում է առաքման ծախսերի կրճատմանը:

Տնտեսագետների մյուս խումբը գտնում է, որ գովազդը.

- ա) հանգեցնում է ծախսերի աճին, հետևաբար նաև՝ գների բարձրացմանը,

- բ) հանգեցնում է առավել կարևոր բնագավառներում պաշարների օգտագործման ոչ ռացիոնալ տեղաշարժին,

- գ) նպաստում է ներքին լրացուցիչ ծախսերի կատարմանը,

- դ) խթանում է մենաշնորհումը,

- ե) չի դիտվում որպես ծախսերի և զբաղվածության որոշման ռազմավարական գործոն:

Այժմ տիրապետող է առաջին խմբի տնտեսագետների կարծիքը:

Մենաշնորհային մրցակցության պայմաններում արտադրող կազմակերպությունները ձգտում են խթանել արտադրանքի արտադրությունը և առաքումը, ընդլայնել տեսականին, կիրառել ոչ գնա-

յին այնպիսի գործոններ, որոնք առավելագույնի կհասցնեն շահույթը:

ՀԱՐՑԵՐ, ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔՆԵՐ

1. Ի՞նչ հատկանիշներով է մենաշնորհային մրցակցությունը տարբերվում զուտ մրցակցային և մենաշնորհային մրցակցությունից:
2. Ինչի՞նչ է հանգեցնում արտադրանքների տարբերակումը:
3. Որո՞նք են պահանջարկի և գների վրա ազդող ոչ գնային գործոնները:
4. Ի՞նչ կապ կա առանձին ոչ գնային գործոնների և ստացված առավելագույն շահույթի միջև:
5. Ո՞ր դեպքում համախառն միջին ծախսերը կգերազանցեն սահմանվող գների մակարդակը:
6. Ո՞ր դեպքում մրցակցող կազմակերպությունները կստանան շահույթ կամ վնաս կարճ ժամկետում:
7. Ինչու՞ մենաշնորհային մրցակցության պայմաններում պահանջարկի կորը ճկուն չէ, և ինչու՞ է պայմանավորված պահանջարկի ճկունության աստիճանը:
8. Ո՞ր դեպքում մենաշնորհային մրցակցության կազմակերպությունները կստանան շահույթ կամ վնաս կարճ և երկար ժամկետներում:
9. Երկար ժամկետում ե՞րբ է պահանջարկի կորը դառնում ավելի ճկուն:
10. Ո՞ր դեպքում են կազմակերպություններն աշխատում վնասով:
11. Ի՞նչ միջոցառումներ են իրականացվում երկար ժամկետում հավասարակշռությունը պահպանելու նպատակով:

ԹԵՍԵՐ ԵՎ ԽՆԴԻՐՆԵՐ

- 5.1. Ցանկացած շուկա, անկախ որոշակի ձևից, հիմնվում է.
 - ա) գնի, պահանջարկի և առաջարկի վրա,
 - բ) պահանջարկի և առաջարկի ու մրցակցության վրա,
 - գ) գնի և մրցակցության վրա,
 - դ) գնի, պահանջարկի և առաջարկի ու մրցակցության վրա:
- 5.2. Գների ամեն մի փոփոխություն արտադրողի համար.
 - ա) ծառայում է որպես արտադրության ծավալների փոփոխության կողմնորոշիչ,
 - բ) ազդում է արտադրության տեխնոլոգիայի ընտրության վրա,
 - գ) կանխորոշվում է, թե եկամուտների տվյալ մակարդակի պայմաններում ում կողմից պետք է սպառվի արտադրանքը,
 - դ) թվարկածները միասին:
- 5.3. Տատանումների միջոցով սահմանվում է գների նոր մակարդակ, որի դեպքում.
 - ա) առկա է պահանջարկի և առաջարկի անհավասարություն, արտադրության և սպառման հավասարակշռություն,
 - բ) ապահովվում է պահանջարկի և առաջարկի հավասարակշռություն, դրան համապատասխան էլ արտադրության և սպառման հավասարակշռություն՝ նոր մակարդակով և նոր կառուցվածքով,
 - գ) ապահովվում է արտադրության ու սպառման հավասարակշռությունը հին մակարդակով ու հին կառուցվածքով, պահանջարկի ու առաջարկի հավասարակշռությունը,
 - դ) թվարկվածները սխալ են:
- 5.4. Պահանջարկի և առաջարկի միջև փոխհարաբերակցության փոփոխությունը, այսպես կոչված գների հավասարակշռության շրջանակներում, հանգեցնում է.
 - ա) շուկայական գների տատանումներին,
 - բ) արտադրության ու սպառման հին կառուցվածքին,
 - գ) արտադրության ու սպառման նախկին մակարդակին,
 - դ) արտադրության ու սպառման անհավասարակշռության:
- 5.5. Երբ այս կամ այն արտադրանքի արտադրությունն աճում է և առաջարկը շուկայում աստիճանաբար սկսում է գերազանցել պահանջարկին.

ա) արտադրողների, հետևաբար նաև այդ արտադրանքները վաճառողների միջև մրցակցային պայքարը գնալով սրվում է, մեծանում է,

բ) արտադրողների, հետևաբար նաև այդ արտադրանքները վաճառողների միջև մրցակցային պայքարը գնալով դադարում է,

գ) թվարկվածները 2-ն էլ ճիշտ են,

դ) թվարկվածները 2-ն էլ սխալ են:

5.6. Երբ այս կամ այն ապրանքի արտադրությունն աճում է և առաջարկը շուկայում աստիճանաբար սկսում է գերազանցել պահանջարկին, արտադրողների, հետևաբար նաև այդ արտադրանքները վաճառողների միջև, մրցակցային պայքարը գնալով սրվում է, քանի որ նրանցից յուրաքանչյուրը, ապրանքը վաճառելու նպատակով, հաճախ ստիպված է լինում:

ա) իջեցնել գինը, որն էլ, որպես կանոն, հանգեցնում է տվյալ ապրանքի արտադրության կրճատմանը,

բ) իջեցնել գինը, որն էլ, որպես կանոն, հանգեցնում է տվյալ ապրանքի արտադրության ընդլայնմանը,

գ) բարձրացնել գինը, որն էլ որպես կանոն, հանգեցնում է տվյալ ապրանքի արտադրության կրճատմանը,

դ) բարձրացնել գինը, որն էլ, որպես կանոն, հանգեցնում է տվյալ ապրանքի արտադրության դադարեցմանը:

5.7. Երբ շուկայում այս կամ այն ապրանքի նկատմամբ պահանջարկն աստիճանաբար գերազանցում է առաջարկին, ապա մրցակցությունն արդեն տեղի է ունենում:

ա) սպառողների միջև,

բ) արտադրողների միջև,

գ) փոխադրողների միջև,

դ) ծառայողների միջև:

5.8. Երբ սպառողները ցանկանում են ձեռք բերել սահմանափակ թվով եզակի ապրանքներ, ապա մրցակիցներից, առաջ անցնելու նպատակով, նրանցից յուրաքանչյուրը ձգտում է վճարել:

ա) հնարավորին չափ ցածր գին,

բ) հնարավորին չափ բարձր գին,

գ) հնարավորին չափ ինքնարժեքից բարձր գին,

դ) հնարավորին չափ ինքնարժեքից ցածր գին:

5.9. Երբ սպառողները ցանկանում են ձեռք բերել պակասուրդ ապրանքներ, ապա առաջացած մրցակցության հետևանքով շուկայում:

ա) ապրանքի գինը իջնում է՝ խթանելով տվյալ ապրանքի առաջարկի ավելացմանը,

բ) ապրանքի գինը իջնում է՝ խթանելով տվյալ ապրանքի առաջարկի կրճատմանը,

գ) ապրանքի գինը բարձրանում է՝ խթանելով տվյալ ապրանքի առաջարկի ավելացմանը,

դ) ապրանքի գինը բարձրանում է՝ խթանելով տվյալ ապրանքի առաջարկի կրճատմանը:

5.10. Մրցակցությունը կարող է.

ա) խթան հանդիսանալ արտադրության ընդլայնման համար և ապահովել աճի կայուն տեմպեր,

բ) խոչընդոտել արտադրության ընդլայնմանը և պատճառ դառնալ արտադրության կրճատմանն ու գործազրկության ավելացմանը,

գ) և՛ խթանել, և՛ խոչընդոտել՝ առաջացնելով վերը նշված փոփոխությունները,

դ) և՛ խթանել, և՛ խաչընդոտել չառաջացնելով վերը նշված փոփոխությունները:

5.11. Թվարկվածները շուկաների տեսակներ են, բացառությամբ մեկի.

ա) զուտ մրցակցային և մենաշնորհային,

բ) մենաշնորհային մրցակցային ու դուոպոլային,

գ) պահանջարկի տեղաշարժը (առաջարկի տեղաշարժը),

դ) խմբաշնորհային:

5.12. Այն շուկան, որն իր գործունեության առանձնահատկություններով, դիտվում է որպես մրցունակ կամ կատարյալ, կոչվում է.

ա) մենաշնորհային,

բ) զուտ մրցակցային,

գ) խմբաշնորհային,

դ) մոնոպսոնային:

5.13. Ո՞ր շուկայում է, որ արտադրող և իրացնող կազմակերպությունների թիվը կարող է հասնել մի քանի հարյուրի:

ա) զուտ մրցակցային,

- բ) մենաշնորհային,
- գ) խմբաշնորհային,
- դ) մենաշնորհային մրցակցային:

5.14. Գյուղատնտեսական արտադրանքի իրացման շուկան, ֆոնդային բորսան, արտասահմանյան արժույթների շուկան, լայն մասշտաբի տոնավաճառները բնորոշ են.

- ա) խմբաշնորհային շուկային,
- բ) դոլոպոլային շուկային,
- գ) մենաշնորհային մրցակցային շուկային,
- դ) զուտ մրցակցային շուկային:

5.15. Երբ մրցակցող կազմակերպությունների կողմից արտադրվում են միատիպ, նույն որակական հատկանիշներն ունեցող ապրանքներ, ապա դա բնորոշ է.

- ա) մենաշնորհային շուկային,
- բ) զուտ մրցակցային շուկային,
- գ) մենաշնորհային մրցակցային շուկային,
- դ) խմբաշնորհային շուկային:

5.16. Ոչ գնային մրցակցության երևույթները (կապված արտադրանքի գովազդի, առաքման և այլնի հետ) բացակայում են.

- ա) մենաշնորհային մրցակցային շուկայում,
- բ) զուտ մրցակցային շուկայում,
- գ) օլիգոպոլային շուկայում,
- դ) մենաշնորհային շուկայում:

5.17. Երբ յուրաքանչյուր ֆիրմա արտադրում է ընդհանուր արտադրանքի միայն աննշան մասը, որի որոշակի աճը կամ կրճատումը իրականում չի ազդում այդ արտադրանքի ընդհանուր առաջարկի փոփոխության վրա (հետևավաբար նաև շուկայական գնի վրա), ապա դա.

- ա) զուտ մրցակցային շուկային բնորոշ գիծ է,
- բ) մենաշնորհային շուկային բնորոշ գիծ է,
- գ) խմբաշնորհային շուկային բնորոշ գիծ է,
- դ) մենաշնորհային մրցակցային շուկային բնորոշ գիծ է:

5.18. Երբ երկրում առկա են շուրջ 10.000 մրցակից կազմակերպություններ, որոնցից յուրաքանչյուրը թողարկում է 500 միավոր արտադրանք, որը համապատասխանում է ընդհանուր պահանջարկին, դա նշանակում է, որ տվյալ արտադրանքի գծով ընդհանուր պահանջարկը հավասար է.

- ա) 4 միլիոն հատի,
- բ) 5 միլիոն հատի,
- գ) 6 միլիոն հատի,
- դ) 8 միլիոն հատի:

5.19. Երբ ցանկացած այլ ձեռնարկատեր կամ անհատ ազատորեն ներթափանցում է շուկա, իսկ նախկինում գործող շատ կազմակերպություններ, իրենց կամքով դուրս են գալիս ծյուղից և զբաղվում այլ գործունեությամբ, դա բնորոշ է.

- ա) զուտ մրցակցային շուկային,
- բ) մենաշնորհային շուկային,
- գ) խմբաշնորհային շուկային,
- դ) մոնոպսոնային շուկային:

5.20. Զուտ մրցակցային շուկայի պայմաններում արտադրության կազմակերպման առանձին ոլորտներում.

- ա) կան օրենսդրական լուրջ արգելքներ, որոնք խոչընդոտում են կազմակերպությունների գործունեությունը,
- բ) չկան օրենսդրական լուրջ արգելքներ, որ խոչընդոտեն կազմակերպությունների գործունեությունը,
- գ) պարտադիր համաձայնության են գալիս,
- դ) թվարկված պատասխանները սխալ են:

5.21. Զուտ մրցակցային շուկայի պայմաններում մեծաթիվ արտադրող և վաճառող մրցակիցների առկայությունը հանգեցնում է նրան, որ.

- ա) 1 արտադրող կամ վաճառող կազմակերպությունը ազդում է շուկայական գների վրա,
- բ) 1 արտադրող կամ վաճառող կազմակերպությունը որոշակի ազդեցություն չի ունենում շուկայական գների վրա,
- գ) 1 արտադրող կամ վաճառող կազմակերպությունը ունի գնային քաղաքականություն վարելու հնարավորություն,
- դ) 1 արտադրող կամ վաճառող կազմակերպությունը մասնակցում է գների կազմավորման գործընթացին:

5.22. Զուտ մրցակցային շուկայի պայմաններում մրցակցային ֆիրման (կամ կազմակերպություններից յուրաքանչյուրը).

- ա) մասնակցում է գների կարգավորման գործընթացին,
- բ) զրկված է շուկայում գնային քաղաքականություն վարելու հնարավորությունից,
- գ) չի հարմարվում շուկայի կանոններին,

դ) թվարկվածները չեն համապատասխանում զուտ մրցակցային շուկային:

5.23. Կազմակերպությունները հարմարվում են շուկայի կանոններին և այնտեղ ձևավորած գները դիտվում են որպես կարգավորված մեծությունների, հատկապես.

- ա) զուտ մրցակցային շուկայի պայմաններում,
- բ) խմբաշնորհային շուկայի պայմաններում,
- գ) մենաշնորհային շուկայի պայմաններում,
- դ) մոնոպսոնային շուկայի պայմաններում:

5.24. Չուտ մրցակցային շուկայի պայմաններում մրցակցող կազմակերպությունների հարմարվողականությունը պայմանավորված է շուկայում.

- ա) պահանջարկի կատարյալ ճկունությամբ,
- բ) առաջարկի կատարյալ ճկունությամբ,
- գ) կայուն տնտեսական հավասարակշռությամբ,
- դ) գների կայունությամբ:

5.25. Գնից կախված պահանջարկի առաձգականության գործակիցը իրենից ներկայացնում է պահանջարկի փոփոխության և այդ փոփոխությունն առաջացնող գնի.

- ա) հարաբերությունը,
- բ) արտադրյալը,
- գ) գումարը,
- դ) տաբերությունը:

5.25. I Պահանջարկի փոփոխության և այդ փոփոխությունն առաջացնող գնի հարաբերությամբ կարող ենք որոշել գնից կախված.

- ա) պահանջարկի առաձգականության գործակիցը,
- բ) առաջարկի առաձգականության գործակիցը,
- գ) հնարավորությունների օգտագործման գործակիցը,
- դ) տոկոսադրույքի փոփոխությունը:

5.26. Պահանջարկի առաձգականության գործակիցը ցույց է տալիս, թե.

- ա) քանի %-ով է փոփոխվում ապրանքի առաջարկը, գնի 1%-ով փոփոխության դեպքում,
- բ) քանի %-ով է փոփոխվում ապրանքի պահանջարկն առաջարկի 1%-ով փոփոխության հետևանքով,

գ) քանի %-ով է փոփոխվում ապրանքի պահանջարկն առաջարկի 1%-ով փոփոխության հետևանքով,

դ) քանի %-ով է փոփոխվում ապրանքի գնի առաջարկի 1%-ով փոփոխության հետևանքով:

5.27. Համախառն եկամտի ցուցանիշը՝ որպես արժեքային ցուցանիշ, հաշվարկվում է.

- ա) իրացված արտադրանքի և շուկայական գների միջոցով,
- բ) բաշխված արտադրանքի և շուկայական գների միջոցով,
- գ) տրանսպորտային փոխադրումների գների միջոցով,
- դ) արտադրված արտադրանքի քանակական փոփոխության միջոցով:

5.28. Ներքոնշյալներից ո՞րն է, որ չի մտահոգում մրցակցող կազմակերպությանը.

- ա) ինչ հարաբերությամբ է փոխվում արտադրության ծավալը,
- բ) արտադրության ծավալի տեղաշարժերը ինչ ներգործություն կունենան իրենց եկամուտների վրա,
- գ) ինչպիսին կլինի լրացուցիչ եկամուտը արտադրանքի 1 միավոր ևս իրացնելու դեպքում,
- դ) սահմանափակել խմբաշնորհային կազմակերպությունների թիվը,

5.29. Սահմանային եկամուտը հավելյալ եկամուտն է, որը ստացվում է.

- ա) ամբողջ արտադրանքի իրացնելու արդյունքում,
- բ) ամբողջ արտադրանքի 1/2-ը իրացնելու արդյունքում,
- գ) ամբողջ արտադրանքի 2/3-ը իրացնելու արդյունքում,
- դ) արտադրանքի 1 լրացուցիչ միավոր իրացնելու արդյունքում:

5.30. Արտադրանքի 1 լրացուցիչ միավոր իրացնելու արդյունքում ստացվում է.

- ա) առավելագույն շահույթը,
- բ) միջին եկամուտը,
- գ) համախառն եկամուտը,
- դ) սահմանային եկամուտը:

5.31. Չուտ մրցակցային շուկայում եկամուտը կայուն մեծություն է, քանի որ յուրաքանչյուր լրացուցիչ արտադրանք շուկայում իրացվում է.

- ա) կայուն գնով,
- բ) ամենաբարձր գնով,

- գ) ամենացածր գնով,
 դ) ինքնարժեքին հավասարեցված գնով:
- 5.32. Երբ յուրաքանչյուր լրացուցիչ արտադրանք շուկայում իրացվում է կայուն գնով, ապա սահմանային եկամուտը.**
 ա) հավասար է համախառն եկամտին,
 բ) փոքր է համախառն եկամտից,
 գ) մեծ է համախառն եկամտից,
 դ) կայուն մեծություն է:
- 5.33. Գների տեսության ստեղծմանը նպաստեցին.**
 ա) արժեքի աշխատանքային տեսության շուրջ ծագած բանավեճերը,
 բ) արժեքի ոչ աշխատանքային (բազմագործոնային) տեսության շուրջ ծագած բանավեճերը,
 գ) ոչ մեկը, ոչ էլ մյուսը,
 դ) և մեկը, և մյուսը:
- 5.34. Գների տեսության ստեղծման հարցում մեծ ծառայություն մատուցեց.**
 ա) Ջ. Մ. Քեյնսը,
 բ) Ա. Մարշալը,
 գ) Դ. Ռիկարդոն,
 դ) Ա. Սմիթը:
- 5.35. Ա. Մարշալը գտնում էր, որ ուշադրությունը պետք է կենտրոնացնել.**
 ա) արժեքի աշխատանքային տեսության շուրջ ծագած բանավեճերի պարզաբանման վրա,
 բ) արժեքի ոչ աշխատանքային (բազմագործոնային) տեսության շուրջ ծագած բանավեճերի պարզաբանման վրա,
 գ) պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության վրա,
 դ) պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության հիման վրա հիմնավորող և հետազոտող գների տեսության վրա:
- 5.36. Ա. Մարշալը հիմնավորեց, որ տնտեսական աշխարհում տեղի ունեցող բոլոր իրադարձությունները կարելի է բացատրել պահանջարկի և առաջարկի փոխհարաբերակցության հետևանքով ձևավորված շուկայական.**
 ա) տատանվող գնի միջոցով,
 բ) ամենաբարձր գնի միջոցով,
 գ) հավասարակշիռ գնի միջոցով,

- դ) ամենացածր գնի միջոցով:
- 5.37. Ա. Մարշալը, տալով գնի վրա պահանջարկի և առաջարկի փոխհարաբերակցության ներգործության կառուցակարգը, հանգում է այն հետևության, որ պահանջարկի և գնի միջև գործում է.**
 ա) ուղիղ համեմատական կապ,
 բ) հակադարձ համեմատական կապ,
 գ) և՛ մեկը, և՛ մյուսը,
 դ) թվարկվածները սխալ են:
- 5.38. Ա. Մարշալը, տալով գնի վրա պահանջարկի և առաջարկի փոխհարաբերակցության ներգործության կառուցակարգը, հանգում է այն հետևության, որ առաջարկի և գնի միջև գործում է.**
 ա) ուղիղ համեմատական կապ,
 բ) հակադարձ համեմատական կապ,
 գ) վերը նշված պատասխանները միասին,
 դ) ոչ մեկը, ոչ էլ մյուսը:
- 5.39. Ըստ Ա. Մարշալի՝ հավասարակշիռ գինը սահմանվում է այն դեպքում, երբ.**
 ա) պահանջարկը գերազանցում է առաջարկին,
 բ) պահանջարկը համապատասխանում է առաջարկին,
 գ) առաջարկը գերազանցում է պահանջարկին,
 դ) առաջարկը հակադարձ համեմատական է գնին:
- 5.40. Ա. Մարշալը գիտնականորեն առաջինը հիմնավորեց գների վերլուծության մեջ.**
 ա) աշխատանքի գործոնի ազդեցության անխուսափելիությունը,
 բ) կապիտալի գործոնի ազդեցության անխուսափելիությունը,
 գ) հողի գործոնի ազդեցության անխուսափելիությունը,
 դ) ժամանակի գործոնի ազդեցության անխուսափելիությունը:
- 5.41. Ըստ Ա. Մարշալի, երբ կարճ ժամկետում պահանջարկը գերազանցում է առաջարկին և վերջինս հնարավոր չէ ապահովել առկա միջին տարեկան կարողություններով, ապա մեծ պահանջարկ ունեցող ապրանք արտադրող ձեռնարկությունները կարող են.**
 ա) իջեցնել գները և ստանալ լրացուցիչ եկամուտներ,
 բ) բարձրացնել գները և ստանալ լրացուցիչ եկամուտներ,
 գ) բարձրացնել գները և լրացուցիչ եկամուտ չստանալ,

դ) իջեցնել գները և լրացուցիչ եկամուտները ավելացնել:
5.42. Թեպետ կարճ ժամկետում մրցակցող կազմակերպությունների գործունեությունը ծավալվում է անփոփոխ սարքավորումների հիման վրա, բայց և այնպես, այստեղ ձգտում են.

- ա) առավելագույնի հասցնել շահույթը և վնասը,
- բ) նվազագույնի հասցնել շահույթը և վնասը,
- գ) առավելագույնի հասցնել շահույթը կամ նվազագույնի՝ վնասը,
- դ) առավելագույնի հասցնել վնասը կամ նվազագույնի՝ շահույթը:

5.43. Մրցակցող կազմակերպությունները կարճ ժամկետում համախառն եկամտի և համախառն ծախսերի, ինչպես նաև սահմանային եկամուտների ու սահմանային ծախսերի համեմատության սկզբունքներով են առաջնորդվում, երբ ցանկանում են պարզել.

- ա) գների արտադրության ծավալի և նվազագույն շահույթի ստացման փոխհարաբերակցությունը,
- բ) գների և առավելագույն շահույթի ստացման փոխհարաբերակցությունը,
- գ) գների, արտադրության ծավալի և առավելագույն շահույթի ստացման փոխհարաբերակցությունը,
- դ) գների և նվազագույն շահույթի ստացման փոխհարաբերակցությամբ:

5.44. Մրցակցող կազմակերպությունները շուկայական գները հաշվարկելիս համախառն եկամտի և համախառն ծախսերի համեմատության սկզբունքի միջոցով կարճ ժամկետում շահույթի կամ վնասի չափի որոշման ժամանակ պարզում են.

- ա) անհրաժեշտ է արդյոք արտադրել, եթե այո, ի՞նչ քանակությամբ, որքան շահույթ (կամ վնաս) կարող է ստացվել,
- բ) եթե պետք է արտադրեն, ապա պարտադիր վնասը հասցնեն առավելագույնի,
- գ) եթե պետք է արտադրեն, ապա շահույթը հասցնեն նվազագույնի,
- դ) եթե պետք է արտադրեն, ապա այնպես անեն, որ վնասը գերազանցի կայուն ծախսերին:

5.45. Եթե մրցակցող ֆիրման կարճ ժամանակաշրջանում արտադրանք չթողարկի կամ չաշխատի, ապա կրած վնասները.

- ա) մեծ կլինեն կայուն ծախսերից,
- բ) փոքր կլինեն կայուն ծախսերից,

- գ) հավասար կլինեն կայուն ծախսերից,
- դ) հավասար կլինեն փոփոխուն ծախսերին:

5.46. Եթե մրցակցող ֆիրման կարճ ժամանակահատվածում չաշխատելուց հետո սկսի ինչ-որ ձևով գործել, ապա այդ վնասները.

- ա) ավելի քիչ կլինեն, քան փոփոխուն ծախսերն են,
- բ) ավելի քիչ կլինեն, քան կայուն ծախսերն են,
- գ) ավելի շատ կլինեն, քան կայուն ծախսերն են,
- դ) ավելի շատ կլինեն, քան կայուն ծախսերն են:

5.47. Մրցակցող ֆիրման կցանկանա կարճ ժամկետում արտադրել, եթե ստանա տնտեսական շահույթ կամ թեկուզ վնաս, որը.

- ա) հավասար կլինի կայուն ծախսերին,
- բ) ավելի փոքր կլինի կայուն ծախսերից,
- գ) հավասար կլինի կայուն ծախսերին,
- դ) ավելի փոքր կլինի փոփոխուն ծախսերից:

5.48. Մրցակցող ֆիրման կարճ ժամկետում ձգտում է ստանալ այնքան արտադրանք, որ.

- ա) առավելագույնի հասցնի շահույթը կամ վնասը,
- բ) նվազագույնի հասցնի վնասը, կամ առավելագույնի՝ շահույթը,
- գ) նվազագույնի հասցնի շահույթը կամ առավելագույնի՝ վնասը,
- դ) նվազագույնի հասցնի շահույթը կամ վնասը:

5.49. Այն հարցին, թե որքան շահույթ կամ վնաս կարող է ստացվել, ի՞նչ հնարավոր դեպքեր պետք է ուսումնասիրել.

- ա) առավելագույն շահույթի ստացման դեպքը,
- բ) վնասը նվազագույնի հասցնելու դեպքը,
- գ) արտադրության դադարեցման դեպքը,
- դ) վերը թվարկվածները միասին:

5.50. Ֆիրմայի առավելագույն շահույթի ստացման դեպքը ներկայացնելով 5.1 աղյուսակում, որտեղ գինը կայուն է (131 դոլար 1 միավոր արտադրանքի գինը) երևում է, որ.

- ա) ամբողջական կայուն ծախսերն անփոփոխ են,
- բ) ամբողջական փոփոխական ծախսերը փոփոխվում են նվազող հատույցի օրենքի պահանջներին համապատասխան,
- գ) ա և բ պատասխանները միասին,
- դ) ամբողջական կայուն ծախսերը փոփոխվում են նվազող հատույցի օրենքի պահանջներին համապատասխան:

5.51. Երբ ամբողջական փոփոխական ծախսերը փոփոխվում են նվազող հատույցի օրենքի պահանջներին համապատասխան, ապա դա նշանակում է.

- ա) I արտադրանքի համեմատությամբ II-ի փոփոխական ծախսերն ավելի քիչ են, III-ինն ավելի շատ են քան II-ինը և այդպես շարունակ,
- բ) I արտադրանքի համեմատությամբ II-ի փոփոխական ծախսերն ավելի քիչ են, III-ինն ավելի քիչ II-ից, IV-ինը՝ III-ից և այդպես շարունակ,
- գ) I արտադրանքի համեմատությամբ IV-ի փոփոխական ծախսերն ավելի շատ են,
- դ) III արտադրողներից հետո փոփոխական ծախսերն անընդհատ աճում են:

5.52. Ըստ 5.1 աղյուսակի տվյալների՝ արտադրանքի քանակի ավելացմանը զուգընթաց, համախառն ծախսերի աճի տեմպը գնալով.

- ա) աճում է, կայուն ծախսերն առավել արդյունավետ օգտագործելու շնորհիվ,
- բ) նվազում է կայուն ծախսերն առավել արդյունավետ օգտագործելու շնորհիվ,
- գ) հավասարվում է կայուն ծախսերին,
- դ) գերազանցում է կայուն ծախսերին:

5.53. Ամբողջական տնտեսական շահույթը (+) կամ վնասը (-) հաշվարկում է համախառն եկամուտների և ծախսերի.

- ա) գումարով,
- բ) տարբերությամբ,
- գ) արտադրյալով,
- դ) հարաբերությամբ:

5.54. Ձուտ մրցակցության ժամանակ համախառն եկամտի գծապատկերն ունի ուղիղ գծի տեսք, քանի որ յուրաքանչյուր 1 միավոր արտադրանք արտադրելու դեպքում համախառն եկամուտն աճում է նույն մեծությամբ, որն էլ բացատրվում էր նրանով, որ ընդունեցին.

- ա) միևնույն կայուն գինը,
- բ) միևնույն փոփոխուն ծախսը,
- գ) միևնույն վնասի չափը,
- դ) միևնույն շահույթի չափը:

5.55. Տնտեսագիտության կողմից հիմնավորվել է, որ արտադրանքի ցանկացած քանակ կարելի է արտադրել միայն այն դեպքում, երբ.

- ա) համախառն (MR) եկամուտը գերազանցում է սահմանային ծախսերին [$MR > MC$],
- բ) $MR = MC$,
- գ) $MR < MC$ կամ $MC > MR$,
- դ) MR հավասար չէ MC-ին:

5.56. Երբ արտադրանքի սահմանային ծախսերը գերազանցեն սահմանային եկամուտը, ֆիրման.

- ա) ավելի կընդլայնի արտադրությունը,
- բ) կդադարեցնի այդ լրացուցիչ արտադրանքի արտադրությունը,
- գ) կավելացնի շահույթի մեծությունը,
- դ) կավելացնի փոփոխուն ծախսերը:

5.57. Երբ ֆիրման յուրաքանչյուր լրացուցիչ արտադրանքի համար ստանում է ավելի շատ եկամուտ(MR), քան ավելացնում է ծախսերը(MC), ապա դա նշանակում է, որ.

- ա) $MR = MC$,
- բ) MR հավասար չէ MC-ին,
- գ) $MR > MC$,
- դ) $MR < MC$:

5.58. Ֆիրման կարող է արտադրությունը դադարեցնել, երբ.

- ա) $MR = MC$,
- բ) $MR > MC$,
- գ) $MR < MC$,
- դ) շահույթը:

5.59. Բոլոր Ֆիրմաների համար առավելագույն շահույթ ստանալու անհրաժեշտ պայման պետք է դիտել.

- ա) սահմանային եկամտի և սահմանային ծախսերի հավասարության պայմանը,
- բ) MR-ի և MC-ի անհավասարության պայմանը,
- գ) MR-ի ավելացման պայմանը,
- դ) MC-ի ավելացման պայմանը:

5.60. Ձուտ մրցակցային շուկայի պայմաններում շահույթն առավելագույնի հասնելու կամ վնասը նվազագույնը դարձնելու համար պահանջում է, որպեսզի ֆիրման արտադրի այն-քան, երբ արտադրանքի.

- ա) $MR > MC$,
- բ) $P > MC$,
- գ) $P = MC + MR$,
- դ) $P < MR$:

5.61. Ձուտ մրցակցային շուկայում ֆիրման ձգտում է առավելագույնի հասցնել.

- ա) միավոր արտադրանքից ստացվող շահույթը,
- բ) ամբողջական շահույթը,
- գ) միջին կայուն ծախսերը,
- դ) սահմանային ծախսերը:

5.62. Ենթադրենք 7 միավոր արտադրանք արտադրելու դեպքում միավորի հաշվով ստացված շահույթը հավասար է 39, 57, իսկ 9 միավոր արտադրանք արտադրելու դեպքում՝ 33, 22: Այս դեպքում ֆիրման կծգտի.

- ա) արտադրել 7 միավոր արտադրանք,
- բ) արտադրել 9 միավոր արտադրանք,
- գ) 7 միավոր արտադրելուց հետո դադարեցնել արտադրությունը,
- դ) 9 միավոր արտադրելուց հետո դադարեցնել արտադրությունը:

5.63. Երբ շուկայում գները իջնում են, ապա մրցակցող յուրաքանչյուր ֆիրմա ձգտում է.

- ա) բարձրացնել գները,
- բ) նվազագույնի հասցնել վնասը,
- գ) առավելագույնի հասցնել վնասը,
- դ) առավելագույնի հասցնել կայուն ծախսերը:

5.64. Ձուտ մրցակցային շուկայում գների իջեցման դեպքում ֆիրման իր վնասը նվազագույնի հասցնելու նպատակով ցանկանում է արտադրել այն դեպքում, երբ ստացվող ամբողջական վնասը, իր բացարձակ ծավալով.

- ա) ավելի մեծ է, քան կազմակերպության կայուն ծախսերի գումարը,
- բ) ավելի փոքր է, քան կազմակերպության կայուն ծախսերի գումարը,
- գ) հավասար է կազմակերպության կայուն ծախսերին,
- դ) բոլոր նշված պատասխանները ճիշտ են:

5.65. Եթե գների իջեցման հետևանքով մրցակցող կազմակերպության վնասը գնալով ավելանա և գերազանցի կայուն ծախսերին, ապա ավելի նպատակահարմար է.

- ա) ժամանակավորապես դադարեցնել արտադրությունը,
- բ) ժամանակավորապես ընդլայնել արտադրությունը,
- գ) միշտ շարունակել արտադրությունը,
- դ) ժամանակավորապես շարունակել արտադրությունը:

5.66. Երբ կազմակերպության վնասը մեծանում է՝ գերազանցելով կայուն ծախսերը, ուստի անհրաժեշտ է դադարեցնել արտադրությունը և սահմանափակել նվազագույն վնասով, որը կազմում է.

- ա) սահմանային ծախսերին հավասար գումար,
- բ) կայուն ծախսերին հավասար գումար,
- գ) փոփոխուն ծախսերին հավասար գումար,
- դ) համախառն ծախսերին հավասար գումար:

5.67. Ձուտ մրցակցային շուկայում կարճ ժամկետում.

- ա) կայուն է կազմակերպությունների թիվը, որոնք գործում են չփոփոխվող տեխնիկական միջոցների պայմաններում,
- բ) կայուն է կազմակերպությունների թիվը, և փոփոխվում է արտադրության տեխնոլոգիան,
- գ) փոփոխվում է կազմակերպությունների թիվը, իսկ արտադրական տեխնոլոգիան՝ ոչ,
- դ) փոփոխվում է և՛ կազմակերպության թիվը, և՛ արտադրական տեխնոլոգիան:

5.68. Ձուտ մրցակցային շուկայում երկար ժամկետում.

- ա) կայուն է կազմակերպությունների թիվը, որոնք գործում են չփոփոխվող տեխնիկական միջոցների պայմաններում,
- բ) կայուն է կազմակերպությունների թիվը, և փոխվում է արտադրական տեխնոլոգիան,
- գ) փոխվում է կազմակերպությունների թիվը, իսկ արտադրական տեխնոլոգիան ոչ,
- դ) փոխվում է և՛ կազմակերպությունների թիվը, և արտադրական տեխնոլոգիան:

5.69. Երկար ժամկետում, արտադրության կառուցվածքային տեղաշարժերն ավարտելուց հետո, բնական է, որ պետք է ձեռք բերվի որոշակի հավասարակշռվածություն.

- ա) արտադրանքի գնի, կազմակերպության համախառն միջին ծախսերի և արտադրանքի ծավալի միջև,
- բ) արտադրանքի գնի, կազմակերպության միջին կայուն ծախսերի և արտադրանքի ծավալի միջև,

- գ) արտադրանքի գնի, կազմակերպության միջին փոփոխության ծախսերի և արտադրանքի ծավալի միջև,
 դ) արտադրանքի գնի և արտադրանքի ծավալի միջև:
- 5.70. Հնարավոր տնտեսական շահույթի ստացման հեռանկարը կոգնորի մեր կազմակերպություններին հատկապես ճյուղի կազմում, ընդգրկվելու հարցում, այնքան ժամանակ, քանի դեռ.**
 ա) սկզբնական շուկայական գինը գերազանցում է միջին համախառն ծախսերին,
 բ) սկզբնական շուկայական գինը միջին համախառն ծախսերից փոքր է,
 գ) սկզբնական շուկայական գինը գերազանցում է համախառն ծախսերը,
 դ) սկզբնական շուկայական գինը համախառն ծախսերից փոքր է:
- 5.71. Նշված մրցակցային շուկաներից, որն է համարվում կատարյալ.**
 ա) մենաշնորհային,
 բ) դուոպոլային,
 գ) խմբաշնորհային,
 դ) զուտ մրցակցային:
- 5.72. Մրցակցային շուկաներից յուրաքանչյուրում արտահայտվում է.**
 ա) շուկայական սուբյեկտների քանակական տարբերությունը,
 բ) գների վրա վերահսկողության իրականացման աստիճանը,
 գ) արտադրված արտադրանքի և իրացման հնարավորությունների աստիճանը,
 դ) վերը նշված տարբերակները միասին:
- 5.73. Եթե տվյալ ֆիրման շուկայում հանդես է գալիս որպես միակ արտադրող սուբյեկտ իսկ ճյուղը կազմված է հենց այդ միակ կազմակերպությանն, ապա դա նշանակում է, որ գործում է.**
 ա) մենաշնորհային շուկա,
 բ) զուտ մրցակցային շուկա,
 գ) խմբաշնորհային շուկա,
 դ) մոնոպսոնային շուկա:
- 5.74. Երբ շուկայում բացակայում է տվյալ արտադրանքի փոխարինիչը ու շատ դեպքերում ֆիրման չի մտահոգվում գո-**

- վազդի և առաքման գործառնությունների խթանման հարցերով, ապա դա նշանակում է, որ այդ ֆիրման գործում է.**
 ա) մենաշնորհային շուկայի ձևաչափով,
 բ) զուտ մրցակցային շուկայի ձևաչափով,
 գ) խմբաշնորհային շուկայի ձևաչափով,
 դ) մոնոպսոնային շուկայի ձևաչափով:
- 5.75. Երբ շուկայում ֆիրման վերահսկողություն է սահմանում գների վրա և իր կամքը թելադրում, հանդես գալով գին թելադրողի ֆունկցիայով, ապա այս դեպքում ֆիրման գործում է.**
 ա) մենաշնորհային շուկայում,
 բ) զուտ մրցակցային շուկայում,
 գ) խմբաշնորհային շուկայում,
 դ) մոնոպսոնային շուկայում:
- 5.76. Նշված տարբերակներից որն է բնորոշ մենաշնորհային շուկային.**
 ա) այլ կազմակերպությունների համար շուկայի մուտքը ազատ է,
 բ) այլ կազմակերպությունների համար շուկայի մուտքը ազատ չէ,
 գ) ֆիրման գրկված է գին թելադրողի գործառնությից,
 դ) շուկան հազեցած է այլընտրանքային կամ փոխարինող ապրանքներով:
- 5.77. Մենաշնորհային շուկայական ձևաչափով գործող կազմակերպությունները պետության կողմից վերահսկվում են.**
 ա) արտոնությունների սահմանափակման ճանապարհով,
 բ) արտոնագրերի և լիցենզիաների տրամադրման ճանապարհով,
 գ) կազմակերպությունների քանակի ընդլայնման ճանապարհով,
 դ) նշված տարբերակները սխալ են:
- 5.78. Երբ ճյուղում գինը գերազանցում է սահմանային եկամտին, ապա այս դեպքում մենաշնորհ արտադրողը կարող է իրացման ծավալը ավելացնել՝ միավոր արտադրանքի վրա.**
 ա) համեմատաբար բարձր գին սահմանելու ճանապարհով,
 բ) համեմատաբար ցածր գին սահմանելու ճանապարհով,
 գ) սահմանված գինը պահպանելով,
 դ) ավելի շատ համախառն ծախսեր կատարելու ճանապարհով:
- 5.79. Մենաշնորհային շուկայի ձևաչափով գործող ֆիրմայում յուրաքանչյուր լրացուցիչ իրացված արտադրանքի միավորի հաշվով, նախորդ արտադրանքների բոլոր միավորների գների**

իջեցումից ստացվող համախառն եկամտի համեմատ, եկամուտը.

- ա) ավելի շատ կավելանա,
- բ) ավելի քիչ կավելանա,
- գ) չի փոփոխվի,
- դ) կհավասարվի 0-ի:

5.80. Մենաշնորհային շուկայի ձևաչափով գործող կազմակերպության համար յուրաքանչյուր հաջորդ արտադրանքը իրացնելիս, բացառությամբ առաջին արտադրանքի, սահմանային եկամուտը.

- ա) արտադրանքի գնից ցածր է,
- բ) արտադրանքի գնից բանրժր է,
- գ) հավասար է արտադրանքի գնին,
- դ) փոքր է սահմանային ծախսերից:

5.81. Մենաշնորհային շուկայում յուրաքանչյուր հաջորդ լրացուցիչ արտադրանքը իրացնելիս սահմանային եկամուտը հավասար է իրացված տվյալ արտադրանքի և նախորդ արտադրանքի համախառն եկամտի.

- ա) գումարին,
- բ) արտադրյալին,
- գ) տարբերությանը,
- դ) քանորդին:

5.82. Քանի որ յուրաքանչյուր լրացուցիչ արտադրանք արտադրելու դեպքում գները գերազանցում են սահմանային եկամուտներին, մենաշնորհի առաջին արտադրանքի արտադրությունը.

- ա) ստացվում է ավելի մեծ շահույթով,
- բ) ստացվում է ավելի փոքր շահույթով,
- գ) ստացվում է վնասով,
- դ) կազմակերպում են ամենաբարձր գին սահմանելու նպատակով:

5.83. Ոչ մրցակցային շուկայի պայմաններում մենաշնորհ արտադրողի կողմից արտադրանքի գնի ճիշտ սահմանումը և արտադրանքի սահմանի ճիշտ որոշումը կարևոր նշանակություն ունեն.

- ա) առավելագույն շահույթ ձեռք բերելու կործում,
- բ) համախառն եկամտի աճ ապահովելու գործում,

- գ) ինչպես առավելագույն շահույթ ձեռք բերելու գործում, այնպես էլ համախառն եկամտի աճ ապահովելու գործում,
- դ) ոչ առավելագույն շահույթ ձեռք բերելու գործում, ոչ համախառն եկամտի աճ ապահովելու գործում:

5.84. Մենաշնորհ արտադրողի, ինչպես նաև մրցակցող ծյուղի ցանկացած կազմակերպության, վերջնական նպատակն է առավելագույնի հասցնել.

- ա) միավոր արտադրանքից ստացված շահույթը,
- բ) ամբողջ արտադրության մասշտաբով ստացված շահույթը,
- գ) միավոր արտադրանքի ինքնարժեքը,
- դ) լրիվ ինքնարժեքը:

5.85. Մենաշնորհ արտադրողը շարունակում է ավելացնել արտադրության ծավալը մինչև այն պահը, քանի դեռ.

- ա) սահմանային եկամուտը չի հավասարվել սահմանային ծախսերին,
- բ) սահմանային եկամուտը գերազանցում է սահմանային ծախսերը,
- գ) չի մեծացրել իր հմտության աստիճանը,
- դ) չի ստացել վերահսկողություն սահմանելու իրավունքը:

5.86. Մենաշնորհ արտադրողին ոչ միշտ է ձեռնադրու օգտվել իր դիրքից և սահմանել առավել բարձր գին, քանի որ այդ գնով արտադրանքի իրացումը.

- ա) նրան չի զրկում առավելագույն շահույթ ստանալու հնարավորությունից,
- բ) նրան զրկում է առավելագույն շահույթ ստանալու հնարավորությունից,
- գ) նրան զրկում է արտադրելու հնարավորությունից,
- դ) նշված պատասխանները սխալ են:

5.87. Համախառն շահույթի գումարը հաշվարկվում է համախառն եկամուտների և համախառն ծախսերի.

- ա) տարբերությամբ,
- բ) գումարով,
- գ) արտադրյալով,
- դ) քանորդով:

5.88. Եթե արդյունավետ բաշխվեն պաշարները, ապա մենաշնորհ արտադրողը կարող է արտադրությունը հասցնել այն մակարդակի, երբ.

- ա) գինը հավասարվում է սահմանային ծախսերին,
- բ) սահմանային ծախսերը գերազանցում են գնին,
- գ) սահմանային եկամուտները գերազանցում են գնին,
- դ) գինը ինքնարժեքից փոքր է:

5.89. Այլ հավասար պայմաններում, որքան փոքր է գնորդի պահանջարկի ճկունությունը, այնքան մենաշնորհ կազմակերպության բարձր գին սահմանելու հնարավորությունները.

- ա) աստիճանաբար նվազում են,
- բ) աստիճանաբար աճում են,
- գ) մեծ են,
- դ) փոքր են:

5.90. Մենաշնորհ ֆիրման, օգտվելով իր շուկայական դիրքից, շահույթը ավելացնելու նպատակով առանձին գնորդների համար սահմանում է.

- ա) տարբեր գներ,
- բ) միատեսակ գներ,
- գ) միատեսակ պայմաններ
- դ) միայն ցածր գներ:

5.91. Մենաշնորհային շուկայում գործող ֆիրման պայմանականորեն.

- ա) շուկան բաժանում է առանձին հատվածների,
- բ) միևնույն ապրանքը տարբեր գներով վաճառում է սպառողներին,
- գ) վերը նշված տարբերակները միասին,
- դ) ոչ մի պատասխան ճիշտ չէ:

5.92. Մենաշնորհային շուկայական ձևաչափում գների տարբերությունը.

- ա) պայմանավորված չէ ծախսերի տարբերությամբ,
- բ) պայմանավորված է ծախսերի տարբերությամբ,
- գ) պայմանավորված է գների վերահսկողության բացակայությամբ,
- դ) պայմանավորված է արտադրության ծավալի կրճատմամբ:

5.93. Ապրանքների տարբեր հատվածներում տարբեր գներով իրացման կազմակերպումը տնտեսագիտության մեջ անվանում են.

- ա) գնային խթանում,
- բ) գնային խտրականություն,
- գ) շահույթի կրճատում,

դ) միջնորդային մրցակցություն:

5.94. Գնային խտրականության ժամանակ.

- ա) սպառողների բաժանում են տարբեր խմբերի,
- բ) սպառողներին յուրաքանչյուր խմբի նկատմամբ իրականացնում են գնային տարբեր քաղաքականություն,
- գ) որևէ մեկի իրավունքները չեն ոտնահարվում,
- դ) վերը նշված պատասխանները միասին:

5.95. Մենաշնորհ կազմակերպությանն միշտ հետաքրքրում է շուկայի հաջող հատվածավորումը, որի արդյունքում հնարավորություն է ստանում.

- ա) արտադրանքը հարուստ գնորդներին իրացնել բարձր գներով,
- բ) արտադրանքը մի շարք գնորդներին իրացնել ցածր գներով,
- գ) յուրաքանչյուր հատվածում լրացուցիչ շահույթ ստանալու հնարավորություն ապահովող գներով իրացնել,
- դ) վերը նշված տարբերակները միասին:

5.96. Նշված տարբերակներից որն է, որ գնային խտրականության իրականացման համար անհրաժեշտ պայմաններից մեկն է համարվում.

- ա) կազմակերպության մենաշնորհ դիրքը,
- բ) կազմակերպությունների մեծ քանակությունը,
- գ) խմբաշնորհային մրցակցային ձևաչափով գործող ֆիրման,
- դ) շուկայում մուտքը և ելքը ազատ է:

5.97. Նշված տարբերակներից որն է, որ գնային խտրականության իրականացման համար անհրաժեշտ պայմաններից մեկն է համարվում.

- ա) գնագոյացման վրա վերահսկողության սահմանում,
- բ) խմբաշնորհային մրցակցային ձևաչափով գործող ֆիրման,
- գ) գների վրա վերահսկողություն չպետք է սահմանվի,
- դ) կազմակերպության հմտության բացակայությունը:

5.98. Նշված տարբերակներից որն է, որ գնային խտրականության իրականացման համար անհրաժեշտ պայմաններից մեկն է համարվում.

- ա) արտադրության մասշտաբների վրա վերահսկողություն սահմանելը,
- բ) կազմակերպությունների մեծ քանակությունը,
- գ) գների վրա վերահսկողություն չպետք է սահմանվի,
- դ) կազմակերպության հմտության բացակայությունը:

5.99. Նշված տարբերակներից որն է, որ գնային խտրականության իրականացման համար անհրաժեշտ պայմաններից մեկն է համարվում.

- ա) սկզբնական գնորդի կողմից ապրանքի վերավաճառման հնարավորության ստեղծումը,
- բ) խմբաշնորհային մրցակցային ձևաչափով գործող ֆիրման,
- գ) մենաշնորհ կազմակերպության հմտության բարձր աստիճանը,
- դ) մենաշնորհ կազմակերպության հմտության ցածր աստիճանը:

5.100. Նշված տարբերակներից որն է, որ գնային խտրականության իրականացման համար անհրաժեշտ պայմաններից մեկն է համարվում.

- ա) սկզբնական գնորդի կողմից ապրանքի վերավաճառման հնարավորության ստեղծումը,
- բ) սկզբնական գնորդի կողմից ապրանքի վերավաճառման հնարավորության բացառումը,
- գ) գներ վրա վերահսկողություն չպետք է սահմանի,
- դ) արտադրության մասշտաբների վրա վերահսկողություն չպետք է սահմանի:

5.101. Գնային խտրականության սկզբունքի կիրառման ամենահիմնական նպատակն է համարվում.

- ա) ավելի փոքր շահույթի ստացումը և ավելի մեծ քանակով արտադրանքի իրացման ապահովումը,
- բ) բարձր շահույթի ստացումը և ավելի փոքր քանակով արտադրանքի իրացման ապահովումը,
- գ) փոքր շահույթի ստացումը և ավելի փոքր քանակով արտադրանքի իրացման ապահովումը,
- դ) բարձր շահույթի ստացումը և ավելի մեծ քանակով արտադրանքի իրացման ապահովումը:

5.102. Մենաշնորհային կազմակերպության գները սահմանելու գերիշխանությունը հանգեցնում է այնպիսի անցանկալի երևույթների, ինչպիսիք են.

- ա) գործարար ակտիվության աշխուժացումը,
- բ) ճյուղերի զգալի մասի գրավումը,
- գ) գների ազատականացումը,
- դ) գների վերահսկողության բացակայությունը:

5.103. Մենաշնորհային կազմակերպության գները սահմանելու գերիշխանությունը հանգեցնում է այնպիսի անցանկալի երևույթներ, ինչպիսիք են.

- ա) միայն շուկայի բաշխման գաղտնի համաձայնությունների կայացումը,
- բ) միայն գների սահմանման մասին գաղտնի կամ լեզալ համաձայնությունների կայացումը,
- գ) շուկաների բաշխման և գների սահմանման գաղտնի կամ լեզալ համաձայնությունների կայացումը,
- դ) վերը նշված տարբերակները սխալ են:

5.104. Մենաշնորհային կազմակերպության գները սահմանելու գերիշխանությունը հանգեցնում է այնպիսի անցանկալի երևույթներ, ինչպիսիք են.

- ա) արհեստական պակասորդի ստեղծումը,
- բ) արհեստական պակասորդի ստեղծման կանխումը,
- գ) գների ազատականացումը,
- դ) ազատ միջնորդային մրցակցության ապահովումը՝ կապված մուտքի և ելքի հետ:

5.105. Մենաշնորհային կազմակերպության գները սահմանելու գերիշխանությունը հանգեցնում է այնպիսի անցանկալի երևույթների, ինչպիսիք են.

- ա) գործարար ակտիվության արգելակումը,
- բ) արհեստական պակասորդի ստեղծման կանխումը,
- գ) գների ազատականացումը,
- դ) գների վերահսկողության բացակայությունը:

5.106. Պետության կողմից ընդունված հակամենաշնորհային օրենքները.

- ա) սահմանափակում են մենաշնորհի գերիշխանության հնարավորությունները,
- բ) չեն սահմանափակում մենաշնորհի գերիշխանության հնարավորությունները,
- գ) սահմանափակում են նորանուծություններ կատարելու հնարավորությունները,
- դ) վերը նշված բ և գ հնարավորությունները միասին:

5.107. Գների հորիզոնական հաստատագրում ասելով հասկանում ենք.

ա) միայն մեծածախ առևտրի կազմակերպությունների գների սահմանման վերաբերյալ համաձայնությունները,
բ) միայն մանրածախ առևտրի կազմակերպությունների միջև գների սահմանման վերաբերյալ համաձայնությունները,
գ) մեծածախ կամ մանրածախ առևտրի կազմակերպությունների միջև գների սահմանման վերաբերյալ համաձայնությունները,
դ) որ վարկի կամ իրացման պայմանների հետ կապված՝ մենաշնորհը չպետք է համաձայնության գա իր մրցակիցների հետ:

5.108. Գների ուղղահայաց հաստատումը առաջանում է այն դեպքում, երբ արտադրողները կամ մեծածախ առևտրով զբաղվող կազմակերպությունները.

- ա) չեն կարող վերահսկել իրենց ապրանքների ու ծառայությունների մանրածախ գները,
- բ) կարող են վերահսկել իրենց ապրանքների ու ծառայությունների մանրածախ գները,
- գ) չեն կարող որոշել իրենց ապրանքների ու ծառայությունների մանրածախ գները,
- դ) չեն պարտադրում մանրածախ գները:

5.109. Երբ արտադրողները կամ մեծածախ առևտրով զբաղվող կազմակերպությունները կարողանում են վերահսկել իրենց ապրանքների ու ծառայությունների մանրածախ գները, ապա այդ պրակտիկան անվանվում է.

- ա) անարդարացի առևտրի սկզբունք,
- բ) ազատ առևտուր,
- գ) բաց առևտուր,
- դ) փակ առևտուր:

5.110. Ներկայումս մենաշնորհ արտադրողները կամ մանրածախ առևտրի կազմակերպությունները կարողանում են վերահսկել միայն այն մեթոդների կիրառմամբ, որոնք.

- ա) թույլատրել են օրենսդրությամբ,
- բ) արգելվում են օրենսդրությամբ,
- գ) խթանում են օրենսդրությամբ,
- դ) բարդացնում են օրենսդրությամբ:

5.111. Հակամենաշնորհային կարգավորման նպատակն է.

- ա) բիզնեսի և արդյունավետ մրցակցության սահմանափակումը,
- բ) բիզնեսի և արդյունավետ մրցակցության սահմանափակումը,

- գ) մրցակցային միջավայրի սահմանափակումը ապրանքի որևէ տեսակով,
- դ) մրցակցային միջավայրի սահմանափակումը ծառայության որևէ տեսակով:

5.112. Նշված տարբերակներից ո՞րը գնագոյացման մրցակցային միջավայրի տեսակ չէ.

- ա) շուկայի կողմից վերահսկվող մրցակցություն,
- բ) կառավարության կողմից վերահսկվող մրցակցություն,
- գ) կազմակերպության կողմից վերահսկվող մրցակցություն,
- դ) միայն պահանջարկի օրենքով վերահսկվող մրցակցություն:

5.113. Սահմանափակ մրցակցության առկայությունը վկայում է, որ այն վերահսկվում է.

- ա) կազմակերպության կողմից,
- բ) շուկայի կողմից,
- գ) կառավարության կողմից,
- դ) նախարարության կողմից:

5.114. Գների պետական կարգավորման սկզբունքը գործում է այն դեպքում, երբ մրցակցությունը վերահսկվում է.

- ա) կազմակերպության կողմից,
- բ) շուկայի կողմից,
- գ) մանրածախ գներ,
- դ) նախարարության կողմից:

5.115. Սահմանային ծախսերին հավասար գները, որոնք սահմանվում են մենաշնորհների համար ու պաշարների բաշխման և օգտագործման արդյունավետության բարձրացման նպատակով համապատասխան օրենսդրական հիմունքներով, կոչվում են.

- ա) մեծածախ գներ,
- բ) մանրածախ գներ,
- գ) շուկայական բացթողման գներ,
- դ) հասարակական օպտիմալ գներ:

5.116. Եթե տնտեսության այս կամ այն բնագավառում սահմանված գինը (կամ սակագինը) ճիշտ է արտացոլում սահմանային ծախսերի մակարդակը, ապա այն դիտվում է որպես.

- ա) մեծածախ գին,
- բ) մանրածախ գին,
- գ) շուկայական բացթողման գին,

դ) հասարակական օպտիմալ գին:

5.117. Կոմունալ ծառայությունների համար սահմանված հասարակական օպտիմալ գինը իրականում.

ա) ցածր է համախառն միջին ծախսերից,

բ) բարձր է համախառն միջին ծախսերից,

գ) հավասար է համախառն միջին ծախսերին,

դ) չի հանգեցնում վնասի, քանի որ համախառն միջին ծախսերից փոքր է:

5.118. Կոմունալ ծառայությունների համար սահմանված հասարակական օպտիմալ գինը իրականում.

ա) հանգեցնում է վնասի, քանի որ համախառն միջին ծախսերից փոքր է,

բ) բարձր է համախառն միջին ծախսերից,

գ) հավասար է համախառն միջին ծախսերին,

դ) չի հանգեցնում վնասի, քանի որ համախառն միջին ծախսերից փոքր է:

5.119. Այն գինը, որը երաշխավորվում է արդարացի շահույթ.

ա) ավելի մեծ է, քան հասարակական օպտիմալ գինը,

բ) ավելի փոքր է, քան հասարակական օպտիմալ գինը,

գ) ավելի անփոփոխ է, քան հասարակական օպտիմալ գինը,

դ) հավասար է հասարակական օպտիմալ գինին:

5.120. Հասարակական օպտիմալ գինը, ապահովելով պաշարների բաշխման արդյունավետություն, հանգեցնում է արտադրության վնասի, որը փոխհատուցվում է.

ա) շուկայի օգնությամբ,

բ) պետության օժանդակությամբ կամ օգնությամբ,

գ) նվազագույն պահանջարկով,

դ) առավելագույն առաջարկով:

5.121. Արտադրողի արդարացի շահույթն ապահովող գինը հնարավորություն է տալիս.

ա) փոխհատուցել ծախսերը և մասնակիորեն լուծել պաշարների բաշխման արդյունավետությունը,

բ) փոխհատուցել ծախսերը և ամբողջությամբ լուծել պաշարների բաշխման արդյունավետությունը,

գ) մասնակիորեն լուծել պաշարների բաշխման արդյունավետությունը,

դ) ամբողջությամբ լուծել պաշարների բաշխման արդյունավետությունը:

5.122. Խմբաշնորհ նշանակում է.

ա) մեկի գերիշխանություն,

բ) քչերի գերիշխանություն,

գ) անսահմանափակ թվով կազմակերպությունների գերիշխանություն,

դ) մի քանի տասնյակ կազմակերպությունների գերիշխանություն:

5.123. Երբ սահմանափակ թվով կազմակերպություններ գերիշխող դիրք են գրավում առանձին ծյուղերում և արտադրանքի իրացման շուկաներում, այդ ծյուղերը համարվում են.

ա) մենաշնորհային ծյուղ,

բ) խմբաշնորհային ծյուղ,

գ) մոնոպսոնիա,

դ) զուտ մրցակցության ծյուղեր:

5.124. Խմբաշնորհային ծյուղերը ընդգրկում են արդյունաբերության բազմաթիվ բնագավառներ և արտադրում արտադրանքների շատ տեսակներ, որոնք կարող են լինել.

ա) միայն միատիպ արտադրանքներ,

բ) միայն տարբերակված արտադրանքներ,

գ) ինչպես միատիպ այնպես էլ տարբերակված,

դ) ոչ միատիպ, ոչ էլ տարբերակված:

5.125. Արդյունաբերության այն ծյուղերը, որոնք արտադրում են միայն պողպատ, պղինձ, ալյումին, ցեմենտ, նիկել, ցինկ և այլն, դասվում են.

ա) տարբերակված խմբաշնորհային խմբին,

բ) միատիպ խմբաշնորհային խմբին,

գ) մենաշնորհ ծյուղերի խմբին,

դ) մոնոպսոն ծյուղերի խմբին:

5.126. Արդյունաբերության այն ծյուղերը, որոնք արտադրում են ավտոմեքենաներ, ավտոդոդեր, ծխախոտ, էլեկտրատեխնիկական սարքեր և այլն, դասվում են.

ա) տարբերակված խմբաշնորհային խմբին,

բ) միատիպ խմբաշնորհային խմբին,

գ) մենաշնորհ ծյուղերի խմբին,

դ) մոնոպսոն ծյուղերի խմբին:

5.127. Տարբերակված արտադրանքն այն արտադրանքն է, որը ցանկացած սպառողին կարող է առաջարկվել.

- ա) միևնույն որակով,
- բ) միևնույն մակնիշով,
- գ) միևնույն տեսակով,
- դ) տարբեր որակով, մակնիշով:

5.128. Սպառողի համար տարբերակված արտադրանքն ունի շոշափելի առավելություն, քանի որ այն.

- ա) մեծացնում է նրա ընտրության հնարավորությունը,
- բ) փոքրացնում է նրա ընտրության հնարավորությունը,
- գ) զրկում է ընտրության հնարավորությունից,
- դ) նրա ընտրության հնարավորության վրա ոչ մի ազդեցություն չի թողնում:

5.129. Խմբաշնորհային կազմակերպությունների թիվը խիստ սահմանափակ է և յուրաքանչյուր ծյուղում.

- ա) կարող են լինել 10–20 կազմակերպություններ և թողարկել այդ ծյուղերում արտադրվող արտադրանքի 20–30%-ը,
- բ) կարող են լինել 4-ից մինչև 10 կազմակերպությունները և թողարկել այդ ծյուղերում արտադրվող արտադրանքի 70-90 և ավելի %-ը,
- գ) կարող են լինել 15-30 կազմակերպություններ և թողարկել այդ ծյուղերում արտադրվող արտադրանքի 5-10%-ը,
- դ) կարող են լինել 30-40 կազմակերպություններ և թողարկել այդ ծյուղերում արտադրվող արտադրանքի 20-30%-ը:

5.130. Խմբաշնորհային կազմակերպությունները օգտվելով արտադրության և իրացման ոլորտներում իրենց ունեցած գերիշխանությունից, գների վրա.

- ա) վերահսկողություն չեն սահմանվում,
- բ) մասնակի վերահսկողություն են սահմանում,
- գ) խիստ վերահսկողություն են սահմանում,
- դ) խիստ ցածր վերահսկողություն են սահմանում:

5.131. Խմբաշնորհային շուկայի ծյուղերը աչքի են ընկնում.

- ա) համակենտրոնացման խիստ բարձր մակարդակով,
- բ) համակենտրոնացման խիստ ցածր մակարդակով,
- գ) համակենտրոնացման միջին մակարդակով,
- դ) նշված բոլոր պատասխանները միասին:

5.132. Խմբաշնորհային տվյալ ծյուղում համեմատաբար քիչ թվով կազմակերպությունների առկայությունը և շուկայում դրանց գերիշխանությունը.

- ա) որոշակիորեն խոչընդոտում են նոր կազմակերպությունների մուտքը տվյալ շուկա,
- բ) միշտ չեն խոչընդոտում նոր կազմակերպությունների մուտքը տվյալ շուկա,
- գ) միշտ նոր կազմակերպությունների մուտքն ու ելքը ապահովում է,
- դ) խոչընդոտում են գների վրա մասնակի վերահսկողության սահմանմանը:

5.133. Ոչ մրցունակ շուկայի խմբաշնորհային խմբերը կազմավորվում են հիմնականում.

- ա) նախկին կազմակերպությունների միավորման ճանապարհով,
- բ) միայն նորի ստեղծման ճանապարհով,
- գ) նախկին կազմակերպությունների միայն լուծարման ճանապարհով,
- դ) գիտատեխնիկական առաջընթացի ապահովմանը արտադրության արդյունավետության բարձրացմանը խոչընդոտելով:

5.134. Խմբաշնորհային առաջանում է այն դեպքում, երբ ծյուղում արտադրական և իրացման ծավալող կազմակերպությունների թիվը.

- ա) միավորման շնորհիվ հասնում է նվազագույնի,
- բ) միավորման շնորհիվ հասնում է առավելագույնի,
- գ) հասնում է 15-ից մինչև 20-ի,
- դ) հասնում է 40-ից մինչև 50-ի:

5.135. Ըստ խմբաշնորհային խմբերում ընդգրկված կազմակերպությունների քանակի՝ դրանք բաժանվում են.

- ա) կոշտ խմբաշնորհային և որոշյալ խմբաշնորհային,
- բ) կոշտ խմբաշնորհային և անորոշ խմբաշնորհային,
- գ) անորոշ խմբաշնորհային և բնական խմբաշնորհային,
- դ) կոշտ խմբաշնորհային և բնական խմբաշնորհային:

5.136. Երբ ամբողջ շուկայում գերիշխում են 2 կամ 3 կազմակերպություններ, ապա նրանք գործում են.

- ա) կոշտ խմբաշնորհային պայմաններում,
- բ) անորոշ խմբաշնորհային պայմաններում,
- գ) մենաշնորհային շուկայի պայմաններում,

դ) բնական խմբաշնորհային պայմաններում:

5.137. Երբ ամբողջ շուկայում ապրանքի 70-80%-ը բաժին է ընկնում 6-8 կազմակերպության, իսկ մնացածը՝ մրցակցային մյուս արտադրող կազմակերպություններին, ապա դա կարող է տեղի ունենալ.

- ա) անորոշ խմբաշնորհային պայմաններում,
- բ) կոշտ խմբաշնորհային պայմաններում,
- գ) մենաշնորհային շուկայի պայմաններում,
- դ) զուտ մրցակցային շուկայի պայմաններում:

5.138. Խմբաշնորհային գներին բնորոշ է՝ բոլոր կազմակերպությունների կողմից.

- ա) փոփոխման միտումը,
- բ) գնագոյացման համաձայնեցված գործունեություն,
- գ) գների սահմանման և փոփոխման գաղտնի համաձայնություն,
- դ) նշված բոլոր պատասխանները ճիշտ են:

5.139. Խմբաշնորհային կազմակերպությունների միջև գաղտնի համաձայնության ձեռքբերմանը խոչընդոտում են.

- ա) պահանջարկի և ծախսերի հավասարությունը,
- բ) գների հավասարությունը,
- գ) շահույթի ստացման նմանությունը,
- դ) առավելագույն շահույթի ստացման տարբերությունը:

5.140. Խմբաշնորհային կազմակերպությունների միջև գաղտնի համաձայնության ձեռքբերմանը խոչընդոտում են.

- ա) առավելագույն շահույթի ստացման հավասարությունը,
- բ) կազմակերպությունների թիվը,
- գ) ծախսերի հավասարությունը,
- դ) արտադրանքի պահանջարկի հավասարությունը:

5.140. Խմբաշնորհային կազմակերպությունների միջև գաղտնի համաձայնության ձեռքբերմանը խոչընդոտում են.

- ա) առավելագույն շահույթի ստացման հավասարությունը,
- բ) կազմակերպությունների թիվը,
- գ) ծախսերի հավասարությունը,
- դ) արտադրանքի պահանջարկի հավասարությունը:

5.141. Խմբաշնորհային կազմակերպությունների միջև գաղտնի համաձայնության ձեռքբերմանը խոչընդոտում են.

- ա) կազմակերպությունների թիվը, որը տատանվում է 2-3-ի սահմաններում,

բ) շահույթի մեծության հավասարությունը,

գ) գների հավասարությունը,

դ) գնային զեղչերի սահմանումը և հակատրեստային օրենքների ընդունումը:

5.142. Նշված տարբերակներից ո՞րը ոչ գնային գործոն չէ.

- ա) արտադրանքի տեսական ու փաթեթավորման փոփոխությունը,
- բ) տեխնիկայի և տեխնոլոգիայի կատարելագործումը,
- գ) գովազդի ուղղությամբ կատարվող միջոցառումների մշակումը,
- դ) աշխատանքային պաշարների հետ կապված ծախսերի կատարումը:

5.143. Երբ խմբաշնորհային կազմակերպությունները իրենց նպատակային խնդիրներին հասնում են գների մեխանիկական բարձրացման կամ իջեցման ճանապարհով, ապա այն առավելագույն շահույթ երաշխավորում է.

- ա) կարճ ժամկետում,
- բ) միջին ժամկետում,
- գ) երկար ժամկետում,
- դ) առավել երկար ժամկետում:

5.144. Երբ խմբաշնորհային կազմակերպությունները իրենց նպատակային խնդիրներին հասնում են ոչ գնային մրցակցության միջոցով, ապա այս դեպքում առավելագույն շահույթը երաշխավորվում է.

- ա) կարճ ժամկետի հատվածի համար,
- բ) միջին ժամկետի հատվածի համար,
- գ) երկար ժամանակահատվածի համար,
- դ) առավել երկար ժամանակահատվածի համար:

5.145. Նշված տարբերակներից ո՞րն է բնորոշ մենաշնորհային մրցակցության շուկայի ձևաչափին.

- ա) մեծ թվով արտադրողները արտադրում են միանման, բայց ոչ միատիպ արտադրանքներ,
- բ) մեծ թվով արտադրողները արտադրում են միատիպ, բայց ոչ միանման արտադրանքներ,
- գ) գների նկատմամբ խիստ բարձր վերահսկողություն են սահմանում,
- դ) գների նկատմամբ մասնակի վերահսկողություն են սահմանում:

5.146. Նշված տարբերակներից ո՞րն է բնորոշ մենաշնորհային մրցակցության շուկայի ձևաչափին.

- ա) 2-ից 4 թվով արտադրողներ արտադրում են միանման արտադրանքներ,
- բ) 2-ից 4 թվով արտադրողներ արտադրում են միատպ արտադրանքներ,
- գ) գների նկատմամբ վերահսկողությունը բացակայում է,
- դ) գների նկատմամբ վերահսկողությունը խիստ ցածր է:

5.147. Մենաշնորհային մրցակցության ձևաչափի պայմաններում արտադրող կազմակերպությունների թիվը կարող է հասնել.

- ա) մի քանի հարյուրի,
- բ) մի քանի հազարի,
- գ) մի քանի տասնյակի,
- դ) միջև տասի:

5.148. Մենաշնորհային մրցակցության ձևաչափի պայմաններում արտադրող կազմակերպություններում արտադրվում են.

- ա) տարբերակված այնպիսի արտադրանքներ, որոնք բավարարում են միևնույն պահանջմունքները,
- բ) տարբերակված այնպիսի արտադրանքներ, որոնք բավարարում են տարբեր պահանջմունքներ,
- գ) ստանդարտացված արտադրանքներ, որոնք բավարարում են միևնույն պահանջմունքները,
- դ) միատիպ արտադրանքներ, որոնք բավարարում են միևնույն պահանջմունքները:

5.149. Մենաշնորհային մրցակցության ձևաչափի պայմաններում գործող կազմակերպություններին բաժին է ընկնում շուկայական հատվածի.

- ա) ոչ մեծ մասը և չի կարող ազդել գների փոփոխության վրա,
- բ) շատ մեծ մասը և չի կարող ազդել գների փոփոխության վրա,
- գ) ոչ մեծ մասը և կարող է ազդել գների փոփոխության վրա,
- դ) 50%-ը և չի կարող ազդել գների փոփոխության վրա:

5.150. Մենաշնորհային մրցակցության ձևաչափում, քանի որ ոչ մեծ թվով կազմակերպություններ են գործում, ապա գների, արտադրության ծավալի, շուկաների բաժանման վերաբերյալ.

- ա) գաղտնի համաձայնության կարող են գալ կազմակերպությունները,
- բ) բացառվում է կազմակերպությունների գաղտնի համաձայնության կայացումը,

- գ) բացառվում է գների վրա խիստ բարձր վերահսկողության սահմանումը,
- դ) բացառվում է գների վրա մասնակի վերահսկողության սահմանումը:

5.151. Մենաշնորհային մրցակցության ձևաչափում կազմակերպություններից յուրաքանչյուրը.

- ա) գործում է ինքնուրույն՝ մրցակցող մյուս կազմակերպությունների գործունեության հնարավոր փոփոխությունները հաշվի առնելով,
- բ) գործում է ինքնուրույն՝ մրցակցող մյուս կազմակերպությունների գործունեության հնարավոր փոփոխությունները հաշվի առնելով,
- գ) շուկայում ունեն մեծ բաժին և դրանցից յուրաքանչյուրի գործունեության աննշան փոփոխությունը չի կարող ներգործել մյուս կազմակերպությունների գործունեության վրա,
- դ) շուկայում ունեն շատ փոքր բաժին և դրանցից յուրաքանչյուրի գործունեության աննշան փոփոխությունը կարող է ներգործել մյուս կազմակերպությունների գործունեության վրա:

5.152. Մենաշնորհային մրցակցության ձևաչափում, երբ գները 15-20%-ով բարձրանում կամ իջնում են, ապա.

- ա) այն էապես չի կարող ազդել շուկայական գների վրա,
- բ) այն կարող է ազդել շուկայական գների վրա,
- գ) այն կարող է շատ մեծ չափով ազդել շուկայական գների վրա,
- դ) գների նկատմամբ վերահսկողությունը խիստ բարձր է:

5.153. Տարբերակված արտադրանքների արտադրությունն արտահայտում է.

- ա) արտադրանքների միայն ֆիզիկական հատկանիշների տարբերությունը,
- բ) արտադրանքների միայն որակական հատկանիշների տարբերությունը,
- գ) արտադրանքների և՛ ֆիզիկական, և՛ որակական հատկանիշների տարբերությամբ,
- դ) վերը նշված պատասխանները սխալ են:

5.154. Արտադրանքների որակական և ֆիզիկական հատկանիշների տարբերակման համար հիմք են ծառայում հիմնականում.

- ա) հուճքի որակական հատկանիշները, փաթեթավորման տեսքը, աշխատանքի որակը, կազմակերպության անվանումը,
բ) հուճքի միայն քանակական մեծությունը, փաթեթավորման տեսքը, աշխատանքի որակը, կազմակերպության անվանումը,
գ) փաթեթավորման տեսքը և կատարած աշխատանքի ծավալը,
դ) փաթեթավորման տեսքը և կազմակերպության անվանումը:
- 5.155. Արտադրված գեներատորները իրարից տարբերվում են.**
ա) հզորությամբ, աշխատանքի որակով, ձևավորման հատկանիշներով և չափով,
բ) արտադրված քանակով, ձևավորման հատկանիշներով,
գ) աշխատանքի որակով, ձևավորման հատկանիշներով,
դ) արտադրված քանակով, հզորությամբ, գրաված ծավալով:
- 5.156. Արտադրված կոշիկները կարող են միմյանցից տարբերվել.**
ա) բնական ու արհեստական կաշվի բանվորական հատկանիշներով,
բ) տեսքի գույնով,
գ) սեզոնության հատկանիշներով և սպառողների տարիքային տարբերությամբ,
դ) վերը նշված տարբերակները միասին:
- 5.157. Մենաշնորհային մրցակցության ձևաչափի պայմաններում առևտրի տարբեր սրահներում իրացվող կանացի կամ տղամարդու կոստյումները, վերարկուները, զանազան տեսակի պարենային ապրանքները իրենց ֆիզիկական, որակական հատկանիշնորով դիզայնով.**
ա) տարբերվում են սակայն, բավարարում են մարդկանց միևնույն պահանջմունքները,
բ) չեն տարբերվում, սակայն բավարարում են մարդկանց միևնույն պահանջմունքները,
գ) տարբերվում են, սակայն բավարարում են մարդկանց տարբեր պահանջմունքները,
դ) չեն տարբերվում են, սակայն բավարարում են մարդկանց տարբեր պահանջմունքները:
- 5.158. Մենաշնորհային մրցակցության ձևաչափի բնորոշ գծերը հատուկ են.**
ա) միայն արտադրության ոլորտին,
բ) միայն սպասարկման ոլորտին,

- գ) ոչ միայն արտադրության, այլև սպասարկման ոլորտին,
դ) վերը նշված տարբերակները միասին:
- 5.159. Մենաշնորհային մրցակցության ձևաչափում առևտրի առանձին սրահները մյուսների համեմատությամբ կստանան առավելագույն շահույթ, եթե կիրառեն և ապահովեն.**
ա) սպասարկման զանազան առաջավոր ծևեր, գովազդի առաջավոր ծևեր,
բ) դիզայնի առաջավոր ծևեր և սպասարկման բարձր կուլտուրա,
գ) սպասարկման բարձր որակ,
դ) նշված տարբերակները միասին:
- 5.160. Մենաշնորհային մրցակցության ձևաչափում տարբերակված արտադրանքների պահանջարկի և գների մակարդակի վրա որոշակի ներգործություն չեն կարող ունենալ.**
ա) արտադրության իրացման տեղաբաշխմանն ուղղված միջոցառումները,
բ) սպառողների խմբերի ճիշտ ընտրությանն ուղղված միջոցառումները,
գ) փաթեթավորման առևտրային մակնիշների ընտրությանն ու նպատակային օգտագործմանն ուղղված միջոցառումները,
դ) գաղտնի համաձայնությանն ուղղված միջոցառումները:
- 5.161. Մենաշնորհային մրցակցության ձևաչափում գնային մրցակցությունը դա այն մրցակցությունն է, որի ժամանակ վաճառողները պահանջարկի վրա ազդում են.**
ա) հիմնականում գնի փոփոխության միջոցով,
բ) հիմնականում առաջարկի ավելացման միջոցով,
գ) հիմնականում առաջարկի կրճատման միջոցով,
դ) նշված տարբերակները սխալ են:
- 5.162. Ոչ գնային մրցակցությունն որպես սպառողական պահանջարկի մեծացման գործոն.**
ա) նվազագույնի է հասցնում գինը, մեծ տեղ է հատկացնում փաթեթավորմանը, սպասարկման որակին և գովազդային մատչելիությանը,
բ) նվազագույնի է հասցնում գինը, մեծ տեղ չի հատկացնում փաթեթավորմանը, սպասարկման որակին և գովազդային մատչելիությանը,
գ) նվազագույնի է հասցնում գինը և փաթեթավորմանն ու սպասարկման որակին և գովազդային մատչելիությանը,

դ) առավելագույնի է հասցնում գինը, մեծ տեղ է հատկացնում փաթեթավորմանը, սպասարկման որակին և գովազդային մատչելիությանը:

5.163. Ոչ գնային մրցակցության պայմաններում՝ չեշտը դնելով իրենց արտադրանքի առանձնահատկության վրա.

ա) նպաստում են սպառողների պահանջարկի կորի տեղաշարժմանը,

բ) չեն նպաստում սպառողների պահանջարկի կորի տեղաշարժմանը,

գ) նպաստում են սպառողների առաջարկի կորի տեղաշարժմանը,

դ) չեն նպաստում սպառողների առաջարկի կորի տեղաշարժմանը:

5.164. Ոչ գնային մրցակցությունը կազմակերպությունների թույլ է տալիս.

ա) տվյալ գնով ավելացնել իրացման ծավալը,

բ) նախկին քանակությունը վաճառել ավելի բարձր գնով,

գ) կա՛մ տվյալ գնով ավելացնել իրացման ծավալը, կա՛մ նախկին քանակությունը վաճառել ավելի բարձր գնով,

դ) կա՛մ տվյալ գնով նվազեցնել իրացման ծավալը, կա՛մ նախկին քանակությունը վաճառել ավելի բարձր գնով:

5.165. Իրացման ոչ գնային գործոններն առանձին կազմակերպությունների գործունեության վերջնական արդյունքների վրա.

ա) նույնանման ազդեցություն չեն գործում,

բ) նույնանման ազդեցություն են գործում,

գ) միշտ լավ ազդեցություն են ունենում,

դ) միշտ վատ ազդեցություն են ունենում:

5.166. Մենաշնորհային մրցակցության ձևաչափում ոչ գնային մրցակցությունն այս կամ այն ճյուղում նոր կազմակերպություններով համալրման արդյունքում, ի տարբերություն զուտ մրցակցային շուկայի.

ա) մեծ են նպատակային միջոցառումների իրականացման համար միջոցների առանձնացման հնարավորությունները,

բ) փոքր են նպատակային միջոցառումների իրականացման համար միջոցների առանձնացման հնարավորությունները,

գ) պահանջարկը մեծացնում են այնքան, որ ֆիրման չի կարողանում փոխհատուցել ծախսերը,

դ) պահանջարկը մեծացնում են այնքան, որ ֆիրման չի ստանում շահույթ:

5.167. Մենաշնորհային մրցակցության ձևաչափում ոչ գնային մրցակցությունն այս կամ այն ճյուղում նոր կազմակերպություններով համալրման արդյունքում, ի տարբերություն զուտ մրցակցային շուկայի.

ա) պահանջարկը մեծացնում են այնքան, որ ֆիրման չի կարողանում փոխհատուցել ծախսերը,

բ) փոքր են նպատակային միջոցառումների իրականացման համար միջոցների առանձնացման հնարավորությունները,

գ) պահանջարկը մեծացնում են այնքան, որ ֆիրման կարողանում է փոխհատուցել ծախսերը,

դ) պահանջարկը մեծացնում են այնքան, որ ֆիրման չի ստանում շահույթ:

5.168. Մենաշնորհային մրցակցության ձևաչափում ոչ գնային մրցակցությունն այս կամ այն ճյուղում նոր կազմակերպություններով համալրման արդյունքում, ի տարբերություն զուտ մրցակցային շուկայի.

ա) պահանջարկը մեծացնում են այնքան, որ ֆիրման չի կարողանում փոխհատուցել ծախսերը,

բ) փոքր են նպատակային միջոցառումների իրականացման համար միջոցների առանձնացման հնարավորությունները,

գ) պահանջարկը մեծացնում են այնքան, որ ֆիրման կարողանում է փոխհատուցել ծախսերը,

դ) պահանջարկը մեծացնում են այնքան, որ ֆիրման չի ստանում շահույթ:

5.169. Մենաշնորհային մրցակցության ձևաչափում ոչ գնային մրցակցությունն արտահայտվում է նրանում, որ կազմակերպությունները.

ա) գաղտնի համաձայնության են գալիս և միմյանցից ոչինչ չեն թաքցնում,

բ) գաղտնի համաձայնության չեն գալիս և միմյանցից չեն տարբերվում,

գ) ոչ միայն գաղտնի համաձայնության չեն գալիս, այլ ձգտում են միմյանցից գաղտնի պահել այս կամ այն գործոնի ներգործությամբ ստացված առավելագույն շահույթը,

դ) գաղտնի համաձայնության են գալիս և ձգտում են միմյանցից գաղտնի չպահել այս կամ այն գործոնի ներգործությամբ ստացված առավելագույն շահույթը:

5.170. Մենաշնորհային մրցակցության պայմաններում ճյուղային կառուցվածքում, որքան խոշոր խմբերի քանակը մեծանում է, այնքան առանձին կազմակերպության բաժինը ճյուղում արտադրված արտադրանքի կառուցվածքում գնալով.

ա) փոքրանում է,

բ) մեծանում է,

գ) հավասարվում է առավելագույն մեծությանը,

դ) մնում է անփոփոխ:

5.171. Մենաշնորհային մրցակցության պայմաններում կազմակերպությունները երկար ժամկետում աշխատում են.

ա) առանց վնասի և ստանում նվազագույն քանակությամբ շահույթ,

բ) առանց վնասի և ստանում անհրաժեշտ քանակությամբ շահույթ,

գ) առանց վնասի առավելագույն քանակությամբ շահույթ,

դ) մեծ վնասով և ստանում առավելագույն քանակությամբ շահույթ:

5.172. Երբ կազմակերպությունները կարճ ժամկետում առանձին ճյուղերում ստանում են տնտեսական շահույթ, դա մղում է մյուս ճյուղերի կազմակերպություններին իրենց գործունեությունը ծավալելու այն ճյուղում, որտեղ.

ա) շահույթ է երաշխավորվում,

բ) շահույթը հավասարվում է 0-ի,

գ) շահույթը հասնում է նվազագույնի,

դ) վնասը առավելագույնն է:

5.173. Նոր ֆիրմաների ներհոսքի պատճառով, մրցակցության շրջանակների մեծացմամբ, արտադրող կազմակերպությունների թվի մեծացումը հանգեցնում է նրան, որ.

ա) պահանջարկի կորը տեղաշարժվում է ձախ և դառնում ավելի ճկուն,

բ) ավելացնում է մոտ և փոխարինելի արտադրանքների քանակը,

գ) առաջարկվող արտադրանքների քանակի կտրուկ աճին համապատասխան կրճատվում է տնտեսական շահույթը,

դ) վերը նշված բոլոր տարբերակները միասին:

5.174. Մենաշնորհային մրցակցության պայմաններում վնասով աշխատելու դեպքում կազմակերպությունները.

ա) աստիճանաբար ավելացնում են արտադրության ծավալը և չեն հեռանում ճյուղից,

բ) աստիճանաբար հեռանում են ճյուղից, կրճատելով մրցակիցների թիվը,

գ) վերը նշված բոլոր պատասխանները սխալ են,

դ) նշված բոլոր պատասխանները ճիշտ են:

5.175. Մենաշնորհային մրցակցության պայմաններում այն կազմակերպությունների արտադրության և իրացման բաժիններն են տվյալ ճյուղում մեծանում, որոնք.

ա) շարունակում են աշխատել առավելագույն շահույթով,

բ) շարունակում են աշխատել առավելագույն վնասով,

գ) շարունակում են աշխատել նվազագույն վնասով,

դ) որոնք մրցակցությանը չեն դիմացել:

5.176. Մենաշնորհային մրցակցային կազմակերպությունները երկար ժամկետում հավասարակշռությունը պահպանելու նպատակով ձեռնարկում են.

ա) արտադրանքների տարբերակմանն ուղղված միջոցառումներ,

բ) միայն կազմակերպությունների ծախսերի կրճատման միջոցառումներ,

գ) շահույթի կրճատման միջոցառումներ,

դ) նշված բոլոր տարբերակները սխալ են:

5.177. Նշված տարբերակներից ո՞րն արտադրանքների տարբերակմանն ուղղված միջոցառումներից չէ.

ա) իրացման խթանման միջոցառումները արտադրանքի քանակական ու որակական ցուցանիշների կատարելագործման միջոցառումները,

բ) գովազդի և դիզայնի (ձևավորման, փաթեթավորման) փոփոխության միջոցառումներ,

գ) ոչ գնային մրցակցության գործոնների տարբերակման միջոցառումները,

դ) ծախսերի կրճատման միջոցառումները:

5.178. Երբ մենաշնորհային մրցակցային կազմակերպությունները իրականացնում են արտադրանքների տարբերակմանն ուղղված միջոցառումները, ապա նրանք շարունակում են իրենց գործունեությունը այն դեպքում, երբ դրա արդյունքում.

ա) պահանջարկը մեծանում է ավելի մեծ չափով, քան կատարվող ծախսերը,

բ) պահանջարկը և կատարվող ծախսերն ավելանում են միաժամանակ և մեծ չափով,

գ) պահանջարկը և կատարվող ծախսերը նվազում են,

դ) պահանջարկը նվազում է ավելի մեծ չափով քան կատարվող ծախսերը:

5.179. Երբ մենաշնորհային մրցակցային ֆիրմայի ծախսերի ավելացմանը զուգընթաց պահանջարկն էլ ավելի արագ է մեծանում, ապա նման իրավիճակն երաշխավորում է.

ա) նորմալ շահույթի ստացում երկար ժամկետում,

բ) շահույթի անընդհատ կրճատում,

գ) առաջարկի կրճատում երկար ժամկետում,

դ) զբաղվածության մակարդակի կրճատում երկար ժամկետում:

5.180. Մենաշնորհային մրցակցության ֆիրմաների համար առանձնահատուկ նշանակություն ունեցող գովազդը համարվում է.

ա) գնային գործոն,

բ) ոչ գնային գործոն,

գ) աշխարհագրական գործոն,

դ) արտադրության գործոն:

ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՀԱՍԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

«մենաշնորհային
մրցակցություն»

«արտադրանքի
տարբերակում»

«գնային մրցակցություն»

«ոչ գնային

մրցակցություն»

«արտադրանքի

ֆիզիկական

հատկանիշներ»

«դիզայն»

«պահանջարկի

ճկունություն»

«համախառն միջին

ծախսեր»

«գովազդ»

«գնային գործոն»

«ոչ գնային գործոն»

«շահութաբերության

մակարդակ»

«զբաղվածության

մակարդակ»

«սեզոնայնության

հատկանիշ»

ԳԼՈՒԽ 6

ԳՆԱՅԻՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ ՋԵՌՆԱՐԿԱՏԻՐԱԿԱՆ ԳՆԱՅԻՆ ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ՀԻՄՆԱՀԱՐՑԵՐ

6.1. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ, ՊԵՏԱԿԱՆ ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐՆ ՈՒ ՍԿԶԲՈՒՆՔՆԵՐԸ

Հայտնի է, որ շուկայական տնտեսության պայմաններում արտադրողների և սպառողների միջև ապրանքների գների մակարդակի շուրջ համաձայնությունները կարգավորվում է պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցությամբ, որը որոշիչ դեր է կատարում գնագոյացման գործընթացի ինքնակարգավորման գործում:

Բացի դրանից, գների միջոցով արտադրողների և սպառողների միջև համաձայնությամբ հնարավոր է որոշել շուկայի իրացման հնարավորությունները կատարյալ և ոչ կատարյալ մրցակցության պայմաններում, պարզել գնագոյացման և արտադրության մասշտաբների սերտ փոխկապվածությունը և մրցակցային շուկայի առանձնահատկությունները: Դա միաժամանակ հնարավորություն է տալիս պարզելու գների ինքնակարգավորման կառուցակարգում շուկայի հավասարակշռության վիճակը:

Այսպիսով, շուկայական տնտեսության պայմաններում ճկուն գնագոյացման քաղաքականության վարումն որոշիչ դեր է կատարում ազգային շուկայի ինքնակարգավորման ու շուկայական հարաբերությունների զարգացման ու կարգավորման գործում: Դա նշանակում է, որ ցանկացած երկրում գործող գների համակարգը պետք է դիտել շուկայական տնտեսությունը կարգավորող կարևոր գործոն և համարվում է ձեռնարկատիրական գործունեության և ազատ մրցակցության հետ համատեղ համարվում է այդ կառուցակարգի կարևոր հենասյուներից մեկը:

Այդ պատճառով էլ շուկայական կառուցակարգի ոլորտների համակարգում գնագոյացման քաղաքականությունը դիտվում է որպես սոցիալ-տնտեսական քաղաքականության բաղկացուցիչ մասը, որի

արդարացի կազմակերպման գործընթացով պայմանավորված է ոչ միայն արտադրության և սպառողների միջև համաձայնության կայացման հաջողությունը շուկայական հարաբերությունների զարգացումը, այլև ողջ տնտեսության կայուն զարգացման մակարդակը:

Կարգավորվող շուկայական տնտեսության պայմաններում ձեռնարկության ազատ գնային գործընթացի կարգակերպումը պետության կողմից սահմանափակվում է հետևյալ հիմնական ուղղություններով՝

- պետության կողմից հաստատագրված գների սահմանման.
- գների կարգավորման նպատակով պետության կողմից ձեռնարկությունների համար մշակված գնագոյացման պայմանների, գների վերադիրների, շահութաբերության մակարդակի, պետական ձեռնարկությունների արտադրանքի գների սահմանման.
- գնային խտրականության, դեմպինգի քաղաքականության, ոչ որակյալ ապրանքների գովազդների կանխման միջոցով:

Գնագոյացման մակրոտնտեսական կարգավորման խնդիրները կարող են լուծվել ուղղակի և անուղղակի մեթոդներով:

Տնտեսավարող սուբյեկտների գործունեության վրա գների պետական կարգավորման *ուղղակի* մեթոդի էությունն արտահայտվում է նրանում, որ մշակվում են գների մակարդակի որոշման մեթոդական ցուցումներ, հրահանգներ, սահմանվում է գների հաշվարկման կարգը, կազմվում են համապատասխան օրենսդրական, իրավական ու նորմատիվային ակտեր, որոնք հիմք են ծառայում գների մակարդակի որոշման համար⁴⁴: Կարգավորվող շուկայական տնտեսության պայմաններում ուղղակի մեթոդով գների պետական կարգավորման գործընթացն իրականացվում է նաև անմիջականորեն պետության կողմից հաստատագրված գների սահմանման միջոցով:

Հայաստանի Հանրապետությունում հաստատագրված գներ սահմանվում են էլեկտրաէներգիայի, խմելու և ոռոգման ջրի, ջեռուցման, էլեկտրատրանսպորտի և զանազան այլ ծառայությունների համար: Մի շարք երկրներում պետության կողմից հաստատագրված գների տեսակարար կշիռը տատանվում է 10-15%-ի

⁴⁴ Цены и ценообразование, под ред. В. Е. Есипова, 5-ое издание, Москва-Санкт-Петербург-Минск, 2008г., стр. 134.

А. С. Базданикин. Цены и ценообразование. Учебное пособие, 2-ое издание, переработанное и дополнение Москва, ЮРАЙТ, Высшее образование, 2010г., стр. 30-31.

սահմաններում. Հայաստանի Հանրապետությունում այն կազմում է 0,01%: Ուղղակի մեթոդով գների պետական կարգավորումը և գների նկատմամբ հսկողությունը կարող են իրականացվել նաև պայմանագրային գների կիրառման միջոցով:

Գնագոյացման մակրոտնտեսական կարգավորման *անուղղակի* մեթոդի էությունն այն է, որ պետությունը արտադրողների նկատմամբ իրականացնում է ֆինանսավարկային, հարկաբյուջետային, մաքսային քաղաքականություն՝ փոխադրումների սակագների, այլ տնտեսական լծակների միջոցով: Գների պետական կարգավորման անուղղակի մեթոդի պահանջներով պայմանավորված տնտեսական լծակների փոփոխությունները հատկապես կարևորվում են այն երկրների համար, որոնցում դեռևս վերջնականապես չեն ձևավորվել շուկայական կառույցները, իսկ տնտեսությունը զանազան օբյեկտիվ և սուբյեկտիվ պատճառներով չարունակում է գործել ճգնաժամային պայմաններում:

Գների պետական կարգավորման հիմնախնդիրներն են.

Նախ՝ շուկայական տնտեսության անցումային փուլի պայմաններին համապատասխան՝ մշակել գնագոյացման պետական կարգավորման կանոնակարգ, օրենսդրական նորմատիվային անհրաժեշտ ակտեր, գնագոյացման կարգավորման կառուցակարգներ, գների ձևավորման մեթոդներ ու սկզբունքներ, որոնք կարևոր են տեխնիկատնտեսական հաշվարկների իրականացման և գների մակարդակի որոշման համար:

Երկրորդ՝ կիրառել այնպիսի տնտեսական լծակներ, մասնավորապես, հարկաբյուջետային, ֆինանսավարկային, մաքսային, աշխատանքային և այլն, որոնք կարգավորված գների միջոցով կխթանեն տնտեսավարման շուկայական կառուցակարգի ձևավորման գործընթացը, կնպաստեն տնտեսավարող սուբյեկտների ու պետության շահերի զուգակցմանը, կհանգեցնեն տնտեսության կայունացմանը և վերարտադրության պարբերաշրջանային տատանումների համահարթմանը:

Երրորդ՝ կայունացնել գները և բացառել սղաճն ավելացնող երևույթները՝ կապված ապրանքների պակասուրդի առկայության, ռեսուրսային շուկայում գների բարձրացման հետ, նպաստել մրցակցության շրջանակների ընդլայնմանը, գիտատեխնիկական առաջադիմության ոլորտում նորամուծությունների ընդլայնմանը և այլն:

Չորրորդ՝ ապահովել շուկայի կողմից կարգավորվող և պետության կողմից հաստատագրված գների միջև այնպիսի հարաբերակցություն, որը կնպաստի սեփականության մասնավոր, պետական, համայնքային այլ ձևերի գործունեության արդյունավետության բարձրացմանը, մրցակցության շրջանակների ընդլայնմանը և ազատ ձեռնարկատիրության զարգացմանը:

Հինգերորդ՝ կասեցնել արտադրության անկումային երևույթները, խթանել արտադրողների արտադրական գործունեությունը, ապահովել պետական բյուջեի եկամուտների աճ ոչ թե գների բարձրացման, այլ արտադրության խթանման ու տեխնիկական վերականգնման ճանապարհով:

Այսպիսով, գների պետական կարգավորման գործընթացի իրականացման անհրաժեշտությունն ու կարևորությունը պայմանավորված են ինչպես խառը տնտեսության համակարգի հիմնական օրինաչափություններով, այնպես էլ շուկայի ինքնակարգավորման⁴⁵ և պետական կարգավորման միջև հարաբերակցության ճշտորտմամբ, շուկայի կառուցվածքի ուսումնասիրությամբ, արտադրական և անձնական սպառման պահանջների հարաբերակցության կարգավորմամբ:

Շուկայական տնտեսության պայմաններում գնագոյացման հիմնական սկզբունքներն են⁴⁵.

1. տնտեսական քաղաքականության և գնագոյացման քաղաքականության միասնության սկզբունքը և գների գիտականորեն հիմնավորման սկզբունքը,
2. տնային տնտեսությունների, ձեռնարկությունների և պետության շահերի զուգակցման և նպատակային ուղղվածության սկզբունքը,
3. գնագոյացման, պահանջարկի ու առաջարկի և մրցակցության փոխկապվածության սկզբունքը,
4. գների նկատմամբ վերահսկողության սահմանման սկզբունքը:

Գների գիտականորեն հիմնավորվածության սկզբունքի էությունը այն է, որ գները սահմանելիս պահանջվում է հաշվի առնել այդ գործընթացի վրա շուկայական տնտեսության պայմաններում գործող տնտեսական օրենսդրության հիմնական պահանջները և մաս-

⁴⁵ Цены и ценообразование, под ред. В. Е. Есипова, 5-ое издание, Москва-Санкт-Петербург-Минск, 2008г., стр. 134.

А. С. Базданикин. Цены и ценообразование. Учебное пособие, 2-ое издание, переработанное и дополнение Москва, ЮРАЙТ. Высшее образование, 2010г., стр. 30-31.

նավորապես արժեքի, պահանջարկի ու առաջարկի օրենքների հիմնական պահանջները:

Գների գիտականորեն հիմնավորվածության սկզբունքի պահանջները գնահատելիս, պետք է ելնել շուկայի իրավիճակի, մարքեթինգային ծառայության կողմից առաջադրված այն բոլոր շուկայական գործոնների ներգործության մակարդակից, որոնք կարող են ազդել շուկայական գների փոփոխության վրա:

Գների նպատակային ուղղվածության սկզբունքի հիմնական պահանջն այն է, որ գները սահմանելիս պետք է ելնել այդ բոլոր տնտեսական և սոցիալական խնդիրներից: Այդ խնդիրների լուծման գործում առանձնահատուկ դեր են կատարում գները, որոնք կարող են նպաստել բնակչության գնողունակության աստիճանի բարձրացմանը, նոր արտադրատեսակների արտադրության աճին, որոնք ավելի մատչելի են բնակչության պահանջների բավարարման առումով:

Գնագոյացման անընդհատության սկզբունքի հիմնական պահանջն այն է, որ գնալով փոփոխվում են պաշարների շուկայում ապրանքային հոսքերը, որոնց շարժունակության պայմաններում փոփոխվում են գները, որոնց հետևանքով արտադրությունում կարող են տեղի ունենալ արտադրվող արտադրանքների տեսականորակական փոփոխությունները:

Գների միասնության և դրանց նկատմամբ հսկողության սահմանման սկզբունքի պահանջներին համաձայն վերահսկողություն է սահմանվում շուկայական գների նկատմամբ, բացահայտվում են շուկայական գների աճի պատճառները, դրանց վրա հարկաբյուրեքային քաղաքականությամբ սահմանված տնտեսական լծակների մատչելիությունը և ձեռնարկվում համապատասխան միջոցառումներ գնաճի երևույթները կարգավորելու նպատակով:

Այսպիսով, հիմնավորված գնային քաղաքականության իրականացումը պահանջում է ելնել գնագոյացման հիմնական սկզբունքների պահանջներից, որոնք անշուշտ կարևոր են հիմնավորված գնային ռազմավարության իրականացման, բնակչության սոցիալական խնդիրների լուծման տեսակետից:

6.2. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ԱՐԴԻ ԶԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԸ: ԳՆԵՐԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ԱՆՅՐԱԺԵՇՏՈՒԹՅՈՒՆԸ

Ապրանքային արտադրության զարգացմանը զուգընթաց ձևավորվել են տնտեսական ռազմավարության նոր համակարգեր, որոնք իրենց առանձնահատկություններով հանդերձ որոշիչ ներգործություն են ունեցել հասարակական արտադրության թե՛ էքստենսիվ և թե՛ ինտենսիվ զարգացման, մրցակցության ձևերի կատարելագործման վրա: Դա նշանակում է, որ մի տնտեսավարման ձևից անցումը մյուսին, հասարակական արտադրության զարգացման օբյեկտիվ հետևանք է և պայմանավորված է տվյալ փուլին բնորոշ առանձնահատկություններով, ռազմավարության առանձին հատկություններով, որոնք կարող են ինչպես խթանել, այնպես էլ խոչընդոտել տնտեսավարման այս կամ այն ձևի զարգացումը:

Տնտեսավարման առանձին ձևերի հիմնական օրինաչափություններն ու առանձնահատկությունները մշտապես հետազոտվել են տնտեսագետների կողմից և մշակվել հիմնարար տեսություններ, որոնք այսօր էլ ունեն կարևոր նշանակություն:

Սակայն շատ տնտեսական երևույթների մեկնաբանությունները վիճելի են և լրացուցիչ ուսումնասիրության կարիք ունեն: Դրանց թվում է, մասնավորապես, շուկայական տնտեսության գործընթացներին պետության մասնակցության անհրաժեշտության հիմնահարցը, որի հետազոտման խնդիրներն են որոշել տնտեսավարման գործընթացներում պետության ակտիվ կամ պասիվ դերը յուրաքանչյուր փուլում, ճշտել պետության մասնակցության սահմանները, հիմնավորել տնտեսության պետական կարգավորման և մասնավորապես, գնագոյացման պետական կարգավորման անհրաժեշտությունը և նպատակները, ինչպես նաև կարգավորման տնտեսական լծակներն ու ուղիները:

Տնտեսագիտության բնագավառում այս հարցերի շուրջ ծագած բանավեճերը սկիզբ են առել վաղուց՝ հատկապես Ա. Սմիթի ժամանակներից և շարունակվում են առ օրս:

Այս բանավեճին առնչվող հիմնահարցերի լուսաբանման նպատակով փորձենք ծանոթանալ տնտեսավարման տարբեր եղանակներին, դրանցում պետության ունեցած դերին, ցույց տալ դրանց

առանձնահատկությունները, ընդգծել այն հիմնադրությունները, որոնք այսօր ընդունելի են տնտեսագիտության կողմից:

Ժամանակակից տնտեսագիտությունը նշում է տնտեսության զարգացման երեք եղանակ: Տնտեսավարման առաջին եղանակը սեփականության բազմաձևության, մասնավորապես, մասնավոր, կոլեկտիվ, պետական սեփականության վրա հիմնված ազատ ձեռնարկատիրական գործունեության կազմակերպումն է, որը անվանում են ազատ զարգացող շուկայական տնտեսություն:

Տնտեսավարման ազատ շուկայական ձևի հիմնական կարգավորիչը տնտեսագետների կողմից միանշանակ ձևով ընդունվել է մրցակցությունը, երբ առանձին տնտեսավարող սուբյեկտներ ձգտել են հասարակության աճող պահանջներին համապատասխան արտադրել ավելի շատ արտադրանքներ և լուծել առավելագույն շահույթ ստանալու իրենց նպատակային խնդիրը:

Ազատ զարգացող շուկայական տնտեսությունում աստիճանաբար ընդլայնվում են արտադրության մասշտաբները, փոփոխվում են արտադրության աճի տեմպերը, ձևավորվում և գործում են ազատ շուկայական գները, բարձրանում է արտադրանքի որակը, փոխվում են դրանց նկատմամբ պահանջարկն ու առաջարկը: Այս ամենը կատարվում է տնտեսության զարգացման, շուկայի ինքնակարգավորման գործընթացով:

Տնտեսական այս համակարգի տեսական հիմունքները գիտականորեն մշակել են դասական տնտեսագիտության ներկայացուցիչներ Ա. Սմիթը, Դ. Ռիկարդոն և շատ ուրիշներ: Իր ժամանակին Ա. Սմիթը (1723-1790) ընդգծել է, որ ազատ շուկայական տնտեսության մեջ առանձին անհատներ ղեկավարվելով սեփական շահերով, գործում են մյուս մարդկանց և ամբողջ հասարակության շահերից ելնելով: Շուկայական կարգավորման այս կառուցակարգում որտեղ հասարակական շահն ապահովվում է ավելի արդյունավետորեն, արտադրողների ու սպառողների շահերը կարգավորվում են անտեսանելի ձեռքի սկզբունքով:

Այդ դրույթներին համապատասխան ձևավորվել է, այսպես կոչված «Լեյսեյ ֆեա»-ի⁴⁶ ժամանակաշրջանը: Հետագայում եկամտի և սպառման անհավասարության երևույթները վկայում են այն մասին,

որ շուկայական տնտեսավարման ձևը իր վրա է կրում շուկայի ծախսողունների հետևանքները:

Հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ շուկայի ծախսողունները պարբերաշրջանների ձևով կրկնվում են և բացասական ներգործություն ունենում տնտեսության զարգացման տարբեր ոլորտների վրա: Այդ ծախսողունների պատճառն այն է, որ շուկաները չեն կարող ապահովել հանրային բարիքների և մասնավոր բարիքների միջև հաշվեկշռվածությունը, եկամուտների արդարացի բաշխում:

Այս առումով բաժանում ենք Փ. Սամուելսոնի և Վ. Նորդհաուսի այն ճշմարիտ կարծիքը, որ շուկաներն անհրաժեշտաբար չեն ստեղծում եկամտի, պաշարների (ընդգծումը մերն է) այնպիսի բաշխում, որը դիտվեր սոցիալապես անաչառ կամ արդար: «Լեյսեյ ֆեա»-ի շուկայական տնտեսությունը կարող է ստեղծել եկամտի և սպառման անընդունելի բարձր մակարդակներ⁴⁷: Դա նշանակում է, որ շուկայական կառուցակարգը կարող է հանգեցնել եկամուտների բաշխման անցանկալի որոշումների ընդունմանը:

Եկամուտների բաշխման և սպառման անհավասարությունների առաջացման պատճառներից մեկն էլ այն է, որ առանձին դեպքերում եկամուտները որոշվում են ժառանգության, աշխատանքի տարբեր պայմանների, պարբերաբար փոփոխվող շուկայական գների և զանազան կամայական որոշումների հիման վրա:

Տնտեսավարման այս ձևի պայմաններում պետությունը վարում էր տնտեսության գործընթացին չմասնակցելու քաղաքականություն և բավարարվում էր միայն սեփականատերերի իրավունքների, երկրի ինքնուրույնության և հասարակական հիմնարկությունների գործունեության պահպանման գործառույթի կատարմամբ:

Պատմությանը հայտնի են բազմաթիվ դեպքեր, որոնք ժամանակին մեծ վնասներ են հասցրել տնտեսությանը՝ ստեղծելով անկայուն վիճակ, նպաստելով հասարակության շերտավորմանն ու կենսապայմանների կտրուկ վատթարացմանը:

Կարելի է հիշատակել հատկապես 1848-1849թթ. Իռլանդիայում տեղի ունեցած աղետալի դեպքերը, երբ Վիկտորյա թագուհու «Լեյսեյ ֆեա»-ի կառավարության տարիներին միլիոնավոր երեխաներ, կանայք և տղամարդիկ մատնվեցին սովի, երբ զանազան հի-

⁴⁶ Ֆրանսերեն արտահայտություն է, որը նշանակում է՝ թողեք գործն:

⁴⁷ Փ. Սամուելսոն, Վ. Նորդհաուս «Մակրոտնտեսագիտություն», էջ 77:

վանդությունների ու տարերային աղետների հետևանքով ոչնչացավ գյուղատնտեսական մշակաբույսերի ցանքատարածություններ⁴⁸:

Տնտեսավարման երկրորդ եղանակը վարչահրամայականն է, որը հատուկ էր ԽՍՀՄ-ին, Եվրոպայի ու Ասիայի սոցիալիստական երկրներին: Տնտեսավարման այս եղանակի բնորոշ գծերն են՝ կենտրոնացված գնագոյացումը, պլանավորումն ու ֆինանսավորումը, արտադրության միջոցների հանրային սեփականությունը, հավասարաչափ բաշխումը, պետության մենաշնորհի դիրքը, ազատ մրցակցության բացակայությունը և այլն:

Տնտեսավարման այդ ձևին բնորոշ հատկանիշների դրսևորումը որոշակի նախադրյալներ ստեղծեց լուծելու այնպիսի հիմնահարցեր, որոնք ազատ շուկայական տնտեսության կառուցակարգում ինքնակարգավորման չէին կարող ենթարկվել: Դրանք մասամբ, ինչպես իրավացիորեն հիշատակում է պրոֆ. Դ. Բ. Ղուշյանը, վերաբերում էին հասարակության անդամների սոցիալական ապահովությանը, գիտության և գիտական հետազոտությունների զարգացմանն ու ֆինանսավորմանը, ազգային կարևոր նշանակության հարցերի լուծմանը⁴⁹:

Տնտեսավարման այդ ձևի գոյատևման վերջին շրջանում, չնայած վերակառուցողական բնույթ կրող միջոցառումների իրականացման փորձին, հակասությունները էլ ավելի սուր բնույթ կրեցին և հանգեցրին այդ տնտեսական համակարգի փլուզմանը, քանի որ պետական մենաշնորհի պայմաններում ինքնաձայնագրված կառուցակարգները չէին կարող արդյունավետ գործել:

Տնտեսական համակարգերի պատմական զարգացման ընթացքի հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ յուրաքանչյուր երկրի տնտեսության տարբեր ոլորտներում ու բնագավառներում կատարվում են էական փոփոխություններ: Լայն մասշտաբներով փոփոխություններ են կատարվում նաև շուկայական տնտեսությունում, որտեղ ազատ շուկայական հարաբերությունները փոխարինվում են կազմակերպված շուկայական հարաբերություններով և հանգեցնում նոր համակարգի ձևավորմանը:

Ինչպես տեսնում ենք, տնտեսական համակարգի հաջորդ եղանակը կարգավորվող շուկայական տնտեսության համակարգն է, որի հիմնական դրույթները գիտականորեն հիմնավորել է անգլիացի նշանավոր տնտեսագետ Ջ. Մ. Քեյնսը, 1936թ. հրատարակած «Զբաղվածության, տոկոսի և փողի ընդհանուր տեսությունները» աշխատությունում:

Տնտեսական այս համակարգի հիմքը շարունակում է մնալ սեփականության բազմաձևությունը, ազատ գնագոյացումը, ազատ ձեռնարկատիրական գործունեությունը, ազատ մրցակցությունը և այլն: Կարգավորվող շուկայական տնտեսությանը բնորոշ միակ նոր հատկանիշն այն է, որ պետությունը, շուկան կարգավորող «անտեսանելի ձեռքին» զուգահեռ, մեծ տեղ է հատկացնում նաև պետության «տեսանելի ձեռքին»:

Տնտեսավարման այդ ձևը ընդունված է անվանել խառը տնտեսական համակարգ, որտեղ գործում են շուկայի կարգավորման երկու կառուցակարգներ՝ անտեսանելի ձեռքը և պետության տեսանելի կառուցակարգերը, որոնց միջև միայն փոխհամաձայնեցված գործառույթների իրականացումը կարող է նախադրյալներ ստեղծել տնտեսության և զնագոյացման պետական կարգավորման, պետության նպատակային խնդիրների լուծման ու բնակչության սոցիալական պաշտպանվածության ապահովման համար:

Ի դեպ՝ խառը տնտեսական համակարգը տնտեսագիտության մեջ ընդունված է անվանել կատարյալ մրցակցության այնպիսի շուկայական տնտեսություն, երբ ցանկացած երկրի ազգային շուկան, տնտեսության բոլոր ոլորտները, ծյուղերն ու ենթածյուղերն ենթարկվում են ինքնակարգավորման թե՛ շուկայի և թե՛ պետության կողմից մշակված տնտեսական լծակների միջոցով:

Այսօր առանձին երկրներում շուկայական և պետական կարգավորման կառուցակարգների համատեղ օգտագործումն ապահովել է բնակչության բարձր կենսամակարդակ: Այդ երկրների շարքին կարելի է դասել Շվեդիան, Փայոնիան, Նոր Զելանդիան, Դարավային Կորեան և այլ երկրներ: Դեռևս, խառը տնտեսության կամ կատարյալ շուկայական տնտեսության վերաբերյալ դրույթները հիմնավոր են և արտացոլում են երկու կառուցակարգերի համատեղ գործունեության արդյունավետությունը: Ի դեպ, առանց վերապահության կարելի է ասել, որ գալիք հարյուրամյակի վերջում նշված կառուցակարգերի արդյունավետ գործունեության շնորհիվ

⁴⁸ Նույն տեղից:

⁴⁹ Ղուշյան Դ. Բ., Շուկայական տնտեսության ժամանակակից հարցերը, «Տնտեսագետ», Երևան, 1995, էջ 6:

մակրոտնտեսական բարձր ցուցանիշներ ունեցող երկրների թիվը, այդ թվում նաև Հայաստանը կարող է ավելանալ, որը, մեր կարծիքով, կարելի է դիտել որպես կատարյալ շուկայական տնտեսության առավելությունների գրավական:

Հիմնավոր չէ տնտեսագետների կարծիքն այն մասին, թե իբր պետությունը փոխարինում է շուկաներին, որով անտեսվում են կարգավորվող շուկայական կառուցակարգի կիրառման առավելությունները: Մեր կարծիքով, պետությունը իրականում ոչ թե շուկային է փոխարինում, այլ, բոլոր սեփականատերերին, ձեռնարկատերերին իր հովանավորության տակ վերցնելով մշակում է նրանց ազատությունը չարգելակող, գործունեությունը կարգավորող օրենքներ, մշակում և գործողության մեջ է դնում հաստատագրված գները, սահմանում է ուղղակի և անուղղակի հարկերի հաշվարկման կարգը, դրույքաչափերը, արտոնությունները, մշակում այլ տնտեսական լծակներ և որոշում տնտեսությանն աջակցություն ցույց տալու մեթոդներն ու եղանակները⁵⁰:

Ինչպես տեսնում ենք, շուկայական տնտեսության պայմաններում սեփականության տարբեր ձևերի առկայությունն ապահովում է սեփականատերերի տնտեսական ազատությունը: Իսկ տնտեսության պետական կարգավորման ու տնտեսավարող սուբյեկտների տնտեսական ազատության ճիշտ զուգակցումը կարևոր նշանակություն ունի ինչպես տնտեսության բոլոր նպատակային խնդիրների, այնպես էլ գնային ռազմավարության հիմնախնդիրների լուծման համար:

Հետևաբար, շուկայական ուժերի և պետության համատեղ գործողությունները պետք է դիտել որպես ներկայիս տնտեսական համակարգի հիմնական առանձնահատկություն և արդյունավետ գործունեության ծավալման անհրաժեշտ պայման: Դրան համապատասխան, պահանջվում է օպտիմալացնել շուկայական տնտեսության հատկանիշների և տնտեսության պետական կարգավորման միջև հարաբերակցությունը: Վերջինս բխում է ինչպես շուկայական տնտեսության կայունացման, պաշարների բաշխման ու արդյունավետ օգտագործման հիմնախնդիրներից, այնպես էլ տնտեսավարող

սուբյեկտների, հասարակության ու պետության միջև շահերի զուգակցման անհրաժեշտությունից:

Դրանք ձեռք են բերվում յուրաքանչյուր երկրում տնտեսության մասշտաբով առաջադրված գիտականորեն հիմնավորված սոցիալ-տնտեսական ռազմավարության գործառույթների նպատակասլաց իրականացման ճանապարհով: Այդ գործառույթների համակարգում առանձնահատուկ նշանակություն ունեն տնտեսության պետական կարգավորման նպատակով ընդունված որոշումները, մշակված օրենքներն ու ձեռնարկվող այլ միջոցառումները, որոնք անհրաժեշտ են ոչ միայն ամբողջ տնտեսության, այլ նաև գնագոյացման պետական կարգավորման համար:

Որքան էլ ազատ մրցակցության պայմաններում շուկան օժտված լինի գների ինքնակարգավորման գործառույթով, որի դեպքում տնտեսավարող սուբյեկտները անգոր են ազդելու որոշակի բացասական դրսևորումների վրա, այնուամենայնիվ, գների պետական կարգավորումը ոչ միայն կարևոր է, այլև օբյեկտիվ անհրաժեշտություն:

Դա նշանակում է, որ ազատ շուկայական տնտեսությունը որքան էլ կատարյալ լինի, չի կարող կարգավորել համընդհանուր ծառայությունների նկատմամբ հասարակության պահանջները, սոցիալական անհավասարությունները, չի կարող կանխել սղաճի երևույթները, աշխատատեղերի կրճատումը, գործազրկության աճը և այլն:

Գների պետական կարգավորման համաշխարհային փորձի ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ բոլոր առաջավոր երկրներում ազատ գնագոյացմանն ու ազատ մրցակցությանը զուգընթաց, պետությունն ինքն է կարգավորում գնային քաղաքականությունը: Այդ նպատակով ստեղծվում են հատուկ վարչատնտեսական և իրավական կառուցակարգեր, իսկ գնագոյացումը կարգավորվում է վարչական եղանակով⁵¹:

Շուկայական խառը տնտեսության համակարգի պայմաններում ձեռնարկության կողմից ազատ գնային գործընթացի կազմակերպումը առանձին դեպքերում սահմանափակվում է պետության կողմից և դա օբյեկտիվ անհրաժեշտություն է: Նման սահմանափակում-

⁵⁰ А. С. Баздникнн, Цены и ценообразование. Учебное пособие, 2-ое издание, переработанное и дополнение Москва, ЮРАЙТ, Высшее образование, 2010г., стр. 133-134.

⁵¹ А. С. Баздникнн, Цены и ценообразование. Учебное пособие, 2-ое издание, переработанное и дополнение Москва, ЮРАЙТ, Высшее образование, 2010г., стр. 136-137.

ները կարող են իրականացվել հետևյալ հիմնական ուղղություններով.

- պետության կողմից հաստատագրված գների սահմանման, ազատ շուկայական գների կայունացման, մենաշնորհ գների սահմանման միջոցով,
- գների անմիջական կարգավորման նպատակով պետության կողմից ձեռնարկատիրության համար մշակված գնագոյացման պայմանների, գների գծով վերադիրների, շահութաբերության մակարդակի, գների սահմանային մակարդակի, մենաշնորհային գների նկատմամբ հսկողության սահմանման ճանապարհով, պետական ձեռնարկություններում արտադրված արտադրանքների գների սահմանման միջոցով և այլն:

Մեթոդական ցուցումները մշակվում են ծախսերի դասակարգման, դրանց կազմի ու կառուցվածքի, ծախսերի առանձին խմբերի հաշվարկման կարգի վերաբերյալ, որոնք կազմում են ինքնարժեքի և գների մակարդակի որոշման ելակետային հիմքերը:

Տնտեսության մասշտաբով ուղղակի մեթոդով գների պետական կարգավորման գործընթացն իրականացվում է նաև հաստատագրված գների⁵² միջոցով, որոնք սահմանվում են օրենսդրական մարմինների կողմից և դրվում գործողության մեջ:

Առաջավոր զարգացած երկրներում պետության կողմից հաստատագրված և ազատ շուկայական կարգավորման գների հարաբերակցության ուսումնասիրությունից պարզվում է, որ առանձին հաստատագրված գներն ունեն բավականին բարձր տեսակարար կշիռ՝ 10-15% (տե՛ս՝ աղյուսակ 6.2):

⁵² Ծանոթություն: Հանրապետության Գերագույն խորհրդի 1992թ. հունվարի սկզբին ընդունված որոշման համաձայն, բավականին լայն էր հաստատագրված գների շրջանակը: Հետագայում այն վերանայվեց և այսօր հաստատագրված գներ են սահմանված էլեկտրաէներգիայի, հեռախոսի, խմելու և ոռոգման ջրի, ջեռուցման, էլեկտրատրանսպորտի և զանազան այլ ծառայությունների գծով:

Աղյուսակ 6.2

Հաստատագրված գներով ապրանքների ու ծառայությունների իրացման բաժինը⁵³

(ընդհանուր գների կառուցվածքում հաստատագրված գների բաժինը տոկոսով)

Երկրներ	Հաստատագրված գների բաժինը (%)
Հայաստան	0,01
Ավստրալիա	10
Հունաստան	20
Դանիա	6
Իսպանիա	10
Կանադա	10
ԱՄՆ	5-10
Ֆրանսիա	25
Շվեյցարիա	50
Ճապոնիա	19

Աղյուսակի տվյալներից երևում է, որ հաստատագրված գների բաժինը համեմատաբար ցածր է ԱՄՆ-ում և Դանիայում, չնայած որ այդ երկրներում ուղղակիորեն կարգավորվում են էլեկտրաէներգիայի և բազմաթիվ այլ ծառայությունների սակագները: Մյուս երկրներում ուղղակի մեթոդով սահմանված գների բաժինը համեմատաբար բարձր է Հունաստանում, Ճապոնիայում, Ֆրանսիայում, Շվեյցարիայում:

Առանձին երկրներում անհրաժեշտության դեպքում օրենսդրությամբ թույլատրվում է պետականորեն կարգավորվող գները բարձրացնել: Օրինակ՝ Ավստրիայում արհմիութենական կազմակերպության և ձեռնարկատիրության ասոցիացիայի որոշմամբ և կառավարության համաձայնությամբ իրավունք է վերապահված տարվա

⁵³ Տվյալները համակարգված են առանձին աշխատությունների հիման վրա Сеччагов В. К., Реформа цен: проблемы и реальность. М. 1991, стр. 16, стр. 76-81;

Կүсүлүн Е. А., Дмитриева В. Г., Государственное регулирование и контроль цен в капиталистических стран. М. 1991.

ՀՀ տվյալները հաշվարկվել են 1999թ. տվյալների հիման վրա:

որոշակի կիսամյակում կտրուկ բարձրացնել ցանկացած ապրանքի կարգավորվող գների բաժինը:

Շվեյցարիայում գործող օրենսդրության համաձայն նախատեսված է որոշակի ժամանակում կայունացնել գները:

Ադյուսակից երևում է, որ Հայաստանի Հանրապետությունում կարգավորվող գների շրջանակն անչափ փոքր է, չնայած, որ էլեկտրաէներգիայի, գազի և այլ ծառայությունների գներն այսօր կարգավորվում է պետության կողմից:

Ուստի, մեր կարծիքով, հանրապետությունում գնային քաղաքականության դերի բարձրացման, գնագոյացման պետականորեն կարգավորման նպատակային խնդիրների արդյունավետ լուծման նպատակով անհրաժեշտ է ընդլայնել այն ապրանքների ու ծառայությունների շրջանակը, որոնց գները ուղղակիորեն սահմանվում է պետության կողմից: Կարծում ենք, որ դա կնպաստի հանրապետության ներկայիս ճգնաժամային վիճակի հաղթահարմանը և կիսբանաձին ոլորտների գործունեությունը:

Հետևաբար, բաժանում ենք տնտեսագետների այն տեսակետը, որ հանրապետության տնտեսության անցումային փուլում ոչ պակաս կարևորություն ունի պետության կողմից վարվող գների քաղաքականությունը, կամ այլ կերպ ասած գնագոյացման գործընթացին պետական միջամտությունը⁵⁴:

Այս առումով գյուղացիական տնտեսությունների գործունեության խթանման նպատակով առաջարկվում են սահմանել կարևոր գյուղատնտեսական մշակաբույսերի սահմանային գներ, որոնք իրենց հերթին կիսբանան վերամշակող արդյունաբերության զարգացումը:

Ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ ուղղակի մեթոդով գների պետական կարգավորումը և գների նկատմամբ հսկողությունը կարող են իրականացվել հետևյալ ձևերով.

- որոշակի ժամանակի համար օրենսդրությամբ գնի կայուն մակարդակի սահմանում,
- շուկայի իրավիճակի փոփոխության և զանազան այլ պատճառներով կարգավորվող գների մի մասի կայունացում և առավելագույն կամ նվազագույն գնի սահմանում,

- շուկայի ավելի մեծ հատված զբաղեցնելու, սպառողներին հրապուրելու և իրացման ծավալը ավելացնելու նպատակով երաշխավորված նվազագույն գների սահմանում⁵⁵,
- պայմանագրային գների կիրառում⁵⁶,
- նպատակային գների կիրառում, երբ շուկայական գինը այդ գնից ցածր է, ապա պետությունը պարտավորվում է վճարել լրավճար,
- նախահաշվային գների օգտագործում, որոնք սահմանվում են աշխատանքի նախահաշվային արժեքով:

Գնագոյացման պետականորեն կարգավորման անուղղակի մեթոդով արտադրողների վրա անուղղակի ներգործություն է իրականացվում ֆինանսավարկային, հարկաբյուջետային, աշխատանքի վարձատրության, մաքսային քաղաքականության, փոխադրումների, սակագների փոփոխության և այլ տնտեսական լծակների միջոցով:

Տնտեսական լծակների հիման վրա գների պետական կարգավորումը միաժամանակ կարող է հանգեցնել պահանջարկի և առաջարկի միջև օպտիմալ հարաբերակցության և արտադրության կառուցվածքային փոփոխությունների կայունացմանը, տնտեսավարող սուբյեկտների և պետության շահերի արդյունավետ զուգակցմանը և այլն:

Տնտեսական լծակների փոփոխությունների մասին որոշումները պետք է ընդունվեն տնտեսավարող սուբյեկտների և գնագոյացման մարմինների կողմից, հաշվի առնելով կարգավորման մեթոդների կիրառման հնարավորություններն ու արտադրանքի որակի բարձրացումը, պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցությունն ու բնակչության վճարունակության մակարդակը:

Դա առանձնապես կարևոր ու անհրաժեշտ է շուկայական տնտեսության ուղին նոր թևակոխված երկրների համար, որոնցում դեռևս վերջնականապես չեն ձևավորվել շուկայական կառույցները, չեն

⁵⁵ Օրինակ՝ ԱՄՆ-ում պետությունը միջոցներ է առանձնացնում ֆերմերներից արտադրանքը գնելու նպատակով և սահմանվում է այսպես կոչված գրավային գին, որը դիտվում է որպես երաշխավորված նվազագույն գին: Երբ շուկայական գինը գերազանցում է գրավային գինը, ֆերմերը կարող է իր արտադրանքը վաճառել, իսկ երբ շուկայական գինը ցածր է գրավային գնից, նշանակում է՝ վաճառում է պետությունը:

⁵⁶ Трушачин С., Особенности государственного регулирования цен во Франции "Вопросы экономики" 1991, № 6, стр. 58-59.

⁵⁴ А. С. Базданикин, Цены и ценообразование. Учебное пособие, 2-ое издание, переработанное и дополнение Москва, ЮРАЙТ, Высшее образование, 2010г., стр. 134-137.

ընդունվել գիտականորեն հիմնավորված օրենսդրական դրույթներ ու նորմատիվային ակտեր, իսկ տնտեսությունը զանազան օբյեկտիվ և սուբյեկտիվ պատճառներով դեռևս գտնվում է ճգնաժամային վիճակում:

Նման իրավիճակում հայտնված երկրներում, մասնավորապես Հայաստանի Հանրապետությունում, անհրաժեշտ է ընդլայնել տնտեսության վրա պետության ներգործության շրջանակները, վերականգնել առանձին ոլորտների ռազմավարությունը, կատարելազործել հարկային ու գնային քաղաքականությունը, ընդլայնել մրցակցության շրջանակները, կիրառել հիմնավորված տնտեսական լծակներ և այլն:

Հանրապետության անցումային տարիների տնտեսության պետական կարգավորման հիմնահարցերի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ պետության կողմից անհրաժեշտ վերահսկողություն չի ապահովվի շուկայական միջավայրի ձևավորման ու զնախատման, սեփականաշնորհման գործընթացի արդյունավետ իրականացման, ամբողջ տնտեսության ու գների պետական կարգավորման, ճկուն հարկային քաղաքականության վարման, երկրի ֆինանսական վիճակի կայունացման, պաշարների նպատակային օգտագործման, բաշխման հարաբերությունների կարգավորման բնագավառներում:

Անցումային տարիներին կառավարությունը սուբյեկտիվ մոտեցում ցուցաբերեց գների պետական կարգավորմանը, աստիճանաբար կառավարման համակարգում կրճատվեց գնակարգավորման հարցերով զբաղվողների թիվը, ամեն ինչ թողնվեց դեռևս չձևավորված շուկայի մենաշնորհային կարգավիճակում հայտնված առանձին նախարարություններին, որի պատճառով խախտվեց միկրոտնտեսական և մակրոտնտեսական հավասարակշռությունը, անուշադրության մատնվեց արտադրական ոլորտի հատկապես արդյունաբերության ճյուղի զարգացումը, աճեցին սուվերային տնտեսության շրջանակները, պետական բյուջեի պակասուրդը:

Այս ամենը վկայում է, որ իրոք անցումային տարիներին կառավարությունն առաջնորդվում էր «Լեյսեյ ֆեա»-ի ժամանակներին բնորոշ դրույթներով, որի պատճառով արտասահմանյան ֆինանսական կազմակերպությունների կողմից առաջարկված ծրագրերի հարկադրաբար ընդունումը և դրանցով դեկավարվելը երկիրը հասցրեց ներկա աղետալի վիճակին՝ հանգեցնելով ֆինանսական

պարտքի ավելացմանը, որն այսօր գերազանցում է 0,8 միլիարդ ամերիկյան դոլարին:

Նման պայմաններում, բնականաբար, հաշվի չի առնվել տարերային շուկայում գործող ազատ շուկայական գների ու պետականորեն կարգավորվող գների հարաբերակցությունը, անտեսվել են գների բաշխման և վերաբաշխման, պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության կարգավորման գործառույթների պահանջները: Առաջնությունը տրվել է միայն գների հաշվարկման ու պլանավորման գործառույթին, այն էլ՝ զուտ անձնական շահեր հետապնդող, մենաշնորհի կարգավիճակում հայտնված նախարարությունների առկայության պայմաններում: Դա էր պատճառը, որ ահռելի տարբերություն էր նկատվում պետական պլանային առաջադրանքների՝ մակրոտնտեսական ցուցանիշների և ստացված փաստացի արդյունքների միջև, որն էլ հանգեցրեց պետական բյուջեի պլանային եկամուտների և փաստացի ստացված եկամուտների ահռելի տարբերություն էր նկատվում պետական պլանային առաջադրանքների՝ մակրոտնտեսական ցուցանիշների և ստացված փաստացի արդյունքների միջև, որն էլ հանգեցրեց պետական բյուջեի պլանային եկամուտների և փաստացի ստացված եկամուտների ահռելի տարբերությունների առաջացմանը, հետևաբար նաև՝ բյուջեի պակասուրդի մեծացմանը:

Պատմական փորձը փաստում է, որ առանց տնտեսության պետական կարգավորման և մասնավորապես գների պետական կարգավորմանը ցուցաբերվող նոր մոտեցման, առանց հաշվի առնելու տնտեսագիտության կողմից հիմնավորված շատ դրույթներ՝ կապված ճկուն հարկային քաղաքականության, պաշարների արդյունավետ բաշխման ու օգտագործման հետ, հնարավոր չէ հաղթահարել տնտեսության ճգնաժամային երևույթները և պարզել գների աճը:

6.3. ԳՆԵՐԻ ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ՎՐԱ ՀԱՐԿԱՅԻՆ ԵՎ ՄԱՔՍԱՅԻՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ

Հարկային քաղաքականության հետ առնչվող խնդիրները միշտ համարվել են հասարակությանը հուզող կարևոր հիմնախնդիրներ, որոնք ունեցել են ոչ միայն տնտեսական, այլև սոցիալական ու քաղաքական նշանակություն: Այդ պատճառով ֆինանսական հարաբերությունների ու հարկային համակարգի հետ կապված շատ հիմնահարցեր մշտապես գտնվում են ինչպես արտասահմանյան երկրների տնտեսագետների (Ն. Գրեգորի Մենքյու, Սամուելսոն, Քեյնս և ուրիշներ), այնպես էլ նախկին Խորհրդային Միության և հայ տնտեսագետների (Վ. Պ. Դիաչենկո, Ա. Մ. Ալեքսանդրով, Դ. Ա. Ալախվերդյան, Ս. Ս. Սիտարյան, Վ. Ե. Խլդաթյան, Ի. Ա. Ավետիսյան, Գ. Մ. Տոչիլնիկով և ուրիշներ) ուշադրության կենտրոնում: Նրանք մեծ ծառայություն են մատուցել և հիմնավորել են հարկաբյուջետային քաղաքականության դերը պետության սոցիալ-տնտեսական նպատակային խնդիրների լուծման գործում:

Չնայած այս ամենին՝ զնագոյացման, հարկերի և հարկային հարաբերությունների հետ կապված բազմաթիվ հիմնախնդիրներ, մասնավորապես գների կարգավորման հարցերը, լրացուցիչ հետազոտման կարիք ունեն շուկայական տնտեսության անցումային փուլում գտնվող տնտեսություններում, որտեղ, ներմուծված հարկային քաղաքականության դրույթներին համապատասխան ձևավորվեցին բոլորովին նոր օրինաչափություններ, անցում կատարվեց նոր հարկային և գնային քաղաքականության:

Այդ հիմնախնդիրների լրացուցիչ հետազոտության անհրաժեշտությունը կայանում է նրանում, որ, նախ, զնագոյացման գործոնների համակարգում առանձնահատուկ նշանակություն ունեն այն գործոնները, որոնց միջոցով կարգավորվում են ֆինանսական հարաբերությունները պետության ու ձեռնարկությունների միջև⁵⁷ Դրանք կարգավորվում են հարկերի, մաքսադրույքների, զանազան տիպի վճարումների ու մուտքերի և ձևավորված գների միջոցով, որոնց հաշվին գոյանում են երկրի ֆինանսական պլանի՝ պետա-

կան բյուջեի եկամուտները և իրենց ներգործությունն են ունենում ծախսերի և գների մակարդակի փոփոխության վրա:

Ի դեպ հիշատակված ֆինանսական լծակների մի մասը ներառվում է ծախսերի կազմում, մյուսները սահմանափակում են ձեռնարկությունների տրամադրության տակ թողնված շահույթի գումարները, երրորդներն անմիջականորեն ավելացվում են գներին: Հետևաբար հարկային եկամուտների մի մասի հաշվին ձևավորվում են բնակչության սոցիալական պաշտպանության ոչ հարկային եկամուտները՝ թոշակային ֆոնդը, պետական սոցիալական ապահովագրության ֆոնդը և զանազան բնույթի մուտքերն ու վճարումները, որոնք ներառվում են ինքնարժեքի կազմում: Դա նշանակում է, որ հարկային վճարումները տարբեր ձևով են ազդում ծախսերի ու գների մակարդակի վրա, քանի որ դրանց այն մասը, որը ներառվում է ծախսերի մեջ կազմում է բյուջեի եկամուտների մինչև 15-18%:

Երկրորդ՝ շուկայական տնտեսության անցման փուլում բարեփոխումների ծրագրային դրույթներին համապատասխան մշակված հարկային նոր քաղաքականության հետևանքների ուսումնասիրությունը հնարավորություն կտա տեսական դրույթների ու փաստացի վիճակների հիման վրա պարզել նրա դերը, կարգավորման ու կատարելագործման հիմնական ուղղությունները, հիմնավորել այն միջոցառումների համալիրը, որոնք կհանգեցնեն տնտեսության կայունացմանը, գների պետական կարգավորման դերի և նշանակության բարձրացմանը:

ՀՀ-ում վարչահրամայական տնտեսավարման ձևից շուկայական տնտեսությանն անցման նպատակով ձեռնարկված բարեփոխումների համակարգում, ինչպես նշել ենք, առանձնահատուկ նշանակություն ունեցավ նոր հարկային քաղաքականությունը: Դա նշանակում է, որ անցումը շուկայական հարաբերություններին նոր պահանջներ առաջադրեցին նաև հարկաբյուջետային, գնային, ֆինանսավարկային հարաբերությունների կատարելագործմանը և դրանց համապատասխան սոցիալ-տնտեսական նոր ռազմավարության մշակմանը: Առաջադրված հիմնախնդիրներից առավել հանգամանորեն կլուսաբանենք նոր հարկային քաղաքականության, հարկային հարաբերությունների զարգացման հիմնական օրինաչափությունները և զնագոյացման կարգավորման գործում դրանց ունեցած նշանակությունը:

⁵⁷ А. С. Баздниккин, Цены и ценообразование. Учебное пособие, 2-ое издание, переработанное и дополнение Москва, ЮРАЙТ, Высшее образование, 2010г., стр. 201.

Հարկերը և հարկային հարաբերությունները պատմականորեն առաջացել են հասարակության սոցիալական խմբերի ու պետության ծագման հետ միաժամանակ:

Պատմական առումով հարկային հարաբերությունների իմացությունը օբյեկտիվ անհրաժեշտություն է, որը հնարավորություն է տալիս հիմնավոր ձևով ծանոթանալու անցյալի փորձին, ճիշտ գնահատել ներկա իրավիճակը և կարողանալ կանխատեսել ապագան:

Վաղ անցյալից սկսած, առ օրս, հարկերը համարվում են պետության եկամուտների ձևավորման աղբյուր:

Հարկը, որպես ֆինանսական կատեգորիա, արտահայտում է ֆինանսական հարաբերություններ՝ պետության և հարկային սուբյեկտների միջև: Այդ հարաբերությունները դրսևորվում են համախառն ազգային արդյունքի բաշխման փուլում և արտահայտում են ձեռնարկությունների և պետության, ինչպես նաև ձեռնարկությունների ու դրամացում աշխատողների միջև փոխհարաբերությունները:

Հարկերի շնորհիվ ձևավորված փոխհարաբերությունների ուսումնասիրությունը հնարավորություն է տալիս պարզել արժեքի դրամական ձևի փոփոխման կառուցակարգը և որոշել ստացված ընդհանուր եկամուտների շարժման բնույթը:

Իրականում հարկերը համարվում են եկամուտների վերաբաշխման միասնական գործընթացի բաղկացուցիչ մասը և արտահայտում են առանձնահատուկ արտադրական հարաբերություններ:

Ցանկանաժ տնտեսական համակարգում և հատկապես շուկայական տնտեսությունում հարկերը գների միջոցով նպաստում են ֆինանսական հարաբերությունների վերջնական ձևավորմանը:

Գների և հարկերի միջև փոխկապվածությունն արտահայտվում է նրանում, որ գների կազմում և դրանց ձևավորման գործընթացում որոշիչ տեղ են զբաղեցնում հարկերը (տե՛ս՝ գծապատկեր 6.3):

Արտադրանքի ինքնարժեք	Ձեռնարկության շահույթը	Ակցիզային հարկը, դրանով հարկվող ապրանքների գծով	ԱԱՀ	Առևտրային կազմ. վերադիր +	Առևտրային կազմ. վերադիր +
Ձեռնարկության մեծածա Ձեռնարկության ԱԱՀ	ն	գծով Ձեռնարկության իրացման գին առանց ԱԱՀ		ավելաց- ված արժեքի հարկ ըստ վերա- դիրի	ավելաց- ված արժեքի հարկ ըստ վերա- դիրի
Ձեռնարկության իրացման գին					
Առևտրային կազմակերպության իրացման գին					
Շուկայական գին					

Գծապատկեր 6.3: Գնի կազմի և կառուցվածքի իրական սխեման

Գծապատկերից երևում է, որ գնի կառուցվածքում որոշակի բաժին են կազմում հարկային վճարումները, որոնց մի մասը սոցիալական վճարումների տեսքով ներառվում են ծախսերի կազմում և ձևավորում են ինքնարժեքը, իսկ մյուս մասն անմիջականորեն ներառվում է բացթողնման գնի և մանրածախ գնի կազմում:

Հարկերը⁵⁸, որոնք ներառվում են ծախսերի և գնի կազմում, ունեն սոցիալ-տնտեսական կարևոր նշանակություն և կապված են գնագոյացման գործընթացի հետ: Այդ կարևորությունն արտահայտվում է նրանում, որ նախ, գնի կազմում ներառված հարկերը դիտվում են որպես պետական բյուջեի եկամուտների ձևավորման հիմնական աղբյուր, երկրորդ՝ ճկուն հարկային քաղաքականությունը ազդում է արտադրության զարգացման վրա, նպաստում տնտեսության աճի կայունացմանը և ընդհակառակը, երրորդ՝ համարվում են գների մակարդակը կարգավորող կարևոր գործոն, հանգեցնում են

⁵⁸ Ծանոթություն: ՀՀ հարկերի մասին օրենքի 3-րդ հոդվածով հարկը դիտվում է պետական և հասարակական կարիքների բավարարման նպատակով համապարտադիր և անհատույց վճար, որը գանձվում է ֆիզիկական և իրավաբանական անձանցից, իրավաբանական անձի կարգավիճակ չունեցող ձեռնարկություններից՝ հարկային օրենսդրությամբ նախատեսված կարգով, չափերով և սահմանված ժամկետում: (ՀՀ հարկային օրենքների ամփոփ ժողովածու, Երևան, 2000թ., էջ 7.):

գների դերի բարձրացմանը, սղաճի կարգավորմանը, չորրորդ՝ կատարում են ակտիվ սոցիալական ներգործություն բնակչության սոցիալական պաշտպանվածության վրա և սոցիալական արդարության շրջանակների ընդլայնման վրա, ինչպես նաև ազդում են սոցիալական տարբեր խմբերի եկամուտների մակարդակի փոփոխության վրա:

Գների կազմում ներառված վճարումները և հարկերը, ըստ իրենց նշանակության ու ձևավորման առանձնահատկության կարելի է դասակարգել հետևյալ տեսակների՝ սոցիալական վճարումներ, ուղղակի հարկեր և անուղղակի հարկեր:

Սոցիալական վճարները ընդգրկում է թոշակային հիմնադրամին (3%) և վճարի հաշվարկման օբյեկտի ամսական չափի 20000-ի դիմաց 5000 դրամ, 20000-ից բարձրի դեպքում մինչև 100000-ը գերազանցող գումարի 15% + 5000 դրամ, 100000 գերազանցող գումարի 5% + 17000, որոնք նշված դրույքաչափերով հաշվարկվում են աշխատավարձի ֆոնդից և վերագրվում արտադրանքի ինքնարժեքին: Սոցիալական վճարները կախված են պետության սոցիալական ապահովության քաղաքականության հետ⁵⁹ և ներառվում են բյուջեում որպես ոչ հարկային եկամուտներ:

Ուղղակի հարկերը դրանք ֆիզիկական և իրավաբանական անձանցից եկամուտների և գույքի դիմաց գանձվող հարկերն են: Այդ հարկերից են եկամտահարկը, շահութահարկը, հողի հարկը, գույքահարկը:

Անուղղակի են համարվում այն հարկերը, որոնք ներառվում են գների և սակագների կազմում և ձևավորվում են շուկայական բացթողման գինը: Այդ հարկերն են ԱԱՀ⁶⁰ և ակցիզային հարկը⁶¹: Մեր

կարծիքով, անուղղակի հարկերի շարքին կարելի է դասել նաև մաքսային տուրքերը, քանի որ դրանք նույնպես ներառվում են ներմուծվող ապրանքների գնի մեջ և վերջնական վճարողները դարձյալ սպառողներն են: Ուստի չենք բաժանում այն տնտեսագետների տեսակետը, որոնք անուղղակի հարկերի շրջանակը սահմանափակում են միայն ԱԱՀ-ով և ակցիզային հարկով:

Բանն այն է, որ անուղղակի հարկերը, որոնք հաշվարկվում և ներառվում են ձեռնարկության իրացման և շուկայական գների կազմում, միաժամանակ դիտարկվում են որպես սպառողներից գանձվող հարկեր և հետադիմական են, քանի որ բարձր եկամուտներից պահվում է ցածր տոկոսով, իսկ ցածր եկամուտներ ունեցող սպառողներից՝ բարձր տոկոսով: Դա նշանակում է, որ անուղղակի հարկերի գումարի չափով գնի բարձրացումը տարբեր ներգործություն է ունենում ցածր և բարձր եկամուտ ունեցող սոցիալական առանձին խմբերի գնողունակության մակարդակի և կենսապայմանների վրա: Նման դեպքում ցածր եկամուտներ ստացողները անուղղակի հարկերի վճարման նպատակով իրենց եկամուտներից ավելի մեծ բաժին են առանձնացնում, քան բարձր եկամուտ ստացողները⁶²:

Նման պայմաններում, չնայած տարբեր եկամուտներ ունեցող ընտանիքները նույն արտադրանքի համար վճարում են ԱԱՀ-ի միևնույն գումարը, այնուամենայնիվ դա տարբեր ներգործություն է ունենում նրանց կենսապայմանների վրա, քանի որ ծանրությունը ավելի շատ ընկնում է ցածր եկամուտ ստացող ընտանիքների վրա:

Այսպես, օրինակ, չնայած 50,0 հազ. և 500,0 հազար դրամի եկամուտներ ստացող ընտանիքները 20,0 հազ դրամով գնված գորգի համար վճարում են հավասար ԱԱՀ՝ 3334 դրամ $(16,67 \times 20000) / 100$,

րաձքում այդ ապրանքներն արտադրողների կողմից դրանց օտարման համար օրենքով սահմանված կարգով և չափով պետական բյուջե վճարվող անուղղակի հարկ է: Ակցիզային հարկով ՀՀ օրենքով հարկվում են գարեջուրը, գինիները, էթիլային սպիրտը և սպիրտային խմիչքները, այդ թվում խաղողի գինի, կոնյակ, օղի, լիկյորներ, մրգօղիներ, ծխախոտի արդյունաբերական փոխարինիչները, սիգարները, բենզինը, հում նավթը և նավթամթերքները, դիզելային վառելիքը, գազանման այլ ածխաջրածինները (բացառությամբ բնական գազի): Ծխախոտի և բենզինի ակցիզային հարկի դրույքաչափերը սահմանվում են առանձին օրենքներով:

⁶² Ծանոթություն: Ավելացված արժեքի հարկի (ԱԱՀ) մասին օրենքի 9-րդ հոդվածի համաձայն հարկի դրույքաչափը սահմանված է 20%՝ ապրանքների և ծառայությունների հարկվող շրջանառության նկատմամբ: Ապրանքների ու ծառայությունների լրիվ արժեքով հատուցման գումարի մեջ (ներառյալ 20 դրույքաչափը) ԱԱՀ-ի գումարը որոշվում է $16,67\%$ դրույքով $(20 : 120 \times 100 = 16,67)$:

⁵⁹ Բնակչության սոցիալական պաշտպանվածության համար որպես աղբյուր ծառայում են ոչ միայն սոցիալական հարկերը, այլև բյուջեի մյուս եկամուտները, որոնք ձևավորվում են մյուս հարկերի հաշվին: Պրակտիկայում հակասություն գոյություն ունի սոցիալական հարկերի և տնտեսական հարկերի միջև: Այդ հակասությունը արտահայտվում է նրանում, որ բնակչության սոցիալական պաշտպանվածության մակարդակի բարձրացման ապահովման նպատակով հարկերը բարձրացման միտում են դրսևորում, որը սակայն հակազդում է թե՛ բնակչության և թե՛ ձեռնարկության եկամուտների իջեցմանը:

⁶⁰ ԱԱՀ առաջին անգամ կիրառվել է Ֆրանսիայում 1950-ական թթ. տնտեսության բոլոր ճյուղերում: 1968թ. սկսած հարկի այդ ձևը կիրառվում է նաև առևտրում: Այդ հարկն այսօր կիրառում է աշխարհի ավելի քան 40 երկիր, որի հաշվին ստացվում է բյուջեի եկամուտների զգալի մասը:

⁶¹ Ծանոթություն: «Ակցիզային հարկի մասին» ՀՀ օրենքի 2-րդ հոդվածի դրույթին համապատասխան ակցիզային հարկը դա ներմուծման կամ հանրապետության տա-

այնուամենայնիվ դա նրանց ընտանիքների կենսապայմանների վրա տարբեր ներգործություն է ունենում: Բանն այն է, որ 50,0 հազար դրամի եկամուտ ունեցող ընտանիքը իր եկամուտից առանձնացնում է 6,7 տոկոս (3334:50000 դրամ)×100, իսկ 500,0 հազար դրամ ունեցող ընտանիքը 0,67 տոկոս (3334:500000)×100:

Գների բարձրացման վրա ուղղակի ազդեցություն ունեն անուղղակի հարկերը: Ավելացված արժեքի և ակցիզային հարկերը որպես անուղղակի հարկեր հանրապետությունում կիրառվում են 1992թ., որոնք ավելացվում են ձեռնարկության ելակետային գնին կազմելով իրացման գինը:

ԱԱՀ-ի հաշվարկման համար ելակետ են ընդունվում ապրանքների և ծառայությունների հարկվող շրջանությունը և հարկման 20 տոկոս դրույքաչափը: Դրա հետ միասին ապրանքների ու ծառայությունների լրիվ արժեքով հատուցման գումարի մեջ (ներառյալ 20% դրույքաչափը) ԱԱՀ-ի գումարը որոշվում է 16,67 տոկոս հաշվարկային դրույքով, որը կիրառվում է մանրածախ գնի հաշվարկման նպատակով (20:120)X100=16,67:

Ավելացված արժեքի հարկի ներգործությունն ավելի մեծ է ակցիզային հարկով հարկվող ապրանքների գների վրա: Դա պայմանավորված է նրանով, որ գործող մեթոդիկայի համաձայն ԱԱՀ-ի գումարը հաշվարկվում է ձեռնարկության մեծածախ գնի և հաշվարկման ակցիզային հարկի հանրագումարի հիման վրա:

ԱԱՀ-ի գումարը հանրապետության պետական բյուջեի եկամուտների մեջ կազմում է 35,8 տոկոս, իսկ համախառն ներքին արդյունքի մեջ՝ 4,8 տոկոս:

Ակցիզային հարկը, որպես անուղղակի հարկ, սահմանվում է ներմուծվող և հանրապետության տարածքում արտադրվող մի շարք ապրանքների վրա: Ակցիզային հարկով հարկման ենթակա ապրանքախմբերը և դրանց համապատասխան դրույքաչափերը բերված են աղյուսակ 6.3-ում, որը ՀՀ Ազգային ժողովի կողմից ընդունվել է 2000թ. հուլիսի 7-ին և կիրառվում է նույն թվի օգոստոսի 1-ից:

Նկատի ունենալով, որ բնակչության վճարունակությունը խիստ ցածր է, մեր կարծիքով, բոլոր ճյուղերի ու ապրանքների վրա ԱԱՀ նույն դրույքաչափերի տարածումը հիմնավոր չէ: Նպատակահարմար ենք գտնում առաջին կենսական անհրաժեշտության ապրանքների, մասնավորապես պարենային ապրանքների վրա սահմանել

ավելի ցածր դրույքաչափեր, ասենք 10-12%, մյուս արդյունաբերական ապրանքներին՝ 17-18%, իսկ պերժանքի ապրանքներին՝ 25-30%: ԱԱՀ դրույքաչափերի նման տարբերակումը, մեր կարծիքով, կխթանի պարենային ապրանքների արտադրությունը, կնպաստի այդ ապրանքների ներմուծման կրճատմանը և արտահանման ավելացմանը, որը դրական ներգործություն կունենա առևտրային հաշվեկշռի բացասական մնացորդի կրճատման վրա:

Աղյուսակ 6.3

Ակցիզային հարկի դրույքաչափերը ընդունված 2000թ. հուլիսի 7-ին⁶³

Ապրանքի անվանումը	Հարկային բազայի միավորը	Ակցիզային հարկի դրույքաչափը ամ
Գարեջուր	Ներքին արտադրանքի 1 լիտրի համար ապրանքների ներմուծման եպքում	70
	Բաց թողման գնի (առանց ավելացված արժեքի հարկի և ակցիզային հարկի) Ապրանքների ներմուծման դեպքում մաքսային արժե	105
	Ներքին արտադրանքի 1 լիտրի համար ապրանքների ներմուծման դեպքում 1 լիտրի համար	10 տոկոս, բայց ոչ պակաս քան 100դրամ
Խաղողի և այլ գինիներ	Ապրանքների ներմուծման դեպքում մաքսային արժե	10 տոկոս, բայց ոչ պակաս քան 1 լիտրի համար 150դրամ
Վերմուտ և խաղողի այլ գինիներ, որոնք պարունակում են բուսական և արոմատիկ էքստրակտներ	Ներքին արտադրանքի 1 լիտրի համար ապրանքների ներմուծման դեպքում 1 լիտրի համար	500
	Ներքին արտադրանքի 1 լիտրի համար ապրանքների ներմուծման դեպքում 1 լիտրի համար	600
	Ներքին արտադրանքի 1 լիտրի համար ապրանքների ներմուծման դեպքում 1 լիտրի համար	180
Խմորման ենթարկված այլ ըմպելիքներ (խնձորի սիդր, տանձի սիդր, մեղրաըմպելիք)	Ներքին արտադրանքի 1 լիտրի համար ապրանքների ներմուծման դեպքում 1 լիտրի համար	200

⁶³ Հարկեր, տուրքեր և վճարներ, առաջին մաս, Երևան 2010թ., էջ 206-206

Եթիլային սպիրտ	Ներքին արտադրանքի 1 լիտրի համար (100 տոկոսանոց սպիրտի վե ա հա ա ով)	600
	ապրանքների ներմուծման դեպքում 1 լիտրի համար (100 տոկոսանոց սպիրտի վե ա հա ա ով)	700
Ալկոհոլային խմիչքներ	Բացթողման գնի (առանց ԱԱՀ և ԱԿ հարկի)	30 տոկոս, բայց ոչ պակաս քան 1 լիտրի համար 380 ամ
	Ապրանքների ներմուծման դեպքում մաքսային ա ժե	30 տոկոս, բայց ոչ պակաս քան 1 լիտրի համար 600 ամ
Ծխախոտի արդյունաբերական փու ա ու ներ	1 կգ	1500
Հում նավթ և նավթամթերք	1 տոննա	27000
15. Նավթային գազեր և գազանման ածխաջրածիններ (բացառությամբ բնական գազի)	1 տոննա	1000

Բավական է նշել, որ ավելացված արժեքի դրույքաչափերի նման տարբերակում կիրառվում է առաջավոր զարգացած երկրներում՝ Իտալիայում, Ֆրանսիայում և այլն: Իտալիայում առաջին անհրաժեշտության ապրանքների գծով այն սահմանված է 2%, մյուս ապրանքների գծով 9%, իսկ պերճանքի առարկաների վրա՝ 38%⁶⁴:

Այսպիսով, անուղղակի հարկերի և գնագոյացման միջև փոխկապվածությունը արտահայտվում է նրանով, որ այդ հարկերի գումարների հիման վրա ձևավորվում են ձեռնարկության բացթողման և մանրածախ գների⁶⁵:

⁶⁴ Цены и ценообразование. Под ред. В. Е. Есипова, Санкт-Петербург, стр. 234.

⁶⁵ Գ. Բադրասարյան, Գնագոյացումը շուկայական տնտեսություններում, Երևան, 1998, գլուխ 3, էջ 96-97.

Բանն այն է, որ ակցիզային հարկով հարկվող ապրանքների գծով հաշվարկված ակցիզային հարկի գումարը գործող մեթոդիկայի համաձայն ներառվում է ձեռնարկության գնի կազմում (ձեռնարկության գին + ակցիզային հարկ), որոնց հանրագումարով հաշվարկվում է ԱԱՀ-ի գումարը: Դա նշանակում է, որ ակցիզային հարկի գումարը նույնպես հարկվում է ավելացված արժեքի հարկով, որը, մեր կարծիքով, հիմնավոր չէ և պետք է վերանայվի: Այսինքն՝ ԱԱՀ-ի գումարը պետք է հաշվարկվի ելնելով ձեռնարկության գնից:

Դրա անհրաժեշտությունը այն է, որ ԱԱՀ և ակցիզային հարկի գծով նորմատիվային ակտերը, հաշվարկման ձևը, սահմանված դրույքաչափերը չեն ծառայում այդ լծակների միջոցով գների պետական կարգավորման նպատակային խնդիրների լուծմանը: Դա է պատճառը, որ սուբյեկտիվ մոտեցում է ցուցաբերվում ակցիզային հարկով հարկվող ապրանքների տեսականու կրճատմանը: Հակառակ դրան վերացվում են ԱԱՀ-ի զանազան արտոնություններ, որի պատճառով ձեռնարկությունների և պետության շահույթը առավելագույն դարձնելու միակ ուղին վերջին տարիներին դիտվել է գների բարձրացումը (հատկապես ակցիզային հարկով հարկվող ապրանքների գծով), որը ավելի բացասաբար ներգործություն է ունենում ստվերային տնտեսության շրջանակների մեծացման, բնակչության աղքատացման, տնտեսության մեջ գների խթանող գործառույթի դերի ու նշանակության իջեցման վրա:

Այս ամենից հետևում է, որ հանրապետությունում գործող հարկային համակարգը ունի որոշակի թերություններ, որոնցից հիմնականներն են.

- հարկերի առանձին տեսակների գծով բարեփոխումները, ինչպես նաև սահմանված նորմատիվային ակտերը դեռևս հիմնավոր չեն, որոնք պատշաճ մակարդակով չեն ապահովում արտադրության խթանումը, չեն նպաստում հարկային ապառքների կրճատմանը, բյուջեի հարկային եկամուտների աճին, մարդկանց գնողունակության բարձրացմանը և սոցիալական պայմանների բարելավմանը,
- հարկային բարձր դրույքաչափերի ու դրանց գծով արտոնությունները միմյանց հետ արդյունավետ ձևով չեն համակցվում, որը տրամաբանական չէ,

- տարբեր տնտեսական շրջաններում հարկային կառուցակարգի նույն սկզբունքների կիրառումը, դրանցում առանձնահատկությունների թերագնահատումը հանգեցնում է այդ շրջանների անհամաչափ զարգացմանը, որը բնականաբար իր ներգործությունն է ունենում ընդհանուր տնտեսական խնդիրների լուծմանը,

- սոցիալական հարկերի գծով ներկայիս գործող դրույքաչափերը նույնպես օժտված չեն խթանիչ գործառնությով, քանի որ դրանք հանգեցնում են ինքնարժեքի աճին, հետևաբար նաև գների բարձրացմանը: Ուստի սոցիալական հարկերի առանձին տեսակների դրույքաչափերի իջեցումը պետք է դիտել ինքնարժեքի՝ հետևաբար նաև գների իջեցման կարևոր ուղիներից մեկը:

Հարցն այն է, որ որքան կենտրոնացված կարգով ստացվող հարկային եկամուտների աճն առաջ անցնի հասարակության եկամուտների աճից, այնքան կպակասի հարկային քաղաքականության խթանիչ դերը, որը կարող է պայթունավտանգ իրավիճակի ստեղծման պատճառ դառնալ: Կարծում ենք, որ դա պետք է հաշվի առնվի կառավարության և համապատասխան մարմինների կողմից և նոր միջոցառումներ ձեռնարկվեն իրավիճակը կարգավորելու նպատակով: Ի դեպ՝ այդ հակադրությունը միաժամանակ իր բացասական ներգործությունն է ունենում նաև գների պետական կարգավորման վրա, որը կարծես դուրս է մնացել կառավարության ուշադրությունից, քանի որ այլընտրանք չգտնելով՝ փորձ արվեց բյուջեի պակասուրդը ծածկել առաջին անհրաժեշտության ապրանքների գների բարձրացման հաշվին՝ կապված հաստատագրված վճարների կտրուկ բարձրացման, ինչպես նաև զանազան արտոնությունների վերացման հետ:

Այսպիսով, գնագոյացման և հարկային քաղաքականության ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ անհրաժեշտ է ԱԱՀ տարբերակել ըստ ապրանքախմբերի, ինչպես նաև վերանայել ակցիզային հարկով հարկվող ապրանքների գծով ԱԱՀ հարկման կարգը:

6.4. ԶԵՌՆԱՐԿԱՏԻՐԱԿԱՆ ԳՆԱՅԻՆ ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆԸ, ՄՇԱԿՄԱՆ ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅԱՆ ՏԻՊԵՐԸ

Գինը շուկայական տնտեսության արմատական տարրն է, նրա տնտեսական կառուցակարգի միջուկը: Գինը՝ արտադրանքի արժեքի դրամական ձևն է: Նրա հիմքում ընկած են այս կամ այն արտադրանքի պատրաստման գծով հասարակամորեն անհրաժեշտ աշխատանքի ծախսումները (արտադրանքի լրիվ ինքնարժեքը): Այն սահմանվում է՝ հաշվի առնելով նաև արտադրության և իրացման պայմանները: Գնի սահմանման եղանակը բնութագրում է ոչ միայն շուկայի էությունը, այլև տնտեսական համակարգը: Շուկայական էկոնոմիկայում գինը որոշում է արտադրության ծավալը և կառուցվածքը, նյութական և դրամական հոսքերի շարժումը, վերջապես, հասարակության կյանքի մակարդակը:

Յուրաքանչյուր ձեռնարկատեր, սահմանելով արտադրանքի գինը, այն օգտագործում է որպես վճռական միջոց՝ իր նպատակին հասնելու համար: Այս իմաստով գնային կառուցակարգի դերը ձեռնարկության համար անվիճելի է: Մյուս կողմից, պրակտիկան ցույց է տալիս, որ ոչ մի կոմպանիա, անկախ շուկայում նրա դիրքի ամրությունից, չի կարող գներ սահմանել, առանց դրանց հնարավոր հետևանքները վերլուծելու, մրցության գնային և ոչ գնային ձևերը հաշվի առնելու:

Ճիշտ է, գիտականորեն հիմնավորված գնային քաղաքականությունը հանդիսանում է ձեռնարկատիրական հաջող գործունեության կարևոր պայմանը: Սակայն հայրենական կազմակերպությունների ղեկավարների ճնշող մեծամասնությունը գների սահմանման գործում դեռևս չի տիրապետում անհրաժեշտ գիտելիքների և փորձի: Նրանց համար, որպես կանոն, գներ սահմանելու կողմնորոշիչ է ծառայում արտադրանքի արտադրության (իրացման) ծախսերը և որոշակի մեծության շահույթը: Մի շարք կազմակերպություններ հենվում են շուկայում վաճառվող համանման ապրանքների գների վրա՝ ընդօրինակում այն: Կան նաև արտադրողներ, որոնք չխորանալով հիմնահարցի էության մեջ, ուղղակի ձգտում են իրենց արտադրանքը, որքան հնարավոր է, թանկ վաճառել:

Հայտնի է, որ ձեռնարկության համար գինը և գնային քաղաքականությունը համարվում են մարքեթինգի գլխավոր տարրը: Այն

անվիճելի առավելություններ ունի մարքեթինգի մյուս տարրերի նկատմամբ)

- գնի փոփոխությունն ավելի արագ և հեշտ է կատարվում, քան նոր ապրանքի մշակումը, գովազդի կազմակերպումը կամ արտադրանքի տարածման ավելի արդյունավետ եղանակի կիրառումը,
- ձեռնարկության գնային քաղաքականությունն անմիջապես ազդում է բիզնեսի, նրա ֆինանսատնտեսական արդյունքների վրա: Հետևապես, ձեռնարկության ղեկավարությունը պետք է մեծ ուշադրություն դարձնի գնային քաղաքականության մշակմանը, եթե ցանկանում է շուկայական մրցակցության պայմաններում ավելի արդյունավետ գործել:

Ֆիրմայի արտադրանքի վրա գնի սահմանումը նշանակալի չափով **համարվում է արվեստ**, ցածր գինը գնորդի մոտ առաջացնում է արտադրանքի ցածր որակի տպավորություն, բարձր գինը՝ բացառում է շատ գնորդների կողմից ապրանք գնելու հնարավորությունը:

Ձեռնարկության գնային քաղաքականությունը՝ բազմապլանային հասկացություն է: Այն ներառում է արտադրվող արտադրանքի (ծառայության) գնի սահմանման, ձևավորման սկզբունքների ու մեթոդների կիրառման համալիր մոտեցումներ:

Տնտեսավարող սուբյեկտը ոչ միայն ուղղակի սահմանում է արտադրանքի (ծառայության) գինը, այլև ստեղծում է գնագոյացման իր համակարգը, որտեղ ընդգրկում են թողարկվող արտադրանքի ողջ անվանակարգը, հաշվի են առնվում արտադրության ծախսերի տարբերությունները, սպառողների գնողունակության հնարավորությունները, տարբեր ռեզիդենտների պահանջարկի առանձնահատկությունները, արտադրանքի սպառման սեզոնայնությունը և այլ գործոններ: Բացի այդ, ձեռնարկության գործունեությունն ընթանում է մշտապես փոփոխվող մրցակցային իրադրությունում: Երբեմն ձեռնարկությունն՝ ինքն է նախաձեռնություն դրսևորում փոխել գները, արձագանքում է մրցակիցների գործողություններին, շուկայական կոնյուկտուրային և այլն:

Կազմակերպության գնային քաղաքականությունը համարվում է նրա տնտեսական, ֆինանսական, շուկայական, առևտրական գործունեության կարևոր ուղղությունը, նրա գնային ստրատեգիան ու տակտիկական դիրքորոշումները:

Գնային ստրատեգիան՝ դա գնագոյացման բնագավառում նպատակային դիրքորոշումներն են, որոնք սահմանվում են կազ-

մակերպությունների բարձրագույն ղեկավարության՝ մենեջմենթի կողմից:

Գնային տակտիկան՝ դա գնային քաղաքականության գծով ընթացիկ միջոցառումներ են, մասնավորապես, ստրատեգիական կարգի դիրքորոշումների աջակցում, պայմանագրերի կատարման, գների փոփոխման գծով նեգոտիվ հետևանքները վերացնելու միջոցներ և այլն: Դա ձեռք է բերվում գների նկատմամբ զեղչեր կիրառելու, գնային ձևափոխումներ կատարելու միջոցներով:

Ծիշտ մշակված գնային քաղաքականությունն արտացոլում է շուկայի բոլոր մասնակիցների (վաճառողների ու գնորդների, միջնորդների, մարքեթոլոգների, մենեջերների, սեփականատերերի) պահանջները: Մյուս կողմից, այն բխում է ֆինանսական քաղաքականության, սպառողների, հարկային օրգանների շահերից և համապատասխանում է արդյունաբերական պարբերաշրջանի ընթացիկ փուլերի պահանջներին, ձեռնարկատիրության իրավական ու բարոյա-էթիկական նորմերին և, առաջին հերթին, կողմնորոշվում է դեպի պահանջմունքների բավարարումը:

6.5. ՀԱՆՐԱՅԻՆ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՀԱՆՁՆԱԺՈՂՈՎՆԵՐԻ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԸ

Տնտեսության պետական կարգավորումը տնտեսագիտության առանցքային հիմնախնդիրներից է, որը սկսած Ադամ Սմիթից առ օրս շարունակվում է մնալ բուռն վիճաբանության: Սակայն, ինչպես անցյալում, այնպես էլ այսօր պետության տնտեսական դերին վերաբերող տեսությունները, այդ թվում նաև տնտեսագիտական բազմաթիվ խնդիրներ երբեք չեն հասել և երբեք էլ չեն հասնի վերջնական լուծման:

Դա պայմանավորված է նրանով, որ համաշխարհային մասշտաբով տնտեսական զարգացումները, նոր տնտեսական կապերի հնարավորությունները գնալով ընդլայնվում են, փոխվում են տնտեսության վրա պետության ներգործության եղանակները, կատարելագործվում են տնտեսության կողմից պետությունների մա-

սին տեսությունների բովանդակությունը, պետության կառավարման կատարելագործման ուղղությունները:

Հանրապետության մասշտաբով անկախացումից հետո կատարված բարեփոխումները տնտեսության բոլոր ոլորտների գծով նույնպես հանգեցրեց տնտեսական նոր երևույթների առաջացմանը, մենաշնորհային երևույթների ըստ ամենայնի գնահատմանը, որոնցում շուկայական հարաբերությունների կարգավորմանը զուգընթաց առանձնահատուկ նշանակություն է ստանում ամբողջ տնտեսության և նրա առանձին ոլորտների պետական կարգավորման գործընթացի օրինաչափությունների հետազոտությանը:

Այս առումով, տնտեսության շատ ոլորտներում և մասնավորապես էլեկտրաէներգետիկայի արտադրաշուկում արտադրված էլեկտրաէներգիայի փոխադրման և բաշխման սուբյեկտ հանդիսացող բաշխիչ էլեկտրացանցերը, որպես մենաշնորհային գործունեություն իրականացնող սուբյեկտներ, գործում են շուկայական տնտեսությանը բնորոշ օրինաչափություններից սկզբունքորեն տարբերվող օրենքներով, որոնք պահանջում են պետության կողմից բոլորովին նոր մոտեցումների կիրառում, քանի որ այդ ոլորտում մրցակցության բացակայության պատճառով չեն գործում շուկայական ինքնակարգավորման սկզբունքները:

Դա նշանակում է, որ էներգետիկայի ոլորտում մենաշնորհային դիրքի օգտագործման և արտադրանքի գնի ու քանակի արհեստական տատանման բացառման պայմաններում պահանջվում է պետության կողմից կիրառել տարբեր մոտեցումներ, որոնք դառնում են օբյեկտիվ անհրաժեշտություն:

Նման պայմաններում բնական մենաշնորհները որպես մասնավոր ընկերություններ պահանջվեց կարգավորել պետական մարմինների կողմից, իսկ մյուս դեպքում անուղղակիորեն կարգավորվում են պետության կողմից անուղղակիորեն իրականացվող տնտեսական քաղաքականության և դրա բաղկացուցիչների, մասնավորապես հարկաբյուջետային, դրամավարկային, մաքսային, արտաքին տնտեսական կապերի ուղղությամբ իրականացվող քաղաքականության համաձայն:

Պետության կողմից բնական մենաշնորհային ընկերություններին ցուցաբերվող նման մոտեցումների անհրաժեշտությունը պայմանավորված է նրանով, որ տնտեսության տարբեր ոլորտներում օգտագործվող տնտեսական պաշարները դրսևորում են մեկ հիմ-

նական հատկություն, այսինքն՝ հազվագյուտ են և սահմանափակ: Այդ պատճառով շուկայական տնտեսության համակարգը իր առջև խնդիր է դնում լուծել հասարակության անդամների պահանջմունքները սահմանափակ պաշարներով բավարարելու խնդիրը:

Նման պայմաններում պահանջվում է, որ պետությունը հանդես գա ինքնակարգավորման այնպիսի կառուցակարգով, որոնց ձևավորումը կապված է արտաքին ազդեցությունների գնահատման հետ: Պետության կողմից նման մոտեցումների ցուցաբերման անհրաժեշտությունը պայմանավորված է նրանով, որ հաճախ երկրում ձևավորվում է տնտեսական առավելագույն և նվազագույն այնպիսի մակարդակներ, որոնք շատ դեպքերում խոչընդոտում են տնտեսության զարգացումը և հանգեցնում ճգնաժամանային երևույթների առաջացմանը իրենց բացասական հետևանքներով հանդերձ:

Այստեղից կարելի է եզրակացնել, որ անհրաժեշտությունից ելնելով ստեղծված իրավիճակի հաղթահարման նպատակով պահանջվում է պետության կողմից կիրառել այնպիսի կառուցակարգեր, որոնք նախադրյալներ կստեղծեն իրավիճակի կարգավորման, ճգնաժամային երևույթների հաղթահարման համար:

Դա նշանակում է, որ եթե բնական մենաշնորհի հետևանքները հիմնավոր չէ հաղթահարել շուկայի «անտեսանելի ձեռք»-ի սկզբունքի պահանջներով, այլև ինչպես արդարացիորեն նշել է պրոֆ. Գ. Կիրակոսյանը⁶⁶, տեսանելի ձեռքը պետք է հանդես գա տվյալ մենաշնորհային գործունեության հետևանքները հաղթահարելու գործոն և նպաստի ստեղծված իրավիճակի կարգավորմանը: Դա պայմանավորված է նրանով, որ շուկայական խառը տնտեսավարման պայմաններում տնտեսական որոշումների ընդունումը և դրանց կատարման նկատմամբ պատասխանատվությունը կրում են ոչ միայն տնտեսավարող սուբյեկտները, այլև պետությունը:

Այդ նպատակով պետությունը սահմանում է այնպիսի իրավական նորմեր և նորմատիվներ, որոնք միաժամանակ կարող են նպաստել մենաշնորհային շուկայի արդյունավետ գործունեության ծավալմանը: Եվ քանի որ հանրապետության անկախացումից հետո էլեկտրաէներգիայի արտադրությունը իր վրա չէր կրում շուկայական ինքնակարգավորման ազդեցությունը, ուստի այդ ոլորտի

⁶⁶ Տնտեսագիտության տեսություն, Երևան, «Տնտեսագետ» 2009թ., տ. Դ. պրոֆեսոր Գ. Ե. Կիրակոսյանի և տ. ք. պրոֆեսոր Ի. Ե. Խոջաթյանի խմբագրությամբ:

պետական կարգավորման անհրաժեշտությունը հիմնականում առնչվում է տնտեսական և իրավական հիմքերի կազմավորման գործընթացի հետ, որոնք իրենց արտացոլումը գտան «էներգետիկայի մասին» ՀՀ օրենքի դրույթներում, ինչպես նաև հանրային ծառայությունները կարգավորող մարմնի մասին «էլեկտրաէներգետիկական համակարգում և էլեկտրասպառման ոլորտում տեխնիկական վերահսկողության մասին», «Հանրային ծառայությունները կարգավորող հանձնաժողովի մասին» ՀՀ օրենքներում և բազմաթիվ նորմատիվային ակտերում:

Այսպես, «էներգետիկայի մասին» ՀՀ օրենքի երկրորդ գլխում, որն արտահայտում է էներգետիկայի բնագավառին բնորոշ պետական քաղաքականության հիմնադրույթները, 5-րդ հոդվածում ներկայացված են էլեկտրաէներգետիկական բնագավառի պետական քաղաքականության հիմնական սկզբունքները: Այդ սկզբունքներից առավել կարևորվում է էներգետիկայի բնագավառում մրցակցության և արդյունավետ գործունեության խթանման և մրցակցային միջավայրի զարգացման համար անհրաժեշտ պայմանների ստեղծումը, այդ կարևոր ոլորտի գործունեության կարգավորման անհրաժեշտությունը և այլն⁶⁷:

Սակայն, ինչպես ցույց են տալիս այդ կարևոր ոլորտի, որպես մենաշնորհային միջավայրի ներկայիս իրավիճակի պայմաններում պետական լծակների գծով առաջադրանքների կատարման ուղղությամբ տեղ գտած թերությունների բացահայտումն ու դրանց հաղթահարման ուղղությամբ միջոցառումների իրականացումը, մեր կարծիքով, լայն հնարավորություններ կնձեռնեն այդ կարևոր ոլորտի կառավարման կարգավորման ուղիների առաջադրման համար: Այդ միջոցառումների համակարգում առանձնահատուկ նշանակություն է ստանում էլեկտրական, ջերմային էներգիայի և բնական գազի շուկայական գործունեության կանոնների, կարգավորող սակագների և լիցենզավորման պայմանները:

Բացի դրանից պահանջվում է վերահսկման ճանապարհով հավասարակշռել սպառողների և գործունեության իրականացման լիցենզիա ունեցող անձանց շահերը, նրանց համար ստեղծել գործու-

նեության միատեսակ պայմաններ, ինչպես նաև նպաստել մրցակցային շուկայի ձևավորմանն ու զարգացմանը:

Այս առումով դրականորեն պետք է գնահատել կառավարության կողմից ընդունված որոշումը, որին համաձայն դեռևս 1997թ. ապրիլի 3-ին կապված ՀՀ էներգետիկայի հանձնաժողովի ձևավորման հետ, որը և դիտվեց մենաշնորհային ոլորտում էներգետիկ քաղաքականության շրջանակներում պետական կարգավորման գործընթացը իրականացնող անկախ մարմին:

Հետագայում՝ այսինքն 2001թ. մարտի 7-ին կառավարության որոշման համաձայն էներգետիկայի հանձնաժողովը վերանվանվեց էներգետիկայի կարգավորող հանձնաժողովի:

Հաշվի առնելով «էներգետիկայի մասին» ՀՀ օրենքում կատարված փոփոխությունների ընդունման՝ 2003թ. մարտի 7-ին կառավարության նոր որոշման համաձայն էներգետիկայի կարգավորող հանձնաժողովը վերանվանվեց ՀՀ բնական մենաշնորհի կարգավորման հանձնաժողովի, որի գերակա խնդիրը համարվեց այդ կարևոր ոլորտի սակագնային հիմնավոր քաղաքականության վարումը:

Հետագա տարիներին, համաձայն «Հանրային ծառայությունները կարգավորող մարմնի մասին» ՀՀ նոր օրենքի, դեռևս 2004թ. դեկտեմբերի 25-ին հանձնաժողովը վերանվանվում է «Հանրային ծառայությունները կարգավորող հանձնաժողովի»:

Ինչպես նկատում ենք բավականին կարճատև ժամանակում այդ կարևոր ոլորտի իրավական ակտերի վերանայման լուրջ աշխատանքներ են իրականացվել, որոնց նպատակը միշտ էլ համարվել է այդ ոլորտի սակագնային հիմնավոր քաղաքականության իրականացումը, էլեկտրաէներգետիկ շղթայի մենաշնորհային կարգավիճակ ունեցող օղակների՝ բաշխիչ էլեկտրական ցանցերի և առանձին սպասարկող օղակների և արտադրության միջև պատշաճ շուկայական հարաբերություններ ձևավորելու նպատակով:

Անշուշտ շուկայական տնտեսությունում տնտեսական հարաբերությունները կարգավորվում են շուկայի կողմից, որը բնավ չի նշանակում, թե շուկայի պայմաններում պետությունը չպետք է աջակցություն ցուցաբերի տնտեսության կարգավորմանը:

Հետևաբար չկա մեկ երկիր, որտեղ շուկան գործի «մաքուր» վիճակում, քանի որ շուկայի անկատարության առկայությունն օբյեկտիվ անհրաժեշտություն է դարձնում տնտեսության պետական կարգավորման գործընթացը: Դա պայմանավորված է նաև մի շարք

⁶⁷ «էլեկտրաէներգիայի մասին» ՀՀ օրենքը, ընդունված 2001թ. մարտի 5-ին, Երևան, էջ 4-5:

գործոններով, այդ թվում սոցիալ-տնտեսական նպատակային խնդիրների լուծման, ազգային և պատմական առանձնահատկություններից, տնտեսության զարգացման մակարդակից և սոցիալական ուղղվածություն ունեցող խնդիրների լուծման անհրաժեշտությունից:

Դա նշանակում է, որ զարգացման սոցիալական ուղղվածություն ունեցող երկրներում, այդ թվում նաև Հայաստանում, պետության միջամտության շրջանակները ավելի մեծ են քան ավանդական տնտեսություն ունեցող երկրներում:

Հանրապետության անկախացումից հետո տնտեսության պետական կարգավորումը իրականացվում է պետության լիազոր մարմինների կողմից իրականացվող օրենսդիր, գործադիր, վերահսկիչ և այլ մարմինների կողմից, որը կոչված է ապահովելու երկրի տնտեսության կայուն աճը, ելնելով նախապես սահմանված հիմնավոր հարկաբյուջետային, դրամավարկային, մաքսային պետական լծակների կիրառման անհրաժեշտությունից:

Հանրապետության անկախացումից հետո կատարված բարեփոխումները տնտեսության ոլորտների գծով, ինչպես նաև նախկին տնտեսական կապերի պայմաններում պահանջվում էր նոր մոտեցում ցուցաբերել մրցակցության գործընթացին:

Մրցակցության պաշտպանության օրենսդրական բազան հանրապետությունում ձևավորվեց քաղաքական անկախություն ստանալու 10-րդ տարուց հետո, երբ մրցակցության զարգացումը սկսեց ընթանալ մրցակցության պաշտպանության օրենսդրության և այն կարգավորող պետական մարմնի առկայության պայմաններում: Դա հանգեցրեց նրան, որ մրցակցության և մենաշնորհային կարգավորման ուղղությամբ օրենսդրական դրույթները⁶⁸ և դրանց իրականացումը առաջադրեց «Տնտեսական մրցակցության» հանձնաժողովի ձևավորմանը, որը հանրապետությունում կազմավորվել է օրենսդրական դաշտի կազմավորումից հետո:

Այսպիսով, տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովը հանրապետությունում ձևավորվել է 2001թ. ընդունված «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենքի դրույթներին համաձայն:

Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության հանձնաժողովի հիմնական նպատակային խնդիրներն են.

- շուկայի իրավիճակի հետազոտության և մրցակցության կապերի հետազոտության հիման վրա ընդունել խիստ որոշումներ դրանք խախտողների նկատմամբ,
- աջակցել տնտեսական մրցակցության զարգացմանը,
- մշակել այդ բնագավառում պետական քաղաքականությունը կարգավորող իրավական ակտերը,
- ապահովել հանձնաժողովի գործունեության հրապարակայնությունը և թափանցիկությունը:

Այդ հիմնախնդիրների լուծման ուղղությամբ համապատասխան միջոցառումների մշակումը պետք է համարել «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության» հանձնաժողովի գերակա խնդիրներից մեկը⁶⁹:

«Տնտեսության մրցակցության պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենքում գների չարաշահումների դրսևորումները արտացոլվում են երկու հոդվածներում՝ հակամրցակցային համաձայնությունները, դրանց արգելումը (հոդված 5) և «Գերիշխող դիրքի չարաշահումը» (հոդված 7):

5-րդ հոդվածում գների չարաշահումը ներկայացված է իրական գների սահմանման և ապրանքային շուկայում գների արհեստական բարձրացման, իջեցման և պահպանման ձևերով: Մյուս հոդվածում հաշվի է առնվում իրացման կամ ձեռքբերման չհիմնավորված գների սահմանման դեպքերի բացահայտումը:

Գների գծով նշված երևույթների առկայությունը համարվում է որպես հակաօրինական, ապրանքային շուկայում գերիշխող դիրք ունեցողների չարաշահում:

Հետևաբար, տնտեսական մրցակցության պետական հանձնաժողովի խնդիրն է այդ երևույթների բացահայտումը, որը և համարվում է երկրի պետական կարևորագույն գործառնություններից մեկը:

Հայաստանի Հանրապետությունում, որտեղ ապրանքային շուկաներում բարձր է համակենտրոնացման աստիճանը, առավել կարևորվում է գերիշխող դիրք ունեցողների կողմից գնային չարաշա-

⁶⁸ «Տնտեսական մրցակցային պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենքը, ՀՀ պաշտոնական տարեգիրք № 30, 15 դեկտեմբերի 2000թ.

⁶⁹ ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի պաշտոնական տեղեկագիր:

հումների բացահայտումը, որը նույնպես համարվում է տնտեսական մրցակցային հանձնաժողովի գերակա հիմնախնդիրներից մեկը:

Այս առումով վերջերս հանձնաժողովի նախաձեռնությամբ լուրջ միջոցառումներ ձեռնարկվեցին պարարտանյութերի շուկայում գների կարգավորման ուղղությամբ:

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

- Շուկայական տնտեսության պայմաններում ճկուն գնային քաղաքականությունը և դրանով պայմանավորված գնազույգման համակարգը պետք է դիտել շուկայական կառուցակախճ կարգավորող կարևոր գործոն:
- Գնազույգման քաղաքականությունը դիտվում է սոցիալ-տնտեսական քաղաքականության բաղկացուցիչ մասը, որի արդարացի կազմակերպումը կարևոր է ոչ միայն արտադրողների և սպառողների միջև հաջողության կայացման, այլև նպաստում է շուկայական հարաբերությունների զարգացմանն ու տնտեսության կայունացմանը:
- Գնազույգման մակրոտնտեսական կարգավորման կարևոր խնդիրները լուծվում են ուղղակի և անուղղակի մեթոդներով:
- Կարգավորվող շուկայական գները տնտեսության պայմաններում ուղղակի մեթոդով գների պետական կարգավորումը իրականացվում է պետության կողմից առանձին ապրանքների գծով հաստատագրված գների սահմանման միջոցով:
- Ազատ զարգացող շուկայական տնտեսությունում աստիճանաբար ընդլայնվում են արտադրության մասշտաբները, փոխվում են արտադրության աճի տեմպերը, պահանջարկին և առաջարկին համապատասխան ձևավորվում են հավասարակշիռ շուկայական գներ:
- Շուկայական տնտեսական համակարգի հիմքը շարունակվում է մնալ սեփականության բազմաձևությունը, ազատ գնազույգումը, ազատ ձեռնարկատիրական գործունեությունը, ազատ մրցակցությունը:
- Կարգավորվող շուկայական տնտեսությունում անչափ կարևոր է ոչ միայն շուկան կարգավորող «անտեսանելի ձեռքը», այլև պետության «տեսանելի ձեռքը»:
- Շուկայական ուժերի և պետության համատեղ գործողությունները պետք է դիտել ներկայիս տնտեսական համակարգի հիմնական

առանձնահատկության և արդյունավետ գործունեության ծավալման անհրաժեշտ պայման:

- Գների պետական կարգավորման համաշխարհային փորձի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ առաջավոր երկրներում ազատ գնազույգմանը և ազատ մրցակցությանը զուգընթաց, պետությունն ինքն է կարգավորում գնային քաղաքականությունը:
- Գյուղատնտեսության ոլորտում գյուղացիական տնտեսությունների գործունեության խթանման նպատակով առաջարկվում է սահմանել կարևոր մշակաբույսերի սահմանային գներ, որոնք իրենց հերթին կխթանեն վերամշակող արդյունաբերության զարգացումը:
- Գների կարգավորման գործընթացում կարևոր նշանակություն ունեն հարկային և մաքսային լծակների արդարացի սահմանումը:
- Գների և հարկերի միջև փոխկապվածությունը արտահայտվում է նրանում, որ գների կազմում որոշիչ դեր են զբաղեցնում անուղղակի հարկերը:
- Անուղղակի հարկերի և գնազույգման միջև փոխկապվածությունը, արտահայտվում է նրանում, որ այդ հարկերի միջոցով ձեռնարկվում են ձեռնարկության բաց թողման և մանրածախ գները:
- Գնային ստրատեգիան դա գնազույգման բնագավառում նպատակային դիրքորոշումներն են, որոնք սահմանվում են մենեջերների կողմից:
- Գնազույգման պետական կարգավորման գործում բավականին աշխատանքներ են ծավալում հանրային ծառայության և տնտեսական մրցակցության հանձնաժողովները:

ՀԱՐՑԵՐ, ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔՆԵՐ

1. Ինչպե՞ս է կարգավորվում զուտ մրցակցային շուկայում շուկայական գները:
2. Ազատ գնային գործընթացի կազմակերպումը ինչպե՞ս է պետության կողմից սահմանափակվում և ի՞նչ ուղղություններով:
3. Ո՞րն է գների կարգավորման ուղղակի մեթոդի էությունը:
4. Ո՞ր արտադրանքների և ծառայությունների դիմաց են սահմանվում հաստատագրված գներ և սակագներ:

5. Ո՞րն է գնագոյացման մակրոտնտեսական կարգավորման անուղղակի մեթոդի էությունը:

6. Որո՞նք են գների պետական կարգավորման հիմնախնդիրները:

7. Որո՞նք են շուկայական տնտեսության պայմաններում գնագոյացման հիմնական սկզբունքները:

8. Տնտեսավարման ազատ շուկայական ձևի պայմաններում տնտեսագետների կողմից շուկայի հիմնական տարրերից ո՞րն է ընդունվել որպես հիմնական կարգավորիչ:

9. Ո՞րն է անտեսանելի ձեռքի սկզբունքի էությունը:

10. Ո՞րն է «Լեյսեյ-Ֆեա»-ի ժամանակաշրջանի բնորոշ գիծը:

11. Ի՞նչ ծառայություն է կատարել Ջ. Մ. Քեյնսը կարգավորվող շուկայական տնտեսության համակարգի ձևավորման գործում և որ աշխատությամբ:

12. Ո՞րն է «խառը» տնտեսական համակարգի հիմնական առանձնահատկությունը:

13. Ինչպիսի՞ն է հարաբերակցությունը հաստատագրված գների միջև՝ ըստ առանձին զարգացող երկրների:

14. Պետության ի՞նչ տնտեսական լծակների օգնությամբ է պետությունը կարգավորում գները:

15. Ինչու՞մն է արտահայտվում գների և հարկերի՝ որպես կարևոր տնտեսական լծակի միջև փոխկապվածությունը:

16. Ո՞րն է անուղղակի հարկերի հիմնական առանձնահատկություններից մեկը:

17. Ո՞րն է գնային ստրատեգիայի և գնային տակտիկայի առանձնահատկությունները:

18. Որո՞նք են «Հանրային ծառայությունները կարգավորող» հանձնաժողովի և «տնտեսական մրցակցության» հանձնաժողովների ձևավորման նախադրյալները, և ինչ հիմնական գործառույթներ են կատարվում նրանց կողմից:

19. Որո՞նք են «տնտեսական մրցակցության» հանձնաժողովի հիմնական նպատակային խնդիրները:

6.1. Տնտեսավարող սուբյեկտների գործունեության վրա գների պետական կարգավորման անուղղակի մեթոդը կիրառվում է, երբ.

ա) պետության կողմից մշակվում է գների մակարդակի որոշման մեթոդական ցուցումներ, հրահանգներ,

բ) կազմվում են համապատասխան օրենսդրական, իրավական և նորմատիվային ակտեր,

գ) պետության կողմից անմիջականորեն սահմանվում են հաստատագրված վճարներ,

դ) նշված բոլոր պատասխանները միասին:

6.2. Նշված տարբերակներից ո՞րը գնագոյացման մակրոտնտեսական կարգավորման անուղղակի մեթոդ չէ.

ա) գների մակարդակի որոշման մեթոդական ցուցումների մշակումը,

բ) ֆինանսավարկային քաղաքականությունը,

գ) հարկաբյուջետային քաղաքականությունը,

դ) մաքսային քաղաքականությունը:

6.3. Նշված տարբերակներից ո՞րը չի համարվում շուկայական տնտեսության պայմաններում գնագոյացման պետական կարգավորման հիմնական սկզբունք.

ա) տնտեսական քաղաքականության և գնագոյացման քաղաքականության միասնությունը,

բ) տնային տնտեսությունների, ձեռնարկությունների և պետության շահերի զուգակցումը,

գ) գնագոյացման և մրցակցության փոխադարձ կապի ստեղծման ու վերահսկողության սահմանումը,

դ) ապրանքի գնի արժեքավորումը:

6.4. Գնագոյացման պետական կարգավորման մեթոդներն են.

ա) ծախսային և նորմատիվային մեթոդները,

բ) անվնասաբերության և նպատակային շահույթի ստացման մեթոդը,

գ) մաքսնադրական և ապրանքի գնի արժեքավորման մեթոդները,

դ) նշված պատասխանները միասին:

6.5. Ճյուղերի, ենթաճյուղերի և ձեռնարկությունների խնդիրների տարբերակությամբ է պայմանավորված.

- ա) գնային ռազմավարության նպատակային խնդիրների նմանությունը,
- բ) գնային ռազմավարության նպատակային խնդիրների տարբերությունը,
- գ) վճարունակության հավասար մակարդակը,
- դ) արտադրության ծախսերի և պահանջարկի հավասարությունը:

6.6. Շուկայական տնտեսության պայմաններում յուրաքանչյուր ձեռներեց և ձեռնարկությունը իր գործունեության նախապատրաստման և իրագործման համար.

- ա) պետք է հիմք ընդունի նախապես կնքված համաձայնագրերն ու պայմանագրերը,
- բ) պետք է ձգտի շուկայում իր բաժնի հնարավոր ավելացումը,
- գ) պետք է իրացման ծավալի մեծացմանը զուգընթաց հաստատուն ծախսերը կրճատի,
- դ) պետք է ըստ կնքված պայմանագրերի շուկայում ավելացնի իր բաժինը և կրճատի հաստատուն ծախսերը:

6.7. Երբ ձեռնարկությունը շուկայում ավելացնում է իրացման ծավալը և միավորի հաշվով կրճատում հաստատուն ծախսերը.

- ա) ընդհանուր ծախսերի մակարդակի իջեցմանը և ամբողջական շահույթի աճին,
- բ) ընդհանուր ծախսերի և ամբողջական շահույթի իջեցմանը,
- գ) ընդհանուր ծախսերի և ամբողջական շահույթի ավելացմանը,
- դ) ընդհանուր ծախսերի մակարդակի ավելացմանը և ամբողջական շահույթի կրճատմանը:

6.8. Երբ տվյալ ձեռնարկության իրացման գինը մրցակցային գնի համեմատ ցածր է, սահմանում և շուկայում մեծացնում է իր բաժինը, ապա այս ռազմավարությունը կոչվում է.

- ա) արտադրության ծավալի կրճատման ռազմավարություն,
- բ) արտադրության ծախսերի կրճատման ռազմավարություն,
- գ) ներխուժման կամ «թափանցման» գների ռազմավարություն,
- դ) շուկայից դուրս գալու ռազմավարություն:

6.9. Յուրաքանչյուր ձեռնարկություն գնային ռազմավարության առավելագույն շահույթի ավելացման նպատակը կիրականանա այն դեպքում, երբ համեմատաբար.

- ա) կարճ ժամկետում փոխհատուցվի ներդրումները, իսկ արտադրությունը կազմակերպվի նվազագույն ծախսերով,

- բ) երկար ժամկետում փոխհատուցվի ներդրումները, իսկ արտադրությունը կազմակերպվի նվազագույն ծախսերով,
- գ) երկար ժամկետում փոխհատուցվի ներդրումները, իսկ արտադրությունը կազմակերպվի առավելագույն ծախսերով,
- դ) արտադրությունը կազմակերպվի առավելագույն ծախսերով:

6.10. Գնային այն ռազմավարությունը, որի դեպքում միևնույն ապրանքի սպառողների տարբեր խմբերի համար սահմանվում են տարբեր գներ, անվանում են.

- ա) գնային տարբերակման ռազմավարություն,
- բ) ներթափանցման կրճատման ռազմավարություն,
- գ) ծախսերի ավելացման ռազմավարություն,
- դ) ճիշտ պատասխանը նշված չէ:

6.11. Գնագոյացման քաղաքականությունը կարող է ցանկալի արդյունք ապահովել, եթե շաղկապված լինեն.

- ա) ձեռնարկության և պետության նպատակային խնդիրները,
- բ) ձեռնարկության և սպառողների նպատակային խնդիրները,
- գ) ձեռնարկության և նպատակային խնդիրները,
- դ) սպառողների նպատակային խնդիրները:

6.12. Յուրաքանչյուր ձեռնարկության ամենափիմնական նպատակային խնդիրներն են.

- ա) արտադրության և իրացման ծավալի ընտրությունը,
- բ) տվյալ շուկայում իրացման բաժնի ճիշտ ընտրությունը,
- գ) մրցակիցների համեմատությամբ վաճառքի բաժնի ավելացումը,
- դ) նշված բոլոր տարբերակները միասին:

6.13. Շուկայի տարողության մանրամասն վերլուծությունը, գների տարբեր տեսակների կիրառումը, բացարձակ շահույթի ավելացումը, կառավարության ու մրցակիցների և իրացման ուղիների շահորի զուգակցումը կազմում են.

- ա) գնային ռազմավարության իրացման փուլ,
- բ) գնային ռազմավարություն,
- գ) գների հարմարեցման ռազմավարություն,
- դ) նշված բոլոր տարբերակները սխալ են:

6.14. Գնագոյացման նպատակների և ընդհանուր քաղաքականության ճիշտ ընտրությունը, զուտ գնային ռազմավարության, գների հարմարեցումն ու գնային ռազմավարության իրացումը.

- ա) գների կարգավորման ուղիներն են,
- բ) գնային ռազմավարության փուլերն են,

- գ) գնային ռազմավարության մեթոդներն են,
 դ) գնային ռազմավարությանը նպաստող վերարտադրության փուլերն են:
- 6.15. Գների ճշգրտման ռազմավարության ժամանակ.**
 ա) հաշվի են առնվում շուկայի տարբեր հատվածներում սպա-
 ռողների դրսևորած վարքագծերի, տարբերությունները,
 բ) ձեռնարկությունը կարող է սահմանել զեղչ կանխիկ վճարման
 դիմաց,
 գ) ձեռնարկությունը կարող է սահմանել զեղչ արտադրանքի ծա-
 վալի և իրացման պայմանների փոփոխության դիմաց,
 դ) նշված բոլոր տարբերակները միասին:
- 6.16. Արժեքայնության նշանակության բարձրացման գնային ռազմավարությունն ուղղված է հատկապես այն մրցակիցների դեմ, որոնք.**
 ա) գործում են զուտ մրցակցային շուկայում,
 բ) գործում են վերադիր պարզևատրման ռազմավարության սկզբունքով,
 գ) գործում են մոնոպսոնային շուկայում,
 դ) նշված բոլոր տարբերակները միասին:
- 6.17. Աշխարհագրական միջավայրի գործոնից բխում է գների այնպիսի ռազմավարություն, որի դեպքում առանձին շրջաններ-
 ի առանձնահատկություններից ելնելով սամանում են.**
 ա) սեզոնային գներ, ըստ իրացման վայրերի,
 բ) սեզոնային գներ ըստ թողարկման վայրերի,
 գ) զոտիական գների ըստ իրացման վայրերի ու ըստ թողարկ-
 ման վայրերի,
 դ) նշված բոլոր տարբերակները միասին:
- 6.18. Ջուտ գնային ռազմավարությունն իրականացնում են այն ձեռնարկությունները, որոնք բախվում են.**
 ա) տարբեր արտադրանքներ իրացնող մրցակիցների հետ,
 բ) նույնաման արտադրանք վաճառող մրցակիցների հետ,
 գ) տարբեր ծախսեր կատարող և արտադրանքներ թողարկող
 ձեռնարկությունների հետ,
 դ) տարբեր տարածքների մրցակիցների հետ:
- 6.19. Շուկայական տնտեսության պայմաններում գների պար-
 բերաբար փոփոխությունը, կապված ծախսերի, մրցակցու-**

- թյան, պահանջարկի և առաջարկի, զեղչերի ու վերադիրների փոփոխության հետ, անվանում են գնային ռազմավարության.**
 ա) գնի հարմարեցման փուլ,
 բ) գնի արժեքավորման փուլ,
 գ) զուտ գնային ռազմավարության փուլ,
 դ) գների ճշգրտման փուլ:
- 6.20. Նշված տարբերակներից ո՞րը մրցակցության ռազմավա-
 րության տեսակ է.**
 ա) ուժային ռազմավարություն,
 բ) հարմարվողական և ծայրահեղ արտոնյալ ռազմավարություն,
 գ) նորարարության ռազմավարություն,
 դ) այդպիսի պատասխան նշված չէ:
- 6.21. Մրցակցության ուժային ռազմավարությանը բնորոշ է.**
 ա) փոքր ընկերություններին, որոնք չեն արտադրում միատիպ
 արտադրանքներ և առավելագույն ծախսերով ձգտում են
 ավելացնել իրացման ծախսերը,
 բ) միջին ընկերություններին, որոնք չեն արտադրում միատիպ
 արտադրանքներ,
 գ) առավել խոշոր ընկերություններին, որոնք արտադրում են
 միատիպ կամ ստանդարտ արտադրանքներ ու նվազագույն
 ծախսումներով ձգտում են ավելացնել իրացման մասշտաբ-
 ները,
 դ) միայն հայրենական արտադրողներին:
- 6.22. Մրցակցային ուժային ռազմավարություն իրականացնող
 ձեռնարկությունները իրենց շահույթի մեծ բաժինը ստանում
 են.**
 ա) միայն գների բարձրացման հաշվին,
 բ) միայն գների իջեցման հաշվին,
 գ) իրացման շրջանառության ավելացման հաշվին,
 դ) իրացման շրջանառության կրճատման հաշվին:
- 6.23. Մրցակցության հարմարվողական ռազմավարությունը
 իրականացվում են տեղական նշանակության այն ձեռնարկու-
 թյունները, որոնք ձգտում են բավարարել,**
 ա) արտադրողներ որոշակի խմբի ոչ մեծ պահանջարկը,
 բ) բոլոր արտադրողների պահանջարկը,
 գ) սպառողների որոշակի խմբի ոչ մեծ պահանջարկը,
 դ) բոլոր սպառողների պահանջարկը:

6.24. Մրցակցության ծայրահեղ արտոնյալ ռազմավարություն իրականացնում են ձեռնարկություններն ու ընկերությունները, որոնք, ունենալով խիստ նեղ մասնագիտացման մակարդակ.

- ա) արտադրում են ոչ սովորական եզակի արտադրատեսակներ,
- բ) բավարարում են բոլոր սպառողների պահանջարկը,
- գ) բավարարում են որոշակի խմբի սպառողների պահանջարկը,
- դ) արտադրում են փոխարինիչ չունեցող արտադրանք և բավարարում են տվյալ արտադրանքի նկատմամբ սահմանափակ պահանջարկ ունեցող որոշակի խմբի սպառողների,

6.25. Մրցակցային նորարարության ռազմավարությունը, դա.

- ա) արտադրանքի կամ ծառայության կատարելագործումն է,
- բ) շուկայի հին հատվածի վերակառուցումն է,
- գ) շուկայում նոր հատվածի ստեղծումն է,
- դ) շուկայի հին հատվածի արմատական վերակառուցման կամ նոր հատվածի ստեղծման ռիսկային գործունեության կազմակերպումն է:

6.26. Երաշխավորված նվազագույն գների սահմանումը դիտվում է գների պետական կարգավորման.

- ա) ուղղակի մեթոդ,
- բ) անուղղակի մեթոդ,
- գ) հաշվակշռային մեթոդ,
- դ) դինամիկ վերլուծության մեթոդ:

6.27. Նախահաշվային գների օգտագործման կարգավորման ուղղակի մեթոդով այդ գները սահմանվում են.

- ա) աշխատանքի նախահաշվային արժեքի հիման վրա,
- բ) աշխատանքի փաստացի արժեքի հիման վրա,
- գ) ֆինանսավարկային լծակների հիման վրա,
- դ) հարկաբյուջետային լծակների հիման վրա:

6.28. Նշված երկրներից ո՞ր երկրում է հաստատագրված կարգավորող գների շրջանակը փոքր.

- ա) Շվեյցարիա,
- բ) Ճապոնիա,
- գ) Ֆրանսիա,
- դ) Հայաստան:

6.29. Ֆինանսական պլանի՝ պետական բյուջեի եկամուտները իրենց ներգործությունն են ունենում.

- ա) միայն ծախսերի մեծության վրա,

բ) գների մակարդակի փոփոխության վրա,

գ) ձեռնարկության տրամադրության տակ մնացող շահույթի մեծության վրա,

դ) ինչպես ծախսերի և գների մակարդակների մեծության վրա, այնպես էլ ձեռնարկությունների և ընկերությունների տրամադրության տակ մնացող շահույթի մեծության վրա:

6.30. Գնի կառուցվածքում հարկային վճարումներն որոշակի բաժին են կազմում, որոնք.

- ա) սոցիալական վճարումների տեսքով ներառում են ծախսերի կազմում և ձևավորում են ինքնարժեքը,
- բ) ներառվում են բացթողնման գնի կազմում,
- գ) ներառվում են մանրածախ գնի կազմում,
- դ) նշված բոլոր տարբերակները միասին:

6.31. Գների կազմում ներառված վճարումները որոշակի բաժին են կազմում, որոնք.

- ա) սոցիալական վճարումների տեսքով ներառվում են ծախսերի կազմում և ձևավորում են ինքնարժեքը,
- բ) ներառվում են բացթողնման գնի կազմում,
- գ) ներառվում են մանրածախ գնի կազմում,
- դ) նշված բոլոր տարբերակները միասին:

6.32. Սոցիալական վճարները, եկամուտների մեծության փոփոխությունը համապատասխան դրույքաչափերով հաշվարկվում է.

- ա) աշխատավարձի ֆոնդից և չի վերագրվում արտադրանքի ինքնարժեքին,
- բ) աշխատավարձի ֆոնդից և վերագրվում է արտադրանքի ինքնարժեքին,
- գ) հիմնադրամներից,
- դ) տնտեսական շահույթից:

6.33. Սոցիալական վճարները կապված են պետության սոցիալական ապահովության քաղաքականության հետ և ներառվում են բյուջեում, որպես.

- ա) ոչ հարկային եկամուտներ,
- բ) ուղղակի հարկային եկամուտներ,
- գ) անուղղակի հարկային եկամուտներ,
- դ) սպառման հարկեր:

6.34. Ուղղակի հարկերը, դրանք ֆիզիկական և իրավաբանական անձանցից եկամուտների և գույքի դիմաց գանձվող հարկերն են, որոնց մեջ ներառվում են.

- ա) եկամուտները և շահութահարկը,
- բ) հողի հարկը և գույքահարկը,
- գ) պարզեցված հարկը,
- դ) նշված բոլոր տարբերակները միասին:

6.35. Անուղղակի են համարվում այն հարկերը, որոնք ներառվում են.

- ա) աշխատանքային ծախսումների մեջ,
- բ) սակագների կազմում,
- գ) գների, սակագների կազմում ու ձևավորում են շուկայական բացթողման գինը,
- դ) շուկայական բացթողման գների կազմում:

6.36. Անուղղակի հարկերը, որոնք հաշվարկվում և ներառվում են ձեռնարկության իրացման և շուկայական գների կազմում, ցածր եկամուտներ ստացողները անուղղակի հարկերի վճարման նպատակով իրենց եկամուտներից.

- ա) ավելի մեծ բաժին են առանձնացնում, քան բարձր եկամուտ ստացողները,
- բ) ավելի փոքր բաժին են առանձնացնում, քան բարձր եկամուտ ստացողները,
- գ) բարձր եկամուտ ստացողներին հավասար բաժին են առանձնացնում,
- դ) վճարումներ չեն կատարում:

6.37. 50.000 և 500.000 դրամի եկամուտներ ստացող ընտանիքները 20.000 դրամով գորգի համար վճարում են.

- ա) հավասար մեծությամբ ավելացած արժեքի հարկ,
- բ) տարբեր մեծությամբ ավելացած արժեքի հարկ,
- գ) 3364 դրամից հավասարեցված ավելացած արժեքի հարկին վճար,
- դ) 3500 դրամին հավասարեցված ԱԱՀ-ի վճար:

6.38. 50.000 և 500.000 դրամի եկամուտներ ստացող ընտանիքների կենսապայմանների վրա 20.000 դրամով գնված գորգի համար վճարած ԱԱՀ-ի գումարը տարբեր մեծության ներգործություն է ունենում, որը համապատասխանաբար կազմում է.

- ա) 6.2 % և 0.62 %,

բ) 6.7 % և 0.67 %,

գ) 6.8 % և 0.68 %,

դ) 6.9 % և 0.69 %:

6.39. Եթե արտադրանքի ֆիզիկական ծավալը և հարկերի դրույքաչափերը մնում են անփոփոխ, իսկ գները աճում են, ապա ընդհանուր եկամտի աճը կուղեկցվի.

- ա) տնօրինվող եկամտի աճով,
- բ) տնօրինվող եկամտի կրճատմամբ,
- գ) սպառողական ծախսերի ավելացմամբ,
- դ) նրանով որ, խնայողությունների և սպառողական ծախսերի գումարը կնվազի:

6.40. Երբ աճեն հարկային դրույքաչափերը, իսկ գներն ու արտադրանքի ֆիզիկական ծավալը մնան անփոփոխ, ապա այդ դեպքում տնօրինվող եկամուտները.

- ա) կավելանան,
- բ) կկրճատվեն,
- գ) չեն փոփոխվի,
- դ) կհավասարվեն խնայողություններին:

6.41. Երբ աճեն հարկային դրույքաչափերը, իսկ գներն ու արտադրանքի ֆիզիկական ծավալը մնան անփոփոխ, ապա այդ դեպքում ստեղծված նոր արժեքի.

- ա) ավելի մեծ բաժին կհանրայնացվի և կմուծվի պետական բյուջե,
- բ) ավելի փոքր բաժին կհանրայնացվի և կմուծվի պետական բյուջե,
- գ) կենտրոնացված եկամուտների բաժինը կփոքրանա,
- դ) պետական բյուջեի կենտրոնացված եկամուտները չեն փոփոխվի:

6.42. Ձարգացած երկրների փորձը ցույց է տալիս, որ հարկային եկամուտների աճը հանգեցնում է.

- ա) ինչպես արտադրության ծախսերի աճին և ապրանքների թանկացմանը, այնպես էլ հասարակության եկամուտների կրճատմանը,
- բ) ինչպես արտադրության ծախսերի աճին և ապրանքների էժանացմանը, այնպես էլ հասարակության եկամուտների կրճատմանը,

- գ) ինչպես արտադրության ծախսերի կրճատմանը և ապրանքների թանկացմանը, այնպես էլ հասարակության եկամուտների մեծացմանը,
 դ) ինչպես արտադրության ծախսերի աճին և ապրանքների թանկացմանը, այնպես էլ հասարակության եկամուտների մեծացմանը:

6.43. Պետական եկամուտները հարկերի դրույքաչափերի կրճատման հետևանքով.

- ա) աճում են,
 բ) նվազում են,
 գ) չեն փոփոխվում,
 դ) տատանվում են:

6.44. Պետական եկամուտները հարկերի դրույքաչափերի բարձրացման դեպքում.

- ա) աճում են,
 բ) նվազում են,
 գ) տատանվում են,
 դ) չեն փոփոխվում:

6.45. Հարկերի դրույքաչափերի բարձրացման դեպքում պետական եկամուտների աճը ներգործում է.

- ա) գների վրա,
 բ) սպառման մակարդակի վրա,
 գ) պահանջարկի փոփոխության վրա,
 դ) ինչպես գների, այնպես էլ սպառման մակարդակի ու պահանջարկի փոփոխության վրա:

6.46. Բյուջե մուտքագրվող եկամուտները չեն կարող ավելանալ.

- ա) հարկատուների թվի ավելացման դեպքում,
 բ) ուղղակի և անուղղակի հարկերի դրույքաչափերի թվի ավելացման դեպքում,
 գ) ուղղակի և անուղղակի հարկերի դրույքաչափերի կրճատման դեպքում,
 դ) ուղղակի և անուղղակի հարկերի դրույքաչափերի բարձրացման դեպքում:

6.47. Որքան կենտրոնացված կարգով ստացվող հարկային եկամուտների աճը գերազանցի հասարակության եկամուտների աճին, այնքան գների աճին զուգընթաց.

- ա) անվանական աշխատավարձը կնվազի,
 բ) իրական աշխատավարձը կնվազի,
 գ) պահանջարկը կավելանա,
 դ) կենսամակարդակը կաճի այդ փոփոխության չափով:

ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՀԱՍԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

«ճկուն գնային
 քաղաքականություն»
 «գների պետական
 կարգավորում»
 «մրցակցություն»

«հաստատագրված գներ»

«կատարյալ մրցակցային
 շուկաներ»
 «ոչ կատարյալ
 մրցակցություն»
 «գնագոյացման
 սկզբունքներ»
 «շուկայական գործընթացի
 կարգավորում»
 «տնտեսական համակարգի
 հիմքը»
 «տնտեսության պետական
 կարգավորման լծակներ»
 «ուղղակի և անուղղակի
 մեթոդներ»

«տարրերային շուկա»

«հարկային և մաքսային
 քաղաքականություն»
 «մաքսային
 դրույքաչափեր»
 «հարկային
 հարաբերություններ»
 «գների կառուցվածք»

«ուղղակի և անուղղակի
 հարկեր»
 «ակցիզային հարկի
 դրույքաչափեր»
 «գնային
 ռազմավարություն»

ԳԼՈՒԽ 7

ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ԻՐԱԿԱՆ ՀԱՏՎԱԾԻ ԵՎ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՈԼՈՐՏՈՒՄ

7.1. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ԿԱՏԱՐԵԼԱԳՈՐԾՄԱՆ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՈՒՂՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

Ցանկացած երկրի տնտեսություն չի կարող զարգանալ և առաջադիմել առանց հիմնավորված քաղաքականության որոշակի համակարգի, առանց տնտեսական ու սոցիալական զարգացման որոշակի ուղղությունների ու նպատակային խնդիրների առաջադրման և հետևողական լուծման:

Ելնելով այդ խնդիրների լուծման առանձնահատկություններից, որոնք առնչվում են նյութական ու հոգևոր բարիքների ստեղծման, դրանց նկատմամբ հասարակության պահանջների բավարարման, երկրի պաշտպանունակության ամրապնդման անհրաժեշտության հետ, սատիճանաբար ձևավորվում է պետության կողմից իրականացվող քաղաքականության համակարգը:

Տնտեսական քաղաքականության բաղկացուցիչ մասը կազմող գնային քաղաքականության հիմնահարցերի ուսումնասիրության նպատակն է հիմնավորել կարգավորվող տնտեսությունում նոր գնային քաղաքականության անհրաժեշտությունն ու նպատակային խնդիրները, ներկայացնել նրա կապը տնտեսական քաղաքականության հետ, պարզաբանել դրանց դերը շուկայական հարաբերությունների զարգացման ու կարգավորման, տնտեսության կայունացման, պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության կարգավորման, բնակչության սոցիալական պաշտպանվածության ապահովման գործում:

Այս առումով ուշադրության են արժանի այն տնտեսագետների մոտեցումները, ովքեր շուկայական տնտեսությունը դիտում են որպես զներով կարգավորվող տնտեսական համակարգ, իսկ զները՝ այդ համակարգի կառուցակարգը կարգավորող անիվներ: Դա նշանակում է, որ անցումը նոր գնային քաղաքականության օբյեկտիվ

անհրաժեշտություն է, որի համար պահանջվում է հետազոտել այդ քաղաքականության հիմնական ուղղությունները⁷⁰:

Շուկայական տնտեսության անցումային փուլում գնային նոր քաղաքականության իրականացումը համարվում է ամենաբարդ բարեփոխումներից մեկը: Դա բացատրվում է նրանով, որ գնագոյացման հետ կապված ամեն մի բարեփոխում կարող է ունենալ աղետալի հետևանքներ՝ հանգեցնել գների արագ աճի և բնակչության եկամուտների կրճատմանը: Դա վերաբերում է նաև Հայաստանի Հանրապետությանը, որտեղ 1992թ. հունվարի 5-ից կիրառված նոր գնային քաղաքականությունը հանգեցրեց որոշակի ծանր հետևանքների՝ գների կտրուկ բարձրացման և հիպերինֆլյացիոն երևույթների առաջացմանը:

Նոր գնային քաղաքականության ծանր հետևանքները սկզբնական տարիներին կապված էին շուկայական տնտեսության համար անհրաժեշտ կառույցների և մրցակցության բացակայության, արտադրողների մենաշնորհային դիրքի առկայության, պարենային և ոչ պարենային ապրանքների խիստ պակասության հետ:

Բավական է նշել, որ սպառման ապրանքների և ծառայությունների գների սակագինը 1993թ., 1992թ. համեմատությամբ, աճեց մոտ 110 անգամ, իսկ 1994թ., 1993թ. համեմատությամբ՝ 50,6 անգամ:

Ցանկացած ձեռնարկատիրության գնային քաղաքականությունը որոշվում է նրա տնտեսական ներուժի, ունեցած պաշարների, արտադրական գործունեության, արտադրանքների պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության հիման վրա: Նույնիսկ պահանջարկի առկայության դեպքում ձեռնարկությունը պարտավոր է հաշվի առնել մի շարք նպատակային խնդիրներ՝ կապված արտադրանքի որակի, սեզոնայնության, իրացման պարբերականության, գնային ռազմավարության հետ և այլն:

Հիմնավորված գնային քաղաքականության նշանակությունն ու անհրաժեշտությունը բացատրվում է նրանով, որ դրա շնորհիվ լայն հնարավորություններ է ստեղծվում ինչպես ձեռնարկությունների, ծյուղերի, ընկերությունների, այնպես էլ պետության նպատակային խնդիրների լուծման համար: Դա նշանակում է, որ գնային քաղաքականության միջոցով մի կողմից խթանվում է արտադրության

⁷⁰ Цены и ценообразование, под ред. В. Е. Есипова, 5-ое издание, Москва-Санкт-Петербург-Минск, 2008г., стр. 245-250.

տարբեր ոլորտների գործունեությունը, իսկ մյուս կողմից իրականացվում են պետության վերջնական արդյունքների բաշխումն ու վերաբաշխումը, կարգավորվում պահանջարկն ու առաջարկը:

Գնային քաղաքականությունը կապված է ապրանքափողային հարաբերությունների հետ, արտացոլում է պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության հիմնական օրինաչափությունները, համարվում է պետության տնտեսական քաղաքականության բաղկացուցիչ մասը և շուկայական հարաբերությունները կարգավորող ինքնուրույն բնագավառ: Տնտեսական քաղաքականության արդյունավետությունը, վերջին հաշվով, գնահատվում է հենց գնագոյացման քաղաքականության միջոցով:

Գնային քաղաքականության կատարելագործման հիմնական ուղղություններն են համարվում⁷¹.

- Յուրաքանչյուր ձեռնարկություն մշակված հիմնավոր գնային քաղաքականության միջոցով պետք է ձգտի մրցակցության պայմաններում կայունացնել դիրքերը շուկայում: Այդ նպատակով պահանջվում է հաղթահարել արտադրական հզորությունների թերօգտագործումը, ծավալել առավել ինտենսիվ մրցակցություն, գնահատել շուկայի իրավիճակի փոփոխությունները՝ կապված պահանջարկի և առաջարկի, սպառողների նախասիրությունների ու վարքագծի փոփոխությունների հետ և այլն:

- Գնագոյացման քաղաքականության կատարելագործման կարևոր ուղղություն է նաև առավելագույն շահույթի ստացման ապահովումը, որի համար պահանջվում է սահմանել առավելագույն շահույթ երաշխավորող հիմնավոր գին: Դրա համար յուրաքանչյուր ձեռնարկություն պարտավոր է որոշել իր արտադրանքի առաջարկն ու անհրաժեշտ ծախսերի մակարդակը և այլընտրանքային սկզբունքով սահմանել են առավելագույն շահույթ ապահովող օպտիմալ գին:

- Գնագոյացման քաղաքականության հաջորդ հիմնական ուղղությունը ապրանքաշրջանառության ծավալը առավելագույնի հասցնելն է: Անշուշտ, հիմնավորված գինը միշտ էլ խթանում է ապրանքաշրջանառության ընդլայնմանը: Այդպիսի հիմնավորված գնի սահմանումը հաճախ իր վրա է կրում խմբակային եղանակով ար-

տադրված արտադրանքի հետ կապված համալիր ծախսերի կառուցվածքն ու հաշվարկման բարդությունը: Նման պայմաններում պահանջարկի գնահատմանը համապատասխան, ինչպես նաև առաջադրված խնդիրների իրականացման նպատակով թույլատրելի է համարվում, ելնելով առաքման ծավալից, սահմանել միջանկյալ տոկոսաչափ, այսինքն՝ գնին վերադիր կամ զեղչեր, որը կարող է խթանել շրջանառության ընդլայնումը: Յուրաքանչյուր ձեռնարկություն առաքման ծավալի ավելացումը պետք է զուգակցի միավոր ապրանքի հաշվով ծախսերի իջեցման հետ և դրա շնորհիվ ապահովի շահույթի ավելացումը, ինչպես նաև մյուս տնտեսավարող սուբյեկտների և պետության շահերի հիմնավոր զուգակցումը:

Նման իրավիճակի բացասական հետևանքներից խուսափելու նպատակով անհրաժեշտ է պարբերաբար հետազոտել շուկայի իրավիճակի, մասնավորապես, պահանջարկի, գների նկատմամբ սպառողների զգայունության, պահանջարկի գնային ճկունության փոփոխությունները և դրանց համապատասխան՝ որոշել գնի վերին և ներքին սահմանը:

- Գնային քաղաքականության կատարելագործման հաջորդ ուղղությունը արտադրության ծախսերի պարբերական վերլուծությունն է, մասնավորապես հաստատուն և փոփոխուն ծախսերի ուսումնասիրությունը, որոնց հիման վրա ձեռնարկությունը կարող է վերանայել գնի ներքին սահմանը և խուսափել վնասներից: Դրա հետ միաժամանակ, պահանջվում է հետազոտել արտադրության կառուցվածքային փոփոխությունների հետևանքով առաջացած միջին ծախսերի փոփոխությունները միավոր արտադրանքի հաշվով, որոնք նույնպես կարող են ազդել սպասվող արդյունքների մակարդակի վրա: Հետևապես, ձեռնարկությունների կողմից շուկայի իրավիճակների, ինչպես նաև արտադրության ծախսերի մանրակրկիտ վերլուծությունը՝ կապված ժամանակի գործոնի գնահատման հետ, նույնպես կարելի է դիտել որպես գնային քաղաքականության կարևոր ուղղություններից մեկը:

- Քանի որ գնային քաղաքականությունը համարվում է կառավարման կարևոր օղակներից մեկը, ուստի դրա բազմաթիվ հարցեր լուծվում են օրենսդիր և գործադիր բարձրագույն մարմինների կողմից, որոնց հիմնական խնդիրների համակարգում որոշիչ տեղ ունի գների խթանման, բաշխման և վերաբաշխման գործառնությունների ճիշտ կիրառումը: Բանն այն է, որ շուկայական տնտեսության ան-

⁷¹ А. С. Базданик, Цены и ценообразование. Учебное пособие, 2-ое издание, переработанное и дополнение Москва, ЮРАЙТ, Высшее образование, 2010г., стр. 133-140.

ցումային փուլում յուրաքանչյուր երկրի կառավարություն, որպես կառավարման բարձրագույն գործադիր մարմին, կոչված է սոցիալ-տնտեսական զարգացման բազմաթիվ խնդիրներից բացի իրականացնելու գների ազատականացման այնպիսի քաղաքականություն, որը բխի տնտեսության զարգացման շահերից և ճիշտ արտացոլի պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցությամբ պայմանավորված գների ինքնակարգավորման և դրանց պետական կարգավորման խնդիրները, նպաստի առանձին ճյուղերի ու ենթաճյուղերի տնտեսական գործունեության խթանմանը, բաշխման հարաբերությունների կատարելագործմանը և բնակչության կենսապայմանների բարելավմանը:

• Այդ հիմնախնդիրների իրականացումը պահանջում է, որ կառավարությունը հիմնավոր գնահատի գների պետական կարգավորման ուղղակի և անուղղակի մեթոդների պահանջները, որը նույնպես համարվում է գնային քաղաքականության կարևորագույն ուղղություններից մեկը: Ուղղակի մեթոդով գների պետական կարգավորման պահանջների համաձայն՝ պետությունը պետք է առանձին ապրանքախմբերի կամ ծառայությունների գծով սահմանի գնի կայուն մակարդակ, երաշխավորված նվազագույն գին⁷², անհրաժեշտությունից ելնելով՝ կիրառի պայմանագրային գներ⁷³, սահմանի նախահաշվային գներ:

Ըստ գնագոյացման պետական կարգավորման անուղղակի մեթոդի պահանջների՝ պետությունը պարտավոր է վարել այնպիսի հարկաբյուջետային, դրամավարկային, աշխատանքի վարձատրության, մաքսային քաղաքականություն և սահմանի ծառայությունների այնպիսի սակագներ (տարիֆներ), որոնք օժտված կլինեն խթանող գործառնությով և կնպաստեն երկրի ֆինանսական կայունացմանն ու երկրի սոցիալ-տնտեսական զարգացմանը: Նշված խթանող քաղաքականությունների տնտեսական լծակների հիման վրա գների պետական կարգավորումը միաժամանակ կարող է հանգեցնել պահանջարկի և առաջարկի միջև օպտիմալ հարաբերակ-

⁷² **Ծանոթություն:** Երաշխավորված նվազագույն գնի գրավային գին սահմանելու պրակտիկան լայն տարածում է ստացել ԱՄՆ-ում: Ֆերմերային տնտեսության գործունեության խթանման նպատակով, երբ շուկայական գինը գերազանցում է գրավային գինը, ֆերմերն է վաճառում իր ապրանքը, իսկ երբ շուկայական գինը ցածր է գրավային գնից, վաճառում է պետությունը:

⁷³ **Трушущин С.**, Особенности государственного регулирования цен во Франции. "Вопросы экономики" 1991 № 6, стр. 58-59.

ցության և արտադրության կառուցվածքային փոփոխության կայունացման, տնտեսավարող սուբյեկտների և պետության շահերի արդյունավետ զուգակցման:

7.2. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ԻՐԱԿԱՆ ՀԱՏՎԱԾԻ ԳՅՈՒՂԵՐՈՒՄ

ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ ԱՐԴՅՈՒՆԱԲԵՐԱԿԱՆ ԱՐՏԱԴՐԱԿԱՆ ԿԱԶՄԱԿԵՐԴՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՈՒՄ: Ինչպես արդեն նշել ենք, գինը շուկայական կառուցակարգը շարժող անիվն է, որի ձևավորման հիմքում ընկած է արտադրանքի թողարկման համար անհրաժեշտ հասարակայնորեն անհրաժեշտ աշխատանքային ծախսումները՝ հաշվի առնելով նաև արտադրության և իրացման պայմանները: Հետևաբար, մեծ է գնի դերն արտադրության ծավալի գնահատման, նրա կառուցվածքի կատարելագործման, ապրանքանյութական և դրամական հոսքերի շարժման, ինչպես նաև հասարակության կենսապայմանների բարելավման գործում:

Այդ ամենի հետ միասին ցանկացած արտադրական ձեռնարկությունում սահմանելի արտադրված արտադրանքի գինը, այն դիտում է որպես իր նպատակին հասնելու գրավական, հիմնական միջոց: Բացի դրանից, որ արտադրական ձեռնարկություններում արտադրված արտադրանքների գները սահմանելիս տնտեսավարող սուբյեկտը միաժամանակ հաշվի է առնում դրա ունեցած հետևանքները, արդյունքի մրցակցության աստիճանը, ոչ գնային գործոնների ունեցած դերն ու ստացված հետևանքները⁷⁴: Ճիշտ է, տնտեսագիտության կողմից գիտականորեն հիմնավորվել է, որ գնային հիմնավոր քաղաքականությունը հանդիսանում է ցանկացած արտադրության գործունեության կարևոր պայմանը: Սակայն հայրենական արտադրության շատ կազմակերպիչներ գների սահմանման ժամանակ հաճախ ուղեհարում են գնային քաղաքականության հիմնարար դրույթները և հիմնականում առաջնորդվում են իրենց կողմից գերազանցիկ ստացման մոլուցքով: Այդ պատճառով նրանք

⁷⁴ Цены и ценообразование, под ред. В. Е. Есипова, 5-ое издание, "ПИТЕР", Москва-Санкт-Петербург-Минск, 2008г., стр. 259-262.

ծգտում են որքան հնարավոր է արտադրանքը վաճառել թանկ գներով, առանց խորանալու հետևանքների մեջ:

Ժամանակակից պայմաններում յուրաքանչյուր կազմակերպությունում արտադրված արտադրանքների գները և գնային քաղաքականության դրույթները համարվում են մարքեթինգի գլխավոր տարրը և մյուս տարրերի նկատմամբ ցուցաբերում է որոշակի առավելություններ: Հիմնական առավելությունն այն է, որ գնային հիմնավոր քաղաքականությունը անմիջապես ազդում է գործարարության, նրա ֆինանսական հետևանքների մրցունակության աճի վրա:

Այսպիսով, ցանկացած կազմակերպության գնային քաղաքականությունը ներառում է գնի սահմանման, նրա ձևավորման սկզբունքների ու մեթոդների կիրառման կոմպլեքս մոտեցումներ, գնագոյացման իր համակարգը ստեղծելիս:

Այդ նպատակով պահանջվում է հաշվի առնել արտադրության թողարկվող արտադրանքի ամբողջ անվանակարգը, կատարված ծախսերի տարբերությունները, սպառողների գնողունակությունը ըստ առանձին տարածաշրջանների և սպառման սեզոնայնության և բազմաթիվ այլ գործոններ:

Հետևաբար ցանկացած արտադրության գնային քաղաքականությունը համարվում է նրա տնտեսական, ֆինանսական, շուկայական, առևտրային գործունեության կարևոր ուղղությունը, նրա գնային ռազմավարության իրականացման հիմքը:

Այսինքն՝ ճիշտ մշակված գնային քաղաքականությունն արտացոլում է շուկայի բոլոր մասնակիցների, այդ թվում վաճառողների ու գնորդների, միջնորդների, մարքեթաբանների, մենեջերների, սեփականատերերի և ողջ հասարակության պահանջները: Բացի դրանից, այն բխում է ֆինանսական քաղաքականության սպառողների, հարկային, մաքսային, դրամավարկային քաղաքականության շահերից և կոչված է ապահովելու յուրաքանչյուր արտադրության ցիկլի ընթացիկ փուլերի պահանջները և ամենից առաջ կողմնորոշվում է սպառողի ու արտադրության պահանջմունքների բավարարմանը:

Այդ հիմնախնդիրների լուծումն ամենից առաջ պահանջում է այնպես հաշվարկել գները, որ այն բխի գների ծախսային, նորմատիվային մեթոդների և մյուս մեթոդների պահանջներից:

Լրիվ ծախսերի մեթոդի միջոցով գների հաշվարկման եղանակը հիմնվում է արտադրության հաստատուն և փոփոխուն ծախսերի

հաշվարկման վրա: Այդ մեթոդի օգնությամբ ցանկացած արտադրությունում միավոր արտադրանքի գինը հաշվարկելիս ելակետ է ընդունվում հաստատուն և փոփոխուն ծախսերի գումարը, որը ներկայացնում է ցանկացած արտադրությունում միավոր արտադրանքի եկամտաբերությունը (շահութաբերությունը), որը պրակտիկայում կարող է կազմել միջին հաշվով 20%: Հետևաբար արտադրության արտադրված միավոր արտադրանքի գինը հաշվարկելիս ելակետ է ընդունվում այդ արտադրանքի լրիվ ինքնարժեքը և ստացված շահույթի գումարը, որը հաշվարկվում է շահութաբերության նորմատիվի հիման վրա:

Հետևաբար, $Q = L + I$ ինքնարժեք + Շ.,

եթե արտադրանքի շահութաբերության նորման սահմանված է 20 տոկոս, իսկ միավոր արտադրանքի լրիվ ինքնարժեքը կազմում է 25 հազար դրամ, ապա նախ հաշվարկվում է շահույթի գումարը

$$C = \frac{25000 \times 20}{100} = 5000 \text{ դրամ,}$$

Հետևաբար $Q = 25000 + 5000 = 30000$ դրամ, այսինքն՝ սկզբնական փուլում ձևավորվում է կազմակերպության մեծածախ գինը, որը պետք է փոխհատուցի միավոր արտադրանքի արտադրության ծախսերը և ապահովի շահույթ սահմանված նորմատիվին համապատասխան:

Հաջորդում հաշվարկվում է բաց թողնման գինը, որն իր մեջ ներառում է մեծածախ գնի մակարդակը և անուղղակի հարկերը: Եթե արտադրանքը չի հարկվում ակցիզային հարկով, ապա հաշվի է առնվում միայն ԱԱՀ: Այսինքն՝

$$Բ.Թ.Գ. = Մ.Գ. + ԱԱՀ:$$

Եթե ընդունենք մեծածախ գինը = 30000 դրամ, իսկ ԱԱՀ դրույքը 20%, ապա արտադրանքի բացթողնման գինը = $30000 + (30000 \times 20) : 100$:

Հետևաբար բաց թողնման գինը կկազմի՝ $30000 + 6000 = 36000$:

Եթե այդ արտադրանքը բաց է թողնվում միջնորդ կազմակերպությանը, այսինքն՝ մեծածախ կազմակերպությանը, ապա ձևավորվում են մեծածախ կազմակերպության բաց թողնման գինը, որն իր մեջ ներառում է նաև մեծածախ կազմակերպության կողմից կատարված վերադիր ծախսերը, ինչպես նաև այդ վերադիրին համապատասխան ԱԱՀ:

Այսպես, եթե մեծածախ կազմակերպության վերադիր ծախսը նախատեսված է 3000 դրամ, իսկ դրան համապատասխան ԱԱՀ կազմում է 600 դրամ, ապա մեծածախ կազմակերպության բաց թողման գինը կազմում է

$$\text{ՄԿԲԹԳ} = 36000 + 3000 + 600 = 39600:$$

Այսինքն՝ մեծածախ կազմակերպությունները միավոր արտադրանքը կարող են իրացնել 39600 դրամ գնով մանրածախ կամ այլ կազմակերպությունների:

Եթե այդ արտադրանքը բաց է թողնվում մանրածախ կազմակերպությանը, ապա հաշվի է առնվում նաև մանրածախ կազմակերպության կողմից կատարվող վերադիր ծախսերը, իսկ դրան համապատասխան ԱԱՀ հաշվարկվում է ոչ թե 20, այլ 16,67 տոկոսով:

Այս դեպքում մանրածախ գինը կկազմի, եթե կազմակերպության բաց թողման գինը կազմի 25000 դրամ ($20000 + 5000$), վերադիր ծախսերը մանրածախ կազմակերպության գծով կազմում են 2000 դրամ, իսկ դրան համապատասխան $\text{ԱԱՀ} = 2000 \times 16,67 = 333,4$ դրամ, ապա միավոր արտադրանքի մանրածախ գինը կկազմի

$$\text{Մ.Գ.} = 2 \times \text{Մ.Գ.} \times \text{ԱԱՀ} + \text{Վերադիր} + (\text{վերադիր} \times 16,67):$$

$$\text{Մեր օրինակում՝ ՄԳ} = 25000 + 2000 + 333,4 \text{ դրամ} = 27333 \text{ դրամ:}$$

Այսպիսով, մանրածախ գինը Ա տեսակի արտադրանքի համար կկազմի 27333 դրամ:

ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱԴՍՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ԳՅՈՒՂԱՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ՈԼՈՐՏՈՒՄ ԵՎ ԳՅՈՒՂԱՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ԱՐՏԱԴՐԱՆՔՆԵՐԻ ԳՆԵՐԻ ԿԱՐԳԱՎՈՐՈՒՄԸ: Գնային քաղաքականությունը գյուղատնտեսության արտադրանքների արտադրության գծով ունի որոշակի առանձնահատկություններ, որը հիմնականում պայմանավորված է գյուղատնտեսությամբ, որպես գերակա ոլորտի առանձնահատկությունների հետ մյուս ոլորտների նկատմամբ:

Այդ առանձնահատկություններն արտահայտվում են նրանում, որ.

- գյուղատնտեսության ոլորտն իր վրա է կրում բնակլիմայական պայմանների ներգործությունը: Հետևաբար գնային քաղաքականությունը մշակելիս պետք է նախատեսվեն այնպիսի միջոցառումներ, որոնք կհանգեցնեն բնակլիմայական վատ պայմանների բացասական հետևանքների մեղմացմանը:

Այսպես, օրինակ, կարկտահարության դեմ տարվող պայքարի արդյունավետությունը բարձրացնելու նպատակով բոլոր տարա-

ծաշրջաններում անկախ գյուղատնտեսական մշակաբույսի մշակման առանձնահատկություններից, պետք է նախատեսվեն հակակարկտահարության սարքավորումների տեղակայման միջոցառումներ, որը դրական ներգործություն կունենա բերքատվության կորուստների կրճատման վրա և կազատի գյուղացիական տնտեսություններին լրացուցիչ հոգսերից:

Գյուղատնտեսական արտադրության հաջորդ առանձնահատկությունը այն է, որ մշակաբույսերի արտադրությունը և՛ դրանց բերքատվության բարձրացումը պահանջում է գյուղատնտեսության ոլորտում այնպիսի քաղաքականություն վարել, որտեղ լայն մասշտաբի միջոցառումներ կնախատեսվեն աճեցված բերքը բազմաբնույթ վնասատուներից փրկելու, զանազան հիվանդությունների դեմ պայքարելու նպատակով:

Գյուղատնտեսական քաղաքականության գծով միջոցներ պետք է նախատեսվեն նաև սերմնայութերի ներկրման ու աճեցման, նոր անասնացեղերի ներկրման ուղղությամբ, որոնք անշուշտ որոշակի ներգործություն կունենան հացահատիկային կուլտուրաների բերքատվության բարձրացման, մսի արդյունավետության և կաթնամթերքի արտադրության ավելացման ուղղությամբ:

Գյուղատնտեսական արտադրության առանձնահատկություններին համապատասխան պահանջվում է վարել գնային այնպիսի քաղաքականություն և այնպիսի մոտեցում ցուցաբերել գյուղացիական տնտեսություններին, որոնք պետք է ձգտեն անընդհատ մելիորացիոն աշխատանքների կատարման միջոցով ավելացնել մշակովի հողատարածքները և ոչ թե հրաժարվեն եղած հողատարածքները մշակելուց, գնային ոչ հիմնավոր քաղաքականության վարման պատճառով:

Այս առումով գյուղատնտեսության ոլորտում գների կարգավորման գործընթացին պետք է ավելի մեծ հետևողականություն ցուցաբերվի, հաշվի առնելով հանրապետության սակավահողությունը, արտահանման և ներմուծման առանձնահատկությունները:

Անշուշտ, ժամանակակից պայմաններում գյուղատնտեսական արտադրանքների գների կարգավորումը հիմնականում իրականացվում է շուկայական կառուցակարգի, նրա հիմնական տարրերի միջև հավասարակշռության ապահովման պահանջներին համապատասխան: Պետական կարիքների համար գյուղատնտեսական արտադրանքների ներքին պահանջների բավարարումը կատար-

վում է այն գներով, որոնք նախապես սահմանվում են պայմանագրային հիմունքներով, ելնելով գների գծով կատարված փոփոխության ընդհանուր արդյունքներից:

Դրան համաձայն գյուղատնտեսական արտադրանքների բաժինը իրացվում է պետական գումների միջոցով, ըստ առանձին ոլորտների մշակաբույսերի գծով մշակված պայմանագրերի՝ հիմք ընդունելով համաշխարհային շուկայում կատարված փոփոխությունները:

Քանի որ հանրապետության առանձին տարածաշրջաններ ունեն որոշակի առանձնահատկություններ և դրանք հիմք են ընդունվում դիֆերենցված պայմանագրային գներ սահմանելու համար, այնուամենայնիվ սահմանված գների մակարդակը, որը սահմանում են վերամշակողները, հիմնականում բխում են նրանց շահերից և ոչ թե այդ մշակաբույսը արտադրողների շահերից: Արդյունքում ստացվում է, որ գործող գները՝ գնման գները գյուղացիական տնտեսությունների համար ձեռնտու չեն, քանի որ դրանցով չի հիմնավորվում ինքնաձայնագրային սկզբունքի պահանջները, իսկ գյուղացին մնում է ընկճված վիճակում չփոխատուցված ծախսերի հետ միասին:

Հաճախ նման իրավիճակը պատճառ է դառնում համաշխարհային շուկայում գների կտրուկ փոփոխությանը: Օրինակ՝ ժամանակակից պայմաններում ցորենի գնի տատանումները համաշխարհային շուկաներում և այլ պարենային ապրանքների գների տատանումները, իրենց բացասական հետևանքն ունեցան հանրապետության տնտեսությունում արտադրվող հացամթերքների գների ավելացման վրա:

Անշուշտ, նման իրավիճակի հաղթահարման հնարավորությունները իրենց արտացոլումը պետք է ստանան գյուղատնտեսության քաղաքականության շրջանակներում, որը պահանջում է ավելացնել ներքին պաշարների արտադրության բաժինը: Դա անշուշտ կանդորադառնա համաշխարհային շուկայում գների կայունացման վրա և այդ մշակաբույսերի ներքին պահանջների ավելացման և ներմուծման կրճատման վրա:

Հետևաբար գյուղատնտեսական մշակաբույսերի գծով դիֆերենցված գների սահմանումը մշակելիս պահանջվում է հաշվի առնել գյուղատնտեսական արտադրանքների և արդյունաբերական

արտադրանքների գների հարաբերակցությունը, որոնք սպառվում են գյուղատնտեսության ոլորտում:

Նման հարաբերակցության կարգավորման անհրաժեշտությունից ելնելով՝ պահանջվում է առաջնորդվել գների դասիչային եղանակից և դրան համապատասխան հաշվի առնել այդ ոլորտներում աշխատողների ստացած եկամուտների տարբերությունները:

Մի պահ թվում է, թե այսօր առավել ապահովված է գյուղացիական խավը քաղաքային բնակչության նկատմամբ, որ հողի մասնավորեցումից հետո իբր բարելավվել է գյուղացու վիճակը: Սակայն, դա իրականում միայն թվում է, քանի որ այսօր գյուղացիական տնտեսությունների վիճակը անհամեմատ ծանր է հանրապետության բոլոր տարածաշրջաններում բացառությամբ արարատյան հարթավայրում զբաղված գյուղացիական տնտեսությունների: Բավականին մեծ գումարներ են կազմում հողի հարկի, գույքահարկի դիմաց ապառքները, որոնք ժամանակին իվիճակի չեն եղել վճարել և այսօր նույնպես իվիճակի չեն վճարել:

Ինչպե՞ս կարող են Շիրակի մարզում շաքարի նոր գործարանի շահագործման շնորհիվ գյուղացիական տնտեսությունները փոխհատուցել՝ արտադրվող շաքարի ճակնդեղի արտադրության ծախսերը, երբ ձեռնարկության կողմից ճակնդեղի 1կգ-ի համար արդեն սահմանված է 25 դրամ, որը, մեր կարծիքով, ոչ միայն չի փոխհատուցի կատարված ծախսերը, այլև կհանգեցնի նոր ապառքների առաջացմանը:

Դա նշանակում է, որ այդ տարածաշրջանում էլ ավելի կծանրանա գյուղացիական տնտեսությունների ֆինանսական վիճակը: Ուստի ժամանակն է, որ ձեռնարկվեն այնպիսի միջոցառումներ, որոնք կխթանեն այդ կարևոր մշակաբույսերի գնային հիմնավոր քաղաքականությունը: Այլապես, գնալով կավելանան անմշակ հողատարածությունների ծավալը, այն էլ սակավահող Հայաստանում, իսկ գյուղացու վիճակը ավելի կծանրանա ոչ հիմնավոր գների սահմանման պատճառով:

Նման իրավիճակի բացասական հետևանքները կանխելու, գյուղից բնակչության հետագա արտագաղթը կանխելու նպատակով գյուղատնտեսության ոլորտում իրականացվող գնային քաղաքականությունը այնպես պետք է վերակառուցել և կազմակերպել, որ գյուղացիական տնտեսությունը պետությանը դիտի իր հիմնական պաշտպանի, որի կողմից կմշակվի այնպիսի գնային քաղաքակա-

նություն, որը կարող է հանգեցնել ոչ թե արտագաղթի աճին, այլև ներգաղթի աճին և գյուղացիական տնտեսությունների կայունացմանը, ապառքների կրճատմանը, գյուղացու ստացվող եկամուտների աճին:

Այդ նպատակով պետության գնային քաղաքականության հետագա գործընթացը պետք է նպատակամղել այնպիսի երաշխավորված գների սահմանմանը, որոնք կարող են նպաստել ինչպես պետության աջակցության դիրքի բարձրացմանը, այնպես էլ արդարացի գնային քաղաքականության վարմանը:

Պետության կողմից գյուղատնտեսության ոլորտում երաշխավորված գների նոր քաղաքականության իրականացումը և այդ նպատակով առաջավոր զարգացած երկրների փորձի կիրառումը լայն հնարավորություններ կընձեռի վերը հիշատակված նպատակային խնդիրների լուծման համար:

Պետության կողմից երաշխավորված գնային քաղաքականությունը մշակելիս, իշխանությունը պետք է ելնի շուկայի իրավիճակի փոփոխությունները գնահատելու հիմնախնդրից և պարտավորություն ստանձնի այդ եղանակով գյուղացիական տնտեսությունների կողմից չփոխհատուցված ծախսերը իր կողմից փոխհատուցելու հնարավորությունը զանազան արտոնությունների սահմանման ճանապարհով, որը մեր կարծիքով, կխթանի գյուղացիական տնտեսությունների գործունեության արդյունավետության բարձրացմանը, մշակովի հողատարածքների աճին, և գյուղատնտեսական մշակաբույսերի ավելացմանը:

Այնուհետև, եթե տվյալ տարում ելնելով տնտեսության և շուկայի իրավիճակից երաշխավորված գները կգերազանցեն շուկայական գներին, արտադրանքի իրացման գործընթացը վերապահել գյուղացիական տնտեսությանը, որը հնարավորություն կընձեռնի նրանց ոչ միայն փոխհատուցելու ծախսերը, այլև ստանա լրացուցիչ եկամուտ:

Իսկ եթե շուկայական գինը տվյալ մշակաբույսի գծով լինի ցածր երաշխավորված գնից, այդ դեպքում իրացման գործընթացը պետք է կազմակերպի պետությունը, այսինքն գյուղացիական տնտեսություններից իր կողմից գնված արտադրանքների իրացման գործընթացում վնասի որոշակի մասի փոխհատուցումը պետք է կատարի պետությունը:

Այդ ճանապարհով հնարավոր կլինի կարգավորել գյուղատնտեսական մշակաբույսերի գնային քաղաքականությունը և աջակցել գյուղացիական տնտեսություններին իրենց նպատակային խնդիրները լուծելու համար:

Միայն գյուղատնտեսության գնային քաղաքականության նման ծնով վարումը, մեր կարծիքով, հնարավոր կլինի ապահովել գների խթանող դերի գործառույթի պահանջների ըստ ամենայնի կատարումը և նպաստել հանրապետության գյուղացիական տնտեսությունների ինքնաճանաչման սկզբունքի պահանջների կատարմանը, չմշակված հողատարածքների աճին, գյուղական բնակչության արտագաղթի կրճատմանը և ամբողջ գյուղատնտեսության ոլորտի զարգացմանը որպես գերակա ճյուղի:

7.3. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ԱՌԱՆՁԱՅԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ՏՐԱՆՄՊՈՐՏԻ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՈԼՈՐՏՈՒՄ

Համաշխարհային տնտեսության կայուն զարգացման առանձնահատկությունն այն է, որ միջազգային առևտրի աճն աստիճանաբար գերազանցում է արտադրության աճին:

Համաշխարհային բանկի տվյալներով, եթե առաջիկա 10 տարում ՀՆԱ աճը կազմելու է 3,5%, իսկ Հարավային և Արևելյան Ասիայում 5,5-6,0 տոկոս, ապա միջազգային առևտրում աճի տեմպը միջին հաշվով կազմելու է 7,0-8,0 տոկոս:

Առևտրային հարաբերությունների գծով կատարված տեղաշարժերի շնորհիվ բավականին ավելացել են տրանսպորտային կապերը, որոնք էլ ավելի են ընդլայնվել համաշխարհային էկոնոմիկային Ռուսաստանի և բազմաթիվ այլ երկրների ինտեգրման շրջանակները:

Ժամանակակից պայմաններում բուռն զարգացում է ապրել ծովային տրանսպորտային ցանցը, ժամանակակից պայմաններում եվրոպայից Ասիա փոխադրումների 98%-ից ավելին իրականացվում է ծովային տրանսպորտի միջոցով, որի բեռնաշրջանառությունը դեռևս 2003թ. կազմել էր շուրջ 440 միլիոն տոննա⁷⁵:

⁷⁵ Цены и ценообразование, под ред. В. Е. Есипова, 5^{ое} изд. Санкт-Петербург-Киев-Харков-Минск, "ПИТЕР", 2008г., стр. 269-270.

Տրանսպորտային ծառայությունների շուկայի կարգավորման գործընթացը իրականացվում է լիցենզավորված կազմակերպությունների, սահմանված քվոտաների, միջազգային փոխադրումների գծով սահմանված սակագների համաձայն հաշվի առած այնպիսի պետական լծակներ, ինչպիսիք են՝ հարկերը, տուգանքային բռնարգելքները, լրացուցիչ օպերացիաների համար սահմանված վճարումները, լրավճարները, վարկերի արտոնյալ տրամադրումը և այլն:

Հաշվի առնելով տրանսպորտի առանձին տեսակների խիստ առանձնահատկությունները՝ մեր կողմից առավել հանգամանորեն կմեկնաբանվի երկաթուղային տրանսպորտի տարիքների սահմանման կառուցակարգը:

Տրանսպորտի առանձին տեսակների գծով փոխադրումների տարիքների սահմանումը կատարվում է այդ ոլորտի առանձնահատկությունները գնահատելու միջոցով: Եթե արդյունաբերության առանձին արտադրություններում ծախսերի մակարդակը միավոր արտադրանքի վրա բնութագրվում է նվազող հատույցի օրենքով, ապա երկաթուղային տրանսպորտում այդ կախվածությունը կապված է տրանսպորտային ծախսերի տեսակարար կշռից ոչ թե ըստ փոխադրվող բեռի, այլ ամբողջ պինդ մարմնի բեռի կշռին համաձայն: Նման դեպքում փոխադրվող բեռի ծավալի փոխադրաունակության ավելացման փոփոխության հետ կապված փոխադրման ծախսերը երկաթուղային տրանսպորտում կրճատվում են:

Դա կատարվում է ոչ միայն ի հաշիվ պայմանական կայուն ծախսերի, այլև փոփոխուն ծախսերի փոփոխության դրանց կրճատման հաշվին:

Երկաթուղային տրանսպորտում ծախսերի հաշվառման նպատակով պահանջվում է հաշվի առնել փոխադրման գործընթացի հետևյալ օպերացիաները կամ գործընթացները.

- բեռնման և բեռնաթափման ծախսերը ըստ վազոնների բեռնատարողության, փոխադրաունակության,
- վազոնների տրանսպորտային օպերացիաների հետ կապված ծախսերը ըստ 1 տոննա բեռի գծով կապված միջկայարաններում տեխնիկական զննումների հետ,
- շարժման մեջ գտնվելու, օպերացիայի կատարման մեջ գտնվելու օպերացիայի հետ կապված ծախսերը ըստ 1 տոննա բեռի գծով,

- տարբեր պատճառներով միջկայարաններում կանգառումների ժամանակը ժամերով: Այսինքն՝ հաշվի է առնվում պարապուրդի ժամերը:

Այդ օպերացիաների գծով կատարված ծախսերի գնահատմամբ որոշվում է ընդհանուր ծախսերի մակարդակը ($C_{\text{հ}}$) սկզբնական կայարանից մինչև վերջնական կայարանում կատարված օպերացիաների ծախսերը.

$$C_{\text{հ}}^1 = \frac{\sum \text{բոլոր ծախսերի գումարը}}{\text{վազոնների ստատիկ բեռնվածության վրա, որը տեղի է ունենում տվյալ բեռի Փոխադրման ժամանակ}}$$

վազոնների ստատիկ բեռնվածության ցուցանիշի հաշվարկման նպատակով ելակետ է ընդունվում վազոնային պարկը, ըստ բեռնատարության փոխադրվող բեռի կազմը, առանձին բեռների փոխադրաունակության գործակիցը, որ ածուխի համար սահմանված է 1 իսկ բամբակի համար՝ 0,5:

Բոլոր ծախսերի հանրագումարը որոշելու նպատակով հաշվի է առնվում.

t_p – բեռնված վազոնի օպերացիայի պարապուրդը ժամերով,
 $t_{\text{հ}}$ – միջկայարաններում վազոնների միջին պարապուրդի ժամանակը (ժամերով),

V – միջկայարաններում բեռնված վազոնների թվաքանակը,

E – ուղարկվող վազոնների թիվը հարաբերած բեռնված վազոնների թվին,

$\Gamma_{\text{м}}^{\text{բոծ}}$ – վազոնների տրման ըստ բեռնման օպերացիայի և վազոնների տեղաշարժման ժամանակը մինչև ընդհանուր օգտագործման տեղը (ժամերով)

$\tau_{\text{н}}$ – տվյալ խմբի վազոնների թիվը, որոնք տրվում են բեռնման,

$\Gamma_{\text{м}}^{\text{փբ}}$ – լոկոմոտիվի կողմից վազոնների տեղափոխման միջին ժամանակը (ժամերով)

M_c – վազոնների միջին կազմը,

$\Gamma_{\text{nm}} - 1$ վազոնի մանևրման ժամանակը (ժամերով),

σ – ուղարկվող բեռնված վազոնների միջին թիվը,

$M_{\text{м}}$ – փոխադրման մասշտաբով ուղարկված վազոնների միջին թիվը:

Տրանսպորտով ուղարկված վագոնների գծով ըստ օպերացիաների կատարված ծախսերի մակարդակը 1 տոննա բեռի հաշվով հաշվարկվում է հետևյալ բանաձևով.

$$C_{\delta n} = \frac{1}{P} (e_{\delta n} t_{\delta n} + e_{\delta y}^{\delta n}),$$

որտեղ՝

P - բեռի զանգվածը (տոննաներով),

$e_{\delta y}^{\delta n}, e_{\delta n}$ - տրանսպորտային վագոնի ծախսի դրույքը յուրաքանչյուր վագոնի գծով ներառյալ այլ ծախսերը,

$t_{\delta n}$ - տրանզիտային վագոնի միջին պարապուրդը (ժամերով):

Եթե հաշվի առնենք նաև փոխադրման հեռավորության հետ կապված ծախսերը, ապա 1 տ-կմ գծով կատարված ծախսերի ինքնարժեքը կարելի է հաշվարկել հետևյալ բանաձևով.

$$C_{m-km} = \frac{a}{\sigma_{zp}} + \sigma,$$

որտեղ՝

a - սկզբնական և վերջնական կայարանների գծով ծախսերի մակարդակն է,

σ - շարժման մեջ գտնվելու ծախսերը ըստ վագոնների շարժունակության 1տ-կգ-ի հաշվով:

Եթե հաշվի առնենք նաև փոխադրման հեռավորությունը, ապա երկաթուղային տրանսպորտում փոխադրման փոխարժեքը կարելի է հաշվարկել հետևյալ բանաձևով.

$$C_r = a + \sigma_x \cdot \sigma,$$

որտեղ՝ C_r – 1կգ հեռավորության 1տոննա բեռի ծախսը:

Երկաթուղային տրանսպորտում 1 տոննա բեռի տարիֆը (սակագինը) հաշվարկելիս օգտվում ենք որոշակի գծապատկերի համապատասխան տվյալներից:

Ռուսաստանում այն սահմանված է համապատասխան տարիֆային գծապատկերի տվյալներին համապատասխան, որն էլ կիրառվում է բոլոր ԱՊՀ երկրների կողմից:

Համաձայն այդ գծապատկերի Ռուսաստանում 50 կմ հեռավորության վրա 1 տոննա բեռի բեռնվածությամբ փոխադրման դիմաց տարիֆը սահմանված է 35,2 ռուբլի, եթե բեռնված է 10 տոննա, 20

տոննայի դեպքում սահմանված է 17,6 ռուբլի, 40 տոննայի դեպքում 8,8 ռուբլի, 50 տոննայի դեպքում 7,04 ռուբլի⁷⁶:

Ինչպես նկատում ենք, վագոնի բեռնափոխադրունակության ավելացման հետ սահմանված տարիֆը ձեռք է բերում նվազման միտում, որն օրինաչափ երևույթ է:

7.4. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ԿՈՄՈՒՆԱԼ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՈԼՈՐՏՈՒՄ ԵՎ ԴՐԱ ՊԵՏԱԿԱՆ ԿԱՐԳԱՎՈՐՈՒՄԸ

Գների կարգավորման համակարգում առավել բարդ խնդիրներից մեկը վերաբերում է կոմունալ ծառայությունների ոլորտին: Այս ոլորտի գծով գների ձևավորման նպատակով պահանջվում է հաշվի առնել այն բոլոր տեսական և մեթոդական մոտեցումները, որոնք կիրառվում են առանձին ոլորտներում, միաժամանակ հաշվի առնելով այդ ոլորտին բնորոշ առանձնահատկությունները:

Դրա համար հետազոտվող ոլորտում որպես գների ձևավորման ելակետային հիմք պահանջվում է հաշվի առնել կոմունալ ծառայությունների նկատմամբ պահանջարկի գնահատման նորմատիվները:

Այդ նպատակով ժամանակին մշակվել են կոմունալ ծառայությունների իրականացման կանոնակարգը, սահմանվել են քաղաքացիների յուրաքանչյուր անձի համար համապատասխան նորմատիվներ, իսկ ծառայության դիմաց վճարման չափը հաշվարկվում է սպառվող ծառայությունների ծավալից:

Եթե կոմունալ ծառայությունների կատարման ժամանակ նկատվում են որոշակի խախտման երևույթներ, այսինքն դադարեցվում է ջրի կամ հոսանքի, գազի մատակարարումները որոշակի պայմանների անբարենպաստ լինելու պատճառով, ապա ելնելով սպասարկման արդարացիության սկզբունքի պահանջներից դրան համապատասխան կոմունալ ծառայությունների դիմաց վճարումները պետք է կրճատվեն չսպառված ծառայությունների խախտումների կամ չբավարարված պահանջների պատճառով:

⁷⁶ Цены и ценообразование, под ред. В. Е. Есипова, 5^{ое} изд. Санкт-Петербург-Киев-Харков-Минск, "ПИТЕР", 2008г., стр. 288.

Тарифы за перевозку грузов железнодорожного транспорта.

Այդ պառճառով էլ այդպիսի խախտման երևույթները նախապես տեղեկացվում է բնակչությանը և համապատասխան մարմիններին, որոնք էլ պարտավոր են դրանք հաշվի առնել վճարումները գանձելիս:

Կոմունալ ծառայության դիմաց վճարումները իրականացնելիս հաշվի են առնվում.

- կոմունալ ծառայությունների սպառման նորմատիվները, այդ թվում բնակելի շենքերում ամսվա համար տաք և սառը ջրի, գազի, էլեկտրաէներգիայի սպառման ծավալները ըստ չափիչ հարմարանքների ցուցմունքների: Նորմատիվների որոշման համար հաշվի է առնվում կոնստրուկտիվ և տեխնոլոգիական պարամետրերը ըստ բնակելի բարձրահարկ շենքերի, որը ազդում է սպառվող պաշարի կոմունիկացիաների քանակության վրա,
- հաշվի է առնվում բնակարանների ճարտարագիտական կոմունիկացիաների աստիճանը,
- բնակլիմայական պայմանների փոփոխությունը, որը ազդում է կոմունալ ծառայությունների ծախսման վրա:

Կոմունալ ծառայությունների գծով սպառման համար սահմանված այդ նորմատիվները հաստատվում են լիազոր մարմինների կողմից, որոնց վրա դրված են այդ պարտականությունները:

Ժամանակակից պայմաններում որպես այդպիսի լիազոր մարմիններ հանդես են գալիս տեղական ինքնակառավարման մարմինները, որոնք կոչված են իրականացնելու կոմունալ ծառայությունների սպասարկման կազմակերպման և դրանց նկատմամբ հսկողության սահմանման գործառնությունները:

Դրան համաձայն մշակվում է կոմունալ ծառայությունների դիմաց վճարման մեթոդական ցուցումները, որոնցում հաշվի է առնվում ճյուղային և ներշրջանային կառուցվածքային առանձնահատկությունները, մշակվում է տվյալ ծառայության գնացուցակները՝ սպառված ծառայությունների գծով, որոնք հաստատվում են համապատասխան մարմինների կողմից:

Ներկայումս հանրապետության տարածքում 2010թ. դրությամբ գործում են առանձին կոմունալ ծառայությունների հետևյալ գները (տե՛ս աղյուսակ 7.4):

Աղյուսակ 7.4

Կոմունալ ծառայությունների դիմաց հաստատված տարիքները

հան ա ետու ունում		2009թ.	2010թ.
Ծառայության անվանումը	Չափի միավոր		
Գազ	մ ³	84 դրամ	132 դրամ
Ջուր խմելու	մ ³	173 դրամ	181 դրամ
ոռոգման	մ ³ տարեկան հազ. դրամ	50,0	70,0
Հեռախոս	դրամ	1100	1100
Էլեկտրաէներգիա			
Գիշերային ժամ	դրամ	15	20
Ցերեկային ժամ	դրամ	25	30

Աղյուսակի տվյալներից երևում է, որ վերջին տարիներին կոմունալ ծառայությունների գները բավականին բարձրացել են: Գների նման բարձրացումը հատկապես բացասաբար է անդրադարձել գյուղական բնակչության վրա, որոնք միաժամանակ նյութական վնաս են կրել 2010թ. անբարենպաստ բնակլիմայական պայմանների առկայության պատճառով:

Դա է այն հիմնական պատճառներից մեկը, որ վերջին տարիներին բավականին աճել են հողի հարկի և գույքահարկի գծով ապառքներն ողջ հանրապետության մասշտաբով:

7.5. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱՅԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՆ ԱՐՏԱՍԱՅՄԱՆՅԱՆ ԵՐԿՐՆԵՐՈՒՄ

Գների մասին զանազան տեսություններով հիմնավորվել է, որ համաշխարհային մասշտաբով գները առավել լավ գործում են մրցակցության պայմաններում, քանի որ այն արտադրողներին ստիպում է մշտապես հետազոտել շուկայական գների գծով փոփոխությունները, կատարված ծախսերի, ինքնարժեքի և գների մա-

կարդակի վրա կատարված գնային և ոչ գնային գործոնների ներգործությունը:

Նման պայմաններում սպառողները իրենց հերթին ֆինանսական հնարավորություններին համաձայն որոշում են սպառման կառուցվածքի գծով սպասվելիք տեղաշարժերը, որոշում են գնողունակության մակարդակի փոփոխությունը:

Շուկայական տնտեսավարման նման պայմաններում կազմակերպությունները և մյուս բոլոր տնտեսավարող սուբյեկտները ձեռնարկում են բոլոր միջոցառումները իրավիճակը կարգավորելու նպատակով, այսինքն ձգտում են կարգավորել շուկայական գները: Դա օբյեկտիվ անհրաժեշտություն է և կիրառվում է բոլոր երկրներում որոշակի առանձնահատկությամբ հանդերձ:

Շուկայական հարաբերությունների հետագա զարգացման պայմաններում, երբ սկզբնավորվում են ոչ կատարյալ մենաշնորհային շուկայի ձևերը, ուստի մենաշնորհային արտադրության և մրցակցության միջև ռացիոնալ հարաբերակցությունը կարգավորելու նպատակով ընդունվում են հակամենաշնորհային օրենքներ: Առաջին անգամ այդպիսի օրենք 1890թ. ընդունվել է ԱՄՆ-ում XIX դարի վերջերին և հայտնի է որպես Շերմանի հակամենաշնորհային օրենք:

Ներկայումս բոլոր զարգացած երկրներում գործում են հակամենաշնորհային օրենքներ, որոնք չնայած կրում են տարբեր անվանումներ, այնուամենայնիվ դրանց բովանդակությունը նույնն է և նպատակ են հետապնդում աջակցել մրցակցությանը և սահմանափակել արտադրության մենաշնորհման և խմբաշնորհման առանձին խմբերի միջև գաղտնի համաձայնությունները⁷⁷:

Հակամենաշնորհային են համարվում այն օրենքները, որոնք արգելում են ամեն տիպի համաձայնությունները կապված ազատ մրցակցության սահմանափակման, շուկաների բաժանման, գների ուղղահայաց և հորիզոնական ինտեգրման, առևտրում գների դիսկրիմինացման կիրառման երևույթները:

Ինչ վերաբերում է գների ձևավորման մեթոդաբանությանը, ապա կարելի է նշել, որ բոլոր երկրներում որոշակի առանձնահատկությամբ կիրառվում են որոշակի կանոններ, ծախսային ու նորմատիվային մեթոդներ, որոնք ծառայում են միևնույն նպատակին:

Անշուշտ գների կարգավորման մեթոդներն ու եղանակները տարբերվում են առանձին երկրներում և կապված է ազգային տնտեսության առանձնահատկությունների, աշխարհագրական դիրքի, կլիմայական պայմանների, քաղաքական իրադրության, պաշարների սակավության գործոնների, աշխատանքի հասարակական բաժանումների հետ և այլն:

Հաջորդ առանձնահատկությունն այն է, որ առանձին երկրներում տարբեր է կարգավորվող գների և ընդհանուր գների միջև հարաբերակցությունը: Այժմ տեսնենք թե ինչպիսին է կարգավորվող գների հարաբերակցությունն առանձին երկրներում:

ԱՄՆ: Ամերիկայի Միացյալ Նահանգներում գների կարգավորման իրավական հիմքը համարվում է գործող հակամենաշնորհային օրենքը: Այն կարգավորվում է ԱՄՆ-ի իրավագիտության նախարարության հակամենաշնորհային վարչության և առևտրի դաշնային վարչության կողմից: Գների գերակշռող մասը սահմանվում է ընկերությունների կողմից, հիմք ընդունելով մրցակցային շուկային բնորոշ հատկանիշներն ու պարամետրերը:

Պետության կողմից կարգավորվող գները կազմում են ամբողջ գների 5-10%⁷⁸:

ԱՄՆ-ում կարևոր նշանակություն ունի ֆերմերային տնտեսություններում գների կարգավորումը: Դեռևս 1933թ. այստեղ գործել են այսպես կոչված գրավային գները և դիտվում էին որպես նվազագույն երաշխավորված գներ:

Այդ գները պաշտպանում էին ֆերմերին, երբ շուկայական գները իջնում էին երաշխավորված գնից: Նման դեպքում երաշխավորվում էր ֆերմերի նվազագույն եկամուտը գյուղմթերքների վաճառքից: Ապրանքավարկային հարաբերությունների հետագա զարգացման տարիներին կապված լոմբարդային օպերացիաների աշխուժաց-

⁷⁷ Ծանոթություն: Մրցակցության մասին օրենքներ են այսօր գործում Կանադայում, մրցակցության մասին օրենքը Ֆինլանդիայում, մրցակցության սահմանային հակադրության օրենքը Գերմանիայում և այլն: Հայաստանում նույնպես ձևավորվել է տնտեսական մրցակցության և հանրային ծառայությունների հանձնաժողովներ, որոնք նույնպես զբաղվում են գների կարգավորման հիմնախնդիրներով:

⁷⁸ "Цены и ценообразование". 5-ое издание под ред. заслуженного деятеля наук РФ, д. э. н., проф. В. Е. Есипова, "ПИТЕР", Москва-Киев-Харьков-Минск, 2008, стр. 93-94.

ման հետ ֆերմերներին իրավունք էր տրվում վարկ ստանալ պարտքի դիմաց:

Նման պայմաններում, եթե շուկայական գինը ցածր էր երաշխավորված գնից, ապա ֆերմերը կարող էր արտադրանքը վաճառել ինքնարժեքով: Նման դեպքում գրավային գինը դիտվում է որպես իրացման նվազագույն գին:

Երբ շուկայում գինը բարձր է գրավային գնից, այդ դեպքում ֆերմերը կարող է հետ ստանալ ապրանքը, վերադարձնել վարկը և իրացնել արտադրանքը ազատ շուկայական գնով⁷⁹:

Դա նշանակում է, որ ԱՄՆ-ի կառավարությունը գների վրա ներգործում է համապատասխան ստանդարտների միջոցով: Պետությունը միաժամանակ հսկողություն է սահմանում վարկային տոկոսների վրա, որով կարգավորվում են արտադրությունն ու գները:

Ժամանակակից պայմաններում առավել մեծ ուշադրություն է դարձվում պետական լծակների և գների ուղղակի կարգավորման մեթոդների կիրառման վրա, որի շնորհիվ ավելի են կայունանում գները: Այս առումով կարևոր նշանակություն է ստանում ֆեդերալ ռեզերվային բանկի կողմից սահմանված տոկոսադրույքը, հարկային քաղաքականությունը, դրամավարկային քաղաքականությունը, պետական բյուջեի պակասուրդի կրճատումը, որոնք իրենց ներգործությունն են ունենում ապրանքների պահանջարկի, առաջարկի հարաբերակցության և բնակչության գնողունակության վրա:

Ֆրանսիա: Ֆրանսիան առաջավոր այն զարգացած երկրներից մեկն է, որտեղ կիրառվում են գների պետական կարգավորման առավել կոշտ կառուցակարգ: Հետպատերազմյան ժամանակաշրջանում մինչև 80-ական թվականները գների պետական կարգավորումն եղել է տնտեսական քաղաքականության բաղկացուցիչ մասը:

Բավական է նշել, որ սկսած 1986թ. արդյունաբերական արտադրանքների շուրջ 90 տոկոսը դուրս է մնացել կարգավորումից:

Ժամանակակից պայմաններում գնային համակարգի շուրջ 20% կարգավորվում է պետության կողմից, իսկ 80%-ը՝ շուկայի: Ի դեպ

⁷⁹ “Цены и ценообразование”. 5-ое издание под ред. заслуженного деятеля наук РФ, д. э. н., проф. В. Е. Есипова, “ПИТЕР”, Москва-Киев-Харьков-Минск, 2008, стр. 94.

գյուղատնտեսական արտադրանքների գների շուրջ 90% կարգավորվում է պետության կողմից:

Ֆրանսիայում գների պետական կարգավորումը իրականացնում է պլանավորման և ֆինանսների նախարարության մրցակցային դեպարտամենտները, որտեղ ներառվում են այն բոլոր մարմինները, որոնք ըրոշակի զբաղվում են գների կարգավորմամբ և գնային մրցակցությամբ:

Ֆրանսիայում գների կարգավորման գործընթացը անմիջականորեն հսկվում է պետական հսկիչների կողմից, որոնք միաժամանակ համարվում են գյուղերում գները կարգավորող ստորաբաժանումներ, որոնց իրավունք է վերապահված հետևել գնային կարգապահությանը, պատժել գները խախտողներին:

Շվեդիա: Այս երկրում գների կարգավորման իրավական հիմքը համարվում է գների կարգավորման օրենքը, որը գործում է 1956թ.⁸⁰: Այդ օրենսդրությանը համաձայն սահմանվում է պետության աջակցության սահմանների պայմանները:

Պետությանը իրավունք է վերապահված սառեցնել առանձին ապրանքների և ծառայությունների գները ընդհուպ բնակարանային վարձը:

Գների մակարդակի վրա ներգործությունը երկրում իրականացվում է պետական մենաշնորհի և պետական ձեռնարկությունների կողմից: Պետական մենաշնորհ գոյություն ունի ալկոհոլային խմիչքների նկատմամբ, փոստային ծառայությունների և այլ ծառայությունների գծով: Կառավարությունը սահմանում է կապի ծառայությունների տարիֆները, էլեկտրաէներգիայի տարիֆները: Պետությունը կարգավորում է կարևոր գյուղատնտեսական ապրանքների գնման գները, այդ թվում ցորենի, կաթի, մսի և այլ սննդամթերքների գները ելնելով ֆերմերների շահերից:

Գործող կարգի համաձայն՝ Շվեդիայի 23՝ Նահանգում գների նկատմամբ հսկողություն է սահմանում հսկիչների բրիգադը, որոնց թիվը կազմում է մինչև 10 մարդ⁸¹:

⁸⁰ “Цены и ценообразование”. 5-ое издание под ред. заслуженного деятеля наук РФ, д. э. н., проф. В. Е. Есипова, “ПИТЕР”, Москва-Киев-Харьков-Минск, 2008, стр. 95.

⁸¹ “Цены и ценообразование”. 5-ое издание под ред. заслуженного деятеля наук РФ, д. э. н., проф. В. Е. Есипова, “ПИТЕР”, Москва-Киев-Харьков-Минск, 2008, стр. 96.

ժամանակակից պայմաններում գների կարգավորման տեսակետից օգտագործվում են պետական լծակների, այդ թվում դրամավարկային, պետական բյուջեի պակասուղղի հարկային քաղաքականությունը, դաշնային ռեզերվային բանկի դրույքների օգտագործումը և այլն:

Ճապոնիա: Ճապոնիայում գնագոյացմանը ցուցաբերվող միջամտությունը հասցված է նվազագույնի: Այդ նպատակով պետության կողմից մեծածախ և մանրածախ գնագոյացմանը ցուցաբերվում է սահմանափակ մոտեցում: Այս առումով 1947թ. ընդունվում է հակամենաշնորհային օրենք⁸², պարենային ապրանքների շուկայի կարգավորման օրենքը, անասնապահական ապրանքների գների կայունացման օրենքները: Որպես կարգավորման մարմին գործում է գների հանձնաժողով, որը կոչված է հետևել գործող օրենքի հիմնական դրույքների պահանջների կատարմանը:

Այս տեսակետից գնահատվում է շուկայի ինքնակարգավորման գործընթացի՝ պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության կարգավորումը, որը ձևավորում է հավասարակշիռ գներ, սակայն կարևոր է նաև որոշ ապրանքների գների նկատմամբ պետության աջակցությունը: 1973թ. գործում է այսպես կոչված գների բյուրոն, որը որպես կառավարման մարմին է: Իրականում սպառողական ապրանքների շուրջ 20 տոկոսի գների կարգավորումը կատարվում է պետության կողմից: Այդ թվում բրնձի, ցորենի, մսամթերքի և կաթնամթերքի, ջրի, էլեկտրաէներգիայի, գազի, երկաթուղային տրանսպորտի տարիֆները կարգավորվում են պետության կողմից:

Գյուղատնտեսական շատ արտադրանքների գծով գործում են երաշխավորված գներ, որոնցով իրականացվում է գյուղատնտեսական արտադրանքի գնումները: Նման գների միջոցով խթանվում է ֆերմերային տնտեսության աշխատանքային գործունեությունը որով կարգավորվում է նրանց համար մատչելի շահույթի ստացումը: Լայն սպառման ապրանքների գները կարգավորվում է շուկայում պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության կարգավորման միջոցով:

⁸² "Цены и ценообразование". 5-ое издание под ред. заслуженного деятеля наук РФ, д. э. н., проф. В. Е. Есипова, "ПИТЕР", Москва-Киев-Харьков-Минск, 2008, стр. 96.

Ավստրիա: Այս երկրում գների կարգավորումն իրականացվում է «գների մասին» օրենքի դրույթներով, որը ընդունվել է դեռևս 1976թ. և վերանայվել 1988թ. կարտելների մասին ընդունված օրենքի դրույթների, ինչպես 1985թ. ընդունված հակադեմաինգային օրենքի դրույթներին համաձայն:

Պետության կողմից կարգավորված գները կազմում են ամբողջ համակարգի 10 տոկոսը: Այն ներառում է սև մետաղների մնացուկները, գունավոր մետաղների հիմքը, դեղագործական արտադրանք, էլեկտրաէներգիան, գազը, ջրամատակարարումը և այլն:

Երկրի Ազգային Ժողովի կողմից կարող են վերանայվել ծխախոտի, ծխախոտի հումքի, աղի տրանսպորտի տարիֆները: Ֆինանսների նախարարության կողմից կարգավորվում են սպիրտային արտադրանքի գները:

Հունաստան: Երկրում պետական մարմինների կողմից կարգավորվում են գների ընդհանուր համակարգի 20%-ը: Պարենային, ոչ ալկոհոլային զանազան խմիչքների, զանազան ծառայությունների, գյուղատնտեսական միջոցների գները կարգավորվում են առևտրի նախարարության կողմից:

Գյուղատնտեսական արտադրանքների գծով սահմանվում են երաշխավորված գներ համապատասխան գերատեսչական մարմինների կողմից:

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

- Ցանկացած երկրի տնտեսությունը չի կարող զարգանալ և առաջադիմել առանց սոցիալ-տնտեսական զարգացման որոշակի նպատակային խնդիրների լուծման:
- Գնագոյացման քաղաքականության հետ կապված ամեն մի բարեփոխում կարող է ունենալ աղետալի հետևանքներ՝ հանգեցնել գների աճին, բնակչության գնողունակության կրճատմանը:
- Հիմնավորված գնային քաղաքականության նշանակությունը կայանում է նրանում, որ դրա շնորհիվ ապահովվում է տնտեսավարող սուբյեկտների նպատակային խնդիրների լուծումը:
- Գնագոյացման քաղաքականությունը կապված է ապրանքադրամական հարաբերությունների հետ, արտացոլում է պահանջար-

կի և առաջարկի հարաբերակցության հիմնական օրինաչափությունները և համարվում է պետության սոցիալ-տնտեսական քաղաքականության բաղկացուցիչ մասը և համարվում է շուկայական հարաբերությունների կարգավորող ինքնուրույն բնագավառ:

- Ժամանակակից պայմաններում արտադրության իրական հատվածի յուրաքանչյուր կազմակերպությունում արտադրված արտադրանքի գները համարվում են մարքեթինգի գլխավոր տարրը և փոխկապակցված է շուկայի մյուս տարրերի՝ պահանջարկի, առաջարկի և մրցակցության հետ:
- Համաձայն լրիվ ծախսերի պահանջներին՝ գների հաշվարկման եղանակը հիմնվում է արտադրության հաստատուն և փոփոխական ծախսերի արդարացի հաշվարկման վրա:
- Մեծածախ կազմակերպության բաց թողման գինը իր կազմում ներառում է բոլոր վերադիր ծախսերը, ինչպես նաև այդ վերադիրին համապատասխան ԱԱՀ-ի հաշվարկման գումարը:
- Գյուղատնտեսության առանձնահատկություններին համապատասխան պահանջվում է վարել այնպիսի գնային քաղաքականություն, որը ճիշտ կարտացուլի գյուղացիական տնտեսությունների և պետության շահերը:
- Գյուղատնտեսական մշակաբույսերի գների մշակման ժամանակ պետք է առաջնորդվել գյուղատնտեսական ապրանքների և արդյունաբերական ապրանքների գների հարաբերակցությամբ, որոնք սպառվում են գյուղատնտեսության ոլորտում:
- Պետության կողմից գյուղատնտեսության ոլորտում երաշխավորված գների սահմանման քաղաքականության իրականացումը կարող է նպաստել ինչպես պետության աջակցության դերի բարձրացմանը, այնպես էլ արդարացի գնային քաղաքականության վարմանը:
- Արտաքին տնտեսական կապերի ընդլանման ուղղությամբ կատարված տեղաշարժերը նպաստել են առանձին երկրների ինտեգրման շրջանակների ընդլանման ու տրանսպորտային ծախսերի աճին:
- Փոխադրման ենթակա բեռների ծավալի փոխադրումակության ավելացումը հանգեցնում է միավորի հաշվով տրանսպորտային ծախսերի կրճատմանը:
- Ծառայությունների ոլորտում և մասնավորապես կոմունալ ծառայությունների ոլորտում գները ծնավորելիս պահանջվում է հաշվի

առնել այն բոլոր տեսական և մեթոդական դրույթները, որոնք կիրառվում են առանձին ոլորտներում, ինչպես նաև կոմունալ տնտեսությանը բնորոշ առանձնահատկությունները:

- Կոմունալ ծառայությունների գծով սահմանված գները հիմնականում կարգավորվում են պետության կողմից և դիտվում են որպես հաստատագրված գներ:
- Համաշխարհային մասշտաբով գները առավել լավ գործում են մրցակցության պայմաններում, քանի որ այն արտադրողներին մշտապես ստիպում է հետազոտել շուկայական գները, կիրառել գիտատեխնիկական վերջին նվաճումները, առաջնորդվել նորամուծության կիրառման գաղտնիքներով:
- Ներկայումս բոլոր զարգացած երկրներում գործում են հակամենաշնորհային օրենքներ, որոնք չնայած կրում են տարբեր անվանումներ, այնուամենայնիվ դրանց բովանդակությունը նույնն է և նպատակ են հետապնդում աջակցել մրցակցությանը և սահմանափակել արտադրության մենաշնորհման և օլիգոպոլային առանձին խմբերի միջև գաղտնի համաձայնությունները:

ՀԱՐՑԵՐ, ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔՆԵՐ

1. Ո՞րն է յուրաքանչյուր տնտեսության զարգացման սոցիալ տնտեսական զարգացման ուղղությունները:
2. Ինչու՞ է գնագոյացման քաղաքականությունը համարվում տնտեսական քաղաքականության բաղկացուցիչ մասը:
3. Ինչու՞ է տնտեսության անցումային փուլում գնային նոր քաղաքականությունը համարվում ամենաբարդ խնդիրներից մեկը:
4. Ինչո՞վ է բացատրվում գնային քաղաքականության անհրաժեշտությունն ու նշանակությունը:
5. Որո՞նք են գնային քաղաքականության կատարելագործման հիմնական ուղղությունները:
6. Որո՞նք են գնային քաղաքականության կարգավորման ուղղակի և անուղղակի մեթոդների պահանջների էությունը:
7. Ի՞նչ առանձնահատկություն ունի գնային քաղաքականությունը իրական հատվածի ճյուղերում:

8. Ինչու՞ է գնային քաղաքականությունը համարվում մարքեթինգի գլխավոր տարրերից մեկը:

9. Որո՞նք են հաստատուն և փոփոխական ծախսերի տնտեսական բովանդակությունը:

10. Ինչպե՞ս է իրական հատված ձեռնարկություններում ձևավորվում կազմակերպության մեծածախ գինը:

11. Ինչպե՞ս է հաշվարկվում իրական հատվածի ճյուղերում արտադրանքի բաց թողման գինը:

12. Ո՞րն է մեծածախ և մանրածախ կազմակերպությունների առանձնահատկությունները:

13. Ի՞նչ առանձնահատկություն ունի գնագոյացման քաղաքականությունը գյուղատնտեսության ոլորտի կազմակերպություններում:

14. Ինչու՞մ է արտահայտվում գների ինդեքսավորման եղանակի կիրառման անհրաժեշտությունը կապված տվյալ ոլորտում աշխատողների ստացած եկամուտների տարբերության հետ:

15. Որո՞նք են հողի հարկի և գույքահարկի գծով մեծ ապառքների ձևավորման պատճառները:

16. Ո՞րն է գյուղատնտեսության ոլորտում երաշխավորված գների սահմանման անհրաժեշտությունը:

17. Ինչու՞մ է արտահայտվում գնագոյացման առանձնահատկությունը տրանսպորտի ծառայությունների ոլորտում:

18. Հատկապես երթուղային տրանսպորտում փոխադրման գործընթացը կազմակերպելիս, ո՞ր գործարքները պետք է ճիշտ գնահատել:

19. Ի՞նչ ելակետային տվյալներ է պահանջվում հաշվի առնել վագոնների ստատիկ բեռնվածության ցուցանիշը հաշվարկելիս:

20. Ինչպե՞ս է հաշվարկվում բեռնաշրջանառության և ուղևորաշրջանառության ցուցանիշները:

21. Ի՞նչ առանձնահատկություն ունի ծառայությունների ոլորտում և ինչպե՞ս է այն կարգավորվում:

22. Ի՞նչ ներգործություն են ունենում կոմունալ ծառայությունների գծով հաստատագրված տարիֆների (սակագների) բարձրացումը:

23. Ի՞նչ առանձնահատկություններ ունեն գնագոյացման կազմակերպման հարցերը արտասահմանյան առանձին երկրներում (ԱՄՆ-ում, Ֆրանսիայում, Ճապոնիայում, Ավստրիայում, Հունաստանում):

ԹԵՍՏԵՐ ԵՎ ԽՆԴԻՐՆԵՐ

7.1. Գնագոյացման քաղաքականության առանձնահատկություններին համապատասխան ձևավորված գինը մեծ դեր և նշանակություն ունի.

- ա) արտադրության ծավալի գնահատման և կենսապայմանների բարելավման գործում,
- բ) թողարկվող արտադրանքի կառուցվածքի կատարելագործման գործում,
- գ) ապրանքանյութային և դրամական հոսքերի շարժման գործում,
- դ) նշված բոլոր պատասխանները միասին:

7.2. Ցանկացած կազմակերպության գնային քաղաքականությունը ներառում է.

- ա) գնի սահմանման գործընթացը,
- բ) գնի ձևավորման սկզբունքների կիրառումը,
- գ) գնի ձևավորման մեթոդների կիրառումը,
- դ) գնի սահմանման, գների ձևավորման սկզբունքների ու մեթոդների կիրառման կոմպլեքս մոտեցումները:

7.3. Իրական հատվածում որևէ կազմակերպության արտադրած միավոր արտադրանքի գինը հաշվարկելիս ելակետ է ընդունվում այդ արտադրանքի.

- ա) լրիվ ինքնարժեքն ու ստացված շահույթի գումարը,
- բ) արտադրամասային ինքնարժեքի և շահույթի գումարը,
- գ) արտաարտադրական ծախսերի և շահույթի գումարը,
- դ) նշված բոլոր պատասխանները սխալ են:

7.4. Եթե արտադրանքի շահութաբերության նորման սահմանված է 20%, իսկ միավոր արտադրանքի լրիվ ինքնարժեքը կազմում է 250 դրամ, ապա կազմակերպության մեծածախ գինը կկազմի.

- ա) 500,
- բ) 300,
- գ) 350,
- դ) 400:

7.5. Արտադրանքի բաց թողման գինը հաշվարկվում է.

- ա) մեծածախ գնի և անուղղակի հարկերի տարբերությամբ,

- բ) մեծածախ գնի և անուղղակի հարկերի գումարով,
 գ) մեծածախ գնի և առևտրային կազմակերպության վերադիրի արտադրյալով,
 դ) մեծածախ գնի և ակցիզային հարկի տարբերությամբ:
- 7.6. Եթե արտադրանքը չի հարկվում ակցիզային հարկով, ապա վերջինիս բացթողման գինը որոշվում է.**
 ա) մեծածախ գնի մակարդակի և ավելացած արժեքի հարկի գումարը,
 բ) մեծածախ գնի մակարդակի և ԱԱՀ-ի տարբերությամբ,
 գ) մեծածախ գնի մակարդակի և ԱԱՀ-ի արտադրյալով,
 դ) մեծածախ գնի մակարդակի և ԱԱՀ-ի հարաբերությամբ:
- 7.7. Եթե մեծածախ գինը հավասար է 300-ի, իսկ ԱԱՀ-ի դրույքը՝ 20%, ապա արտադրանքի բացթողման գինը կկազմի.**
 ա) 560,
 բ) 460,
 գ) 360,
 դ) 260:
- 7.8. Մեծածախ կազմակերպության բաց թողման գինն իր մեջ ներառում է.**
 ա) բաց թողման գինը, մեծածախ կազմակերպության կողմից կատարված վերադիր ծախսերը,
 բ) բաց թողման գինը, մեծածախ կազմակերպության կողմից կատարված վերադիր ծախսերը, ինչպես նաև այդ վերադիրին համապատասխան ԱԱՀ,
 գ) միայն մեծածախ կազմակերպության կողմից կատարված վերադիր ծախսերը,
 դ) մանրածախ կազմակերպության կողմից կատարվող վերադիր ծախսերը:
- 7.9. Եթե բաց թողման գինը 360 դրամ է, մանրածախ կազմակերպության վերադիր ծախսը 200 դրամ, իսկ վերադիրին համապատասխան ԱԱՀ-ը կազմում է 40, ապա մեծածախ կազմակերպության բաց թողման գինը կազմում է.**
 ա) 800,
 բ) 700,
 գ) 600,
 դ) 500:

- 7.10. Եթե մեծածախ կազմակերպությունն արտադրանքը բաց է թողնում մանրածախ կազմակերպությանը, ապա հաշվի է առնվում.**
 ա) նաև մանրածախ կազմակերպության կողմից կատարվող վերադիր ծախսերը,
 բ) նաև մանրածախ կազմակերպության վերադիր ծախսերին համապատասխան ԱԱՀ-ը,
 գ) մանրածախ կազմակերպության վերադիր ծախսերը և վերջինիս համապատասխան ԱԱՀ-ը՝ բայց 16.67%-ով հաշվարկված,
 դ) նշված բոլոր պատասխանները միասին:
- 7.11. Տրված է մանրածախ գինը կազմում է 200 միավոր, մանրածախ կազմակերպության կողմից կատարված վերադիր ծախսերը կազմում են 260 դրամ, ապա միավոր արտադրանքի մանրածախ գինը կկազմի.**
 ա) 543.34,
 բ) 643.34,
 գ) 542.34,
 դ) 540.34:
- 7.12. Հանրապետության առանձին տարածաշրջանների առանձնահատկություններին համապատասխան գյուղատնտեսական արտադրանքի դիֆերենցված պայմանագրային գները.**
 ա) գերազանցում են կատարված ծախսերը,
 բ) հավասար են կատարված ծախսերին,
 գ) չեն հիմնավորվում ինքնածախսածածկման սկզբունքների պահանջներով,
 դ) գյուղացիներին ապահովում են բարձր մակարդակի բարեկեցիկ կյանք:
- 7.13. Գյուղատնտեսության ոլորտում իրականացվող պետական գնային քաղաքականությունը այնպես պետք է վերակառուցել և կազմակերպել, որ.**
 ա) գյուղացիական տնտեսությունը պետությանը դիտի իր հիմնական պաշտպանի,
 բ) դրանով պետությունը նպաստի գյուղացիական տնտեսությունների կայունացմանը, ապառքների կրճատմանը,

գ) դրանով նպաստի գյուղացուց ստացվող եկամուտների աճին, միաժամանակ խոչընդոտի գյուղական բնակչության արտագաղթի աճին,

դ) վերը նշված բոլոր տարբերակների հետ միասին վարի արդարացի գնային քաղաքականությունը:

7.14. Գյուղատնտեսության ոլորտում գյուղացիական տնտեսությանն աջակցելու նպատակով երաշխավորված գնային քաղաքականության էությունը կայանում է նրանում, որ վերամշակվող գյուղացիական շատ արտադրանքների գները պետք է.

ա) հիմնավոր հաշվարկվի գյուղատնտեսության պետական մարմինների շրջանակներում գործող գնային հանձնաժողովի կողմից,

բ) պետական գյուղատնտեսական գնային հանձնաժողովի կողմից հիմնավոր հաշվարկվի և կառավարության կողմից հավանության արժանանա,

գ) հիմնավոր չհաշվարկվի գյուղատնտեսության պետական մարմինների շրջանակներում,

դ) պետական գյուղատնտեսական գնային հանձնաժողովի կողմից չհիմնավորված հաշվարկը:

7.15. Եթե տվյալ տարում, ելնելով տնտեսության և շուկայում տիրող իրավիճակից, գյուղատնտեսության մեջ գները գերազանցեն շուկայական գներին, ապա.

ա) գյուղատնտեսական արտադրանքի իրացման գործընթացի կազմակերպումը պետք է կատարի գյուղացին, որպեսզի փոխհատուցվի իր ծախսերը,

բ) գյուղատնտեսական արտադրանքի իրացման գործընթացի կազմակերպումը պետք է կատարի պետությունը,

գ) գյուղատնտեսական արտադրանքի իրացման գործընթացի կազմակերպումը պետք է կատարի վերամշակող ձեռնարկությունը,

դ) պետք է գյուղատնտեսական արտադրանքի իրացման գործընթացի կազմակերպումը իրականի տրանսպորտային ընկերությունը:

7.16. Եթե գյուղատնտեսական մշակաբույսերի երաշխավորված գինը գերազանցում է շուկայական գնին, ապա այս դեպքում.

ա) հնարավոր կլինի փոխհատուցել ծախսերը,

բ) ծախսերը հնարավոր չէ փոխհատուցել,

գ) պետությունը պետք է կազմակերպի իրացման գործընթացը,

դ) վնասի որոշակի մասի փոխհատուցումը պետք է կատարի պետությունը:

7.17. Եթե գյուղատնտեսական արտադրանքների երաշխավորված գինը շուկայական գնից ցածր է, ապա.

ա) հնարավոր կլինի փոխհատուցել բոլոր ծախսերը,

բ) կատարված ծախսերը հնարավոր չէ փոխհատուցել,

գ) գյուղացիական տնտեսությունը զարգանալու հնարավորություն կունենա,

դ) պետությունը վնասը չի կարող փոխհատուցել:

7.18. Եթե գյուղատնտեսական արտադրանքների երաշխավորված գինը շուկայական գնից շատ ցածր է, ապա այս դեպքում.

ա) բոլոր ծախսերը գյուղացիական տնտեսությունների ամբողջությունները ամբողջությամբ կփոխհատուցվեն,

բ) պետության իրացման գործընթացի կազմակերպմամբ պետք է փոխհատուցվի վնասի որոշակի մասը,

գ) բոլոր ծախսերը կհավասարվեն երաշխավորված գնին,

դ) գյուղատնտեսական արտադրանք արտադրողները կստանան լրացուցիչ եկամուտ:

7.19. Տրանսպորտային ծառայությունների համակարգում գնագոյացման առանձնահատկությունների փոփոխությունները պայմանավորված են հիմնականում նաև նրանով, որ.

ա) առևտրային հարաբերությունների ընդլայնման շնորհիվ ավելացել են տրանսպորտային կապերը և որոշ չափով փոխվել են ծախսերը,

բ) առևտրային հարաբերությունների ընդլայնմամբ նվազել է այլ երկրների հետ ինտեգրման գործընթացը,

գ) ինտեգրման գործընթացի արդյունքում նվազել է տրանսպորտային փոխադրումների ընդհանուր ծավալը,

դ) ինտեգրման գործընթացի արդյունքում բավականին նվազել է տրանսպորտային ծախսերի մեծությունը:

7.20. Ժամանակակից պայմաններում, երբ միջազգային առևտրի աճը գերազանցում է արտադրության աճին, բուռն զարգացում է ապրել.

ա) օդային տրանսպորտի ցանցը,

բ) երկաթուղային տրանսպորտի ցանցը,

գ) խողովակային տրանսպորտի ցանցը,

դ) ծովային տրանսպորտի ցանցը:

7.21. Հաշվի առնելով տրանսպորտի առանձին տեսակների բազմաթիվ առանձնահատկությունները՝ տրանսպորտային ծառայությունների շուկայում գնագոյացման կարգավորման առանձնահատկությունների հիմքում ընկած են.

ա) լիցենզավորված կազմակերպությունների քանակից, սահմանված քվոտաներից և միջազգային փոխադրումների համար սահմանված սակագների մեծությունից,

բ) պետության կողմից մշակված և իրականացված վարչայան, բարոյական և տնտեսական լծակները,

գ) տուգանքային սանկցիաները, լրացուցիչ վճարները, դոտացիաները, վարկերի արտոնյալ տրամադրումը և այլն,

դ) նշված բոլոր պատասխանները միասին:

7.22. Եթե արդյունաբերական առանձին արտադրություններում ծախսերի մակարդակը միավոր արտադրանքի ավելացմամբ բնութագրվում է նվազող հատույթի օրենքով, ապա տրանսպորտային փոխադրումների ժամանակ կատարված ծախսերի մակարդակը պայմանավորված է.

ա) միայն փոխադրվող բեռի տեսակարար կշռի մեծությամբ,

բ) միայն փոխադրման հեռավորությամբ,

գ) տրանսպորտային ծախսերի տեսակարար կշռի կազմում փոխադրվող բեռի կշռին համապատասխան,

դ) նշված բոլոր պատասխանները միասին:

7.23. Տրանսպորտային ծառայությունների համակարգում վերջիններիս գների սահմանման հիմքում ընկած է.

ա) ըստ փոխադրվող բեռի տրանսպորտային ծախսերի տեսակարար կշռը,

բ) ըստ փոխադրվող բեռի կշռին համապատասխան կատարված ծախսերը,

գ) պետության կողմից սահմանված քվոտաները,

դ) պետության կողմից սահմանված արտադրությունները:

7.24. Միևնույն հեռավորության վրա, որքան փոխադրվող բեռի կշիռը մեծանում է փոխադրումակության մեծացմանը համապատասխան, այնքան որոշակի միավորով բեռի դիմաց գանձվող տարիֆային վճարը.

ա) մեծանում է,

բ) նվազում է,

գ) հավասարվում է կատարված ծախսերին,

դ) գերազանցում է կատարված ծախսերը:

7.25. Ռուսաստանում 50 կմ հեռավորության վրա 10 տոննա բեռի բեռնվածությամբ փոխադրման դիմաց տարիֆը սահմանված է 35.2 ռուբլի: Որքան կկազմի սահմանված տարիֆի մեծությունը, եթե նույն հեռավորության վրա տեղափոխվի կամ փոխադրվի 20 տոննա և 50 տոննա: Այն համապատասխանաբար կկազմի.

ա) 17.6 ռուբլի և 7.04 ռուբլի,

բ) 17.6 ռուբլի և 7.03 ռուբլի,

գ) 17.7 ռուբլի և 7.04 ռուբլի,

դ) 17.8 ռուբլի և 7.04 ռուբլի:

7.26. Կոմունալ ծառայությունների ոլորտում ծառայությունների գների ձևավորման և գնագոյացման պետական կարգավորման առանձնահատկությունների հիմքում ընկած է.

ա) կոմունալ ծառայությունների նկատմամբ պահանջարկի գնահատման նորմատիվները,

բ) առաջարկվող կոմունալ ծառայությունները,

գ) ծառայությունների նկատմամբ եղած պահանջարկը,

դ) բնակչության թվաքանակը:

7.27. Մատուցված կոմունալ ծառայությունների դիմաց վճարված գումարի չափը հաշվարկվում է.

ա) սպառվող ծառայությունների ծավալից ելնելով,

բ) ջրային պաշարների կորուստներից ելնելով,

գ) էլեկտրաէներգիայի կորուստների չափից ելնելով,

դ) չբավարարված պահանջների չափերից ելնելով:

7.28. Նշված տարբերակներից ո՞րը կոմունալ ծառայությունների դիմաց վճարումներն իրականացնելիս հաշվի չեն առնվում.

ա) կոմունալ ծառայությունների սպառման նորմատիվները,

բ) ըստ բնակելի շենքերի տեսակների կոնստրուկտիվ կառուցվածքային և տեխնոլոգիական պարամետրերի փոփոխությունը,

գ) բնակարանների ինժեներական կոմունիկացիաների աստիճանը և բնակլիմայական պայմանների փոփոխությունը,

դ) վարսահարդարման վրա ծախսված ժամանակը:

7.29. Նշված տարբերակներից ո՞րն է կոմունալ ծառայության տեսակ.

- ա) գազամատակարարումը,
- բ) կարի մեքենայի վերանորոգումը,
- գ) ավտոմեքենայի վերանորոգումը,
- դ) կտավի վերանորոգումը:

7.30. Կոմունալ ծառայությունների ծավալները հաշվարկվում է.

- ա) չափիչ սարքերի քանակով,
- բ) չափիչ սարքերի ցուցմունքներից ելնելով,
- գ) չափիչ սարքերի տեղադրման աշխատանքները կատարելիս,
- դ) նշված բոլոր պատասխանները միասին:

7.31. Կոմունալ ծառայությունների գծով սպառման համար սահմանված նորմատիվները հաստատող լիազորված մարմիններն են.

- ա) ՀՀ գյուղատնտեսության նախարարությունը և ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարությունը,
- բ) ՀՀ էներգետիկայի և բնական պաշարների նախարարությունը, ՀՀ տարածքային կառավարման նախարարությունը, ՀՀ Ազգային ժողովը և ՀՀ կառավարությունը,
- գ) ՀՀ ֆինանսների նախարարությունը, ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարությունը, ՀՀ կառավարությունը,
- դ) ՀՀ մշակույթի նախարարությունը, ՀՀ Ազգային ժողովը և ՀՀ տարածքային կառավարման նախարարությունը:

7.32. Կոմունալ ծառայությունների սպասարկման կազմակերպման և դրանց նկատմամբ հսկողության սահմանման գործառույթներն իրականացվում են.

- ա) տեղական ինքնակառավարման մարմինները,
- բ) դատական մարմինները,
- գ) օրենսդիր մարմինը,
- դ) կառավարությունը:

7.33. Կոմունալ ծառայությունների դիմաց վճարման մեթոդական ցուցումներով լիազորված մարմինների կողմից հաստատված գնացուցակներում հաշվի են առնվում.

- ա) ճյուղային և ներշրջանային առանձնահատկությունները,
- բ) ճյուղային և ազգային առանձնահատկությունները,
- գ) ճյուղային և ծավալային առանձնահատկությունները,

դ) ճյուղային և սպառման համար անհրաժեշտ պաշարների ձևավորման առանձնահատկությունները:

7.34. Վերջին տարիներին Հայաստանի Հանրապետությունում ծառայությունների գների բավականին բարձրացումը բացասաբար է անդրադարձել հատկապես.

- ա) գյուղական բնակչության վրա,
- բ) քաղաքային բնակչության վրա,
- գ) նոր ներգաղթած բնակչության վրա,
- դ) պահածոների և վերամշակող ընկերությունների աշխատանքային ծախսումների վրա:

ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՀԱՍԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

«գնագոյացման
քաղաքականություն»
«շուկայական
տնտեսություն»
«անցումային փուլ»

«սպառման
ապրանքներ»
«ծառայությունների
ոլորտ»
«ապրանքադրամական
հարաբերություններ»
«զնային քաղաքականություն»
«կոմունալ ծառայություններ»

«երաշխավորված գներ»

«արդյունաբերական
արտադրանք»
«գյուղատնտեսական
մշակաբույսեր»
«բեռների փոխադրման
ծավալ»
«անուղղակի հարկեր»

«զնման գներ»

«ստատիկ բեռնվածություն»
«տարիքներ»

ԳԼՈՒԽ 8

ԳՆԱԳՈՅԱՑՈՒՄԸ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԱՌԵՎՏՐՈՒՄ

8.1. ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԱՌԵՎՏՐՈՒ ԶԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆ ՈՒ ԱՆՀՐԱԺԵՇՏՈՒԹՅՈՒՆԸ: ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԱՌԵՎՏՐՈՒ ՏԵՍԱԿԱՆ ՀԻՄՔԵՐԸ

Միջազգային տնտեսական հարաբերությունների աստիճանական զարգացումը լայն հնարավորություններ ստեղծեց տարբեր երկրների միջև արտաքին տնտեսական կապերի ընդլայնման համար, որոնք իրականացվում են տարբեր ձևերով ու ուղղություններով: Միջազգային տնտեսական հարաբերությունների կարևորագույն ձևերն են՝ միջազգային առևտուրը, աշխատուժի հոսքերը, կապիտալի արտահանումը և միջազգային վարկը, մաքսային հարաբերությունները, ներդրումային հարաբերությունները և այլն:

Միջազգային տնտեսական հարաբերությունների նշված ձևերի համակարգում առաջատար դերը պատկանում է միջազգային առևտրին, իսկ մյուս ձևերը միջնորդավորվում են վերջինիս միջոցով:

Միջազգային առևտրի միջոցով առանձին երկրների միջև արտաքին տնտեսական կապերի ձևավորումը կատարվում է այդ երկրներում արտադրված մրցունակ արտադրանքների, զանազան բնույթի ու տիպի մեքենաների և սարքավորումների, ծառայությունների մատուցման ու այլ փոխշահավետ առքուվաճառքի միջոցով: Այդ ամենի հիմքում ընկած է աշխատանքի միջազգային բաժանումը, ինչպես նաև միջազգային մասնագիտացումն ու կոոպերացումը:

Ինչպես հայտնի է աշխատանքի հասարակական բաժանման բարձրագույն ձևի՝ աշխատանքի միջազգային բաժանման գլխավոր նախադրյալներն են՝ համաշխարհային մասշտաբով բնական պաշարների ու աշխատուժի անհամաչափ բաշխումը, ինչպես նաև՝ բնակլիմայական պայմանների տարբերություններն առանձին երկրների միջև: Դրանց հետ մեկտեղ, աշխատանքի միջազգային բաժանման որոշիչ գործոն է գիտատեխնիկական առաջընթացը, որով էլ պայմանավորվում են արտադրության համակենտրոնա-

ցումը, մասնագիտացումն ու կոոպերացումը, նվազագույն ծախսումներով արտադրական գործոնների կազմակերպումը:

Հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ համաշխարհային տնտեսության ձևավորման պատմական նախադրյալներն սկզբնավորվել են դեռևս XV-XVI դարերի աշխարհագրական մեծ հայտնագործությունների ժամանակ: Դրանք նպաստել են հարուստ բնական պաշարների հայտնաբերմանը և առևտրական հարաբերությունների պարզագույն ձևերի կիրառման շնորհիվ՝ համաշխարհային շուկայի աստիճանական ձևավորմանը:

Բավական է նշել, որ, արդյունաբերական հեղաշրջումներով պայմանավորված, մանուֆակտուրային արտադրության և ապրանքադրամական հարաբերությանների հետագա զարգացումը, առանձին երկրների միջև փոխանակության շրջանակների ընդլայնումը, ինչպես նաև՝ կապիտալի կուտակման ծավալների ավելացումը աստիճանաբար դարձան տնտեսական ինտեգրման կարևորագույն գործոններ: Եթե արտադրության և փոխանակության զարգացման նախնական փուլերում համաշխարհային շուկայում տիրապետում էր առևտրական կապիտալը, որը դրսևորվում էր վաշխառուական կապիտալի տեսքով, ապա XVIII-XIX դարերի արդյունաբերական հեղաշրջման հետևանքով արտադրողական ուժերի թռիչքաձև զարգացումը հանգեցրեց միջազգային տնտեսական հարաբերություններում նոր փուլի ձևավորմանն ու աշխատանքի միջազգային բաժանման կատարելագործմանը:

Այս ամենն արձագանք գտավ նաև տնտեսագիտության բնագավառում, որտեղ մերկանտիլիզմի և պրոտեկցիոնիզմի (հովանավորչության) վերաբերյալ դասական քաղաքատնտեսության գաղափարները փոխարինվեցին ազատ առևտրի քաղաքականությամբ:

Միջազգային առևտրի շրջանակների ընդլայնումը նպաստեց փոխատվական կապիտալի չափերի ավելացմանը: Այն շրջանառության մեջ դրվեց տվյալ երկրի սահմաններից դուրս՝ խթանելով ներտնտեսական զարգացման ֆինանսավորումը:

Փոխատվական կապիտալի ավելացման մասին վկայում են միջազգային վարկային շուկաների տարեկան հաշվետվությունների տվյալները, ըստ որոնց 1992թ. այն կազմել է շուրջ 900 մլրդ դոլար՝ 13 անգամ գերազանցելով տնտեսական համագործակցության երկրների համախառն ներքին արդյունքի տարեկան ծավալը:

Հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ ժամանակակից պայմաններում փոխառվական կապիտալի շուկան դարձել է միջազգային առևտրի հիմնական օղակներից մեկը և որոշիչ դեր է կատարում տնտեսության ապագայնացման գործընթացի իրականացման գործում:

Հարցն այն է, որ միջազգային առևտրի շրջանակների ընդլայնումը շահավետ է բոլոր պետությունների համար, և դա կարելի է հիմնավորել հետևյալ փաստարկներով: Նախ՝ միջազգային առևտրի շրջանակների ընդլայնումը պայմանավորված է առանձին երկրների արտադրության պայմանների առանձնահատկություններով, երկրորդ՝ առանձին երկրներում բավականին տարբերություններ են նկատվում արտադրության կազմակերպման ծախսերի բնագավառում, երրորդ՝ այդ երկրներում ակնառու են պահանջմունքների բավարարման տարբերությունները: Եթե առանձին երկրներում՝ արտադրության կազմակերպման պայմանների առանձնահատկությունները պայմանավորվում են տարածքային, կլիմայական տարբերություններով, ապա արտադրության ծավալների ավելացումը և արտահանման մասշտաբների ընդլայնումը կապված են արտադրության կազմակերպման ծախսերի կրճատման հետ՝ հնարավորություն տալով այդ երկրին որոշակի առավելություն ստանալ այլ երկրների նկատմամբ:

Դա մասամբ հիմնավորվում է նրանով, որ եթե արտադրական գործընթացներն իրականացվում են նվազագույն ծախսումներով, ապա աստիճանաբար մեծանում են արտադրության մասշտաբները՝ թելադրելով համաշխարհային շուկա դուրս գալու անհրաժեշտությունը:

Միջազգային առևտրի ընդլայնման գործում կարևոր դեր են կատարում նաև առանձին երկրներում պահանջարկի բավարարման ձևերի միջև եղած տարբերությունները:

Այսպես, եթե Ավստրիայում ավելի շատ բուծվում են մանր եղջերավոր, իսկ Բրազիլիայում՝ խոշոր եղջերավոր անասուններ, ապա Ավստրիայում ավելի մեծ է պահանջարկը տավարի, իսկ Բրազիլիայում՝ ոչխարի մսի նկատմամբ: Հետևաբար, այդ երկրները կատարում են փոխշահավետ առևտուր և շահում են երկուստեք:

Այսպիսով, համաշխարհային տնտեսության ձևավորման պայմաններում, միջազգային առևտուրը միջազգային տնտեսական հա-

րաբերությունների կարևոր ձևերից մեկն է, որը ներկայումս կառարկում է արտադրության միջազգային համակենտրոնացման հիմնական գործոնի դեր:

Համաշխարհային տնտեսության աստիճանական ձևավորմանը զուգընթաց, կատարելագործվում են նաև միջազգային առևտրի վերաբերյալ հայտնի տեսությունները, որոնք սկզբնավորվել են դեռևս անգլիական դասական քաղաքատնտեսության ներկայացուցիչների օրոք:

Հարյուրամյակներ շարունակ հասարակությանը հետաքրքրել են առևտրական հարաբերություններին առնչվող բազմաթիվ հարցեր: Դրանց միջոցով փորձ է արվել պարզաբանել միջազգային առևտրի զարգացման տեսական հիմքերը: Օրինակ՝

- Ո՞րն է աշխատանքի միջազգային բաժանման ելակետը,

- Աշխատանքի միջազգային բաժանման ո՞ր ձևն է առավել արդյունավետ,

- Ի՞նչ չափանիշներով պետք է առաջնորդվեն տարբեր երկրների կազմակերպությունները իրենց փոխհարաբերություններում:

Այս կարգի հարցադրումներին դասական քաղաքատնտեսության ներկայացուցիչների պատասխանները լայն կիրառություն ունեն միջազգային հարաբերություններին առնչվող հիմնախնդիրների կարգավորման գործընթացներում նաև այսօր:

Այսպես, ժամանակին Ա. Սմիթի կողմից հիմնավորվել է, որ միջազգային առևտրի զարգացման հիմքում ընկած են, այսպես կոչված, արտադրանքի արտադրության հետ կապված ծախսերի միջև եղած տարբերությունները: Ըստ նրա, տնտեսության համար անհրաժեշտ ապրանքները պետք է ներմուծել հատկապես այն երկրներից, որտեղ ծախսերը բավականաչափ ցածր են և արտահանել այն ապրանքները, որոնց ծախսերն ավելի ցածր են արտահանողների մոտ:

Միջազգային առևտրի վերաբերյալ եղած տեսությունը կատարելության հասցրեց Դ. Ռիկարդոն: Նա հիմնավորեց փոխշահավետ առևտրի հնարավորությունը նույնիսկ առանձին երկրի բացարձակ առավելությունների առկայության պայմաններում, երբ հաշվի է առնվում ապրանքին վերաբերող բացարձակ ծախսերի տարբերությունը:

Այսպիսով, Ռիկարդոյի կողմից ձևավորվեց համեմատական առավելությունների տեսությունը, որը ժամանակին աշխատանքի միջազգային բաժանման միակ տեսությունն էր:

Այստեղից պետք է եզրակացնել, որ գնագոյացման ծախսային մեթոդի հիմնական դրույթները ժամանակին կիրառվել են նաև միջազգային առևտրի տեսական դրույթների հիմնավորման նպատակով:

Ուրեմն, միջազգային առևտրի ձևավորման անհրաժեշտ պայմաններից է տարբեր երկրներում միևնույն ապրանքների արտադրության վրա կատարված ծախսերի տարբերությունը: Յուրաքանչյուր երկիր պետք է մասնագիտանա այն ապրանքների արտադրությունում, ուր հնարավոր են աշխատանքի ու կապիտալի համեմատաբար քիչ ծախսումներ:

Այս կարևոր գործընթացն իրականացվում է հիմնականում անդրազգային և բազմազգ կոնցենդների ու ընկերությունների առաջացման, տարբեր երկրների անկախ կազմակերպությունների ու ձեռնարկությունների միջև մասնագիտացման ու կոոպերացման վերաբերյալ կնքված համաձայնությունների միջոցով:

Նշանակում է՝ աշխատանքի միջազգային բաժանման խորացումը և միջազգային կոնցենդների ձևավորումը սերտորեն փոխկապված են և պայմանավորում են միջազգային առևտրական հարաբերությունների զարգացման, արտահանման և ներմուծման ծավալների ավելացմանը:

Այդ մասին են վկայում վերջին տարիներին հանրապետությունում արտահանման և ներմուծման ծավալների գծով կատարված տեղաշարժերը (տես աղյուսակ 8.1):

Աղյուսակ 8.1

ՀՀ արտահանումն ու ներմուծումը՝ ըստ ԱՊՀ և այլ երկրների կտրվածքով (2007 – 2009թթ.)⁸³

	2007		2008		2009	
	Արտահանում	Ներմուծում	Արտահանում	Ներմուծում	Արտահանում	Ներմուծում
Ընդամենը	1152,3	3267,8	1057,2	4426,1	710,2	3321,3
ԱՊՀ երկրներ	267,5	1032,4	249,2	1262,8	138,3	1041,8
Այլ երկրներ	884,8	2235,4	807,9	3163,4	571,8	2279,4

Աղյուսակի տվյալներից երևում է, որ 2008թ. 4-րդ եռամսյակից սկսված համաշխարհային տնտեսական ճգնաժամը իր ներգործությունն է ունեցել ինչպես մակրոտնտեսական մյուս ցուցանիշների կրճատման վրա, այնպես էլ արտահանման և ներմուծման մակարդակների կրճատման վրա:

Այսպես, եթե արտահանման ծավալը 2007թ. կազմել էր 1152,3 մլն. ԱՄՆ դոլար, ապա 2008 և 2009 թվականներին դրանք համապատասխանաբար կազմել են 1057,2 և 710,2 մլն ԱՄՆ դոլար: Այսինքն՝ 2009թ. 2007-ի նկատմամբ արտահանումը նվազել է կազմել է 710,2 մլն ԱՄՆ դոլար, այսինքն՝ նվազել է 442,1 մլն ԱՄՆ դոլարով (1152,3 – 710,2):

Անշուշտ արտադրության ծավալների կրճատմանը զուգընթաց ավելացել է ներմուծման մասշտաբները: Այսպես, եթե 2007թ. ներմուծման ծավալը հանրապետությունում կազմել էր 3267,8 մլն ԱՄՆ դոլար, ապա 2009թ. այն ավելացել է 53,5 մլն ԱՄՆ դոլարով և կազմել 3321,3 մլն ԱՄՆ դոլար:

Այդ օրինաչափությունը պահպանվել է նաև ԱՊՀ և այլ երկրների կտրվածքով, այսինքն՝ արտահանումը 2007թ. ԱՊՀ երկրներում 267,5 մլն ԱՄՆ դոլարից նվազել է 2009թ. կազմել էր 138,3 մլն ԱՄՆ դոլար, իսկ այլ երկրներում ներմուծումը այդ նույն ժամանակի համեմատ ավելացել էր 44,5 մլն ԱՄՆ դոլարով (2279,4 – 2235,4) և կազմել 2279,4 մլն ԱՄՆ դոլար: Ի դեպ արտահանման բաժինը այլ

⁸³ Հայաստանի վիճակագրական տարեգիրք, Երևան 2010, էջ 454.

երկրների կտրվածքով նույնպես ունեցել է նվազման միտում 313 մլն ԱՄՆ դոլարով (848,8 – 571,8) և կազմել է 571,8 մլն ԱՄՆ դոլար:

Անշուշտ արտահանման և ներմուծման գծով կատարված տեղաշարժերն իրենց բացասական ներգործությունն են ունեցել ողջ տնտեսության կայունացման վրա:

Հետևաբար, միջազգային մասնագիտացումն ու կոոպերացումը, որոնց հիմքում ընկած է համեմատական առավելության տեսությունը, դիտվում են իբրև կապիտալի ինտեգրման տնտեսական ու կազմակերպական կարևոր նախադրյալներ:

Այժմ դիտարկենք համեմատական առավելության տեսությունը, փորձենք հիմնավորել, թե ինչու է այն համարվում միջազգային առևտրի տեսական հիմք և դրան համապատասխան՝ ինչպես են ձևավորվում միջազգային գները:

8.2. ՀԱՍԵՄԱՏԱԿԱՆ ԱՌԱՎԵԼՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՏԵՍՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԱՌԵՎՏՐԻ ԱՐԴՅՈՒՆԱՎԵՏՈՒԹՅՈՒՆԸ

Համաձայն համեմատական առավելության տեսության՝ ցանկացած պետություն միջազգային առևտրի ոլորտ կարող է ընդգրկվել միայն այն դեպքում և պայմաններում, երբ նրա արտադրած ապրանքը մրցունակ է և արտադրության ծախսերի առումով բացարձակ առավելություններ ունի մյուս երկրների նկատմամբ:

Այսպես. ընդունենք, որ ճապոնիան մեկ աշխատողի հաշվով արտադրում է ավելի շատ համակարգիչ և պողպատ, քան՝ այլ երկրներ: Համակարգիչների արտադրության գծով մեկ աշխատողին ընկնում է այլ երկրների համեմատությամբ 50%-ով, իսկ պողպատի արտադրության գծով՝ ընդամենը 10%-ով ավելի արտադրանք: Պարզ է, որ ճապոնիայի համար առավել ձեռնտու և շահավետ է արտահանել այն ապրանքը, որի գծով ավելի հմուտ է, մրցունակ և մասնագիտացած:

Ասվածից հետևում է, որ ճապոնիան ավելի շատ ձգտում է արտահանել համակարգիչներ և, համապատասխանաբար, ներմուծել այնպիսի ապրանքներ, որոնց արտադրության բնագավառում երկրում ցածր է թե՛ հմտության և թե՛ մասնագիտացման մակարդակը:

Դա է այն հիմնական պատճառը, որ համեմատական առավելության տեսությունը համարվում է միջազգային առևտրի տեսական հիմքը:

Դեռևս 1817 թվականին, համեմատական առավելության տեսության հիմնական դրույթները հետազոտելիս, Դ. Ռիկարդոն հիմնավորել է, որ միջազգային մասնագիտացումն օժտված է այնպիսի ներքին ուժով, որը պետությանը բերում է մեծ օգուտներ: Ի դեպ՝ Ռիկարդոն այդ հետևությունը համարել է համեմատական առավելության օրենք, որի դրույթները հետազոտել է երկու երկրների և երկու ապրանքների միջոցով՝ վերջիններիս արտադրության ամբողջ ծախսերը չափելով աշխատուժ-ժամի միջոցով:

Այժմ փորձենք համեմատական առավելության օրենքի դրույթներն ուսումնասիրել Ռիկարդոյի օրինակով, պարզաբանենք սննդամթերքի ու հագուստի արտադրության արտահանման և ներմուծման օրինաչափությունները, ինչպես նաև՝ միջազգային գնի ձևավորման կառուցակարգը Ամերիկայում և Եվրոպայում՝ (տես աղյուսակ 8.2):

Աղյուսակ 8.2 Արտադրության համար անհրաժեշտ աշխատուժի ամերիկյան և եվրոպական պահանջները ⁸⁴			
	Արտադրանքի անվանումը	Անհրաժեշտ աշխատանք (աշխատուժ-ժամ)	
		Ամերիկա	Եվրոպա
1.	Սննդամթերքի 1 միավոր	1	3
2.	Հագուստի 1 միավոր	2	4

Աղյուսակի տվյալներից երևում է, որ թե՛ սննդամթերքի, թե՛ հագուստի արտադրության գծով Ամերիկայում աշխատուժի ծախսերն ավելի փոքր են, քան՝ Եվրոպայում: Այսինքն՝ Ամերիկայում աշխատանքի արտադրողականությունը սննդամթերքի գծով բարձր է 3 անգամ, իսկ հագուստի գծով՝ 2 անգամ:

⁸⁴ Փ. Ա. Սամուելսոն, Ու. Դ. Նորդհաուս, Տնտեսագիտություն, Ապոլոն, Երևան 1995, էջ 406.

Չնայած նման տարբերությանը՝ այս երկու աշխարհամասերի միջև միջազգային առևտրի կազմակերպումն առանձին արտադրանքների գծով էլ բավականին փոխշահավետ է:

Տվյալները ցույց են տալիս, որ Ամերիկյան բացարձակ առավելություն ունի երկու արտադրանքների գծով էլ, բայց համեմատական առավելությամբ օժտված է միայն Ամերիկայում արտադրված սննդամթերքը: Եվրոպան համեմատական առավելություն ունի հագուստի նկատմամբ, քանի որ սննդամթերքը հարաբերականորեն էժան է Ամերիկայում, իսկ հագուստը հարաբերականորեն էժան է Եվրոպայում:

Ռիկարդոն հիմնավորել է, որ նման իրադրությունում երկու աշխարհամասերի երկրներն էլ կշահեն, եթե մասնագիտանան իրենց համեմատական առավելության ոլորտներում: Այսինքն, ըստ համեմատական առավելության տեսության, Ամերիկյան պետք է մասնագիտանա սննդամթերքի, իսկ Եվրոպան՝ հագուստի արտադրության գծով:

Եթե փորձենք պարզել այդ արտադրանքների մասնագիտացման դիմաց ստացվող օգուտները, ապա պետք է ելնենք դրանց արտադրության և սպառման մասշտաբներից՝ ինչպես ազատ միջազգային առևտրի բացակայության, այնպես էլ՝ դրա առկայության պայմաններում:

Միջազգային առևտրի բացակայության պայմաններում ամերիկյան աշխատողի 1 աշխատաժամի իրական վարձատրությունը սննդամթերքի գծով կազմում է 1 միավոր, իսկ հագուստի գծով՝ 1/2 միավոր, Եվրոպայում՝ յուրաքանչյուր աշխատաժամի դիմաց, ըստ տվյալների, այն սննդամթերքի գծով կազմում է 1/3 միավոր, իսկ հագուստի գծով՝ 1/4 միավոր:

Քանի որ արտադրանքների գծով կատարվող աշխատանքի ծախսերը տարբերվում են միմյանցից, ուստի տարբեր են ստացվում նաև գները: Այսպես՝ Ամերիկայում, փաստորեն, հագուստի գինը 2 անգամ բարձր է սննդամթերքի գնից, իսկ Եվրոպայում հագուստի գինը սննդամթերքի գնից բարձր է 4/3 անգամ:

Իրականում, անկախ այն փաստից, թե այս կամ այն երկրում առկա են համեմատական առավելության իրավիճակներ, թե՛ ոչ, երբ բացառվում է այդ երկրների միջև ազատ առևտուրը, ապա առևտրական գործարքներ չեն կատարվում: Ուստի, ներքին շուկա-

յում սննդամթերքի և հագուստի գները կարգավորվում են պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցությամբ:

8.3. ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ, ՄԱՔՍԱԴՐՈՒՅՔԻ ԵՎ ԲԱԺՆԵՉԱՓԵՐԻ ՓՈԽԿԱՊԱԾՈՒ ԶՈՒՆԸ

Գների մակարդակի վրա ազդող գործոնների համակարգում առանձնահատուկ տեղ է գրավում պետության վարած տնտեսական քաղաքականությունը, մասնավորապես հարկային, բանկային, վարկային քաղաքականության առումով, որոնք փխկապվածության մեջ են գտնվում գնագոյացման հետ և որոշակի ներգործություն են ունենում գների մակարդակի վրա: Բանն այն է, որ պետությունների կողմից դարեր շարունակ կիրառվել և այժմ էլ կիրառվում են մաքսադրույքներ և բաժնեչափեր, որոնց տնտեսական հետևանքները որոշակի չափով առնչվում են գնագոյացման, ինչպես նաև պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության կարգավորման հետ:

Այժմ ծանոթանանք մաքսադրույքներ և բաժնեչափեր հասկացություններին, դրանց տնտեսական բովանդակությանն ու գնագոյացման կառուցակարգի վրա ներգործության հնարավորություններին: Մաքսադրույքը միջազգային առևտրում ապրանքների ներմուծումից գանձվող հարկի չափն է: Հարկի այս տեսակը, որոշակի առանձնահատկություններով հանդերձ, գործում է համարյա բոլոր երկրներում: 8.3 աղյուսակի տվյալներից երևում է, որ առանձին արտադրանքների գծով սահմանված են տարբեր մաքսադրույքներ:

Համեմատաբար բարձր մաքսադրույքներ են սահմանվել տնտեսական քաղաքականության նկատմամբ առավել զգայուն ծյուղերում՝ ինչպես օրինակ, ճապոնիայում՝ գյուղատնտեսական ապրանքների, ԱՄՆ-ում և, մասամբ նաև, ճապոնիայում՝ պատրաստի հագուստի վրա:

Մաքսադրույքների չափով ավելանում են ներմուծված ապրանքների տեղական գները:

Արգելակող մաքսադրույքները, անչափ բարձր լինելու պատճառով, ամբողջությամբ խոչընդոտում են առանձին ապրանքների ներմուծմանը: Եթե ներմուծումից գանձվող մաքսադրույքն ավելի

բարձր է, քան տվյալ երկրում ապրանքի գործող գնի և այդ ապրանքի համաշխարհային գնի տարբերությունը, ապա նման մաքսադրույքը, որպես արգելակող, դադարեցնում է տվյալ ապրանքի առևտուրը:

Չարգելակող մաքսադրույքները չնայած ներգործում են առևտրի վրա, պատճառելով որոշակի վնասներ, սակայն չեն վերացնում առևտուրը:

Քննարկենք մաքսադրույքի ազդեցությունը ԱՄՆ-ի հագուստի շուկայի հավասարակշռության վրա: Ընդունենք, որ հագուստի մեկ միավորի համար սահմանված է 2 դոլար մաքսադրույք: Բացառելով փոխադրածախսի առկայությունը՝

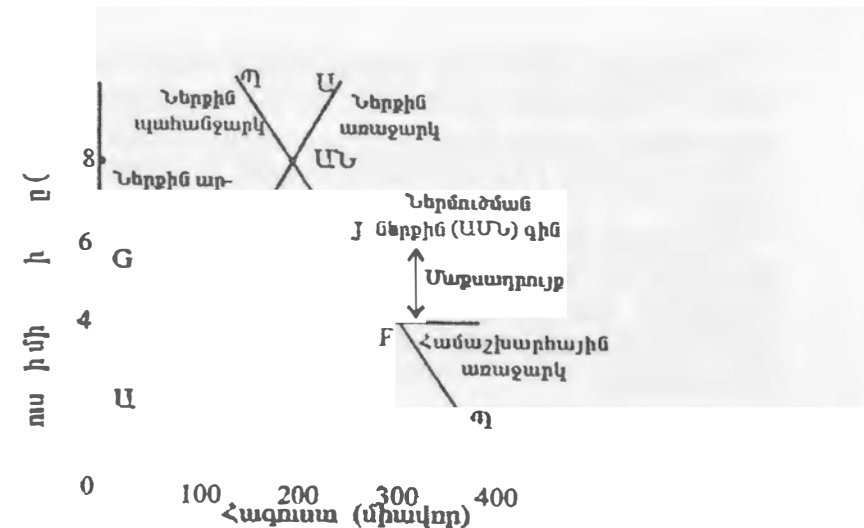
Աղյուսակ 8.3

ԱՄՆ և ճապոնիա ներմուծվող արտադրանքների միջին

մաքսադրույքները⁸⁵

	Մաքսադրույքը 1987թ. %	
	ԱՄՆ	ճապոնիա
Գյուղատնտեսական ապրանքներ	1,8	18,4
Սննդամթերք	4,7	25,4
Պատրաստի հագուստ	22,7	13,8
Տպագրություն և հրատարակում	0,7	0,1
Երկաթ, պողպատ	3,6	2,8
Տրանսպորտային սարքավորումներ	2,5	1,5
Միջինը՝ արդյունաբերական ապրանքներ	4,4	2,8

կատարվի, որ տեղական շուկայում հագուստի 8 դոլար գնի, 4 դոլար համաշխարհային գնի և 2 դոլար մաքսադրույքի պայմաններում կարող է առաջանալ հետևյալ իրավիճակը (տե՛ս՝ Գծապատկեր 8.3):



Գծապատկեր 8.3: Գների վրա մաքսադրույքի ազդեցությունը

Հաշվի առնելով հագուստի համար սահմանված 2 դոլար մաքսադրույքը, ինչպես նաև ներմուծման արդյունքները և ներքին շուկայում գների փոփոխությունը՝ արտասահմանյան հագուստի միավորն ԱՄՆ-ում արդեն վաճառվում է ոչ թե համաշխարհային գնով՝ 4 դոլարով, այլ 6 դոլարով (4 դ) համաշխարհային գին + 2 դ) մաքսադրույք):

Ինչ ազդեցություն ունեցավ 2 դոլար մաքսադրույքը ԱՄՆ տնտեսության վրա:

Ինչպես երևում է Գծապատկեր 8.3-ից, եթե մինչև մաքսադրույքի սահմանումը ներքին սպառումը կամ ապրանքի պահանջվող անհրաժեշտ քանակը կազմում էր 300 միավոր, ապա, մաքսադրույքը սահմանելուց հետո, պահանջվող քանակը 300-ից իջնում է 250 միավորի, տեղական արտադրությունն ավելանում է 50 միավորով, իսկ ներմուծումը կրճատվում 100 միավորով:

Այսպիսով, մաքսադրույքը, բարձրացնելով գները, միաժամանակ կրճատում է սպառվող ու ներմուծվող ապրանքի քանակը և ավելացնում տեղական արտադրությունը:

Տնտեսության վրա, մաքսադրույքների հետ մեկտեղ, ազդում է նաև բաժնեչափը:

⁸⁵ Փ. Ա. Սամուելսոն, Ու. Դ. Նորդհաուս, Տնտեսագիտություն, Ապոլոն, Երևան 1995, էջ 424:

Բաժնեչափը ներմուծվող ապրանքների քանակի սահմանափակումն է: Բաժնեչափեր սահմանվում են այն ապրանքների համար, որոնց անվանացանկը ներկայացվում է կառավարության կողմից:

Բաժնեչափերը նույնպես կարող են լինել արգելակող և չարգելակող:

Արգելակող բաժնեչափը կարող է ներգործել ներմուծման վրա՝ հասցնելով 100 միավորի, որը համընկնում է գծապատկեր 8.3-ի H J հատվածին: Փաստորեն, բաժնեչափի 100 միավորը կհանգեցնի գնի և արտադրանքի նույն հավասարակշռությանը, ինչ՝ 2 դոլար մաքսադրույքը:

Չնայած մաքսադրույքի և բաժնեչափի ունեցած ներգործության միջև տարբերությունը շատ աննշան է, այնուամենայնիվ, տնտեսագետների զգալի մասը գերադասում է մաքսադրույքն այն պարզ պատճառով, որ վերջինս նպաստում է պետության եկամուտների ավելացմանը և առանձին ստվերային երևույթների կրճատմանը:

Միջազգային առևտրում գնագոյացման մակարդակի վրա մաքսադրույքների ներգործության հետ մեկտեղ ազդում են նաև արտաքին առևտրի իրականացման շրջանակներում կատարվող փոխադրածախսերը: Դա առավել ցայտուն արտահայտվում է մեծածավալ և շուտ փչացող ապրանքների փոխադրման ժամանակ կատարվող փոխադրածախսերում, երբ կարևորվում է այդ ապրանքների որակական հատկանիշների պահպանումը:

Այսպիսով, մաքսադրույքի կիրառման նշանակությունն այն է, որ նախ՝ խթանում է արտադրությունը, երկրորդ՝ ստիպում է կրճատել և նվազագույնի հասցնել մաքսադրույքներ ունեցող ապրանքների ձեռք բերումը, երրորդ՝ մեծացնում է պետական եկամուտները:

8.4. ԳՆԱԳՈՅԱՑՈՒՄՆ ԱՐԺՈՒՅԹԻ ՇՈՒԿԱՅՈՒՄ: ԱՐԺՈՒՅԹԻ ԿՈՒՐՍԻ ՎՐԱ ԱՋՂՈՂ ԳՈՐԾՈՆՆԵՐԸ

Ինչպես արդեն նշեցինք, միջազգային առևտրի շրջանակների ընդլայնումն առանձին երկրներին հնարավորություն է ընձեռում բարձրացնել մասնագիտական մակարդակը, հատկապես այն բնագավառներում, որտեղ նրանք ունեն համեմատական առավելություն՝ արտահանելով այնպիսի ապրանքներ, որոնց արտադրու-

թյունը այդ երկրում համեմատաբար արդյունավետ է և ներմուծել այնպիսի ապրանքներ, որոնց արտադրությունը համեմատաբար անարդյունավետ է:

Իսկ ի՞նչ սկզբունքով է իրականացվում միջազգային առևտրը: Ապրանքները միջազգային առևտրում իրացվում են փողի միջոցով, այսինքն՝ դոլարով, իենով, ֆրանկով, ֆունտով կամ այլ արժույթով: Միջազգային առևտրում գնագոյացման հարցերը քննելիս պահանջվում է միջազգային առևտրի շրջանակներում հետազոտել նաև արտադրության փոխարժեքները, փոխարժեքային համակարգերը և դրանք զուգակցել գնագոյացման կազմակերպման հիմնախնդիրների հետ:

Արտադրության փոխարժեք կամ արտադրության փոխանակային կուրսեր ասելով պետք է հասկանալ միջազգային առևտրում երկու երկրներից մեկի արժույթի գինը՝ արտահայտած մյուս երկրի արժույթի գնով:

Միջազգային առևտրում գործում են արժույթի անվանական և իրական փոխանակային կուրսեր:

Անվանական փոխանակային կուրսը երկու երկրներից մեկի արժույթի հարաբերական գինն է՝ արտահայտված մյուսով⁸⁶: Եթե Հայաստանում մեկ դրամը փոխանակվում է 0,002 դոլարով, ապա դոլարի փոխանակային կուրսը կկազմի 500 դրամ: Փոխանակային այդ կուրսի համաձայն կատարվում են հազարավոր գործարքներ, որոնց ելակետային հիմքը անվանական փոխանակային կուրսն է:

Իրական փոխանակային կուրսը երկու երկրներում արտադրվող նույն ապրանքի հարաբերական գինն է, որի համար այն հաճախ անվանում ենք առևտրի պայման⁸⁷: Եթե հայտնի է ապրանքի գինը երկու երկրներում, այսինքն՝ անվանական փոխանակային կուրսերը, ապա դրանց հարաբերությամբ որոշում ենք իրական փոխանակային կուրսը:

Այսպես, օրինակ, բրիտանական ֆունտ ստեռլինգի գինը, դոլարով արտահայտված, կազմում է 1,8 դոլար: Դա նշանակում է, որ միջազգային շուկայում Մեծ Բրիտանիան, եթե ցանկանում է ամերիկյան ապրանք գնել, պետք է առաջնորդվի մեկ դոլարի գնով, որը կազմում է 0,56 ֆունտ ստեռլինգ (1:1,8):

⁸⁶ Դուշյան Դ. Բ., Մակրոէկոնոմիկա (ուսումնական ձեռնարկ), Երևան, 1996թ., էջ 74.

⁸⁷ Նույն տեղում

Նման սկզբունքով կարելի է որոշել նաև առանձին երկրների արժույթի և դոլարի փոխարժեքը:

Եթե իրական փոխանակային կուրսը բարձր է, ընդգծում է Մենքյուն, արտասահմանյան ապրանքները համեմատաբար էժան են, իսկ սեփական երկրում արտադրված ապրանքները՝ համեմատաբար թանկ: Եթե իրական փոխանակային կուրսը ցածր է, ապա արտասահմանյան ապրանքները համեմատաբար թանկ են, իսկ ներքին ապրանքները՝ համեմատաբար էժան⁸⁸:

1991թ. տվյալներով 1 դոլարի փոխարժեքը կազմում էր 54 ցենտ՝ գերմանական մարկի, 16 ցենտ՝ ֆրանսիական ֆրանկի, 87 ցենտ՝ կանադական դոլարի, 0,72 ցենտ՝ ճապոնական իենի դիմաց⁸⁹:

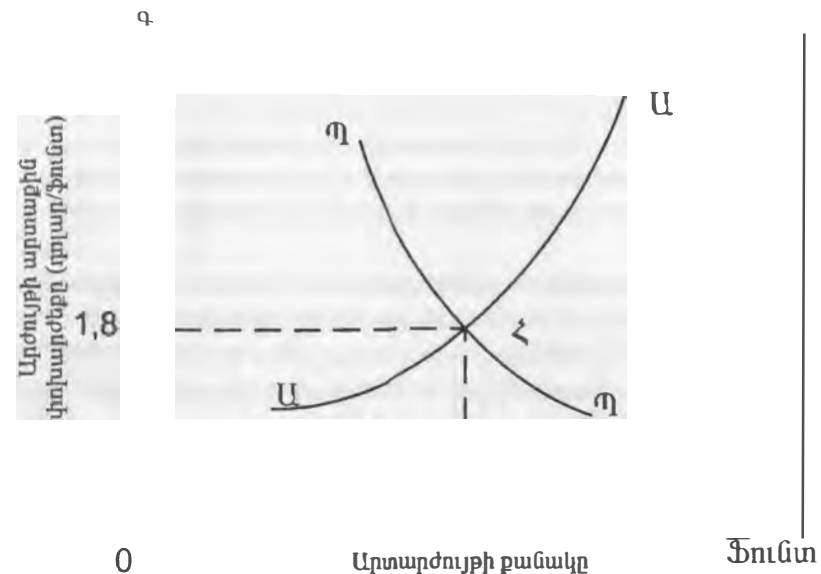
Փաստորեն, երբ հայտնի է արժույթի փոխարժեքը, այսինքն՝ միջազգային առևտրում յուրաքանչյուր երկրի արժույթի գինը, ապա ազատորեն կարելի է գնել այս կամ այն երկրի ապրանքը: Եթե ընդունենք, որ տղամարդու կոշիկի գինը կազմում է 100 դոլար, իսկ 1 դոլարի փոխարժեքը կազմում է 500 դրամ, ապա կոշիկը հնարավոր կլինի գնել 50 000 դրամով:

Արժույթի փոխարժեքի տնտեսագիտական բովանդակությունն առավել հստակ պատկերացնելու, միջազգային առևտրում երկու երկրների արժույթների գների փոփոխությունը հիմնավոր ձևով հասկանալու համար, անհրաժեշտ է հետազոտել արտարժույթի շուկան, այսինքն՝ ուսումնասիրել արտարժույթի փոխարժեքի գծով շուկայում կատարված տեղաշարժերը՝ կապված արժույթների պահանջարկի և առաջարկի փոփոխության հետ: Ո՞րն է արտարժույթի շուկան: Արտարժույթի շուկան այն վայրն է, որտեղ որոշվում են արտարժույթի փոխարժեքները, ազատորեն գնվում ու վաճառվում են տարբեր երկրների արժույթները: Արտարժույթի շուկայում դրանց փոխարժեքները որոշվում են պահանջարկի և առաջարկի օրենքներով:

Արտարժույթի առաջարկի և պահանջարկի հավասարակշռությունը բնութագրում է արժույթի միջազգային փոխարժեքը:

⁸⁸ Ն. Գրեգորի Մենքյու, Մակրոէկոնոմիկա, «Հայաստան», Երևան, 1997թ., էջ 167.

⁸⁹ Փ. Սամուելսոն, Ու. Նորդհաուս, Տնտեսագրություն, Երևան, Ապոլոն, 1995թ., էջ 458.



Գծապատկեր 8.4: Արտարժույթի պահանջարկի և առաջարկի դիմամիկան

Ինչպես նշեցինք, արժույթի կուրսը տվյալ արժույթի գինն է՝ արտահայտված այլ երկրի արժույթի միավորով:

Փորձը ցույց է տալիս, որ այն երկրներում, որոնց տեխնիկատնտեսական ցուցանիշները համեմատաբար բարձր են, բարձր է նաև ինչպես արժույթի կուրսը, այնպես էլ դրա նկատմամբ պահանջարկը: Դա նշանակում է, որ արժույթի կուրսի վրա ազդող գործոններից է ազգային և համաշխարհային տնտեսության փոխհարաբերակցությունը: Ըստ դրա՝ որոշվում է արժույթի նկատմամբ առաջարկի և պահանջարկի հարաբերակցությունը:

Արժույթի կուրսի վրա ազդող հաջորդ գործոնը գնողունակության մակարդակն է: Այս առումով գնողունակությունը ներկայացնում է այն ապրանքների ու ծառայությունների քանակությունը, որը կարող է ձեռք բերվել տվյալ արժույթի միավորով: Եթե ընդունենք, որ 1 դոլարը փոխանակվում է 3 մարկով, ապա նշանակում է ԱՄՆ-ում 1 դոլարով կարելի է 3 անգամ ավելի ապրանք գնել, քան 1 մարկով՝ ԳՂՀ-ում:

Ժամանակակից պայմաններում արժույթի կուրսի վրա ազդող հիմնական գործոններից է նաև կապիտալի շարժը: Արժույթի շուկայում արժույթի առաջարկի և պահանջարկի հարաբերակցության վրա ազդում են նաև տոկոսադրույքները, քանի որ կապիտալը միշտ շարժվում է դեպի շահութաբեր ներդրումները և ներդրվում է հիմնականում այնտեղ, որտեղ բարձր են տոկոսադրույքները:

Արժույթի կուրսի վրա ազդում են նաև արտաքին առևտրի արդյունքները:

Այդ ազդեցությունն արտահայտվում է ինչպես ուղղակի, այնպես էլ հակադարձ կապերի բարդ համակարգի միջոցով: Երբ արտարժույթի շուկայում, ասենք, ֆրանսիական ֆրանկի կուրսը բարձրանում է, ապա այն արգելակում է Ֆրանսիայից արտահանումը և խթանում՝ ներմուծումը, իսկ երբ ֆրանկի կուրսը իջնում է, տեղի է ունենում հակառակ երևույթը, այսինքն՝ խթանվում է արտահանումը և արգելակվում ներմուծումը: Նման կարգի փոփոխությունները ազդում են առևտրի և վճարային հաշվեկշռի բացասական կամ դրական սալդոյի ձևավորման վրա, հետևաբար՝ արտահանման և ներմուծման կառուցվածքային փոփոխության վրա:

Արժույթի կուրսի վրա որոշիչ ներգործություն ունի նաև միջազգային արժույթի շուկայում պահանջարկի և առաջարկի վրա ունեցած պետության ազդեցությունը:

Պետության կողմից արտարժույթի շուկայական կուրսի վրա ներգործությունը ուղղակիորեն կատարվում է շուկայում արտարժույթի քանակի ավելացման կամ պակասեցման միջոցով:

8.5. ՊԱՅՄԱՆԱԳՐԱՅԻՆ ԳՆԵՐԻ ՀԱՄԱԿԱՐԳԸ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԱՌԵՎՏՐՈՒՄ

Ապրանքների առքուվաճառքի տիպային պայմանագրային հիմնական պայմանների համակարգում առանձնահատուկ նշանակություն ունեն գները, որոնք հաշվարկվում են բազիսային պայմանների հիման վրա և որոշիչ դեր են կատարում վճարումների ապահովման գործում:

Միջազգային առևտրային պայմանագրերում տերմիններն ու այդ գործառնություններին համապատասխան կիրառվող գները,

որպես կանոն, վերջին տասնամյակում սահմանվում են ըստ տարբեր տարիների «Ինկոթերմսի» հրատարակությունների: 1980թ. հրատարակված «Ինկոթերմսի» տերմինները և դրանց համապատասխան գները, լրացումներով ու փոփոխություններով, ամբողջացվել են 1990թ. հրատարակված «Ինկոթերմսում»:

Միջազգային առևտրային պայմանագրերում գործում են գների հետևյալ տեսակները, որոնց մեկնաբարումը տրվում է ըստ «Ինկոթերմս» - 1990թ.⁹⁰:

Համաձայն գների ձևավորման կարգի, որպես կարևոր բազիսային պայման հաշվի է առնվում «ֆրանկո» տերմինը: «Ֆրանկո» իտալերեն բառ է (franco-ազատ), որի կիրառումը առքուվաճառքի կամ մատակարարման պայմանագրերում նշանակում է, որ վաճառողը կամ գնորդը ազատ են ապրանքի ապահովագրության և փոխադրման ծախսերից՝ մինչև պայմանագրում նշված կետը:

Արտաքին առևտրային գործարքներում, եթե նշանակման կետ հասնելու համար բեռը հատում է սահմանը, ապա ազատ է նաև ապրանքի մաքսային ստուգումից: Օրինակ՝ ֆրանկո-վազոն պայմանի դեպքում վաճառողը պարտավոր է վազոնը բեռնել իր հաշվին և իր ռիսկով, իսկ ֆրանկո գործարան (ex works) մատակարարման պայմանի դեպքում վաճառողը ապրանքը տրանսպորտային միջոցի վրա բեռնում է իր հաշվին, սակայն բոլոր հետագա ծախսերը կրում է գնորդը:

Այսպիսով, «ֆրանկո» տերմինը, ըստ մատակարարման պայմանի, իրականում ցույց է տալիս, թե ինչպես են բաշխվում տրանսպորտային ծախսերը արտադրողների (վաճառողների) և գնորդների (սպառողների) միջև:

Այժմ «Ինկոթերմսին» և ֆրանկո մատակարարման պայմաններին համապատասխան ներկայացնենք գների համակարգը և դրանց առանձնահատկությունները՝ ըստ ապրանքախմբերի, փոխադրման առանձին պայմանների, սահմանի, նավամատույց փոխադրման, տուրքերի վճարման և այլն:

Համաձայն «Ինկոթերմսի», գործում են պայմանագրային գների հետևյալ տեսակները.

1. Ֆրանկո-գործարան գին (Ex works) EXW:

⁹⁰ Guide to Incoterms – 1990. International chamber of commerce, publication N 461190.

Գնի այս ձևը կիրառվում է այն բոլոր դեպքերում, երբ ապրանքի վաճառքի պայմանը ընդունվում է արտահանող երկրում արտադրող գործարանը, որն առանձին դեպքերում անվանվում է նաև ֆրանկո վաճառողի պահեստ գին:

Համաձայն ֆրանկո գործարան կամ ֆրանկո վաճառողի պահեստ գնի՝ վաճառողի հիմնական պարտավորությունն է ըստ պայմանագրի օբյեկտի ապրանքը հանձնել գնորդի տնօրինությանն անմիջապես արտադրող գործարանի պահեստից՝ առանց բեռնման աշխատանքներին մասնակցելու, եթե պայմանագրում այլ բան չի նախատեսվում: Այդ պայմանը գործում է նաև արտասահմանցի գնորդի համար, որը ինքնուրույն է կարգավորում փոխադրումների հետ կապված բոլոր ծախսերի վճարումը՝ ընդհուպ արտահանման լիցենզիաների ձևակերպման հետ կապված ծախսերը:

Համաձայն այս պայմանի, ձևավորվում է ապրանքի նվազագույն գինը, որ անվանվում է ձեռնարկության մեծածախ գին և ներկայացնում է ապրանքի լրիվ ինքնարժեքի և շահույթի գումարը, իսկ ապրանքը առաքվում է բացթողնման գնով՝ ներառյալ պետական պարտավորությունները:

Այդ պայմանի համաձայն, գնորդը պատասխանատվություն է կրում ապրանքը ընդունման պահից մինչև նշանակման վայրը կատարած բոլոր ծախսերի համար, որոնք նախատեսված են պայմանագրում նշված ապրանքի փոխադրման նպատակով:

2. Պայմանագրային գնի հաջորդ տեսակը ֆրանկո ուղարկման կայարան գինն է (FCP), որի դեպքում վաճառողը պարտավորվում է պայմանագրով նախատեսված ապրանքը մատակարարել մինչև ուղարկման վայրը և վճարել մինչև նշանակման վայրը հասցնելու փոխադրավարձը: Վերջինս կարող է լինել երկաթուղային կայարանը, նավահանգիստը, օդանավակայանը, նավամատույցը և այլն:

Այս գնով վաճառողը պայմանագրով նախատեսված ապրանքը նշանակված կայարանում կամ մեկ այլ կետում սպառողին (գնորդին) հանձնելու հետ միասին ներկայացնում է նաև համապատասխան փաստաթղթերը: Ապրանքը սպառողին (գնորդին) հանձնելուց հետո ապրանքի կորստի կամ փչանալու ռիսկը վաճառողից անցնում է սպառողին (գնորդին) նշանակման կայարան բեռի հասցման պահից:

Որպես կանոն, երբ ապրանքը բեռնվում է վաճառողի տարածքում, բեռնման աշխատանքների հետ կապված ծախսերը հոգում է

վաճառողը, իսկ ստացված ապրանքի բեռնաթափման ծախսերը փոխհատուցում է սպառողը: Այն դեպքում, երբ վաճառողը, ըստ պայմանագրում նշված պայմանի, ուղարկման կայարանում բեռը հանձնում է ոչ թե անմիջական գնորդին, այլ փոխադրողին, այսինքն՝ այն անձին, որը, ըստ փոխադրման պայմանագրի, իրականացնում է ապրանքի փոխադրումը գնորդի հետ կնքված պայմանագրի համաձայն, այդ պահից սկսած, փոխադրման պատասխանատվությունը սկսում է կրել փոխադրողը:

Իրականում, փոխադրող անձը, գնորդի հետ կնքված պայմանագրի համաձայն, իր վրա պարտավորություն է վերցնում ապահովելու բեռների փոխադրումը այն ընդունելու պահից: Որպես փոխադրող կարող է հանդես գալ նաև, այսպես կոչված, առաքիչ ձեռնարկությունը, որը կրում է փոխադրումների ամբողջ պատասխանատվությունը:

3. Պայմանագրային գնի երրորդ տեսակը ֆրանկո նշանակման նավամատույց գինն է (FAS): Այս պայմանի համաձայն, վաճառողը պարտավոր է պայմանագրում նշված ապրանքը իր հաշվին հասցնել մինչև նշանակման նավամատույց և փոխհատուցել բեռի փոխադրման հետ կապված բոլոր ծախսերը՝ ըստ պայմանագրում նշված ժամկետի:

Ապրանքը նավամատույց հասցնելու պահից սկսած, բոլոր ծախսերը, ինչպես նաև ապրանքի կորստի և փչանալու ռիսկը ամբողջությամբ փոխանցվում են գնորդին: Այն դեպքում, երբ փոխադրման ենթակա բեռը ամբողջությամբ չի ապահովվում բեռնատար ավտոմեքենայի, առագաստանավի կամ երկաթուղային վագոնի տարողության օգտագործումը, վաճառողը փոխադրման գործընթացի իրականացման նպատակով պարտավոր է փնտրել ավելի հարմար վայր, որտեղից կարելի է ուղարկել, այսինքն՝ ապահովել համապատասխանություն փոխադրման բեռի քանակության և փոխադրամիջոցների տարողության միջև:

Այս պայմանի առկայության դեպքում գնորդը (սպառողը) պարտավոր է ժամանակին վաճառողին հայտնել այն բոլոր լրացուցիչ ծախսերի մասին, որոնք անհրաժեշտ են մինչև նշանակման կառամատույց, նավահանգիստ կամ օդանավակայան ապրանքի փոխադրման նպատակով:

4. Պայմանագրային գների հաջորդ տեսակը ֆրանկո բեռնման նավահանգիստ գինն է (FOB): Այս պայմանի համաձայն, վաճա-

ռողը պարտավոր է պայմանագրով նախատեսված ապրանքը հասցնել կառավարության և ապահովել բեռնումը նավահանգստում գնորդին պատկանող նավի վրա՝ նրան հանձնելով նավաբեռնագրի բոլոր փաստաթղթերը:

Եթե բեռնման ժամանակ պարզվի, որ տարաները վնասված են, կամ բեռը տեղակայված է օգտագործված տարաներում, կամ փոխադրողին հայտնի չէ բեռի բովանդակությունը, հիմնավոր քաշը, ապա այդ մասին փոխադրողը պարտավոր է նշումներ կատարել նավաբեռնագրում:

Նավաբեռնագիրը վերջնականապես կազմելուց և փոխադրողին հանձնելու պահից սկսած, ապրանքի փչանալու կամ կորստի հետ կապված ամբողջ ռիսկի պատասխանատվությունն արդեն կրում է գնորդը կամ փոխադրողը:

Քանի որ առևտրական գործարքը կատարվում է FOB առևտրային արտահանման պայմանով, ուստի յուրաքանչյուր վաճառող պարտավոր է գնորդին կամ փոխադրողին տրամադրել արտահանման լիցենզիան, ինչպես նաև վճարել արտահանման հետ կապված հարկերը և մաքսային տուրքերը:

Սովորաբար այս պայմանի համաձայն, նավի վրա բեռի տեղափոխման ամբողջ աշխատանքային գործընթացը պարտավոր է իրականացնել նավի տերը, իսկ դրա հետ կապված բոլոր ծախսերը պարտավոր է հոգալ գնորդը՝ ըստ ներկայացված փաստաթղթերի: Այն դեպքում, երբ նավի վրա բեռնման գործընթացը և տեղադրումը կատարվում է վաճառողի կողմից, և նա իր վրա է վերցնում այդ նպատակով կատարած ծախսերը, ընտրված FOB բազիսային պայմանին ավելացվում է S տերմինը, որի պատճառով բազիսային պայմանը ստանում է նոր բովանդակություն և նշվում է FOB+S ձևով:

5. Հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ նավով փոխադրումը կատարվում է մինչև վերջնական նավահանգիստը, համաշխարհային պրակտիկայում գործում է նաև, այսպես կոչված, ֆրանկո նշանակման նավահանգիստ (CFR) պայմանին համապատասխանող գինը: Նման դեպքում վաճառողը իր վրա է վերցնում ոչ միայն մինչև նավամատույց կատարած բոլոր ծախսերը, այլև նավով փոխադրման ծախսերը, այսինքն՝ նավափոխադրավարձը: Այդ պատճառով բազիսային այս պայմանն անվանվում է արժեք+նավափոխադրավարձ (CFR-cost and Freight):

Փաստորեն, գնորդի կողմից վճարվող գինը կազմում է արժեքի և նավափոխադրավարձի հանրագումարը: Այս պարագայում նավահանգստում բեռնաթափման ծախսերը կատարում է գնորդը, բացառությամբ այն դեպքի, եթե նավահանգստում բեռնաթափումից հետո բեռը փոխադրվում է դարձյալ նավով: Այսինքն՝ նավով շարունակվող փոխադրման հետ կապված ծախսերը, մինչև վերջնական նավահանգիստը, դարձյալ կատարվում են վաճառողի հաշվին: Նման բազիսային պայմանի դեպքում պատահական փչացումների և կորստի կամ վնասվածքի ռիսկը վաճառողից անցնում է գնորդին՝ բեռը ամբողջությամբ վերջնական նավահանգիստ հասցնելու պահից:

6. Համաշխարհային պրակտիկայում, կապված բեռների փոխադրման առանձնահատկության հետ, բազիսային այս պայմանը (CFR) կարող է կիրառվել ոչ միայն ծովային, այլև օդային և ներքին ջրային փոխադրումների ժամանակ:

Այսպես, օդային փոխադրումների դեպքում կարող է կիրառվել FOA (FOB AIRPORT) պայմանը, այսինքն՝ ֆրանկո օդանավակայան գինը: Այս պայմանը կիրառվում է ապրանքները օդային տրանսպորտով փոխադրելու ժամանակ, այս գնով ապրանք առաքելիս կամ իրացնելիս, ապրանքի կորստի կամ փչանալու ռիսկը վաճառողից գնորդին անցնելիս, երբ ապրանքը մուտք է գործել առաքման օդանավակայան և հանձնվել օդային փոխադրողի տնօրինությանը:

Այս պայմանով (FOA) բեռները օդային փոխադրման հանձնելու համար, ըստ սահմանված կանոնների, վաճառողի պատասխանատվությունը կարող է դադարել այն ժամանակ, երբ բեռը հասցվում է վերջին օդանավակայանը: Այսինքն՝ FOA պայմանի դեպքում վաճառողի պարտավորությունները կարող են համարվել կատարված, երբ ապրանքը, ըստ պայմանագրի, մուտք է գործել գնորդի կողմից նշված օդանավակայան:

7. Համաշխարհային պրակտիկան ցույց է տալիս, որ հաճախ ապրանքների փոխադրումների ժամանակ տեղի են ունենում վթարային իրավիճակներ, որոնք պատճառ են դառնում բեռի փչացումների, առանձին դեպքերում նկատի են առնվում նաև բեռի կորուստները, որոնք, բնականաբար, ձեռնտու չեն գնորդին:

Նման իրավիճակը կարգավորելու նպատակով 1953թ. մտցվեց բազիսային պայման կամ, կարելի է ասել, գնի նոր տեսակ՝ CIF, որը

իրենցից ներկայացնում է արժեք, ապահովագրություն և փոխադրավարձ:

Այս պայմանի առանձնահատկությունն այն է, որ վաճառողը իր վրա է վերցնում ոչ միայն ապրանքի արժեքը և ամբողջ փոխադրավարձը, այլև պարտավորվում է փչացումների ու կորստի դիմաց ստանձնել ապահովագրական վճարները: Նշված պայմանի համաձայն, ապրանքի բեռնման ծախսերը պարտավոր է հատուցել գնորդը: Այդ նպատակով վաճառողը պարտավորվում է ծովային փոխադրումների ժամանակ լրացուցիչ ապահովել ապրանքի կորստի կամ փչանալու ռիսկի ապահովագրությունը, որի համար վաճառողը նախապես պայմանագիր է կնքում ապահովագրական ընկերության հետ: Դրա համար էլ վաճառողը նախապես գնորդին է հանձնում նաև ապահովագրության փաստաթուղթը՝ մյուս փաստաթղթի հետ միասին:

Այն դեպքում, երբ պայմանագրի պայմանին համապատասխան, նշանակման կայարանում կամ նավահանգստում բեռնաթափման աշխատանքները կատարում է վաճառողը, ապա բազիսային պայմանը ստանում է հետևյալ տեսքը՝ CIF-բեռնաթափում: Նման դեպքում ապրանքի փչացման, կորստի ռիսկը բեռնաթափումից հետո անցնում է գնորդին այն պահից, երբ բոլոր փաստաթղթերը հանձնվում են նավահանգստի ղեկավարությանը:

Բազիսային այս պայմանով, արտահանման ժամանակ վաճառողը պարտավոր է կատարել նաև մաքսային և հարկային վճարներ: Ի դեպ, այս պայմանը գործում է միայն ծովային և ներքին ջրային փոխադրումների իրականացման ժամանակ:

Այսպիսով, բազիսային այս պայմանի համաձայն, վաճառողն է վճարում փոխադրման հետ կապված բոլոր այն ծախսերը, որոնք առաջանում են մինչև նշանակման նավահանգիստը, ինչպես նաև նավահանգստում բեռնաթափման վճարը, եթե բեռնաթափումը կատարվել է վաճառողի կողմից: Հետևաբար, CIF-արժեք, փոխադրավարձ և ապահովագրություն գինը իրենցից ներկայացնում է CFR պայմանների գինն + ապահովագրության վճարի գումարը:

8. Ապրանքների առքուվաճառքի տիպային պայմանագրի կազմման ժամանակ հաճախ պայմանագրի կողմերի միջև համաձայնություն է կնքվում մինչև որոշակիորեն համաձայնեցված կամ նշանակման կետ ապրանքի փոխադրման վերաբերյալ: Դրան համա-

պատասխան, ըստ 1980թ. ընդունված «Ինկոթերմսի» պայմանի, սահմանվեց գնի նոր տեսակ՝ CIP:

Բավական է նշել, որ այս պայմանը կարելի է կիրառել ցանկացած տրասպորտի տեսակի համար, այդ թվում՝ երկաթուղային, ավտոմոբիլային, ծավային, օդային, գետային և այլն: Նշված պայմանի դեպքում բեռը փոխադրողը կարող է համարվել ավտոմոբիլային ձեռնարկությունը, երկաթուղու գործակալությունը, օդային ընկերությունը, ինչպես նաև տրասպորտային այս կամ առաքիչ ձեռնարկությունը, որն իր վրա փոխադրողի պարտավորություն է վերցնում:

Այս պայմանի համաձայն, վաճառողը պարտավոր է իր հաշվին վճարել մինչև համաձայնեցված կամ նշանակման կետը փոխադրման ծախսերը և ապրանքը փոխանցել փոխադրողին կամ տրանսպորտային առաքիչ ձեռնարկությանը: Այս պայմանի առանձնահատկությունն այն է, որ վաճառողը միաժամանակ պարտավոր է իր հաշվին ապահովագրել փոխադրման ժամանակ ապրանքի կորստի և փչանալու ռիսկը:

Քանի որ համաձայնեցված կետի նշման նախաձեռնությունը գնորդինն է, ուստի ապրանքի կորստի կամ փչանալու ռիսկը վաճառողից գնորդին է անցնում անմիջապես ապրանքն առաջին փոխադրողին հանձնելու պահից:

Այս պայմանի պահանջներին համապատասխան, վաճառողը, բացի փոխադրավճարից և ապահովագրական վճարից, պարտավոր է վճարել նաև արտահանման հետ կապված հարկերն ու տուրքերը՝ ըստ գործող օրենսդրության, եթե պայմանագրում այլ բան նախատեսված չէ:

9. Պայմանագրային գների առանձին տեսակ է համարվում նաև ֆրանկո սահման կամ մաքսային կետ գինը (DAF): Այս պայմանի համաձայն, վաճառողը պարտավոր է ապրանքը մատակարարել գնորդին պայմանագրում նշված ժամանակի և սահմանի այն վայրում, որը գտնվում է մինչև մյուս երկրի մաքսային սահմանը: Այս պայմանն օգտագործվում է հատկապես այն դեպքում, երբ ապրանքների փոխադրումը կատարվում է երկաթուղային և ավտոմոբիլային տրասպորտով:

Ընդհանուր առմամբ, սահման տերմինը կարող է կիրառվել ցանկացած արտահանող երկրի սահմանի նշման դեպքում: Այդ

պատճառով խիստ կարևոր է, որ տվյալ պայմանի համաձայն, ճիշտ որոշվի սահմանը և ճիշտ նշվի սահմանամերձ մաքսային կետը:

Այս պայմանի դեպքում վաճառողը պարտավոր է գնորդին հանձնել տրանսպորտային բոլոր փաստաթղթերը սահմանի վրա ապրանքը գնորդին հանձնելիս, ինչպես նաև վճարել բեռների փոխադրման և բեռնաթափման ծախսերը: Այս պայմանի առանձնահատկությունն այն է, որ վաճառողը իր վրա է վերցնում փոխադրման ռիսկը ապրանքի կորստի և փչացումների դեպքում:

Եթե սահմանից այն կողմ տրանսպորտային փոխադրումը դարձյալ շարունակվելու է, ապա գնորդը, ըստ այն պայմանի, սահմանի վրա և նշված վայրում ապրանքը ստանալու պահից ինքն է պատասխանատվություն կրում մաքսային բոլոր հաշվարկների, ինչպես նաև բեռնաթափման ծախսերի և իր հաշվին վճարելու համար: Դա նշանակում է, որ անմիջապես սահմանի վրա ապրանքը գնորդին հանձնելիս նրան է փոխանցվում նաև ապրանքի հետագա փոխադրման ժամանակ կորստի և փչացման ռիսկը:

10. Միջազգային առևտրում պայմանագրային գների հաջորդ տեսակ է նաև Ֆրանկո նշանակման նավահանգստից (EXS): Այս տերմինը առաջին անգամ ընդունվել է 1953թ. և վերանայվել 1990թ.: Այս պայմանը միաժամանակ կոչվում է DES (Delivered Ex Ship) և նշանակում է, որ մատակարարումը կատարվում է նավից:

Համաձայն այս պայմանի, վաճառողը պատասխանատվություն է կրում պայմանագրում նշված ապրանքների մատակարարման հետ կապված բոլոր ծախսերը կատարելու, որոնք անհրաժեշտ են մինչև նշանակման նավահանգիստ բեռը հասցնելու համար: Նավահանգստում ապրանքը մինչև առագաստանավի մոտ հասցնելու պահը վաճառողը վճարում է փոխադրման լրիվ արժեքը և կրում ապրանքը նշանակման նավահանգիստ հասցնելու կորստի և փչացման ռիսկը: Այն պահից, երբ ապրանքը փոխանցվում է գնորդին, գործող կանոնադրության համաձայն, ապրանքների կորստի և փչանալու ռիսկը փոխանցվում է գնորդին:

11. Պայմանագրային գների առանձին տեսակ է նաև, այսպես կոչված, Ֆրանկո համաձայնեցված նավահանգիստ՝ մաքսային տուրքի վճարումով, որը, ըստ նոր պայմանի (1990թ.), ստացել է DEQ (Delivered EX Quay) անվանումը: Այս պայմանի դեպքում վաճառողի պարտականությունները ավարտված են համարվում այն ժամանակ, երբ ապրանքը հասցված է համաձայնեցված նավահան-

գիստ՝ ընդհուպ նավամատույց, որը նշված է առքուվաճառքի պայմանագրում: Դա նշանակում է, որ փոխադրման բոլոր ծախսերը, ինչպես նաև ապրանքի կորստի և փչանալու ռիսկը մինչև նավահանգիստ կրում է վաճառողը:

Պայմանագրային գնի այս տեսակի համաձայն, վաճառողը պարտավոր է վճարել ոչ միայն փոխադրման հետ կապված բոլոր ծախսերը, այլև արտահանման մաքսային տուրքերի գումարը: Այսինքն՝ արտադրողը կամ վաճառողը պարտավոր են ոչ միայն իրենց վրա վերցնել փոխադրման հետ կապված բոլոր ծախսերը, այլև կատարել նաև մաքսային տուրքի վճարները, որի վերաբերյալ փաստաթղթում նշվում է մաքսատուրքի վճարման հավաստիության մասին:

Այն դեպքում, երբ պայմանագիրը կնքելիս կողմերը համաձայնվում են, որ վաճառողը փոխադրման հետ կապված բոլոր ծախսերից իրավունք ունի չվճարել ներմուծման ժամանակ ԱԱՀ գումարը, ապա դա պայմանագրում հատուկ նշվում է այսպես՝ Ֆրանկո նավահանգիստ մատակարարումը կատարվում է առանց ԱԱՀ-ի վճարման:

Ապրանքը նավահանգստում Ֆրանկո նավահանգիստ՝ տուրքի վճարումով գնի դեպքում վաճառողը բեռի հանձնման պահին պարտավոր է փոխադրման ծախսերի հետ կապված բոլոր փաստաթղթերի հետ միասին գնորդին հանձնել նաև մաքսային տուրքի վճարման փաստաթուղթը:

Այսպիսով, նշված պայմանի համաձայն, ծևակերպված բոլոր փաստաթղթերը՝ ներառյալ նաև մաքսային փաստաթուղթը, ստանալու պահից հետո գնորդը պատասխանատվություն է կրում ոչ միայն դրանից հետո փոխադրման ծախսերը վճարելու, այլև ապրանքների կորստի և զանազան պատճառներով ապրանքների փչացումների համար:

Այս պայմանը, ինչպես ցույց է տալիս պրակտիկան, կարող է կիրառվել միայն ծովային և ներքին ջրային փոխադրումների ժամանակ, երբ վաճառողն ի վիճակի է գնորդին հանձնել արտահանման լիցենզիան:

12. Այն դեպքում, երբ ապրանքը մատակարարվում է առանց տուրքի վճարման պայմանի, կիրառվում է Ֆրանկո նավահանգիստ գինը՝ առանց մաքսային տուրքի վճարման պայմանի DDU (Delivered Duty Unpaid), որը ընդունվել է 1990թ.:

Ըստ պայմանի, վաճառողը պայմանագրում նշված ապրանքը պարտավորվում է հասցնել ֆրանկո նշանակման նավահանգիստ՝ առանց մաքսային տուրքի վճարման: Դա նշանակում է, որ վաճառողը պարտավորվում է փոխհատուցել միայն ֆրանկո նշանակման նավահանգիստ ամբողջ բեռը հասցնելու հետ կապված բոլոր ծախսերը և պատասխանատվություն կրել ապրանքի կորստի, ինչպես նաև այլ պատճառներով ապրանքների փչացման համար՝ մինչև ապրանքը նշված ժամկետում գնորդին հանձնելու պահը: Իրականում, վաճառողը ոչ միայն չի վճարում մաքսային տուրքը, այլ նաև հարկերը և այլ պաշտոնական տուրքեր:

Սակայն նա պարտավոր է վճարել այն բոլոր լրացուցիչ ծախսերը, որոնք կարող են կատարվել պայմանագրում նշված մատակարարումների ժամկետների խախտման պատճառով:

13. Հաճախ մատակարարների անվտանգությունը ապահովելու նպատակով գնորդը ցանկանում է, որ ապրանքը հասցվի մինչև իր պահեստ, եթե, իհարկե, այդ մասին առկա է նախնական համաձայնություն վաճառողի հետ: Նման դեպքում գործողության մեջ է դրվում այսպես կոչված՝ ֆրանկո գնորդի պահեստ պայմանը DDP (Delivered Duty Paid), որը ընդունվել է 1967թ.:

Այս պայմանի համաձայն, վաճառողը պարտավոր է ապրանքը գնորդին հանձնել պայմանագրում նշված նշանակման վայրում՝ մաքսատուրքի վճարումով: Դա նշանակում է, որ վաճառողը պարտավոր է փոխհատուցել պայմանագրում նշված ապրանքի փոխադրման հետ կապված բոլոր ծախսերը, պարտավորություն կրել ապրանքի փոխադրման ռիսկի և այլ պատճառներով կորստի ու փչացումների, ինչպես նաև նշված ժամկետում պայմանագրային պարտավորությունները կատարելու համար:

Համաշխարհային պրակտիկայում, այս պայմանի համաձայն, որպես արտահանման նշանակման վայր ընդունված է գնորդի պահեստը: Դա ցույց է տալիս, որ վաճառողը պարտավորվում է մինչև գնորդի պահեստը փոխհատուցել բոլոր ծախսերը, այդ թվում նաև՝ մաքսային տուրքի վճարումը: Այսինքն՝ գնորդը պարտավոր է վճարել ապրանքի գինը, մաքսային տուրքը և այլ լրացուցիչ ծախսեր, եթե պայմանագրում նշված են:

14. Միջազգային առևտրային պրակտիկան ցույց է տալիս, որ ապրանքների առքուվաճառքի գործարքներին ու գործառնություններին մասնակցում են մի քանի փոխադրողներ: Դա պայմանավոր-

ված է նրանով, որ փոխադրման գործարքները կատարվում են տրանսպորտի խառը տեսակներով, մասնավորապես՝ ավտոմոբիլային, երկաթուղային, նավով կամ լաստանավով և այլն: Ուստի, դեռևս 1980թ. ընդունվել է ֆրանկո փոխադրող տերմինը և, դրան համապատասխան, FRC՝ ֆրանկո փոխադրող գինը:

Այս պայմանի դեպքում վաճառողը պարտավոր է ապրանքը փոխադրողին հասցնել մինչև փոխադրելու նշանակման վայրը: Նշանակման վայրում ապրանքը փոխադրողին հանձնելու պահից հետո ապրանքի կորստի և զանազան պատճառներով փչանալու ռիսկը վաճառողից անցնում է գնորդին:

Քանի որ, ըստ այս պայմանի, փոխադրումները հիմնականում կատարվում են տրանսպորտի տարբեր (խառը) տեսակներով, ուստի մատակարարումը սկզբնական փուլում կարող է համարվել կատարված, երբ վաճառողից ապրանքը հասցվում է փոխադրողի նշանակման վայրը և հանձնվում առաջին փոխադրողին:

Այն դեպքում, երբ վաճառողն իր վրա է վերցնում նշանակված կետում ապրանքի բեռնման հետ կապված ծախսերը, ապա ապրանքը առաջին փոխադրողին հանձնելուց առաջ բեռնման նպատակով կատարված ծախսերը հաշվարկվում են առանձին և ներառվում ապրանքի արժեքի մեջ:

Նման կարգը հաճախ վեճերի տեղիք է տալիս, որից խուսափելու համար վաճառողը և գնորդը կարող են նախապես պայմանավորվել, որ ապրանքի նախնական բեռնման պատասխանատվությունը կրելու է վաճառողը, իսկ բեռնաթափման ծախսերը՝ գնորդը կամ սպառողը:

Այսպիսով, ապրանքների առքուվաճառքի տիպային պայմանագրի կնքման ժամանակ վերը նշված բոլոր բազիսային պայմանները, որոնք ներառված են 1990թ. ընդունված «Ինկոթերմսում», ունեն բավական առանձնահատկություններ և հիմք են ծառայում պայմանագրային գների հաշվարկման համար:

Միջազգային առևտրում լայն կիրառություն են ստացել ՖՕԲ (FOB) և ՍԻՖ (SIF) պայմանները: ՖՕԲ գինը հաճախ կիրառվում է որպես ապրանքի արտահանման գին, իսկ ՍԻՖ գինը՝ որպես ներմուծման գին:

Ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ ապրանքի թե՛ արտահանման և թե՛ ներմուծման գնի մակարդակի վրա բավականին ներգործություն են ունենում մատակարարման այն պայմանները,

որոնց հիման վրա ձևավորվում են գները: Այդ պայմանների համաձայն ձևավորված գնի մակարդակից, անշուշտ, պարզ է դառնում, թե տվյալ գնի մեջ ներառված են արդյոք փոխադրման, ապահովագրության, պահեստավորման և այլ բնույթի ծախսեր:

Այս տեսանկյունից համառոտակի ներկայացնենք **Ֆրանկո գնորդի պահեստ մաքսատուրքի վճարումով DDP** գնի հաշվարկման կառուցակարգը՝ սկսած արտադրող ձեռնարկությունից:

Անշուշտ, յուրաքանչյուր ձեռնարկությունում արտադրված արտադրանքի գնի ձևավորման ելակետ է համարվում արտադրանքի ինքնարժեքը և սպասվելիք նպատակային շահույթը, որոնց հանրագումարով արտահայտվում է **Ֆրանկո գործարան** գինը (EXW):

Ֆրանկո ուղարկման կայարան գինը (FCR) հաշվարկելու համար պահանջվում է հանրագումարի բերել մինչև երկաթուղային կայարան ապրանքի փոխադրման ծախսերը, առաքիչի ծառայության արժեքը, ապահովագրման վճարների, ինչպես նաև երկաթգծի կայարանում վազոնը բեռնելու հետ կապված ծախսերը:

Եթե, ըստ վաճառողի և գնորդի միջև փոխհամաձայնության, ապրանքը պետք է հասցվի մինչև սահման, ուստի պահանջվում է հաշվի առնել կայարանից մինչև բեռը տեղ հասցնելու հետ կապված փոխադրման ընդհանուր ծախսերը, որոնք ավելացնելով **Ֆրանկո ուղարկման կայարան** (FCP) գնին, ստացվում է **Ֆրանկո մինչև սահման** (DAF) գինը:

Եթե սահմանից ապրանքը փոխադրվելու է մոտակա նավահանգիստը, ապա հաշվի են առնվում սահմանից մինչև նավահանգիստ բեռի փոխադրման ծախսերը, որը գումարելով DAF՝ **Ֆրանկո մինչև սահման** գնին, ստացվում է **Ֆրանկո նշանակման նավահանգիստ** գինը (FAS):

Նկատի ունենալով նավահանգստում կատարվող ծախսերի առանձնահատկությունը՝ կապված փոխաբեռնման, պահեստավորման, նավահանգստային զանազան վճարումների, կոմիսիոն ծախսերի և այլ լրացուցիչ ծախսերի հետ (կապի, հեռագրերի, հեռախոսի և այլն), ինչպես նաև արտահանման տուրքի վճարման հետ, ձևավորվում է, այսպես կոչված, **Ֆրանկո նավահանգիստ** գինը (FAS):

Նավահանգստում որոշակի աշխատանքներ են կատարվում փաստաթղթերի կազմման, բեռնման, նավաբեռնագրի ծախսերի կատարման, ինչպես նաև ծովային փոխադրավարձի հաշվարկման

նպատակով, որոնց հանրագումարով արտահայտվում է արժեքը և փոխադրվարձ գինը (CFR):

Այն դեպքում, երբ վաճառողը պարտավորվում է կատարել նաև ապահովագրական վճար, դա ավելացնելով արժեքին և փոխադրվարձ գնին, ստացվում է արժեքի փոխադրվարձի և ապահովագրության գինը՝ CIF:

Նավահանգստում կատարված լրացուցիչ ծախսերը, կապված փոխաբեռնման, ներմուծման տուրքի վճարման և փաստաթղթերի ձևակերպման հետ, ավելացնելով արժեքին, փոխադրվարձին և ապահովագրության (CIF) գնին, ձևավորվում է **Ֆրանկո նշանակման նավահանգիստ** (EXQ) գինը:

Այդ գնին ավելացնելով մինչև գնորդի գտնվելու վայրը կատարված փոխադրման բոլոր ծախսերը, ստանում ենք **Ֆրանկո գնորդի պահեստ՝ մաքսատուրքի վճարումով** գինը (DDP):

Համաշխարհային փորձը ցույց է տալիս, որ արտահանման ապրանքների առքուվաճառքի, գործարքների և գործառնությունների շահութաբերության հաշվարկման նպատակով հաշվի են առնվում նաև մատակարարման գործընթացի հետ կապված բոլոր լրացուցիչ ծախսերը, մասնավորապես՝ վաճառողների և ներկայացուցիչների կոմիսիոն վարձատրությունը, ֆինանսավորման, ապահովագրության, փաթեթավորման, ռիսկի չկանխատեսված տեսակների ծածկման, սերտիֆիկատների, լիցենզիաների և այլ փաստաթղթերի ձևակերպման առնչվող ծախսերը:

Միջազգային պրակտիկայում արտահանման և ներմուծման ապրանքների առուվաճառքի պայմանագրային գների սահմանման ժամանակ որոշիչ նշանակություն ունեն ապրանքի չափման միավորի, գնի բազայի, արժույթի ձևավորման եղանակի հիմնավոր գնահատումը, որոնք կարևոր նշանակություն ունեն վերջնական գնի ձևավորման գործում:

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

- Համաշխարհային տնտեսության ձևավորման պատմական նախադրյալները սկզբնավորվել են դեռևս XV-XVI դարերի աշխարհագրական հայտնագործությունների ժամանակ:

- Միջազգային առևտրի ընդլայնումը շահավետ է բոլոր պետությունների համար և պայմանավորված է առանձին երկրների արտադրության առանձնահատկություններով, արտադրության ծախսերի, այդ երկրներում պահանջմունքների բավարարման մակարդակների տարբերությամբ:
- Չնայած գնաճի ծախսային մեթոդի հիմնական դրույթները ժամանակին կիրառվել են նաև միջազգային առևտրի տեսական դրույթների հիմնավորման նպատակով:
- Միջազգային առևտրում մասնագիտացումն ու կոոպերացումը, որոնց հիմքում ընկած է համեմատական առավելության տեսությունը, դիտվում են իբրև կապիտալի ինտեգրման տնտեսական ու կազմակերպական կարևոր նախադրյալներ:
- Համեմատական առավելության տեսության համաձայն, յուրաքանչյուր երկիր պետք է մասնագիտանա այն ապրանքների արտադրության մեջ, որոնք կարող են արտադրվել ցածր հարաբերական արժեքով և մրցունակ են միջազգային առևտրում:
- Ապրանքների հոսքերը շարունակվում են այնքան ժամանակ, քանի դեռ տարբեր երկրներում արտադրանքի պահանջարկն ու առաջարկը չեն համապատասխանեցվել միմյանց:
- Ազատ առևտրի պայմաններում, պահանջարկի և առաջարկի օրենքներին համապատասխան, ապրանքների հոսքը մի տարածաշրջանից մյուսը շարունակվում է այնքան ժամանակ, քանի դեռ տեղական գները չեն հավասարվել համաշխարհային գների մակարդակին:
- Մաքսադրույքը, բարձրացնելով գները, միաժամանակ կրճատում է ներմուծվող ապրանքի քանակը և խթանում տեղական արտադրանքի արտադրությունը:
- Միջազգային առևտրի մասնակից երկրները ձգտում են արտահանել այնպիսի ապրանքներ, որոնց արտադրությունը իրենց երկրում համեմատաբար արդյունավետ է և ներմուծել այնպիսի ապրանքներ, որոնց արտադրությունը իրենց համար ձեռնտու չէ:
- Արտաարժույթի առաջարկի և պահանջարկի հավասարակշռությունը բնութագրում է արժույթի միջազգային փոխարժեքը:
- Արժույթի կուրսը տվյալ արժույթի գինն է՝ արտահայտված այլ երկրի արժույթի դրամական միավորով:
- Արժույթի կուրսի փոփոխության վրա ազդում են.

ա) արժույթի նկատմամբ պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցությունը,

բ) արժույթի գնողունակության մակարդակը:

Գնողունակությունը ներկայացնում է այն ապրանքների ու ծառայությունների քանակությունը, որը կարող է ձեռք բերվել տվյալ փողային միավորով:

• Արտաարժույթի փոխարժեքը ցույց է տալիս օտար երկրի արժույթի գինը տվյալ երկրի արժույթով:

• Համաշխարհային տնտեսության մեջ պայմանականորեն գոյություն են ունեցել փոխարժեքի հետևյալ հիմնական համակարգերը.

ա) ոսկու հիմնօրինակը (ստանդարտը),

բ) Բրեթն Վուդսի համակարգը,

գ) ազատ տատանվող փոխարժեքների համակարգը (լողացող կուրսի համակարգ),

դ) կարգավորվող տատանումներով փոխարժեքների խառը համակարգը:

• Միջազգային առևտրի հավասարակշռությունը վերահաստատվում է նոր հարաբերական գներով, որոնք առևտուրն ու միջազգային վարկավորումը հավասարակշռության մեջ են պահում՝ առանց ոսկու զուտ հոսքի:

ՀԱՐՑԵՐ, ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔՆԵՐ

1. Ինչո՞վ է պայմանավորված միջազգային առևտրում գնաճոյացման հիմնահարցերի ուսումնասիրությունը:
2. Որո՞նք են աշխատանքի միջազգային բաժանման նախադրյալները:
3. Ինչի՞ հանգեցրեցին արդյունաբերական հեղաշրջումները:
4. Ինչո՞ւ է միջազգային առևտրի ընդլայնումը շահավետ բոլոր պետությունների համար:
5. Ի՞նչ կազմակերպություններ են ստեղծվել արտաքին առևտրական հարաբերությունները կարգավորելու նպատակով և ե՞րբ:
6. Ու՞րե՞ր են միջազգային առևտրի տեսության դասական ներկայացուցիչները և որո՞նք են նրանց հիմնական դրույթները:
7. Ո՞րն է համեմատական առավելության տեսության էությունը:

8. Ինչպիսի՞ն է գնագոյացման կառուցակարգի կարգավորման գործընթացն ազատ առևտրում:

9. Ինչպիսի՞ տեսք ունի արտադրության հնարավորության սահմանը միջազգային առևտրի գործունեությունից առաջ, և ինչու՞ է B կետը դիտվում անարդյունավետ:

10. Ինչպիսի՞ն է գնագոյացման, մաքսադրույքների և բաժնեչափերի փոխկապվածությունը:

11. Ի՞նչ հետևանք է ունենում մաքսադրույքը գների վրա:

12. Ի՞նչ դեր են կատարում բաժնեչափերը և ինչպես են ազդում գների մակարդակի վրա:

13. Ո՞րն է մաքսադրույքի կիրառման նշանակությունը:

14. Ի՞նչ դեր են կատարում փոխադրածախսերը միջազգային առևտրում՝ գների մակարդակի փոփոխության հարցում:

15. Ո՞րն է արտարժույթի փոխարժեքի կամ արտարժույթի փոխանակային կուրսի էությունը:

16. Որո՞նք են անվանական և իրական փոխանակային կուրսերը:

17. Ի՞նչ գործոններ են ազդում արժույթի կուրսի վրա:

18. Որո՞նք են փոխարժեքի հիմնական համակարգերը:

19. Հիմնավորել, թե ինչու՞ ճապոնիան այսօր արտահանում է համակարգիչ և ոչ թե՝ պողպատ:

20. Բնութագրել գնագոյացման կառուցակարգի փոփոխությունը ազատ առևտրում:

21. Բնութագրել սննդամթերքի և հագուստի միջազգային շուկայական գների ձևավորման կառուցակարգը:

22. Լուսաբանել համեմատական առավելության տեսության պայմաններում Հայաստանի Հանրապետության հնարավորությունները առանձին արտադրանքների գծով:

23. Հաշվարկել Հայաստան ներմուծվող A տեսակի արտադրանքի տեղական գինը, եթե հայտնի են ներմուծվող ապրանքի արժեքը (300 դրամ) և մաքսադրույքը (10 տոկոս):

24. Որոշել մաքսադրույքի ձևով ստացվող հարկի գումարը, եթե հայտնի են հետևյալ տվյալները. կոշիկի ձեռք բերման գինը կազմում է 60 դոլար, և ներմուծվում է 1,0 մլն զույգ տղամարդու կոշիկ, իսկ մաքսադրույքը սահմանված է 10 տոկոս:

Որքա՞ն դրամով կարելի է գնել կոշիկը, եթե դրա գինը 100 դոլար է, իսկ 1 ԱՄՆ դոլարի փոխարժեքը կազմում է 500 դրամ:

8.1. Ըստ Ա. Սմիթի՝ տնտեսության համար անհրաժեշտ ապրանքները պետք է ներմուծել հատկապես այն երկրներից, որտեղ.

ա) ծախսերը բավականաչափ ցածր են,

բ) ծախսերը բավականաչափ մեծ են,

գ) ծախսերը գերազանցում են բոլոր երկրների ծախսերի մեծությամբ,

դ) չկա ոչ մի առավելություն:

8.2. Ըստ Ա. Սմիթի՝ տնտեսությունից պետք է արտահանել այն ապրանքները, որոնց.

ա) ծախսերն ավելի ցածր են արտահանողների մոտ,

բ) ծախսերն ավելի մեծ են արտահանողների մոտ,

գ) ծախսերն ավելի փոքր են ներմուծողների մոտ,

դ) ծախսերն անընդհատ աճում են:

8.3. Դ. Ռիկարդոն հիմնավորեց փոխշահավետ առևտրի հնարավորությունը նույնիսկ առանձին երկրի.

ա) բարցարձակ առավելությունների առկայության պայմաններում,

բ) բացարձակ առավելությունների բացակայության պայմաններում,

գ) համեմատական առավելությունների բացակայության պայմաններում,

դ) նշված բոլոր տարբերակները միասին:

8.4. Դ. Ռիկարդոյի կողմից ձևավորվեց համեմատական առավելությունների տեսությունը, որը ժամանակին.

ա) աշխատանքի միջազգային բաժանման միակ տեսությունն էր,

բ) տնտեսական աճի տեսությունն էր,

գ) փոխտնտեսության տեսական հիմքն էր,

դ) խոչընդոտեց միջազգային առևտրական հարաբերությունների զարգացմանը:

8.5. Համեմատական առավելության տեսության համաձայն, ցանկացած պետություն միջազգային առևտրի ոլորտում կարող է ընդգրկվել միայն այն դեպքում և պայմաններում, երբ նրա արտադրած ապրանքը.

- ա) մրցունակ չէ և ծախսերի բացարձակ առավելություններ չունի մյուս երկրների նկատմամբ,
- բ) մրցունակ է և ծախսերի բացարձակ առավելություններ չունի մյուս երկրների նկատմամբ,
- գ) մրցունակ է և ծախսերի բացարձակ առավելություններ ունի մյուս երկրների նկատմամբ,
- դ) մրցունակ չէ և ծախսերի բացարձակ առավելությունները մյուս երկրների նկատմամբ շատ փոքր են:

8.6. Ազատ առևտրի պայմաններում, պահանջարկի և առաջարկի օրենքներին համապատասխան, ապրանքների հոսքը մի տարածաշրջանից մյուսը շարունակվում է այնքան ժամանակ, քանի դեռ տեղական գները.

- ա) չեն հավասարվել համաշխարհային գներին,
- բ) չեն գերազանցել համաշխարհային գներին,
- գ) չեն հավասարվել առավելագույնին,
- դ) չեն հավասարվել 0-ի:

8.7. Մաքսադրույքը հարկի այն չափն է, որը միջազգային առևտրում գնահատվում է.

- ա) ապրանքների ներմուծումից,
- բ) ապրանքների արտադրության ժամանակ,
- գ) երկրի ներսում ապրանքների տեղափոխության ժամանակ,
- դ) այն ապրանքներից, որոնք չեն ներմուծվում:

8.8. Ներմուծված ապրանքների տեղական գները.

- ա) նվազում են մաքսադրույքների չափով,
- բ) ավելանում են մաքսադրույքների չափով,
- գ) չեն փոփոխվում, երբ մաքսադրույք են վճարում,
- դ) արգելվում է ավելացնել:

8.9. Միջազգային առևտրում, ունեցած տնտեսական նշանակության առումով, մաքսադրույքները լինում են.

- ա) միայն արգելակող,
- բ) միայն չարգելակող,
- գ) արգելակող և չարգելակող,
- դ) մշտական կայուն մեծություններ:

8.10. Առանձին ապրանքի ներմուծմանը խոչընդոտող արգելակող մաքսադրույքը տվյալ երկրում նույն ապրանքի գործող գնի և այդ ապրանքի համաշխարհային գնի տարբերությունից.

- ա) փոքր է,

բ) բարձր է, բայց շատ փոքր քանակով,

գ) շատ ավելի բարձր է,

դ) անչափ փոքր է:

8.11. Արգելակող մաքսադրույքից տվյալ ապրանքի առևտուրը.

ա) շարունակվում է,

բ) էլ ավելի է մեծանում,

գ) դադարում է,

դ) որոշակի վնասներ է կրում, բայց չի վերանում:

8.12. Առանձին ապրանքի ներմուծմանը չարգելակող մաքսադրույքը տվյալ երկրում նույն ապրանքի գործող գնի և այդ ապրանքի համաշխարհային գնի տարբերությունից.

ա) փոքր է,

բ) մեծ է,

գ) շատ մեծ է,

դ) փոքր է և դադարեցնում է առևտուրը:

8.13. Չարգելակող մաքսադրույքից տվյալ ապրանքի առևտուրը.

ա) դեռ շարունակվել չի կարող,

բ) էլ ավելի է ընդլայնվում,

գ) դադարում է,

դ) որոշակի վնասներ է կրում, բայց չի վերանում:

8.14. Մաքսադրույքը, բարձրացնելով գները, միաժամանակ.

ա) կրճատում է սպառվող ու ներմուծող ապրանքի քանակը,

բ) ավելացնում է սպառվող ու ներմուծվող ապրանքի քանակը,

գ) նվազեցնում է տեղական արտադրությունը,

դ) կրճատում է սպառվող ու ներմուծվող ապրանքի քանակը և ավելացնում տեղական արտադրությունը:

8.15. Բաժնեչափը ներմուծվող ապրանքների քանակի.

ա) ավելացումն է,

բ) կրճատումն է,

գ) սահմանափակում է,

դ) միայն ավելացումն է:

8.16. Մաքսադրույքի կիրառումը հնարավորություն է տալիս.

ա) խթանել արտադրությունը և մեծացնել պետական եկամուտները,

բ) կրճատել և նվազագույնի հասցնել մաքսադրույքներ ունեցող ապրանքների ձեռք բերումը,

գ) խթանել արտադրությունը, կրճատել և նվազագույնի հասցնել մաքսադրուքներ ունեցող ապրանքների ձեռք բերումը, ինչպես նաև մեծացնել պետական եկամուտները,

դ) խթանել արտադրությունը և նվազեցնել պետական եկամուտները:

8.17. Միջազգային առևտրի շրջանակների ընդլայնումը առանձին երկրների հնարավորություն է ընձեռում բարձրացնել մասնագիտական մակարդակը, հատկապես այն բնագավառներում, որտեղ.

ա) նրանք չունեն համեմատական առավելություն,

բ) նրանք ունեն համեմատական առավելություն,

գ) մեծ վնասներ են կրում,

դ) շատ մեծ ծախսեր են կատարում:

8.18. Միջազգային առևտրի շրջանակների ընդլայնումը առանձին երկրներին հնարավորություն է ընձեռում ներմուծել այնպիսի ապրանքներ, որոնց արտադրությունը.

ա) համեմատել հնարավոր չէ,

բ) շատ արդյունավետ է,

գ) համեմատաբար անարդյունավետ է,

դ) համեմատաբար ծախսերը փոքր են:

8.19. Միջազգային առևտրում գնագոյացման կազմակերպման գործընթացում գործում են արժույթի փոխանակային կուրսեր, որոնք կարող են լինել.

ա) անվանական և իրական,

բ) բացարձակ և հարաբերական,

գ) միջանկյալ և վերջնական,

դ) ամփոփ և մասնակի:

8.20. Եթե իրական փոխանակային կուրսը մեծ է կամ բարձր է, ապա դա նշանակում, որ.

ա) արտասահմանյան ապրանքները համեմատաբար էժան են, իսկ հայրենական ապրանքները՝ համեմատաբար թանկ,

բ) արտասահմանյան ապրանքները համեմատաբար թանկ են, իսկ հայրենականները՝ էժան,

գ) արտասահմանյան և հայրենական ապրանքների գները հավասար են,

դ) արտասահմանյան և հայրենական ապրանքների գները ցածր են:

8.21. Եթե իրական փոխանակային կուրսը ցածր է, ապա դա նշանակում է, որ.

ա) արտասահմանյան ապրանքները հայրենական նույն ապրանքների համեմատությամբ էժան են,

բ) արտասահմանյան ապրանքները հայրենական նույն ապրանքների համեմատությամբ թանկ են,

գ) արտասահմանյան և հայրենական ապրանքների գները հավասար են,

դ) երկու երկրների գները շատ ցածր են:

8.22. Արտարժույթի շուկան այն վայրն է, որտեղ որոշվում են.

ա) արտարժույթի փոխարժեքները,

բ) ապրանքների գները,

գ) ծառայությունների գները,

դ) ապրանքների տեղափոխման արժեքը:

8.23. Արտարժույթի շուկայում դրանց փոխարժեքները որոշվում են.

ա) պահանջարկի օրենքով,

բ) արժեքի օրենքով,

գ) առաջարկի օրենքով,

դ) պահանջարկի և առաջարկի օրենքով:

8.24. Արժույթի կուրսը տվյալ արժույթի գինն է, արտահայտված.

ա) այլ երկրի արժույթի միավորով,

բ) մի քանի երկրների արժույթներով միաժամանակ,

գ) թողարկած ապրանքների քանակով,

դ) մատուցված ծառայությունների արժեքով:

8.25. Նշված տարբերակներից որն է ազդում արժույթի կուրսի և դրա նկատմամբ եղած պահանջարկի վրա.

ա) երկրի տեխնիկատնտեսական ցուցանիշների բարձր մակարդակը,

բ) գնողունակության մակարդակն ու կապիտալի շարժը,

գ) արտաքին առևտրի արդյունքներն ու պետության ազդեցությունը,

դ) բոլոր տարբերակները միասին:

8.26. Պետության կողմից արտարժույթի շուկայական կուրսի վրա ներգործությունը ուղղակիորեն կատարվում է շուկայում արտարժույթի քանակի.

- ա) միայն ավելացման միջոցով,
բ) միայն պակասեցման միջոցով,
գ) ավելացման կամ պակասեցման միջոցով,
դ) միայն բաժնեչափեր սահմանելով:

ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՀԱՍԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

«միջազգային առևտուր»	«արտարժույթ»
«համեմատական	«արժույթի կուրս»
առավելության տեսություն»	
«ծախսերի	«ազգային արժույթ»
հարաբերակցություն»	
«առևտրի պայմաններ»	«արտարժույթի փոխարժեք»
«աշխատուժի պահանջ»	«ոսկու դրամական
	հիմնօրինակ»
«գների վերջնական	«մերկանտիլիզմ»
հարաբերություն»	
«գների սկզբնական	«միջազգային
հարաբերություն»	հաստատություններ»
«ազատ առևտուր»	«տնտեսական ինտեգրում»
	«միջազգային ֆինանսական
«մաքսադրույք»	գործարքներ»
«բաժնեչափ»	

ԹԵՄԱՏԵՐԻ ԵՎ ԽՆԴԻՐՆԵՐԻ ՊԱՏԱՍԽԱՆՆԵՐ

Գլուխ 1

1.1.դ, 1.2.բ, 1.3.ա, 1.4.ա, 1.5.բ, 1.6.ա, 1.7.դ, 1.8.ա,
1.9.ա, 1.10.գ, 1.11.ա, 1.12.բ, 1.13.դ, 1.14.բ, 1.15.գ,
1.16.ա, 1.17.1.բ, 1.17.2.բ, 1.18.ա, 1.19.բ, 1.20.ա, 1.21.բ,
1.22.գ, 1.23.դ, 1.24.բ, 1.25.բ, 1.26.բ, 1.27.ա, 1.28.ա,
1.29.գ, 1.30.դ, 1.31.ա, 1.32.բ, 1.33.դ, 1.34.ա, 1.35.ա,
1.36.ա, 1.37.ա, 1.38.դ, 1.39.ա, 1.40.ա, 1.41.ա, 1.42.բ,
1.43.գ, 1.44.բ, 1.45.բ, 1.46.ա, 1.47.բ, 1.48.ա, 1.49.բ,
1.50.բ, 1.51.բ, 1.52.բ, 1.53.ա, 1.54.բ, 1.55.ա, 1.56.բ,
1.57.բ, 1.58.բ, 1.59.ա, 1.60.ա, 1.61.ա, 1.62.ա, 1.63.գ,
1.64.ա, 1.65.դ, 1.66.ա, 1.67.բ, 1.68.գ, 1.69.ա, 1.70.ա,
1.71.բ, 1.72.ա, 1.73.ա, 1.74.ա, 1.75.ա, 1.76.ա:

Գլուխ 2

2.1.դ, 2.2.ա, 2.3.գ, 2.4.գ, 2.5.դ, 2.6.դ, 2.7.դ, 2.8.դ, 2.9.բ,
2.10.դ, 2.11.ա, 2.12.ա, 2.13.ա, 2.14.դ, 2.15.դ, 2.16.գ,
2.17.ա, 2.18.բ, 2.19.ա, 2.20.ա, 2.21.գ, 2.22.ա, 2.23.գ,
2.24.դ, 2.25.ա, 2.26.ա, 2.27.ա, 2.28.բ, 2.29.գ, 2.30.բ,
2.31.ա, 2.32.բ, 2.33.դ, 2.34.ա, 2.35.գ, 2.36.ա, 2.37.ա,
2.38.դ, 2.39.ա, 2.40.դ, 2.41.ա, 2.42.դ, 2.43.գ, 2.44.գ,
2.45.ա, 2.46.ա, 2.47.բ, 2.48.գ, 2.49.ա, 2.50.բ, 2.51.ա,
2.52.ա, 2.53.բ, 2.54.դ, 2.55.գ:

Գլուխ 3

3.1.դ, 3.2.ա, 3.3.բ, 3.4.դ, 3.5.բ, 3.6.դ, 3.7.գ, 3.8.բ, 3.9.գ,
3.10.ա, 3.11.գ, 3.12.ա, 3.13.բ, 3.14.դ, 3.15.բ, 3.16.գ,
3.17.բ, 3.18.բ, 3.19.դ, 3.20.դ, 3.21.դ, 3.22.դ, 3.23.դ,
3.24.ա, 3.25.ա, 3.26.ա, 3.27.ա, 3.28.բ, 3.29.գ, 3.30.ա,
3.31.դ, 3.32.գ, 3.33.ա, 3.34.դ, 3.35.ա, 3.36.բ, 3.37.բ,
3.38.ա, 3.39.ա, 3.40.դ, 3.41.բ, 3.42.ա, 3.43.ա, 3.44.դ,
3.45.ա, 3.46.ա, 3.47.դ, 3.48.ա, 3.49.գ, 3.50.ա, 3.51.բ,
3.52.դ, 3.53.ա, 3.54.ա, 3.55.ա, 3.56.ա:

Գլուխ 4

4.1.գ, 4.2.ա, 4.3.գ, 4.4.ա, 4.5.ա, 4.6.ա, 4.7.գ, 4.8.ա,
4.9.ա, 4.10.ա, 4.11.բ, 4.12.ա, 4.13.գ, 4.14.բ, 4.15.բ,
4.16.բ, 4.17.դ, 4.18.դ, 4.19.ա, 4.20.գ, 4.21.գ, 4.22.ա,
4.23.ա, 4.24.բ, 4.25.բ, 4.26.բ, 4.27.բ, 4.28.գ, 4.29.բ,
4.30.ա, 4.31.ա, 4.32.ա, 4.33.բ, 4.34.գ, 4.35.ա, 4.36.դ,
4.37.ա, 4.38.ա, 4.39.ա, 4.40.ա, 4.41.ա, 4.42.ա, 4.43.ա,
4.44.ա, 4.45.բ, 4.46.դ, 4.47.ա, 4.48.ա, 4.49.ա, 4.50.բ,
4.51.բ, 4.52.բ, 4.53.բ, 4.54.բ, 4.55.գ, 4.56.գ, 4.57.գ,
4.58.գ, 4.59.բ:

Գլուխ 5

5.1.դ, 5.2.դ, 5.3.բ, 5.4.ա, 5.5.ա, 5.6.ա, 5.7.ա, 5.8.բ,
5.9.գ, 5.10.գ, 5.11.գ, 5.12.բ, 5.13.ա, 5.14.դ, 5.15.բ, 5.16.բ,
5.17.ա, 5.18.բ, 5.19.ա, 5.20.բ, 5.21.բ, 5.22.բ, 5.23.ա,
5.24.ա, 5.25.ա, 5.25.1.ա, 5.26.բ, 5.27.ա, 5.28.դ, 5.29.դ,
5.30.դ, 5.31.ա, 5.32.դ, 5.33.դ, 5.34.բ, 5.35.դ, 5.36.գ,
5.37.ա, 5.38.բ, 5.39.բ, 5.40.դ, 5.41.բ, 5.42.գ, 5.43.գ,
5.44.ա, 5.45.գ, 5.46.բ, 5.47.բ, 5.48.բ, 5.49.դ, 5.50.գ,
5.51.բ, 5.52.բ, 5.53.բ, 5.54.ա, 5.55.ա, 5.56.բ, 5.57.գ,
5.58.գ, 5.59.ա, 5.60.գ, 5.61.բ, 5.62.բ, 5.63.բ, 5.64.բ,
5.65.ա, 5.66.բ, 5.67.ա, 5.68.դ, 5.69.ա, 5.70.ա, 5.71.դ,
5.72.դ, 5.73.ա, 5.74.ա, 5.75.ա, 5.76.բ, 5.77.բ, 5.78.բ,
5.79.բ, 5.80.ա, 5.81.գ, 5.82.գ, 5.83.գ, 5.84.բ, 5.85.ա,
5.86.բ, 5.87.ա, 5.88.ա, 5.89.գ, 5.90.ա, 5.91.գ, 5.92.ա,
5.93.բ, 5.94.դ, 5.95.դ, 5.96.ա, 5.97.ա, 5.98.ա, 5.99.գ,
5.100.բ, 5.101.դ, 5.102.բ, 5.103.գ, 5.104.ա, 5.105.ա,
5.106.ա, 5.107.գ, 5.108.բ, 5.109.բ, 5.110.ա, 5.111.ա,
5.112.դ, 5.113.ա, 5.114.գ, 5.115.դ, 5.116.դ, 5.117.ա,
5.118.ա, 5.119.ա, 5.120.բ, 5.121.ա, 5.122.բ, 5.123.բ,
5.124.գ, 5.125.բ, 5.126.ա, 5.127.դ, 5.128.ա, 5.129.բ,
5.130.բ, 5.131.ա, 5.132.ա, 5.133.ա, 5.134.ա, 5.135.բ,
5.136.ա, 5.137.ա, 5.138.դ, 5.139.դ, 5.140.բ, 5.141.դ,
5.142.դ, 5.143.ա, 5.144.դ, 5.145.ա, 5.146.դ, 5.147.գ,
5.148.ա, 5.149.ա, 5.150.բ, 5.151.ա, 5.152.ա, 5.153.գ,
5.154.ա, 5.155.ա, 5.156.դ, 5.157.ա, 5.158.գ, 5.159.դ,
5.160.դ, 5.161.ա, 5.162.ա, 5.163.ա, 5.164.գ, 5.165.ա,

5.166.ա, 5.167.գ, 5.168.գ, 5.169.գ, 5.170.ա, 5.171.բ,
5.172.ա, 5.173.բ, 5.174.բ, 5.175.ա, 5.176.ա, 5.177.դ,
5.178.ա, 5.179.ա, 5.180.բ,

Գլուխ 6

6.1.դ, 6.2.ա, 6.3.դ, 6.4.դ, 6.5.բ, 6.6.դ, 6.7.ա, 6.8.գ, 6.9.ա,
6.10.ա, 6.11.ա, 6.12.դ, 6.13.ա, 6.14.բ, 6.15.դ, 6.16.բ,
6.17.դ, 6.18.բ, 6.19.ա, 6.20.դ, 6.21.գ, 6.22.գ, 6.23.գ,
6.24.դ, 6.25.դ, 6.26.ա, 6.27.ա, 6.28.դ, 6.29.դ, 6.30.դ,
6.31.դ, 6.32.բ, 6.33.ա, 6.34.դ, 6.35.գ, 6.36.ա, 6.37.ա,
6.38.բ, 6.39.ա, 6.40.բ, 6.41.ա, 6.42.ա, 6.43.բ, 6.44.ա,
6.45.դ, 6.46.գ, 6.47.բ:

Գլուխ 7

7.1.դ, 7.2.դ, 7.3.ա, 7.4.բ, 7.5.բ, 7.6.ա, 7.7.գ, 7.8.բ, 7.9.գ,
7.10.գ, 7.11.ա, 7.12.գ, 7.13.դ, 7.14.բ, 7.15.ա, 7.16.ա,
7.17.բ, 7.18.բ, 7.19.ա, 7.20.դ, 7.21.դ, 7.22.գ, 7.23.բ,
7.24.բ, 7.25.ա, 7.26.ա, 7.27.ա, 7.28.դ, 7.29.դ, 7.30.ա,
7.31.բ, 7.32.բ, 7.33.ա, 7.34.ա, 7.35.ա, 7.36.բ:

Գլուխ 8

8.1.ա, 8.2.ա, 8.3.ա, 8.4.ա, 8.5.գ, 8.6.ա, 8.7.ա, 8.8.բ, 8.9.գ,
8.10.գ, 8.11.գ, 8.12.ա, 8.13.դ, 8.14.դ, 8.15.գ, 8.16.գ,
8.17.բ, 8.18.գ, 8.19.ա, 8.20.ա, 8.21.բ, 8.22.ա, 8.23.դ,
8.24.ա, 8.25.դ, 8.26.գ:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

ՀՀ օրենքներ, օրենսդրական ակտեր և կառավարության որոշումներ և այլ պաշտոնական աղբյուրներ

1. ՀՀ Սահմանադրություն, Երևան, Նաիրի, 1995.:
2. ՀՀ Սահմանադրության մեկնաբանություններ, Երևան Իրավունք հրատարակչություն, 2010թ.:
3. ՀՀ Գերագույն խորհրդի որոշումը «Ազատ շուկայական գների, սակագների և հաստատագրված գների մասին» 04.01.1992թ.:
4. ՀՀ Գերագույն խորհրդի որոշումը «Հայաստանի Հանրապետությունում սեփականաշնորհման հիմնունքների մասին» 13.02.1991թ.:
5. ՀՀ օրենքը «Պետական ձեռնարկությունների և անավարտ շինարարական օբյեկտների սեփականաշնորհման և ապապետականացման մասին» 27.08.1992թ., Երևան:
6. ՀՀ հարկային օրենքները, Երևան 2009թ. (փոփոխություններն ու լրացումները 2009թ. փետրվարի 6-ի դրությամբ):
7. ՀՀ կառավարությանն առընթեր պետական երակուտների կոմիտե «Հարկային տեղեկատու» ՓԲԸ, Հարկեր, տուրքեր և վճարներ, առաջին մաս, Երևան, 2010թ.:
8. Հռչակագիր Հայաստանի անկախության մասին 23.08.1990թ.:
9. ՀՀ օրենքը «Լներգետիկայի մասին» 19.06.1997թ. ՀՀ գործող օրենքների ժողովածու (1995-1999):
10. ՀՀ օրենքը «Պարտադիր սոցիալական ապահովագրության վճարների մասին» 26.12.1997թ., ՀՀ գործող օրենքների ժողովածու 1995-1999թթ.:
11. «Բնակչությանն իրացվող հացի, ալյուրի մանրածախ գների և հիմնական ծառայությունների սակագների փոփոխման մասին» ՀՀ կառավարության 31.03.1995թ. հմ. 165 որոշումը:
12. «Հարկային ապառքների կրճատման ուղղությամբ միջոցառումների մասին» ՀՀ վարչապետի 30.12.1997թ. հմ. 614 որոշումը, ՀՀ պաշտոնական տեղեկագիր հմ. 33.1997թ.:
13. «Էլեկտրական և ջերմային էներգիայի սակագների հաստատման և դրանց համար վճարման կարգի մասին» ՀՀ կառավարության 30.11.1994թ. հմ. 554 որոշումը:

14. «Թանկարժեք մետաղների և թանկարժեք իրերի հանձնման, գնման, բաց թողման և վաճառքի գները սահմանելու մասին» ՀՀ կառավարության 07.11.1998թ. հմ. 4 որոշումը, ՀՀ պաշտոնական տեղեկագիր հմ. 2, 1998թ.:
15. «Ծխախոտի արտադրանքի համար հաստատագրված վճարի հաշվարկի ձևը և դրա լրացման կարգը հաստատելու մասին» ՀՀ գերատեսչական նորմատիվ ակտերի տեղեկագիր հմ. 13, 04.09.2000թ.:
16. «2000-2001թ. ծնունդով ծամանակաշրջանի կենտրոնացված ջեռուցման սակագների մասին: ՀՀ գերատեսչական նորմատիվ ակտերի տեղեկագիր հմ. 16, 09.09.2000թ.:
17. «Էլեկտրաէներգետիկայի ոլորտի սակագների մասին» ՀՀ գերատեսչական նորմատիվ ակտերի տեղեկագիր հմ. 11, 27.07.2000թ.:
18. ՀՀ Լներգետիկայի հանձնաժողովի որոշումը «Էլեկտրական կայաններից առաքվող էլեկտրաէներգիայի սակագնի մասին» հմ. 3, 25.02.2000թ.:
19. ՀՀ օրենքը «2005, 2007, 2010թ. պետական բյուջեի մասին» ՀՀ պաշտոնական տեղեկագրերը:
20. Ազգային վիճակագրական տարեգիրք 2005, 2006, 2007, 2008, 2009 և 2010թթ.:
21. ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը հունվար-դեկտեմբեր 2005, 2006, 2007, 2008, 2009 և 2010թթ.: Ազգային վիճակագրական ծառայության հրատարակություն:
22. ՀՀ օրենքը «Տնտեսական մրցակցություն պաշտպանության մասին» ՀՀ պաշտոնական տեղեկագիր, հմ. 30:

Մենագրություններ, գրքեր և հոդվածներ (հայերեն, ռուսերեն և անգլերեն)

23. Ավետիսյան Ի. Ա., Տնտեսավարման ֆինանսավարկային համակարգը «Տնտեսագետ», Երևան, 1993թ.:
24. Ավետիսյան Վ., Գնագոյացման ապապետականացումը ԱՊՀ երկրներում «Մենք+» հմ. 21, 22, 23, 29, 31 Երևան, 1997թ.:
25. Արշակյան Ա. Հ., Արտադրության գործոնների օգտագործման կազմակերպումը և պլանավորումը շուկայական էկոնոմիկայում, Երևան 1997թ.:

26. Բաղդասարյան Գ. Վ., Տիգրանյան Ի. Տ., Հանքային ջրերի ինքնարժեքի իջեցման մի քանի հարցեր, ԵրԺՏ-ի 3-րդ գիտական նստաշրջանի զեկուցման թեզեր, Երևան, 1978թ.:
27. Բաղդասարյան Գ. Վ., Հայկական ԽՍՀ գինեգործության արդյունաբերությունում գնագոյացման կատարելագործման հարցերը, «Экономика и экономическая география», Ереван, 1979г.:
28. Բաղդասարյան Գ. Վ., Գնային քաղաքականությունը և դրա կատարելագործման անհրաժեշտությունը «Աջակցություն պետական կառավարմանը» հմ. 5 1998թ., հմ. 1, հմ. 3 1999թ.:
29. Բաղդասարյան Գ. Վ., «Շուկայի և պետության փոխհարաբերակցության հարցերը գիտական հոդվածների ժողովածու, Գավառ, 1997թ.:
30. Բաղդասարյան Գ. Վ., Գնագոյացումը շուկայական տնտեսությունում «Տնտեսագետ» Երևան, 1998թ.:
31. Բաղդասարյան Գ. Վ., Գնագոյացման տեսական հիմունքները «Տնտեսագետ», Երևան, 2000թ.:
32. Բաղդասարյան Գ. Վ., Գինը տնտեսական կատեգորիաների համակարգում «Էկոնոմիկա» հմ. 6, 2000թ.:
33. Բաղդասարյան Գ. Վ., Հավասարակշիռ գնի ձևավորման կառուցակարգը մրցակցային շուկայում «Рынок капитала в Армении» № 5, 6, Ереван 2001г.:
34. Բաղդասարյան Գ. Վ., Գնագոյացման և մրցակցության ռազմավարությունը անցումային շրջանում «Կառավարում» հմ. 2, Երևան, 2001թ.:
35. Բաղդասարյան Գ. Վ., Գնագոյացման կառուցակարգը կատարյալ մրցակցային շուկայական ձևաչափում «Ագրոգիտություն» հմ. 4, Երևան 2001թ.:
36. Բաղդասարյան Գ. Վ., Գնագոյացում շուկայական տարբեր մոդելների պայմաններում «Տեղեկատվական տեխնոլոգիաներ և կառավարում» հոդվածների ժողովածու, հմ. 4 «Նոյյան Տապան», Երևան, 2000թ.:
37. Բաղդասարյան Գ. Վ., Գնագոյացումը մենաշնորհային շուկայական մոդելում «Տեղեկատվական տեխնոլոգիաներ և կառավարում» հոդվածների ժողովածու, հմ. 4 «Նոյյան Տապան», Երևան 2000թ.:
38. Բաղդասարյան Գ. Վ., Գնագոյացման կառուցակարգը օլիգոպոլային շուկայական մոդելում «Տեղեկատվական տեխնոլոգիաներ և կառավարում», հմ. 4 «Նոյյան Տապան», Երևան, 2000թ.:
39. Բաղդասարյան Գ. Վ., Գնագոյացման պետական կարգավորման հիմնախնդիրները «Բանբեր Երևանի համալսարանի», հմ. 2, 2001թ.:
40. Բաղդասարյան Գ. Վ., Գնագոյացման հիմնական տեսությունները «Տեղեկատվական տեխնոլոգիաներ և կառավարում» հոդվածների ժողովածու, № 1 «Энциклопедия Армении», Ереван, 2001г.:
41. Բաղդասարյան Գ. Վ., Գների և իրացման ծախսերի կախվածության ռեգրեսիոն մոդելը «Տեղեկատվական տեխնոլոգիաներ և կառավարում» հոդվածների ժողովածու, № 2 «Энциклопедия Армении», Ереван, 2001г.:
42. Բաղդասարյան Գ. Վ., Գնագոյացումը միջազգային առևտրում «Տնտեսագետ», Երևան, 2004թ.:
43. Գևորգյան Մ. Ա., Տնտեսագիտության տեսություն, 1997թ.:
44. Գևորգյան Մ. Ա., Թամազյան Ա., Հայաստանի անցումային տնտեսությունը: ՀՀ ֆինանսների և էկոնոմիկայի նախարարության տնտեսագիտական հետազոտությունների ինստիտուտ, Երևան, 1997թ.:
45. Գևորգյան Մ. Ա., Մանասյան Հ., Պետության տնտեսական քաղաքականության հասկացության էությունն ու սկզբունքները «Էկոնոմիկա», հմ. 1-2, 1994թ.:
46. Գևորգյան Մ. Ա., ՀՀ մակրոտնտեսական կայունացման և տնտեսական աճի հիմնունքները «Էկոնոմիկա», հմ. 3-6, 1994թ.:
47. Գրեգորի Մենքյու, Մակրոէկոնոմիկա, «Հայաստան» Երևան, 1997թ.:
48. Գոռթնի Ջ. Դ., Ստրոուպ Ռ. Լ., Տնտեսագիտություն, ԵրԴԺՏԻ «Տնտեսագետ», Երևան, 1999թ.:
49. Դարբինյան Ա. Վ., Առևտրի համաշխարհային կազմակերպությանը անդամակցություն որպես համաշխարհային տնտեսությանը ինտեգրման կարևոր նախադրյալներ: «Էկոնոմիկա» հմ. 5, Երևան, 2000թ.:
50. Էվանս Ռ., Բերման Բ., Մարքետինգ, Երևան 1992թ.:

51. Էվինյան Շ. Դ., Գիտատեխնիկական առաջադիմության էկոնոմիկա «Տնտեսագետ» Երևան, 1995թ.:
52. Թորոսյան Թ. Շ., ՀՀ արտաքին տնտեսական կապերի զարգացման արդի միտումները: «Էկոնոմիկա», հմ. 1-3, 1996:
53. Խոջաբեկյան Վ. Ե., Աշխատանքային շուկայի ձևավորումը և զբաղվածության քաղաքականության հիմնահարցերը, «Էկոնոմիկա» հմ. 1-3, 1998թ.:
54. Կիրակոսյան Ա. Ս., Արդյունաբերական արտադրանքի մեծածախ գների պլանավորումը: Երևան «Երևանի համալսարան», 1969թ.:
55. Կիրակոսյան Գ. Ե., Խլղաթյան Ի. Ե., «Տնտեսագիտության ժամանակակից տեսությունները», «Տնտեսագետ» Երևան, 1995թ.:
56. Կիրակոսյան Գ. Ե., Ղուշյան Հ. Բ., Տիգրանյան Ի. Տ., Տնտեսագիտական բացատրական բառարան: Երևան 1999թ.:
57. Հարությունյան Ս., Արժեքի օրենքը և գնագոյացման արդի հարցերը «Հայաստան» 1976թ.:
58. Հովհաննիսյան Ա. Ս., Բաղդասարյան Գ. Վ., Պահանջարկը և առաջարկը, դրանց ճկունությունը, «Տնտեսագետ» Երևան 1999թ.:
59. Ղուշյան Հ. Բ., Շուկայական տնտեսության ժամանակակից հարցերը «Տնտեսագետ» Երևան 1995թ.:
60. Մարքս Կ., Կապիտալ հատ. 1. Հայպետհրատ 1954թ.:
61. Մակրոտնտեսական կառավարում, Երևան, «Տնտեսագետ» 2005թ., տ. գ. դ. պրոֆեսոր Հ. Բ. Ղուշյանի խմբագրությամբ:
62. Մարկոսյան Ա. Խ., Պետությունը և շուկան: Երևան 2000թ.:
63. Մարկոսյան Ա. Խ., Տնտեսագիտություն բոլորի համար «Տիգրան Մեծ» Երևան 2001թ.:
64. Մելքումյան Ս., Հակոբյան Վ., Ձեռնարկատիրության կարգավորումը, Երևան, ՅԱՄՈՆ, 2010թ.:
65. Մելքումյան Ս., Ձեռնարկատիրություն և ներդրումներ «Լույս» հրատ., Երևան 1998թ.:
66. Մենեջմենթ ՀՀ ԳԱԱ ակադեմիկոս Յու. Ս. Սուվարյանի խմբագրությամբ 2009թ.:
67. Ներսիսյան Կ. Ռ., Տնտեսագիտության տեսությունը որպես գիտություն և նրա զարգացման փուլերը Երևան ՀՀ ԳԱ 2000թ.:

68. Սամուելսոն Փ. Ա., Լոքոհաուս Ռ. Դ., Տնտեսագիտություն, «Ապոլոն» Երևան, 1995թ.:
69. Սուվարյան Յու. Ս., Ռազմավարության կառավարում «Տնտեսագետ» Երևան 1996թ.:
70. Սուվարյան Յու. Ս., Տնտեսության պետական կառավարման արդյունավետությունը, միտումները և աճի գերակայությունը, «Էկոնոմիկա» հմ. 4, 2000թ.:
71. Սահակյան Շ., Տիգրանյան Ի., Պայմանագրային հարաբերությունների կարգավորում, «Տնտեսագետ», Երևան, 1998թ.:
72. Տնտեսական վերափոխումներն անցումային շրջանում, Երևան «Պետական ծառայություն» 1999թ.:
73. Վարդանյան Գ. Ի., Գիտելիքահենք տնտեսություն, Երևան ՀՀ ԳԱԱ «Գիտություն» հրատ. 2008թ.:
74. Քալանթարյան Պ. Ա., Ձեռնարկության հաղորդակցման քաղաքականությունը (ուսումնական ձեռնարկ), «Տնտեսագետ», Երևան, 1999թ.:
75. Քալանթարյան Պ. Ա., Արտադրության կազմակերպում, ուսումնական ձեռնարկ, Երևան, «Տնտեսագետ», 2004թ.:
76. Քալանթարյան Պ. Ա., Գործարարության գործավարություն, ուսումնական ձեռնարկ, Երևան, «Տնտեսագետ», 2005թ.:
77. Քոթանյան Ս. Խ., Շուկայական էկոնոմիկա: ՀՀ ԳԱԱ «Գիտություն», Երևան, 1998թ.:
78. Абрютина М. С., Ценообразование в российской экономике. – М.: Дело и сервис, 2002.
79. Александров В. Т., Ценообразование в строительстве. Санкт-Петербург-Москва-Минск, 2001.
80. Аристотел, “Категории” М. Соцэкгиз, 1939г.
81. Баздникин А. С., Цены и Ценообразование 2-е изд. Москва ЮРАЙТ Высшее образование 2010г.
82. Герасименко В. В., Ценовая политика фирмы. – М.: Финстатинформ, 1995.
83. Герасименко В. В., Ценообразование учеб. пособ. М., 2008г.
84. Горина А. П., Ценообразование. Изд. Мордовского государственного университета 1996г.
85. Государство и цены: Общество и экономика, 2008г.
86. Грузилов В. П., Экономика предприятия и предпринимательства. М. “Софит” 1994

87. Кейнс Дж., Общая теория занятости, процента и денег. М. 1982.
88. Курс экономической теории под ред. Чеприна М. и Кисилева Е., Киров, 1995.
89. Концентрация производства: условия, факторы, политика/ Л. А. Валитова и др. под рук. А. Е. Шаститко. – М.: ТЕИС, 2001.
90. Котлер Ф., Основы маркетинга М. 1998
91. Котлер Ф., Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок. – М.: АСТ, 2000.
92. Липецкий А. В., Практикум оценочной деятельности, 2009.
93. Липецкий А. В., Практикум оценки (учебная пособия) 2008.
94. Липсиц И. В., Коммерческое ценообразование. – М.: Изд-во БЕК, 1997.
95. Международный маркетинг/ Под ред. Г. А. Васильева, Л. А. Ибрагимов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999.
96. Левитин Ф. М., Мировой рынок, конъюнктура, цены и маркетинг, 1993.
97. Маршал А., Принципы экономической науки, М. 1993
98. Макконелл К. Р., Брю С. Л., Экономика, М. 1992г.
99. Нурев Р. М., Курс микроэкономики. Норма- ИНФРА-М, М. 1999.
100. Нэгл Т., Холден Р., Стратегия и тактика ценообразования. – СПб.: Питер, 2001.
101. Новиков Е. Е., Регулирование цен – основание стабилизации экономики России, М. Финансы, 1994.
102. Носова С. С., Экономическая теория, М. 1999
103. Оганесян А. М., Багдасарян Г. В., Оптовые цены и рентабельность продукции винодельческой промышленности Арм. ССР, Ереван, 1977г.
104. Одинец В. П., Тарасевич В. М. и другие Рынок, спрос, цена, анализ, прогноз. СПб изд. СПб УЭФ 1993.
105. Одинец В. П., Тарасевич В. М. и другие Эластичность и ее использование в ценообразовании, анализ и прогнозирование спроса. Л. изд-во ПФЭЧ, 1990.
106. Рыночная экономика, М. СОМИНТЕХ, 1992.
107. Павлов В. С., Радикальная реформа ценообразования М. “Финансы и статистика” 1988.
108. Плановое ценообразование под ред. Лушлина С. И. М. “Высшая школа” 1986.
109. Смит А., Исследование о природе и причинах богатства народов М. 1962.
110. Самуэльсон, Нордгау С. У., Экономика М. 1992.
111. Сенчагов В. К., Реформ цен. Проблемы и реальность М. 1991.
112. Солодянкина Г. А., Совершенствование методов определения рыночных цен (бух. учет 2008, № 4.)
113. Слепов В. А. и гр., Финансы и цены. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 1999.
114. Тарасевич В. М., Ценовая политика предприятия. – СПб.: Питер, 2003.
115. Трушицин С., Особенности государственного регулирования цен во Франции “Вопросы экономики” № 6, 1991.
116. Уткин Э. А., Цены. Ценообразование. Ценовая политика. – М.: ЭКМОС, 1997.
117. Фишер С. и другие, Экономика М. 1993.
118. Хайман Д. Н., Современная микроэкономика: анализ и применение. Пер. с англ. финансы и статистика, 1992.
119. Хайне Л., Экономический образ мышления. Пер. с англ. М. “Новости” 1991.
120. Хикс Дж., Стоимость и капитал М. 1998.
121. Цены и ценообразование (теория цены под ред. В. Е. Есипова) Санкт-Петербург, 1999.
122. Цены и ценообразование (учебное пособие 5-е изд. под ред. В. Е. Есипова), Санкт-Петербург 2008.
123. Цацулин А. Н., Цены и ценообразование в системе маркетинга “ФИЛИНЪ” М. 1998.
124. Ценообразование. Под ред. Сомгинова И. К. изд. 2-е, “Финансист”, 1996.
125. Ценообразование/ Под ред. Г. А. Тактарова. – М.: Финансы и статистика, 2003.
126. Юткина Т. Ф., Налоги и налогообложение М. ИНФРА 1998.
127. World Development Report 1997 Oxford University Press for the N 4.
128. World Development Report 1997 Oxford University Press for the N 13.
129. Feuerstein S., Home B. Internationale Preisdifferenzierung und Wirtschaftsintegration – Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik. 2002, Bd. 222-1.
130. Grundbegriffe zur Ordnungstheorie und Politischen Ökonomik – Hrgb. von A. Schuller, H. B. Krusselberg. 2002.

Գ. Վ. ԲԱՂԴԱՍԱՐՅԱՆ, Ա. Գ. ԲԱՂԴԱՍԱՐՅԱՆ

ԳՆԱԳՈՅԱՑՈՒՄԸ ՇՈՒԿԱՅԱԿԱՆ ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ
ՊԱՅՄԱՆՆԵՐՈՒՄ

ՈՒՍՈՒՄՆԱԿԱՆ ՁԵՌՆԱՐԿ

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ
ЭКОНОМИКИ

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

PRICING UNDER THE CONDITIONS OF MARKET
ECONOMY

MANUAL

Համակարգչային ձևավորումը՝ *Ա.Սարգսյանի*

Պատվեր՝ 46: Զափս՝ 60x84 1/16:
21 հրատ. մամուլ, 24,5 տպ. պայմ. մամուլ:
Տպաքանակ՝ 400:

ԼՂՏ՝ Եսազետ» հրատարակ ություն

А