

ԳՆԱԳՈՅԱՑՄԱՆ ՄԱԿՐՈՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ԿԱՐԳԱՎՈՐՈՒՄ

1 Գնագոյացման պետական կարգավորում

Կարգավորվող շուկայական տեսության դրույթները հիմնավորվեցին Ջ. Քեյնսի կողմից: Քեյնսը հիմնավորեց, որ որքան էլ ազատ շուկայական մրցակցության պայմաններում գները կարգավորվում են ինքնակարգավորման շուկայական մեխանիզմի միջոցով, այնուամենայնիվ գների պետական կարգավորումը համարվում է օբյեկտիվ անհրաժեշտություն: Կարգավորվող շուկայական տնտեսության պայմաններում ձեռնարկության կողմից ազատ գնային գործընթացի կազմակերպումը առանձին դեպքերում պետության կողմից սահմանփակվում է հետևյալ հիմնական ուղղություններով.

- պետության կողմից հաստատագրված գնի սահմանման միջոցով,
- գների կարգավորման նպատակով պետության կողմից ձեռնարկությունների համար մշակված գնագոյացման պայմանների, ձևավորման տնտեսական հիմքերի, գների վերադիրների, շահութաբերության մակարդակի, պետական ձեռնարկությունների արտադրանքի գների սահմանման միջոցով,
- պետության կողմից սահմանափակումները կատարվում են նաև գնային խտրականության, ոչ որակյալ ապրանքների զովազդի կանխման միջոցով,
- Այնպիսի տնտեսական լծակների կիրառմամբ, որոնք կարգավորված գների միջոցով խթանում են տնտեսվարման շուկայական մեխանիզմի ձևավորման գործընթացը:

Գնագոյացման մակրոտնտեսական կարգավորման խնդիրը կարող է լուծվել ուղղակի և անուղղակի մեթոդներով:

Տնտեսվարող սուբյեկտների գործունեության վրա գների պետական կարգավորման վրա ուղղակի մեթոդի էությունը կայանում է նրանում, որ մշակվում են գների մակարդակի որոշման մեթոդական ցուցումներ, հրահանգներ, սահմանվում են գների հաշվարկման կարգը, կազմվում են համապատասխան օրենսդրական, իրավական ու նորմատիվային ակտեր, որոնք հիմք են ծառայում գների մակարդակի որոշման համար: Կարգավորվող շուկայական տնտեսության պայմաններում ուղղակի մեթոդով գների պետական կարգավորման գործընթացն իրակացվում է նաև անմիջականորեն պետության կողմից հաստատագրված գներ սահմանելու միջոցով: ԼՂՀ-ում հաստատագրված գներ են սահմանվել Էլեկտրաէներգիայի, գազի, տրանսպորտի, ջեռուցման, և այլնի նկատմամբ: Շատ երկրներում հաստատագրված գների տեսակարար կշիռը տատանվում է 10-15 տոկոսի սահմանները, իսկ ՀՀ-ում 0,01, մի փոքր տարբերությամբ ԼՂՀ-ում:

Գնագոյացման մակրոտնտեսական կարգավորման անուղղակի մեթոդի էությունը այն է, որ պետությունը արտադրողների նկատմամբ անուղղակի ներգործությունը իրականացնում է ֆինանսավարկային, հարկաբյուջետային, մաքսային, քաղաքականության, փոխադրումների սակագների, այլ տնտեսական լծակների միջոցով: Գների պետական կարգավորման անուղղակի մեթոդի պահանջներով պայմանավորված տնտեսական լծակների փոփոխությունները հատկապես կարևորվում են շուկայական տնտեսության ուղին նոր թևակոխած երկրների համար, որոնցում դեռևս վերջնականապես չեն ձևավորվել շուկայական կառույցները, իսկ տնտեսությունը օբյեկտիվ և սուբյեկտիվ պատճառներով շարունակում է գործել ճգնաժամային իրավիճակում:

2. Գների համակարգը

Ապրանքափոխանակության զարգացմանը զուգընթաց, կապված նոր ճյուղերի առաջացման, նոր արտադրատեսակների արտադրության կազմակերպման, սպասարկման ոլորտների ընդլայնման հետ, գործում են գների տարբեր տեսակներ, որոնք համատեղ կազմում են գների համակարգ: Չնայած շուկայական հարաբերությունների ոլորտում գործում են գների տարբեր տեսակներ, այնուամենայնիվ, դրանք միմյանց հետ սերտ փոխկապված են և դրանց որոշ մասը մյուսների համար ունի ելակետային նշանակություն: Եվ հենց դա է պատճառը, որ գների

առանձին տեսակների փոփոխությունը պատճառ է հանդիսանում մյուսների փոփոխության համար, իսկ վերջինս էլ իր հերթին պայմանավորված է հետևյալով.

- տնտեսության տարբեր ոլորտներ գործում են ծախսերի ձևավորման միասնական գործընթացում,
- բոլոր տնտեսվարող սուբյեկտները փոխկապված են զանազան բնույթի կոոպերացման կապերով,
- շուկայական բոլոր կառույցները փոխկապված են և լրացնում են միմյանց:

Գների համակարգը բաղկացած է հետևյալ գներից:

Ձեռնարկության շուկայական գինը - իրենից ներկայացնում է միավոր արտադրանքի վրա կատարված ծախսերի հանրագումարը և ստացված նորմատիվով հաշվարկված շահույթի գումարը:

Ձեռնարկության իրացման կամ բացթողման գինը - իրենից ներկայացնում է շուկայական գնի և անուղղակի հարկերի գումարը: Առանձին դեպքերում որպես բացառություն առևտրային միջնորդ կազմակերպություններին թույլատրվում է ապրանքը վաճառել ձեռնարկության շուկայական գներով այն դեպքում, երբ այդ ապրանքները հարկային օրենսդրությամբ ազատված են ԱԱՀ-ից և չեն հարկվում ակցիզով:

Ազատ շուկայական գները - զուտ մրցակցության պայմաններում ձևավորվում են շուկայում պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցությամբ: Ըստ շուկաների մրցակցության և պետության կողմից ներգործության և կարգավորման հատկանիշի տարբերում են գների հետևյալ տեսակները .

Ազատ շուկայական գինը ձևավորվում է շուկայի ինքնակարգավորման սկզբունքով՝ պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցությանը համապատասխան: Գների այս տեսակը հատկապես բնորոշ է կատարյալ մրցակցային շուկային, որովհետև այդ դեպքում առկա են մեծ թվով արտադրողներ և սպառողներ և որոնք արտադրում են համասեռ արտադրանք:

Պահանջարկի գինը ձևավորվում է սպառողների պահանջներին համապատասխան և բխում է գնագոյացման արժեքավորման մեթոդի պահանջներից:

Առաջարկի գինն առաջարկում է արտադրողը ելնելով միավոր արտադրանքի վրա կատարած հաստատուն և փոփոխուն ծախսերից,

ինչպես նաև նորմատիվային շահույթի մակարդակից և ներկայացնում է որպես ձեռնարկության շուկայական գին:

Արտադրության գինն այն շուկայական գինն է, որն առաջարկում է արտադրողը ելնելով միավոր արտադրանքի վրա կատարած ծախսերից, ինչպես նրա միջին շահույթի մակարդակից, որն ստացվում է ավանսավորած ամբողջ կապիտալի դիմաց:

Կարգավորվող գները սահմանվում են կառավարության կողմից, որոնք իրենց հերթին կարող են լինել երաշխավորված, լիմիտային, գրավային, պաշտպանական: Կարգավորվող գնի տեսակ է սահմանային գինը: Դա հաշվարկված գնի այն սահմանն է, որից բարձր ձեռնարկությունը չի կարող վաճառել իր արտադրանքը:

Հաստատագրված գները սահմանվում են որոշակի մակարդակով, որոնց փոփոխությունը տեղի կունենա միայն շուկայական այն սուբյեկտների կողմից, որոնք սահմանել են այդ գինը:

Ըստ գների մակարդակի մասին տեղեկատվության ստացման եղանակի տարբերում են գների հետևյալ տեսակները.

Հրատարկված շուկայական գինը նշվում է համապատասխան տեղեկատվությունում և կարող է դրսևորվել գնացուցակների տեսքով:

Անվանական շուկայական գինը որպես բազա է ծառայում վերադիրների հաշվառման համար: Դա նշանակում է, որ զեղչերն ու վերադիրները հաշվարկվում են ելնելով անվանական շուկայական գներից: Այն հաճախ անվանում են բազային գին, քանի որ օգտագործվում է նաև նմանատիպ արտադրանքների գների որոշման համար:

Հաշվարկային շուկայական գինը կիրառվում է պայմանագրով ոչ ստանդարտ սարքավորումների արտադրության դեպքում, որոնք թողարկվում են պատվերային սկզբունքով:

Ըստ շուկայի առանձին տեսակների, գները կարող են լինել աճուրդային, բորսային, գնանմուշների և տորգի գների տեսքով:

Աճուրդային ապրանքների շուկայում գները սահմանվում են աճուրդային կարգով: Աճուրդային գնի սահմանման առաձեռնահատկությունն այն է, որ որոշման գործընթացին մասնակցում են մեծ թվով սպառողներ և սահմանափակ թվով վաճառողներ: Ի տարբերություն բորսայի, աճուրդային վաճառքը իրականացվում է անմիջականորեն ապրանքների առկայության պայմաններում և քանի որ աճուրդային ապրանքը եզակի է ուստի և աճուրդային գինը գերազանցում է շուկա-

յական գնին: Այն մեծ չափով պայմանավորված է նաև վաճառողի վարպետությունից:

Բորսայական գնանմուշները արտահայտում են բորսայում միատիպ և միմյանց փոխարինող ապրանքներին առնչվող գործարքների դիմաց սահմանվող գնի մակարդակը: Ապրանքային բորսայում որպես կանոն վաճառվում են գյուղատնտեսական, ոչ պարենային ապրանքներ, անտառային հումք, գունավոր և թանկարժեք մետաղներ, մավթամթերք, հացահատիկ և այլն: Աճուրդային և բորսային գները հրատարկվում են հատուկ բյուլետեններում:

Առևտրային շուկայական գինը, որպես կանոն, ձևավորվում է հատուկ մասնագիտացված առևտրային կազմակերպություններում, որոնք կարող են պատվերով առաքել որոշակի քանակությամբ արտադրանք կամ ստանալ առաջադրանքներ՝ որոշակի աշխատանքներ կատարելու նպատակով:

Տորգի գինը իրենից ներկայացնում է առևտրի այդ հատուկ ձևին բնորոշ այն միջնորդավորված գինը, երբ մի քանի մրցակիցներ առաջարկում են պատվիրատուին իրենց նախագծերը՝ որոշակի աշխատանք կատարելու նպատակով, որոնցից պատվիրատուն ընտրում է առավել արդյունավետը: Առևտրի այդ ձևին բնորոշ է այն, որ այստեղ առկա է մի քանի վաճառող և մի գնորդ:

Ըստ ժամանակի գործոնի տարբերում են.

Հաստատում են համարվում այն շուկայական գները, որոնց գործողության ժամկետը չի որոշվում նախապես:

Սեզոնային շուկայական գները սահմանվում են ըստ ժամանակի որոշակի հատվածի՝ ելնելով ինչպես ապրանքների, այնպես էլ ժամանակի առանձնահատկություններից:

Աստիճանային գները իջեցվում են ըստ նախապես սահմանված սանդղակի և շուկայի տարողության փոփոխության համապատասխան:

Ըստ մատակարարման սկզբունքի, առաքման բնույթի և գտնվելու վայրի տարբերում են «ֆրանկո գործարան», «ֆրանկո ուղարկման կայարան» և «ֆրանկո նշանակման կայարան» շուկայական գները: Դա նշանակում է որ, ելնելով աշխարհագրական միջավայրի սկզբունքի պահանջարկից, արտադրողը առաջնորդվում է «ֆրանկո» շուկայական գնի սահմանման ռազմավարությամբ: Այդ առումով գնային ռազմավարության հիմնական առանձնահատկությունը այն է, որ պահանջվում է

պարզել թե փոխադրման ծախսերը ինչպես են վերագրվում արտադրանքին և ով է դրանք փոխհատուցելու՝ արտադրողը, թե սպառողը:

«Ֆրանկո գործարան» գնով ապրանքը իրացնելիս փոխադրման ծախսերը ամբողջությամբ պարտավոր է փոխհատուցել սպառող կազմակերպությունը:

«Ֆրանկո ուղարկման կայարան» շուկայական գնով ապրանքը իրացնելիս ելակետ է «Ֆրանկո գործարան» գինը, ինչպես նաև մինչև ուղարկման կայարան արտադրանքի փոխադրման, բեռնման և բեռնաթափման ծախսերը:

«Ֆրանկո նշանակման կայարան» շուկայական գնով ապրանքը իրացնելիս արտադրողը պարտավոր է վճարել այն բոլոր ծախսերը, որոնք անհրաժեշտ են ապրանքը մինչև սպառողի գտնվելու վայրը փոխադրման համար:

Միջազգային պրակտիկայում ապրանքների առաքման ժամանակ կիրառվում են fob և cif բազային պայմանները: Առաջինը նշանակում է, որ յուրաքանչյուր արտադրող իր առաքման պարտավորությունը կատարում է մինչև երկաթուղային կայարան կամ նավահանգիստ բեռնման վայրը և պարտավոր է վճարել բոլոր ծախսերը կապված փոխադրման և բեռնման հետ: Երկրորդ պայմանը նշանակում է, որ յուրաքանչյուր արտադրող պարտավոր է վճարել բոլոր այն ծախսերը, որոնք անհրաժեշտ են ապրանքները նշանակման վայր հասցնելու համար:

Գների մի առանձին տեսակ է համաշխարհային գինը, որով իրականացվում են ապրանքների արտահանման և ներմուծման գործառույթները: Համաշխարհային գինը միջազգային շուկայում ներկայացնում է արտադրության միջին համաշխարհային պայմանները կապված իրացման և սպառման հետ:

3. Գնագոյացման սկզբունքները և մեթոդները

Պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության և գնագոյացման միջև գոյություն ունեցող օրինաչափությունները, արժեզրկման հետևանքով բնակչության բարեկեցության փոփոխությունները պարզաբանելու և այլնի համար անհրաժեշտ է պարզել գնագոյացման օրինաչափությունների և գործառույթների պարզաբանման որոշակի սկզբունքներ ու մեթոդներ:

Չնայած շուկայական տնտեսության պայմաններում ոչ գնային գործոնների դերն ու նշանակությունը գնալով մեծանում է, այնուամենայնիվ, գնային քաղաքականությունը, նրա սկզբունքների և մեթոդների պահանջարկի գնահատումը որոշիչ դեր ու նշանակություն ունի արանքափողային հարաբերությունների կարգավորման, արտաքին ու ներքին շուկայում ապրանքաշրջանառության արդյունավետ ծավալման, տնտեսության ֆինանսական կայունացման, բնակչության կենսապայմանների բարելավման գործում:

Շուկայական տնտեսության պայմաններում գնագոյացման հիմնական սկզբունքներն են.

1. տնտեսական քաղաքականության և գնագոյացման քաղաքականության միասնական սկզբունքը,
2. տնային տնտեսությունների, ձեռնարկությունների և պետության շահերի զուգակցման սկզբունքը,
3. գնագոյացման, պահանջարկի և առաջարկի մրցակցության փոխկապվածության սկզբունքը,
4. գների նկատմամբ վերահսկողության սահմանման սկզբունք:

Գնագոյացման օգտագործվող մեթոդների համակարգում առաջնային նշանակություն ունի ծախսային մեթոդը, որի հիմնական պահանջն է հաշվարկել և գնահատել արտադրության և իրացման գործընթացներում կատարված ծախսումները: Հայտնի է, որ շուկայական տնտեսության պայմաններում արտադրանքի և ծառայությունների գները վերջնականապես ձևավորվում են շրջանառության ոլորտում ըստ առաջարկի և պահանջարկի օրենքների: Սակայն դրանց գների ձևավորման գործընթացը ամենից առաջ կապվում է արտադրության գործընթացում իրացված արտադրանքի և ծառայությունների գործընթացների կազմակերպման հետ: Ուստի գնագոյացման ծախսային մեթոդի համաձայն պահանջվում է ճշտել արտադրության կազմակերպման համար անհրաժեշտ ռեսուրսների արդյունահանման, փոխադրման հետ կապված ծախսերը: Փաստորեն ձեռնարկության կողմից շուկա հանվող արանքների և ստացված արդյունքների քանակությունը մի կողմից կախված է տնտեսական ռեսուրսների ձեռքբերման գնից և դրանց արդյունավետ օգտագործման մակարդակից, մյուս կողմից բուն արտադրության գործընթացում կատարված ծախսերից: Դրան ավելացնելով արտադրության գործընթացի շարունակությունը կազմող արտադ-

րանքի իրացման ծախսերը՝ հաշվարկում են արտադրության լրիվ ծախսերը: Գնագոյացման կազմակերպման ծախսային մեթոդի առաջին հիմնական պահանջն այն է, որ ձեռնարկության արտադրական գործունեության արդյունք համդիսացող ապրանքների կամ ծառայությունների իրացման շուկայում գները գերազանցեն արտադրանքի լրիվ ծախսերը:

Գնագոյացման կազմակերպման ձեռնարկության կողմից ծախսային մեթոդի հաջորդ պահանջն այն է, որ ձեռնարկության կողմից արտադրանքի իրացումից ստացվող հասույթը պետք է երաշխավորի ձեռնարկության բնականոն գործունեությունը:

Գնագոյացման նորմատիվային մեթոդի հիմնական պահանջն է առաջնորդվել հումքի, նյութերի, վառելիքի, էներգիայի, աշխատանքի վարձատրության գիտականորեն հիմնավորված ծախսային նորմատիվներով: Եթե վարչահրամայական տնտեսության պայմաններում արտադրության ծախսերը հաշվարկելիս կիրառվում էին վերադասի կողմից ծախսային լիմիտներն, նորմերն ու նորմատիվները, ապա շուկայական տնտեսության պայմաններում անհրաժեշտ նորմատիվները հաշվարկվում են ձեռնարկությունների կողմից, որոնք նախապես հիմնավորվում են գիտատեխնիկական առաջընթացի բնագավառում ձեռքբերված նվաճումներով:

Գնագոյացման մեթոդներից է նաև անվնասաբերության և նպատակային շահույթի ստացման մեթոդը, որի հիմնական պահանջն է ձեռնարկության ծախսերը, շահույթը և արտադրության ծավալը համակցել այնպես, որպեսզի հնարավոր լինի պարզել, թե որքան պետք է արտադրել և ինչ գնով վաճառել: Դա նշանակում է, որ ձեռնարկությունը պետք է սահմանի այնպիսի գին, որի դեպքում արտադրությունը լինի անվնասաբեր, ստացվի նպատակային շահույթ: Այսինքն սահմանված գինը պետք է փոխհատուցի ծախսերը և ապահովի շահույթի ստացում:

Գնագոյացման մեթոդների համակարգում լայն կիրառություն ունի մաթեմատիկական մեթոդները, որոնց կիրառությունը հնարավորություն է տալիս արտադրության ծախսերի և գնի մակարդակի վրա ազդող գործոնների համեմատության միջոցով ընտրել գնի առավել օպտիմալ մակարդակի որոշման առաջադիմական տարբերակ: Մաթեմատիկական մեթոդների կիրառման ուղղությունները բազմազան են, սակայն գնագոյացման հիմնախնդիրների ուսումնասիրության գործում

կարևոր նշանակություն ունի ռեգրեսիոն վերլուծության մեթոդը: Գնագոյացման բնագավառում ռեգրեսիոն մեթոդի կիրառման նպատակն է որոշել գների և արտադրանքների տեխնիկատնտեսական պարամետրերի ֆունկցիոնալ փոխկապվածությունը: Դա կարելի է արտահայտել հետևյալ կախվածությամբ.

$$P=f(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n)$$

Որտեղ p -գինն է

X_1, \dots, X_n -ը տեխնիկատնտեսական պարամետրերը:

Գնագոյացման մեթոդներից է ապրանքի գնի արժեքավորման մեթոդը, որի միջոցով որոշակի կապ է ստեղծվում արտադրողների և սպառողների պահանջունակության միջև, այսինքն այս մեթոդի խնդիրն է համակցել արտադրողների և սպառողների պահանջներն ու նպատակային խնդիրները: Գնի արժեքավորումը ենթադրում է սահմանել այնպիսի գին, որը կարողանա ձեռնարկության համար ապահովել շահույթ, իսկ սպառողների համար՝ խնայողությունների աճ: Գնի արժեքավորման գործընթացը պետք է դիտարկել թե՛ արտադրողի և թե՛ սպառողի տեսանկյունից: Եթե արտադրողի մոտեցումը գնի նկատմամբ վերջինիս անընդհատ բարձրացումն է, ապա սպառողինը՝ ապրանքի գնի օգտակարության համապատասխան գնի իջեցում: Իրականում սպառողների նման ձգտումը հանգեցնում է արտադրողների միջև մրցակցության, որի ընթացքում վերջիններս, ելնելով սպառողների ցանկությունից, ձգտում են գինը մոտեցնել սպառողների կողմից արժեքավորված գնին:

Սպառողների վերաբերմունքի հիման վրա գնի արժեքավորման ժամանակ անհրաժեշտ է հաշվի առնել նաև այնպիսի գործոններ, որոնցից առավել կարևորներն են՝ սպառողների պահանջի աստիճանը, փոխարինող ապրանքի առկայությունը, ապրանքի եզակիությունը, ծախսերի մակարդակը, պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցությունը, գնողունակության աստիճանը:

Անշուշտ, գնի արժեքավորումը կախված է այն բանից, թե յուրաքանչյուր գնորդ ինչպես է ընկալում այդ գործոնների նշանակությունը: Բնական է՝ որքան սպառողի զգայության աստիճանը բարձր լինի, որքան ապրանքի սպառողական հատկությունների ընկալման վերաբերյալ տվյալները հավաստի լինեն, այնքան նրա կողմից գնի արժեքավորումը՝ կապված ապրանքի օգտակարության հետ, ավելի կլինի:

4. Գնագոյացման վրա ազդող գործոնները և դրանց դասակարգումը

Գինը արտադրության գործոններով ձևավորված արժեք է և կրում է դրանց փոփոխության ազդեցությունը, սակայն գնի վրա ազդում են նաև բազմաթիվ այլ գործոններ, այդ թվում իրացման պայմանները, առաջարկի և պահանջարկի հարաբերակցության փոփոխությունը, բնակչության վճարունակության աստիճանը, երկրի տնտեսական իրավիճակը և այլն: Տնտեսական մեխանիզմի և արտադրության գործոնների զարգացումը մշտապես հանգեցնում է շուկայական գների փոփոխության: Այդ առումով, ազատ գնագոյացման, մրցակցության և ձեռնարկատիրական գործունեության պայմաններում, գների վրա ազդող գործոնների վերլուծությունն ունի բացառիկ կարևոր նշանակություն: Այդ կարևորությունը կայանում է նրանում, որ գների վրա ազդող գործոնների հետազոտության միջոցով պարզում ենք ոչ միայն շուկայական գնի փոփոխության աստիճանը, այլև՝ թե ինչ գործոնների ազդեցությամբ են գները շեղվում արժեքից, և ինչպիսի կապ գոյություն ունի գների փոփոխության և պետության վարած տնտեսական քաղաքականության միջև:

Գների վրա ազդող գործոնները կարելի է դասակարգել հետևյալ խմբերի.

- արժեզոյացնող կամ գնի մակարդակը պայմանավորող գործոններ,
- գինն արժեքից շեղող գործոններ,
- տնտեսական քաղաքականության հետ կապված գործոններ:

Գնի մակարդակը պայմանավորող գործոնները: Քանի որ ապրանքների արժեքը ձևավորվում է արտադրության բոլոր գործոնների դիմաց ստացվող եկամուտներով, ուստի դրանք էլ պետք է դիտել որպես գնի մակարդակը ձևավորող գործոններ: Հայտնի է, որ արտադրության գործոնների համակարգում առաջնային դերը պատկանում է մարդկային գործոնին: Արտադրության այդ կարևոր գործոնի օգտագործման դիմաց կատարվող ամբողջ վճարները մտնում են արտադրանքի գնի մեջ: Աշխատանքային ծախսումների մակարդակը գնի մեջ կախված է ոչ միայն աշխատողների բացարձակ թվաքանակից, այլև կրթական, մասնագիտական հմտությունից և ունակության աստիճանից: Եվ որքան բարձր լինեն նշված պարամետրերը, այնքան ապրանքի գինը կլինի բարձր:

Գնի մակարդակի վրա ազդող հաջորդ գործոնը, այսպես կոչված իրային կամ կապիտալային գործոնն է: Եթե աշխատանքի առարկաներին առնչվող ծախսերը համարվում են գնի ձևավորման ուղղակի ծախսեր, ապա աշխատանքի միջոցների ծախսերը գնի կազմում ներառվում են իբրև անուղղակի ծախսեր: Հետևապես արտադրության այդ գործոններով պայմանավորված գնի փոփոխությունը կախված է արտադրողական ուժերի զարգացման մակարդակով և՛ գիտության, և՛ տեխնիկայի զարգացման հետևանքով վերջիններիս զարգացման փոփոխությամբ: Գների մակարդակի վրա որոշ ազդեցություն են ունենում բնական պայմանները, բնական ռեսուրսների առկայությունը, բնական ռեսուրսների արդյունահանման կատարելագործումը: Գների մակարդակի վրա ազդում են նաև արտադրված արտադրանքի երկրի տարբեր շրջանների միջև բաշխման կազմակերպումը:

Գնի արժեքից շեղումը:

Գների մակարդակի վրա ազդող գործոնների երկրորդ խումբը ընդգրկում է գինն արժեքից շեղող գործոնները.

1. արտադրանքի սպառողական հատկանիշների փոփոխություն,
2. պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության փոփոխություն,
3. սոցիալական գործոններ:

Որպեսզի գները նպաստեն բարձր որակ ունեցող արտադրանքի թողարկմանը, պահանջվում է շուկայական գների միջոցով ապահովել յուրաքանչյուր արտադրանքի երկու կողմերի՝ արժեքի և սպառողական արժեքի միասնությունը: Դա նշանակում է, որ տարբեր որակ ունեցող ապրանքների գները պետք է համպատասխանեն դրանց հասարակական օգտակարությանը, քանի որ միայն շուկայում է՝ սպառողական արժեքը դրսևորվում փոխանակային արժեքի տեսքով: Գիշտ է արժեքը ձևավորվում է արտադրության և շրջանառության ոլորտում. սակայն դրա օգտակարության աստիճանը բացահայտվում և գնահատվում է միայն շուկայում, որտեղ ձևավորվում է փոխանակային արժեքը: Որքան բարձր է օգտակարությունը, այնքան գներն ավելի են շեղվում արժեքից: Արժեքից գնի շեղման պրոցեսը առավել հանգամանորեն ուսումնասիրել է Ա. Մարշալը: Նա ընդունելով սահմանային օգտակարության տեսության միակողմանիությունը, դրան միացրեց նաև սպառողական

շուկայում պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության փոփոխության գործոնը, որը նպաստում է գնի արժեքից շեղմանը:

Գինն արժեքից շեղող հաջորդ գործոնների խումբը ներառում է սոցիալական խնդիրները:

Նախ գինն օգտագործվում է համապատասխան նշանակություն ունեցող սոցիալական խնդիրների լուծման, սոցիալապես անպաշտպան խմբերի կարիքների բավարարման, առանձին քաղաքացիներին արտոնյալ պայմանների ապրանքների տրամադրման նպատակով: Որքան լայն են այս ուղղություններով պետության կողմից իրականացվող միջոցառումների շրջանակները, այնքան բնակչության որոշ խմբերի ապրելակերպը բարելավված է, իսկ մարդու իրավունքներն ավելի գնահատված և պաշտպանված:

Տնտեսական քաղաքականության հետ կապված գործոններ:

Պետության տնտեսական քաղաքականության կարևոր տարրերից են գների ռազմավարությունը, որի ճիշտ և ժամանակային իրականացումը որոշիչ դեր է կատարում երկրի սոցիալ-տնտեսական խնդիրների լուծման գործում:

Ինչպես տնտեսության կայունացման համար անհրաժեշտ ամեն մի գործունեություն, այնպես էլ գնագոյացման ռազմավարությունը սկսվում է որոշակի նպատակային խնդիրների որոշմամբ և ավարտվում այդ նպատակների իրականացման համար անհրաժեշտ մեխանիզմների մշակմամբ:

Խնդիրներից են 2003 թ. ԼՂՀ արդյունաբերական արտադրանքի կառուցվածքում ամենամեծ տեսակարար կշիռը զբաղեցնում էր վերամշակող արդյունաբերությունը՝ 66,4 տոկոս, այնուհետև էլեկտրաէներգետիկա, գազ և ջրամատակարարում ճյուղը՝ 23,8 տոկոս և հանքագործական արդյունաբերությունը՝ 9,8 տոկոս, իսկ 2004-ին համապատասխանաբար՝ 48,9, 16,2 և 34,9, և 2005 թ. 46,7, 17,3, 36 տոկոս տարում երկրի սոցիալ-տնտեսական խնդիրների լուծման գործում: