

MATERIAL MËSIMOR

Në mbështetje të mësuesve të drejtimit mësimor:

“EKONOMI - BIZNES”

Niveli I i AP
(Niveli II i KSHK)

NR. 8

Ky material mësimor i referohet:

➤ **Lëndës profesionale:** “Njohuri në Mikroekonomi”, kl.10 (L-17-067-18)

➤ **Temave mësimore:**

- Objekti i shkencës ekonomike. Faktorët e prodhimit, sistemet ekonomike dhe cikli ekonomik.
- Kërkesa, oferta, funksionimi i tregjeve dhe ekuilibri i tyre.
- Konsumatori në ekonominë e tregut.
- Prodhimi, kostot, të ardhurat dhe fitimi i ndërmarrjes.
- Strukturat e tregut dhe mekanizmat e rregullimit të tyre.
- Tregjet e faktorëve të prodhimit.

Përgatiti: Anila Bani
Ermira Mani
Florie Bega

Tiranë, 2019

Tema 1: Objekti i shkencës ekonomike. Faktorët e prodhimit, sistemet ekonomike dhe cikli ekonomik.

1.1 Çfarë studion ekonomia

Ekonomia është një shkencë shoqërore që merret me studimin e prodhimit, shpërndarjes dhe konsumit të të mirave dhe shërbimeve. Ajo studion se si shoqëria përdor burimet e pamjaftueshme për të prodhuar të mira dhe shërbime të cilat i shpërndan ndërmjet grupeve të ndryshme shoqërore për të plotësuar nevojat e tyre të pakufizuara.

Shkenca e ekonomisë ndahet në dy degë:

- **Mikroekonomia** e cila studion se si njësitë e vëanta ekonomike (familjet dhe firmat) i marrin vendimet dhe se si bashkëveprojnë ato në tregje specifike. Kjo degë merret me pjesë të vëanta të kërkesës dhe ofertës, si dhe me ndërthurjen e tyre.
- **Makroekonomia** studion dhe analizon sjelljen e ekonomisë si një e tërë nëpërmjet treguesve si papunësia, inflacioni, prodhimi i përgjithshëm, cikli i biznesit, bilanci i pagesave, kurset e këmbimit valutor etj.

Në shumicën e shoqërive, burimet shpërndahen jo nga një planifikues i vetëm qendror, por nëpërmjet veprimeve të përbashkëta të familjeve dhe firmave.

Është shumë e rëndësishme të theksojmë që burimet ekonomike, mundësitë që kemi për të realizuar dëshirët që kemi, janë të kufizuara. Në asnjë rrethanë nuk ka burime ekonomike të mjaftueshme, për të plotësuar të gjitha nevojat e shoqërisë për mallra dhe shërbime. Dëshirat për mallra dhe shërbime tejkalojnë kapacitetet e shoqërisë për t'i prodhuar ato. **Pamjaftueshmëria** është mospërputhja e dëshirave materiale, që janë relativisht të pakufizuara kundrejt burimeve ekonomike relativisht të kufizuara.

Ligji i rrallësisë tregon se mallrat dhe shërbimet janë të rrallë, të pamjaftueshëm, sepse të pamjaftueshëm janë edhe burimet për prodhimin e tyre sipas nevojave të njerëzve për konsum. Me ligjin e rrallësisë lidhet domosdoshmëria e zgjedhjes midis mallrave dhe shërbimeve që duhen prodhuar. Pra, zgjedhja është pasojë e mallrave dhe shërbimeve që duhen prodhuar. Pra, zgjedhja

është pasojë e rrallësisë. Për shkak të rrallësisë së burimeve gjithmonë na duhet të zgjedhim midis përdorimeve alternativave të tyre.

1.2 Faktorët e prodhimit

Faktorët e prodhimit janë të gjitha burimet ekonomike të domosdoshme për prodhimin e produkteve dhe shërbimeve në një shoqëri.

Faktorët e prodhimit klasifikohen në katër grupe kryesore:

Burimet natyrore (Toka) ku bëjnë pjesë jo vetëm toka si truall ndërtimi por edhe toka bujqësore së bashku me të gjitha burimet natyrore të saj si burimet e energjisë, rezerva minerale, naftë etj.

Burime njerëzore (Puna) në të cilën përfshihen aftësitë mendore dhe fizike të njerëzve për të prodhuar mallra dhe shërbime.

Kapitali i cili është prodhuar nga njëri dhe që përdoret për të prodhuar mallra dhe shërbime të tjera. Këtu përfshihen: ndërtesat, pajisjet, makineritë, vegla të ndryshme pune etj.

Aftësia sipërmarrëse (Sipërmarrja) i referohet talentit të vëantë që kanë disa njerëz për organizimin e burimeve të tjera ekonomike si puna, toka, kapitali në procesin e prodhimit të mallrave dhe shërbimeve për kërkimin e mundësive të reja për biznes si dhe për zhvillimin e metodave të reja të prodhimit duke marrë përsipër riskun.

Faktorët e prodhimit lidhen në procesin e prodhimit sipas parimeve të caktuara teknologjike. Teknologjia i referohet tërësisë së aftësive dhe njohurive shkencore që lidhen me përdorimin e inputeve (faktorëve të prodhimit) në procesin e prodhimit. Niveli i teknologjisë vjen në rritje nga koha në kohë. Teknologjia e avancuar rrit produktivitetin, domethënë sasinë e prodhimit për njësi të një inputi (Shpesh faktorëve të prodhimit do t'u referohemi si inpute të procesit të prodhimit).

1.2 Kostoja oportune dhe lakorja e mundësive të prodhimit

Pamjaftueshmëria e burimeve e shtyn ekonominë (individin, biznesin, qeverinë) drejt domosdoshmërisë së *zgjedhjes ekonomike*. Si rrjedhojë e “zgjedhjes”, shoqëria duhet të zhfrytëzojë në mënyrën më të mirë të mundshme burimet e pamjaftueshme.

Kostoja oportune është kostoja e një veprimtarie e matur në drejtim të heqjes dorë nga alternative më e mirë.

Termi “kosto oportune” i referohet alternativës më të mirë që është zgjedhur. Për shembull: nëse ju keni vetëm 200 lek për të blerë një top, 10 lapsa apo një libër dhe zgjedhja juaj është libri. Në këtë rast kostoja oportune e zgjedhjes suaj është alternativa më e mirë nga e cila keni hequr dorë (alternativë që ju do të kishit zgjedhur pas librit).

Karakteristikat e koston oportune:

- Matet me njësi fizike
- Është heqja dorë nga nga një sasi positive e një malli me qëllim marrjen e një sasie positive nga një mall tjetër.

Kufiri i mundësive të prodhimit (KMP) tregon të gjitha kombinimet e mundshme të dy mallrave që një vend mund të prodhojë për një periudhë kohe të dhënë nëse i përdor në mënyrë efëiciente të gjitha burimet e tij. Pra kufiri i mundësive të prodhimit (çdo pikë në lakoren e mundësive të prodhimit) tregon maksimumin që një vend mund të prodhojë nëse i shfrytëzon në mënyrë efëiciente të gjitha burimet që zotëron.

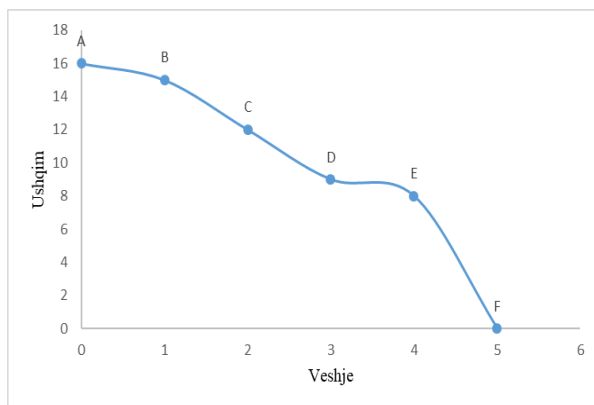
Nëpërmjet shembullit të mëposhtëm do të sqarojmë edhe më tej konceptin e koston oportune dhe kufirin e mundësive të prodhimit.

Shembull: Në tabelën e mëposhtme janë dhënë kombinime të ndryshme të dy mallrave (ushqim dhe veshje) që një vend mund të prodhojë nëse janë përdorur në mënyrë efëiciente të gjitha burimet që zotëron.

Tabela 1.1. Alternativa të përdorimit të burimeve prodhimit

Kombinimet	Veshje (mijë njësi)	Ushqim (mijë ton)
A	0	
B	1	15
C	2	12
D	3	9
E	4	8
F	5	0

Figura 1.1. Kufiri i mundësive të



Duke u mbështetur në figurën 1.1 (ose në të dhënat e tabelës 1.1), pika A tregon që vendi mund të prodhojë 0 njësi veshje dhe 16 njësi ushqim. Supozojmë se vendi parapëlqen të prodhojë në pikën B (1 njësi veshje; 15 njësi ushqim), vëmë re se për të shtuar prodhimin e veshjeve me një njësi, vendi duhet të heqë dorë nga një njësi ushqim. Pra në këtë rast kostoja oportune e një njësie më shumë veshje është e barabartë me një njësi ushqim (ajo çfarë është sakrifikuar nga ushqimi).

Po të vëmë re nga tabela, sa më shumë njësi veshje të preferojë vendi të prodhojë aq më shumë do sakrifikojë njësi ushqimi. Kjo ndodh në të gjitha lëvizjet në kombinime të ndryshme prodhimi. Kjo ligjësi shprehet edhe nga pjerrësia negative (rënëse) e lakores së mundësive të prodhimit.

Cdo pikë mbi lakoren e mundësive të prodhimit do të thotë se vendi e ka të pamundur të prodhojë për shkak të pamjaftueshmërisë së burimeve, ndërsa çdo pikë nën lakoren e mundësive të prodhimit tregon që vendi mund të prodhojë por jo në mënyrë eficiente pra ka ende kapacitete për të prodhuar.

1.3 Problemi kryesor i ekonomisë

Përndarja e burimeve të kufizuara ndaj nevojave të pakufizuara të shoqërisë përbën **problemin ekonomik kryesor** që cdo ekonomi ka.

I gjithë procesi i marrjes së vendimeve eficiente kalon nëpërmjet përgjigjeve që çdo sistem shoqëror u jep tri pyetjeve themelore të ekonomisë.

- Çfarë të prodhohet?

Cfarë lloj produktesh dhe në çfarë sasi do të prodhohen duke pasur parasysh nevojat e konsumatorëve dhe kufizueshmërinë e burimeve. Burimet janë të kufizuara prandaj është e rëndësishme të përzgjidhen produktet që i nevojiten konsumatorit. Rritja në prodhimin e disa produkteve çon në reduktimin e disa produkteve të tjera.

Përgjigjen e kësaj pyetje e jep tregu i mallrave dhe i shërbimeve me anë të votimit të konsumatorëve.

- Si të prodhohet?

Pasi përcaktohen të mirat dhe shërbimet që do të prodhohen, pyetja tjetër është si do t'i prodhohet ato, pra çfarë kombinimi të faktorëve të prodhimit do të përdoret. Kombinimi më i mirë i faktorëve të prodhimit është kombinimi me koston më të ulët të prodhimit. Është e rëndësishme të përdoret më shumë nga faktori më i lirë i prodhimit (faktori më i shpeshtë) dhe më pak nga faktori më i shtrenjtë (faktori më i rrallë) i prodhimit. Përgjigjen e kësaj pyetje e jep tregu i faktorëve të prodhimit. Shoqëria është e interesuar që burimet të përdoren në mënyrë sa më produktive.

- ***Për kë të prodhohet?***

Kjo pyetje ka të bëjë me problemin e shpërndarjes. Kush do t'i konsumojë të mirat dhe shërbimet e prodhuara? Ku janë konsumatorët tanë?

Për t'iu përgjigjur pyetjeve kryesore të ekonomisë na ndihmon shkenca e ekonomisë.

Sisteme të ndryshme ekonomike u përgjigjen në mënyra të ndryshme pyetjeve kryesore të ekonomisë.

1.4 Ekonomia si shkencë. Lidhja e ekonomisë me shkencat e tjera

Ekonomia klasifikohet si një shkencë shoqërore. Kjo pikëpamje e bën ekonominë të afërt me shkencat e tjera si shkencat politike, sociologjinë, psikologjinë dhe antropologjinë. Të gjitha këto disiplina studiojnë sjelljen e qenieve njerëzore individualisht dhe në grupe.

Ata studiojnë nën-grupe të ndryshme të veprimeve dhe ndërveprimeve të qenieve njerëzore. Për këtë arsye ato gjithashtu mund të quhen shkenca të sjelljes.

Ekonomia dhe Psikologjia: Ekonomia është vëanërisht e shqetësuar me konsumin, prodhimin dhe përdorimin e burimeve nga individët dhe grupet. Psikologët dhe ekonomistët ndajnë një interes në atë që i motivon njerëzit për të ndërmarrë veprime të caktuara.

Ekonomia dhe Sociologjia: Ndërsa sociologët janë të interesuar në të gjitha faktet e aktivitetit të organizuar nga njeriu, ekonomistët janë të interesuar kryesisht në aktivitete të organizuara që lidhen me prodhimin dhe konsumin e mallrave dhe shërbimeve. Si rregull i përgjithshëm, ekonomistët supozojnë që individët ndjekin interesin e tyre vetjak dhe u përgjigjen sinjaleve të ndryshme ose nxitjeve në dritën e këtij interesi vetjak.

Ekonomia dhe Shkenca Politike: Ekonomia ndërvepron me pothuajse të gjitha disiplinat e tjera akademike. Ajo është e ndërthurur në mënyrë intime me ngjarjet aktuale dhe ka një efekt të rëndësishëm në ngjarjet politike, vendore dhe ndërkombëtare. Ekonomia ka gjëra të ndryshme të përbashkëta me shkencat politike. Për shembull, në të dy lëndët mësojmë financat publike, marrëdhëniet financiare midis qendrës së studimit si dhe ekonominë e planifikimit.

Ekonomia dhe Statistikat: Një funksion i madh i një ekonomisti është të kryejë hulumtime. Puna e ekonomistit të kompanisë është të hetojë aspektet ekonomike të vendimeve të ndryshme. Agjencitë qeveritare dhe firmat private të biznesit krijojnë një sërë statistikash ekonomike për çështje të tilla si të ardhurat, punësimet, çmimet dhe modelet e shpenzimeve.

Pohimet pozitive dhe pohimet normative

Shkencat shoqërore na ndihmojnë të vlerësojmë rezultatet e politikave publike, por ato asnjëherë nuk mundin në vetvete të demonstrojnë nëse rezultatet janë të mira apo të këqija.

Analiza pozitive synon vlerësimin e rezultateve të pritshme dhe objektive të fenomeneve. Tipari kryesor i saj është se ajo ofron propozime apo pohime të cilat mund të testohen si për llogjikën që i përshkron ashtu edhe për rezultatet empirike. Ajo përqëndrohet në atë ç'ka është, ose çfarë mund të jetë, pa përcaktuar nëse diçka është e mirë apo e keqe, e dëshirueshme apo jo, e drejtë apo e gabuar. Analiza pozitive është në thelb analizë shkencore sepse ajo bazohet mbi rregullat e llogjikës, faktet dhe vëzhgimet empirike, të cilat mund të përdoren për të vërtetuar fallsitetin apo vërtetësinë e propozimeve apo deklarimeve.

Nëse dëshirojmë që të zgjidhim problemin e dëshirueshmërisë, identifikimi i natyrës apo pasojave të fenomeneve nuk do të mjaftonte. Për të gjykuar mbi dëshirueshmërinë e një fenomeni është i nevojshëm një hap i mëtejshëm: duhet të përcaktojmë nëse pasojat e vërejtura apo të parashikuara nga analiza pozitive janë apo jo të dëshirueshme. Për të bërë këtë vlerësim duhet që çdo person të ndërmarrë një analizë normative, apo gjykim të bazuar mbi vlerat dhe normat shoqërore (prandaj dhe quhet analizë normative), të tilla si normat morale, estetike, kulturore, etj.

1.5 Sistemet ekonomike

Përgjigjet e pyetjeve çfarë të prodhohet, si të prodhohet dhe për kë të prodhohet janë të ndryshme në sisteme të ndryshme ekonomike. Tipet kryesore të sistemeve ekonomike janë: ekonomia tradicionale, ekonomia e komanduar, ekonomia e tregut dhe ekonomia e përzies.

- ***Ekonomia tradicionale***

Në këtë ekonomi, tri pyetjeve themelore ekonomike u jep përgjigje tradita. Njerëzit marrin vendime në mënyrë tradicionale duke u bazuar te zakonet e rrënjësura në familje. Pavarësisht se është sistem të cilin e ndeshim rrallë, njerëzit vazhdojnë të marrin vendime në mënyrë tradicionale ashtu siç janë marrë edhe nga brezat e mëparshëm.

- ***Ekonomia e komanduar***

Në këtë ekonomi është shteti që vendos se çfarë do të prodhohet, si do të prodhohet dhe për kë do të prodhohet. Ai është i vetmi planifikues dhe prodhues. Shteti vendos se si do të bëhet shpërndarja e burimeve për konsum aktual dhe investime në të ardhmen si dhe planifikon sasinë e prodhimit për çdo degë të ekonomisë dhe se si do të bëhet shpërndarja. Prona është në duart e shtetit. Të gjitha vendimet ekonomike merren nga shteti. Vendi ynë para viteve '90 ka qenë një shembull i ekonomisë së centralizuar.

- ***Ekonomia e tregut***

Në këtë ekonomi është tregu (kërkesa dhe oferta) ai që u jep përgjigje pyetjeve kryesore të ekonomisë. Prodhuesit dhe konsumatorët marrin vendime sipas interesit të tyre duke maksimizuar fitimet dhe dobitë e tyre. Vendimet ekonomike merren nga tregu pa ndërhyrjen e qeverisë. Prona është në duart e sipërmarrësve të lirë.

- ***Ekonomia e përzier***

Përbën formën më të zakonshme të sistemit ekonomik në ekonomitë moderne. Në këtë sistem vendimet ekonomike merren pjesërisht nga tregu dhe pjesërisht nga shteti. Në këtë sistem, ndërhyrja e qeverisë synon të shmangë veprimet joefiçente të tregut të lirë. Ekonomi të ndryshme kanë përqindje të ndryshme ndikimi të shtetit. Një rast i ndërhyrjes së shtetit në ekonomi është nëpërmjet vendosjes së çmimeve relative kur çmimet e tregut janë në dëm të aktorëve ekonomik.

Sistemet ekonomike dallojnë nga njëri – tjetri nëpërmjet:

- Marrjes së vendimeve
- Pronësisë së burimeve
- Sistemet nxitëse.

1.6 Shtyllat e sipërmarrjes së lirë

Sistemi i sipërmarrjes së lirë mbështetet mbi këto shtylla:

Prona private mbi burimet prodhuese është një element kyç i ekonomisë së tregut. Prona private i lejon individët (bizneset) t’i përdorin ato në mënyrën më efikente të mundshme me qëllim maksimizimin e fitimit. Gjithashtu, kur flasim për të drejtën e pronës private kemi parasysh edhe “pronësinë intelektuale” si p.sh. e drejta e autorit për punime të ndryshme.

Sistemi i çmimeve ka një rol të rëndësishëm në ekonominë e tregut. Nëpërmjet çmimeve si prodhuesit ashtu edhe konsumatorët marrin informacione të rëndësishme në lidhje me produktin. Duke shërbyer si burim informacioni dhe si burim nxitjesh luajnë një rol përndarës shumë të rëndësishëm në ekonominë e tregut. Çmimet gjithashtu janë një mjet i rëndësishëm për të na dhënë një përgjigje në lidhje me pyetjet themelore ekonomike: Çfarë të prodhohet? Si do të prodhohen? Për kë do të prodhohen?

Konkurrenca bëhet gjithnjë e më sfiduese në një ekonomi e tregut të lirë. Ajo shërben si rregullator bazë në ekonomi duke lejuar që një numër i madh dhe i pavarur prodhuesish dhe konsumatorësh të veprojnë në një ekonomi tregu për produkte dhe burime prodhuese. Sa më e madhe konkurrenca aq më shumë fitues ka në treg, konsumatorët fitojnë cilësi, çmime dhe shërbime të mira, ndërsa prodhuesit specializohen më tepër në fusha të ndryshme si dhe në punë kërkimore.

Aftësia sipërmarrëse është aftësia për të shndërruar mundësitë (problemet) në ide konkrete duke organizuar të gjitha burimet e mundshme ekonomike për prodhimin e mallrave dhe shërbimeve. Aftësia sipërmarrëse është aftësia për të kthyer në mundësi çdo ide duke pranuar edhe riskun e mos kthimit të investimit.

1.7 Subjektet (agjentët) ekonomik

Agjentët ekonomikë veprojnë në një mjedis të caktuar ekonomik. Ata hyjnë domosdoshmërisht në marrëdhënie me njëri-tjetrin lidhur me përdorimin e burimeve, lidhur me prodhimin,

këmbimin, shpërndarjen dhe konsumin e produkteve të prodhuara. Subjektet kryesore ekonomike janë:

1. **Ekonomitë familjare** të cilat paraqiten si agjentë ekonomikë në cilësinë e konsumatorit. Ato marrin vendime të qëndrueshme të përbashkëta sikur të ishin një individ i vetëm. Ekonomitë familjare janë pronarë të faktorëve të prodhimit dhe qëllimi i tyre është maksimizimi i kënaqësisë (dobisë) nga konsumi i mallrave dhe shërbimeve.
2. **Firma** është njësi bazë që organizon dhe koordinon faktorët e prodhimit për të prodhuar mallra dhe shërbime me qëllim maksimizimin e fitimit. Firmat kanë këto karakteristika: marrin vendime të përbashkëta dhe të qëndrueshme sikur të ishin një individ i vetëm, janë përdoruesit kryesorë të faktorëve të prodhimit, qëllimi kryesor i tyre është maksimizimi i fitimit.
3. **Shteti** përfaqëson një agjent ekonomik, pra një vendimmarrës në fushën ekonomike, si krijues dhe mbikqyrës i rregullave të lojës ekonomike. Funkcionet kryesore të shtetit janë: barazia, stabiliteti dhe efienca në shpërndarjen e burimeve.

1.8 Modeli i qarkullimit ekonomik

Ekonomistët përdorin *modelet ekonomike* për të kuptuar dukuritë ekonomike. Nëpërmjet modeleve ekonomike në kuptojmë më shumë realitetin dhe se si subjektet (agjentët) ekonomike ndërveprojnë me njëri – tjetrin lidhur me shpërndarjen e të ardhurave si dhe mallrave dhe shërbimeve. *Këmbimi i mallrave dhe shërbimeve, faktorëve të prodhimit dhe parave është quajtur qarkullim i aktivitetit ekonomik.*

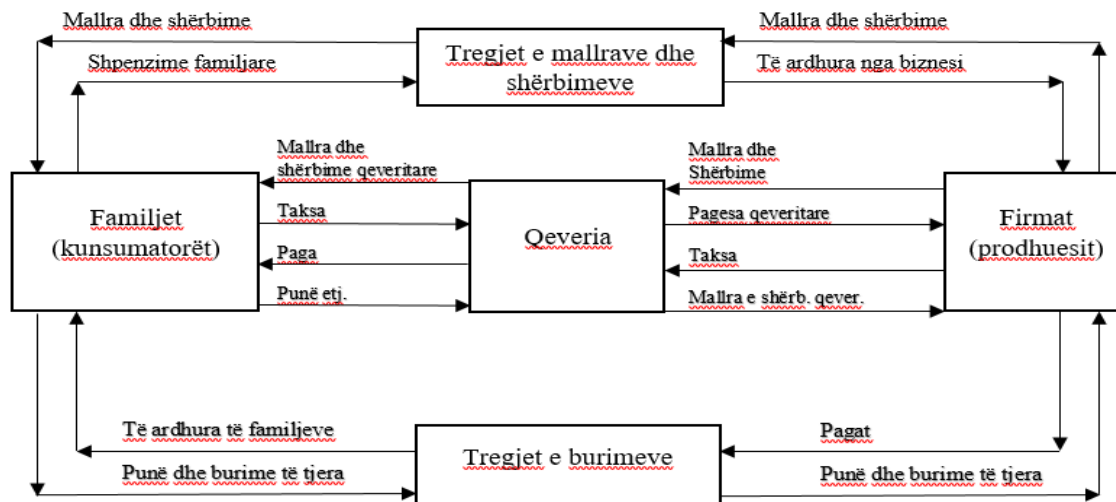


Figura 1.2. Skema e qarkullimit ekonomik

I gjithë aktiviteti ekonomik në një vend ndërthur së bashku tre agjentët (subjektet) ekonomike siç janë konsumatorët (familjet), firmat dhe shteti. Familjet dhe firmat bashkëveprojnë në tregjet e mallrave dhe shërbimeve dhe në tregjet e faktorëve. Gjatë këtij cikli ne vërejmë lëvizjen e faktorëve të prodhimit si dhe të mallrave dhe shërbimeve. Ekonomitë familjare u shesin faktorë prodhimi firmave në tregjet e faktorëve të prodhimit. Nga ana tjetër, firmat prodhojnë mallra dhe shërbime të cilat i shesin në tregun e mallrave dhe shërbimeve.

Përveç kësaj gjatë këtij cikli kemi edhe lëvizjen e parave. Familjet shpenzojnë para për blerjen e mallrave dhe shërbimeve të cilat i marrin nga firmat. Firmat një pjesë të të ardhurave të tyre i shpenzojnë për blerjen e faktorëve të prodhimit (psh., blerja e shërbimit të faktorit punë).

Gjithashtu qeveria siguron të ardhura nga bizneset nëpërmjet taksave, nga familjet përsëri të ardhura nga taksat si dhe shitjes së mallrave dhe shërbimeve qeveritare. Familjat marrin gjithashtu të ardhura në formën e pagave nga qeveria, kurse bizneset marrin ndihma nga shteti psh., në formën e subvencioneve.

Tema 2: Kërkesa, oferta, funksionimi i tregjeve dhe ekuilibri i tyre.

2.1 Kërkesa dhe lakorja e kërkesës. Faktorët ndikues në kërkesë.

Kërkesa shpreh aftësinë dhe gatishmërinë e konsumatorit për të paguar për blerjen e mallit.

Kërkesa mund të paraqitet në formë tabelare ose grafike. Ajo tregon lidhjen ndërmjet sasisë së kërkuar dhe çmimit të mallit e cila shprehet nëpërmjet *lakores së kërkesës*, kur faktorët e tjerë mbahen të pandryshuar.

Ekziston një dallim ndërmjet kërkesës dhe nevojave, kërkesa është e kufizuar (kufizohet nga fuqia blerëse e konsumatorit) ndërsa nevojat janë të pakufizuara.

Ligji i kërkesës është një ligj ekonomik, i cili thekson se konsumatorët blejnë më shumë nga një mall, kur çmimi i mallit ulet dhe blejnë më pak, në qoftë se çmimi i mallit rritet.

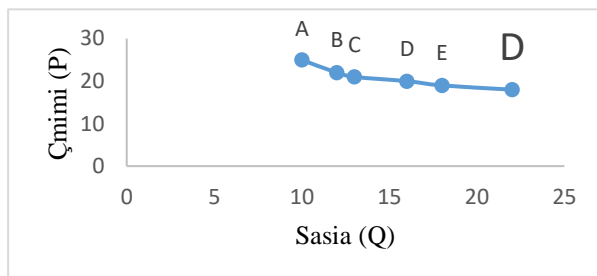
Pra marrëdhënia (lidhja) e çmimit me sasinë e kërkuar është lidhje e zhdrejtë. Kjo lidhje shprehet edhe në lakoren e kërkesës e cila ka pjerrësi rënëse (negative).

Në tabelën e mëposhtme paraqitet kërkesa e supozuar për një mall X sipas çmimeve të dhëna. Me të dhënat e tabelës ndërtojmë lakoren e kërkesës (shënuar D) e cila shpreh lidhjen e zhdrejtë ndërmjet çmimit dhe sasisë së kërkuar për mallin X.

Tabela 1.2. Kërkesa mujore e mallit X
mallin X

Kombinimet Çmim - sasi	Çmimi i mallit (lekë/njësi)	Sasia e kërkuar (copë)
A	25	10
B	22	12
C	21	13
D	20	16
E	19	18

Figura 1.3. Lakorja e kërkesës për



Kërkesa e tregut përfaqëson shumatorën e kërkesave individuale të tregut për një produkt të caktuar. Lakorja e kërkesës së tregut për një produkt të caktuar përftohet nga shuma e lakoreve të kërkesave individuale.

Faktorët e tjerë (pervë çmimit) që ndikojnë në kërkesë:

- Çmimet e mallrave të lidhura në konsum me mallin e dhënë

Çmimet e mallrave zëvendësuese (mall zëvendësues është ai mall që plotëson të njëjtën nevojë me mallin e dhënë). Për shembull, kafja dhe çaji janë dy mallra zëvendësuese të njëri – tjetrit në konsum. Nëse çmimi i kafes rritet, do të rritet sasia e kërkuar për çaj. Kur dy produkte janë zëvendësuese, çmimi i njërit produkt dhe kërkesa për produktin tjetër janë të lidhura në mënyrë të zhdrejtë.

Çmimet e mallrave plotësuese (mall plotësues është ai mall që konsumohet së bashku me një mall tjetër). Për shembull sheqeri me çajin janë dy mallra plotësues të njëri – tjetrit në konsum. Kur dy produkte janë plotësuese, çmimi i njërit produkt dhe kërkesa për produktin tjetër janë të lidhur në mënyrë të zhdrejtë.

- *Të ardhurat e konsumatorit*

Mallrat, kërkesa e të cilave rritet kur të ardhurat rriten, quhen të mira normale (pjesa më e madhe e të mirave). Pra të ardhurat e konsumatorit dhe kërkesa për mallra të ndryshme është e lidhur në mënyrë të drejtë. Ky rregull bën përjashtim vetëm për një pjesë të vogël mallrash. Mallrat, kërkesa e të cilave ulet kur të ardhurat rriten, quhen të mira inferiore (psh., fasulet, patatet etj).

- *Prirjet për ndryshimin e çmimit të mallit*

Nëse në të ardhmen pritet që çmimet e produkteve të rriten, njerëzit do të preferonin të rrisnin blerjet tani që çmimet janë më të ulëta dhe e kundërta.

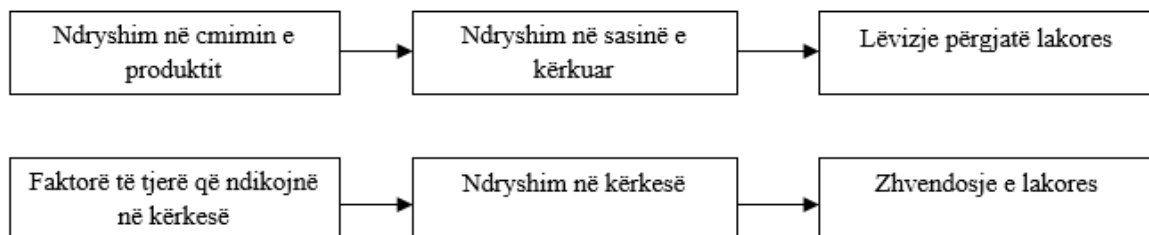
- *Shijet (preferencat e konsumatorit)*

Shijet e konsumatorit ndikojnë drejtpërdrejt në gatishmërinë për të paguar për blerjen e mallit. Nëse preferencat për një produkt të caktuar rriten, kjo do të çojë në rritjen e kërkesës për këtë produkt dhe anasjelltas.

- *Numri i familjeve në treg*

Sa më i madh të jetë numri i familjeve në një vend aq më shumë do të rritet kërkesa për produkte në atë vend dhe e anasjella.

Nëse të paktën një nga faktorët e tjerë përvë çmimit ndikon në kërkesë atëherë lakorja e kërkesës zhvendoset në të djathtë lart (kur faktori/faktorët ndikojnë në rritje në kërkesë) ose në të majtë poshtë (kur faktori/faktorët ndikojnë në ulje në kërkesë).



Dallimi ndërmjet ndryshimit në sasinë e kërkuar dhe ndryshimit në kërkesë:

Shënim: Duhet pasur kujdes se numri i familjeve ka lidhje me lakoren e kërkesës së tregut, por nuk ka asnjë lidhje me lakoren e kërkesës individuale të ekonomisë familjare.

2.2 Oferta dhe lakorja e ofertës. Faktorët ndikues në ofertë.

Oferta shpreh aftësinë dhe gatishmërinë e ofruesit për të ofruar mallra në treg.

Oferta mund të paraqitet në formë tabelare ose grafike. Ajo tregon lidhjen ndërmjet sasisë së ofruar dhe çmimit të mallit e cila shprehet nëpërmjet *lakores së ofertës*, kur faktorët e tjerë mbahen të pandryshuar.

Ligji i ofertës është një ligj ekonomik, i cili thekson se prodhuesit do të shesin më shumë nga një mall, kur çmimi i mallit rritet dhe do të shesin më pak, në qoftë se çmimi i mallit ulet.

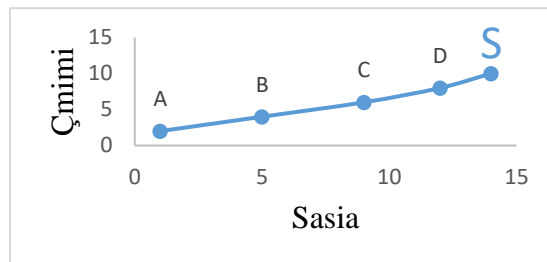
Pra marrëdhënia (lidhja) e çmimit me sasinë e ofruar është lidhje e drejtë. Kjo lidhje shprehet edhe në lakoren e ofertës e cila ka pjerrësi rritëse (pozitive).

Në tabelën e mëposhtme paraqitet oferta e supozuar për një produkt (lapsa) sipas çmimeve të dhëna. Me të dhënat e tabelës ndërtojmë lakoren e ofertës (shënuar S) e cila shpreh lidhjen e drejtë ndërmjet çmimit dhe sasisë së ofruar për lapsa.

Tabela 1.3. Oferta mujore për lapsa

Kombinimet Çmim - sasi	Sasia e ofruar (kg)	Çmimi i mallit (lekë/kg)
A	1	2
B	5	4
C	9	6
D	12	8

Figura 1.4. Lakorja e ofertës për lapsa



Oferta e tregut përfaqëson shumatorën e ofertave individuale të tregut për një produkt të caktuar. Lakorja e ofertës së tregut për një produkt të caktuar përftohet nga shuma e lakoreve të ofertave individuale.

Faktorët e tjerë (përvec çmimit) që ndikojnë në ofertë:

- Çmimet e faktorëve të prodhimit

Rritja e çmimit të faktorëve të prodhimit (për shembull çmimi i punës) do të ndikojë pozitivisht në rritjen e kostos së prodhimit dhe si rrjedhojë në uljen e ofertës së produktit dhe e anasjella. Për rritja e çmimeve të faktorëve të prodhimit e ul ofertën për një produkt të caktuar dhe si rrjedhojë e zhvendos paralelisht majtas lakoren e ofertës dhe e anasjella.

- *Teknologjia*

Një teknologji e përparuar rrit produktivitetin dhe ul koston për njësi të produktit, duke rritur kështu aftësinë dhe gatishmërinë e prodhuesit për të ofruar mallin e dhënë. Përmirësimet teknologjike e zhvendosin paralelisht djathtas lakoren e ofertës.

- *Taksat dhe subvencionet*

Taksat e rrisin koston e prodhimit e si rrjedhojë ulin aftësinë dhe gatishmërinë e prodhuesit për të ofruar një produkt në treg. E kundërta ndodh me subvencionet, ato rrisin aftësinë dhe gatishmërinë e prodhuesit për të ofruar një produkt në treg. Taksat e zhvendosin në të majtë lakoren e ofertës, ndërsa subvencionet e zhvendosin në të djathtë.

- *Çmimet e mallrave të tjera të lidhura me mallin në fjalë*

Nëse firmat prodhojnë më shumë se një produkt, ndryshimi në çmimin e një produkti mund të ndryshojë ofertën për produktin tjetër. Për shembull, një fermer prodhon grurë dhe misër. Nëse çmimi i grurit rritet, fermeri do të prodhojë më shumë grurë dhe oferta për misër do të ulet.

- *Dukuritë natyrore*

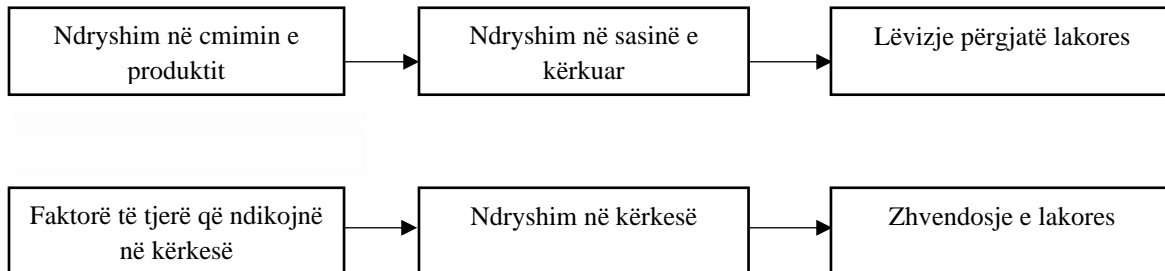
Ngjarje të rastërisht si tërmetet, përmytjet etj, ndikojnë ndjeshëm në sasinë e produkteve që mund të ofrohen për shitje nga prodhuesit duke e zvogëluar atë dhe duke e zhvendosur në të majtë lakoren e ofertës.

- *Shpresa që në të ardhmen çmimet do të ndryshojnë*

Nëse në të ardhmen pritet që çmimet e produkteve të rriten, njerëzit do të preferonin të rrisnin blerjet tani që çmimet janë më të ulëta dhe e kundërta.

Nëse të paktën një nga faktorët e tjerë përvë çmimit ndikon në ofertë atëherë lakorja e ofertës zhvendoset në të djathtë poshtë (kur faktori/faktorët ndikojnë në rritje në ofertë) ose në të majtë lart (kur faktori/faktorët ndikojnë në ulje në ofertë).

Dallimi ndërmjet ndryshimit në sasinë e ofruar dhe ndryshimit në ofertë:



Shënim: Duhet pasur kujdes se numri i firmave ka lidhje me lakoren e ofertës së tregut, por nuk ka asnjë lidhje me lakoren e ofertës individuale të firmës.

2.3 Elasticiteti i kërkesës në lidhje me çmimin

Ndryshimi i sasisë së kërkuar/ofruar për një të mirë varet nga disa faktorë përcaktues siç janë çmimi i kësaj të mire, të ardhurat e konsumatorit dhe çmimi i një të mire tjetër. Për shembull sukcesi i një biznesi varet nga shkallja e ndikimit të këtyre faktorëve në kërkesën konsumatore.

Elasticiteti i kërkesës në lidhje me çmimin paraqet reagimin e sasisë së kërkuar për një ndryshim në çmim.

$$E_D = \frac{\text{Përqindja e ndryshimit në sasinë e kërkuar}}{\text{Përqindja e ndryshimit në çmimin e mallit}}$$

Kërkesa për një produkt quhet **elastike** në qoftë se për një ndryshim të vogël në çmim do të kemi ndryshime më të mëdha në sasinë e kërkuar. P.sh., nëse çmimi i fletoreve rritet me 10%, atëherë sasia e kërkuar do të zvogëlohet me 30%.

Kërkesa është **joelastike** në qoftë se për një ndryshim të madh në çmim do të kemi ndryshime më të vogël në sasinë e kërkuar. P.sh., nëse çmimi i mollëve ulet me 20%, atëherë sasia e kërkuar për mollë do të rritet me 10 %.

Kërkesa me **elasticitet njësi**, kur sasia e kërkuar dhe çmimi ndryshojnë me të njëjtën njësi. P.sh., nëse çmimi i një produkti rritet me 10% dhe sasia e kërkuar bie me 10%.

Shembull: Nëse biznesi X vendos të rrisë çmimin e fletoreve nga 10 në 12 lekë/fletore, sasia e kërkuar do të zvogëlohet nga 80 në 60 fletore. Të llogaritet elasticiteti i kërkesës në lidhje me çmimin. Gjykoni për elasticitetin e kërkesës ndërmjet çmimeve 10 dhe 12.

Do të kemi:

$E_D =$ Përqindja e ndryshimit në sasinë e kërkuar

Përqindja e ndryshimit në çmimin e mallit

$$E_D = \frac{\frac{Q_{D1}-Q_{D0}}{Q_{D0}} \times 100}{\frac{P_1-P_0}{P_0} \times 100} = \frac{\frac{60-80}{80} \times 100}{\frac{12-10}{10} \times 100} = \frac{-25\%}{20\%} = |-1.25| = 1.25$$

Në këtë rast $E_D > 1$, atëherë mund të themi se kërkesa ndërmjet çmimeve 10 dhe 12 është elastike. Elasticiteti i kërkesës lidhur me çmimin ka shenjë negative, sepse lidhja çmim-sasi është një lidhje e zhdrejtë. Ekonomistët operojnë me vlerën absolute të elasticitetit, e cila quhet koeficient i elasticitetit.

Raste të veçanta

- Kërkesa *plotësisht joelastike* – një ndryshim në çmim, nuk sjell ndryshim në sasinë e kërkuar ($Q_D = 0$). Lakorja e kërkesës është pingule me boshtin e abshisave.
- Kërkesa *plotësisht elastike* – një ndryshim shumë i vogël në treg i çmimit sjell largimin e konsumatorit nga tregu ($Q_D = \infty$). Lakorja e kërkesës është paralele me boshtin e abshisave.

Faktorë që ndikojnë në elasticitetin e kërkesës:

Disa produkte janë më shumë elastike ndërsa disa të tjera më pak. Disa nga faktorët që ndikojnë në elasticitetin e kërkesës janë:

- *Numri i mallrave zëvendësues*

Sa më i madh të jetë numri i zëvendësuesve të afërt të një produkti, aq më elastike është kërkesa për këtë produkt psh. frutat. Sa më i vogël të jetë numri i zëvendësuesve të afërt të një produkti, aq më joelastike është kërkesa e produktit ndaj çmimit psh. energjia elektrike.

- *Përqindja që zë shpenzimi i një malli në buxhetin e konsumatorit*

Sa më i rëndësishëm të jetë një mall për konsumatorin aq më e madhe do të jetë përqindja e planifikuar në të ardhurat e konsumatorit për mallin, aq më elastike do të jetë kërkesa për këtë mall dhe e anasjella.

- *Afati kohor*

Ky faktor ka të bëjë me rastet nëse ne mund të shtyjme apo një blerjen e një malli. Nëse blerja e një malli mund të shtyhet atëherë kërkesa për këtë mall do të jetë elastike, ndërsa në rastin kur blerja nuk mund të shtyhet, kërkesa për këtë mall do të jetë joelastike.

- *Mallrat e domosdoshme / mallrat e luksit*

Kërkesa për mallrat e domosdoshme është joelastike (konsumatori në një farë mënyre është i detyruar t'i blejë), ndërsa kërkesa për mallrat e luksit është elastike.

2.4. Elasticiteti i ofertës në lidhje me çmimin

Elasticiteti i ofertës në lidhje me çmimin paraqet reagimin e sasisë së ofruar për një ndryshim në çmim.

$E_s = \frac{\text{Përqindja e ndryshimit në sasinë e ofruar}}$

$\frac{\text{Përqindja e ndryshimit në çmimin e mallit}}$

Oferta për një produkt quhet **elastike** në qoftë se për një ndryshim të vogël në çmim do të kemi ndryshime më të mëdha në sasinë e ofruar. P.sh., nëse çmimi i një malli rritet me 10%, atëherë sasia e ofruar do të rritet me 20%.

Oferta është **joelastike** në qoftë se për një ndryshim të madh në çmim do të kemi ndryshime më të vogël në sasinë e ofruar. P.sh., nëse çmimi i mallit ulet me 20%, atëherë sasia e ofruar për këtë mall do të ulet me 10 %.

Oferta me **elasticitet njësi**, kur sasia e ofruar dhe çmimi ndryshojnë me të njëjtën njësi. P.sh., nëse çmimi i një produkti rritet me 10% dhe sasia e ofruar do të rritet me 10%.

Shembull: Nëse biznesi A vendos të rrisë çmimin e një malli nga 20 në 25 lekë/njësi, sasia e ofruar do të rritet nga 50 në 60 njësi. Të llogaritet elasticiteti i ofertës në lidhje me çmimin. Gjykoni për elasticitetin e ofertës ndërmjet çmimeve 20 dhe 25.

Do të kemi:

$E_s = \frac{\text{Përqindja e ndryshimit në sasinë e ofruar}}{\text{Përqindja e ndryshimit në çmimin e mallit}}$

$$E_s = \frac{\frac{Q_{s1} - Q_{s0}}{Q_{s0}} \times 100}{\frac{P_1 - P_0}{P_0} \times 100} = \frac{\frac{60 - 50}{50} \times 100}{\frac{25 - 20}{20} \times 100} = \frac{20\%}{25\%} = 0.8$$

Në këtë rast $E_s < 1$, atëherë mund të themi se oferta ndërmjet çmimeve 20 dhe 25 është joelastike.

Raste të veçanta

- Oferta *plotësisht joelastike* – një ndryshim në çmim, nuk sjell ndryshim në sasinë e ofruar ($Q_s = 0$). Lakorja e ofertës është pingule me boshtin e abshisave.
- Oferta *plotësisht elastike* – një ndryshim shumë i vogël në çmim, sjell ndryshime shumë të mëdha në sasinë e ofruar ($Q_D = \infty$). Lakorja e kërkesës është pingule me boshtin e abshisave.
- **Faktorë që ndikojnë në elasticitetin e ofertës:**

Elasticiteti i ofertës në varësi të disa faktorëve ndikues ndryshon. Për disa produkte oferta mund të jetë elastike për disa të tjera jo. Disa nga faktorët që ndikojnë në elasticitetin e ofertës janë:

- *Kostoja dhe mundësia për magazinimin e produktit*

Sa më e ulët të jetë kostoja e depozitimit dhe sa më i lehtë të jetë depozitimi, aq më elastike është oferta dhe e anasjella.

- *Fleksibiliteti i procesit të prodhimit*

Produktet që kanë cikël të shkurtër prodhimi janë më elastike në ofertë sesa produktet me cikël të gjatë prodhimi.

- *Periudha kohore*

Në periudha të gjata kohore firmat kanë më tepër mundësi për të ndryshuar kapitalin e tyre për t'iu përgjigjur më shume rritjes së çmimeve të produkteve. Në këtë rast, produktet janë më elastike në ofertë.

- *Kostoja e prodhimit të njësisë shtesë*

Kur kosto e prodhimit të një njësie shtesë është e lartë, atëherë oferta është jo-elastike, dhe e kundërta.

2.5 Matja e elasticitetit. Lloje të tjera të elasticitetit.

Në rastet kur nuk përcaktohet drejtimi i lëvizjes së pikave në një lakore kërkesë apo oferte (ose nuk përcaktohet nëse çmimi i një produkti rritet apo zvogëlohet) atëherë është e nevojshme të përcaktojmë çmimin mesatar dhe sasinë mesatare në mënyrë të tillë që të mos marrim rezultate të ndryshme të elasticitetit.

$$E = \frac{\frac{Q_1 - Q_0}{Q_M} \times 100}{\frac{P_1 - P_0}{P_M} \times 100} \quad \text{ku } Q_M = (Q_1 + Q_0)/2 \text{ dhe } P_M = (P_1 + P_0)/2$$

Elasticiteti i kërkesës në lidhje me të ardhurat mat reagimin e kërkesës kur ndryshojnë të ardhurat.

$E_Y =$ Përqindja e ndryshimit të sasisë së kërkuar

Përqindja e ndryshimit të të ardhurave

Shenja e koeficientit të elasticitetit luan një rol të rëndësishëm:

- Nëse koeficienti ka vlerë negative (-) të mirat janë inferiore, pra kërkesa për këto të mira ulet me rritjen e të ardhurave;
- Nëse koeficienti ka vlerë pozitive (+) të mirat janë normale, pra kërkesa për këto të mira rritet me rritjen e të ardhurave;

Elasticiteti i tërthortë i kërkesës në lidhje me çmimin mat reagimin e kërkesës për një mall kundrejt ndryshimit në çmim të një malli tjetër.

E_{Dab} = Përqindja e ndryshimit të sasisë së kërkuar së mallit a

Përqindja e ndryshimit të çmimit të mallit b

- Kur koeficienti i elasticitetit është pozitiv (+), tregon se blerësit do të blejnë më shumë nga një e mirë, kur çmimi i të mirës së lidhur me të rritet. Pra të mirat janë *zëvendësuese*.
- Kur koeficienti i elasticitetit është negativ (-), tregon që blerësit do të blejnë më shumë nga një e mirë kur çmimi i lidhur me të zvogëohet. Pra të mirat janë *plotësuese*.

2.6. Ekuilibri i tregut

Tregu është një institucion ose mekanizëm, i cili sjell së bashku blerësit (konsumatorët) dhe shitësit (prodhuesit) për të këmbyer mallra ose shërbime të caktuara.

Ekuilibri i tregut është një situatë në të cilën as prodhuesit dhe as konsumatorët nuk bëjnë përpjekje për të ndryshuar situatën.

Tregu quhet në ekuilibër kur sasia e kërkuar është e barabartë me sasinë e ofruar për të njëjtin çmim.

Çmimi në të cilin sasia e kërkuar është e barabartë me sasinë e ofruar quhet **çmim ekuilibër** dhe sasia për këtë çmim quhet **sasi ekuilibër**.

Për të qartësuar konceptin e ekuilibrit, do të marrim një shembull për tregun e mallit A, të dhënat e së cilës janë paraqitur në tabelën e mëposhtme:

Kombinimet Çmim - sasi	Çmimi i mallit (lekë/ njësi)	Sasia e kërkuar (njësi/muaj)	Sasia e ofruar (njësi/muaj)
A	2	75	50
B	4	70	55
C	6	65	65
D	8	60	75
E	12	55	80

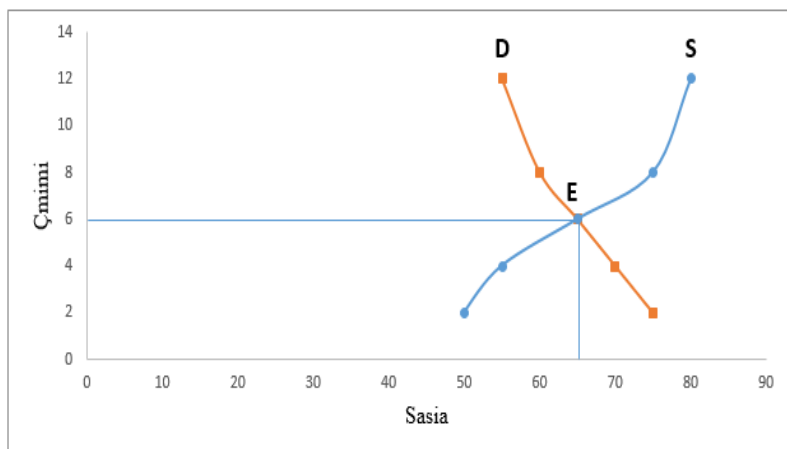
Tabela 1.4: Ekuilibri i tregut

Po të vëmë re në tabelë pika ekuilibër është pika C (çmimi ekuilibër = 6 lekë/njësi, sasia ekuilibër = 65 njësi). Për këtë çmim ekuilibër kemi $Q_D = Q_S$. Bazuar në të dhënat e tabelës 2.3, ndërtojmë lakoren e kërkesës dhe ofertës së tregut, të paraqitur në figurën 1.5.

Në qoftë se sasia e ofruar do të jetë më e madhe se sasia e kërkuar do të kemi **tepricë oferte** dhe çmimi do të ulet (trysnia që ushtrohet në treg). P.sh., për çmimin 8 lekë/njësi, sasia e kërkuar = 60 njësi dhe sasia e ofruar = 75 njësi, pra një tepricë prej 15 njësi.

Në qoftë se sasia e ofruar do të jetë më e vogël se sasia e kërkuar, do të kemi **mungesë oferte** (tepricë kërkesë) dhe çmimi do të rritet (trysnia që ushtrohet në treg). P.sh., për çmimin 4 lekë/njësi, sasia e kërkuar = 70 njësi dhe sasia e ofruar = 55 njësi, pra një mungesë prej 15 njësi.

Figura 1.5: Ekuilibri i tregut



2.7. Ndikimet e kërkesës dhe ofertës në çmimin dhe sasinë ekuilibër

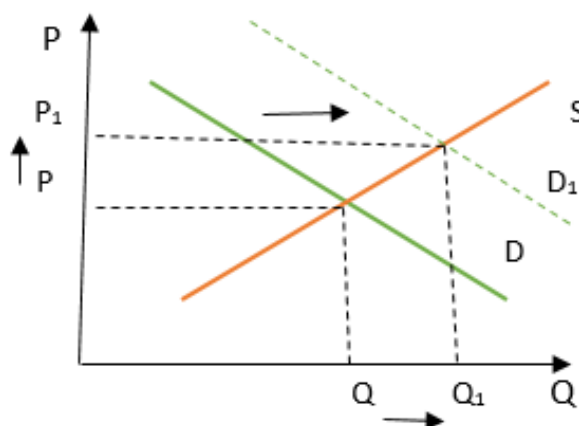
Për shkak të ndryshimeve të faktorëve të ndryshëm që ndikojnë në kërkesë dhe në ofertë, ndryshon edhe çmimi dhe sasia ekuilibër.

Ndryshimet në kërkesë

Në këtë rast do të analizohet efekti i ndryshimeve të kërkesës mbi çmimin dhe sasinë ekuilibër.

Figura 1.6. Rritja e kërkesës

Kur kërkesa ulet, çmimi dhe sasia ekuilibër ulen; kur kërkesa rritet, çmimi dhe sasia ekuilibër rriten. Pra ekziston një marrëdhënie e drejtë midis ndryshimit në kërkesë dhe rezultatit të ndryshimit si në sasinë ashtu edhe në çmimin ekuilibër.



Detyrë: Duke u bazuar në figurën e mësipërme të paraqitet grafikisht ndryshimi i çmimit dhe sasisë ekuilibër në rastin kur kërkesa ulet.

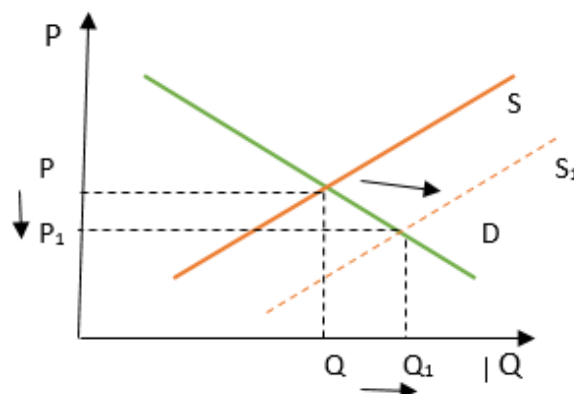
Ndryshimet në ofertë

Le të analizojmë se si ndryshimet në ofertë

ndikojnë mbi çmimin dhe sasinë ekuilibër, duke supozuar që kërkesa nuk ndryshon.

Ekziston një marrëdhënie e zhdrejtë midis ndryshimit në ofertë dhe rezultatit të ndryshimit në çmimin ekuilibër (oferta rritet – çmimi ulet; oferta ulet – çmimi rritet).

Figura 1.7. Rritja e ofertës



Ekziston një marrëdhënie e drejtë midis ndryshimit në ofertë dhe rezultatit të ndryshimit në sasinë ekuilibër (oferta rritet – sasia rritet; oferta ulet – sasia ulet).

Detyrë: Duke u bazuar në figurën e mësipërme të paraqitet grafikisht ndryshimi i çmimit dhe sasisë ekuilibër në rastin kur oferta ulet.

2.8 Kontrolli i çmimeve

Në ekonominë e tregut çmimet vendosen lirisht nga tregu (kërkesa dhe oferta). Në disa raste ndodh që çmimi i një produkti i cili është vendosur nga tregu nuk është më i miri i mundshëm

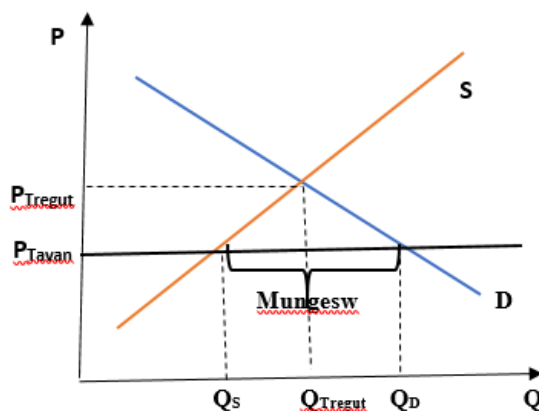
prandaj është e nevojshme ndërhyrja e shtetit në treg. Format më të zakonshme të ndërhyrjes së qeverisë në treg janë me anë të *çmimeve tavan* dhe *çmimeve dysheme*. Këto ndërhyrje nga qeveria bëhen për të mbrojtur interesat e shtresave të caktuara sociale.

Çmimi tavan

Çmimi tavan është çmimi maksimum i vendosur nga shteti nën çmimin ekuilibër për një produkt apo shërbim të caktuar. Ky çmim favorizon konsumatorët duke iu dhënë më shumë mundësi për të konsumuar të mira të domosdoshme. Vendosja e këtij çmimi shoqërohet edhe me dukuri të tilla negative, si: radhë të gjata, lulëzimi i “tregut të zi” ku mallrat shiten “nën dorë” me çmime më të larta etj. Çmimi tavan krijon mungesë në treg sepse veprojnë ligjet e kërkesës dhe të ofertës, megjithatë pas një periudhe të shkurtër kohe tendenca është për të shkuar përsëri drejt ekuilibrit.

Shembuj të çmimeve tavan të vendosura në vendin tonë janë: Çmimi i ujit të pijshëm, çmimi i energjisë elektrike, çmimi i transportit publik etj.

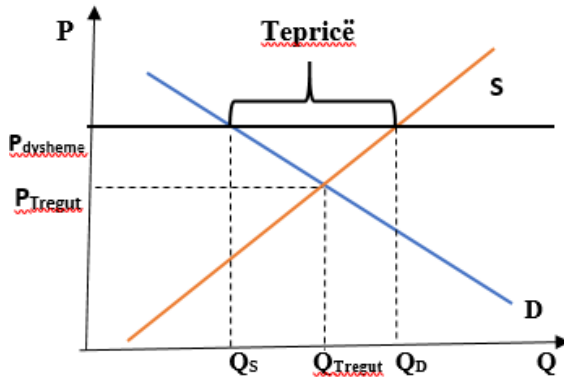
Figura 1.8. Çmimi tavan.



Çmimi dysheme

Çmimi dysheme është çmimi minimum i vendosur nga shteti mbi çmimin ekuilibër për një produkt apo shërbim të caktuar. Ky çmim favorizon prodhuesit duke iu dhënë më shumë mundësi për të prodhuar disa produkte, kryesisht produkte bujqësore. Ndërhyrja me këtë lloj çmimi bëhet në rastet kur për shkaqe jashtë tregu si ndryshimi i klimës, dukuri natyrore etj, oferta është shumë e madhe dhe prodhuesit nuk janë në gjëndje të nxjerrin kostot e tyre për shkak të

çmimeve të ulëta. Çmimi dysheme krijon tepricë në treg sepse veprojnë ligjet e kërkesës dhe të ofertës, megjithatë pas një periudhe të shkurtër kohe tendenca është për të shkuar përsëri drejt ekuilibrit. **Figura 1.9.** Çmimi dysheme.



Shembuj të çmimeve dysheme të vendosura në vendin tonë janë: çmimi i punës ose produkteve bujqësore që shteti vendos kur e sheh të arsyeshme për t'i ardhur në ndihmë fermerëve.

Tema 3. Konsumatori në ekonominë e tregut

3.1. Kuptimi i dobisë së përgjithshme dhe dobisë marxhinale

➤ Dobia e përgjithshme

Në përditshmërinë tonë si konsumatorë, ne i përmbushim nevojat me të mira apo shërbime. Kënaqësia e përgjithshme që marrim nga konsumi i sasive të caktuara të të mirave dhe shërbimeve, në një periudhë të caktuar quhet dobi e përgjithshme. Duke e rritur sasinë e mallrave që konsumojmë edhe dobia e përgjithshme rritet gjithashtu. Matja e dobisë është e vështirë dhe subjektive. Çdo konsumator ka “etalonin” e vet të matjes së kënaqësisë. Nisur nga ky fakt ekonomistët supozojnë se dobia mund të matet me njësi dobie.

Familjet dhe individët, me të ardhurat që kanë, mund të blejnë mallra dhe shërbime të ndryshme, nga konsumi i të cilave ata marrin kënaqësi. Këtë kënaqësi në konceptimin e ekonomiksit e quajmë **dobi**.

Nëse në fundjavë kemi zgjedhur të shohim një film në kinema të gjithëve na pëlqen që të konsumojmë një pije ose ujë. Supozojmë që gjatë një filmi Ema konsumon 2 pije freskuese. Konsumi i secilës pije i jep asaj një nivel të caktuar kënaqësie.

Dobia e përgjithshme është kënaqësia e përgjithshme që merr konsumatori nga konsumi i një sasive të caktuar malli, ose shërbimi brenda një periudhe kohore të caktuar.

Madhësia e dobisë të përgjithshme varet nga niveli i konsumit. Sa më i madh të jetë konsumi, aq më e madhe do të jetë dobia. Por, a mund të matet dobia? Dobia është subjektive. Përgjithësisht nuk egziston ndonjë mënyrë në të cilën do të ishin në gjendje ta krahasonin kënaqësinë që do të merrte Ema dhe Atea nga konsumi i një pakete me kokoshka. Por ne do të supozojmë që dobia e personit mund të matet me **njësi dobie**.

Njësi dobie është njësi imagjinare dhe një njësi dobie është një njësi e kënaqësisë.

➤ **Dobia marxhinale**

Dobia marxhinale është kënaqësia shtesë që merret nga konsumi i një njësie shtesë të mallit brenda një periudhe kohe të dhënë.

Dobia marxhinale rënëse

Nëse mund ta matim dobinë, atëherë mund të ndërtojmë një tabelë, në të cilën do të tregojmë se sa është dobia e përgjithshme dhe dobia marxhinale që do të merrte Astriti nga konsumi i sasive të ndryshme të pijeve freskuese. Supozojmë se tabela 3.1 na tregon dobinë imagjinare.

Dobia e Emës nga konsumi i misrit		
Sasia e konsumuar	TU (në njësi dobie)	MU (në njësi dobie)
0	0	-
1	6	6
2	10	4
3	12	2
4	13	1
5	13	0
6	11	-2

Tabela 3.1

Nga tabela shohim se kur Ema nuk konsumon asnjë njësi, dobia e përgjithshme është zero. Nëse konsumon njësinë e parë dobia e përgjithshme e tij është 7 dhe dobia marxhinale është gjithashtu 7. Pra, për njësinë e parë të konsumit dobia e përgjithshme barazon dobinë marxhinale (TU 1 =

MU 1). Nëse konsumon njësinë e dytë, ai merr një dobi marxhinale 4 njësi dobie dhe dobia e përgjithshme është 11 njësi dobie. Dobia marxhinale e tij bie kur konsumi rritet nga 1 në 2 njësi. Dobia marxhinale është ndryshimi në dobinë e përgjithshme pjesuar me ndryshimin në sasinë e konsumuar të mallit: $MU = \Delta TU / \Delta Q$, ku ndryshimi në sasinë e konsumuar të mallit është zakonisht i barabartë me 1 njësi. Le të llogarisim dobinë marxhinale për shishen e dytë të konsumuar.

$$MU_2 = \frac{\Delta TU}{\Delta Q} = \frac{TU_2 - TU_1}{Q_2 - Q_1} = \frac{10 - 6}{2 - 1} = 4$$

Në mënyrë të njëjtë do të vazhdonim të analizojmë sjelljen e dobisë së përgjithshme dhe dobisë marxhinale për sasi të 3 dhe 4. Niveli i katërt i konsumit na jep pikën ku dobia e përgjithshme arrin maksimumin e saj. Nga tabela vëmë re se dobia marxhinale është zero për njësinë e 5-të. Pra konsumi i njësisë së 5-të nuk ja ndryshon konsumatorit dobinë e përgjithshme. Kurse njësia e 6-të ja ul atij dobinë e përgjithshme, sepse dobia marxhinale që merret nga konsumimi i kësaj njësie është negative.

Nga analiza që i bëmë sjelljes së këtij konsumatori arrijmë në përfundimin se deri në një sasi të caktuar, rritja e konsumit të mallit shoqërohet me rritjen e dobisë së përgjithshme të konsumatorit. Por, megjithëse përgjithësisht konsumatori merr një kënaqësi më të madhe nga rritja e konsumit të mallit, çdo njësi shtesë që ai konsumon do t'i japë më pak dobi shtesë se njësia paraardhëse. Pra, dobia e tij marxhinale do të bjerë sa më shumë që ai të konsumojë. Kjo ligjësi në shkencën e ekonomisë njihet si **Ligji i dobisë marxhinale zbritëse** i cili thotë: dobia që merr konsumatori nga konsumimi i njësive të njëpasnjëshme të një malli, zvogëlohet nëse rritet konsumi i përgjithshëm i mallit, ndërkohë që konsumi i të gjitha mallrave të tjera qëndron i pa ndryshuar. Me të dhënat e tabelës 3.1 mund të ndërtojmë lakoret e dobisë së përgjithshme dhe të dobisë marxhinale.

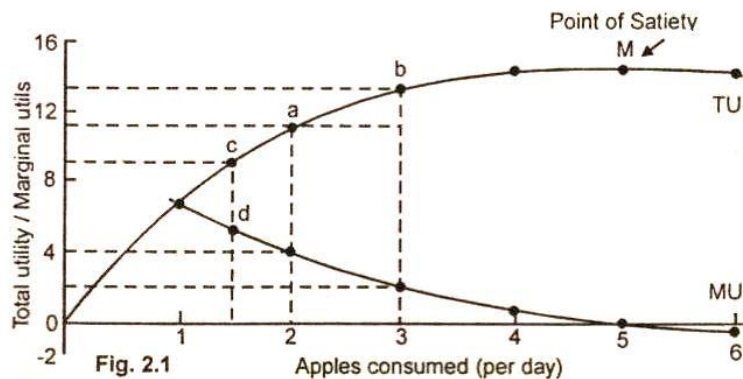


Figura 3.1

3.2 Maksimizimi i dobisë

Të ardhurat e konsumatorit dhe çmimet e të mirave e kufizojnë zgjedhjen e konsumatorit, ndërsa preferencat përcaktojnë dobinë që ai mund të marrë nga çdo konsum i mundshëm. Supozimi kryesor i teorisë së dobisë marxhinale është se konsumatori zgjedh mundësinë e konsumit për të cilën maksimizon dobinë e përgjithshme të tij. Ky supozim është një mënyrë për të shprehur problemin ekonomik themelor: pamjaftueshmërinë. Dëshirat e njerëzve i kapërcejnë burimet në dispozicion për t'i keënaqur këto dëshira, prandaj konsumatorët mund të bëjnë zgjedhje.

Le të supozojmë se Enea shpenzon 30 lekë në muaj për bileta sporti dhe pije freskuese. Çmimet janë respektivisht 6 lekë për biletë dhe 3 lekë për shishe. Ai do t'i shpërndajë të ardhurat ndërmjet biletave të sportit dhe pijeve freskuese në mënyrë të tillë që të maksimizojë dobinë e përgjithshme.

➤ Zgjedhja dobisë maksimizuese

Për të parë se si Enea do t'i shpenzojë të ardhurat e tij në mënyrë që të maksimizojë dobinë e përgjithshme, ndërtojmë tabelën 3.4. rreshtat në tabelë tregojnë kombinimet e biletave dhe pijeve freskuese që Enea mund t'ja lejojë vetes.

Biletat		Dobia e përgjithshme nga biletat dhe pijet freskuese	Lëng frutash	
Sasia në muaj	TU e biletave		TU e pijeve	Sasia në muaj
0	0	190	190	10
1	25	165	140	8
2	54	174	120	6
3	60	150	90	4
4	75	140	65	2
5	85	85	0	0

Tabela 3.4: Kombinimet e vazhdueshme për Astritin

Rreshti i parë në tabelë tregon situatën kur nuk shikon asnjë ndeshje dhe blen 10 shishe me lëng. Në këtë rast Enea nuk merr dobi nga biletat e sportit dhe merr 190 njësi të dobisë. Rreshtat e tjerë të tabelës ndërtohen në të njëjtën mënyrë.

Kombinimi i biletave të sportit dhe lëngut që maksimizon dobinë e përgjithshme të Eneas është kombinimi i dy biletave të sportit dhe 6-të pijeve . Për këtë kombinim ai merr 174 njësi të dobisë së përgjithshme.

➤ **Barazimi i dobisë marxhinale për njësi parash të shpenzuar**

Një mënyrë tjetër për të gjetur shpërndarjen që maksimizon dobinë e përgjithshme të konsumatorit, është që të formojmë dobinë marxhinale për njësi parash të shpenzuara për secilin mall dhe ta barazojmë atë për të gjitha mallrat.

Dobia marxhinale për njësi parash të shpenzuara është dobia marxhinale që merret nga njësia e fundit e mallit të konsumuar pjestuar me çmimin e mallit. Psh: dobia marxhinale e Eneas kur sheh ndeshjen e parë të sportit është 25 njësi të dobisë. Çmimi i biletave është 4 lekë, që do të thotë se kur Astriti e sheh ndeshjen e parë, dobia marxhinale për njësi parash të shpenzuara është 25/4 ose 6.25 njësi të dobisë për njësi parash.

Dobia e përgjithshme maksimizohet, nëqoftëse shpenzohen të gjitha të ardhurat që konsumatori ka në dispozicion, dhe kur dobia marxhinale për çdo njësi parash të shpenzuara është e barabartë për të gjitha mallrat.

$$\frac{\text{Dobia marxhinale nga biletat}}{\text{Çmimi i biletave}} = \frac{\text{Dobia marxhinale nga pijet}}{\text{Çmimi i pijeve}}$$

Përdorim këtë formulë për të gjetur zgjidhjen dobi maksimizuese për Astritin. Për të llogaritur dobinë marxhinale për çdo njësi parash të shpenzuara ndërtojme tabelën 3.5

Bileta sporti (4 lekë për biletë)			Lëng frutash (2 lekë për shishe)		
Sasia	Dobia marxhinale	MU për njësi parash të shpenzuara	Sasia	Dobia marxhinale	MU për njësi parash të shpenzuara
0	-		10	15	5
1	25	8.33	8	17	5.67
2	29	6.33	6	19	6.33
3		5.5	4	28	9.33
4	29	4.83	2	42	14
5	25	4.17	0		

Tabela 3.5: Barazimi i dobove marxhinale për lekë të shpenzuara

Astriti e maksimizon dobinë e përgjithshme të tij, nëse dobia marxhinale për njësi parash të shpenzuara për bileta sporti e barazon dobinë marxhinale për njësi parash të shpenzuara për pije freskuese. Siç mund të shihet edhe nga tabela, ky barazim kënaqet vetëm kur Astriti me të ardhurat e tij blen dy bileta sporti dhe konsumon 6 shishe me pije freskuese.

Le të shohim kushtin për maksimizimin e dobisë në rastin e përgjithshëm. Marrim parasysh një botë me dy mallra. Dobinë marxhinale të njësisë së fundit të mallit X e shënojmë me MU_x dhe çmimin e këtij malli me P_x , kurse MU_y dhe P_y janë dobia marxhinale dhe çmimi i mallit y.

Dobia marxhinale për njësi parash të shpenzuara për mallin X do të jetë MU_x / P_x . Që një konsumator ta maksimizojë dobinë e tij për një çift mallrash duhet që:

$$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y}$$

Nëse e shndërrojmë kushtin e mësipërm, atëherë mund të marrim më shumë informacion për sjelljen e konsumatorit.

$$\frac{MU_x}{MU_y} = \frac{P_x}{P_y}$$

Ana e djathtë e këtij barazimi na tregon çmimet relative të dy mallrave. Ky raport është i përcaktuar nga tregu dhe është jashtë kontrollit të konsumatorit. Konsumatori reagon ndaj ndryshimeve të tregut, por ai është i pafuqishëm për t'i ndryshuar ato. Ana e majtë e barazimit tregon aftësitë relative të mallrave për ta shtuar kënaqësinë e konsumatorit dhe ato janë në kontrollin e tij.

3.3 Preferencat dhe lakoret e indiferencës

Një mënyrë tjetër për të analizuar sjelljen e konsumatorit është analiza përmes preferencave të konsumatorëve. Kjo analizë mbështetet në renditjen e preferencave që kanë konsumatorët për mallrat e ndryshme dhe bëhet duke përdorur lakoret e indiferencës dhe vijën e buxhetit.

➤ Lakoret e indiferencës

Konsumatorët ndryshojnë shumë për sa u përket preferencave të tyre. **Preferencat** tregojnë renditjen që konsumatori u bën shportave të ndryshme të konsumit. Shporta e konsumit në një botë me dy mallra shënohet (X, Y) dhe na tregon se ç'sasi ka zgjedhur konsumatori për të konsumuar nga malli X dhe Y.

Preferencat tregojnë nëse konsumatori e pëlqen ose nuk e pëlqen një shportë konsumi. Tabela 3.6 paraqet kombinimet e dy mallrave X dhe Y që i japin konsumatorit të njëjtin nivel dobie. Konsumatori është njëlloj i kënaqur sikur konsumon kombinimin (6,30) ashtu edhe kur

konsumon kombinime të tjera (7,24); (8,20); (10,14); (13,10); (15,8) dhe (20,6). Preferencat e konsumatorit mund të paraqiten grafikisht me anë të lakoreve të indiferencës:

Pikat në figurë	Kombinimet X dhe Y që i japin konsumatorit të njëjtën dobi	
	Mallrat	
	X	Y
a	6	30
b	7	24
c	8	20
d	10	14
e	13	10
f	15	8
g	20	6

Tabela 3.6

Paraqitja grafike e pikave që na jepen në tabelen 3.6 na jep një lakore indiference, sic tregohet në figurën 3.2. **Lakorja e indiferencës** është një vijë që tregon të gjitha kombinimet e 2 mallrave, ndërmjet të cilave konsumatori është indiferent, dmth të gjitha kombinimet që i japin atij një nivel dobie të njëjtë.

Preferencat e konsumatorit mund të paraqiten nga një bashkësi lakoresh indiference, ku secila prej tyre tregon nivele të ndryshme dobie. Kjo bashkësi quhet **hartë indiference**.

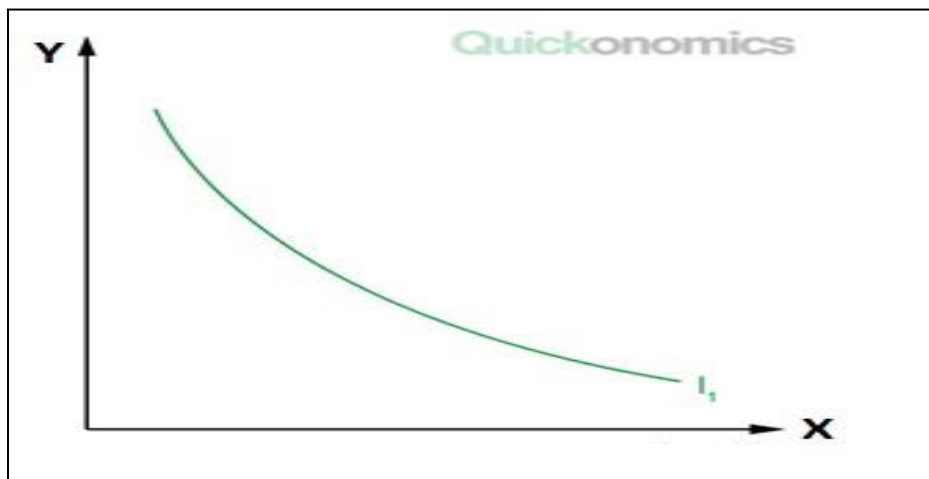


Figura 3.2: Lakorja e indiferencës

➤ Norma marxhinale e zëvendësimit

Pjerrësia e lakores së indiferencës është e barabartë me $\frac{\Delta y}{\Delta x}$.

P.sh midis kombinimeve (a) dhe (b), $\Delta Y = -6$ dhe $\Delta X = 1$. Atëhere pjerrësia e lakores së indiferencës midis pikave (a) dhe (b) është $-6/1 = -6$. Midis kombinimeve (e) dhe (f) kemi $\Delta Y = -2$. Atëhere pjerrësia e lakores së indiferencës midis pikave (c) dhe (f) është $-2/2 = -1$.

Një tjetër emër për pjerrësinë e lakores së indiferencës është **norma marxhinale e zëvendësimit** (Marginal Rate of Substitution) MRS ndërmjet x dhe y.

MRS mat sasinë e mallit y që blerësi është i gatshëm të sakrifikojë për të marrë një njësi shtesë nga produkti x, duke e mbajtur të pa ndryshuar dobinë.

Kur lëvizet përgjatë një lakoreje indifference, norma marxhinale e zëvendësimit bie kur rritet sasia e X, pasi pjerrësia e lakores bëhet më e vogël. Shkaku që norma marxhinale e zëvendësimit është rënëse, lidhet me parimin e dobisë marxhinale rënëse. Kjo do të thotë se konsumatorët marrin gjithnjë e më pak kënaqësi shtesë, sa më shumë njësi malli të konsumojnë. Ky parim bazohet në supozimin se konsumi i mallrave të tjera nuk ndryshon. Por, në rastin e lakoreve të indiferencës kjo nuk është e vërtetë. Kur lëvizet përgjate lakores së indiferencës, sa më shumë konsumohet nga malli X, aq më pak so të konsumohet nga malli Y. si rezultat, dobia marxhinale e X do të bjerë dhe ajo e Y do të rritet. pra, konsumatori do të japë gjithnjë e më pak njësi nga Y për çdo njësi shtesë të X. MRS (norma marxhinale e zëvendësimit) bie.

Ndërmjet MRS dhe dobive marxhinale egziston një lidhje e rëndësishme. Dobia që sakrifikohet duke hequr dorë nga një sasi e caktuar e mallit Y, duhet të jetë e barabartë me dobinë që fitohet duke konsumuar një njësi më shumë nga X. kështu, sipas shembullit tonë, dobia që sakrifikohet duke hequr dorë nga 6 njësi të Y duhet ta barazojë dobinë që fitohet duke konsumuar një njësi më shumë nga X. pra, dobia marxhinale e X duhet të jetë 6 herë më e madhe se ajo e Y. kështu që, $MU_x/MU_y = 6$. Por kjo është e njëjtë me normën marxhinale të zëvendësimit (shenja minus nuk merret parasysh). Atëherë:

$$MRS = \frac{MU_x}{MU_y} = \text{pjerrësinë e lakores së indiferencës}$$

3.4 Mundësitë e konsumit

➤ Vija e buxhetit

Vija e buxhetit tregon kombinimet e të dy mallrave që konsumatori është në gjendje t'i blejë, kur n'a janë dhënë të ardhurat që konsumatori ka në zotërim dhe çmimet e mallrave.

Tabela 3.7 tregon kombinimet e ndryshme të mallrave X dhe Y që mund të blihen, duke supozuar që çmimi X është 2 (dy) lekë për njësi, çmimi i mallit Y 1 (një) lekë për njësi, të ardhurat e konsumatorit janë 30 (tridhjetë) lekë dhe shpenzohen për të blerë vetëm mallrat X e Y.

Konsumatorët e të dy mallrave X dhe Y		
Pikat përgjatë vijës së buxhetit	Njësitë e mallit X	Njësitë e mallit Y
a	0	30
b	5	20
c	10	10
d	15	0

Tabela 3.7

Duke u nisur nga të dhënat e tabelës 3.7 mund të ndërtojmë grafikisht një vijë buxheti (figura 3.3). nëse konsumatori do t'i shpenzonte të gjitha të ardhurat e tij për mallin Y, do të blinte 30 (tridhjetë) njësi nga Y dhe 0 (zero) njësi nga X. kjo është pika (a) në figurë. Gjithashtu, nëse ai i shpenzon të ardhurat e tij vetëm në mallin X, do të blinte 15 (pesëmbëdhjetë) njësi nga X dhe 0 (zero) njësi nga Y. kjo është pika (d) në figurë. Konsumatori mund të zgjedhë kombinime të ndryshme që ndodhen ndërmjet këtyre pikave.

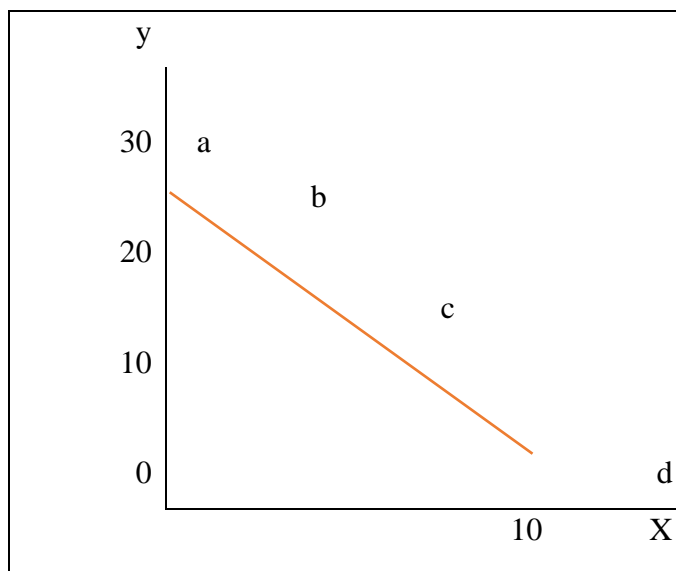


Figura 3.3: Lakorja e indiferencës

Ekuacioni i vijës së buxhetit ka formën, $P_x X + P_y Y = m$, ku P_x dhe P_y , janë përkatësisht çmimet e mallrave dhe m - të ardhurat që konsumatori ka në zotërim për blerjen e këtyre mallrave.

Në figurën 3.3, nëse konsumatori kufizohet vetëm te buxheti prej 30 (tridhjetë) lekësh, atëherë ai mund të konsumojë vetëm ato kombinime mallrash që ndodhen përgjatë vijës së buxhetit ose nën vijën e buxhetit. Ai nuk ka mundësi që ti blejë kombinimet e mallrave që ndodhen në të djathtë të vijës së buxhetit.

➤ **Ndryshimet në vijën e buxhetit**

Kemi thënë se sasi të mallrave që konsumatori mund të blejë varen nga të ardhurat e tij dhe çmimet e dy mallrave. Atëherë le të tregojmë se si do të ndikojë në vijën e buxhetit ndryshimi i njërit nga këta dy faktorë.

Së pari, le të analizojmë si ndikon ndryshimi i të ardhurave në vijën e buxhetit, kur çmimet e mallrave mbahen të pa ndryshuara. Nëse të ardhurat rriten, vija e buxhetit do të zhvendoset djathtas, paralelisht me vijën tjetër. Supozojmë se të ardhurat e konsumatorit rriten nga 30 deri në 40 lekë, kurse çmimet e mallrave nuk ndryshojnë, pra $P_x = 2$, $P_y = 1$. Shportat e mundshme të konsumit për këto dy buxhete jepen në tabelën 3.8.

Shportat e mundshme të konsumit			
Buxheti 30 lekë		Buxheti 40 lekë	
Njësitë e mallit X	Njësitë e mallit Y	Njësitë e mallit X	Njësitë e mallit Y
0	30	0	40
5	20	5	30
10	10	10	20
15	0	15	10
		20	0

Tabela 3.8

Pra siç e vini re nga tabela, me buxhetin e ri konsumatori do të blejë më shumë. Kështu, për shembull, nëse me buxhetin 30 lekë konsumatori mund të blejë 7 njësi nga X dhe 16 njësi nga Y (pika m në figurën 3.4), me buxhetin e ri prej 40 lekësh kjo do të ngrihet në 10 njësi nga X dhe

20 njësi nga Y (pika n në figurën 3.4), ose në një kombinim tjetër (X, Y) përgjatë vijës së re më lartë të buxhetit.

Çmimet relative të dy mallrave jepen nga pjerrësia e vijës së buxhetit. Pjerrësia e vijës së buxhetit në figurën 3.4 është $\Delta Y / \Delta X = -30 / 15 = -2$. Pra, **pjerrësia e vijës së buxhetit** është e barabartë $(-P_x / P_y)$.

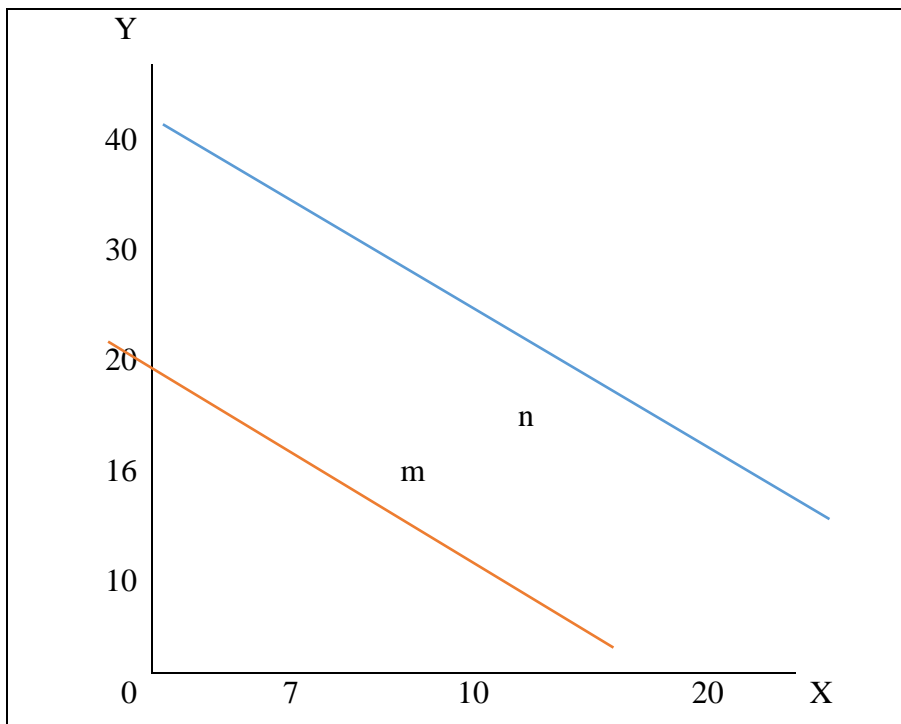


Figura 3.4 Lakorja e indiferencës

Le të shohim ndikimin që ka ndryshimi i çmimit mbi vijën e buxhetit. Nëse ndryshon çmimi i një malli dhe çmimi i mallit tjetër dhe të ardhurat mbahen të pa ndryshuara, do të ndryshojë pjerrësia e vijës së buxhetit dhe ajo do të rrotullohet rreth koordinatës së mallit, çmimi i të cilit nuk ndryshon.

Supozojmë se çmimi i mallit X nga 2 (dy) lekë për njësi bëhet 1 (një) lekë për njësi, pra p_x ulet, kurse çmimi i mallit Y dhe të ardhurat nuk ndryshojnë. Vija e re e buxhetit do të rrotullohet rreth ordinatës, pra ajo bëhet më e sheshtë. Vija e re e buxhetit ka të njëjtën ordinatë me vijën fillestare të buxhetit, kurse abshisa zhvendoset djathtas, si në figurën 3.5

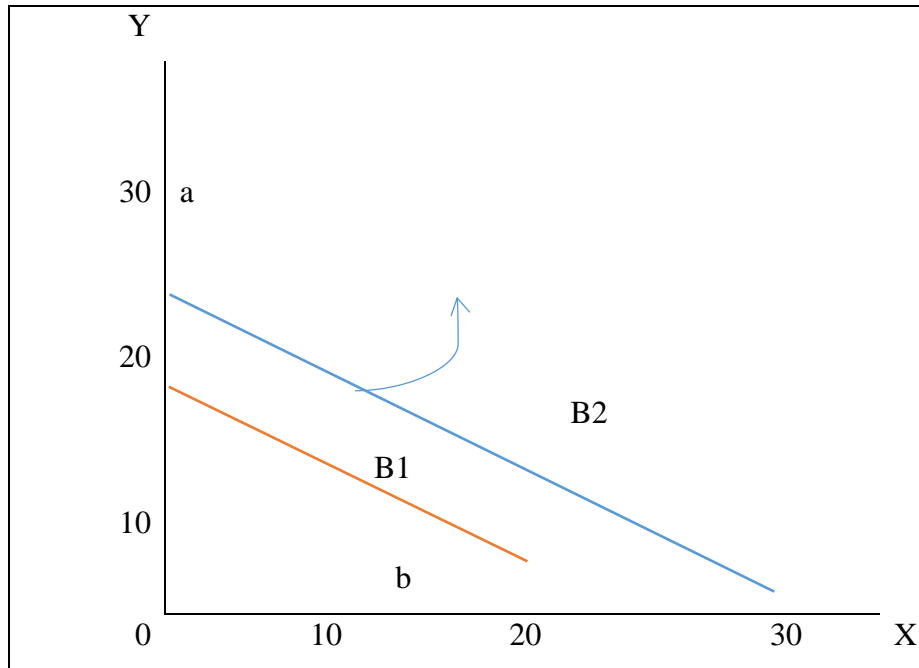


Figura 3.5: Lakorja e indiferencës

3.5 Zgjedhja racionale

➤ Zgjedhja e pikës optimal

Lakoret e indiferencës paraqesin preferencat e konsumatorit, kurse vija e buxhetit paraqet mundësitë e konsumatorit për të blerë mallra dhe shërbime. Për të treguar se çfarë zgjidhje duhet të bëjë konsumatori, analizojmë së bashku preferencat dhe buxhetin e tij. Le të shohim figurën 3.6.

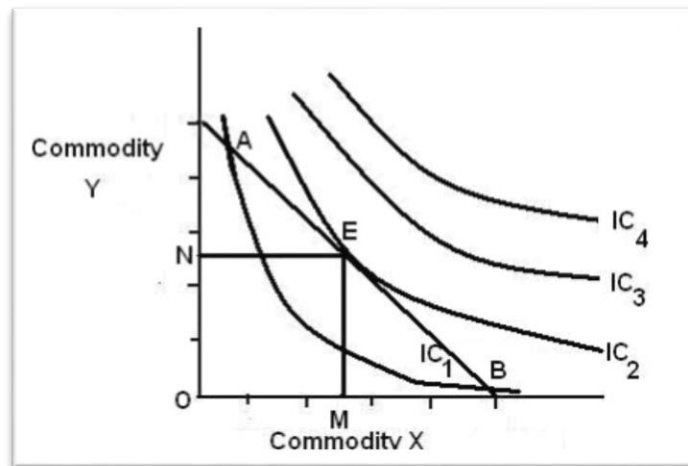


Figura 3.6: Lakorja e indiferencës

Pikat që ndodhen përgjate lakoreve I_4 dhe I_5 , janë pika të preferuara nga konsumatori, por ato nuk mund të konsumohen prej tij, pasi ndodhen mbi vijën e buxhetit. Nga ana tjetër, konsumatori mund të konsumojë në disa pika përgjatë lakoreve I_1 , I_2 dhe I_3 . Nëqoftëse konsumatori i konsumon kombinimet u , s dhe r , këto kombinime nuk janë racionale, por ato vërtet ndodhen në vijën e buxhetit, por janë njëkohësisht në lakore indiference më të ulta. Pra, dobia që merr konsumatori duke i konsumuar shportat që paraqiten nga pikat u , s (I_2) dhe r (I_1) është më e vogël se dobia që do të marrë ai nëse konsumon kombinimin t (I_3), që ndodhet në një lakore indiference më të lartë.

Shporta optimale e konsumit gjendet në pikën ku vija e buxhetit është tangjente me lakoren më të lartë të arritshme të indiferencës. Në këtë pikë norma marxhinale e zëvendësimit (MRS) barazon normën e kombinimit (p_x/p_y). Kushti që duhet të plotësohet në mënyrë që konsumatori të bëjë një zgjedhje racionale është:

$$MRS = \frac{MU_x}{MU_y} = \frac{p_x}{p_y}$$

➤ **Ndryshimet në zgjedhjen e konsumatorëve**

Çfarë ndodh nëse çmimi i mallit X rritet, ndërsa çmimi i mallit Y mbetet i pandryshuar? Nëqoftëse ndryshon çmimi i mallit kemi dy pasoja:

- ndryshon raporti i çmimeve midis dy mallrave;
- ndryshon **fuqia blerëse** e përgjithshme e të ardhurave.

Ndryshimi i kërkesës, që shkaktohet nga ndryshimi i raportit të këmbimit ndërmjet dy mallrave, quhet efekt zëvendësimi. Kurse ndryshimi i kërkesës që shkaktohet nga ndryshimi i fuqisë blerëse njihet si efekt i të ardhurave. Të ardhurat reale nuk shprehen në para, por janë sasia e mallrave që konsumatori është në gjendje të blejë. Fuqia blerëse ose të ardhurat reale të konsumatorit bien, nëse për një shumë të caktuar të ardhurash ai blen me pak mallra dhe shërbime. Kështu, nëse ngrihet çmimi i mallit X, konsumatori do të blejë një sasi më të vogël nga ky mall për dy arsye:

1. Malli bëhet relativisht më i shtrenjtë dhe konsumatori mund ta zëvendësojë atë. Ky është **efekti i zëvendësimit**. Efekti i zëvendësimit për një ndryshim në çmim tregon ndryshimin në kërkesë që shkaktohet nga ndryshimi në çmimet relative të mallrave.

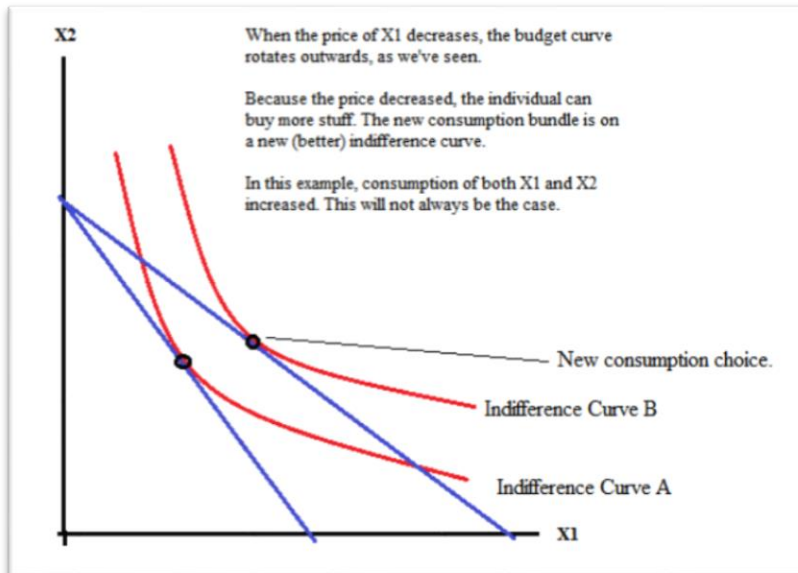


Figura 3.7: Lakorja e indiferencës

2. Ai nuk ka mundësi të blejë të njëjtën sasi (çmimi i mallit ngrihet, të ardhurat monetare janë të pandryshuara, sasia e blerë e mallit bie). Ky quhet **efekti i të ardhurave**. Efekti i të ardhurave është ajo pjesë e ndryshimit të kërkesës që shkaktohet nga ndryshimi në të ardhurat reale.

Në figurën 3.7 çmimi i së mirës normale X është ngritur dhe vija e buxhetit është rrotulluar nga brenda nga B_1 te B_2 . Pika e konsumit optimal ka lëvizur nga (f) tek (h). Konsumi i mallit X ulet nga sasia x_1 në x_3 . Ndryshimi në konsum shkaktohet pjesërisht nga efekti i zëvendësimit dhe pjesërisht nga efekti i të ardhurave.

Efekti i zëvendësimit. Për t'i ndarë këto dy efekte nga njëri tjetri, kemi paraqitur në figurë një vijë të re buxheti B_{1a} , e cila është paralele me vijën B_2 . Duke qenë paralele me B_2 ajo paraqet raportin e ri të çmimeve (X ka çmim më të lartë). Kjo vijë është tangjente me lakoren I_1 në pikën (g). Pra, megjithëse kanë ndryshuar çmimet, konsumatori do të marrë të njëjtën dobi si më parë. Në këtë rast, nuk kemi humbje në të ardhurat reale të konsumatorit. Lëvizja nga pika (f) në pikën (g) shkaktohet nga ndryshimi në çmimet relative të X dhe Y . Lëvizja nga x_1 në x_2 tregon efektin e zëvendësimit.

Efekti i të ardhurave. Në fakt, vija e buxhetit është zhvendosur te B_2 dhe konsumatori është i detyruar të konsumojë një shportë që ndodhet në një lakore indiferece më të ulët I_2 . Të ardhurat reale të tij bien. Lëvizja nga x_2 në x_3 tregon efektin e të ardhurave.

3.6 Lidhja midis dobisë së përgjithshme dhe dobisë marzhinale. Interpretimi grafik

Konsumi i të mirave dhe shërbimeve bën që kënaqësia e përgjithshme që marrim do të vijë duke u rritur . Nëse, sasia nis nga 0 (zero) njësi edhe dobia e përgjithshme që do të marrim do të jetë po 0 (zero).

Supozojmë se, në një ditë të lodhshme pune apo studimi ju zgjidhni të konsumoni lëng shege. Sa më shumë ju konsumoni aq më tepër kënaqësia e përgjithshme rritet , por kënaqësia që marrim nga njësitë shtesë vjen duke u ulur. Kjo është dobia marzhinale (marginal utility): kënaqësia që marrim nga konsumi i një njësie shtesë të të mirës në një periudhë të dhënë kohe.

Sasia e konsumuar (njësi, Gota) Lëng shege.	Dobia e përgjithshme (TU)	Dobia marzhinale (MU)
0	0	-
1	10	10
2	18	8
3	24	6
4	28	4
5	30	2
6	30	0
7	29	-1

Nga tabela shikojmë se, duke u rritur sasia që konsumojmë ,dobia totale rritet nga 0 kur nuk konsumojmë lëng deri në 30 njësi dobie në gotën e 5 dhe të 6-të. Dobia totale rritet nga zero në 30 njësi dobie dhe në gotën e 7 ajo zbritet në 29 njësi dobie. Dobia marzhinale, sikurse shikojmë në kolonën e 3-të ka vlerat maksimale në njësitë e para të konsumuara dhe më tej mer edhe vlerë 0 , apo vlerë negative -1. Kjo si rrjedhojë e Ligjit të dobisë marzhinale zbritëse ,Ligj sipas të cilit : Dobia që marrim nga konsumi i njësitëve të njëpasnjëshme të një të mire ,zvogëlohet për sa kohë konsumi i të mirave të tjera mbetet e pandryshuar.

Paraqitja grafike e dobisë së përgjithshme (TU) është një lakore me pjerrësi positive ,me rritjen e konsumit rritet dobia e përgjithshme.

Paraqitja grafike e dobisë së marzhinale (MU) është një lakore me pjerrësi negative,me rritjen e konsumit dobia e marzhinale bie.

Tema 4 .Prodhimi, kostot, të ardhurat dhe fitimi i ndërmarrjes.

4.1. Prodhimi dhe funksioni i prodhimit

Parimi nga i cili udhëhiqet firma është maksimizimi i fitimit dhe për ta përmbushur, më parë duhet të prodhojë. Në ekonominë e tregut firma është agjenti ekonomik i cili i kombinon faktorët e prodhimit ,tokë ,punë dhe kapital së bashku me aftësitë e veta sipërmarrëse në funksion të prodhimit .Ajo blen ose merr me qira faktorët e prodhimit: tokën, punën, kapitalin dhe aftësitë sipërmarrëse, i organizon ato në një mënyrë të caktuar për të prodhuar mallra ose shërbime, të cilat i shet me qëllim që të sigurojë fitim.

Mallrat dhe shërbimet realizohen nëpërmjet **prodhimit**. Prodhimi është një proces me anën e të cilit faktorët e prodhimit kthehen në mallra ose në shërbime. Në procesin e prodhimit, faktorët e prodhimit kombinohen në mënyra të ndryshme për të prodhuar një sasi të caktuar produkti.

Funksioni i prodhimit paraqet sasinë maksimale të produktit që mund të prodhojë firma me çdo kombinim të faktorëve të prodhimit, me një nivel të dhënë teknologjie, në një periudhë kohe të dhënë (në ditë, në muaj, në vit).

Në procesin e prodhimit firmat mund të përdorin faktorë të ndryshëm prodhimi, si: punë, makineri, pajisje, lëndë të para, energji elektrike etj. Për lehtësi studimi ekonomistët supozojnë se firma përdor vetëm dy faktorë prodhimi: punën (L) dhe kapitalin (K). Funksioni i prodhimit në periudha afatshkurtra në mënyrë algjebrike paraqitet:

$$Q_{\text{maksimale}} = f(\bar{K}, L)$$

Shprehja algjebrike tregon se sasia e prodhimit maksimal të firmës (Q) është funksion i madhësisë të faktorit të fiksuar kapitalit (K) dhe faktorit të ndryshëm punë (L) të përdorur në procesin e prodhimit.

4.2 Dallimi ndërmjet periudhës afatshkurtër dhe asaj afatgjatë

Ekonomistët dallojnë dy periudha kohore gjatë të cilave studiojnë funksionin e prodhimit:

periudha afatshkurtër dhe **periudha afatgjatë**.

Në periudha afatshkurtra të paktën njëri nga faktorët e prodhimit mbetet konstant. Zakonisht, kur kemi dy faktorë prodhimi (K dhe L), kapitali konsiderohet i fiksuar ndërsa puna e ndryshueshme. Faktori i prodhimit, madhësia e të cilit nuk ndryshon kur ndryshon sasia e prodhimit, quhet

faktor i pandryshueshëm (në këtë rast kapitali). Në të kundërt, faktori i prodhimit, madhësia e të cilit ndryshon kur ndryshon sasia e prodhimit, quhet *faktor i ndryshueshëm* (në këtë rast puna). Si rrjedhojë, në periudha afatshkurtra, prodhimi mund të rritet vetëm duke përdorur më shumë punë. Në periudha afatgjata, të gjithë faktorët e prodhimit janë të ndryshueshëm, pra prodhimi mund të rritet duke ndryshuar jo vetëm punën, por edhe kapitalin.

Funksioni i prodhimit në periudha afatgjata në mënyrë algjebrike paraqitet: $Q_{maksimale} = f(K, L)$, ku K dhe L janë faktorë prodhimi të ndryshueshëm.

Funksioni i prodhimit mund të paraqitet edhe në mënyrë tabelare dhe grafike . Në tabelën e mëposhtëme faktori punë (L) është i ndryshueshëm, ai rritet nga 0 në 8 njësi, ndërsa kapitali është i fiksuar 5 njësi.

L	K	TPP	MPP	APP
0	5	0	-	-
1	5	5	5	5
2	5	20	14	10
3	5	39	19	13
4	5	58	19	17
5	5	70	12	14
6	5	80	10	13.3
7	5	80	0	11.4
8	5	75	-5	9.37

Tabela: 4.1 Paraqitja tabelare e funksionit të prodhimit

Treguesit kryesorë të prodhimit

Nga tabela dallojmë tre tregues kryesorë të prodhimit. Në kolonën (3) të tabelës paraqitet **produkti i përgjithshëm fizik** (TPP), i cili paraqet sasinë maksimale të produktit të prodhuar nga kombinimi i faktorit punë (L) dhe faktorit të fiksuar kapital (K).

Në kolonën (4) të tabelës paraqitet një tregues tjetër i procesit të prodhimit që quhet **produkti marxhinal fizik** (MPP), i cili paraqet shtesën në produktin total fizik, që rezulton kur firma ndryshon me një njësi sasinë e faktorit të ndryshueshëm punë. Produkt marxhinal do të thotë produkt shtesë, ai llogaritet me formulën:

$$MPP = \Delta TPP / \Delta L = TPP_n - TPP_{n-1} / L_n - L_{n-1}$$

Ku: ΔTPP paraqet për shembull ,diferencën $TPP3 - TPP2$, ndërsa ΔL paraqet diferencën $L3- L2$ etj. Kështu , duke iu referuar tabelës kur punësohen 3 punëtorë $TPP1$ është 39 njësi; kur punësohen 4 punëtorë $TPP2$ është 58 njësi; produkti marxhinal fizik i punëtorit të katërt është 19 njësi, që llogaritet si më poshtë:

$$MPP = 58-39/4-3 = 19$$

Numri 19 do të thotë se punëtori shtese (nga 3 në 4) e rrit produktin e përgjithshëm me 19 njësi.

Produkti mesatar fizik (APP) paraqitet në kolonën (5) të tabelës 5.1. Ky tregues gjendet duke pjesëtuar produktin e përgjithshëm fizik (TPP) me numrin e njësisive tëfaktorit të ndryshueshëm (L), që e ka prodhuar këtë sasi produkti. Formula e llogaritjes së produktit mesatar fizik është:

$$APP = TPP/L$$

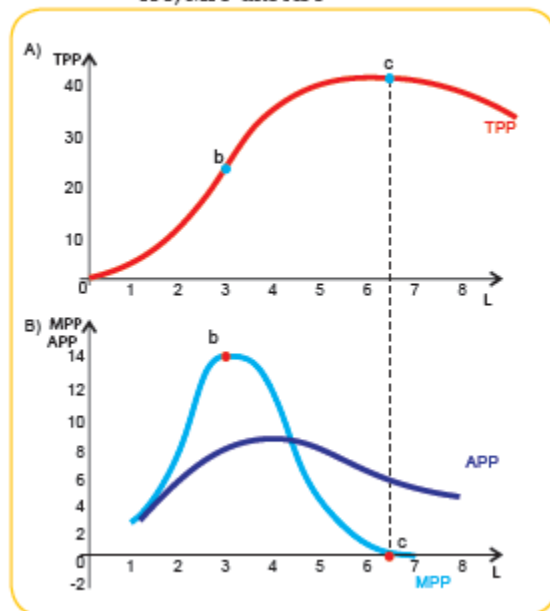
4.3. Ligji i të ardhurave rënëse

Duke u bazuar në të dhënat e shtyllës (1) dhe (4) të tabelës nga mësimi i kaluar mund të ndërtojmë lakoren e MPP-së, dhe në të dhënat e shtyllës (1) dhe (5) mund të ndërtojmë lakoren e APP-së, si në figurën më poshtë. Nga kjo figurë mund të konstatojmë se të tria lakoret kanë një mënyrë sjelljeje të caktuar, kur rritim faktorin punë (L) dhe mbajmë konstant faktorin kapital (K). Sjelljet e lakoreve për të tre treguesit kryesorë të prodhimit shpjegohet me faktin se në periudha afatshkurtra vepron **ligji i të ardhurave rënëse**. *Në qoftë se ndaj një sasi të dhënë të një faktori të fiksuar të prodhimit (në rastin tonë ndaj kapitalit) shtohen njësi të njëpasnjëshme të faktorit të ndryshueshëm të prodhimit (në rastin tonë puna) në një moment të caktuar TPP, MPP dhe APP do të zvogëlohen.*

Për të kuptuar përmbajtjen dhe veprimin e ligjit të të ardhurave rënëse le t'i kthehemi tabelës . Kur firma e rrit numrin e punëtorëve nga 1 në 2, MPP-ja është 5 njësi. Në qoftë se shtohet edhe një punëtor tjetër në punë, MPP rritet në 14 më tej në 19 . Por , në qoftë se firma e rrit numrin e të punësuarve më shumë se 4 punëtorë, MPP-ja fillon të bjerë. Pra, pas punësimit të punëtorit të katërt çdo punëtor i punësuar shton gjithnjë e më pak produkt shtesë, rrjedhimisht TPP-ja rritet me ritme rënëse. Rënie e MPP-së dhe treguesve të tjerë të prodhimit shpjegohet me faktin se shtimi i punëtorëve kur sasia e kapitalit është e fiksuar, ndryshojnë raportet në të cilat kombinohen të dy faktorët. Në këto kushte, kombinimi më i mirë i faktorëve është ai që krijon

mundësi përdorimi sa më optimale të pëdorimit të faktorëve të prodhimit. Për sa kohë lëvizim drejt kombinimit më të mirë të faktorëve të prodhimit, produkti rritet, ndërkohë dhe për sa kohë që i largohemi këtij kombinimi produkti do të ketë prirje të bjerë (vepron ligji i të ardhurave rënëse). Duhet të theksojmë se ky ligj vepron vetëm në periudha afatshkurtra. Në periudha afatgjata, ku të gjithë faktorët e prodhimit janë të ndryshueshëm dhe teknologjia ndryshon, ai nuk vepron.

Figura 5.1: Paraqitja grafike e lakoreve të TPP, MPP dhe APP



4.4. Lidhja e ligjit të të ardhurave rënëse me prodhimin

Kostot e prodhimit në afat të shkurtër ndahen në dy kategori.

1.Kostot të pandryshueshme (TFC ose FC), ku përfshijmë të gjitha shpenzimet monetare që bën firma për blerjen e faktorëve të fiksuar të prodhimit. Kostot fikse paraqesin shumën e të gjitha shpenzimeve monetare, të cilat nuk janë të lidhura me nivelin e prodhimit. Për shembull, në këto kosto përfshihen shpenzimet për qira; pagesat e interesit për huatë, etj. Firma është e detyruar të bëjë këto lloj pagesash në periudha të caktuara, pavarësisht nga niveli i prodhimit, madje edhe kur ai është zero.

2. Kostot e ndryshueshme (TVC ose VC), paraqesin të gjitha shpenzimet monetare që bën firma për blerjen e faktorëve të ndryshueshëm të prodhimit. Niveli i këtyre shpenzimeve monetare ndryshon me ndryshimin e nivelit të prodhimit. Në këto kosto përfshihen shpenzimet për pagat e punëtorëve, për lëndët e para, për energjinë elektrike, për transportin e produkteve etj.

Kostot e përgjithshme (TC) paraqesin shpenzimet e përgjithshme monetare, që bën firma për të prodhuar mallin. Kostot e përgjithshme janë të barabarta me shumën e Kostove fikse (TFC) dhe Kostove të ndryshueshme (TVC) :

$$TC = TFC + TVC.$$

Përveç kostove të mësipërme ekzistojnë dhe :

- Kostoja e përgjithshme mesatare (ATC) e cila llogaritet: $ATC = TC/Q$
- Kostoja fikse mesatare (AFC) e cila llogaritet : $AFC = FC / Q$
- Kostoja e ndryshueshme mesatare (AVC), e cila llogaritet : $AVC = VC / Q$

4.5 Produkti mesatar dhe marxhinal

Produkti mesatar fizik gjendet duke pjesëtuar produktin e përgjithshëm fizik (TPP) me numrin e njësive tëfaktorit të ndryshueshëm (L), që e ka prodhuar këtë sasi produkti. Formula e llogaritjes së produktit mesatar fizik është:

$$APP = TPP/L$$

Numri i punëtrëve L	TPP	APP
0	0	-
1	4	4
2	9	4.5
3	18	6
4	28	7
5	25	5

Produkti marxhinal fizik paraqet shtesën në produktin total fizik, që rezulton kur firma ndryshon me një njësi sasinë e faktorit të ndryshueshëm punë. Produkt marxhinal do të thotë produkt shtesë, ai llogaritet me formulën:

$$\text{MPP} = \frac{\text{MPP}_n - \text{MPP}_{n-1}}{L_n - L_{n-1}}$$

Në periudhë afatshkurtër për sa kohë rritet numri i punonjësve rritet MPP ,kjo deri në momentin kur nis të veprojë ligji i të ardhurave marzhinale rënëse .Produkti shtesë nis të bjerë dhe të ardhurat shtesë gjithashtu.

Numri i punëtrëve L	TPP	MPP
0	0	-
1	4	4
2	9	5
3	18	8
4	28	10
5	25	-3

4.6. Kostot mesatare dhe marzhinale

Kostoja marzhinale (MC) paraqet shtesën në koston e përgjithshme (TC) kur firma rrit me një njësi sasinë e prodhimit. Pra, kostoja marzhinale (MC) tregon se sa i kushton firmës prodhimi i një sasive produkti shtesë. Ky tregues i shërben firmës për të marrë vendim në lidhje me ndryshimin e nivelit të prodhimit dhe ai ka një përdorim të gjerë në analizat ekonomike. Kostoja marzhinale llogaritet me formulën ku $Q = \text{TPP}$:

$$\text{MC} = \frac{\Delta \text{TC}}{\Delta Q} = \frac{\text{TC}_n - \text{TC}_{n-1}}{Q_n - Q_{n-1}}$$

Në këtë rast themi se kur firma e rrit sasinë e prodhimit nga tre në katër, kostoja e përgjithshme e saj rritet me 10 dollarë. Të gjitha kategoritë e kostove mesatare dhe vlerat e koston marzhinale janë llogaritur dhe paraqiten në tabelën e mëposhtme .

Q	0	1	2	3	4	5	6	7
TFC	0	10	10	10	10	10	10	10
TVC	0	6	8	10	14	20	32	46
TC	0	16	18	20	24	30	42	56

Kostot mesatare të prodhimit në periudha afatshkurtra dhe kostoja marxhinale

Q	0	1	2	3	4	5	6	7
AFC	0	10	5	3.3	2.5	3	1.6	1.42
AVC	0	6	4	3.3	3.5	4	5.33	6.57
ATC	0	16	9	6.66	6	7	7	8
MC	-	16	2	2	4	6	12	14

Në temën e parë jeni njohur me konceptin e kostos oportune. Kjo kosto paraqet vlerën e alternativës më të mirë nga e cila heqim dorë kur bëjmë një zgjedhje. Ekonomistët llogarisin koston oportune dhe dallojnë nga kontabilistët nga mënyra sesi e llogarit koston. Për ta bërë më të qartë dallimin midis tyre duhet të njohim edhe dy kategori të tjera të kostove.

1. *Kosto kontabile* (ose të drejtpërdrejta), e cila paraqet shpenzimet monetare që bën firma për prodhimin e mallit.

2. *Kosto oportune* (ose të nënkuptuara), e cila ka të bëjë me faktorët e prodhimit që janë pronë e firmës, por që kanë alternativa të tjera përdorimi. Ato paraqesin të ardhurat që mund të merrte firma, në qoftë se faktorët e prodhimit që zotëron do t'i përdorte në një alternativë tjetër prodhimi.

Për kontabilistët, kostoja e përgjithshme e mallit është e barabartë vetëm me koston kontabile (ose të drejtpërdrejta), ndërsa për ekonomistët është e barabartë me kosto kontabile (ose të drejtpërdrejta) **plus** kosto oportune (ose të nënkuptuara).

Duke llogaritur kategori të ndryshme të kostove do të kemi edhe kategori të ndryshme të fitimit. Fitimi (shënohet me Π) llogaritet si diferencë midis të ardhurave totale (TR) dhe koston totale (TC) pra, $\Pi = TR - TC$. Fitimi kontabël do të llogaritet: Të ardhura totale (TR) minus koston totale kontabile ($TC_{\text{kontabile}}$). Ndërsa, fitimi ekonomik do të llogaritet: Të ardhura totale (TR) minus koston totale oportune (TC_{oportune}). Për rrjedhojë fitimi kontabël do të jetë gjithmonë më i

madh se fitimi ekonomik, pasi nga e njëjta madhësi të ardhurash (TR) zbriten madhësi të ndryshme të kostove.

Ekziston një lidhje e rëndësishme midis lakores së kostos marxhinale dhe lakoreve të kostove mesatare. Lakorja e kostos marxhinale (MC) (pjesa rritëse e saj) i pret lakoret e kostos variabël mesatare (AVC) dhe lakoren e kostos të përgjithshme mesatare (ATC) në minimumin e tyre, ç'ka do të thotë se pas kësaj pike grafikisht dhe momenti ekonomikisht, kostot shtesë do të jenë më të larta, për çdo njësi të prodhuar. Thënë me fjalë të tjera çdo njësi e prodhuar përtej pikës ku $MC = MR$ do të ketë MC më të madhe se sa MR.

Kosto në periudhën afatgjatë

Kur kostot mesatare në periudha afatgjata ulen me rritjen e sasisë së prodhimit, themi se kemi të bëjmë me **ekonomizime(kursime) rritëse të shkallës**. Kur kostot mesatare në periudha afatgjata mbeten konstante me rritjen e sasisë së prodhimit, themi se kemi të bëjmë me ekonomizime konstante të shkallës. Kur kostot mesatare në periudha afatgjata rritet me rritjen e sasisë së prodhimit, themi se kemi të bëjmë me ekonomizime zbritëse të shkallës.

Llogaritja e fitimit dhe maksimizimi i tij

Duke llogaritur kategori të ndryshme të kostove do të kemi edhe kategori të ndryshme të fitimit. Fitimi (shenohet me Π) llogaritet si diferencë midis të ardhurave totale (TR) dhe kostos totale (TC) pra, $\Pi = TR - TC$. Fitimi kontabël do të llogaritet: Të ardhura totale (TR) minus koston totale kontabile ($TC_{\text{kontabile}}$). Ndërsa, fitimi ekonomik do të llogaritet: Të ardhura totale (TR) minus koston totale oportune (TC_{oportune}). Për rrjedhojë fitimi kontabël do të jetë gjithmonë më i madh se fitimi ekonomik, pasi nga e njëjta madhësi të ardhurash (TR) zbriten madhësi të ndryshme të kostove.

Shtëpia diskografike "Aria" realizon një total të ardhurash vjetore $TR = 200.000$ \$. Kostoja kontabël e regjistruar (pagat, shpenzime të lëndëve të para, shpenzime të lëndëve ndihmëse etj.) është 120.000 dollarë, ndërsa kostoja oportune është 60.000 dollarë (qira e papaguar për ndërtesën në pronësi të sipërmarrësit). Po të llogaritim fitimin kontabël dhe fitimin ekonomik do të kemi:

$$\text{Fitimi kontabël} = 200\,000 - 120\,000 = \mathbf{80\,000\ \$}$$

$$\text{Fitimi ekonomik} = 200\,000 - (120\,000 + 60\,000) = \mathbf{20\,000\ \$}$$

Tema 5. Strukturat e tregut dhe mekanizmat e rregullimit të tyre.

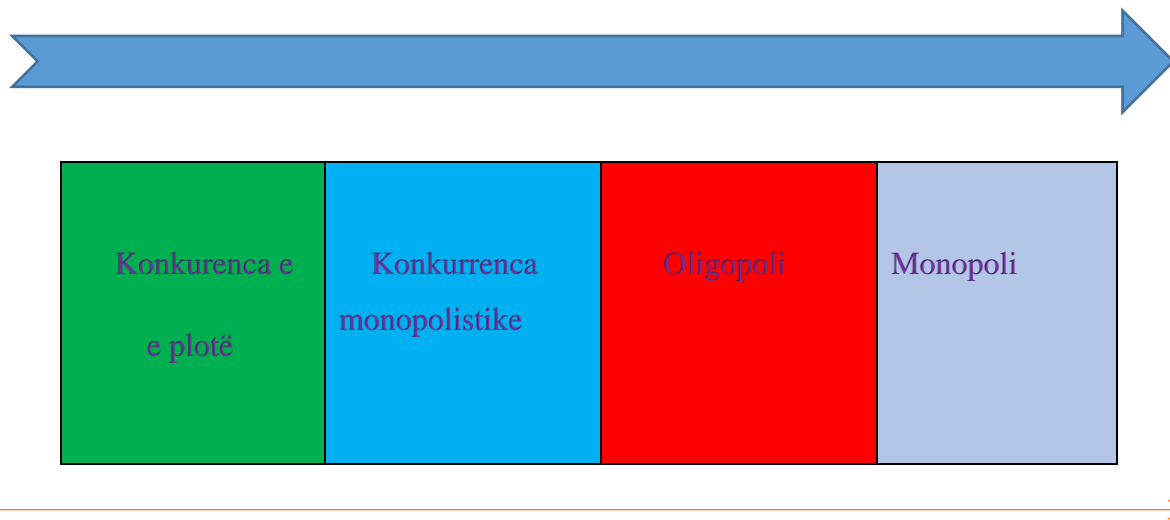
Kuptimi i strukturave të tregut

Çdo firmë apo biznes në fushën ku vepron duhet t'u japë përgjigje pyetjeve:

- Sa do të jetë sasia optimale e produktit që duhet të prodhohet me qëllim që të maksimizojë fitimin e saj?
- Si dhe sa do t'a përcaktojë çmimin e produktit që prodhon dhe shet?

Përgjigja e këtyre pyetjeve përcaktohet nga mënyra e sjelljes së firmës dhe e konkurrentëve të saj në treg. Sjellja e firmës varet shumë nga konkurrenca që ajo ndesh. Firma që vepron në një mjedis me konkurrencë të lartë do të sillet në mënyrë të ndryshme nga firma që paraqet pak ose aspak konkurrencë. E thënë qartë, kjo sjellje përcaktohet nga **struktura e tregut ku ajo bën pjesë**.

Me strukturë të tregut kuptojmë mjedisin konkurrues brenda të cilit veprojnë firmat. Ky mjedis përcaktohet nga numri i firmave në treg, nga natyra e produktit, lehtësia që kanë firmat për të hyrë dhe për të dalë nga tregu, aftësia e firmave për të diferencuar produktet nga ato të rivalëve të tyre etj. Ekonomistët kanë përcaktuar dhe studiuar 4 (katër) lloje kryesore të strukturave të tregut. Spektri i strukturave të ndryshme të tregut paraqitet në figurën e mëposhtme:



Strukturat e tregut, konkurrenca dhe përqëndrimi i tregut.

Në anën e majtë të figurës kemi strukturën e tregut në konkurrencë të plotë, ndërsa në anën tjetër kemi monopolin. Ndërmjet dy skajeve të figures, siç e shohim, kemi 2 (dy) struktura të tjera të

tregut, konkurrencën monopolistike dhe oligopolin, të cilat marrin tipare herë nga konkurrenca e plotë, herë nga monopoli. Shigjeta na tregon se niveli i konkurrencës zvogëlohet, duke lëvizur nga e majta në të djathtë. Secila nga strukturat e tregut ka tipare ose karakteristika të dallueshme nga njëra-tjetra. Studimi i strukturës së tregut ku vepron firma ka rëndësi, sepse ajo përcakton edhe mënyrën e sjelljes së saj në treg, për sa i përket marrjes së vendimeve në përcaktimin e sasisë që do të prodhohet, në përcaktimin e çmimit dhe qëndrimin e firmës ndaj vendimmarrjes së firmave të tjera etj.

5.2. Tiparet e tregut në konkurrencë të plotë

Në ekonomi, ashtu si edhe në lëndë të tjera, bëhen shpesh disa hipoteza për të lehtësuar analizën dhe modelimin e fenomeneve ekonomike. Një nga këto hipoteza është struktura e tregut në konkurrencë të plotë.

Konkurrenca e plotë është rasti ekstrem i konkurrencës dhe ndodh atëherë, kur çdo firmë e ka fuqinë e tregut 0 (zero). Në këtë rast, në treg veprojnë një numër shumë i madh firmash dhe secila duhet të pranojë çmimin që vendoset nga forcat e tregut, pra çmimin që përcaktohet nga ndërprerja e kërkesës së tregut me ofertën e tregut.

Në konkurrencë të plotë “dora e padukshme” e tregut, mekanizmi i kërkesës dhe i ofertës, vepron në mënyrën më efëçente dhe konsiderohet *model ideal*. Studimi i kësaj strukture, megjithëse haset rrallë në realitet, shërben si një pikë referimi për të vlerësuar efëçencën e strukturave të tjera të tregut. Konkurrenca e plotë ka disa tipare të veçanta.

1. *Ekzistojnë shumë shitës dhe shumë blerës*. Në këtë rast nuk kemi parasysh një numër fiks të tyre, por faktin se secili zë një përqindje shumë të vogël në tërësinë e tregut. “Shumë shitës, shumë blerës”, ka kuptimin që kemi aq shumë të tillë sa që asnjëri prej tyre nuk mund të ndikojë mbi çmimin e tregut, duke marrë një vendim në mënyrë të pavarur, të shesë ose të mos shesë, të blejë ose të mos blejë. Firma, në konkurrencë të plotë, nuk e zotëron fuqinë e tregut dhe për rrjedhojë nuk ndikon mbi çmimin.

2. *Firmat prodhojnë dhe shesin produkte dhe shërbime të njëllota (homogjene)*. Një produkt është i njëllotë kur çdo njësi e tij është e padallueshme nga njësitë e tjera të prodhimit. Duke qënë se të gjitha firmat prodhojnë dhe shesin të njëjtin produkt, blerësit janë indiferent se te cili shitës do të blejnë produktin.

3. *Firmat dhe blerësit zotërojnë informacion të plotë.* Në konkurrencë të plotë supozohet se shitësit dhe blerësit zotërojnë informacionin e plotë dhe të domosdoshëm për: lëndët e para, teknologjinë, produktet që prodhohen, çmimet e tyre, tregjet e shitjes, etj. Kjo bën të mundur që shitësit të konkurrojnë me shitësit dhe blerësit me blerësit.

4. *Hyrja dhe dalja e firmave nga tregu është e lirë.* Kjo do të thotë se për firmat nuk ekzistojnë pengesa ekonomike, ligjore, teknologjike, financiare, etj., që të mos i lejojnë ato për të hyrë ose për të dalë lirisht nga tregu.

5. *Shitësit dhe blerësit janë “çmim-pranues”.* Në konkurrencën e plotë çmimi përcaktohet nga kërkesa dhe nga oferta e tregut, firmat janë “çmim pranuese”. Ato mund të shesin mallin vetëm me çmimin që përcakton tregu. Ndodh kështu sepse firma në konkurrencë të plotë, zë një pjesë shumë të vogël në totalin e prodhimit të përgjithshëm të degës ku ajo vepron. Për këtë arsye ajo nuk e zotëron fuqinë e tregut dhe nuk mund të ndikojë në përcaktimin e çmimit të produktit që prodhon dhe shet.

5.3. Ekuilibri i firmës në periudhën afatshkurtër

Çmimet e tregut përcaktohen nga kërkesa dhe oferta dhe firma mund të shesë çdo lloj sasive me këto çmime, lind pyetja: cili është niveli i prodhimit që zgjedh firma? Për të kuptuar më mirë përgjigjen e kësaj pyetjeje duhet të theksojmë që:

1. Synimi themelor i çdo firme është të maksimizojë fitimin.
2. Fitimi përfaqëson midis të ardhurave totale (TR) me koston totale (TC)

Në këtë këndvështrim kostoja totale është kosto ekonomike (oportune), pra përfshin koston e shprehur dhe atë të nënkuptuar. Mbi këtë bazë, përgjigjia e pyetjes do të ishte: firma zgjedh atë nivel prodhimi që maksimizon fitimin e saj.

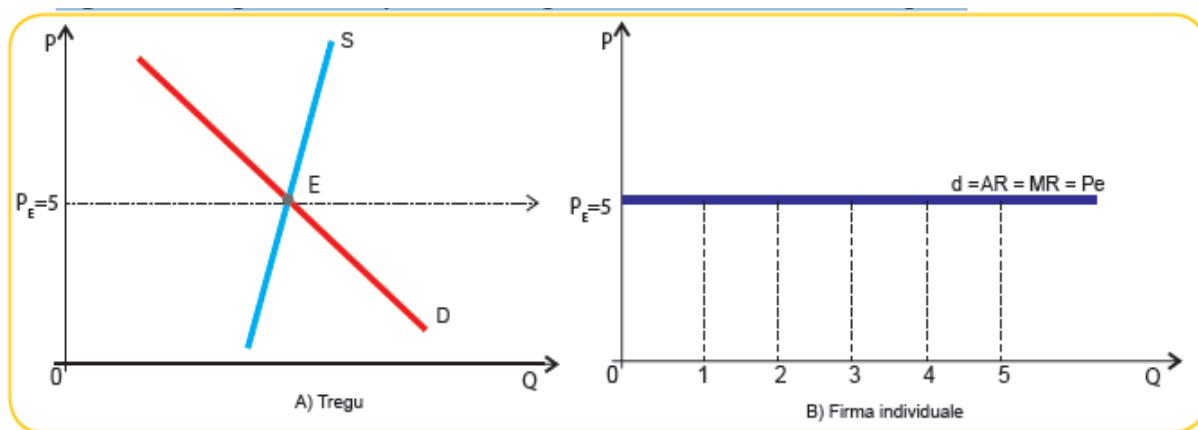
Me të ardhura marxhinale do të kuptojmë ndryshimin në të ardhurat totale, kur prodhimi ndryshon me 1 (një) njësi.

Kemi argumentuar se firma individuale që vepron në konkurrencë të plotë është “çmim-pranuese”. Ky tipar dallues bën që edhe lakorja e kërkesës për mallin që shet firma të ketë një formë paraqitje të ndryshme nga lakorja e zakonshme e kërkesës. Në figurën e mëposhtme paraqitet tregu i mallit që prodhojnë dhe shesin firmat me të dy elementet e tij, lakoren e

kërkesës (D) dhe lakoren e ofertës (S). Pikëprerja e tyre përcakton **çmimin e ekuilibrit të tregut** ($PE = 5\$$) dhe **sasinë e ekuilibrit**.

Çmimi $PE = 5\$$ që përcakton tregu pranohet nga firma individuale. Kjo do të thotë se firma sasinë 1, 2, 3, 4, dhe 5 dhe sasi të tjera do t'i shesë me çmimin 5 \$. Për rrjedhojë, lakorja e kërkesës (e shënojmë me d) me të cilën përballet firma individuale do të jetë paralele me boshtin e sasisë (Q) ose krejtësisht elastike. Lakorja e kërkesës e firmës individuale e pret boshtin e çmimeve në nivelin e çmimit të ekuilibrit të tregut $PE = 5\$$, siç paraqitet në figurë.

Tregu dhe lakorja e kërkesës për firmën në konkurrencë të plotë.



Në qoftë se firma do të merrte një vendim që mallin ta shiste me një çmim më të lartë se $PE = 5\$$, nuk do të shiste asnjë sasi malli, sepse blerësit do të reagonin shumë dhe do të largoheshin prej saj. Ata do ta blinin po të njëjtin mall te shumë firma të tjera me çmim më të ulët. Firmës nuk i intereson që ta shesë mallin me një çmim më të ulët se $PE = 5\$$, për shembull me $P = 4\$$. Vendimi i saj për të ulur çmimin nuk do të ishte racional, sepse të njëjtin mall, si dhe firmat e tjera do ta shiste me çmim më të ulët, duke ulur të ardhurat e saj me 1 (një) dollar për çdo njësi të shitur. Lakorja e kërkesës e firmës individuale që vepron në konkurrencë të plotë përputhet edhe me lakoren e të ardhurave mesatare (AR) dhe lakoren e të ardhurave marxhinale (MR). Kjo vërtetohet lehtësisht po të nisemi nga të dhënat e tabelës së mëposhtme dhe figurës që pamë më sipër.

Treguesit e TR, AR dhe MR

Q	P	TR	AR (TR/Q)	MR (MC= $\Delta TC/\Delta Q$)
1	12	12	12	12
2	12	24	12	12
3	12	36	12	12
4	12	48	12	12
5	12	60	12	12

Firma në vepron në konkurrencë të plotë ka objektiv kryesor maksimizimin e fitimit ekonomik. **(II)**. Fitimi ekonomik llogaritet si diferencë midis të ardhurave të përgjithshme (TR) dhe kostos së përgjithshme oportune (TC): $\Pi = TR - TC$. Kur çmimi i mallit përcaktohet nga tregu, të ardhurat e përgjithshme (TR) të firmës do të përcaktohen nga sasi të prodhuara (Q) dhe të shitura të mallit: $TR = P \times Q$.

Kur TR është e barabartë me TC fitimi ekonomik është 0 (zero), ose thuhet se firma realizon **fitim normal**. Fitimi normal përfshin koston e përgjithshme oportune. Ai paraqet masën e të ardhurave që pronarët mund të marrin, në qoftë se do të përdornin faktorët e prodhimit që zotërojnë, në bizneset e tjera më të mira alternative. Në qoftë se firmat në biznesin që kanë zgjedhur, nuk sigurojnë fitimin normal, ato duhet të marrin një vendim për të përdorur faktorët e prodhimit në një alternativë tjetër më të mirë në biznes. Prandaj, kur flasim për fitim kemi parasysh marrjen e një fitimi mbi fitimin normal që ndryshe quhet **fitim ekonomik (II)**.

Për të realizuar maksimumin e fitimit, firma çmim-pranuese duhet të përcaktojë sasinë optimale të prodhimit që do të sigurojë fitimin maksimal. Sasia optimale e prodhimit që i siguron firmës fitimin maksimal përcaktohet nga një rregull i thjeshtë: $MR = MC$, pra kur të ardhurat marxhinale barazohen me koston marxhinale. Theksojmë se ky rregull është i zbatueshëm në të gjitha strukturat e tregjeve.

5.4. Tiparet e tregut monopol

Termi *monopol* vjen nga greqishtja dhe do të thotë *shitës i vetëm*. **Monopoli** përfaqëson një strukturë të tillë tregu, ku i gjithë produkti i një dege prodhohet dhe ofrohet për shitje nga një

firmë e vetme. Produkti që prodhon monopoli nuk ka zëvendësues të afërt. Kjo do të thotë se asnjë firmë tjetër nuk prodhon produkt të ngjashëm dhe nga ana tjetër, blerësit ose blejnë produktin te firma monopol, ose nuk e blejnë atë fare. Në këtë rast kemi të bëjmë me monopolin e pastër, të cilët janë të rrallë por ekzistojnë në praktikë.

Monopoli është një strukturë tregu, ku i gjithë produkti i një dege prodhohet dhe ofrohet për shitje nga një firmë e vetme.

Ekzistenca e monopolit shpjegohet me faktin se, për të hyrë në degën monopol ka shumë pengesa të llojeve të ndryshme. Ato mund të jenë të natyrës ekonomike ose ligjore, të cilat është e vështirë të kalohen lehtë. Me **pengesa / barriera hyrëse** kuptojmë gjithçka që ndalon hyrjen e firmave të reja dhe konkurrimin e tyre në një industri të konkurrencës joperfekte, siç është monopoli. Pengesat në hyrje mund të jenë të ndryshme, si për shembull:

1. Pengese ekonomike është kostoja e prodhimit. Monopoli ka përparësi të paarritshme nga firmat e tjera në nivelin e kostos së prodhimit. Ai e krijon këtë përparësi, sepse siguron ekonomizimet e shkallës. Ekonomizimet e shkallës krijohen atëherë kur firma arrin të prodhojë prodhim masiv në shkallë të gjerë dhe me kosto për njësi produkti të ulët. Firmat e reja e kanë të vështirë të arrijnë këtë tregues.

2. Krahas pengesave ekonomike ka edhe pengesa ligjore, të cilat çojnë në krijimin e monopolit. Pengesat të tilla mund të jenë: lejet (licencat), patentat, e drejta e autorit dhe markat tregtare.

Licenca është një lejë, që e jep qeveria qendrore ose vendore për ushtrimin e një veprimtarie ekonomike në një aktivitet të caktuar. Në qoftë se një firmë e siguron një leje të tillë, ajo vihet në pozitë të monopolit, sepse firmave të tjera nuk u lejohet të hyjnë në këtë degë pa licencë. Për shembull, monopole të tilla janë ato firma që kryejnë shërbime të rëndësishme publike, si furnizimi me ujë, energji elektrike, etj.. Këto firma lejohen të jenë monopol, sepse produkti është i tillë që konkurrenca do të dëmtonte interesat publike. Mendoni se çfarë mund të ndodhte në qoftë se furnizimi me ujë në një qytet do të bëhej nga disa firma, ku secila do të sillte te dera e shtëpisë nga një tub uji. Këto monopole janë subjekt i rregullimeve dhe i kontrollit nga ana e qeverisë (agjencive rregulluese), e cila përcakton shërbimet që duhet të realizohen, si dhe çmimet e tyre.

Patentat. Për të nxitur idetë dhe shpikjet e reja në prodhim qeveria jep dhe njeh patenta. Patenta i garanton autorit të shpikjes të drejtën që vetëm ai ta prodhojë dhe tregtojë këtë shpikje për një periudhë kohe të caktuar. Në këtë mënyrë patenta i jep autorit të shpikjes një pozitë monopol.

E drejta e autorit është ekskluzive dhe garantohet nga shteti. Ajo i jep mbajtësit të saj të drejtën e kontrollit të botimit. Askush nuk ka të drejtë të kopjojë dhe të shesë veprat e artit dhe të letërsisë pa lejen e autorit.

Markat tregtare mund të jenë një vizatim, një simbol, një emër i veçantë që identifikojnë një produkt, shërbim ose kompani. Konkurrentëve u ndalohet të përdorin markat tregtare që janë të regjistruara më parë ose të ngjashme me to, pasi konsumatorët mund t'i ngatërrojnë me origjinalet.

3. Monopoli mund të krijohet edhe nëpërmjet shkrirjes së dy ose më tepër firmave në një të vetme. Shkrirjet ose bashkimet bëhen për të shmangur konkurrencën dhe për të siguruar fitime sa më të mëdha. Ato sipas rastit mund të jenë:

- horizontale - kur firmat që shkrihen kryejnë të njëjtin biznes. Për shembull, shkrirja e dy firmave që prodhojnë automobile.
- Vertikale - kur firmat realizojnë hapa të ndryshëm të të njëjtit proces prodhimi, për shembull, shkrirja e fabrikës së çelikut me atë të prodhimit të makinave;
- të përziera - kur dy ose më shumë firma që nuk kanë lidhje njëra me tjetrën dhe vihen nën një drejtim të vetëm.

4. Nëse një firmë e vetme **zotëron burime prodhuese** në një degë të caktuar, ajo është në pozitë të një monopolit. Kështu për shembull, kur një firmë zotëron të gjitha minierat e bakrit është e vështirë të futësh në të për të zhvilluar një biznes.

Vende të ndryshme zbatojnë politika kundër monopolit, duke i konsideruar monopolet të padëshirueshme. Por zbatohen edhe politika rregulluese, të cilat e lejojnë ekzistencën e monopolit, por merren masa që ai të mos veprojë kundër interesave të shoqërisë. Politika rregulluese zbatohet sidomos për monopolet e shërbimeve publike. Në këtë rast, firmës monopol i hiqet e drejta për të ndikuar mbi çmimin, ose duke e kaluar firmën në pronësi shtetërore, ose duke i diktuar firmës çmimin nëpërmjet agjencive rregulluese shtetërore.

5.5. Monopoli natyror

Deri tani kemi analizuar dy struktura ekstreme të tregut, konkurrencën e plotë dhe monopolin. Midis këtyre dy ekstremeve ekzistojnë dhe dy forma të tjera të strukturës së tregut, **konkurrenca monopolistike** dhe **oligopoli**. Këto janë struktura tregu që ndeshen më shpesh në jetën e përditshme. Duke qenë midis dy ekstremeve, ato marrin tipare herë në njërin krah e herë në krahun tjetër, të cilat po i analizojmë më poshtë:

Konkurrenca monopolistike, tiparet e saj.

Konkurrenca monopolistike, si struktura tregu, karakterizohet nga tiparet e mëposhtme:

- ✚ Ekzistojnë shumë firma në degë;
- ✚ Nuk ka pengesa për të hyrë dhe për të dalë nga tregu;
- ✚ Produkti është i diferencuar.

Tipari i parë dhe i dytë janë të ngjashëm me konkurrencën e plotë, ndërsa tipari i tretë është i ngjashëm me monopolin. Ekzistenca e shumë firmave do të thotë se një firmë e vetme zë një pjesë të vogël të tregut. Për rrjedhojë, ato nuk e zotërojnë fuqinë e tregut dhe nuk ndikojnë mbi çmimin e tregut (njëlloj si në konkurrencë të plotë), megjithëse ato mund të kenë një kontroll të pjesshëm mbi çmimet e produkteve të tyre individuale për shkak të diferencimit të produktit. Për këtë arsye thuhet se firmat në këtë strukturë tregu janë “çmim-kërkuese.

Kontrolli i pjesshëm mbi çmimin realizohet nëpërmjet **diferencimit të produktit**, i cili është tipari më dallues i kësaj struktura tregu. Për shembull, një restorant gatuan një lloj asortimenti që klienti e gjen vetëm te ky restorant. Duke gatuar një produkt të veçantë restoranti bëhet “monopol” në kuptimin që askush tjetër nuk mund të prodhojë të njëjtin produkt të ngjashëm me të. Kjo krijon mundësinë që restoranti të ketë një kontroll të pjesshëm mbi produktin dhe çmimin e tij.

Diferencimi i produktit, gjithashtu, ndihmon për të arritur cilësi dhe efikasitet të lartë prodhimi. Në këtë strukturë tregu përdoret gjerësisht reklama. Reklama u jep konsumatorëve informacionin për ekzistencën e produktit, sasinë e çmimin e tij, me qëllim që ata të realizojnë një zgjedhje sa më të mirë në treg.

Mënyrat e diferencimit të produktit nga firmat monopolistike.

Firmat në konkurrencë monopolistike, diferencimin e produktit e realizojnë në disa mënyra:

- *Duke ofruar shërbime të diferencuara ndaj konsumatorëve.* Ta zëmë se makinës suaj i ka ardhur koha që të zëvendësojë një pjesë ndërrimi. Janë tri pika shërbimi makinash, që mund ta ofrojnë këtë shërbim me të njëjtin çmim. Por ju zgjidhni atë që krahas ndërrimit të pjesës ofron edhe, psh, larjen e makinës. Shërbimet e diferencuara shtesë tërheqin më shumë klientë.
- *Duke krijuar imazhin e një produkti.* Disa firma për të diferencuar produktet e tyre, përdorin forma të ndryshme të paketimit, markës tregtare, etiketimit, të cilat bien në sy të konsumatorëve.
- *Duke ofruar garanci dhe mbështetje.* Shpeshherë kur shkojmë në dyqan për të blerë një mall të kushtueshëm, për shembull, një lavatriçe ose një televizor, krahas çmimit interesohemi se çfarë garancie na japin për produktin që blejmë ose çfarë mbështetje na ofrojnë për të bërë riparime për produktin që blejmë. Nqs nuk ekzistojnë këto garanci dhe mbështetje largohemi për të blerë në një dyqan tjetër që i ofron këto shërbime shtesë.

5.6. Tiparet e tregut oligopol

Oligopoli është një strukturë tregu që karakterizohet nga këto tipare dalluese:

- Tregu mbizotërohet nga një numër i vogël firmash;
- Firmat në këtë strukturë tregu janë të mëdha;
- Firmat prodhojnë dhe shesin pjesën më të madhe të produktit në treg;
- Vendimet e tyre janë të ndërvarura nga njëra-tjetra.

Ndryshe nga strukturat e tjera të tregjeve, *për oligopolin nuk ka një teori ose një model të vetëm* që të pranohet nga të gjithë ekonomistët, por ka disa modele të oligopolit, të cilat përpiqen të shpjegojnë aspekte të ndryshme të një firme që vepron si pjesë e oligopolit.

Shembuj të oligopolit janë sektorët automobilistë, fabrikat e çimentos, etj. Karakteristikë për oligopolin është shkalla e lartë e përqendrimit të prodhimit në një numër të vogël firmash të mëdha, e cila matet me normën e përqendrimit (ose koncentrimit). *Norma e përqendrimit* paraqet përqindjen e shitjeve të firmave të mëdha në shitjet e përgjithshme të degës. Në qoftë se firmat e mëdha (zakonisht katër ose gjashtë të tilla) realizojnë 60% të shitjeve të përgjithshme të degës, themi se ato veprojnë në strukturën e tregut oligopol.

Produktet që prodhojnë dhe shesin oligopolet mund të jenë të diferencuara ose të standardizuara. Oligopolet që ofrojnë produkte të diferencuara janë, për shembull, firmat që

prodhojnë automobila. Oligopole që ofrojnë produkte të standardizuara janë, psh, ato firma që prodhojnë çimento, bakër, çelik etj.

Tipar karakteristik kryesor i oligopolit është ndërvarësia në kontrollin e çmimeve.

Meqënëse në strukturën e tregut oligopol kemi mbisundimin e disa firmave të mëdha, vendimet e njëjës firmë do të varen nga vendimet e firmave të tjera. Rrjedhimisht, për çdo vendim që merr një firmë, kur formulon strategjinë e vet, duhet të marrë parasysh edhe mënyrën e reagimit të firmave të tjera konkurrenente.

Karakteristikë tjetër e oligopolit është se *ekzistojnë pengesa të forta për hyrjen e firmave të tjera në degë*. Këto pengesa kanë të bëjnë me ekzistencën e ekonomizimeve të shkallës. Firmat e mëdha investojnë kapital të madh me anën e të cilit arrijnë të prodhojnë në shkallë të gjerë me kosto të ulët. Firmat e reja nuk mund të konkurrojnë ato ekzistueset, në qoftë se nuk e zotërojnë këtë sasi të madhe kapitali fillestar. Për shembull, për të hyrë në industrinë e prodhimit të automobilave, fillimisht do të duheshin miliona dollarë.

Pengesa të tjera, ashtu si edhe te monopoli, mund të jenë licencat, kontrolli i burimeve kryesore që zotërojnë firmat ekzistuese, mungesa e informacionit të plotë, etj. Firmat, që veprojnë në strukturën e tregut oligopol, janë tepër të kujdesshme kur për të konkurruar rivalët e tyre përdorin çmimet, sepse marrin parasysh reagimin e firmave të tjera.

Pengesa për hyrjen e konkurrentëve në degë të caktuara mund të krijohen edhe nga marrëveshjet ndërmjet firmave ekzistuese për të kufizuar prodhimin dhe për të caktuar një çmim të njëjtë. Këto marrëveshje çojnë në krijimin e **kartelit**.

Tema 6 . Tregjet e faktorëve të prodhimit

6.1 . Tregu i faktorëve të prodhimit

Në temën e parë është theksuar se **tri përmasat e problemit ekonomik themelor** lidhen me dhënien përgjigje për 3 pyetjet kryesore:

- (i) çfarë të prodhohet dhe në çfarë sasi?
- (ii) si të prodhohet?

- (iii) (iii) për kë të prodhohet? Pyetja (iii) për kë të prodhohet, mund të formulohet ndryshe: **Kush do t'i konsumojë mallrat dhe shërbimet e prodhuara?** Si do të shpërndahen ato midis anëtarëve të shoqërisë?

Këto pyetje e marrin përgjigjen kur analizojmë tregjet e faktorëve të prodhimit.

Në ekonominë e tregut **individët janë zotërues të faktorëve të prodhimit** (punë, tokë, kapital, aftësi sipërmarrëse) të cilët i ofrojnë, i shesin ato në tregjet përkatëse sipas çmimit që ato përcaktojnë (paga, renta, interesi, fitimi) duke siguruar të ardhura. Sa **më shumë faktorë prodhimi të zotërojë individi**, sa më i lartë të jetë **çmimi faktorit të prodhimit** që ata zotërojnë, aq **më shumë të ardhura** do të zotërojë. Për rrjedhojë aq më shumë mallra dhe shërbime do të realizojë, **aq më e lartë do të jetë mirëqënia** e tij. *Shumica e individëve zotërojnë vetëm faktorin punë dhe të ardhurat kryesore të tyre i sigurojnë nga puna.*

Në procesin e prodhimit të mallrave ose shërbimeve të ndryshme marrin pjesë shumë faktorë prodhimi. Por, puna veçohet dhe konsiderohet si faktori kryesor i tij, sepse pa punën asnjë nga faktorët e tjerë, nuk mund të funksionojë. Me punë kuptojmë aftësitë fizike dhe mendore të njeriut për të punuar, pra kontributin që ai jep në procesin e prodhimit. Shumica e njerëzve i sigurojnë të ardhurat kryesore të tyre nëpërmjet pagës që ata marrin duke punuar.

Puna si faktor prodhimi shitet dhe blihet në tregun e punës. Tregu i punës është një ndër tregjet më të rëndësishme që funksionon në ekonominë e tregut. Në tregun e punës individët ofrojnë shërbimin e punës në këmbim të pagës, ndërsa firmat e kërkojnë punën.

Ashtu si tregjet e tjera edhe tregu i punës përbëhet nga dy anë të pandara nga njëra-tjetra: Kërkesa për punë (në këtë anë janë firmat) dhe oferta e punës (në këtë anë janë individët). Nga bashkëveprimi i kërkesës për punë me ofertën e punës përcaktohet paga dhe numri i të punësuarve për një nivel të caktuar page. Por, duhet të theksojmë se në tregun e punës më shumë se kudo ndërthuren dhe bashkëveprojnë forcat e tregut, forcat institucionale, si dhe forcat sociologjike për përcaktimin e pagës dhe numrit të të punësuarve.

6.2. Oferta për punë në konkurrencën e plotë.

Në tregun e punës, në anën e ofertës së punës janë individët. Në tregun e produkteve individi është konsumator i të mirave dhe i shërbimeve dhe njëkohësisht ai është edhe zotërues i

faktorëve të prodhimit, në veçanti i faktorit punë. Në tregun e punës individi ofron punën, prej së cilës ai siguron të ardhura në formën e pagës.

Oferta e punës ka të bëjë me marrjen e vendimit nga ana e një individi nëse do të ofrojë orë pune në tregun e punës dhe në qoftë se po, sa orë do të ofrojë. Marrja e vendimit për të punuar është një zgjedhje midis kohës së lirë dhe të ardhurave të nevojshme për të konsumuar. Në marrjen e vendimit individi tenton të zgjedhë alternativën më të mirë të mundshme. Vendimi për të ofruar punë në treg është para së gjithash një problem që ka të bëjë me përdorimet alternative të kohës që individi ka në dispozicion.

Kohën që individi e ka në dispozicion duhet ta shpërndajë në dy alternativa:

a) *orë punë në treg,*

b) *orë të shpenzuara në aktivitete të tjera.*

Duke e shpërndarë kohën që ka në dispozicion në këto dy alternative përdorimi është e qartë se ekziston një lidhje e zhdrejtë, midis kohës së lirë dhe të ardhurave të siguruar nga puna. Kur shpenzon më shumë kohë të lire (punon më pak) individi fiton më pak të ardhura, kur shpenzon më pak kohë të lirë (punon më shumë) fiton më shumë të ardhura. Sasia e orëve të ofruara në treg do të varet nga niveli i pagës. Në përgjithësi, sa më e lartë të jetë paga aq më shumë orë punë është në gjendje dhe i gatshëm të ofrojë individi në tregun e punës.

Në qoftë se, grafikisht në boshtin vertikal vendosim nivelet e pagave dhe në boshtin horizontal sasinë e orëve të punës të ofruara në treg, po të ndërtonim lakoren e ofertës për punë, ajo do të paraqitet me pjerrësi pozitive, (SLSL) si në figurën 7.2, më poshtë. Ndodh kështu, sepse një nivel page më i lartë e nxit individin të jetë i gatshëm për të punuar më shumë. Në këtë rast themi se tek individi vepron **efekti i zëvendësimit** të kohës së lirë me orë pune të ofruara në treg. Por, me rritjen e pagës, tek individi vepron edhe **efekti i të ardhurave**, por në drejtim të kundërt. Me rritjen e pagës rriten edhe të ardhurat e individit dhe duke supozuar se koha e lirë është një e *mirë normale* (konsumi i saj rritet me rritjen e të ardhurave), individi do të “konsumojë” (të harxhojë) më shumë kohë të lirë. Për rrjedhojë ai do të reduktojë orët e punës të ofruara në treg. Për pasojë lakorja e ofertës nuk do të paraqitet sipas vijës SL SL , por do të brylëzohet në drejtim të boshtit vertikal sipas vijës **SLË SLË**.

Pra, kur paga rritet deri në nivelin E_0 vepron efekti i zëvendësimit dhe orët e punës në treg rriten. Më pas, me rritjen e mëtejshme të pagës mbi E_0 , për shembull, në nivelin W_1 hyn në veprim efekti i të ardhurave, i cili e nxit individit të konsumojë më shumë orë të lira dhe oferta e orëve

të punës zvogëlohet nga L_0 në L_1 . Lakorja e brylëzuar në figurën 7.2 na paraqet lakoren e ofertës individuale për punë. Theksojmë se lakorja e ofertës për punë është e ndryshme për individë të ndryshëm.

Lakorja e ofertës për punë e tregut ndërtohet duke mbledhur horizontalisht të gjitha kurbat e ofertave individuale për një lloj pune të caktuar.

Oferta e punës ka të bëjë me marrjen e vendimit nga ana e një individi nëse do të ofrojë orë punë në tregun e punës dhe në qoftë se po, sa orë do të ofrojë.

Figura 7.2: Lakorja e ofertës për punë individuale

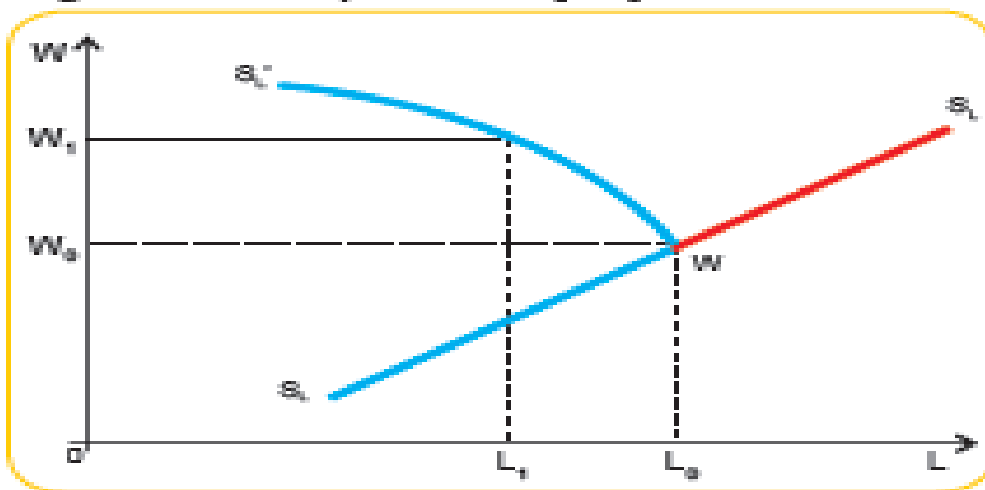


Figura 7.3: Lakorja e ofertës për punë e gjithë tregun



6.3. Kërkesa për punë në tregun e faktorëve të prodhimit

Firmat e kërkojnë faktorin punë, sepse ajo është një ndër faktorët më të rëndësishme të procesit të prodhimit. Faktorët e tjerë si kapitali, toka nuk do të funksiononin në qoftë se ato nuk i vë në

lëvizje dhe përdorim puna. Në tregun e punës në anën e kërkesës për punë janë firmat. Duhet të theksojmë se kërkesa për punë nga firmat është *kërkesë e derivuar*. Kërkesa e derivuar është kërkesa për faktorët e prodhimit, e cila përcaktohet ose është rrjedhim i kërkesës për produktet që prodhohen nga faktorët e prodhimit. Kështu, për shembull, në qoftë se në tregun e mallrave rritet kërkesa për kompjuterë, atëherë do të rritet edhe kërkesa për punëtorë që prodhojnë kompjuter, ose rënia në kërkesën për një lloj të caktuar autoveture do të reduktojë edhe kërkesën për punëtorët që i prodhojnë këto autovetura.

Të ardhurat e produktit marxhinal (MRPL) paraqesin shtesën në të ardhurat totale kur firma rrit me një njësi numrin e të punësuarve.

Të ardhurat e produktit marxhinal përcaktohen nga dy faktorë:

I) Produkti marxhinal i punës (MP) që është madhësia e produktit shtesë që do të prodhojë një punëtor shtesë.

II) Të ardhurat marxhinale (MR) që paraqesin shtesën në të ardhurat e përgjithshme kur firma shet një njësi më shumë produkti.

Të ardhurat e produktit marxhinal llogariten: $MRPL = MP \times MR$ (1)

Në konkurrencë të plotë dimë se çmimi (P) është i barabartë me të ardhurat marxhinale (MR).

Prandaj barazimi (2) mund të shkruhet: **$MRPL = MP \times P$ (2)**

Çfarë paraqet dhe si llogaritet treguesi i Kostos Marxhinale të faktorit punë? Kostoja marxhinale e faktorit punë (MC_E) paraqet shtesën në koston e përgjithshme të pagës kur firma rrit me një njësi numrin e të punësuarve. Ajo llogaritet me formulën:

$$MC = \Delta TCW / \Delta L \quad (3)$$

Vërtetohet lehtësisht se në tregun e punës në konkurrencë të plotë paga (\bar{E}) është e barabartë me koston marxhinale të pagës ($MC = \bar{E}$).

Duke i patur të qarta lidhjet që japin barazimet (1), (2) dhe (3), pyesim si e merr vendimin firma nëse duhet ta punësojë një punëtor shtesë apo jo? Firma në marrjen e vendimit duhet të krahasojë treguesin e (MRPL) me treguesin e (MC_E). Nga ky krahasim dallojmë 3 (tri) raste të ndryshme:

1. Në qoftë se kostoja marxhinale e punësimit (MC_E) të punëtorit shtesë do të jetë më e vogël se sa të ardhurat marxhinale e produktit (MRPL) që siguron ky punëtor, **firma do t'a punësojë atë.**

2. Në qoftë se kostoja marxhinale e punësimit (MC \ddot{E}) të punëtorit shtesë do të jetë më e madhe se sa të ardhurat e produktit marxhinal që siguron ky punëtor, **firma nuk do t'a punësojë atë.**

3. Kur kostoja marxhinale e punësimit (MC \ddot{E}) e punëtorit të punësuar do të jetë e barabartë me të ardhurat e produktit marxhinal që siguron ky punëtor, themi *se firma ka përcaktuar numrin optimal të të punësuarve* që i siguron asaj fitimin maksimal. Pra, firma do të vazhdojë të punësojë punëtorë derisa të plotësohet kushti: **MRPL = MC = \ddot{E}**

Duke pasur parasysh formulat e mësipërme, në tabelën 1 tregohet mënyra e llogaritjes së treguesve MRPL dhe MC \ddot{E} për një firmë që vepron në treg mallrash dhe pune në konkurrencë të plotë kur dime se firma prodhon një mall, të cilin e shet me çmimin P = 15\$ dhe punëson punëtorë me pagë \ddot{E} =30 \$.

Tabella 1: Të ardhurat e produktit marxhinal (MRPL) dhe koston marxhinale (MC \ddot{E})

L	TPP	MPP	P=MR	MRP	\ddot{E}	TC	MC \ddot{E}
0	0	-	15	-	30	0	-
1	8	8	15	120	30	30	30
2	14	6	15	90	30	60	30
3	14	4	15	60	30	90	30
4	20	2	15	30	30	120	30

Bazuar në të dhënat e kolonës së parë dhe të pestë të tabelës ndërtojmë lakoren e MRPL, si në figurën 1. Duke ditur nivelet e pagave dhe duke aplikuar kushtin MRPL= MC \ddot{E} = \ddot{E} , përcaktojmë numrin optimal të të punësuarve për çdo nivel page.

Lakorja e kërkesës për punë përputhet me lakoren e MRPL dhe VMPL. Treguesi i VMPL paraqet vlerën e tregut të produktit marxhinal. Në konkurrencë të plotë vlera e MRPL dhe VMPL janë të barabarta, sepse llogariten njëllëj: **PxMPP_L**. Lakorja e kërkesës për punë ka pjerrësi negative. Ajo paraqet një lidhje të zhdrejtë midis nivelit të pagës dhe numrit të të punësuarve. Sa më e lartë të jetë paga aq më pak punëtorë punëson firma; sa më e ulët të jetë paga aq më shumë punëtorë do të punësojë firma. Kur njohim lakoret e kërkesave për pune të firmave individuale,

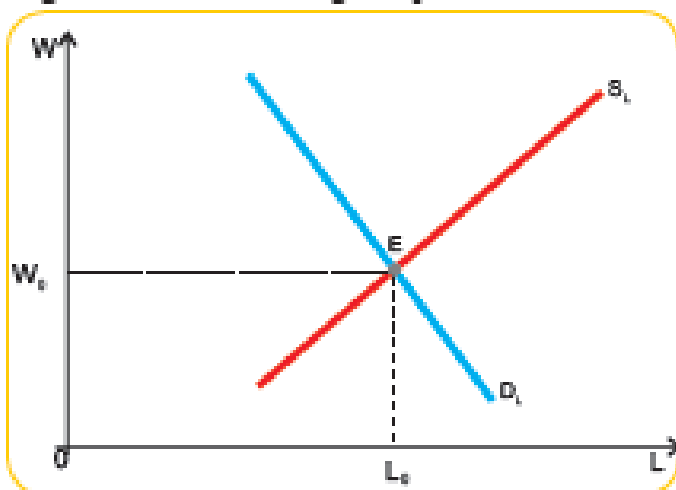
per nje lloj te caktar pune, mund te gjejme edhe kurben e kerkeses per pune te tregut. Ajo ndertohet duke mbledhur horizontaklisht kurbat e kerkesave per pune të firmave individuale.

6.4 . Caktimi i pagës në konkurrencën e plotë.

Ekulibri i tregut të punës

Tani që njohim lakoren e kërkesës për punë të tregut dhe lakoren e ofertës së punë të tregut, jemi në gjendje të përcaktojmë pagën e ekuilibrit dhe sasinë e punës të punësuar në këtë nivel page. Nëse mekanizmi i kërkesës dhe i ofertës do të ishte e vetmja forcë që do të vepronte në tregun e punës, niveli i pages (paga e ekuilibrit) do të përcaktohej vetëm nga pikëpreja e lakores së kërkesës për punë me lakoren e ofertës së punës, siç ndodh në figurën 7.4 në pikën (E).

Figura 7.4: Ekuilibri i tregut të punës



Paga e ekuilibrit përcaktohet në pikën ku sasia e ofruar e punës barazohet me sasinë e kërkuar të punës. Në pikën e ekuilibrit (E) sasia e punës që individët janë në gjendje dhe të gatshëm të ofrojnë është e barabartë me sasinë e punës që firmat janë në gjendje dhe të gatshme të blejnë. Tregu i punës ka disa veçori specifike që e dallojnë atë nga tregjet e mallrave të tjerë. Në përcaktimin e pagës luajnë një rol të rëndësishëm edhe forcat institucionale. Përmendim këtu rolin e qeverisë në vendosjen e nivelit të pagës minimale dhe rolin e fuqishëm të sindikatave. Krahas këtyre dy forcave veprojnë edhe forcat sociologjike, traditat, zakonet, diskriminimi në

punë etj. Psh, në përgjithësi gratë janë të diskriminuara në tregun e punës. Ato marrin një pagë më të ulët se burrat, edhe kur kryejnë të njëjtën lloj pune.

Diferencimet në pagat

Nëse njerëzit do të ishin të njëjtë, në aftësitë fizike dhe mendore, punët të ishin të njëjta dhe nëse tregjet e punës do të funksiononin si në konkurrencë të plotë, të gjitha pagat do të ishin të barabarta. Por në realitetin e përditshëm njerëzit dhe punët nuk janë të barabartë dhe tregjet nuk funksionojnë si në konkurrencë të plotë. Për rrjedhojë edhe pagat nuk mund të jenë të barabarta.

Faktorët e mundshëm që përcaktojnë pabarazinë në nivelin e pagave janë:

- *Diferencat në aftësitë.* Njerëzit janë të ndryshëm për sa i përket fuqisë fizike, mençurisë, inteligjencës etj. Disa nga këto diferencime janë të lindura disa të tjera ndodhin gjatë jetës, në procesin e arsimimit, trajnimit, mjedisit familjar etj.
- *Diferencimet në qëndrimin ndaj punës.* Disa njerëz janë «aventurierë» të gatshëm për të marrë përsipër rrezikun, ndërsa të tjerë janë më shumë të kujdesshëm.
- *Diferencimet në kualifikim.* Këto diferencime reflektojnë disa drejtime: aftësi dhe qëndrim ndaj studimit dhe arsimimit, cilësia dhe niveli i arsimimit dhe kualifikimit, qëndrimi dhe të ardhurat e prindërve etj.
- *Diferencime në orët e punës të punuara.* Disa njerëz kryejnë punë me kohë të plotë dhe pas orarit të punës, ose një punë të dytë; të tjerë punojnë me kohë të pjesshme.
- *Diferencimet në llojet e punëve (punë e kënaqshme ose e pakënaqshme).* Një punë që është e rrezikshme për t'u kryer ose e pakënaqshme, paguhet me një pagë më të lartë sesa punët e tjera.
- *Diferencimet në madhësinë dhe përbërjen e familjes.* Sa më i madh të jetë numri i anëtarëve të familjes aq më të varfër do të jenë ata (në kushte të tjera të barabarta).

Qeveria mund të zbutë pabarazinë midis pagave (të ardhurave) duke ndërhyrë për të realizuar rishpërndarjen e të ardhurave nëpërmjet tatimit (duke tatuar më shumë individët me të ardhura të larta) ose subvencioneve. Subvencionet për ata që kanë të ardhura më të ulëta mund të jenë 2 llojesh:

- së pari, përfitime në para (për shembull, asistencë sociale);
- së dyti, përfitime në natyrë, pra dhënie ndihme me mallra dhe shërbime (për shembull, bursa studimi, ndihmë mjekësore etj.).

Një mënyrë tjetër për zbutjen e pabarazisë është edhe aplikimi i ligjit të pagës minimale dhe ligjet kundër diskriminimit në punë etj. Por rishpërndarja e të ardhurave shoqërohet edhe me kosto. Të vendosësh tatim të lartë, do të thotë të dekurajosh njerëzit për të punuar më shumë. Për këtë arsye ndërhyrja e qeverisë duhet të jetë shumë e kujdesshme.

6.5. Burimet jonjerëzore të prodhimit

Krahas punës, edhe toka është njëri ndër faktorët kryesorë të prodhimit. Kur flasim për tokën si faktor prodhimi, kemi parasysh burimet natyrore të tilla, si: tokën bujqësore, tokën si truall ndërtimi, burimet minerale, pasuritë ujore, pyjet etj. Toka është një faktor prodhimi që shitet dhe blihet, duke krijuar kështu tregun e tokës, që si të gjitha tregjet e tjera ka dy anë: kërkesën për tokë dhe ofertën e tokës.

Bashkëveprimi i kërkesës dhe i ofertës përcakton çmimin e tokës, që në teorinë ekonomike quhet *renta e tokës*. Zotëruesit e tokës duke e shitur atë ose duke e dhënë me qira marrin të ardhura.

Madhësia e këtyre të ardhurave varet nga sasia e tokës që shitet dhe nga niveli i çmimit (rentës).

Sa më e madhe të jetë sasia e tokës së shitur dhe sa më e lartë të jetë renta aq më shumë të ardhura do të sigurojë pronari i tokës.

Kuptimi ekonomik i kapitalit si faktor prodhimi

Kur analizuar faktorët e prodhimit, në temën e parë, kemi theksuar se me kapital kuptojmë **kapitalin fizik**, pra makineritë, pajisjet, ndërtesat dhe inventarin (produktet në proces përpunimi, gjysmë-produktet dhe lëndët e para). Termi kapital fizik nënkupton:

1. Mallra që përdoren për prodhimin e mallrave të tjera.
2. Kur flasim për kapitalin si faktor prodhimi, kemi parasysh se bëhet fjalë për kapitalin fizik që përdoret nga firmat në biznes dhe jo për kapitalin financiar. Elemente kryesore që përfshihen në kategorinë e kapitalit fizik janë: makineritë, pajisjet, ndërtesat prodhuese dhe inventari.
3. Mallrat kapitale, makineritë, pajisjet, ndërtesat e prodhimit nuk përdoren vetëm për një proces prodhimi, por për shumë procese prodhimi shumica prej tyre. Ato kanë afate relativisht të gjata përdorimi.

Përdoren dy tregues për të matur masën e kapitalit:

- **Stoku** (ose gjendja) i **kapitalit** që mat sasinë e kapitalit në një moment të dhënë kohe.

- **Rrjedha e kapitalit** që mat, hyrjen dhe daljen e kapitalit në firmë gjatë një periudhe të dhënë kohe.

Stoku ose gjendja e kapitalit ndryshon me kalimin e kohës nga dy rrjedha të kapitalit, investimet dhe amortizimi. Me **amortizim** kuptojmë konsumin e kapitalit gjatë përdorimit të tij ose me kalimin e kohës. Rrjedhimisht amortizimi i kapitalit është një rrjedhë që e zvogëlon stokun e kapitalit fizik të firmës. Investimet e reja rrisin kapitalin fizik të firmës.

6.6. Kërkesa dhe oferta për kapital

Firmat e kërkojnë kapitalin, sepse e përdorin atë në procesin e prodhimit për të prodhuar të mira dhe shërbime të tjera, si dhe për të zëvendësuar kapitalin që konsumohet. Edhe në këtë rast kemi të bëjmë me një kërkesë të derivuar ose të prejardhur. **Lakorja e kërkesës për kapital** përftohet njëlloj, siç vepruam edhe në rastin e faktorit punë dhe tokë. Kategoritë kryesore që përdoren në këtë rast janë, çmimi i kapitalit (interesi) dhe të ardhurat e produktit marxhinal nga kapitali (MRPK). Lakorja e MRPK na shërben për të përfituar lakoren e kërkesës për kapital (njëlloj si kurba e MRPL dhe MRPT na shërbeu për të përfituar lakoren e kërkesës për punë dhe tokë).

Sa do të jetë sasia optimale e kapitalit që duhet të blejë firma, me qëllim që të sigurojë firmës fitimin maksimal? Firma që synon të maksimizojë fitimin e saj do të kërkojë kapital deri në momentin kur kostoja marxhinale e kapitalit (MCK) të barazohet me të ardhurat e produktit marxhinal që jep kapitali (MRPK).

Oferta e kapitalit fizik

Në periudha afatshkurtra, oferta e përgjithshme e kapitalit fizik është e fiksuar. Duhet kohë për të ndryshuar stokun (gjendjen) e kapitalit fizik, sepse nuk mund të ndërtohet një fabrikë e re brenda 24 orëve. **Lakorja e ofertës së kapitalit fizik** do të jetë krejtësisht joelastike në sasinë ekzistuese të gjendjes së kapitalit. Në periudha afatgjata sasia e kapitalit të përdorur mund të rritet, sepse mund të ndërtohen makineri, pajisje, ndërtesa të reja ose kapitali ekzistues duhet të zëvendësohet me kapital të ri.

Investimet dhe norma e interesit

Për të blerë të mallra kapitale firma ka nevojë për fonde financiare dhe shpeshherë firmat që kanë dëshirë për të investuar u mungojnë fondet monetare të domosdoshme. Për këtë arsye ato u drejtohen bankave për të siguruar fonde. Për fondet e marra hua nga banka firma paguan interes.

Ku i gjejnë paratë bankat, të cilat i japin hua? Individë të ndryshëm kursejnë (grumbullojnë) para nga të ardhurat e tyre dhe i depozitojnë kursimet e tyre në bankë. Për këtë ata përfitojnë interes. Interesi përfaqëson pagesën për përdorimin e parave të marra ose të dhëna hua. **Norma e interesit** është çmimi që huamarrësit duhet të paguajnë huadhënësve për përdorimin e parave për një periudhë kohe të caktuar. Norma e interesit shprehet në përqindje. Si çdo çmim tjetër, edhe norma e interesit përcaktohet nga pikëprerja midis lakores së ofertës dhe të kërkesës, por në këtë rast kemi të bëjmë me kërkesë dhe ofertë për fonde të huajtura .

Norma e interesit dhe sasia e investimeve të realizuara

Për çdo investim të bërë, firma duhet të shpenzojë para, që janë kosto. Kjo kosto është e barabartë me koston e fondeve të marra hua, që përcaktohet nga norma e interesit. Nga çdo investim, firma parashikon të marrë të ardhura për çdo vit. Për të vlerësuar nëse investimi është fitimprurës apo jo firma duhet të llogarisë Normën e kthimit të kapitalit dhe ta krahasojë atë me normën e interesit të kapitalit të marrë hua. **Norma e kthimit të kapitalit** llogaritet si raport i të ardhurave vjetore që përfitohet nga investimi me shumën fillestare të investimit.

Në qoftë se norma e interesit që paguan firma është më e vogël se norma e kthimit të kapitalit, investimi është fitimprurës. Në të kundërtën, investimi nuk është fitimprurës. Si përfundim themi se, sa më e lartë të jetë norma e interesit për kapitalin e marrë hua aq më e vogël do të jetë sasia e kapitalit të përdorur nga firma dhe sa më e ulët të jetë norma e interesit aq më shumë do të jetë sasia e kapitalit të përdorur nga firma.

6.7. Renta dhe çmimi i tokës

Si përcaktohet çmimi i tokës (renta)? Për t'i dhënë përgjigje kësaj pyetjeje, më parë duhet të analizojmë dhe të paraqesim lakoren e ofertës së tokës, si dhe lakoren e kërkesës për tokë.

Lakorja e ofertës së tokës (ST)

Për ta thjeshtuar analizën e ofertës së tokës fillimisht duhet të bëjmë disa supozime: *Së pari*, e gjithë toka ka të njëjtën cilësi, me fjalë të tjera çdo njësi e dhënë toke jep të njëjtën prodhimtari.

Së dyti, e gjithë toka përdoret për të prodhuar vetëm një produkt, për shembull grurë. *Së treti*, supozojmë se toka shitet dhe blihet në një treg në konkurrencë të plotë. Kjo do të thotë se ekzistojnë shumë fermerë që prodhojnë grurë, të cilët përbëjnë anën e kërkesës për tokë dhe nga ana tjetër ekzistojnë shumë zotërues tokash që ofrojnë tokë në treg, që përbëjnë anën e ofertës së tokës. Rrjedhimisht, **çmimi i tokës (renta)** përcaktohet nga tregu, ofruesit dhe kërkuesit e tokës janë “çmim-pranues”.

Duke qenë se supozuam se toka ka vetëm një përdorim, ajo kërkohet dhe përdoret që të prodhojë vetëm produkte bujqësore. Si e tillë, në afate të shkurtra, toka bujqësore është e kufizuar, pasi jo e gjithë sipërfaqja e tokës është e përshtatshme për të prodhuar produkte bujqësore. Kjo do të thotë se **lakorja e ofertës për tokën bujqësore** është krejtësisht joelastike, pra ajo është perpendikulare me boshtin horizontal.

Lakorja plotësisht jo elastike paraqet ofertën e tokës ; pavarësisht se sa do të jetë renta (e lartë ose e ulët), sasia e tokës që do të shitet dhe do të blihet do të jetë e fiksuar. E njëjta sasi toke ofrohet edhe kur renta është zero. Kjo ndodh për arsye se në situatën e hipotizuar, toka nuk ka asnjë përdorim të mundshëm përveç mbjelljes së një produkti bujqësor.

Në periudha afatgjata oferta për tokën mund të jetë relativisht elastike, sepse në periudha afatgjata ekziston mundësia për të bërë përshtatje të mundshme. Kështu, për shembull, toka mund të ndryshojë cilësinë e saj në qoftë se ujitet, drenazhohet, pasurohet me plehra kimike etj. Nga pikëpamja praktike, të kesh një sipërfaqe toke të tillë me parametra të përmirësuar është njëllë si të shtosh sipërfaqen e tokës për të marrë më shumë prodhim.

Lakorja e kërkesës për tokë (DT)

Kërkesa për faktorin tokë, ashtu si kërkesa për faktorin punë, është e derivuar ose e prejardhur. Sa më e lartë të jetë kërkesa për prodhimet bujqësore dhe sa më e lartë të jetë çmimi i tyre në treg, aq më shumë do të kërkohet tokë bujqësore për tëu përdorur për të prodhuar produkte bujqësore. Kategoritë që analizuam dhe përdorem për të përfutuar lakoren e kërkesës për faktorin punë janë të vlefshme edhe për faktorin tokë. Këtu paga si çmimi i punës zëvendësohet me rentën si çmim i tokës. Të ardhurat e produktit marxhinal nga puna zëvendësohen me të ardhurat e produktit marxhinal nga toka.

Lakorja e kërkesës për tokën bujqësore do të përputhet me lakoren e të ardhurave të produktit marxhinal të faktorit tokë (MRPT),

Ekulibri në tregun e tokës

Ekulibri në tregun e tokës ndeshim atëherë kur kërkesa për tokë barazohet me ofertën e tokës. Kurba e ofertës për tokën paraqitet krejtësisht joelastike, përderisa sasia e tokës bujqësore është e fiksuar, ndërsa kurba e kërkesës paraqitet me pjerrësi negative. Ajo paraqet një lidhje të zhdrejtë midis madhësisë së rentës dhe sasisë së kërkuar të tokës. Lakorja e kërkesës për tokë (D_0) dhe lakorja e ofertës së tokës (ST) priten në pikën e ekuilibrit E. Në këtë pikë sasia e tokës që kërkohet është e barabartë me sasinë e tokës që shitet. Madhësia e rentës në pikën E është R_0 dhe sasia e tokës së dhënë me qira ose të shitur është T_0 . Në kushtet kur oferta e tokës është e fiksuar, madhësia e rentës përcaktohet nga pozicioni i lakores së kërkesës për tokë. Kur kërkesa për tokë rritet në D_1 , edhe renta rritet nga R_0 në R_1 .

Supozojmë se çmimi i produkteve bujqësore rritet, atëherë kurba e kërkesës zhvendoset nga D në D_1 , për shkak se rritet MRPT. Renta tani do të jetë në nivelin më të lartë R_1 . E kundërta do të ndodhë në qoftë se çmimi i produkteve bujqësore ulet. Ndryshimi i madhësisë së rentës së tokës, ulja ose rritja e saj, nuk ka asnjë ndikim në sasinë e ofruar të tokës. Kjo do të thotë se në ndryshimin e kërkesës për tokë nuk ndikon sasia e tokës së ofruar por çmimet e produkteve bujqësore që prodhon toka.

Figura 7.8: Kërkesa dhe oferta për faktorin tokë

